



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ

การส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ของไทยไปญี่ปุ่น
ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

(The exports of mangoes, bananas, durians and mangosteen
from Thailand to Japan under JTEPA)

โดย

รศ.ดร.พิสุทธิ์ กุลธนวิทย์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรกฎาคม 2563

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ

การส่งออกมะม่วง กัลล้วย พุเรียน และมังคุด ของไทยไปญี่ปุ่น
ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

(The exports of mangoes, bananas, durians and mangosteen
from Thailand to Japan under JTEPA)

นักวิจัย

สังกัด

รศ.ดร.พิสุทธิ กุลธนวิทย์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุดโครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น (Japan Watch Project)

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สามารถเกิดขึ้นและสำเร็จลงได้ด้วยทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ภายใต้ชุดโครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น (Japan Watch) นักวิจัยขอขอบคุณ รศ.ดร.ศิริพร วัชชวัลคุ ผู้ประสานงานชุดโครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น (Japan Watch Project) นอกจากนี้ นักวิจัยขอขอบคุณข้อคิดเห็นและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยมาตั้งแต่ต้นจากผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ดังมีรายนามดังนี้ ผศ.ดร.สุกานดา เหลืองอ่อน ผู้อำนวยการภารกิจวิเคราะห์สถานการณ์ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) รศ.ดร.ศิริพร วัชชวัลคุ ดร.จุฑามาศ บำรุงสุข ผศ.ดร.ภาณุทัต สัมมะไชย และดร.นครินทร์ อมเรศ อีกทั้ง นักวิจัยขอขอบคุณ คุณรุ่งนภา ลัคนาพรวิสิฐ เจ้าหน้าที่บริหารโครงการ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และทีมสนับสนุนงานวิจัยทุกท่าน

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ต่อนโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย แต่หากมีข้อบกพร่องประการใดเกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

รศ.ดร.พิสุทธิ์ กุศลนิวิทย์

ผู้วิจัย

กรกฎาคม 2563

บทสรุปผู้บริหาร

ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) เป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JTEPA มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 18,119.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 24,523.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.87) ในขณะที่ ประเทศไทยนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 28,381.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 33,196.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.97) ประเด็นสำคัญคือ ประเทศไทยขาดดุลการค้ากับประเทศญี่ปุ่นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 และตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ การขาดดุลการค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 แต่มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ประมาณ 20,000-25,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการส่งออกลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2555-2558 ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 แต่ก็ลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2562 อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2562 มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA เป็นอันดับที่ 3 ของมูลค่าการส่งออกที่ใช้สิทธิข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ที่ประเทศไทยทำไว้กับประเทศอื่น ๆ

เมื่อพิจารณาแยกรายหมวดสินค้าส่งออกทั้ง 3 หมวดหลัก จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น มูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมมีสัดส่วนการส่งออกเป็นอันดับที่ 2 โดยการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมเป็นเพียงหมวดเดียวที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับก่อน JTEPA มีผลบังคับใช้ และเป็นหมวดที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับหมวดสินค้าอุตสาหกรรมและหมวดอุตสาหกรรมเกษตร

ภายใต้ JTEPA ประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้า โดยกำหนดอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 0 ให้แก่ผลไม้ที่ส่งออกมาจากประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมมะม่วง กล้วย มังคุด และทุเรียน ในขณะที่กล้วยสดเป็นสินค้าที่ไม่ถูกลดภาษีให้เป็นร้อยละ 0 แต่ถูกจำกัดโควตาปลอดภาษีในการส่งออก โดยที่กล้วยสดถูกกำหนดโควตาปลอดภาษี 4,000 ตัน ในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 1,000 ตัน จนเป็น 8,000 ตัน ในปีที่ 5 หากประเทศไทยส่งออกกล้วยสดเกินกว่าที่โควตาที่กำหนด ผู้ส่งออกจากประเทศไทยจะต้องเสียภาษีนำเข้ากล้วยสดให้แก่ประเทศญี่ปุ่นในอัตราร้อยละ 10 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 กันยายน และอัตราร้อยละ 20 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 มีนาคม ของปีถัดไป

ข้อกำหนดเรื่องสิทธิพิเศษในการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยข้างต้นเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้แก่ผลไม้จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น เนื่องจากทางการญี่ปุ่นได้กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน โดยการจำกัดชนิดของผลไม้ที่

ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าจากประเทศไทย เช่น ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 7 พันธุ์ ได้แก่ หนั่งกลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรด เขียวสวย และโชคอนันต์

งานวิจัยนี้ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งได้แก่ มะม่วง กล้วย และทุเรียน รวมทั้งมังคุดที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น “ราชินีผลไม้ของไทย” จากข้อมูลสถิติการส่งออกเบื้องต้นของผลไม้ทั้ง 4 ประเภทข้างต้น ทำให้เกิดประเด็นคำถามวิจัยว่า เหตุใดผลไม้ทั้ง 4 ประเภทนี้ ซึ่งนับว่าเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมในหลายประเทศ กลับไม่ได้รับความนิยมในตลาดญี่ปุ่น และเหตุใดการลดอัตราภาษีนำเข้าเป็นร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA จึงไม่สามารถสนับสนุนให้การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างถาวร

งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่า ปัญหาหรืออุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยจะศึกษาครอบคลุมทั้งด้านการส่งออกของประเทศไทยที่เป็นด้านอุปทานของผลไม้ และด้านการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นที่เป็นด้านอุปสงค์ต่อผลไม้ งานวิจัยนี้ศึกษาและวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลสถิติที่เผยแพร่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งของประเทศไทยและญี่ปุ่น และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ของประเทศไทย รวมทั้งตัวแทนผู้ค้า (trader) ของประเทศไทยและญี่ปุ่น ตัวแทนจากกระทรวงพาณิชย์ และตัวแทนจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยพื้นที่ในการสำรวจในประเทศญี่ปุ่นครอบคลุม 2 พื้นที่ ได้แก่ (1) นครโอซากา (Osaka) และเมืองโตเกียว และ (2) กรุงโตเกียว (Tokyo)

กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช จึงมีความเข้มงวดในการควบคุมตรวจสอบผักและผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ จึงมีข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และเพื่อให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และมาตรการการนำเข้าผลไม้ที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด ดังนี้

(1) ข้อกำหนดและมาตรการการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีข้อกำหนดและมาตรการการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

- 1) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออกผักและผลไม้ พ.ศ. 2553
- 2) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออกผักและผลไม้ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557
- 3) ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ พ.ศ. 2556

- 4) ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558
- 5) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอและการออกใบรับรองสุขอนามัย พ.ศ. 2552

นอกจากข้อกำหนดและมาตรการข้างต้นแล้ว การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ยังมีเงื่อนไขการส่งออกเพิ่มเติมของแต่ละประเภทผลไม้ดังนี้

- 1) ผู้ประสงค์จะส่งออกพืชควบคุมเฉพาะไปประเทศญี่ปุ่นต้องขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ก่อนการส่งออก
- 2) ผู้ประสงค์จะส่งออกมะม่วง ทุเรียน และมังคุด ต้องยื่นผลทดสอบสารเคมีตกค้างที่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบการขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate)
- 3) มะม่วงสดและมังคุดสดต้องผ่านการอบไอน้ำก่อนการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น และผู้ประสงค์จะส่งออกต้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับการส่งออกไปด้วยทุกครั้ง โดยยื่นคำร้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ได้ที่สำนักวิจัยและพัฒนาการอารักขาพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 4) ผู้ส่งออกที่เข้าร่วมโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ซึ่งครอบคลุมมะม่วง มะม่วงแช่แข็ง มะม่วงแช่แข็งแห้ง (พรีซดราย) กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง มังคุด และกล้วย เมื่อผ่านการพิจารณาจากกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่นแล้ว จะได้รับการยกเว้นการกักกัน ณ ด่านทั่วประเทศญี่ปุ่น

(2) ข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ ของกระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์มีข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

- 1) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 91) พ.ศ. 2542
- 2) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการส่งสินค้าและผลไม้ออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2546
- 3) ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่องกำหนดชนิดหรือประเภทผักและผลไม้ที่ต้องมีหนังสือรับรองในการส่งออก พ.ศ. 2550

1. สถานการณ์การส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

1.1 สถานการณ์การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ประเทศไทยส่งออกมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด รองลงมา คือ มะม่วงพันธุ์มหาชนก ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ค่อนข้างคงที่อยู่ที่ประมาณ 1,500 ตันต่อปี และลดลงเหลือเพียงประมาณ 1,000 ตันต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2559-2561 โดยการส่งออกมะม่วงพันธุ์มหาชนกที่เพิ่มขึ้นมีส่วนช่วยให้ปริมาณการส่งออกมะม่วงโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างมาก

สัดส่วนปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับตลาดโลกมีค่าน้อย และมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ โดยสัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 12.10 ในปี พ.ศ. 2550 และลดลงจนมีค่าประมาณร้อยละ 3.00-4.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ถึงแม้ว่าราคาส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงกว่าราคาส่งออกมะม่วงไปตลาดโลกโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 เท่า แต่ก็ไม่สามารถจูงใจให้ผู้ส่งออกไทยส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น ซึ่งมีสาเหตุมาจาก (1) ข้อจำกัดทางปริมาณความต้องการบริโภคมะม่วงจากประเทศไทยของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น และ (2) ข้อจำกัดเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(2) การนำเข้ามะม่วงจากต่างประเทศของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ามะม่วงลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2551-2558 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559 คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดมะม่วงนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ เม็กซิโก เปรู ไต้หวัน และฟิลิปปินส์ มะม่วงจากประเทศไทยขยับขึ้นจากอันดับที่ 3 มาเป็นอันดับที่ 2 ในตลาดมะม่วงนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ในขณะที่มะม่วงจากประเทศเม็กซิโกขึ้นมาเป็นอันดับที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แทนที่ประเทศฟิลิปปินส์ที่เป็นอันดับที่ 1 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ทั้งนี้ ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยและเม็กซิโกเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 พร้อมกัน ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) และความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจเม็กซิโก-ญี่ปุ่น (Japan-Mexico Economic Partnership Agreement : JMEPA) ตามลำดับ และกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์เป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจฟิลิปปินส์-ญี่ปุ่น (Japan-Philippines Economic Partnership Agreement : JPEPA)

(3) บทวิเคราะห์ตลาดมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกวิเคราะห์ปัญหาได้ 2 ด้าน คือ ปัญหาด้านอุปสงค์และปัญหาด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อมะม่วงที่น้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อมะม่วง มีสาเหตุจาก

- 1) มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ามะม่วงจากประเทศคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม มะม่วงพันธุ์มหาชนกเริ่มเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เนื่องจากมีรสชาติดีกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ มีเรื่องราว (story) มีกลิ่นที่ดี มีผิวที่สวยงาม มีสีแดงคล้าย apple mango ที่นำเข้าจากประเทศเม็กซิโก และมีราคาถูกกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นอีกจำนวนมากไม่รู้จักมะม่วงจากประเทศไทย หรือไม่มีโอกาสได้ลองบริโภคมะม่วงจากประเทศไทย
- 3) อุปสงค์ต่อมะม่วงจากประเทศไทยมีตลอดทั้งปี แต่ปริมาณการนำเข้าอาจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลไม้อื่น ๆ (ผลไม้คู่แข่ง) ที่วางจำหน่ายในช่วงเวลาเดียวกัน

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของมะม่วงที่น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของมะม่วง มีสาเหตุจาก

- 1) ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานการนำเข้ามะม่วงที่สูงมาก และมีความเข้มงวดมากในทุกขั้นตอน
- 2) ปริมาณผลผลิตมะม่วงเป็นฤดูกาล ไม่ได้มีผลผลิตทั้งปี
- 3) คุณภาพผลผลิตมะม่วงมีความผันผวนบ้าง
- 4) การอุปโภคบริโภคให้ต้นทุนของมะม่วงที่จะส่งออกประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายของเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่ต้องมาควบคุมและดูแลกระบวนการอุปโภคบริโภค ตลอดจนถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดจากการรอให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นหมุนเวียนมาดำเนินการอุปโภคบริโภค
- 5) โครงการ control measure มีความเข้มงวดมากเกินไป และการพิจารณาอนุมัติให้ผู้ส่งออกสามารถเข้าร่วมโครงการ control measure ใช้เวลานาน ซึ่งอาจทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า
- 6) วันหยุดทำการของประเทศไทยมีมาก โดยเฉพาะช่วงเดือนเมษายน ซึ่งคำสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า

- 7) การดำเนินการด้านเอกสารเพื่อการส่งออกยังไม่สามารถดำเนินการผ่านทางระบบออนไลน์ได้อย่างครบถ้วน
- 8) การแข่งค่าของสกุลเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยนส่งผลให้การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลง
- 9) บทลงโทษที่ระบุว่า “...ทางการญี่ปุ่นจะปฏิเสธมะม่วงที่นำเข้าจากประเทศไทย เมื่อตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วงครบ 2 ครั้ง ที่ด่านกักกันที่ประเทศญี่ปุ่น ...” มีความเข้มงวดมากเกินไป

1.2 สถานการณ์การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

กล้วยที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นกล้วยหอม ซึ่งปริมาณการส่งออกลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2553-2556 หลังจาก JTEPA มีผลบังคับใช้แล้ว อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ประเด็นที่สำคัญ คือ ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่าโควตาที่ได้รับการจัดสรรมาโดยตลอด

สัดส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ โดยสัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 26.55 ในปี พ.ศ. 2544 และมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 8.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 แม้ว่าราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงกว่าราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 1.91 เท่า ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562 แต่ราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นมาจนใกล้เคียงกับราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2562 ดังนั้นราคากล้วยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นและข้อจำกัดเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น จึงไม่สามารถจูงใจให้ผู้ส่งออกสนใจส่งออกกล้วยไปประเทศญี่ปุ่นมากนัก

(2) การนำเข้ากล้วยจากต่างประเทศของประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2553-2557 โดยปริมาณการนำเข้าเริ่มลดลงจนต่ำกว่า 1 ล้านตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2560 และกลับมามากกว่า 1 ล้านตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2561-2562 คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดกล้วยนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2562 ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ เม็กซิโก กัวเตมาลา และเปรู ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 1-5 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9 และประเทศอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 7

การลดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยจากประเทศไทยเป็นร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA ช่วยให้กล้วยจากประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดกล้วยนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากประเทศเม็กซิโกและฟิลิปปินส์ก็ได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้ากล้วยในอัตราร้อยละ 0 เช่นกัน โดยประเทศเม็กซิโกได้รับสิทธิ

พิเศษในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JMEPA และประเทศฟิลิปปินส์ได้รับสิทธิพิเศษในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ JPEPA ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ากล้วยจากประเทศเม็กซิโกและฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น

(3) บทวิเคราะห์ตลาดกล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกพิจารณาปัญหาได้ 2 ส่วน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อกับกล้วยหอมที่น้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อกับกล้วยหอม มีสาเหตุจาก

- 1) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นคุ้นเคยกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ และกล้วยหอมจากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหรือผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นไม่ทราบว่ามีการนำกล้วยหอมจากประเทศไทยเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น
- 3) กล้วยหอมที่วางจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นมีความหลากหลายมาก เช่น กล้วยออร์แกนิกจากประเทศเปรู กล้วยหวานแบบพรีเมียมจากประเทศฟิลิปปินส์ที่นำความเผื่อนของกล้วยออกไป และกล้วยหวานสดขึ้นน้ำตาลน้อยกว่าประเทศฟิลิปปินส์ ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีทางเลือกมาก

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของกล้วยหอมที่น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของกล้วยหอม มีสาเหตุจาก

- 1) คุณภาพผลผลิตกล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ได้ตามมาตรฐานที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด
- 2) ความต้องการบริโภคกล้วยหอมภายในประเทศหรือตลาดต่างประเทศอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณกล้วยหอมที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นลดลง
- 3) เอกสารด้านการส่งออกของประเทศไทยมีขั้นตอนมากเกินไป รวมทั้งการอนุมัติที่มีความล่าช้า

1.3 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างคงที่ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 จนถึงปี พ.ศ. 2554 และปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2561

โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 70.42 และร้อยละ 211.65 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม สัดส่วนปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับตลาดโลกมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 0.10 นับตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้

ถึงแม้ว่าราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นและมากกว่าราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 3.21 เท่า ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562 แต่ก็ยังไม่สามารถจูงใจให้การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นมากนัก อาจเนื่องมาจากความต้องการบริโภคทุเรียนจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นมีอยู่อย่างจำกัด หรือความต้องการบริโภคทุเรียนมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น

(2) การนำเข้าทุเรียนจากต่างประเทศของญี่ปุ่น

ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนกลับมาเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าทุเรียนจาก 2 ประเทศ เท่านั้น ได้แก่ ไทยและเวียดนาม โดยประเทศไทยครองตลาดทุเรียนในประเทศญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด ประเด็นสำคัญ คือ การนำเข้าทุเรียนจากประเทศเวียดนามเริ่มมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 โดยมีค่าเป็นร้อยละ 1.84 2.09 18.96 ในปี พ.ศ. 2560-2562 ตามลำดับ ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของทุเรียนจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเริ่มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ทั้งนี้ ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JTEPA สำหรับประเทศเวียดนาม ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนเป็นร้อยละ 0 ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP)

(3) บทวิเคราะห์ตลาดทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกวิเคราะห์ได้ 2 ด้าน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อทุเรียนเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อทุเรียน เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ชื่นชอบทุเรียน และความต้องการบริโภคทุเรียนจากประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากผู้บริโภคประเทศอื่นที่ไม่ใช่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เช่น ผู้บริโภคชาวจีนและเวียดนาม ดังนั้นความต้องการบริโภคทุเรียนจึงอยู่ในวงจำกัดหรือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche) เท่านั้น เช่นเดียวกับมังคุด

อุปสรรคด้านอุปสงค์ต่อทุเรียน สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ความยากลำบากในการปกเปลือทุเรียน ทำให้ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ยากต่อการบริโภค
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ค่อยถูกจริตกับทุเรียน เช่น กลิ่นของทุเรียน ส่งผลให้มีการบริโภคทุเรียนน้อย

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของทุเรียนน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของทุเรียนไม่มากนัก กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยอยู่ใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้

อุปสรรคด้านอุปทานของทุเรียน สามารถจำแนกได้ดังนี้

- 1) ทุเรียนจากประเทศไทยมักจะถูกตรวจพบสารเคมีตกค้าง
- 2) ทุเรียนจากประเทศไทยมักจะไม่มีความคุณภาพ เช่น มีหนอนในเม็ดทุเรียน
- 3) ทุเรียนในประเทศไทยมีราคาสูง ดังนั้นทุเรียนที่นำไปจำหน่ายจึงมีราคาแพงมาก การบริโภคทุเรียนจึงไม่เป็นที่นิยม
- 4) มาตรฐานการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูงและมีความเข้มงวดมาก ทำให้เกษตรกรไทยมีแนวโน้มที่จะมองหาตลาดใหม่ เช่น ประเทศจีน

1.4 สถานการณ์การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 57.55 ตัน ในปี พ.ศ. 2551 เป็น 140.53 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นปริมาณการส่งออกมังคุดสูงสุดที่ประเทศไทยเคยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 89.07 ในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 อย่างไรก็ตาม สัดส่วนปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับตลาดโลกยังคงมีค่าน้อยและลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551

ราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 โดยราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 8.41 เท่า (ซึ่งมีค่ามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วง (4.42 เท่า) กล้วย (1.91 เท่า) ทุเรียน (3.21 เท่า)) อย่างไรก็ตาม ราคาส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นที่มากกว่าราคาส่งออกในตลาดโลกยังไม่สามารถจูงใจการส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้นได้ อาจเนื่องมาจากความต้องการบริโภคมังคุดในตลาดญี่ปุ่นมีอยู่จำกัด หรือความต้องการบริโภคมังคุดมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น เช่นเดียวกับการบริโภคทุเรียน

(2) การนำเข้ามังคุดจากต่างประเทศของญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ามังคุดจากประเทศไทยเพียงประเทศเดียว ดังนั้นมังคุดที่นำเข้าจากประเทศไทยจึงไม่มีคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น

(3) บทวิเคราะห์ตลาดมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกวิเคราะห์ได้ 2 ด้าน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่นิยมบริโภคมังคุดมากนัก เพราะราคาแพงมาก ดังนั้นความต้องการบริโภคมังคุดจึงอยู่ในวงจำกัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche) เท่านั้น เช่นเดียวกับทุเรียน

อุปสรรคด้านอุปสงค์ต่อมังคุด สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ทราบวิธีรับประทานมังคุด
- 2) มังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตมีราคาแพงมาก การบริโภคมังคุดจึงไม่เป็นที่นิยม แต่จะจำกัดในตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche)

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของมังคุดน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของมังคุดไม่มากนัก กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยอยู่ใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้

อุปสรรคด้านอุปทานของมังคุด สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) การอุปโภคบริโภคมังคุดตามมาตรฐานการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นมีต้นทุนสูง ส่งผลให้มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงมาก และทำให้เนื้อมังคุดเสียหาย
- 2) มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นบางส่วนไม่มีคุณภาพ เช่น มีสารเคมีตกค้าง มีปัญหาที่เนื้อมังคุด
- 3) การตรวจสอบคุณภาพมังคุดในเบื้องต้นยังคงใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งอาจจะมีโอกาสผิดพลาดได้
- 4) ช่วงเวลาที่มีการวางจำหน่ายมังคุดในประเทศญี่ปุ่น จะมีการวางจำหน่ายผลไม้นำเข้าอื่น ๆ ด้วย เช่น เชอร์รี่จากสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาจากราคาและโอกาสที่จะได้มังคุดที่ไม่มีคุณภาพ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงเลือกเชอร์รี่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกามากกว่ามังคุดนำเข้าจากประเทศไทย
- 5) เนื่องจากมังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตของประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงมาก ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงคาดหวังว่าจะได้รับประทานมังคุดที่มีคุณภาพดี อย่างไรก็ตาม คุณภาพของมังคุดไม่

สามารถควบคุมได้ เช่น การมีมังคุดที่เสียแล้วปนไปกับมังคุดที่ดี การที่เนื้อมังคุดมียางสีเหลืองที่
ให้รสชาติขม ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของมังคุดเสียหายได้ง่ายมาก

- 6) ผลผลิตมังคุดจากประเทศไทยไม่มีความสม่ำเสมอ
- 7) การปลูกมังคุดเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของประเทศญี่ปุ่นทำได้ยาก เนื่องจากความผันผวนของ
สภาพอากาศและสภาพแวดล้อม และการดูแลรักษาที่ยุ่งยาก
- 8) การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อรายได้ของผู้ส่งออก

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การที่ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าโดยสามารถส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไป
ประเทศญี่ปุ่นด้วยอัตราภาษีร้อยละ 0 มีส่วนช่วยเพิ่มการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท อย่างไรก็ตาม การส่งออก
ผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ก็ยังมีอุปสรรคในตลาดญี่ปุ่นทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของ
ประเทศไทยจึงควรพิจารณาดำเนินการนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดอุปสรรคและเพื่อสนับสนุนการ
ส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 มาตรการด้านอุปสงค์

เนื่องจากผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมากนัก หน่วยงานภาครัฐของ
ประเทศไทย เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สามารถ
ช่วยดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น โดยเฉพาะมะม่วง
พันธุ์น้ำดอกไม้ มะม่วงพันธุ์มหาชนก และกล้วยหอม ซึ่งอุปสงค์จริงยังคงน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้

หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยข้างต้นสามารถช่วยทำการตลาด ในช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นเป็น
เจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์จะ
ส่งผลทางบวกในวงกว้างเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ และที่สำคัญการดำเนินการนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์
การค้าผลไม้ครบวงจรด้านที่ 4 ของกระทรวงพาณิชย์

2.2 มาตรการด้านอุปทาน

มาตรการด้านอุปทานของแต่ละประเภทผลไม้มีความแตกต่างกัน ซึ่งมาตรการด้านอุปทานที่ควรได้รับ
การพิจารณาจากหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย จำแนกได้เป็นดังนี้

(1) การอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment)

ทางการญี่ปุ่นกำหนดให้มะม่วงและมังคุดที่จะส่งออกประเทศญี่ปุ่นจะต้องผ่านการอบไอน้ำ ซึ่งเป็น
วิธีการควบคุมศัตรูพืช (pests) เช่น แมลงวันผลไม้ โดยไม่ใช้สารเคมี เพื่อให้มั่นใจว่า ไข่หรือตัวอ่อนของแมลง
หรือศัตรูพืช โดยเฉพาะแมลงวันผลไม้ ที่อาจติดอยู่กับผลไม้จากประเทศผู้ส่งออกถูกกำจัดโดยผ่านการฆ่าเชื้อ

และไม่สามารถเติบโตหรือเพิ่มจำนวนได้ ก่อนส่งออกมายังประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ กระบวนการและขั้นตอนการอบไอน้ำจะต้องดำเนินการร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นและเจ้าหน้าที่จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทย ดังนั้นการอบไอน้ำจึงส่งผลให้ต้นทุนของมะม่วงที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการรอให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นหมุนเวียนมาดำเนินการอบไอน้ำ

กรมวิชาการเกษตร สามารถเจรจาเพื่อให้ทางการญี่ปุ่นพิจารณาปรับข้อกำหนดที่ระบุว่า เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นจะต้องควบคุม ดูแล และตรวจสอบ การอบไอน้ำทุกขั้นตอนด้วยตนเอง โดยพิจารณาทางเลือก ดังนี้

- 1) เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบ เฉพาะการอบไอน้ำตอนเปิดฤดูกาลของการส่งออกมะม่วง หลังจากนั้นให้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการต่อ
- 2) เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบ เฉพาะการอบไอน้ำตอนเปิดฤดูกาลของการส่งออกมะม่วง หลังจากนั้นให้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการต่อ โดยเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นร่วมดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ในลักษณะเวลาจริง (real time)
- 3) กำหนดให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่จะมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบนั้น มาทำงานในลักษณะถาวร แทนที่จะมาเฉพาะฤดูกาลส่งออกมะม่วง โดยเปลี่ยนค่าตอบแทนเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นเป็นค่าตอบแทนรายเดือน ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายเรื่องค่าเดินทางและค่าที่พัก ตลอดจนช่วยให้การบริหารจัดการเวลาในการให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นไปควบคุม ดูแล และตรวจสอบการอบไอน้ำมีประสิทธิภาพมากขึ้น และที่สำคัญเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นยังสามารถดำเนินการร่วมกับเจ้าหน้าที่จากประเทศไทยในทุกขั้นตอน

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยอาจพิจารณาเจรจาปรับเปลี่ยน การวิจัยหาทางเลือกอื่นในการรักษาคุณภาพผลไม้ เช่น วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) แทนวิธีการอบไอน้ำ (vapor heat treatment) หากผลการวิจัยพบว่า วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) สามารถรักษาคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด ก็จะสามารถช่วยลดต้นทุนในการส่งออก และช่วยทำให้ปริมาณการส่งออกมะม่วงและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นได้

(2) โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)”

กรมวิชาการเกษตรสามารถพิจารณาปรับเปลี่ยนขั้นตอนของโครงการ control measure ตลอดจนเอกสารหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วมโครงการ control measure เพื่อลดระยะเวลาการพิจารณาอนุมัติให้ผู้ส่งออกเข้าร่วมโครงการ control measure ซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกมะม่วง กล้วย และมังคุด มีความรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ การนำทุเรียนเข้าร่วมโครงการ control measure จะต้องดำเนินการด้วยความระมัดระวัง

โดยทำการศึกษาหรือพูดคุยกับเกษตรกรหรือผู้ส่งออกทุเรียน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่า โครงการ control measure จะช่วยจุดใจหรือสนับสนุนให้ผู้ส่งออกทำการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น

(3) เอกสารประกอบการส่งออกและฐานข้อมูลการส่งออก

หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถเพิ่มช่องทางการยื่นเอกสารเพื่อประกอบการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยผ่านทางระบบออนไลน์ และปรับเป็นระบบออนไลน์ทั้งหมดในระยะเวลาถัดไป เนื่องจากวันหยุดทำการของประเทศไทยมีมาก โดยเฉพาะช่วงเดือนเมษายน ซึ่งคำสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า นอกจากจะเป็นการช่วยลดระยะเวลาในการเตรียมเอกสารและยื่นเอกสารแล้ว ระบบออนไลน์ยังทำให้หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีฐานข้อมูลเดียวกัน ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาในการพิจารณาระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกัน เช่น ช่วยเพิ่มความสะดวกในการตรวจเอกสารประกอบการส่งออกของกรมศุลกากร และช่วยเพิ่มความสะดวกในการยื่นเอกสารแสดงที่ด่านนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถลดขั้นตอนในการยื่นเอกสารประกอบการส่งออกเพื่อช่วยให้การส่งออกมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น เช่น

ตัวอย่างที่ 1

“ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ปีที่ 13” ลงวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2562 กำหนดให้ร้อยละ 70 เป็นโควตาสำหรับจัดสรรให้ผู้ส่งออกรายเก่าที่มีประวัติส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง โดยจะต้องแสดงประวัติการส่งออก 3 ปีย้อนหลังประกอบการพิจารณา นอกจากนี้ เมื่อมีการส่งออกแล้ว ผู้ที่ได้รับการจัดสรรโควตาทั้งรายเก่าและรายใหม่จะต้องรายงานผลการดำเนินงานให้กรมวิชาการเกษตรทราบ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการจัดสรรโควตาต่อไป ภายใน 15 วัน นับแต่วันส่งออก

จากตัวอย่างข้างต้น หากกรมวิชาการเกษตรมีข้อมูลการจัดสรรโควตากล้วยและประวัติการส่งออกกล้วยย้อนหลังอยู่แล้ว อาจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ส่งออกยื่นเอกสารประกอบ นอกจากนี้ การที่ข้อมูลดังกล่าวถูกรวบรวมจัดเก็บแยกกัน เช่น ที่กรมการค้าต่างประเทศและที่กรมศุลกากร ก็จะทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล หรือข้อมูลไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งทำให้การใช้ประโยชน์ของข้อมูลเพื่อการดำเนินนโยบายการศึกษา และการวิจัย อาจมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยจึงควรพิจารณาสร้างฐานข้อมูลเพื่อให้เป็นข้อมูลชุดเดียวกัน ซึ่งทุกหน่วยงานสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลนี้ได้

ตัวอย่างที่ 2

“ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการออกหนังสือรับรอง แสดงการได้รับสิทธิ ในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับกล้วยสด สับปะรดสด และเนื้อสุกรปรุงแต่ง ที่มีโควตาส่งออกตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่น สำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ปีการส่งออก 2562 พ.ศ. 2562” ลงวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2562 กำหนดว่า ผู้ที่ได้รับหนังสือรับรองจะต้อง รายงานการส่งออกต่อกองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ส่งออก สินค้าแต่ละครั้ง

จากตัวอย่างข้างต้น หากหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกชุด เดียวกัน กรมการค้าต่างประเทศอาจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ส่งออกรายงานการส่งออกดังกล่าว

(4) บทลงโทษเมื่อผลไม้ถูกตรวจพบสารเคมีตกค้าง

บทลงโทษที่ระบุว่า ทางการณ์ญี่ปุ่นจะปฏิเสธมะม่วงที่นำเข้าจากประเทศไทย เมื่อตรวจพบสารเคมี ตกค้างในมะม่วงครบ 2 ครั้ง ที่ด่านประเทศญี่ปุ่น มีความเข้มงวดมากเกินไป หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย อาจเจรจากับทางการญี่ปุ่น โดยเสนอให้กำหนดการตรวจพบสารเคมีตกค้างแยกเป็นรายปี เช่น การตรวจพบ สารเคมีตกค้าง 2 ครั้ง ซึ่งไม่ได้ตรวจพบในปีเดียวกัน จะไม่นับเป็น 2 ครั้ง

(5) อัตราแลกเปลี่ยน

จากการที่ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ใช้สกุลเงินเยนหรือสกุลเงินบาทเป็นหลักในการซื้อ ขายสินค้า ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณาปรับลดขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างสกุลเงิน บาทกับสกุลเงินเยน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออก เพราะผู้ส่งออกติดต่อเรื่องการทำธุรกรรม ทางการเงินระหว่างประเทศกับธนาคารของประเทศญี่ปุ่นที่มาเปิดสาขาในประเทศไทย แทนที่จะเป็นธนาคาร พาณิชย์ของประเทศไทย นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนให้ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าใช้สกุลเงินท้องถิ่นของตนเอง ในการทำการค้าระหว่างประเทศ และยังช่วยให้การบริหารเงินทุนสำรองระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพ เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณาดูแลความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนในรูป บาทต่อ 100 เยน เนื่องจากการแข็งค่าของสกุลเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยนอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท โดยเฉพาะการส่งออกมะม่วง

2.3 ความท้าทายเชิงนโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) สำหรับ ทุเรียนและมังคุดในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น เป็นความท้าทายเชิง นโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถึงแม้ว่าอุปสงค์จริงจะ

เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ แต่ปริมาณการส่งออกของทั้งทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นก็ยังน้อยมาก หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถดำเนินนโยบายหรือมาตรการเพื่อส่งเสริมให้อุปสงค์ที่สามารถเป็นได้สำหรับทุเรียนและมังคุดในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทุเรียนและมังคุดของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งสามารถดำเนินการในช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 พร้อมกันกับการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์มะม่วงและกล้วยหอม นอกจากนี้ เนื้อหาของการประชาสัมพันธ์สามารถทำเป็นเรื่องราว (story) เพื่อแสดงวิธีการปลูกเลือก วิธีการรับประทาน ตลอดจนคุณประโยชน์ของทุเรียนและมังคุด การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยเพิ่มทั้งอุปสงค์จริงและอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ ซึ่งจะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น

2.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ JTEPA

ถึงแม้ว่าการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA แต่สิทธิพิเศษดังกล่าวเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้แก่ผลไม้จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น เนื่องจากทางการญี่ปุ่นได้นำมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs) มาบังคับใช้กับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เช่น การกำหนดมาตรฐานปริมาณสารตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits : MRLs) ของสารเคมี ขั้นตอนและกระบวนการอบไอน้ำ

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น JTEPA ช่วยทำให้การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น แต่มาตรการอื่น ๆ ที่ทางการญี่ปุ่นนำมาบังคับใช้นั้นนับว่าเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก และมาตรการเหล่านี้ยังมีความเข้มข้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในบางครั้งทางการญี่ปุ่นบังคับใช้โดยไม่ได้มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าโดยเฉพาะปริมาณสารตกค้างสูงสุดของสารเคมีทางการเกษตร ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผู้ส่งออกและเกษตรกร ดังนั้นในการเจรจาทางการค้าเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขข้อถกเถียงทางการค้าภายใต้ JTEPA ทางการไทยควรเพิ่มความสำคัญกับการลดอุปสรรคทางการค้า โดยเฉพาะอุปสรรคทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าเกษตร รวมทั้งมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด กล่าวคือ คณะทำงานของทางการไทยควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคการเกษตร และควรมีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบายด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ การเตรียมความพร้อมของข้อมูลด้านมาตรการต่าง ๆ ที่ทางการญี่ปุ่นบังคับใช้กับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท รวมทั้งสินค้าเกษตรอื่น ๆ จากประเทศไทยไปญี่ปุ่น เช่น มูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้น จะเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้เพื่อเจรจาต่อรองทางการค้า

บทคัดย่อ

ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีนำเข้าประเทศญี่ปุ่นเป็นร้อยละ 0 แต่การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ไปประเทศญี่ปุ่นกลับลดลงในช่วงแรก และเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งนำไปสู่คำถามวิจัยว่าเหตุใดปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภทไปประเทศญี่ปุ่นไม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ภายใต้ JTEPA งานวิจัยนี้จึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท โดยใช้ข้อมูลสถิติ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ส่งออกในประเทศไทย ผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่น ตัวแทนจากกระทรวงพาณิชย์ และตัวแทนจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยพื้นที่ในการสำรวจในประเทศญี่ปุ่นครอบคลุม 2 พื้นที่ ได้แก่ (1) นครโอซากา (Osaka) และเมืองดอยรอบ และ (2) กรุงโตเกียว (Tokyo)

งานวิจัยพบว่าประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ทางทางญี่ปุ่นจึงมีความเข้มงวดในควบคุมตรวจสอบผักและผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้าประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ เงื่อนไขและมาตรการต่าง ๆ ที่นำมาบังคับใช้กับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภทจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นนับว่าเป็นมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Measures : NTMs) ยกตัวอย่างเช่น การกำหนดให้มะม่วงและมังคุด จะต้องผ่านการอบไอน้ำเพื่อให้มั่นใจว่าศัตรูพืช ที่อาจติดอยู่กับผลไม้ถูกกำจัดก่อนส่งออกมายังประเทศญี่ปุ่น อุปสรรคอีกประการหนึ่ง คือ การดำเนินการด้านเอกสารเพื่อการส่งออกของทางไทยยังไม่สามารถดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างสมบูรณ์ อุปสรรคอีกประการที่สำคัญ คือ การรับรู้ว่ามีผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยมาจำหน่ายมีอยู่อย่างจำกัด ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหรือผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นไม่ทราบว่ามีการนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศไทยเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถดำเนินนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดอุปสรรคและเพื่อสนับสนุนการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท โดย (1) เจจ่าเพื่อให้ทางญี่ปุ่นพิจารณาปรับเงื่อนไขและมาตรการต่าง ๆ ที่นำมาบังคับใช้กับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท โดยเฉพาะการอบไอน้ำ (2) เพิ่มช่องทางการยื่นเอกสารเพื่อประกอบการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยผ่านทางระบบออนไลน์ และปรับเป็นระบบออนไลน์ทั้งหมดในระยะเวลาถัดไป นอกจากจะเป็นการช่วยลดระยะเวลาในเตรียมเอกสารและยื่นเอกสารแล้วระบบออนไลน์ยังทำให้หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีฐานข้อมูลเดียวกัน และ (3) ช่วยทำการตลาดผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ มะม่วงพันธุ์มหาชนก และกล้วยหอม

Abstract

Under the JTEPA (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement), import tariffs on mangoes, durians, and mangosteen have been completely eliminated, while fresh bananas has been under the duty-free quota. However, the export volume of these fruits reduced at the early stage and started to increase in 2016. This leads to research questions: what are the problems and obstacles of exporting these Thai fruits, mangoes, bananas, durians, and mangosteen, to Japan under JTEPA? This research addresses the research question by using statistical data and data from in-depth interviews with experts: Thai exporters, Japanese importers, representatives from the Ministry of Commerce, and a representative from the Ministry of Agriculture and Cooperatives. The survey area in Japan covers (1) Osaka and surrounding cities and (2) Tokyo and surrounding cities.

The research finds that Japan has placed great importance on hygiene and phytosanitary by implementing strict control and inspection of vegetables and fruits that are imported to Japan. All measures that are applicable to the export of these Thai fruits, mangoes, bananas, durians, and mangosteen, could be considered Non-tariff Measures (NTMs). For example, mangoes and mangosteen from Thailand need to go through a Vapor Heat Treatment (VHT) system before exporting to Japan. Another obstacle is exporting documents cannot be processed online, which slows down the exporting process. Last but not least, the Japanese consumer perceptions that Thai fruits, especially fresh bananas, have been imported and sold in Japan is still limited.

Thai government agencies could implement policies or measures to reduce obstacles and to support exporting these four fruits as follows. First, Thai authorities could negotiate with Japanese authorities to adjust NTMs, especially the VHT system, that are applicable to exporting these Thai fruits. Second, the procedure of submitting exporting documents should be developed into the on-line system, which also creates the single exporting database for all related Thai authorities. Finally, Thai authorities could help marketing these Thai fruits in Japan, especially mangoes (Nam Dok Mai and Mahachaok varieties), and bananas.

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	11
1.3 แนวทางและขั้นตอนการดำเนินงาน	12
 บทที่ 2 สถานการณ์การผลิตและการค้าของ มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด	 14
2.1 มะม่วง	14
2.2 กล้วย	20
2.3 ทุเรียน	28
2.4 มังคุด	35
2.5 นโยบายด้านผลไม้ของประเทศไทย	42
 บทที่ 3 สถานการณ์การส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	 49
3.1 สิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น	49
3.2 กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin)	51
3.3 กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	53
3.4 สถานการณ์การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	62
3.5 สถานการณ์การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	70
3.6 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	79
3.7 สถานการณ์การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	87
 บทที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	 91
4.1 กรอบแนวคิดอุปสงค์-อุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential demand-supply) และอุปสงค์-อุปทานจริง (actual demand-supply)	91
4.2 มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs) และผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade : TBT) ต่อการค้าระหว่างประเทศ	95

บทที่ 5	มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่ประเทศญี่ปุ่นบังคับใช้กับการนำเข้ามะม่วง กัลย	
	ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทย	106
5.1	มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่ประเทศญี่ปุ่นบังคับใช้	106
5.2	การกักกันเพื่อตรวจสอบและขั้นตอนการตรวจสอบ	109
5.3	การบังคับใช้มาตรการตรวจสอบสารเคมีตกค้างกับผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ที่นำเข้าจากประเทศไทย	112
บทที่ 6	ผลการศึกษาการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	120
6.1	บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	120
6.2	บทวิเคราะห์ตลาดมะม่วงนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น	137
6.3	ผลการสำรวจภาคสนาม : มะม่วง	141
บทที่ 7	ผลการศึกษาการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	148
7.1	บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	148
7.2	บทวิเคราะห์ตลาดกล้วยหอมนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น	159
7.3	ผลการสำรวจภาคสนาม : กล้วยหอม	166
บทที่ 8	ผลการศึกษาการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	185
8.1	ผลการศึกษาภาคสนามของการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	185
8.2	ผลการศึกษาภาคสนามของการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น	189
8.3	ความท้าทายเชิงนโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทย ไปประเทศญี่ปุ่น	194
บทที่ 9	บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	196
9.1	บทสรุป	196
9.1	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	208
9.3	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ JTEPA	214
	เอกสารอ้างอิง	216

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิ JTEPA และ AJCEP	3
ตารางที่ 1.2 อัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกโดยรวมและรายหมวดสินค้า ก่อนและภายใต้ JTEPA	6
ตารางที่ 2.1 คุณค่าทางโภชนาการของมะม่วงน้ำดอกไม้สุก (ปริมาณต่อ 100 กรัม)	15
ตารางที่ 2.2 การผลิตและการค้ามะม่วงในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2561	17
ตารางที่ 2.3 คุณค่าทางโภชนาการของกล้วยหอม (ปริมาณต่อ 100 กรัม)	21
ตารางที่ 2.4 รหัสขนาดของกล้วยหอมทอง	23
ตารางที่ 2.5 การผลิตและการค้ากล้วยหอมในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2556-2562	25
ตารางที่ 2.6 คุณค่าทางโภชนาการของทุเรียนหมอนทอง (ปริมาณต่อ 100 กรัม)	29
ตารางที่ 2.7 การผลิตและการค้าทุเรียนในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562	31
ตารางที่ 2.8 คุณค่าทางโภชนาการของมังคุด	35
ตารางที่ 2.9 การผลิตและการค้ามังคุดในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562	38
ตารางที่ 3.1 ปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562	67
ตารางที่ 3.2 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจาก 5 ประเทศคู่ค้าหลัก ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562	76
ตารางที่ 3.3 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม และไต้หวัน ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562	76
ตารางที่ 3.4 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยและเวียดนาม ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562	84
ตารางที่ 4.1 ประเภทของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร	97
ตารางที่ 4.2 ผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคการค้า	104
ตารางที่ 5.1 รายชื่อของผู้ส่งออกมะม่วงของไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง (Chlorpyrifos และ Propiconazole)	113
ตารางที่ 5.2 รายชื่อของผู้ส่งออกกล้วยของไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง (Cypermethrin)	114
ตารางที่ 5.3 รายชื่อของผู้ส่งออกมังคุดของไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง (Imazalil)	115
ตารางที่ 5.4 สถิติการตรวจสอบและการตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วง กล้วย และมังคุด ของประเทศไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ปีงบประมาณ 2549-2561	115

ตารางที่ 5.5 สถิติการตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทย
ที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2549-2562

118

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 มูลค่าการค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562	1
ภาพที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทย จากประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562	2
ภาพที่ 1.3 ดุลการค้าระหว่างประเทศไทยกับญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562	4
ภาพที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นแยกตามหมวดสินค้า ในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562	5
ภาพที่ 1.5 มูลค่าการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	8
ภาพที่ 1.6 มูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	9
ภาพที่ 1.7 ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	9
ภาพที่ 1.8 มูลค่าการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	10
ภาพที่ 1.9 มูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	11
ภาพที่ 2.1 ปริมาณการส่งออกมะม่วงสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	18
ภาพที่ 2.2 ราคาส่งออกของมะม่วงของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	19
ภาพที่ 2.3 มูลค่าการส่งออกของมะม่วงของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	20
ภาพที่ 2.4 ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2561	26
ภาพที่ 2.5 ราคาส่งออกกล้วยหอมสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	26
ภาพที่ 2.6 ราคาส่งออกกล้วยหอมและปริมาณการส่งออกกล้วยหอมของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	27
ภาพที่ 2.7 มูลค่าการส่งออกกล้วยหอมสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	28
ภาพที่ 2.8 ปริมาณการบริโภคทุเรียนสดในประเทศและปริมาณการส่งออกทุเรียนสด ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	32
ภาพที่ 2.9 ราคาส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	33
ภาพที่ 2.10 ปริมาณการส่งออกและราคาส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2562	34
ภาพที่ 2.11 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	34
ภาพที่ 2.12 ปริมาณการส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562	40
ภาพที่ 2.13 ราคาส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2561	40
ภาพที่ 2.14 ราคาส่งออกและปริมาณการส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	41
ภาพที่ 2.15 มูลค่าการส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562	41
ภาพที่ 3.1 ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	62

ภาพที่ 3.2 ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	63
ภาพที่ 3.3 สัดส่วนปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	64
ภาพที่ 3.4 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	65
ภาพที่ 3.5 ราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และราคาส่งออกมะม่วง จากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	65
ภาพที่ 3.6 ปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	66
ภาพที่ 3.7 สัดส่วนปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	67
ภาพที่ 3.8 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	70
ภาพที่ 3.9 ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	71
ภาพที่ 3.10 ปริมาณการส่งออกกล้วยของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	71
ภาพที่ 3.11 สัดส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	72
ภาพที่ 3.12 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	73
ภาพที่ 3.13 ราคาส่งออกกล้วยไทยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและราคาส่งออกกล้วย จากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562	74
ภาพที่ 3.14 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	75
ภาพที่ 3.15 สัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศไทยจากประเทศฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ และเม็กซิโก ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	77
ภาพที่ 3.16 สัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศไทยจากประเทศกัวเตมาลา เปรู และไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	78
ภาพที่ 3.17 ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	80
ภาพที่ 3.18 ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	80
ภาพที่ 3.19 สัดส่วนปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	81
ภาพที่ 3.20 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	82

ภาพที่ 3.21 ราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและราคาส่งออกทุเรียน จากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	83
ภาพที่ 3.22 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562	84
ภาพที่ 3.23 สัดส่วนปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	85
ภาพที่ 3.24 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562	86
ภาพที่ 3.25 ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	87
ภาพที่ 3.26 ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	88
ภาพที่ 3.27 สัดส่วนปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	88
ภาพที่ 3.28 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	89
ภาพที่ 3.29 ราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562	90
ภาพที่ 4.1 เส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) และเส้นอุปสงค์จริง (actual demand)	92
ภาพที่ 4.2 เส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) และเส้นอุปทานจริง (actual supply)	93
ภาพที่ 4.3 จุดดุลยภาพในตลาดผลไม้นำเข้าของประเทศไทย	94
ภาพที่ 6.1 จุดดุลยภาพในตลาดมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น	137
ภาพที่ 7.1 จุดดุลยภาพในตลาดกล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น	161
ภาพที่ 8.1 จุดดุลยภาพในตลาดทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น	187
ภาพที่ 8.2 จุดดุลยภาพในตลาดมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น	192
ภาพที่ 8.3 จุดดุลยภาพที่ท้าทายในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น	195

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 3.1 การกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงเป็นร้อยละ 0 ของประเทศญี่ปุ่น	69
แผนภาพที่ 3.2 การกำหนดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยเป็นร้อยละ 0 ของประเทศญี่ปุ่น	79
แผนภาพที่ 3.3 การกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนเป็นร้อยละ 0 ของประเทศญี่ปุ่น	86
แผนภาพที่ 5.1 ขั้นตอนการกักกันสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรเพื่อตรวจสอบของประเทศญี่ปุ่น	110
แผนภาพที่ 5.2 ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าโดยกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่น	111

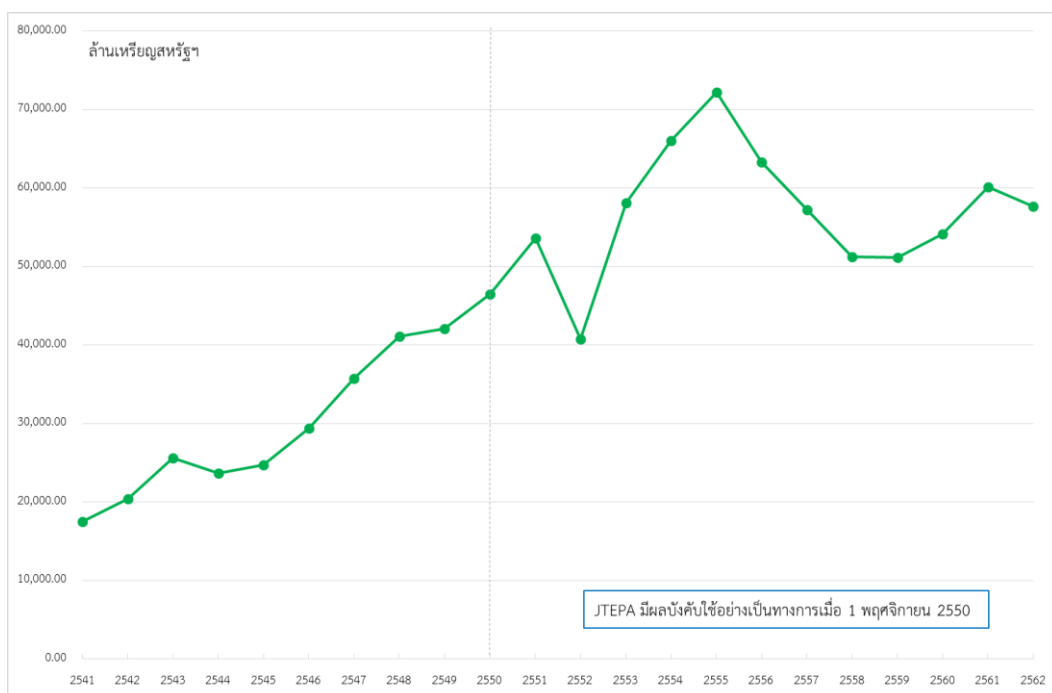
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง

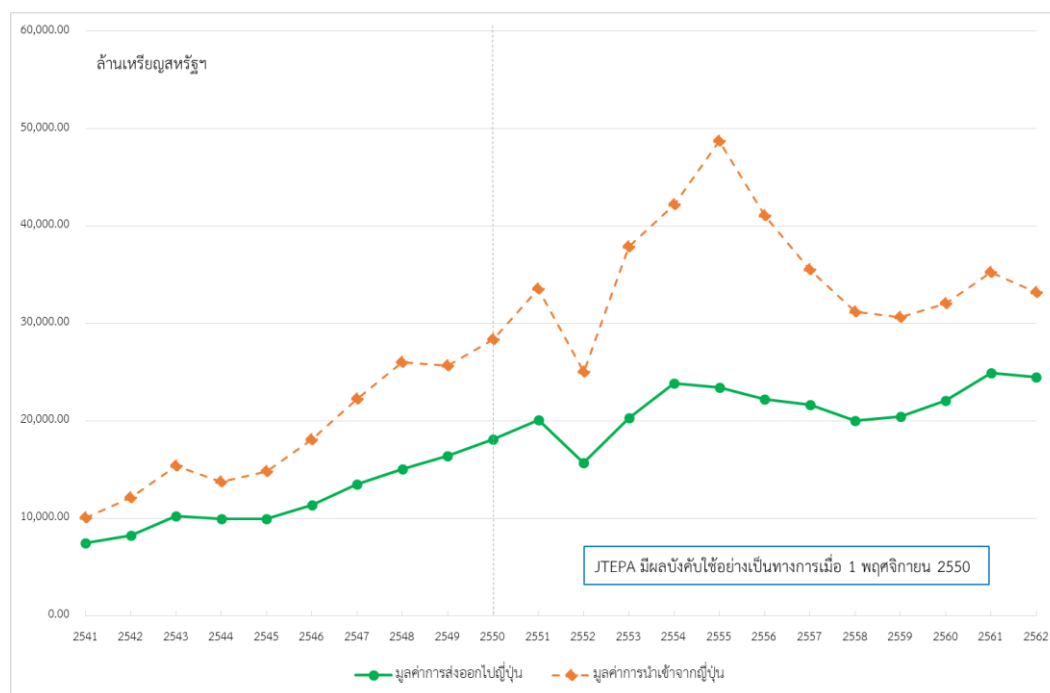
ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) เป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JTEPA มูลค่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 46,500.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 57,720.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.13 (ภาพที่ 1.1) ถึงแม้ว่าระดับ (level) ของมูลค่าการค้ารวมจะเพิ่มขึ้น แต่แนวโน้ม (trend) ของมูลค่าการค้ารวมไม่ได้เพิ่มขึ้น โดยมูลค่าการค้ารวมลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2556-2558 เมื่อพิจารณาการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในภาพที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 18,119.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 24,523.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.87 และเป็นที่น่าสังเกตว่า ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ประมาณ 20,000-25,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการส่งออกลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2555-2558 ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 แต่ก็ลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2562

ภาพที่ 1.1 มูลค่าการค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยจากประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 สอดคล้องกับการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA¹ ที่เพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2559-2562 (ตารางที่ 1.1) โดยการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิ JTEPA มีมูลค่า 6,336.81 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 และ 7,070.00 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA เพิ่มขึ้นร้อยละ 56.86 จาก 4,507.30 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2551 เป็น 7,070.00 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561 ในขณะที่มูลค่าการส่งออกรวมไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 22.05 ในช่วงเวลาเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2562 มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA เป็นอันดับที่ 3 ของมูลค่าการส่งออกที่ใช้สิทธิเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ที่ประเทศไทยทำไว้กับประเทศอื่น ๆ รองจากเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) และเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Area : ACFTA) ตามลำดับ² ถึงแม้ว่าการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP) จะเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 แต่มูลค่าการส่งออกก็ยังน้อยมากเมื่อ

¹ การส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิ FTA ประกอบด้วยความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (JTEPA) และความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP)

² มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA เป็นอันดับที่ 4 ของมูลค่าการส่งออกที่ใช้สิทธิ FTA มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 รองจากเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA) และความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) ตามลำดับ

เปรียบเทียบกับ การส่งออกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นโดยรวม และการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิ JTEPA

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิ JTEPA และ AJCEP

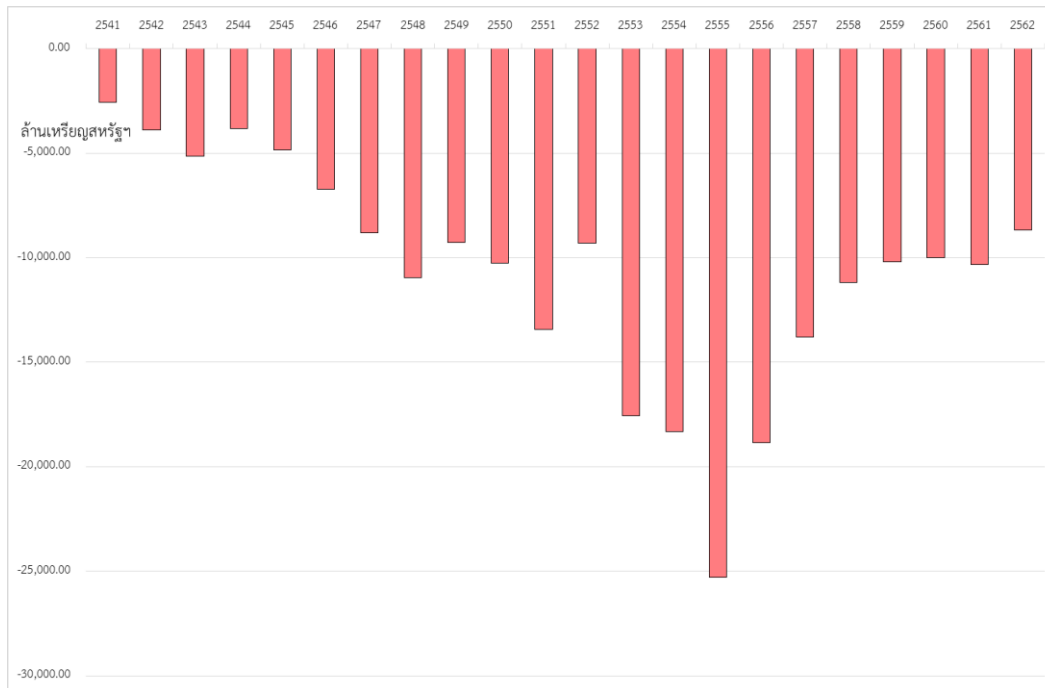
หน่วย : ล้านบาทสหรัฐ

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออกรวม	มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA	มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ AJCEP
2551	20,093.64	4,507.30	-
2552	15,723.81	4,258.56	1.07 (ม.ย.-ธ.ค.)
2553	20,308.29	4,771.79	25.99
2554	23,870.31	6,079.15	48.11
2555	23,445.08	6,254.18	56.09
2556	22,230.90	6,040.37	97.06
2557	21,698.41	6,237.54	67.61 (ม.ค. - มิ.ย.)
2558	20,054.91	6,336.81	161.14
2559	20,481.12	6,152.11	202.54
2560	22,066.54	6,723.62	216.02
2561	24,941.87	7,243.77	321.98
2562	24,523.65	7,070.00	386.30

ที่มา : กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำหรับการนำเข้านั้น ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ประเทศไทยนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 28,381.53 ล้านบาทสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 33,196.72 ล้านบาทสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.97 โดยมูลค่าการนำเข้าสูงสุดเป็น 48,737.55 ล้านบาทสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555 มูลค่าการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 แล้วจึงเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 ประเด็นสำคัญคือ มูลค่าการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นมากกว่ามูลค่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 และความแตกต่างเริ่มเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ส่งผลให้ประเทศไทยขาดดุลการค้ากับประเทศญี่ปุ่นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 (ภาพที่ 1.3) และตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ การขาดดุลการค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยไทยขาดดุลการค้ากับประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด คือ 25,292.47 ล้านบาทสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555

ภาพที่ 1.3 ดุลการค้าระหว่างประเทศไทยกับญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562

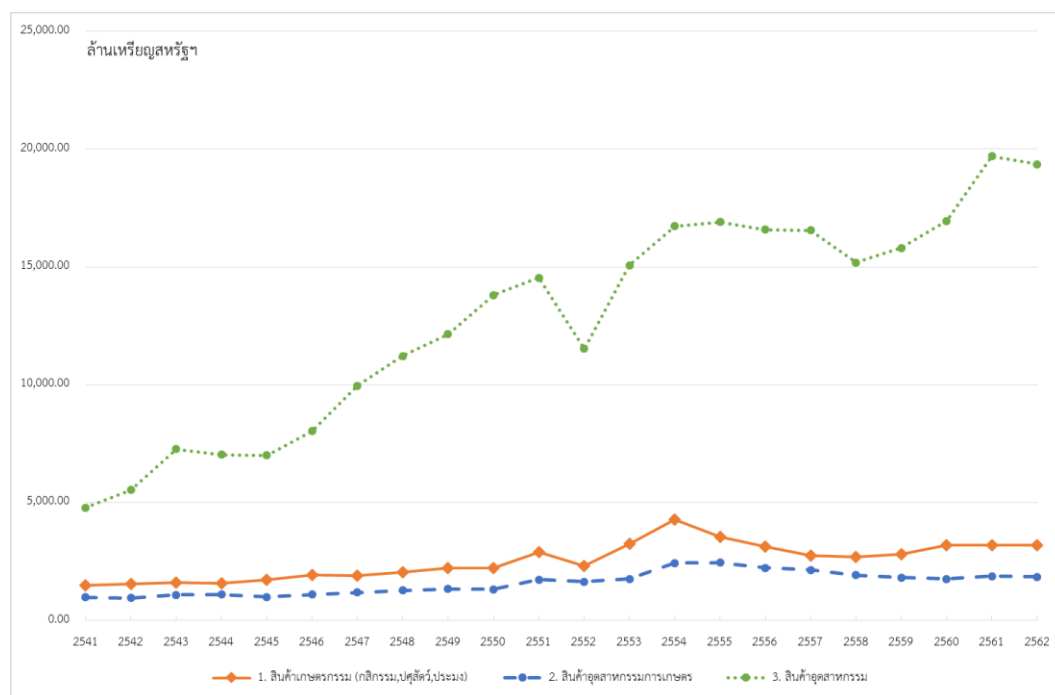


ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

เมื่อพิจารณาแยกรายหมวดสินค้า การส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นทั้ง 3 หมวดหลัก ซึ่งได้แก่ หมวดอุตสาหกรรม หมวดเกษตรกรรม และหมวดอุตสาหกรรมการเกษตร เพิ่มขึ้นภายใต้ JTEPA (ภาพที่ 1.4) โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดอุตสาหกรรมของไทยไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 13,806.27 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 19,357.30 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 การส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมมีสัดส่วนการส่งออกเป็นอันดับที่ 2³ โดยมีมูลค่า 2,215.07 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2550 และ 3,180.01 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 การส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมมีมูลค่าสูงสุดที่ 4,268.26 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2554 สำหรับหมวดอุตสาหกรรมการเกษตร มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1,326.84 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 1,874.99 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561 เป็นที่น่าสังเกตว่า มูลค่าการส่งออกของทั้ง 3 หมวดสินค้า ไม่มีแนวโน้ม (trend) เพิ่มขึ้นเป็นการถาวรภายใต้ JTEPA โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมมีมูลค่าสูงสุดในปี พ.ศ. 2554 โดยมีมูลค่า 4,268.26 ล้านบาท และก็มีมูลค่าลดลงมาโดยตลอด จนเริ่มเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559

³ สิริทิพย์ นรินทรศิลป์ (2561) อภิปรายการปกป้องตลาดสินค้าเกษตรของญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA

ภาพที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นแยกตามหมวดสินค้าในช่วงปี พ.ศ. 2541-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น (ตารางที่ 1.2) มูลค่าการส่งออกรวมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.63 ต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2550 อัตราการเติบโตเฉลี่ยดังกล่าวลดลงเหลือเพียงร้อยละ 3.34 ต่อปี ภายใต้ JTEPA ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2562 และเมื่อพิจารณาแยกรายหมวดสินค้า การส่งออกสินค้าหมวดอุตสาหกรรมมีอัตราการเติบโตลดลงเช่นกัน จากเฉลี่ยร้อยละ 12.95 ต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2550 เหลือเพียงเฉลี่ยร้อยละ 3.57 ต่อปี ภายใต้ JTEPA ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2562 ในขณะที่การส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมเป็นเพียงหมวดเดียวที่เติบโตเพิ่มขึ้น โดยการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงที่สุดภายใต้ JTEPA โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.79 ต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2562 ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการที่สาระสำคัญของ JTEPA ครอบคลุมข้อตกลงการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นไว้ด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่า การที่ประเทศญี่ปุ่นเปิดตลาดสินค้าเกษตรให้แก่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นนั้น ส่งผลให้การส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นทั้งในเชิงมูลค่าการส่งออกและอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 1.2 อัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกโดยรวมและรายการหมวดสินค้า ก่อนและภายใต้ JTEPA

หน่วย : ร้อยละ

	ก่อน JTEPA (ปี พ.ศ. 2542-2550)	ภายใต้ JTEPA (ปี พ.ศ. 2551-2562)
การส่งออกรวม	10.63	3.34
หมวดสินค้าอุตสาหกรรม	12.95	3.57
หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร	3.67	3.71
หมวดสินค้าเกษตรกรรม (กสิกรรม, ปศุสัตว์, ประมง)	4.59	4.79

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภายใต้ JTEPA ประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศไทยในการส่งออกสินค้าเกษตร 7 ประเภท^{4, 5} ซึ่งผลไม้เป็นหนึ่งในสินค้า 7 ประเภtdังกล่าว ผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิในการลดภาษีเป็นร้อยละ 0 แก่ไทย ได้แก่ อินทผลัม อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง มังคุดทั้งสดและอบแห้ง กล้วยอบแห้ง องุ่นอบแห้ง มะละกอสด ราสเบอร์รี่ แครนเบอร์รี่ กุสเบอร์รี่ ทูเรียน และลูกพรุน ในขณะที่กล้วยสดและสับปะรดสดเป็นสินค้าที่ไม่ถูกลดภาษีให้เป็นร้อยละ 0 แต่ถูกจำกัดโควตาปลอดภาษีในการส่งออก โดยที่

- กล้วยสดถูกกำหนดโควตาปลอดภาษี 4,000 ตันในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 1,000 ตัน จนเป็น 8,000 ตัน ในปีที่ 5 หากไทยส่งออกเกินกว่าที่โควตาที่กำหนด จะต้องเสียภาษีนำเข้าให้แก่ประเทศญี่ปุ่นในอัตราร้อยละ 10 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 กันยายน และอัตราร้อยละ 20 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 มีนาคม ของปีถัดไป
- สับปะรดสดถูกกำหนดโควตาปลอดภาษี 100 ตัน ในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 50 ตัน จนเป็น 300 ตัน ในปีที่ 5 หากไทยส่งออกเกินกว่าที่โควตาที่กำหนด จะต้องเสียภาษีนำเข้าให้แก่ประเทศญี่ปุ่นในอัตราร้อยละ 17 นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่นยังกำหนดเงื่อนไขว่า สับปะรดสดที่นำเข้าต้องเป็น สับปะรดขนาดเล็ก มีน้ำหนักต่ำกว่า 900 กรัม

⁴ สินค้าเกษตร 7 ประเภท ที่ญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษแก่ไทยภายใต้ JTEPA ได้แก่ เนื้อสัตว์ ประมง ผัก ผลไม้ ธัญพืช อาหารปรุงแต่ง และผลิตภัณฑ์นม

⁵ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2554)

ข้อกำหนดเรื่องสิทธิพิเศษในการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยข้างต้นเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้แก่ผลไม้จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น เนื่องจากทางการญี่ปุ่นได้กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน โดยการจำกัดชนิดของผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าจากประเทศไทย กล่าวคือ

- 1) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 9 ชนิด ได้แก่ มะม่วง มังคุด ทูเรียน สับปะรด มะพร้าว กล้วย ส้มโอ⁶ สละ และมะขามหวาน
- 2) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 7 พันธุ์ ได้แก่ หนั่งกลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรต เขียวเสวย และโชคอนันต์
- 3) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของส้มโอนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 1 พันธุ์ คือ ทองดี

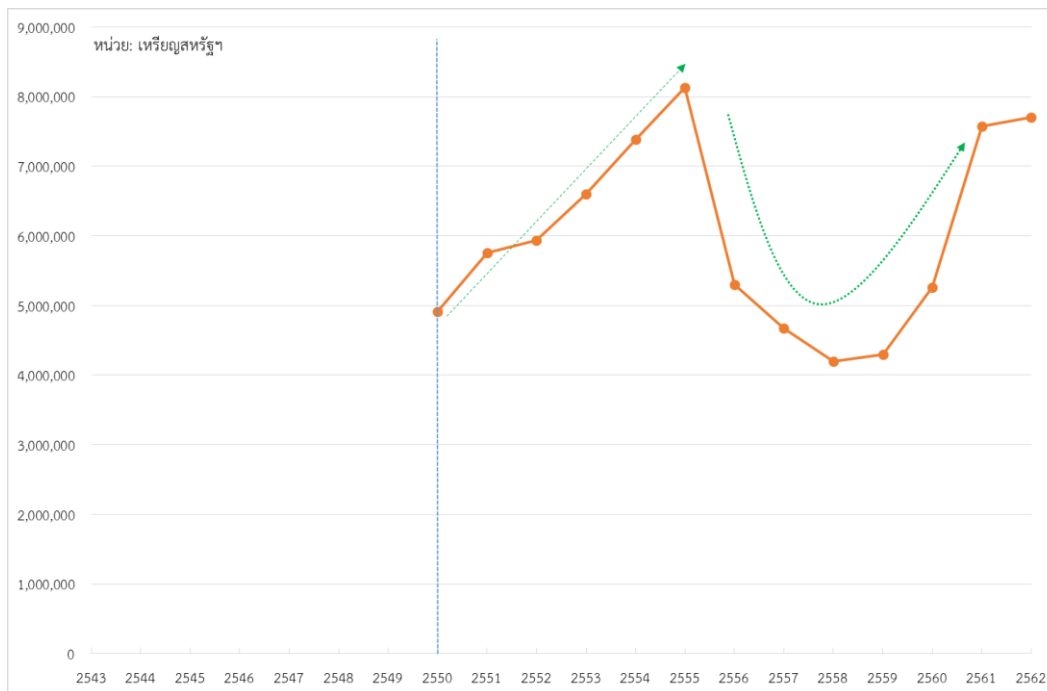
งานวิจัยนี้เลือกศึกษาผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด 3 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งได้แก่ มะม่วง กล้วย และทุเรียน โดยการส่งออกมะม่วง กล้วย และทุเรียน ไปประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่า 7,577,001 เหรียญสหรัฐ⁶ 2,134,494 เหรียญสหรัฐ⁶ และ 1,318,382 เหรียญสหรัฐ⁶ ตามลำดับ นอกจากนี้ งานวิจัยจะศึกษาการส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากมังคุดได้รับการยกย่องว่าเป็น “ราชินีผลไม้ของไทย” โดยมูลค่าการส่งออกมังคุดเป็น 387,888 เหรียญสหรัฐ⁶ ในปี พ.ศ. 2561 การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น มีลักษณะน่าสนใจในตัวเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

มูลค่าการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2555 แต่กลับลดลงอย่างมากจาก 8,125,864 เหรียญสหรัฐ⁶ ในปี พ.ศ. 2555 เป็น 5,302,146 เหรียญสหรัฐ⁶ ในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งคิดเป็นการลดลงร้อยละ 34.75 และยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2558 มูลค่าการส่งออกมะม่วงจึงเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 จนล่าสุดในปี พ.ศ. 2561 มูลค่าการส่งออกมะม่วงอยู่ที่ 7,701,109 เหรียญสหรัฐ⁶ แต่ยังคงน้อยกว่ามูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2555 ประเด็นที่น่าสนใจ คือ เหตุใดการส่งออกมะม่วงของไทยไปญี่ปุ่นจึงลดลงอย่างมากในปี พ.ศ. 2556 และมูลค่าการส่งออกมะม่วงจะกลับมาสู่แนวโน้มเดิมก่อนการลดลงในปี พ.ศ. 2556 ได้หรือไม่

⁶ ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าส้มโอจากประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 อ้างอิงจาก สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว (2555)

ภาพที่ 1.5 มูลค่าการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



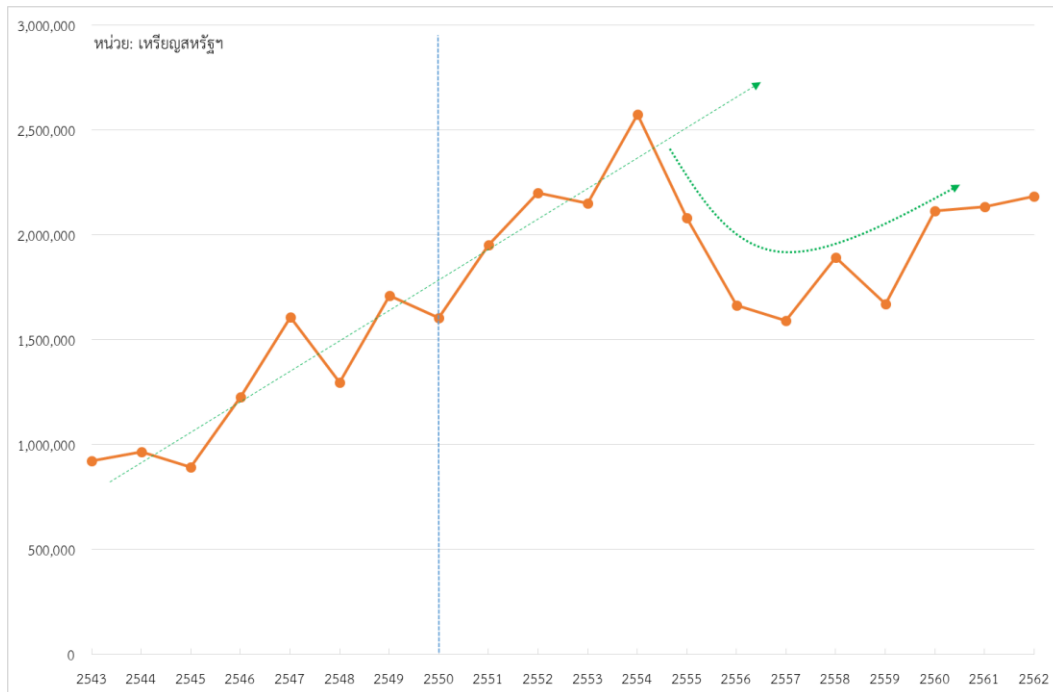
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(2) การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ภาพที่ 1.6 แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 1,605,584 เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 2,574,134 เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นมูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่สูงที่สุดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 แต่มูลค่าการส่งออกกล้วยกลับลดลงร้อยละ 19.20 ในปี พ.ศ. 2555 และยังคงลดลงต่อเนื่องอีก 2 ปี แล้วจึงเริ่มเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2558 แต่มูลค่าการส่งออกยังคงน้อยกว่ามูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2554 ทั้งนี้ การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่า 2,182,271 เหรียญสหรัฐ

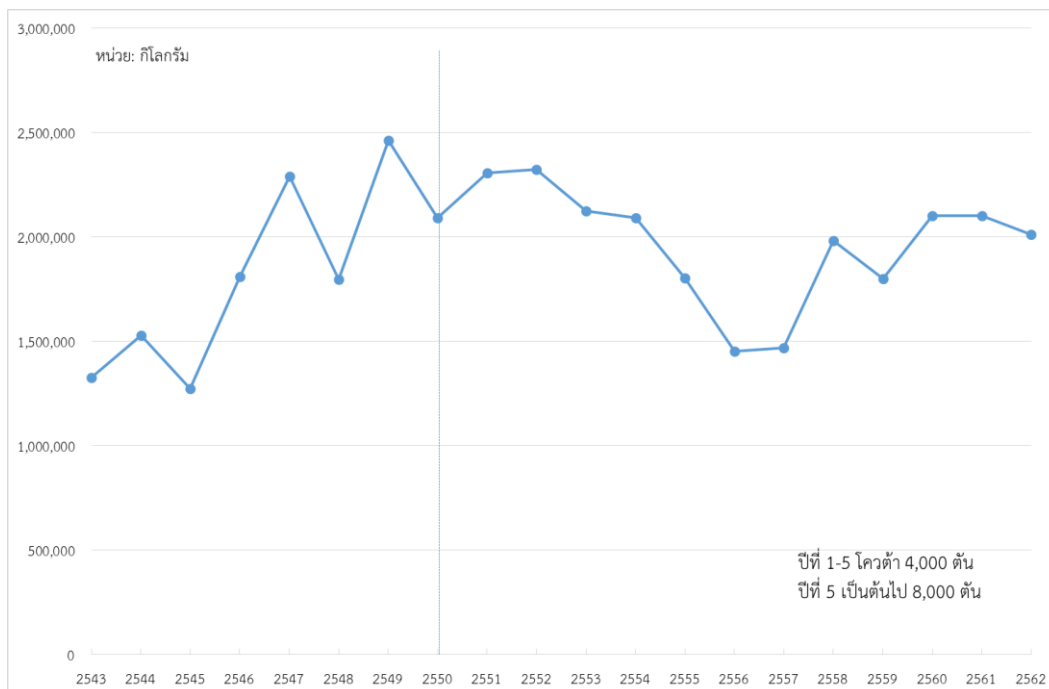
นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า ถึงแม้ประเทศญี่ปุ่นจะกำหนดโควตาที่ไม่เสียภาษีสำหรับการนำเข้ากล้วยจากประเทศไทย แต่ปริมาณการส่งออกจริงก็ยังไม่เคยถึงเพดานโควตาตามที่กำหนดไว้ภายใต้ JTEPA ที่ 4,000 ตันต่อปี ในช่วงปีที่ 1 - 4 (ปี พ.ศ. 2550-2553) และ 8,000 ตันต่อปี ตั้งแต่ปีที่ 5 (ปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นไป) โดยปริมาณการส่งออกสูงสุดภายใต้ JTEPA คือ 2,323.27 ตัน ในปี พ.ศ. 2552 ดังแสดงในภาพที่ 1.7 และลดลงเหลือเพียง 2,011.82 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 ประเด็นที่น่าสนใจ คือ เหตุใดปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจึงไม่เพิ่มขึ้น และ ยังไม่ถึงเพดานโควตาที่ได้รับภายใต้ JTEPA

ภาพที่ 1.6 มูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 1.7 ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562

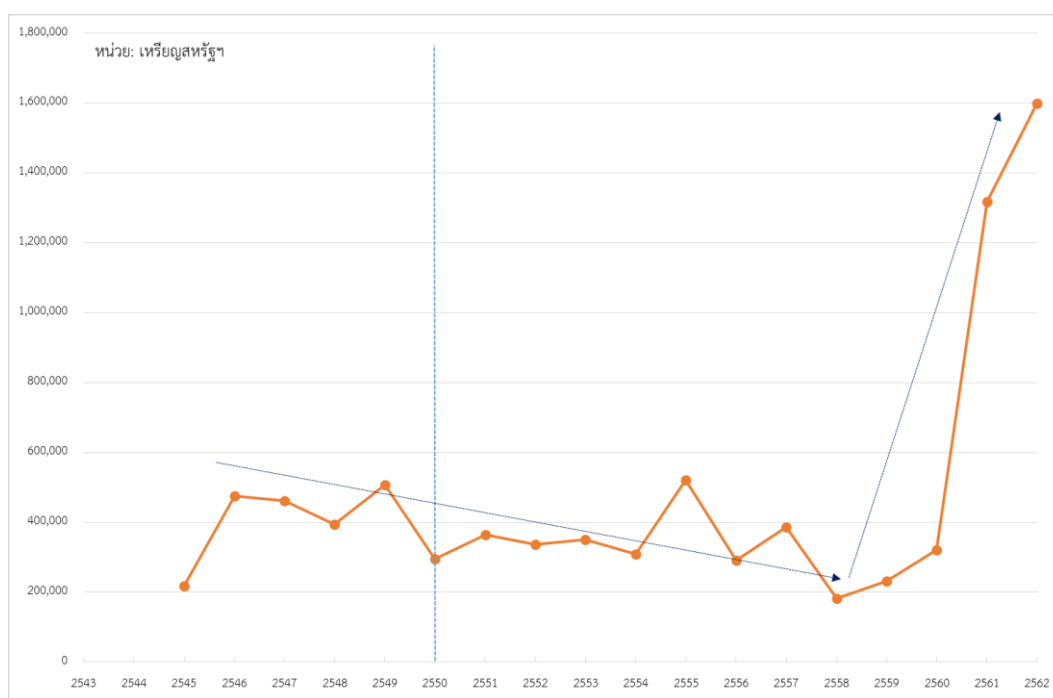


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(3) การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีประเด็นน่าสนใจ คือ มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลงมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ดังแสดงในภาพที่ 1.8 และจะเห็นว่า การที่ประเทศญี่ปุ่นลดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเป็นร้อยละ 0 ไม่ได้ช่วยให้สถานการณ์การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นดีขึ้น โดยมูลค่าการส่งออกทุเรียนยังคงมีแนวโน้มลดลงภายหลัง JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 ทั้งนี้ มูลค่าการส่งออกต่ำสุด คือ 181,966 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2558 หลังจากนั้น มูลค่าการส่งออกทุเรียนก็เพิ่มขึ้น และเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดร้อยละ 310.17 จาก 321,427 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2560 เป็น 1,318,382 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2561 และยังคงเพิ่มขึ้นเป็น 1,598,446 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ประเด็นที่น่าสนใจ คือ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างถาวรจนนำไปสู่แนวโน้มใหม่ของการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่

ภาพที่ 1.8 มูลค่าการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562



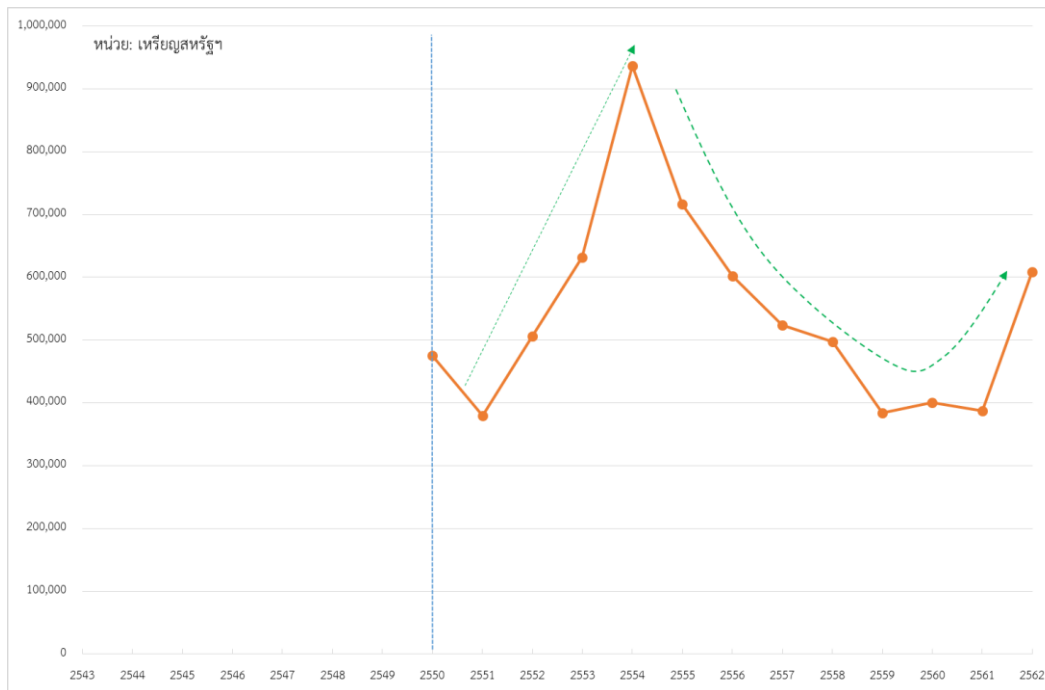
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(4) การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

การส่งออกมังคุดมีลักษณะคล้ายกับการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นภายหลัง JTEPA มีผลบังคับใช้ติดต่อกัน 3 ปี หลังจากนั้นจึงลดลงมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ดังแสดงในภาพที่ 1.9 มูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดที่ 936,938 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2554 และลดลงมาต่ำสุดที่ 384,498 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2559 อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกมังคุดเพิ่มขึ้นร้อยละ 56.90 จาก 387,888 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2561 เป็น 608,582 เหรียญสหรัฐฯ ในปี

พ.ศ. 2562 ประเด็นที่น่าสนใจ คือ การเพิ่มขึ้นนี้จะเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างถาวรจนนำไปสู่แนวโน้มใหม่ของการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่

ภาพที่ 1.9 มูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากข้อมูลสถิติการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภทข้างต้น ทำให้เกิดประเด็นคำถามวิจัยว่า เหตุใดมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ซึ่งนับว่าเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมในหลายประเทศ กลับไม่สามารถได้รับความนิยมในตลาดญี่ปุ่น และเหตุใดการลดอัตราภาษีนำเข้าเป็นร้อยละ 0 ให้แก่ผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยทั้ง 4 ประเภท ภายใต้ JTEPA จึงไม่สามารถสนับสนุนให้การส่งออกผลไม้จากประเทศไทยทั้ง 4 ประเภท เพิ่มขึ้นอย่างถาวร งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่า สิ่งใดเป็นปัญหาหรืออุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยจะศึกษาครอบคลุมทั้งด้านการส่งออกของประเทศไทยที่เป็นด้านอุปทานของผลไม้ และด้านการนำเข้าของประเทศไทยที่เป็นด้านอุปสงค์ต่อผลไม้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ข้อ ดังนี้

- 1) ศึกษาสถานการณ์การส่งออกผลไม้ของประเทศไทย 4 ประเภท ได้แก่ มะม่วง กัลยัม ทุเรียน และ มังคุด ไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA
- 2) ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคของการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ของจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA

- 3) ศึกษาและวิเคราะห์เชื่อมโยงผลการศึกษาเพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการแก้ปัญหาหรืออุปสรรคของการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA

1.3 แนวทางและขั้นตอนการดำเนินงาน

ส่วนนี้อธิบายแนวทาง/ขั้นตอนการดำเนินของโครงการวิจัยนี้ ซึ่งประกอบด้วย (1) ขอบเขตการศึกษา และ (2) ขั้นตอนการดำเนินงาน

(1) ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้ศึกษาสถานการณ์การส่งออกผลไม้ไทย 4 ประเภท ได้แก่ มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA โดยจะมุ่งไปที่มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ กล้วยหอมทอง และทุเรียนพันธุ์หมอนทอง โดยงานวิจัยนี้จะศึกษาจากข้อมูลสถิติที่เผยแพร่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ทีมวิจัยจะสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยทั้ง 4 ประเภท ทั้งตัวแทนผู้ค้า (trader) ของประเทศไทยและญี่ปุ่น ตัวแทนจากกระทรวงพาณิชย์ และตัวแทนจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พื้นที่ในการสำรวจในประเทศญี่ปุ่นจะครอบคลุม 2 พื้นที่ ได้แก่ (1) นครโอซากา (Osaka) และเมืองโดยรอบ และ (2) กรุงโตเกียว (Tokyo)

(2) ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานตามโครงการวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ตามกรอบแนวคิดของการศึกษาที่อธิบายไว้ข้างต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

ศึกษาสถานการณ์การส่งออกผลไม้ของไทย 4 ประเภท ได้แก่ มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA โดยมุ่งไปที่ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ กล้วยหอมทอง และทุเรียนพันธุ์หมอนทอง

ขั้นตอนการศึกษาเป็นดังนี้

1. ศึกษาและทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาสถานการณ์การส่งออกผลไม้ของไทย 4 ประเภท ในเบื้องต้น
2. รวบรวมและจัดทำข้อมูลสถิติโดยใช้ข้อมูลสถิติที่เผยแพร่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วจึงนำมาศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การเขียนรายงานสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกผลไม้ของไทย 4 ประเภท

ขั้นตอนที่ 2

ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคของการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ของไทยไปญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA ขั้นตอนการศึกษาเป็นดังนี้

1. สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ของไทยทั้ง 4 ประเภท ทั้งตัวแทนผู้ค้า (trader) ของไทยและญี่ปุ่น ตัวแทนจากกระทรวงพาณิชย์ และตัวแทนจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประเด็นการสัมภาษณ์จะครอบคลุมสถานการณ์การส่งออกในอดีต ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ตลอดจนข้อเสนอแนะเพื่อแก้ปัญหาและขจัดอุปสรรคดังกล่าว
2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อนำไปสู่การเขียนรายงานปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ของไทยทั้ง 4 ประเภท และเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ขั้นตอนที่ 3

ศึกษาและวิเคราะห์เชื่อมโยงผลการศึกษาเพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การศึกษาในขั้นตอนนี้ ดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และ 2 เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการแก้ปัญหาหรือขจัดอุปสรรคที่มีต่อการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ของไทยไปญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA

บทที่ 2

สถานการณ์การผลิตและการค้าของ มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด

บทนี้อภิปรายข้อมูลพื้นฐาน คุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งสถานการณ์การผลิตและการค้า ของ มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด นอกจากนี้ บทนี้อภิปรายนโยบายและมาตรการด้านผลไม้ของไทย ได้แก่ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยและยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย และยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร

2.1 มะม่วง

2.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของมะม่วง

มะม่วงเป็นไม้ผลที่สามารถปลูกได้ทั่วทุกภาคของประเทศไทย มะม่วงพันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้าเพื่อจำหน่ายในรูปผลิตผลสดจัดแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก¹ คือ มะม่วงผลดิบและมะม่วงผลสุก มะม่วงผลดิบพันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้า เช่น เขียวเสวย ฟาลัน แรต มั่นขุนศรี มั่นเดือนแก้ว เขียวมรกต สำหรับมะม่วงผลสุกพันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้า เช่น น้ำดอกไม้สีทอง อกร่อง มหาชนก นวลคำ โชคอนันต์ ม่วงทองคำ

แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของมะม่วงในแต่ละภาค² คือ

- ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่
- ภาคกลาง ได้แก่ สุพรรณบุรี อุทัยธานี และพิษณุโลก
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ นครราชสีมา เลย และอุดรธานี
- ภาคตะวันตก ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์
- ภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา

มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เป็นพันธุ์ที่ได้รับความนิยมทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้มีถิ่นดั้งเดิมอยู่จังหวัดสมุทรปราการ แต่สามารถปลูกได้ทุกภาคของประเทศไทย มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เป็นมะม่วงพันธุ์รับประทานสุก มะม่วงน้ำดอกไม้มี 2 สายพันธุ์หลัก คือ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้และมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้สีทอง มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้สีทองเป็นพันธุ์ที่กลายจากพันธุ์น้ำดอกไม้ โดยมีผิวผลเหลืองทองทั้งผลตั้งแต่อยู่บนต้น และมีลักษณะพิเศษกว่ามะม่วงน้ำดอกไม้ คือ เปลือกหนากว่า จึงทนทานต่อการขนส่งมากกว่า มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้สีทองเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น เกาหลี จีน และญี่ปุ่น เนื่องจากมีรสชาติหวาน มีกลิ่นหอม และมีสีส้มสวยงาม

มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เมื่อสุกจะอุดมไปด้วยสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น คาร์โบไฮเดรต โปรตีน วิตามิน และเกลือแร่ต่าง ๆ โดยเฉพาะโพแทสเซียมและเบต้าแคโรทีน ดังแสดงในตารางที่ 2.1

¹ อ้างอิงจากมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 5-2558

² รวบรวมจากสารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2555-2561

ตารางที่ 2.1 คุณค่าทางโภชนาการของมะม่วงน้ำดอกไม้สุก (ปริมาณต่อ 100 กรัม)

พลังงาน (kcal)	79
น้ำ (กรัม)	80
โปรตีน (กรัม)	0.6
ไขมัน (กรัม)	0.2
คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	18.5
ใยอาหาร (กรัม)	0.8
เกลือ (กรัม)	0.4
โซเดียม (มิลลิกรัม)	2
โพแทสเซียม (มิลลิกรัม)	197
แมกนีเซียม (มิลลิกรัม)	8
แคลเซียม (มิลลิกรัม)	4
ฟอสฟอรัส (มิลลิกรัม)	16
ไอโอดีน (ไมโครกรัม)	1.6
เบต้าแคโรทีน (ไมโครกรัม)	878
วิตามินซี (ไมโครกรัม)	15
น้ำตาล (กรัม)	15

ที่มา : กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ (2553)

2.1.2 คุณภาพและมาตรฐานของมะม่วง

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดมาตรฐานของมะม่วงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัยในระดับชาติและระดับสากล ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 5-2558 ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

(1) ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

(1.1) คุณภาพขั้นต่ำ

มะม่วงทุกชั้นคุณภาพต้องเป็นไปตามข้อกำหนด เช่น

- เป็นมะม่วงทั้งผล มีข้อผลหรือไม่มีข้อติดผลอยู่ ถ้ามีข้อผลต้องมีความยาวไม่เกิน 1.5 เซนติเมตร
- สภาพดี ไม่มีรอยขีด หรือไม่เน่าเสียที่ทำให้ไม่เหมาะสมกับการบริโภค
- สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้

(1.2) การแบ่งชั้นคุณภาพ

มะม่วงตามมาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพ ดังนี้

(1.2.1) ชั้นพิเศษ (Extra Class)

มะม่วงชั้นนี้มีคุณภาพดีที่สุด ไม่มีความผิดปกติด้านรูปร่าง ไม่มีตำหนิที่ผิว ในกรณีที่มีความผิดปกติหรือตำหนิ ต้องมองเห็นได้ไม่ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อรูปลักษณ์ทั่วไปและคุณภาพเนื้อมะม่วง

(1.2.2) ชั้นหนึ่ง (Class I)

มะม่วงชั้นนี้มีคุณภาพดี อาจมีความผิดปกติหรือตำหนิได้เล็กน้อย ทั้งนี้ ความผิดปกติหรือตำหนิดังกล่าวจะต้องไม่มีผลกระทบต่อรูปลักษณ์ทั่วไปและคุณภาพเนื้อมะม่วง

(1.2.3) ชั้นสอง (Class II)

มะม่วงในชั้นนี้รวมมะม่วงที่มีคุณภาพไม่เข้าชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพตามข้อกำหนดขั้นต่ำ มะม่วงในชั้นนี้มีความผิดปกติหรือตำหนิได้ ทั้งนี้ ความผิดปกติหรือตำหนิดังกล่าวจะต้องไม่มีผลกระทบต่อรูปลักษณ์ทั่วไปและคุณภาพเนื้อมะม่วง

(2) การบรรจุหีบห่อ

มะม่วงที่บรรจุในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องมีความสม่ำเสมอทั้งในเรื่องพันธุ์ คุณภาพ ขนาด และสี ภาชนะบรรจุต้องมีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ และมีคุณสมบัติทนทานต่อการขนส่ง รักษามะม่วงได้ รวมทั้งต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงปลอม

(3) สารปนเปื้อน

ชนิดและปริมาณสารปนเปื้อนในมะม่วงให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(4) สารพิษตกค้าง

ชนิดและปริมาณสารพิษตกค้างในมะม่วงให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง : ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (มกษ. 9002) และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง : ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (มกษ. 9003)

(5) สุขลักษณะ

มะม่วงต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกสุขลักษณะ โดยปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) ที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่องการปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด หรือมาตรฐานอื่นที่เทียบเท่า (มกษ. 9035)

2.1.3 สถานการณ์การผลิตและการค้าของมะม่วง

(1) สถานการณ์การผลิตและการค้ามะม่วงในประเทศ

จากตารางที่ 2.2 เนื้อที่ให้ผลของมะม่วงลดลงจาก 1,979,842 ไร่ ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 1,972,518 ไร่ ในปี พ.ศ. 2561 อย่างไรก็ตาม ผลผลิตกลับเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.14 จาก 2,759,900 ตัน ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 3,122,497 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.39 ในปี พ.ศ. 2560 เนื่องจากปริมาณน้ำฝนและสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการออกดอกติดผล โดยผลผลิตมะม่วงมากกว่าร้อยละ 96 ถูกนำมาใช้เพื่อบริโภคในประเทศ

ในขณะที่ราคา (มะม่วงคละ) ที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2557-2559 และลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2560-2561 โดยราคา (มะม่วงคละ) สูงสุดที่เกษตรกรขายได้อยู่ที่ 35,980 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2559 อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าราคา (มะม่วงคละ) ที่เกษตรกรขายได้จะลดลงเป็น 29,750 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2561 แต่ยังคงสูงกว่าราคา (มะม่วงคละ) ที่เกษตรกรขายได้ 22,132 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2557 อยู่ร้อยละ 34.42

ตารางที่ 2.2 การผลิตและการค้ามะม่วงในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2561

	2557	2558	2559	2560	2561
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	1,979,842	1,971,370	1,964,662	1,967,904	1,972,518
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		-0.43	-0.34	0.17	0.23
ผลผลิต (ตัน)	2,759,900	2,582,495	2,559,955	2,877,075	3,122,497
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		-6.43	-0.87	12.39	8.53
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัน) - มะม่วงคละ	22,132	26,430	35,980	32,770	29,750
ปริมาณการใช้ในประเทศ (ตัน)	2,670,935	2,511,420	2,488,867	2,803,603	3,005,025
สัดส่วนการใช้ในประเทศต่อผลผลิต (ร้อยละ)	96.78	97.25	97.22	97.45	96.24

ที่มา : สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2557-2561

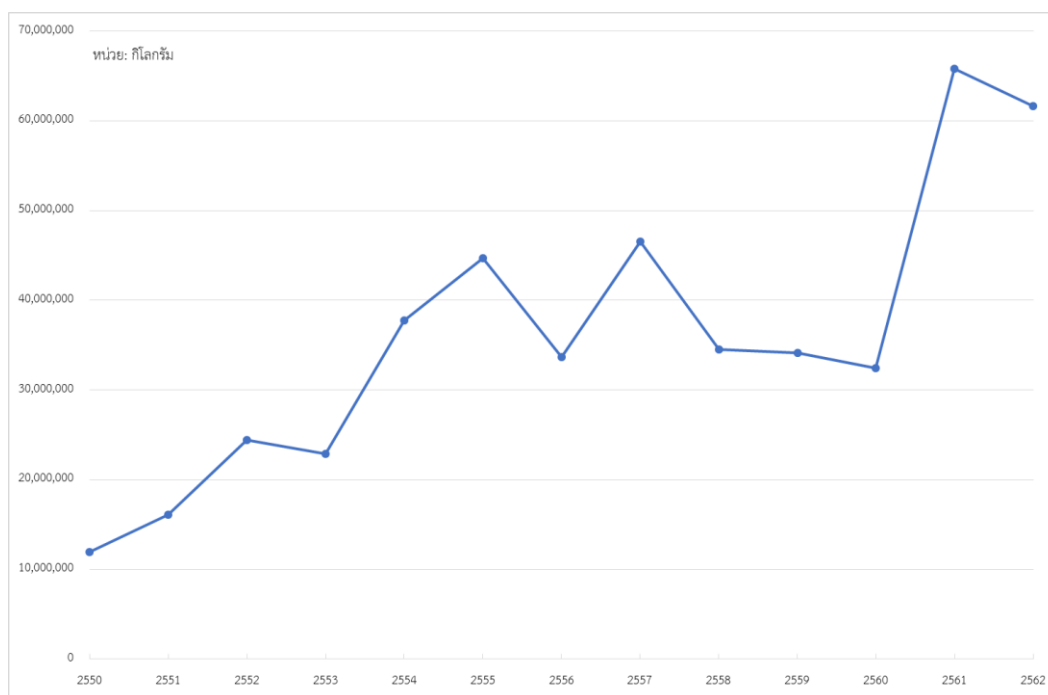
หมายเหตุ: สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2562 ไม่ปรากฏข้อมูลของมะม่วง

การที่ผลผลิตมะม่วงในประเทศเพิ่มขึ้น และราคามะม่วงที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นนั้น สะท้อนว่าอุปสงค์ต่อมะม่วงเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด และเป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนให้ทั้งปริมาณผลผลิตมะม่วงและราคาของมะม่วงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2557-2559

(2) สถานการณ์การค้ามะม่วงในต่างประเทศ

ปริมาณการส่งออกมะม่วงของไทยเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2555 (ภาพที่ 2.1) โดยเพิ่มขึ้นจาก 11,910 ตันในปี พ.ศ. 2550 เป็น 44,700 ตัน ในปี พ.ศ. 2555 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 275.31) อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมะม่วงลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 และเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2561 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 103.05 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ซึ่งปริมาณการส่งออกมะม่วงเป็น 65,793 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 และ 32,403 ตัน ในปี พ.ศ. 2560 ในขณะที่ปริมาณการส่งออกมะม่วงในปี พ.ศ. 2562 ลดลงร้อยละ 6.31 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยลดลงเป็น 61,645 ตัน ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งออกมะม่วงของประเทศไทย โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ คือ ประเทศเกาหลีใต้

ภาพที่ 2.1 ปริมาณการส่งออกมะม่วงสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562

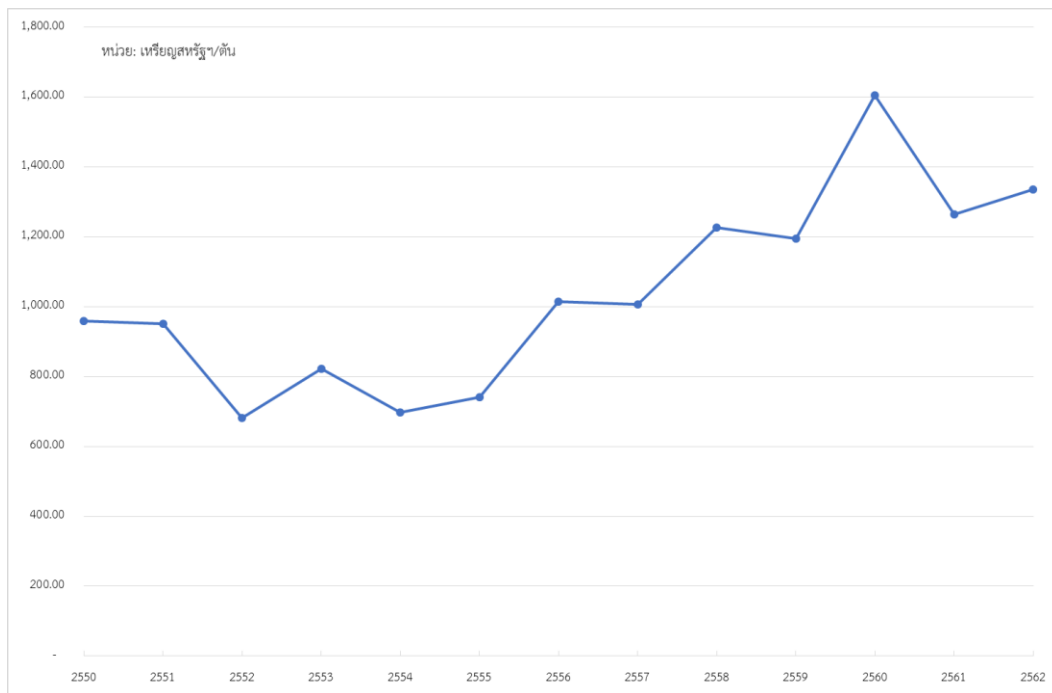


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หากพิจารณาภาพที่ 2.2 ราคาส่งออกมะม่วงของประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 959.85 เหรียญสหรัฐต่อดัน ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 1,604.81 เหรียญสหรัฐต่อดัน ในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นราคาส่งออกที่สูงสุด แต่ในปี พ.ศ. 2561 ราคาส่งออกมะม่วงกลับลดลงร้อยละ 21.25 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 โดยลดลงเป็น 1,263.80 เหรียญสหรัฐต่อดัน มูลค่าการส่งออกมะม่วงของประเทศไทยเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2557 และกลับมา

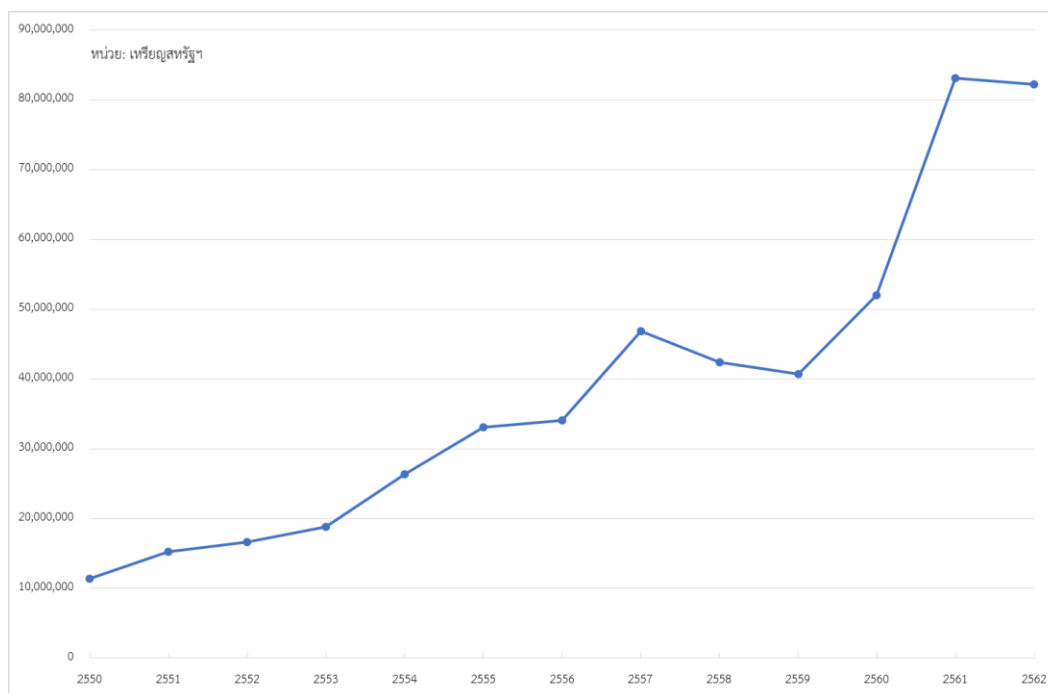
เพิ่มขึ้นอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2560-2561 (ภาพที่ 2.3) โดยมูลค่าการส่งออกมีค่าสูงสุดเป็น 83,149,865 เหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2561

ภาพที่ 2.2 ราคาส่งออกของมะม่วงของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกและปริมาณการส่งออก โดยใช้ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.3 มูลค่าการส่งออกของมะม่วงของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.2 กล้วย

2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของกล้วย

กล้วยเป็นพืชล้มลุกที่สามารถปลูกได้ทั่วทุกภาคของประเทศไทย โดยเฉพาะกล้วยหอมและกล้วยไข่ และกล้วยทั้ง 2 ประเภทนี้ ก็มีศักยภาพในการผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งงานวิจัยนี้จะศึกษาเพียงกล้วยหอม กล้วยหอมเป็นพืชที่ชอบอากาศร้อนชื้น จึงเหมาะสมกับการปลูกในประเทศไทย ทั้งพันธุ์กล้วยหอมเขียว (พันธุ์คาเวนดิช; Cavendish) และพันธุ์กล้วยหอมทอง (พันธุ์กรอสมิเชล; Gros Michel) กล้วยหอมเขียวเมื่อผลสุกจะมีสีเขียวอมเหลืองหรือเหลืองอมเขียว ในขณะที่กล้วยหอมทองเมื่อผลสุกจะมีสีเหลืองทอง กล้วยหอมทองเป็นพันธุ์ที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ เนื่องจากมีกลิ่นหอมหวาน

แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของกล้วยหอมในแต่ละภาค³ คือ

- ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่
- ภาคกลาง ได้แก่ สระบุรี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา และปทุมธานี
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ หนองคาย
- ภาคตะวันตก ได้แก่ เพชรบุรี
- ภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี
- ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพรและสุราษฎร์ธานี

³ รวบรวมจากสารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2555-2561

กล้วยหอมเป็นผลไม้ที่ให้พลังงานสูง และเป็นแหล่งอาหารที่คุณค่าทางโภชนาการ เพราะอุดมไปด้วยสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต วิตามิน และเกลือแร่ต่าง ๆ เช่น เบต้าแคโรทีน วิตามินซี ฟอสฟอรัส แคลเซียม และธาตุเหล็ก ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 คุณค่าทางโภชนาการของกล้วยหอม (ปริมาณต่อ 100 กรัม)

พลังงาน (kcal)	132	แคลเซียม (มิลลิกรัม)	26
น้ำ (กรัม)	66	ฟอสฟอรัส (มิลลิกรัม)	46
โปรตีน (กรัม)	0.9	เหล็ก (มิลลิกรัม)	0.80
ไขมัน (กรัม)	0.2	เบต้าแคโรทีน (ไมโครกรัม)	99
คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	31.7	วิตามินซี (มิลลิกรัม)	27
ใยอาหาร (กรัม)	1.9	น้ำตาล (กรัม)	18
เถ้า (กรัม)	0.9		

ที่มา : กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ (2553)

กล้วยหอมทองได้รับการวิจัยพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มวิจัย SMART Food Innovation Thammasat University (SMART- FIT TU) ได้ศึกษาและวิจัยเรื่อง 'กล้วยหอมทอง' อย่างครบวงจรตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร โดยมุ่งเน้นที่การยกระดับระบบการปลูกกล้วยหอมทองให้เป็นแบบฟาร์มอัจฉริยะ ตลอดจนการบรรจุหีบห่อเพื่อยืดอายุการเก็บรักษากลายหอมทองทั้งผล เพื่อการขนส่งและการจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภค รวมถึงการส่งออกต่างประเทศ⁴

กล้วยหอมทองเป็นพืชที่ต้องการธาตุอาหารมาก การติดผลจะมากหรือน้อยจึงขึ้นอยู่กับอาหารและน้ำที่ได้รับ กล้วยหอมทองจะเริ่มแทงปลีออกมาหลังจากปลูกประมาณ 10 เดือน เมื่อกล้วยแทงปลีจนสุดให้ตัดปลีทิ้ง หรือจะตัดปลีหลังจากปลีโผล่มาประมาณ 10-12 วัน ถ้าไม่มีการตัดปลีกล้วยทั้งผลกล้วยจะเจริญเติบโตไม่เต็มที่ หลังจากตัดปลีประมาณ 90-110 วัน กล้วยจะแก่พอดี⁵ พื้นที่ 1 ไร่ ของกล้วยหอมทองจะมีหน่อจำนวน 400 หน่อ ซึ่งจะได้ผลผลิตประมาณ 400 เครือ โดยราคาขายประมาณ 70-90 บาทต่อเครือ ดังนั้นเกษตรกรจะมีรายได้ประมาณ 28,000-36,000 บาทต่อไร่ ในขณะที่ต้นทุนการปลูกกล้วยหอม 1 ไร่ จะอยู่ที่ประมาณ 15,040 บาทต่อไร่ รายได้หักต้นทุน (รายได้สุทธิ) จะอยู่ที่ประมาณ 12,960-20,960 บาทต่อไร่ต่อรุ่นการผลิต (crop)⁶

⁴ สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.facebook.com/Foodsciencetu/posts/1972957302787344/>

⁵ สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <https://kaijeaw.com/การปลูกกล้วยหอมทอง-2/>

⁶ สหกรณ์กล้วยหอมทองปลอดสารเคมี จังหวัดชุมพร จำกัด สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.facebook.com/ShkrnKlwyHxmThxngPlxdSarKhemiCanghwadChumphrCakad/posts/418305608278297/>

2.2.2 คุณภาพและมาตรฐานของกล้วยหอม

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดมาตรฐานของกล้วย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับสากล เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและส่งเสริมการส่งออก ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช. 0006-2548 ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

(1) ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

(1.1) คุณภาพขั้นต่ำ

กล้วยทุกชั้นคุณภาพต้องมีคุณภาพดังต่อไปนี้ (เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้) เช่น

- เป็นกล้วยครบทั้งผล
- เนื้อแน่น
- มีความสด ผลไม่เน่าเสีย ซึ่งไม่เหมาะสมในการบริโภค
- สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้
- ไม่มีรอยชำที่เด่นชัด
- ไม่มีความเสียหายของผลผลิตเนื่องจากศัตรูพืช ยกเว้นความเสียหายนั้นไม่กระทบต่อคุณภาพการบริโภค

กล้วยที่เป็นหวีและหวีแบ่ง ต้องมีข้อกำหนดเพิ่มเติม คือ ขั้วหวีมีสภาพสมบูรณ์ รอยตัดด้านขวางเรียบ สะอาด ไม่ฉีกขาด ไม่มีบาดแผลจากการตัดแต่งที่มีผลกระทบต่อรูปลักษณ์ผลิตผล

(1.2) การแบ่งชั้นคุณภาพ

กล้วยตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาตินี้ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพ คือ

(1.2.1) ชั้นพิเศษ (Extra Class)

ผลกล้วยในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดีที่สุด มีลักษณะรูปทรง สี และรสชาติตรงตามพันธุ์ ผลไม่มีรอยตำหนิ ยกเว้นมีรอยตำหนิผิวเผินเพียงเล็กน้อย ซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อลักษณะโดยทั่วไปของผล คุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงในบรรจุภัณฑ์

(1.2.2) ชั้นหนึ่ง (Class I)

ผลกล้วยในชั้นนี้มีคุณภาพดี มีลักษณะรูปทรง สี และรสชาติตรงตามพันธุ์ ผลมีตำหนิด้านสีหรือรูปร่างผลได้เล็กน้อย ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อลักษณะทั่วไปของผล คุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงในบรรจุภัณฑ์ ผิวมีตำหนิได้เล็กน้อยจากการเสียดสี หรืออื่น ๆ โดยรวมได้ไม่เกิน 2 ตารางเซนติเมตร (cm^2) ของพื้นที่ผิวทั้งหมด และตำหนิดังกล่าวต้องไม่มีผลต่อเนื้อกล้วย

(1.2.3) ชั้นสอง (Class II)

ชั้นนี้รวมกล้วยที่มีคุณภาพไม่เข้าขั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพชั้นต่ำดังข้อ 1.1 มีตำหนิ ด้านรูปร่าง หรือสีผิดปกติได้บ้าง โดยกล้วยยังคงลักษณะที่สำคัญ เช่น คุณภาพ และคุณภาพการเก็บรักษา ผิวมีตำหนิอันเนื่องจากแผลเป็นหรือการเสียดสี ความเสียหายดังกล่าว โดยรวมไม่เกิน 4 ตารางเซนติเมตร (cm²) ของพื้นที่ผิวทั้งหมด และตำหนิดังกล่าวต้องไม่มีผลต่อเนื้อกล้วย

(2) ขนาด

(2.1) ขนาดของกล้วยหอมทองจะพิจารณาจากน้ำหนักผล ความยาวผล หรือเส้นผ่านศูนย์กลาง อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังแสดงในตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 รหัสขนาดของกล้วยหอมทอง

รหัสขนาด	น้ำหนักผล (กรัม)	ความยาวผล (เซนติเมตร)	เส้นผ่านศูนย์กลาง (เซนติเมตร)
1	> 230	> 24	> 4.6
2	> 200-230	> 22-24	> 4.3-4.6
3	> 170-200	> 20-22	> 4.0-4.3
4	> 140-170	> 18-20	> 3.6-4.0
5	> 110-140	> 16-18	> 3.3-3.6
6	> 80-110	> 14-16	> 3.0-3.3
7	70-80	12-14	2.8-3.0

ที่มา : มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช. 0006- 2548

(2.2) วิธีการเลือกผลกล้วยในการวัดขนาดความยาวและเส้นผ่านศูนย์กลาง

- กรณีเป็นหวี ให้ใช้ผลเดี่ยว หรือผลใดผลหนึ่งของผลคู่ที่อยู่กึ่งกลางของหวีแฉวนอก
- กรณีเป็นหวีแบ่ง ให้ใช้ผลเดี่ยวที่ติดกับรอยตัดหวี และอยู่แฉวนอกของหวีแบ่ง กรณีที่หวีแบ่งนั้นมีรอยตัดสองข้าง ให้ใช้ค่าเฉลี่ยที่วัดจากผลที่ติดกับรอยตัดหวีทั้งสองข้าง และอยู่แฉวนอกของหวีแบ่ง

(2.3) วิธีวัดขนาดของผลกล้วย

- ความยาวของผลกล้วย ให้วัดจากส่วนโค้งด้านนอกจากปลายผลถึงฐานข้อผล
- เส้นผ่านศูนย์กลางของผลกล้วย ให้วัดจากส่วนที่กว้างที่สุดของผลกล้วย
- น้ำหนักผลกล้วย ให้คำนวณจากน้ำหนักผลกล้วยทั้งหวีหารด้วยจำนวนผลกล้วย

(3) สารปนเปื้อน

ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง สารปนเปื้อน

(4) สารพิษตกค้าง

ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง สารพิษตกค้าง

(5) สุขลักษณะ

การเก็บเกี่ยว การปฏิบัติต่อกล้วยในขั้นตอนต่าง ๆ รวมถึงการเก็บรักษา และการขนส่งกล้วย ต้องปฏิบัติตามสุขลักษณะ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนที่จะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค

2.2.3 สถานการณ์การผลิตและการค้าของกล้วยหอม

(1) สถานการณ์การผลิตและการค้ากล้วยหอมในประเทศ

จากตารางที่ 2.5 เนื้อที่ให้ผลของกล้วยหอมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2562 โดยเนื้อที่ให้ผลเป็น 32,796 ไร่ ในปี พ.ศ. 2556 แต่ลดลงในปี พ.ศ. 2560 และเพิ่มขึ้นจนเป็น 38,019 ไร่ ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.85 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ในขณะที่ผลผลิตกล้วยหอมในประเทศไทยลดลงจาก 132,266 ตัน ในปี พ.ศ. 2556 จนกระทั่งเป็น 101,985 ตัน ในปี พ.ศ. 2559 หรือลดลงร้อยละ 10.48 เมื่อเทียบกับผลผลิตในปี พ.ศ. 2558 หลังจากนั้น ผลผลิตเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560-2562 ซึ่งผลผลิตในปี พ.ศ. 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.54 โดยผลผลิตกล้วยหอมส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 95 ถูกนำมาใช้เพื่อบริโภคในประเทศ ยกเว้นในปี พ.ศ. 2560 และ 2561 ที่สัดส่วนการบริโภคในประเทศเป็นร้อยละ 94.36 และ 92.61 ตามลำดับ

หากพิจารณาราคากกล้วยหอมทองขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ในตารางที่ 2.5 เกษตรกรขายกล้วยหอมทองขนาดใหญ่ได้ราคาสูงขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2559 เกษตรกรสามารถขายได้ราคาสูงสุดเป็น 12,777 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2559 และปรับตัวลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 โดยราคาลดลงมาอยู่ที่ 9,830 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งลดลงร้อยละ 16.13 เมื่อเทียบกับราคาในปี พ.ศ. 2560 แต่ราคาก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.36 ในปี พ.ศ. 2562

ทั้งนี้ ปริมาณผลผลิตกล้วยหอมและราคากกล้วยหอมทองที่เกษตรกรขายเคลื่อนไหวในทิศทางตรงข้าม (ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างผลผลิตและราคา คือ -0.64) ซึ่งอาจอนุมานได้ว่า อุปทานของกล้วยหอมเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดดุลยภาพในตลาดกล้วยหอม

ตารางที่ 2.5 การผลิตและการค้ากล้วยหอมในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2556-2562

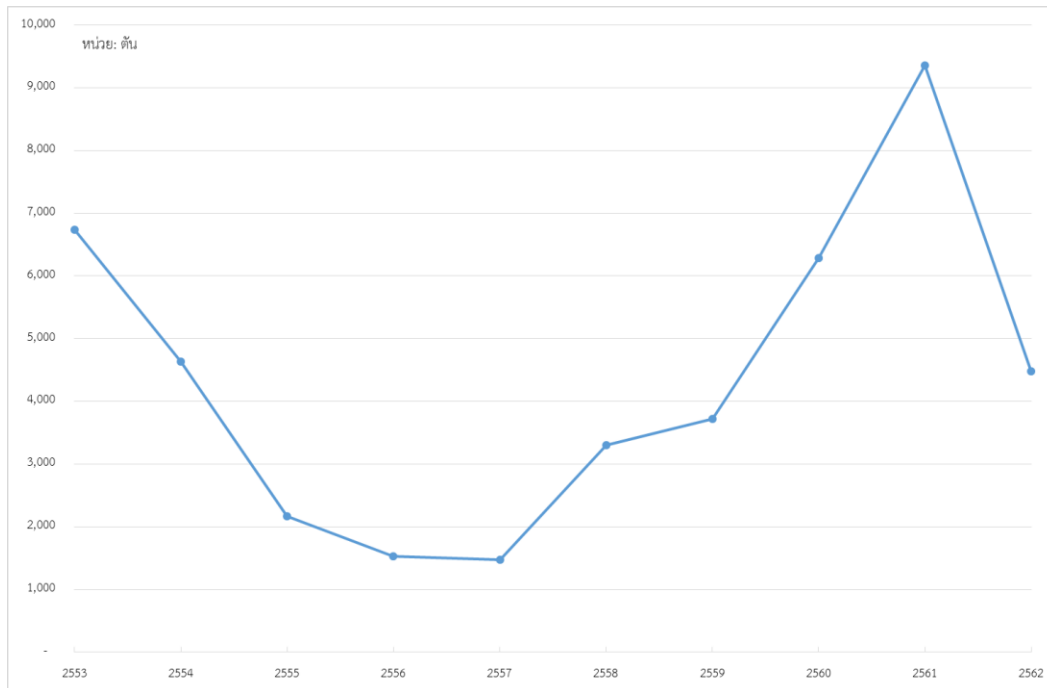
	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	32,796	33,040	34,018	37,020	34,530	37,328	38,019
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		0.74	2.96	-3.63	5.33	8.10	1.85
ผลผลิต (ตัน)	132,266	116,499	113,926	101,985	111,428	126,542	129,759
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		-11.92	-2.21	-10.48	9.26	13.56	2.54
ราคาเกษตรกรขายได้ (บาท/ตัน) กล้วยหอมทองขนาดใหญ่	6,888	8,333	10,444	12,777	11,720	9,830	11,340
ปริมาณการใช้ในประเทศ (ตัน)	130,735	115,024	110,629	98,260	105,144	117,185	125,284
สัดส่วนการใช้ในประเทศต่อผลผลิต (ร้อยละ)	98.84	98.73	97.11	96.35	94.36	92.61	96.55

ที่มา : สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2556 - 2561

(2) สถานการณ์การค้ากล้วยหอมในต่างประเทศ

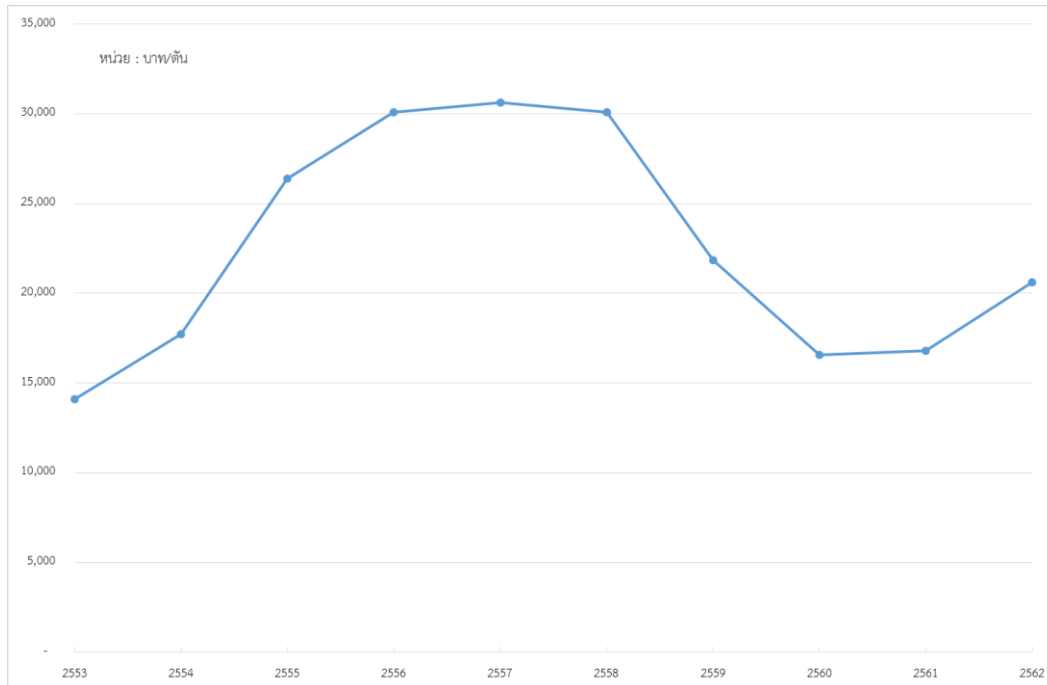
ปริมาณส่งออกกล้วยหอมเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 (ภาพที่ 2.4) โดยปริมาณการส่งออกกล้วยหอมเป็น 1,475 ตัน ในปี พ.ศ. 2557 และเพิ่มขึ้นเป็น 9,357 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 534.37 จากปี พ.ศ. 2557 แต่กลับลดลงเหลือเพียง 4,475 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งคิดเป็นการลดลงร้อยละ 52.17 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ในขณะที่ราคาส่งออกลดลงมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 (ภาพที่ 2.5) โดยราคาส่งออกสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2557 อยู่ที่ 30,616 บาทต่อตัน และลดลงมาเหลือเพียง 16,799 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2561 แต่ราคาส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 20,620 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการส่งออกกล้วยหอมที่ลดลงอย่างมากในปี พ.ศ. 2562

ภาพที่ 2.4 ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2561



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.5 ราคาส่งออกกล้วยหอมสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562

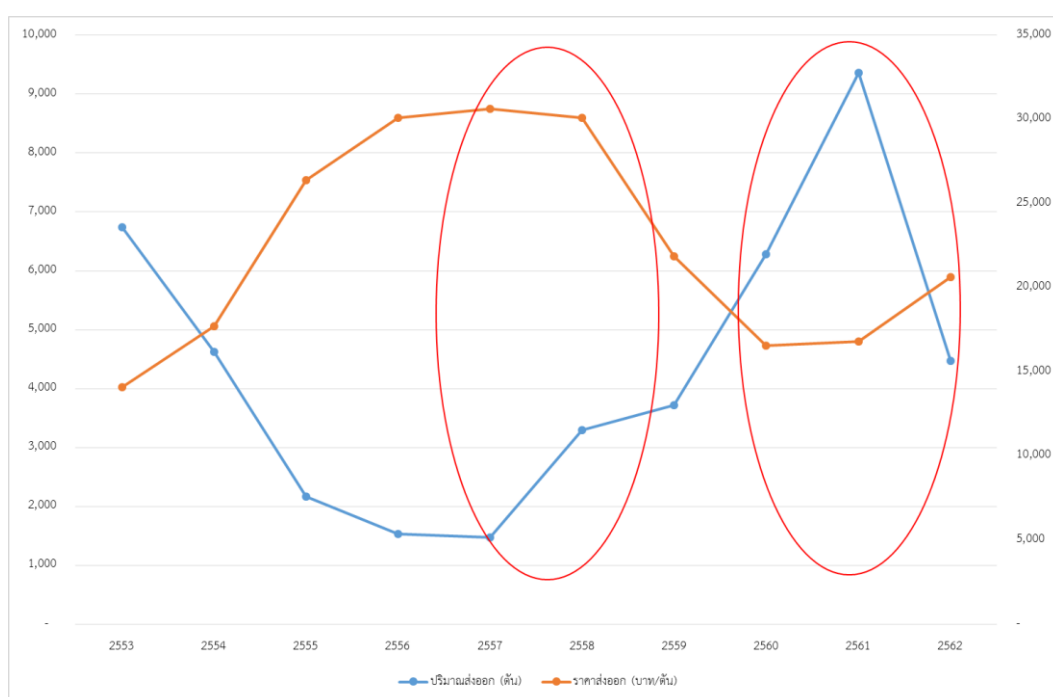


ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.6 แสดงให้เห็นว่า ราคาส่งออกของกล้วยหอมและปริมาณการส่งออกกล้วยหอมเคลื่อนไหวในทิศทางตรงข้ามกัน (ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างปริมาณการส่งออกและราคาส่งออก คือ -0.85

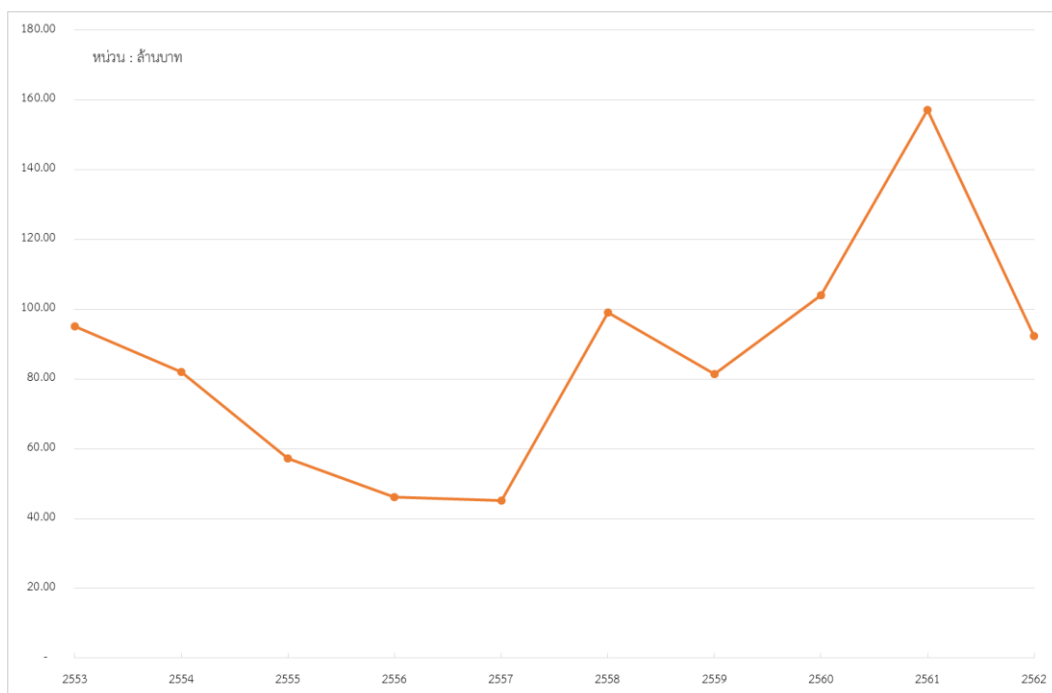
เช่นกัน) นั่นคือ เมื่อราคาส่งออกเพิ่มขึ้น ปริมาณการส่งออกจะลดลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาส่งออกลดลง ปริมาณการส่งออกจะเพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2557 ราคาส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในขณะที่ปริมาณการส่งออกก็ลดลงอย่างมาก แต่การเปลี่ยนแปลงของปริมาณมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของราคา มูลค่าการส่งออกกล้วยหอมจึงลดลงในช่วงดังกล่าว (ภาพที่ 2.7) ในขณะที่ช่วงที่ราคาค่อนข้างคงที่ ในปี พ.ศ. 2557-2558 และ พ.ศ. 2560-2562 แต่ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมาก มูลค่าการส่งออกจึงเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2558 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 119.65) และในปี พ.ศ. 2561 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.00)

ภาพที่ 2.6 ราคาส่งออกกล้วยหอมและปริมาณการส่งออกกล้วยหอมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.7 มูลค่าการส่งออกกล้วยหอมสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.3 ทูเรียน

2.3.1 ข้อมูลพื้นฐานของทูเรียน

ทูเรียนเป็นไม้ผลยืนต้นขนาดใหญ่ เจริญเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีในเขตที่มีสภาพอากาศร้อนชื้น ทูเรียนได้รับฉายาว่า “ราชาแห่งผลไม้” (King of Fruits) โดยพันธุ์ทูเรียนที่ผลิตเป็นการค้า เช่น ชะนี หมอนทอง ก้านยาว กระดุมทอง นอกจากนี้ ยังมีทูเรียนไทยที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) เช่น ทูเรียนหลิน-หลงลับแลของจังหวัดอุดรดิตถ์ ทูเรียนปาละฮูของทางภาคใต้ ทูเรียนนนท์ของจังหวัดนนทบุรี ทูเรียนภูเขาไฟของจังหวัดศรีสะเกษ

แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของทูเรียนในแต่ละภาค⁷ คือ

- ภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรีและระยอง
- ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร ยะลา และนครศรีธรรมราช

พันธุ์ทูเรียนที่เกษตรกรนิยมปลูก คือ หมอนทอง ทูเรียนพันธุ์หมอนทองมีผลขนาดใหญ่ น้ำหนักประมาณ 3-4 กิโลกรัม ทรงผลค่อนข้างยาวมีบ่าผล ปลายผลแหลม ก้านผลใหญ่แข็งแรง ช่วงกลางก้านผลจนถึงปากปลิงจะอ้วนใหญ่เป็นทรงกระบอก เนื้อหนาสีเหลืองอ่อนละเอียด เนื้อค่อนข้างแห้งไม่แฉะติดมือ รสชาติหวานมัน เมล็ดน้อยและลีบเป็นส่วนใหญ่⁸

⁷ รวบรวมจากสารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2555 - 2561

⁸ กรมวิชาการเกษตร (2560ข) “การจัดการการผลิตทูเรียน” สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2562 จาก

<https://www.youtube.com/watch?v=WGRC7oF-hyY>

ทุเรียนหมอนทองเป็นแหล่งอาหารที่ให้พลังงานสูงและมีคุณค่าทางโภชนาการ เพราะอุดมไปด้วยวิตามินและเกลือแร่ เช่น โพแทสเซียม ฟอสฟอรัส แคลเซียม ดังแสดงในตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 คุณค่าทางโภชนาการของทุเรียนหมอนทอง (ปริมาณต่อ 100 กรัม)

พลังงาน (kcal)	163	โพแทสเซียม (มิลลิกรัม)	473
น้ำ (กรัม)	63	แคลเซียม (มิลลิกรัม)	29
โปรตีน (กรัม)	2.1	ฟอสฟอรัส (มิลลิกรัม)	34
ไขมัน (กรัม)	3.3	เหล็ก (มิลลิกรัม)	1.10
คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	31.2	เบต้าแคโรทีน (ไมโครกรัม)	46
ใยอาหาร (กรัม)	1.4	วิตามินซี (มิลลิกรัม)	38
เถ้า (กรัม)	0.9	น้ำตาล (กรัม)	21

ที่มา : กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ (2553)

2.3.2 คุณภาพและมาตรฐานของทุเรียน

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดมาตรฐานของทุเรียนพันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้า เพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัยในระดับชาติและระดับสากล ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 3-2556 ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

(1) ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

(1.1) คุณภาพขั้นต่ำ

ผลทุเรียนทุกชั้นคุณภาพต้องเป็นไปตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้ (เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นคุณภาพและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้) เช่น

- เป็นทุเรียนทั้งผลที่มีข้อผล
- สด
- สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้
- ไม่มีศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอกของผลทุเรียน
- ไม่มีร่องรอยความเสียหายเนื่องมาจากศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อทุเรียน
- เมื่อผลทุเรียนสุก ไม่มีความผิดปกติของเนื้อ ได้แก่ แก่น เต้าเผา ไส้ซึม ถ้ามีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันต้องไม่เกิน 5% ของส่วนที่บริโภคได้

(1.2) การแบ่งชั้นคุณภาพ

ผลทุเรียนตามมาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพดังนี้

(1.2.1) ชั้นพิเศษ (Extra Class)

ผลทุเรียนในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดีที่สุด มีลักษณะหนามสมบูรณ์ ต้องมีจำนวนพูสมบูรณ์ ไม่น้อยกว่า 4 พู ไม่มีความผิดปกติด้านรูปร่างและไม่มีตำหนิ ในกรณีที่มีความผิดปกติหรือตำหนิต้องมองเห็นได้ไม่ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อทุเรียน คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

(1.2.2) ชั้นหนึ่ง (Class I)

ผลทุเรียนในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดี อาจมีความผิดปกติหรือตำหนิได้เล็กน้อย ซึ่งความผิดปกติหรือตำหนิต้องไม่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อทุเรียน คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

(1.2.3) ชั้นสอง (Class II)

ผลทุเรียนในชั้นนี้รวมผลทุเรียนที่มีคุณภาพไม่เข้าชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพตามข้อกำหนดขั้นต่ำที่กำหนดในข้อ (1.1) ผลทุเรียนในชั้นนี้มีความผิดปกติหรือตำหนิได้ ซึ่งความผิดปกติหรือตำหนิต้องไม่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อทุเรียน คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

(2) ขนาด

ผลทุเรียนที่เป็นพันธุ์ทางการค้าทั่วไปต้องมีน้ำหนักต่อผล เช่น

- พันธุ์หมอนทอง ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 6 กิโลกรัม
- พันธุ์ก้านยาว ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4 กิโลกรัม

(3) สารปนเปื้อน

ชนิดและปริมาณสารปนเปื้อนในผลทุเรียน ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(4) สารพิษตกค้าง

ชนิดและปริมาณสารพิษตกค้างให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง : ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (มกษ. 9002) และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง : ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (มกษ. 9003)

(5) สุขลักษณะ

ผลทุเรียนต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกสุขลักษณะ โดยปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) ที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด หรือมาตรฐานเทียบเท่า (มกษ. 9035)

2.3.3 สถานการณ์การผลิตและการค้าของทุเรียน

(1) สถานการณ์การผลิตและการค้าทุเรียนในประเทศ

จากตารางที่ 2.7 ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 เนื้อที่ให้ผลเพิ่มขึ้นจาก 604,417 ไร่ ในปี พ.ศ. 2554 เป็น 724,730 ไร่ ในปี พ.ศ. 2562 เนื้อที่ให้ผลทุเรียนลดลงในปี พ.ศ. 2557 เพราะเกษตรกรโค่นต้นทุเรียนที่มีอายุมากเพื่อปลูกต้นใหม่ในแหล่งผลิตภาคกลางและภาคใต้ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เนื้อที่ให้ผลทุเรียนเริ่มเพิ่มขึ้น โดยเนื้อที่ให้ผลในปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.20 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 เกษตรกรขยายเนื้อที่ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น เพราะราคาทุเรียนในช่วง พ.ศ. 2555-2557 อยู่ในเกณฑ์ดี และภาครัฐส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ

ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมากจาก 509,381 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 เป็น 1,017,097 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 ผลผลิตในปี พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.10 เพราะทุเรียนที่ปลูกในปี พ.ศ. 2555 ในแหล่งผลิตทางภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มให้ผลผลิตเป็นปีแรก และทำให้ผลผลิตยังคงเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.78 และร้อยละ 35.12 ในปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม สภาพอากาศที่ร้อนจัดในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ในปี พ.ศ. 2559 ทำให้ผลผลิตลดลงร้อยละ 14.74

ตารางที่ 2.7 การผลิตและการค้าทุเรียนในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2562

	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	604,417	581,684	577,235	570,556	583,125	608,512	642,315	675,375	724,730
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	-1.11	-3.76	-0.76	-1.16	2.20	4.35	5.56	5.15	7.31
ผลผลิต (ตัน)	509,381	524,469	569,313	631,773	601,017	512,451	661,603	752,760	1,017,097
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	-10.33	2.96	8.55	10.97	-4.87	-14.74	29.10	13.78	35.12
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัน) ทุเรียนพันธุ์หมอนทอง	25,360	31,920	40,450	34,290	46,960	62,960	71,810	78,160	99,860
ปริมาณใช้ในประเทศ (ตัน)	201,456	152,441	216,586	238,766	212,495	95,329	121,090	206,869	270,441
สัดส่วนการใช้ในประเทศต่อผลผลิต (ร้อยละ)	39.55	29.07	38.04	37.79	35.36	18.60	18.30	27.48	26.59

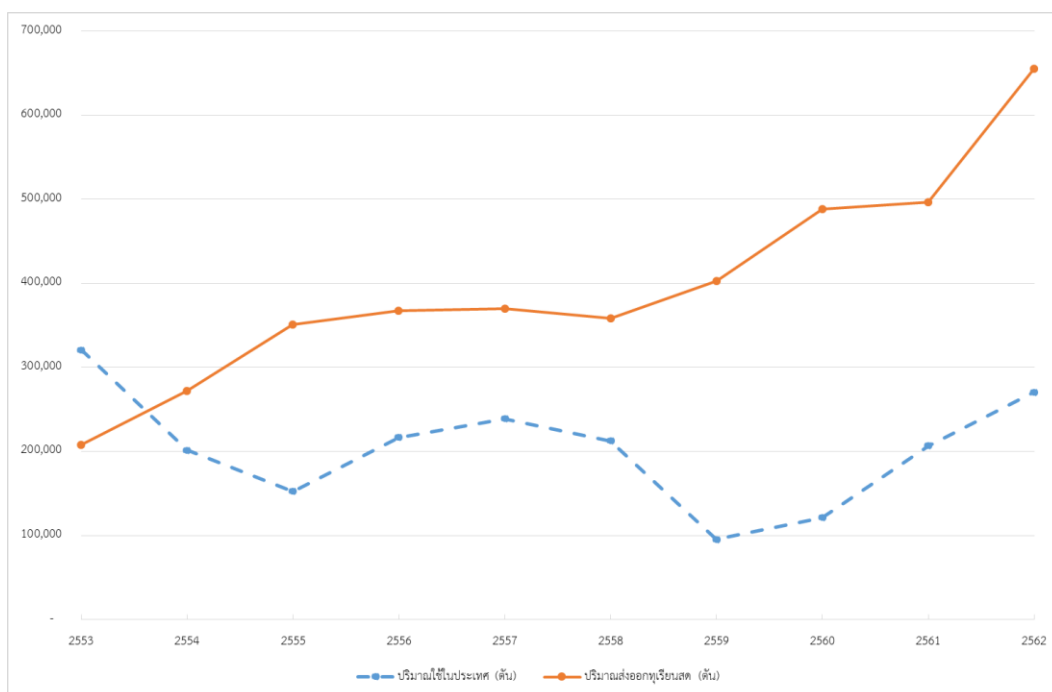
ที่มา : สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2554-2562

ผลผลิตทุเรียนถูกนำมาใช้ทั้งบริโภคในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ถึงแม้ว่าผลผลิตทุเรียนจะเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 ปริมาณการบริโภคทุเรียนในประเทศกลับมีแนวโน้มลดลง (ภาพที่ 2.8) โดยปริมาณการบริโภคในประเทศลดลงร้อยละ 36.54 จาก 320,941 ตัน ในปี พ.ศ. 2553 เป็น 95,329 ตัน ในปี พ.ศ. 2559 ในขณะที่การส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 207,501 ตัน ในปี พ.ศ. 2553 เป็น 402,660 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 94.05 ดังนั้นสัดส่วนปริมาณการบริโภคทุเรียนในประเทศต่อปริมาณผลผลิตทุเรียนจึงมีแนวโน้มลดลง (ตารางที่ 2.7) โดยสัดส่วนดังกล่าวสูงที่สุดเป็นร้อยละ 39.55 ในปี พ.ศ. 2554 และมีค่าต่ำสุดเพียงร้อยละ 18.30 ในปี พ.ศ. 2560

อย่างไรก็ตาม ปริมาณการบริโภคทุเรียนในประเทศที่เริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 จนถึงปี พ.ศ. 2562 ทำให้สัดส่วนการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.30 ในปี พ.ศ. 2560 เป็นร้อยละ 26.59 ในปี พ.ศ. 2562 ในขณะที่ปริมาณการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 และมีปริมาณสูงสุดที่ 655,362 ตัน ในปี พ.ศ. 2562

เมื่อพิจารณาราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทองคละที่เกษตรกรขายได้ ราคาต่ำสุดอยู่ที่ 25,360 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2554 และเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด และเป็น 99,860 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นราคาที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 293.77

ภาพที่ 2.8 ปริมาณการบริโภคทุเรียนสดในประเทศและปริมาณการส่งออกทุเรียนสดในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562

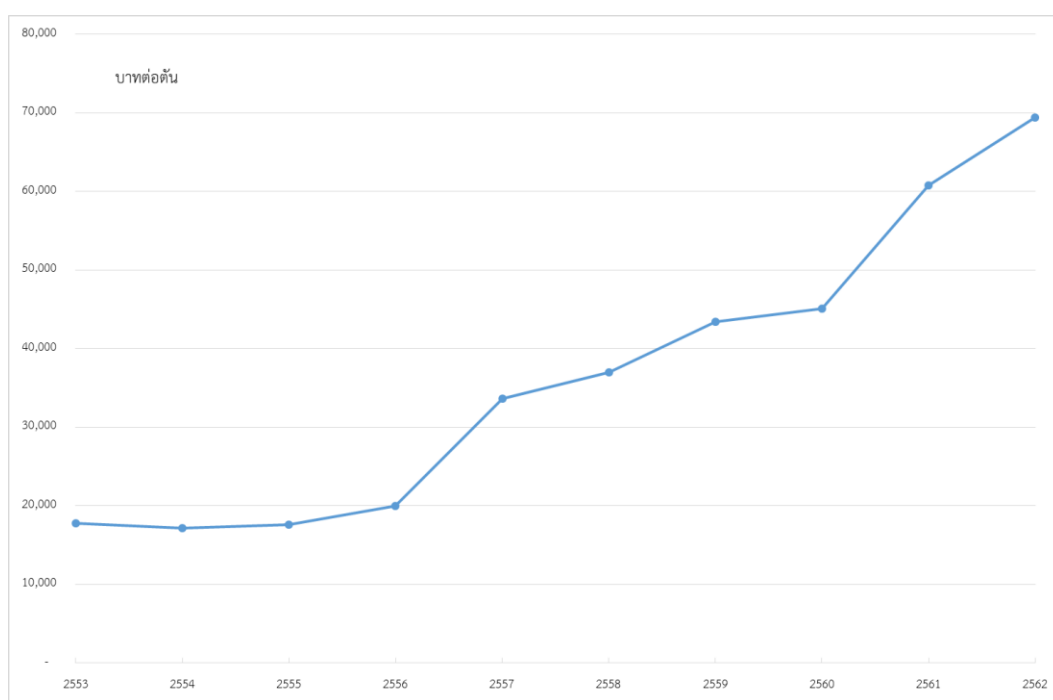


ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(2) สถานการณ์การค้าทุเรียนในต่างประเทศ

การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปต่างประเทศส่วนใหญ่อยู่ในรูปทุเรียนสด ประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย ได้แก่ จีน เวียดนาม และฮ่องกง ในขณะที่ประเทศคู่แข่งสำคัญของไทย ได้แก่ มาเลเซีย ฮ่องกง และเวียดนาม โดยประเทศเวียดนามและฮ่องกงนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเพื่อบริโภคภายในประเทศบางส่วน แต่ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศไทยเพื่อส่งออกต่อไปยังตลาดจีน พันธุ์ทุเรียนที่เป็นพันธุ์การค้าของประเทศไทยมาเลเซีย เช่น มูซังคิง (Musang King) ในขณะที่พันธุ์ทุเรียนที่เป็นพันธุ์การค้าของประเทศไทยเวียดนาม เช่น หมอนทองและรีเซา หากพิจารณาด้านราคาในภาพที่ 2.9 ราคาส่งออกทุเรียนของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 โดยราคาส่งออกทุเรียนสูงสุดเป็น 69,405 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 290.24 จาก 17,785 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2553

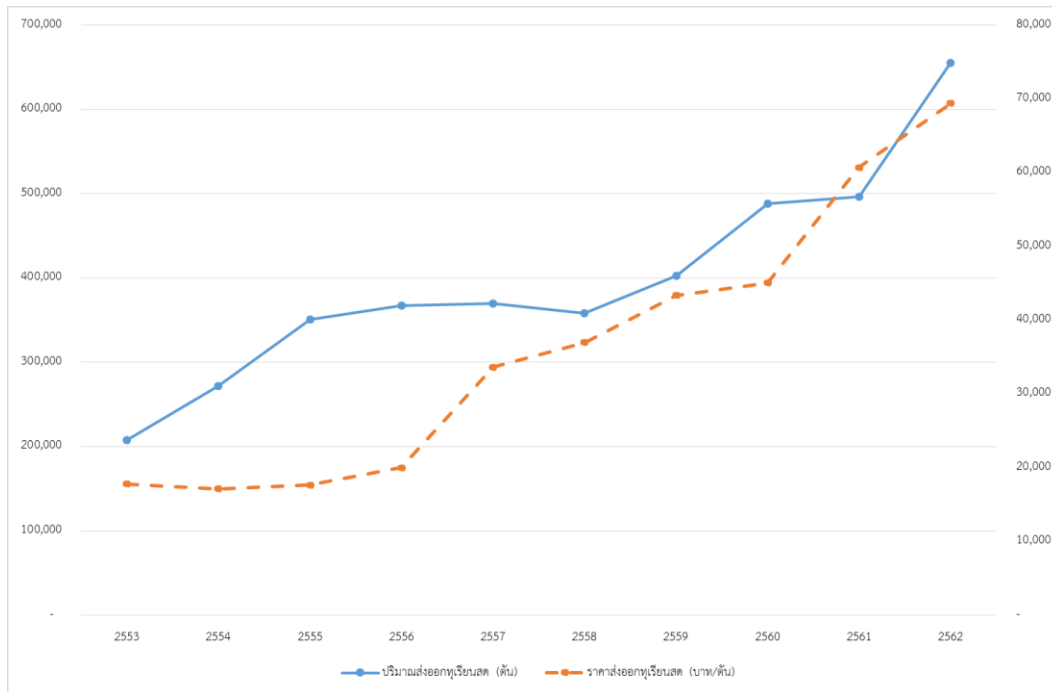
ภาพที่ 2.9 ราคาส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

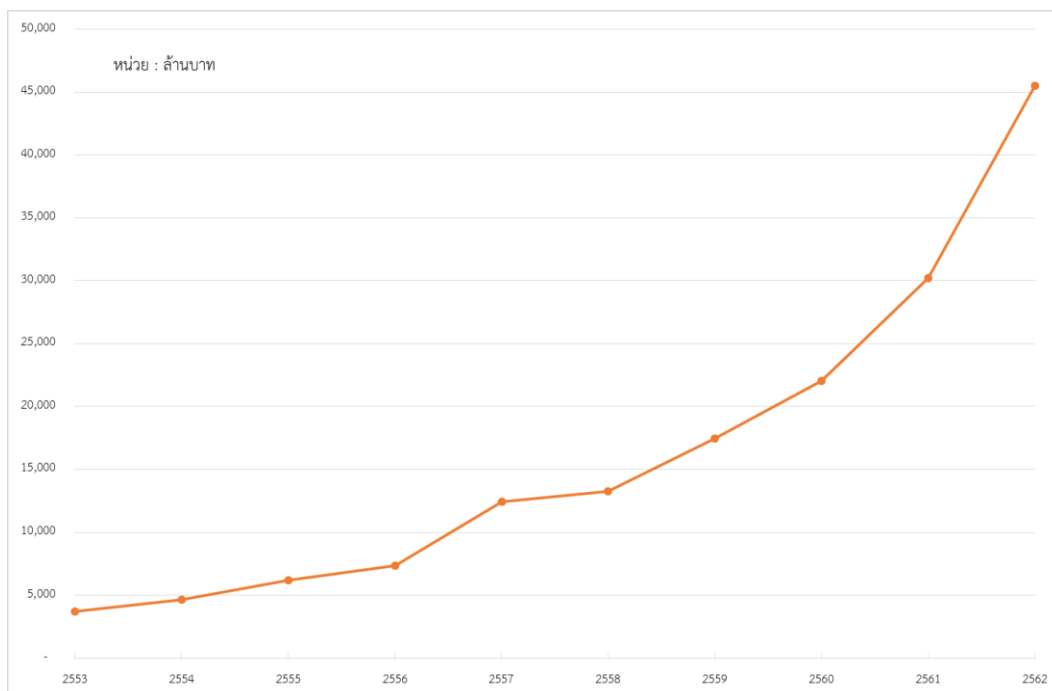
จากภาพที่ 2.10 ปริมาณการส่งออกทุเรียนสดและราคาส่งออกทุเรียนสดเพิ่มขึ้นตลอดในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562 เนื่องจากความต้องการบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะความต้องการจากตลาดจีน สะท้อนว่า อุปสงค์ต่อทุเรียนเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดดุลยภาพในตลาดการส่งออกทุเรียน ดังนั้น มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดจึงเพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาดังกล่าวเช่นกัน (ภาพที่ 2.11) โดยการส่งออกทุเรียนมีมูลค่าสูงสุดที่ 45,485 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,132.66 จากมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดเพียง 3,690 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2553

ภาพที่ 2.10 ปริมาณการส่งออกและราคาส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.11 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.4 มังคุด

2.4.1 ข้อมูลพื้นฐานของมังคุด

มังคุดได้รับฉายาว่าเป็น “ราชินีของผลไม้” (Queen of Fruits) เพราะลักษณะภายนอกของผลมังคุดมีกลีบเลี้ยงติดอยู่ที่หัวซั้วคล้ายมงกุฎของพระราชินี มังคุดเป็นไม้ผลที่มีทรงพุ่มขนาดใหญ่และมีอายุเก็บเกี่ยวยาวนานนับร้อยปี ยิ่งต้นมังคุดมีอายุมากขึ้น ก็ยิ่งแตกกิ่ง ตา และยอดมากขึ้น ทำให้มีผลผลิตมากขึ้นด้วย แต่จุดอ่อนของต้นมังคุด คือ การเจริญเติบโตที่ช้ามาก โดยต้นมังคุดจะให้ผลผลิตเมื่ออายุ 7-8 ปี และปีแรกของการให้ผลผลิตเกษตรกรจะเก็บเกี่ยวได้ไม่มากนักประมาณไม่เกิน 10 กิโลกรัมต่อต้น

แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของมังคุดในแต่ละภาค⁹ คือ

- ภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี ตราด และระยอง
- ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพรและนครศรีธรรมราช

คุณค่าทางโภชนาการของมังคุด 1 ส่วน (ประมาณ 4 ผล) คิดเป็นน้ำหนักส่วนที่กินได้ 64 กรัม แสดงในตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 คุณค่าทางโภชนาการของมังคุด

พลังงาน (kcal)	52
น้ำ (กรัม)	51
น้ำตาล (กรัม)	11
ใยอาหาร (กรัม)	1.1
วิตามินซี (มิลลิกรัม)	3
โพแทสเซียม (มิลลิกรัม)	41

ที่มา : กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ (2553)

2.4.2 คุณภาพและมาตรฐานของมังคุด

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดมาตรฐานของมังคุด เพื่อให้มังคุดไทยเป็นที่ยอมรับทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัยในระดับชาติและระดับสากล ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 2-2556 ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

⁹ รวบรวมจาก สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2555 - 2561

(1) ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

(1.1) คุณภาพขั้นต่ำ

ผลมังคุดทุกชั้นคุณภาพต้องเป็นไปตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้ (เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นคุณภาพและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มิได้ตามที่ระบุไว้) เช่น

- เป็นมังคุดทั้งผล
- มีช่อดอก (pedicel) และมีหรือไม่มีกลีบเลี้ยง (calyx)
- สด
- ไม่มีรอยชำ บุบ หรือแตก ที่ทำให้ไม่เหมาะสมกับการบริโภค และไม่เสื่อมคุณภาพหรือเน่าเสีย
- สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้
- ไม่มีศัตรูพืชที่มีผลกระทบตอลักษณะภายนอกของผลมังคุด
- ไม่มีร่องรอยความเสียหายเนื่องมาจากศัตรูพืชที่มีผลกระทบตอคุณภาพของเนื้อมังคุด

(1.2) การแบ่งชั้นคุณภาพ

ผลมังคุดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพดังนี้

(1.2.1) ชั้นพิเศษ (Extra Class)

ผลมังคุดในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดีที่สุด มีกลีบเลี้ยงและช่อดอกสมบูรณ์ ผลมีตำหนิได้เล็กน้อย โดยตำหนิที่ผิวโดยรวมต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของพื้นที่ผิวของผลมังคุด ผลมังคุดมีเนื้อแก้ว และ/หรือเนื้อมียางเหลืองในผลได้ไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนผลหรือน้ำหนัก ทั้งนี้ ความผิดปกติหรือตำหนิจะต้องไม่มีผลกระทบตอลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อมังคุด คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

(1.2.2) ชั้นหนึ่ง (Class I)

ผลมังคุดในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดี อาจมีความผิดปกติหรือตำหนิได้เล็กน้อย ซึ่งความผิดปกติหรือตำหนิต้องไม่มีผลกระทบตอลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อมังคุด คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

(1.2.3) ชั้นสอง (Class II)

ผลมังคุดในชั้นนี้รวมผลมังคุดที่มีคุณภาพไม่เข้าชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพตามข้อกำหนดขั้นต่ำที่กำหนดในข้อ (1.1) ผลมังคุดในชั้นนี้มีความผิดปกติหรือตำหนิได้ ซึ่งความผิดปกติหรือตำหนิต้องไม่มีผลกระทบตอลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อมังคุด คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

(2) ขนาด

ขนาดของผลมังคุดพิจารณาจากน้ำหนักต่อผล ดังนี้

รหัสขนาด	น้ำหนักต่อผล (กรัม)
1	> 100
2	> 85-100
3	> 70-85
4	> 55-70
5	30-55

ที่มา : มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกษ. 2-2556

(3) สารปนเปื้อน

ชนิดและปริมาณสารปนเปื้อนในผลมังคุด ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(4) สารพิษตกค้าง

ชนิดและปริมาณสารพิษตกค้างในผลมังคุดให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง : ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (มกษ. 9002) และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง : ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (มกษ. 9003)

(5) สุขลักษณะ

ผลมังคุดต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกต้องสุขลักษณะ โดยมีมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) ที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด หรือมาตรฐานเทียบเท่า (มกษ. 9035)

2.4.3 สถานการณ์การผลิตและการค้าของมังคุด

(1) สถานการณ์การผลิตและการค้ามังคุดในประเทศ

ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 เนื้อที่ให้ผลของมังคุดเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.88 จาก 409,683 ไร่ ในปี พ.ศ. 2554 เป็น 425,573 ไร่ ในปี พ.ศ. 2562 (ตารางที่ 2.9) เนื้อที่ให้ผลของมังคุดลดลง 2 ปี คือ ปี พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2560 เนื้อที่ให้ผลในช่วงปี พ.ศ. 2557-2559 เพิ่มขึ้น เนื่องจากการขยายเนื้อที่ปลูกมังคุด ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 แต่ในปี พ.ศ. 2560 เกษตรกรโค่นต้นมังคุดที่ยืนต้นตายและมีอายุมากทิ้ง เนื้อที่ให้ผลของมังคุดจึงลดลง เนื้อที่ให้ผลของมังคุดเพิ่มขึ้นอีกครั้ง โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.42 และร้อยละ 1.21 ในปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 ตามลำดับ เพราะมังคุดที่ปลูกในปี พ.ศ. 2554 เริ่มให้ผล

ถึงแม้ว่าเนื้อที่ให้ผลของมังคุดเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2561 ผลผลิตของมังคุดกลับลดลงอย่างมาก โดยลดลงร้อยละ 26.32 จาก 250,508 ตัน ในปี พ.ศ. 2553 เป็น 184,583 ตัน ในปี พ.ศ. 2561

ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2555-2557 และปี พ.ศ. 2560 เนื่องจากสภาพอากาศเย็นเอื้อต่อการติดดอก ออกผล ในขณะที่ผลผลิตมังคุดลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558-2559 และปี พ.ศ. 2561 เนื่องจากฝนตกกระหน่ำที่ มังคุดแทงช่อดอก ทำให้มังคุดแตกใบอ่อนแทนการออกดอก ทั้งนี้ ผลผลิตมังคุดเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2562 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 90.56 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ซึ่งสอดคล้องกับราคามังคุดเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ ที่ลดลงร้อยละ 33.39 จาก 43,570 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2561 เป็น 29,020 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562

ตารางที่ 2.9 การผลิตและการค้ามังคุดในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562

	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	409,683	406,954	409,462	412,634	415,020	419,368	416,705	420,472	425,573
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	1.00	-0.67	0.62	0.78	0.58	1.05	-0.16	0.42	1.21
ผลผลิต (ตัน)	146,079	210,478	279,263	289,374	199,911	187,367	209,880	184,583	351,740
อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	-41.69	44.09	32.68	3.62	-30.92	-6.27	12.02	-12.05	90.56
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัน)									
มังคุดเฉลี่ย	25,010	17,040	18,900	20,180	34,870	35,560	40,100	43,570	29,020
ปริมาณใช้ในประเทศ (ตัน)	34,598	60,857	63,398	93,521	39,431	57,187	23,567	15,574	105,284
สัดส่วนการใช้ในประเทศต่อผลผลิต (ร้อยละ)	23.68	28.91	22.70	32.32	19.72	30.52	11.23	8.44	29.93

ที่มา : สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี พ.ศ. 2554 – 2562

ผลผลิตมังคุดถูกนำมาใช้บริโภคในประเทศและส่งออกต่างประเทศ โดยประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกมังคุดรายใหญ่ของโลกและอาเซียน ผลผลิตมังคุดที่มีคุณภาพส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ปริมาณการบริโภคในประเทศจึงลดลงอย่างมาก ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 (ตารางที่ 2.9) ปริมาณการบริโภคในประเทศเป็น 34,598 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 ลดลงเหลือเพียง 15,574 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นการลดลงร้อยละ 54.99 สัดส่วนการบริโภคในประเทศต่อผลผลิตจึงลดลงจากร้อยละ 23.68 ในปี พ.ศ. 2554 เหลือเพียง

ร้อยละ 8.44 เท่านั้น ในปี พ.ศ. 2561 ผลผลิตที่ถูกใช้บริโภคลดลงในประเทศนั้นเพราะผลผลิตส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปยังต่างประเทศ

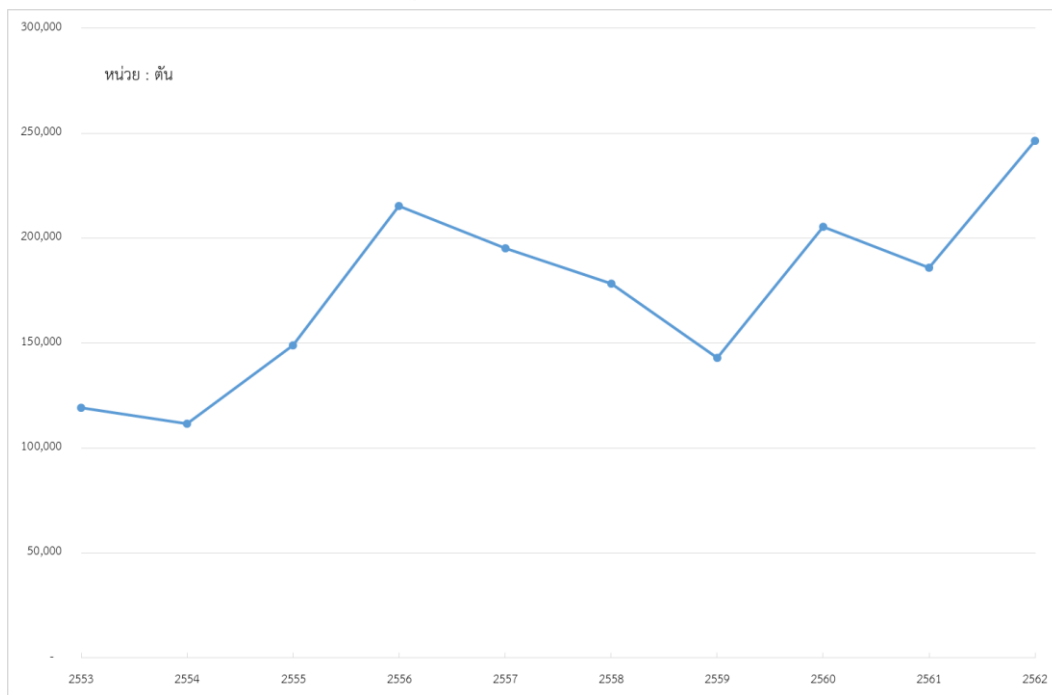
ราคามังคุดเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 โดยเพิ่มขึ้นจาก 17,040 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2555 เป็น 43,570 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2561 เป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 155.70 ทั้งนี้ ปริมาณผลผลิตและราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้เคลื่อนไหวในทิศทางตรงข้าม (ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างผลผลิตและราคาคือ -0.36) สะท้อนว่า อุปทานของมังคุดเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดดุลยภาพในตลาดมังคุด

(2) สถานการณ์การค้ามังคุดในต่างประเทศ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยส่งออกมังคุดสดไปประเทศจีนหรือเวียดนามเป็นอันดับที่ 1 หรืออันดับที่ 2 แล้วแต่ปี โดยปริมาณการส่งออกมังคุดสดสูงสุดอยู่ที่ 246,232 ตัน ในปี พ.ศ. 2556 (ภาพที่ 2.12) ซึ่งเป็นปริมาณการส่งออกมังคุดที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ การส่งออกมังคุดส่วนหนึ่งดำเนินการโดยผู้รวบรวมผลผลิต (ล้ง) ชาวจีนและชาวเวียดนาม ที่รวบรวมเพื่อส่งออกไปประเทศจีน และประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ ประเทศไทยมีการนำเข้ามังคุดสดจากประเทศอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น เพื่อส่งต่อไปยังประเทศที่สาม ได้แก่ ประเทศจีน ทั้งนี้ความต้องการของตลาดโลกยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศไทยระงับการนำเข้ามังคุดจากประเทศอินโดนีเซียเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2561

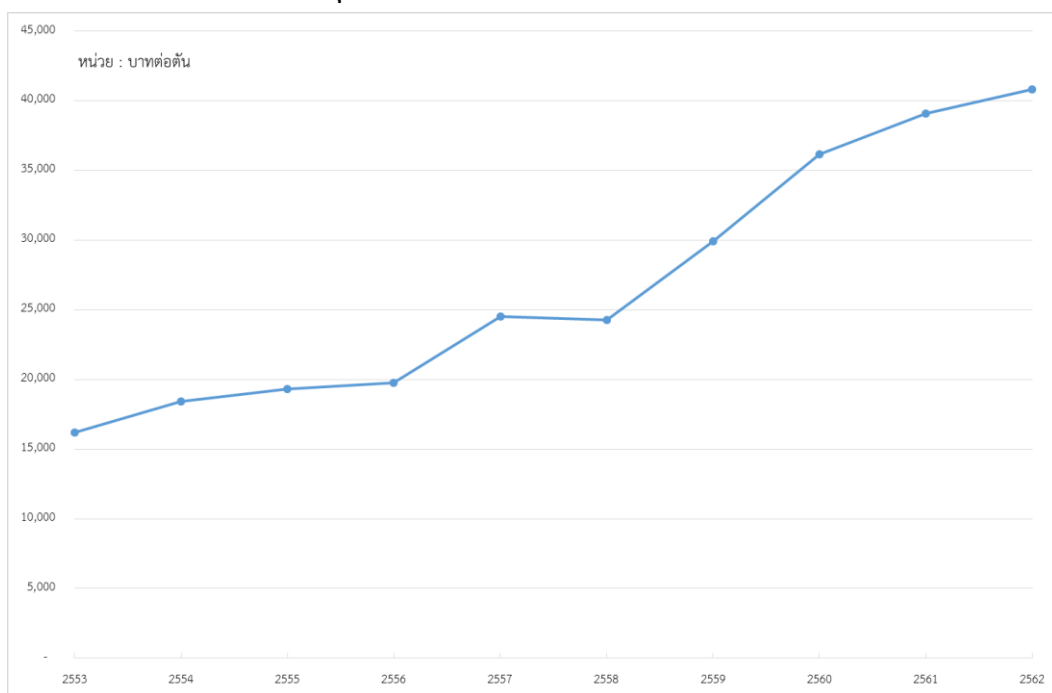
หากพิจารณาภาพที่ 2.13 ราคาส่งออกมังคุดของประเทศไทยเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยเพิ่มขึ้นจาก 16,173 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2553 เป็น 40,838 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นราคาส่งออกที่สูงสุด ภาพที่ 2.14 แสดงให้เห็นว่า ราคาส่งออกของมังคุดและปริมาณการส่งออกมังคุดเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกัน (ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างปริมาณการส่งออกและราคาส่งออกมีค่าเป็น 0.65) ซึ่งสะท้อนว่า อุปสงค์ต่อมังคุดจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด และเป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 2.15) โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2560 ปริมาณการส่งออกมังคุดสดเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.83 และราคาส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.95 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 มูลค่าการส่งออกจึงเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 4,274 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2559 เป็น 7,435 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 73.96

ภาพที่ 2.12 ปริมาณการส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562



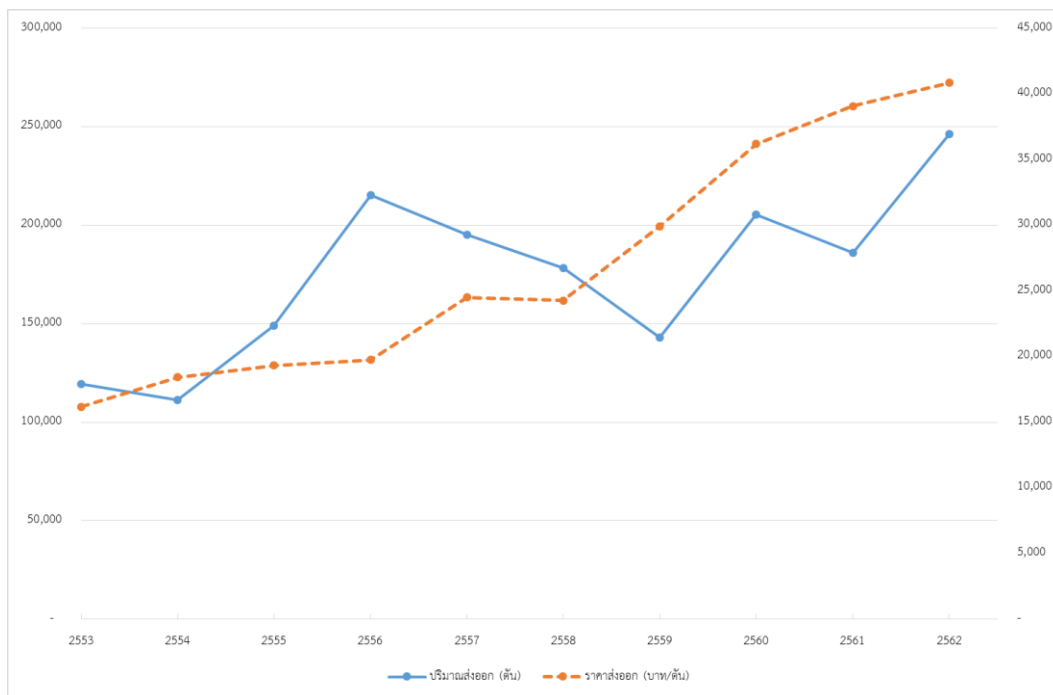
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.13 ราคาส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2561



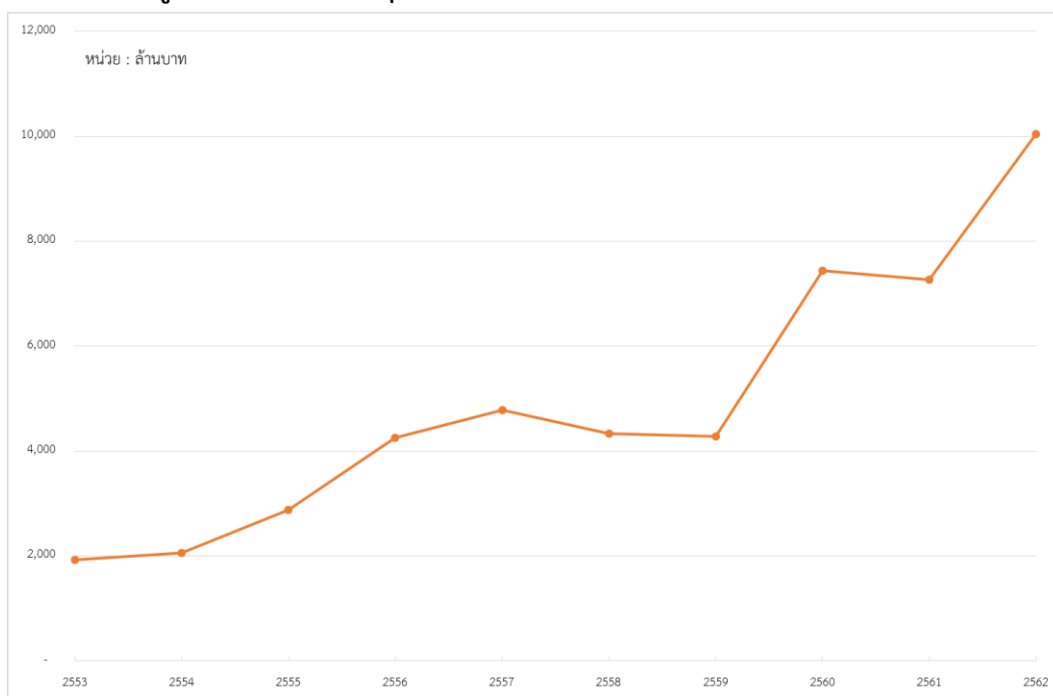
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.14 ราคาส่งออกและปริมาณการส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 2.15 มูลค่าการส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.5 นโยบายด้านผลไม้ของประเทศไทย

เนื้อหาส่วนนี้อธิบายนโยบายด้านผลไม้ของประเทศไทยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมคุณภาพผลไม้เพื่อการบริโภคในประเทศและการส่งออกไปต่างประเทศ ได้แก่ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP) ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยและยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย และยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร

2.5.1 การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP)

การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) ¹⁰ หมายถึง แนวทางในการทำการเกษตร เพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงอันตรายที่เกิดขึ้นระหว่างการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว โดยกระบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค ปราศจากการปนเปื้อนของสารเคมี ไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และได้ผลผลิตคุ้มค่าการลงทุน

มาตรฐาน GAP เป็นมาตรฐานที่ครอบคลุมการผลิตสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อ และการขนส่งการผลิต ทั้งนี้ มาตรฐาน GAP เป็นมาตรฐานสำหรับการผลิตสินค้าเกษตร 3 ประเภท ได้แก่

1. พืชผล เช่น ผัก ผลไม้ ชา กาแฟ ฝ้าย ฯลฯ
2. ปศุสัตว์ เช่น วัวควาย แกะ หมู ไก่ ฯลฯ
3. สัตว์น้ำ เช่น ปลาน้ำจืดประเภทลำตัวยาวมีเกล็ด ดังเช่น ปลาแซลมอน และปลาเทราท์ กุ้ง ปลาสังกะวาด ปลานิล ฯลฯ

นอกจากนี้ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ยังได้มีการกำหนดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (Good Agricultural Practices for Food Crop) เพื่อให้ผลิตผลการเกษตรของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับด้านความปลอดภัยอาหารและเหมาะสมในการบริโภค โดยเกษตรกรต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดทั้ง 8 ข้อ ได้อย่างถูกต้อง ดังนี้¹¹

1) น้ำ

ข้อกำหนดนี้ครอบคลุมน้ำที่ใช้ในแปลงปลูก น้ำที่ใช้ในแปลงปลูกระบบไฮโดรโปนิก (hydroponic) และน้ำที่ใช้ในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เช่น น้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตต้องมาจากแหล่งที่ไม่มีสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุหรือสิ่งที่เป็นอันตรายต่อผลิตผล น้ำสำหรับใช้ในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานน้ำบริโภคหรือเทียบเท่า

¹⁰ สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก

<https://eoffice.alro.go.th/ASEAN/html/document/GAP/GAP.pdf>

¹¹ มาตรฐานสินค้าเกษตร การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (Good Agricultural Practices for Food Crop), มกษ. 9001-2556

2) พื้นที่ปลูก

พื้นที่ปลูกไม่อยู่ในสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุหรือสิ่งที่เป็นอันตรายต่อผลิตผล

3) วัตถุอันตรายทางการเกษตร

การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรให้ใช้ตามคำแนะนำ หรืออ้างอิงคำแนะนำของกรมวิชาการเกษตร หรือตามคำแนะนำในฉลากที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร กรณีผลิตเพื่อส่งออก ห้ามใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรที่ประเทศคู่ค้าห้ามใช้ หรือให้ใช้ตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า รวมทั้งการจัดเก็บวัตถุอันตรายทางการเกษตรต้องจัดเก็บเป็นสัดส่วนในสถานที่เก็บวัตถุอันตรายทางการเกษตร

4) การจัดการคุณภาพในกระบวนการผลิตก่อนการเก็บเกี่ยว

ข้อกำหนดนี้ครอบคลุมแผนควบคุมการผลิต ปัจจัยการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์การเกษตร การจัดการในขั้นตอนการผลิต และการกำจัดของเสียและสิ่งของที่ไม่ใช้หรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต

5) การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว

ผู้ปฏิบัติงานต้องเก็บเกี่ยวผลิตผลที่มีอายุเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม โดยผลิตผลมีคุณภาพตามความต้องการของตลาดหรือตามข้อกำหนดของคู่ค้า

6) การพักผลิตผล การขนย้ายในแปลงปลูก และการเก็บรักษา

ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการจัดการด้านสุขลักษณะของสถานที่และวิธีการขนย้าย พักผลิตผล และ/หรือเก็บรักษาผลิตผลเพื่อป้องกันการปนเปื้อนจากอันตรายและสิ่งแปลกปลอมที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค และคุณภาพของผลิตผล

7) สุขลักษณะส่วนบุคคล

ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความรู้ ความเข้าใจ หรือได้รับการฝึกอบรมสุขลักษณะส่วนบุคคล เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกสุขลักษณะ

8) บันทึกข้อมูลและการตามสอบ

ข้อกำหนดนี้ครอบคลุมเอกสารและบันทึกข้อมูล และการตามสอบและการทบทวนปฏิบัติ เช่น มีบันทึกข้อมูลการใช้น้ำ การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร ในกรณีที่มีการจำหน่ายผลิตผล ต้องบันทึกข้อมูลผู้รับซื้อผลิตผล หรือแหล่งที่นำผลิตผลไปจำหน่าย รวมถึงปริมาณที่จำหน่าย เพื่อประโยชน์ต่อการตามสอบ

2.5.2 ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยและยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดำเนินการด้านผลไม้ของประเทศไทยภายใต้ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยปี พ.ศ. 2553-2557 และปี พ.ศ. 2558-2562 โดยไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 6 ชนิด ภายใต้ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยปี พ.ศ. 2553-2557 ได้แก่ เงาะ มังคุด ลองกองทุเรียน มะม่วง และลำไย ในขณะที่ไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด ภายใต้ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยปี พ.ศ. 2558-2562 ได้แก่ เงาะ มังคุด ลองกอง ทุเรียน มะม่วง ลำไย และลิ้นจี่ คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติในหลักการยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยปี พ.ศ. 2553-2557 เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน

พ.ศ. 2552 และคณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติในหลักการยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยปี พ.ศ. 2558-2562 เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2558

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยปี พ.ศ. 2558-2562¹² ประกอบด้วยการดำเนินการ 5 ด้าน ได้แก่ (1) การบริหารจัดการผลผลิต (2) การบริหารจัดการตลาด (3) การวิจัยและพัฒนา (4) การพัฒนาองค์กรและเกษตรกร และ (5) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ โดยแบ่งแผนปฏิบัติการออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2558-2560) เน้นการจัดตั้งกลุ่ม สร้างเครือข่าย และส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบันเกษตรกรผู้ผลิตไม้ผลคุณภาพในพื้นที่การผลิตตามเขตความเหมาะสม (zoning)

มุ่งเน้นการจัดตั้งกลุ่ม สร้างเครือข่าย และส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบันเกษตรกรผู้ผลิตไม้ผลคุณภาพ ในพื้นที่การผลิตตามเขตความเหมาะสม (zoning) โดยส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลผลิต รับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) และหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice : GMP) และมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล เพื่อให้ผลไม้มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานสากล

ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2561-2562) เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลผลิต ในการขยายตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลผลิต ในการขยายตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ และพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้การส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558-2562 มีสาระสำคัญพอสังเขป ดังนี้

(1) หลักการสำคัญ

- 1) ให้ความสำคัญในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด ได้แก่ เงาะ มังคุด ลองกองทุเรียน มะม่วง ลำไย และลิ้นจี่
- 2) ผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของคู่ค้า
- 3) สนับสนุนให้กลไกตลาดผลไม้ภายในประเทศดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) ดำเนินงานตามข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) และกฎระเบียบ มาตรการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผลไม้ไทย
- 5) ดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายในการสร้างความเข้มแข็งด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการองค์กรเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

¹² มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2558 สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99317445

(2) วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

(3) พันธกิจ

- 1) เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาด และเพิ่มรายได้จากการผลิต
- 2) เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม
- 3) ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้ สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้งให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหอันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก
- 4) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ
- 5) พัฒนานองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง
- 6) พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน
- 7) จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผลให้มีครบถ้วนในทุกด้าน ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ และเป็นเอกภาพ

(4) วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้มีกรอบทิศทางการพัฒนาผลผลิต การตลาด และการบริหารจัดการผลไม้อย่างเป็นระบบมีเอกภาพ และสามารถแก้ไขปัญหาผลไม้ได้อย่างยั่งยืน
- 2) เพื่อให้เกษตรกรชาวสวนผลไม้มีความมั่นคงในอาชีพ รายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
- 3) เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลไม้ไทยและขยายการส่งออกให้มากขึ้น
- 4) เพื่อให้มีฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้

(5) เป้าหมายหรือเป้าประสงค์

- 1) สร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ โดยค่าเฉลี่ยของราคาที่เกษตรกรขายได้จะไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต ส่งผลให้มูลค่าของผลไม้ตามราคาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มผลตอบแทนให้แก่เกษตรกร
 - (1.1) เป้าหมายผู้ปลูกไม้ผลเศรษฐกิจหลักที่มีศักยภาพในการส่งออกไม่น้อยกว่า 4 ชนิด (ทุเรียน มังคุด ลำไย มะม่วง)
 - (1.2) เป้าหมายผู้ปลูกไม้ผลเศรษฐกิจหลักภายในประเทศไม่น้อยกว่า 3 ชนิด (เงาะ ลองกอง ลิ้นจี่)

- 2) เพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป
 - (2.1) ไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 4 ชนิด (ทุเรียน มังคุด ลำไย มะม่วง) ให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี
 - (2.2) ไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 3 ชนิด (เงาะ ลองกอง ลิ้นจี่) ให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี
- 3) พัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้มาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรอง GAP ของไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด

2.5.3 ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร

คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรที่กระทรวงพาณิชย์เสนอในที่ประชุมคณะรัฐมนตรี ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2561¹³ วิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ “ประเทศไทยเป็นชาติมหาอำนาจด้านการค้าผลไม้เมืองร้อนของโลก (World Tropical Fruit Trading Nation)” ภายใต้ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร การดำเนินงานประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่¹⁴

- 1) พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้เมืองร้อนสดและแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 1.1 กำหนดมาตรฐานการผลิตและการค้าผลไม้เกรดพรีเมียมทั้ง Q-GAP Thai-GAP และ Thailand Trust Mark

กลยุทธ์ที่ 1.2 ส่งเสริมการทำการตลาดผลไม้เกรดรอง (Undersized)

กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้ไทย

- 2) สร้างและพัฒนาช่องทางการจำหน่ายและกระจายผลไม้ไทยให้มีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและคัดคุณภาพ ได้แก่ farm outlet จุดรวบรวม ตลาดกลางผลไม้

กลยุทธ์ที่ 2.2 ส่งเสริมให้มีตลาดกลางที่มีระบบอำนวยความสะดวกครบวงจรและพัฒนาไปสู่ระบบประมูล (inter auction)

กลยุทธ์ที่ 2.3 จัดหาสถานที่จำหน่ายและเชื่อมโยงเครือข่าย ได้แก่ ตลาดสด ตลาดต้องชม ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ หน่วยงานรัฐและเอกชน

¹³ มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2561 สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก https://cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99327577

¹⁴ เรียบเรียงจาก <https://www.kasetkaoklai.com/home/2018/02/การค้าผลไม้ครบวงจร สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2562> และ <http://thainews.prd.go.th/th/news/detail/WNRPT6102280010001> สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2562

กลยุทธ์ที่ 2.4 ส่งเสริมการขายช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางตลาดออนไลน์ ข้อทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า และตลาดขายแดน

กลยุทธ์ที่ 2.5 ขยายช่องทางการตลาดต่างประเทศและแสวงหาตลาดใหม่

กลยุทธ์ที่ 2.6 การสร้างเครือข่ายผู้ผลิต ผู้รวบรวมและตลาด

3) สนับสนุนการพัฒนาสมรรถนะด้านการค้าและการลงทุนของผู้ประกอบการผลไม้ไทย ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.1 จัดหาสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษ เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการรับซื้อ และสหกรณ์การเกษตร

กลยุทธ์ที่ 3.2 ประสานเชื่อมโยงสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน และแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ เพื่อผลักดันการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้คุณภาพ

4) ประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยให้เป็นที่ต้องการของตลาด ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 4.1 รณรงค์และส่งเสริมให้เกิดการบริโภคผลไม้เพิ่มขึ้นเป็นการทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดเฉพาะสินค้าในพื้นที่จังหวัดที่มีกำลังซื้อสูงหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักผลไม้ไทยมากยิ่งขึ้นด้วย

กลยุทธ์ที่ 4.2 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างค่านิยมการบริโภคผลไม้ภายในสถานศึกษา เพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่บริโภคผลไม้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ที่ 4.3 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นอุปสงค์การบริโภคผลไม้หลากหลายชนิดตามช่วงเทศกาลและฤดูกาลของ

กลยุทธ์ที่ 4.4 การส่งเสริมการขายผลไม้ในต่างประเทศ และการทำแบรนด์ (Branding)

นอกจากนี้ มติคณะรัฐมนตรียังมอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อบูรณาการการดำเนินการขับเคลื่อนภารกิจตามยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ให้เป็นระบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยให้กำหนดแผนการดำเนินงานและผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน รวมทั้งคำนึงถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น

1. การกำหนดและจัดลำดับความสำคัญของผลไม้ที่จะส่งเสริม
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้แต่ละชนิดโดยการสร้างเรื่องราว (Story Marketing) ซึ่งระบุถึงความเป็นมา ถิ่นกำเนิด รสชาติ เอกลักษณ์ของผลไม้ชนิดนั้น ๆ ความพิเศษของกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ

3. การพิจารณาศักยภาพการผลิตและการตลาดในทุกระดับทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ
4. การรับรองคุณภาพสินค้าและการป้องกันโรคติดต่อในผลไม้
5. การจัดหาสถานที่ที่เหมาะสมในการคัดกรองผลไม้
6. การแก้ไขปัญหาผู้ประกอบการชาวต่างชาติ (ล้ง)
7. การเตรียมการรับรองมาตรการกีดกันทางการค้าด้านผลไม้ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะมาตรการตรวจสอบย้อนกลับ เป็นต้น

บทที่ 3

สถานการณ์การส่งออก

มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

3.1 สิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น¹

ประเทศไทยสามารถใช้สิทธิพิเศษทางการค้าเพื่อส่งออกสินค้าไปประเทศญี่ปุ่นได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) โครงการระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences : GSP) (2) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) และ (3) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP)

(1) โครงการระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences : GSP)

ประเทศญี่ปุ่นเริ่มให้สิทธิพิเศษ GSP แก่ประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2514 ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวสิ้นสุดไปเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2562 เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง (upper-middle income country) ตามที่ธนาคารโลก (World Bank) กำหนดติดต่อกันเป็นระยะเวลา 3 ปี ภายใต้ GSP การส่งออกมะม่วงและมังคุดจากประเทศไทยได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร และการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยถูกจัดเก็บภาษีศุลกากรในอัตราร้อยละ 10 (สำหรับการส่งออกช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 กันยายน) และร้อยละ 20 (สำหรับการส่งออกช่วงวันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 มีนาคม ของปีถัดไป) และการส่งออกทุเรียนถูกจัดเก็บภาษีศุลกากรในอัตราร้อยละ 2.50

(2) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA)

ภายใต้ JTEPA ประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิในการลดอัตราภาษีนำเข้าเป็นร้อยละ 0 แก่ผลไม้ไทย ได้แก่ อินทผลัม อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง มังคุดทั้งสดและอบแห้ง กล้วยอบแห้ง องุ่นอบแห้ง มะละกอสด ราสเบอร์รี่ แครนเบอร์รี่ กุสเบอร์รี่ ทุเรียน และลูกพรุน ในขณะที่กล้วยสดและสับปะรดเป็นสินค้าที่ไม่ถูกลดอัตราภาษีให้เป็นร้อยละ 0 แต่ถูกจำกัดโควตาในการส่งออก โดยที่

- กล้วยสดถูกกำหนดโควตาปลอดภาษี 4,000 ตัน ในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 1,000 ตันจนเป็น 8,000 ตัน ในปีที่ 5 หากไทยส่งออกเกินกว่าที่โควตาที่กำหนด จะต้องเสียภาษีนำเข้าให้แก่ประเทศ

¹ กรมการค้าต่างประเทศ (2561)

ญี่ปุ่นในอัตราร้อยละ 10 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 กันยายน และอัตราร้อยละ 20 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 มีนาคม ของปีถัดไป

- สับปะรดสดถูกกำหนดโควตาปลอดภาษี 100 ตัน ในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 50 ตัน จนเป็น 300 ตัน ในปีที่ 5 หากไทยส่งออกเกินกว่าที่โควตาที่กำหนด จะต้องเสียภาษีนำเข้าให้แก่ประเทศญี่ปุ่นในอัตราร้อยละ 17 นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่นยังกำหนดเงื่อนไขว่า สับปะรดสดที่นำเข้าต้องเป็นสับปะรดขนาดเล็ก มีน้ำหนักต่ำกว่า 900 กรัม

ถึงแม้ว่า ข้อกำหนดเรื่องสิทธิพิเศษในการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยข้างต้นเป็นการเปิดโอกาสให้ผลไม้จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น แต่ทางการญี่ปุ่นได้กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นไว้มากมาย เช่น

- 1) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 9 ชนิด ได้แก่ มะม่วง มังคุด ทุเรียน สับปะรด มะพร้าว กล้วย ส้มโอ² สละ และมะขามหวาน
- 2) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 7 พันธุ์ ได้แก่ หนังกกลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรต เขียวเสวย และโชคอนันต์
- 3) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของส้มโอนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 1 พันธุ์ คือ ทองดี

(3) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP)

AJCEP มีจุดเริ่มต้นจากการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น ครั้งที่ 7 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2543 ณ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย ซึ่งที่ประชุมมีมติให้ศึกษาการรวมกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนกับประเทศญี่ปุ่น ผู้นำอาเซียนและผู้นำประเทศญี่ปุ่นได้ร่วมลงนามในกรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (Framework for Comprehensive Economic Partnership between ASEAN and Japan) เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ณ เกาะบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย การเจรจาความตกลงหุ้นส่วน เศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น เริ่มอย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน พ.ศ. 2548 โดยมีการเจรจารวมทั้งสิ้น 11 รอบ และสรุปผลเจรจาในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ทั้งนี้ AJCEP มีผลบังคับใช้สำหรับประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552 โดยภายใต้ AJCEP การส่งออกมะม่วงและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร

² ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าส้มโอจากประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 อ้างอิงจาก สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว (2555)

3.2 กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin : ROO)

การส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นผ่านสิทธิพิเศษทางการค้าทั้ง 3 ช่องทาง ต้องเป็นไปตามกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

สินค้านั้นจะต้องผลิตในประเทศไทยตามเกณฑ์ของกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า และส่งออกโดยตรงไปยังประเทศภาคีที่มีการทำความตกลงพร้อมกับแนบหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ได้แก่ (1) Form A สำหรับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้สิทธิพิเศษ GSP ของประเทศญี่ปุ่น (2) Form JTEPA สำหรับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นภายใต้ JTEPA และ (3) Form AJ สำหรับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นและประเทศสมาชิกอาเซียนภายใต้ AJCEP

3.2.1 กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้ JTEPA

JTEPA กำหนดกฎเฉพาะรายสินค้า (Product Specific Rules : PSRs) ไว้เฉพาะในแต่ละรายสินค้า กฎเกณฑ์ที่ใช้กับการส่งออกสินค้าภายใต้ JTEPA มีดังนี้³

- 1) กฎการผลิตหรือการได้มาของวัตถุดิบในประเทศทั้งหมด (wholly obtained goods)
- 2) การเปลี่ยนพิกัดศุลกากร (change in tariff classification)
- 3) กฎสัดส่วนมูลค่าวัตถุดิบภายในประเทศไทย/ประเทศญี่ปุ่น (Qualify Value Content : QVC) ซึ่งส่วนใหญ่กำหนดไว้ที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของราคา F.O.B. โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$QVC = \frac{[F.O.B. - VNM]}{F.O.B.} \times 100$$

F.O.B. = ราคา F.O.B.

VNM = Value of Non-Originating Material (มูลค่าวัตถุดิบที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดสินค้า)

3.2.2 กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้ AJCEP

การพิจารณาว่า สินค้าใด ๆ เป็นสินค้าที่มีถิ่นกำเนิดภายใต้ AJCEP สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทได้แก่⁴

(1) สินค้าที่ใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศสมาชิก AJCEP

สินค้าที่ใช้วัตถุดิบภายในกลุ่มประเทศอาเซียนและญี่ปุ่น จะถือว่ามีถิ่นกำเนิดในประเทศสมาชิก AJCEP เมื่อมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

³ สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/ServiceData-Information/dft-service-data-privilege/Detail-dft-service-data-privilege/ArticleId/5069/5069>

⁴ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2561)

- 1) สินค้าที่ได้มาทั้งหมดหรือผลิตทั้งหมดในประเทศผู้ส่งออก (wholly produced or obtained) ซึ่งหมายถึง สินค้าที่ได้มาหรือผลิตได้ภายในประเทศ เช่น สัตว์มีชีวิตที่เกิดและเติบโตในประเทศไทย พืชและส่วนของพืชที่ปลูกและเก็บเกี่ยวในประเทศไทย แร่ที่ขุดได้ในประเทศไทย เป็นต้น
- 2) สินค้าที่ผ่านการผลิตทั้งหมดในประเทศผู้ส่งออกโดยใช้วัตถุดิบที่ได้ถิ่นกำเนิดจากประเทศสมาชิก AJCEP ทั้งนี้ประเทศภาคีผู้ผลิตสินค้าสำเร็จรูปอาจนำเข้าวัตถุดิบที่ได้ถิ่นกำเนิดจากประเทศภาคีอื่นหนึ่งประเทศหรือมากกว่า เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งถือว่าเป็นวัตถุดิบที่ได้ถิ่นกำเนิดของประเทศผู้นำเข้าวัตถุดิบมาผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปนั้น ประโยชน์ข้อนี้จะช่วยให้การได้ถิ่นกำเนิดของสินค้านั้นมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เมื่อเทียบกับ JTEPA ที่วัตถุดิบที่ได้ถิ่นกำเนิดจำกัดเพียง 2 ประเทศ คือ ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น ในขณะที่ภายใต้ AJCEP นอกเหนือจากวัตถุดิบของประเทศไทยแล้ว วัตถุดิบที่ได้ถิ่นกำเนิดของประเทศสมาชิก 10 ประเทศ ถือเป็นวัตถุดิบที่ได้ถิ่นกำเนิดของประเทศไทยด้วยเช่นกัน

(2) สินค้าที่ใช้วัตถุดิบจากภายนอกประเทศสมาชิก AJCEP

สินค้าที่มีการใช้วัตถุดิบจากภายนอกกลุ่มประเทศอาเซียนและญี่ปุ่น จะถือว่าเป็นถิ่นกำเนิดในประเทศสมาชิก AJCEP เมื่อมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1) กฎทั่วไป (General Rule) :

ประกอบด้วย สัดส่วนการผลิตในภูมิภาคมากกว่าร้อยละ 40 (Regional Value Content : RVC) หรือการเปลี่ยนพิกัดระดับ 4 หลัก (Change of Tariff Heading : CTH) กล่าวคือ สินค้าที่ไม่ได้อยู่ในรายการสินค้าที่กำหนดไว้ในกฎเฉพาะรายสินค้า (Product Specific Rules : PSRs) จะถือว่าเป็นถิ่นกำเนิดในประเทศสมาชิก เมื่อผ่านเกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งดังนี้

- 1.1) ผลิตในประเทศสมาชิก AJCEP โดยทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 (RVC) ของราคา F.O.B. โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$RVC = \frac{[F.O.B. - VNM]}{F.O.B.} \times 100$$

F.O.B. = ราคา F.O.B.

VNM = Value of Non-Originating Material (มูลค่าวัตถุดิบที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดสินค้า)

หรือ

- 1.2) ผลิตในประเทศสมาชิก AJCEP โดยมีการเปลี่ยนพิกัดอัตราศุลกากรในระดับ 4 หลัก (CTH)

2) กฎเฉพาะรายสินค้า (Product Specific Rules : PSRs)

สินค้าที่มีถิ่นกำเนิดตามกฎหมายการได้ถิ่นกำเนิดเฉพาะรายสินค้านี้มีประมาณร้อยละ 40 ของรายการสินค้าทั้งหมด หากรายการสินค้าได้อยู่ในกฎเฉพาะรายสินค้า (PSRs) จะต้องผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ โดยไม่คำนึงถึงกฎทั่วไป (General Rule)

ทั้งนี้ สำหรับสินค้าที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดสินค้าตามกฎหมายการเปลี่ยนพิกัดอัตราศุลกากรในระดับ 4 หลัก (CTH) หรือตามกฎหมายเฉพาะรายสินค้า (PSRs) ที่กำหนดให้ใช้การเปลี่ยนแปลงพิกัดสินค้านั้นจะยังคงได้ถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้เงื่อนไขการผ่อนปรนขั้นต่ำ หากวัตถุดิบที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดและไม่ผ่านเกณฑ์การเปลี่ยนพิกัดศุลกากรที่กำหนดไว้มีมูลค่ารวมไม่เกินเพดานที่กำหนดไว้ภายใต้เงื่อนไขการผ่อนปรนขั้นต่ำดังนี้

- สินค้าพิกัดตอนที่ 16, 19, 20, 22, 23, 28-49 และตอนที่ 64-97 ที่ใช้วัตถุดิบที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดตามกฎหมายการเปลี่ยนพิกัดฯ มีมูลค่าไม่เกินร้อยละ 10 ของราคา F.O.B.
- สินค้าพิกัดตอนที่ 18 และ 21 ที่ใช้วัตถุดิบที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดตามกฎหมายการเปลี่ยนพิกัดฯ ไม่เกินร้อยละ 10 หรือร้อยละ 7 ของราคา F.O.B. ตามที่ระบุไว้ในกฎเฉพาะสินค้า (PSRs)
- สินค้าพิกัดตอนที่ 50-63 ต้องมีน้ำหนักของวัตถุดิบที่ไม่ได้ถิ่นกำเนิดตามกฎหมายการเปลี่ยนพิกัดฯ ไม่เกินร้อยละ 10 ของน้ำหนักสินค้านั้น

ผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นถือว่ามีความสอดคล้องกับถิ่นกำเนิดสินค้าไทย เพราะเป็นผลไม้ที่ปลูกในประเทศไทย

3.3 กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช จึงมีความเข้มงวดในการควบคุมตรวจสอบผักและผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้า เช่น การกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits : MRLs) ของสารเคมี การกำหนดให้มะม่วงสดและมังคุดสดต้องผ่านการอบไอน้ำเพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้ก่อนการส่งออก และการกำหนดให้ผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับไปด้วยทุกครั้งจากประเทศต้นทางของสินค้า

นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่นยังกำหนดรายการพืชหรือผลผลิตพืชที่ห้ามนำเข้าจากประเทศต่าง ๆ เนื่องจากพืชหรือผลผลิตพืชดังกล่าวเป็นที่อาศัยของแมลงและโรคพืชร้ายแรง ซึ่งไม่ปรากฏอยู่ในประเทศญี่ปุ่นหรือปรากฏอยู่เฉพาะบางพื้นที่ ยกเว้นมีการทำข้อตกลงระหว่างประเทศและผ่านกรรมาวิธีกักกันศัตรูพืชที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม พืชหรือส่วนของพืชบางชนิดที่ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้มีการนำเข้าได้จะต้องผ่านการตรวจสอบ ณ แหล่งปลูกโดยกรมวิชาการเกษตร เพื่อรับรองว่าปลอดจากศัตรูพืชกักกันของประเทศญี่ปุ่น

3.3.1 กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภทของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในภาพรวม

หน่วยงานของทางการไทยโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ มีข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และเพื่อให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และมาตรการการนำเข้าผลไม้ที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดดังนี้

(1) ข้อกำหนดและมาตรการการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์⁵

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีข้อกำหนดและมาตรการการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

- 1) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออกผักและผลไม้ พ.ศ. 2553
- 2) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออกผักและผลไม้ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557
- 3) ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ พ.ศ. 2556
- 4) ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558
- 5) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอและการออกใบรับรองสุขอนามัย พ.ศ. 2552

มะม่วง ทุเรียน และมังคุด เป็นพืชควบคุมเฉพาะสำหรับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น⁶ ซึ่งจะต้องผ่านการตรวจสอบเชื้อจุลินทรีย์ หรือสิ่งอื่นใดที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการของกรมวิชาการเกษตร (ตามประกาศหมายเลข 3 และ 4) ผู้ประสงค์จะส่งออกพืชควบคุมเฉพาะไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องจดทะเบียนผู้ส่งออก หมายเลขทะเบียน JP-XX-XXX โดยยื่นคำร้องขอหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ ได้ที่กลุ่มจดทะเบียนและออกใบรับรอง กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ไปต่างประเทศ มีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ออกเอกสาร

เงื่อนไขการส่งออกเพิ่มเติม

- 1) ผู้ประสงค์จะส่งออกพืชควบคุมเฉพาะไปประเทศญี่ปุ่นต้องขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ก่อนการส่งออก

⁵ กรมวิชาการเกษตร (2560ก)

⁶ พืชควบคุมเฉพาะสำหรับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นทั้งสิ้น 37 ชนิด

- 2) ผู้ประสงค์จะส่งออกมะม่วง ทุเรียน และมังคุด ต้องยื่นผลทดสอบสารเคมีตกค้างที่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบการขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate)
- 3) มะม่วงสดและมังคุดสดต้องผ่านการอบไอน้ำก่อนการส่งออกประเทศญี่ปุ่น และผู้ประสงค์จะส่งออกต้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับการส่งออกไปด้วยทุกครั้ง โดยยื่นคำร้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ได้ที่สำนักวิจัยและพัฒนาการอารักขาพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 4) ผู้ส่งออกที่เข้าร่วมโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ซึ่งครอบคลุมมะม่วง มะม่วงแช่แข็ง มะม่วงแช่แข็งแห้ง (พรีซดราย) กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง มังคุด และกล้วย เมื่อผ่านการพิจารณาจากกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่นแล้ว จะได้รับการยกเว้นการกักกัน ณ ด่านทั่วประเทศญี่ปุ่น

โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)”⁷

ประเทศญี่ปุ่นดำเนินการกักตวจสินค้าเกษตรตามมาตรการ Inspection Ordered สำหรับสินค้าผักผลไม้สดที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยทำการสุ่มตรวจสินค้าที่ด่านตรวจพืชนำเข้า สินค้าที่ถูกกักตวจจะต้องรอผลการตรวจว่าผ่านเกณฑ์ตามที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดหรือไม่ หากผ่านเกณฑ์จึงจะสามารถเข้าประเทศญี่ปุ่นได้ ประกอบกับทางญี่ปุ่นมีการแจ้งเตือนการตรวจพบสารเคมีตกค้างในสินค้าผักผลไม้ที่ส่งออกจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เช่น การตรวจพบสารกำจัดแมลง chlorpyrifos และสารกำจัดเชื้อรา propiconazole ในมะม่วงที่ส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นจึงเพิ่มความเข้มงวดการกักตวจจากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 50 และจะเพิ่มเป็นร้อยละ 100 หากประเทศไทยไม่ดำเนินการเพื่อป้องกันการปนเปื้อนสารพิษดังกล่าว

กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงมีข้อตกลงกับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health Labor and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่นในการจัดทำโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)” การดำเนินการภายใต้โครงการฯ ประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร ผู้ประกอบการส่งออก และเกษตรกร ทั้งนี้ การเข้าร่วมโครงการฯ เป็นมาตรการแบบสมัครใจ

ในปี พ.ศ. 2548 กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่นได้พิจารณาให้มะม่วงเป็นผลไม้ชนิดแรกของโครงการฯ และเพิ่มพืชที่พบปัญหาสารเคมีตกค้างอีก 4 ชนิด ได้แก่ กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง กล้วย และมังคุด

หลักการพื้นฐานของโครงการฯ มีดังนี้

- 1) การผลิตพืชที่ดีตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP)

⁷ เอกสาร โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ได้รับจากกรมวิชาการเกษตร

- 2) การควบคุมการใช้สารเคมีในแปลงเกษตรกรให้เป็นไปตาม positive list system ที่ญี่ปุ่นกำหนด
- 3) โรงคัดบรรจุต้องผ่านการรับรองหลักปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด (Good Manufacturing Practices for Packing House of Fresh Fruits and Vegetables) ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 9035-2553
- 4) ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) มีประสิทธิภาพ
- 5) การกำกับดูแลโครงการฯ โดยกรมวิชาการเกษตร

ผู้ประกอบการส่งออกที่ผ่านการพิจารณาจากกระทรวงสาธารณสุข แรงงานและสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น จะได้รับการยกเว้นการกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้าทั่วประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการถูกกักตรวจของผู้ส่งออก

ผู้ประกอบการส่งออกที่ประสงค์เข้าร่วมโครงการฯ ต้องดำเนินการดังนี้

- 1) จัดทำตารางข้อมูลชื่อสารเคมีที่ผู้ประกอบการส่งออกแนะนำให้เกษตรกรใช้ ขั้นตอนการใช้สารเคมี ปริมาณการใช้และค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (MRLs) ของสารเคมีแต่ละชนิดตามที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด โดยให้จัดทำเอกสารทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ 1 ฉบับ
- 2) จัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) โดยให้จัดทำเอกสารทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ 1 ฉบับ
- 3) จัดทำตารางรายชื่อเกษตรกรเครือข่าย พร้อมแผ่นซีดีที่มีรายละเอียดชื่อ-ที่อยู่ของเกษตรกร / รหัสรับรอง GAP / วันหมดอายุของ GAP พร้อมแนบสำเนาใบรับรอง GAP
- 4) สำเนาสัญญาซื้อขายกับเกษตรกรเครือข่ายทุกราย
- 5) จัดทำตารางรายชื่อโรงคัดบรรจุ (กรณีใช้โรงบรรจุมากกว่า 1 แห่ง) โดยโรงคัดบรรจุต้องได้รับการรับรองในระบบ GMP จากหน่วยรับรองที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร พร้อมแนบสำเนาใบรับรอง GMP และสำเนาทะเบียนสำคัญแสดงการขึ้นทะเบียนโรงงานผลิตสินค้าพืช

ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการส่งออกและโรงคัดบรรจุเป็นคนละบริษัท โรงคัดบรรจุต้องทำหนังสือรับรองการคัดบรรจุให้ผู้ประกอบการส่งออก

- 6) จัดทำผลการตรวจประเมินแปลงเกษตรกรในเครือข่าย ดังนี้
 - บันทึกการใช้สารเคมีของเกษตรกร
 - ผลการสำรวจแปลงเกษตรข้างเคียง (ประเมินความเสี่ยงการปนเปื้อนจากแปลงเกษตรข้างเคียง)
 - แผนการจัดการแปลงเกษตรเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน

ทั้งนี้ ต้องใช้เอกสารฉบับจริง (ไม่รับเอกสารทางโทรสารหรืออีเมล)

(2) ข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ ของกระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์มีข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กัลย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

- 1) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 91) พ.ศ. 2542
- 2) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการส่งสินค้าและผลไม้ออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2546
- 3) ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่องกำหนดชนิดหรือประเภทผักและผลไม้ที่ต้องมีหนังสือรับรองในการส่งออก พ.ศ. 2550

ประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 91) พ.ศ. 2542 มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระเบียบการส่งทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร โดยกำหนดให้ผู้ส่งทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักรจะต้องเป็นผู้ที่จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักรไว้กับกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมวิชาการเกษตรแจ้งบัญชีรายชื่อและหมายเลขทะเบียนผู้ส่งออกทุเรียนสดให้กรมศุลกากรทราบเพื่อประกอบการส่งออก

ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการส่งสินค้าและผลไม้ออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2546 มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันปัญหาสารเคมีตกค้างในสินค้าผักและผลไม้ที่ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร และเพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าผักและผลไม้ไทยให้เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ โดยกำหนดให้สินค้าผักและผลไม้ส่งออก ที่กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กำหนดให้ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการควบคุมสารเคมีตกค้าง เป็นสินค้าที่ต้องมีหนังสือรับรองสารตกค้างของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ไปแสดงต่อกรมศุลกากรเพื่อประกอบการส่งออก

ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่องกำหนดชนิดหรือประเภทผักและผลไม้ที่ต้องมีหนังสือรับรองในการส่งออก กำหนดให้สินค้าผักและผลไม้ เช่น มะม่วง ทุเรียน และมังคุด ที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น เป็นสินค้าที่ผู้ส่งออกต้องมีหนังสือรับรองสารตกค้างจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ไปแสดงต่อกรมศุลกากรเพื่อประกอบการส่งออก และได้กำหนดสารตกค้างที่ต้องตรวจสอบสำหรับมะม่วง ทุเรียน และมังคุด ที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ไว้ดังนี้

- (1) สารพิษตกค้างของสารกำจัดแมลง ประกอบด้วย
 - 1.1) กลุ่ม Organochlorines จำนวน 13 ชนิด
 - 1.2) กลุ่ม Organophosphates จำนวน 15 ชนิด
 - 1.3) กลุ่ม Pyrethroids จำนวน 6 ชนิด
 - 1.4) กลุ่ม Carbamates จำนวน 4 ชนิด
- (2) สารพิษตกค้างของสารกำจัดโรคพืช ประกอบด้วย
 - 2.1) กลุ่ม Dithiocarbamates จำนวน 4 ชนิด
 - 2.2) กลุ่ม Benzimidazoles จำนวน 3 ชนิด

- 2.3) captan
- 2.4) metalaxyl
- (3) สารพิษตกค้างของสารกำจัดวัชพืช
 - 3.1) 2, 4-D
 - 3.2) paraquat
 - 3.3) ametryn, atrazine, bromacil
 - 3.4) diuron

3.3.2 กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น⁸

ผู้ประสงค์ขอจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ไปประเทศญี่ปุ่น หมายเลขทะเบียน JP-XX-XXX และต้องจดทะเบียนผู้ส่งออกกล้วยสด หมายเลขทะเบียน BA-XX-XXX โดยยื่นคำร้องขอหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้การกำกับดูแลของกรมวิชาการเกษตร ได้ที่กลุ่มจดทะเบียนและออกใบรับรอง กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่นมีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ออกเอกสาร การยื่นขอจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่นต้องยื่นให้แล้วเสร็จภายในเดือนมีนาคมของทุกปี โดยยื่นที่กรมวิชาการเกษตร

กรมวิชาการเกษตรเป็นหน่วยงานที่ดูแลและจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสด ในขณะที่กรมการค้าต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดูแลการออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีที่มีโควตาส่งออก

โควตาส่งออกกล้วยสดสำหรับปีการส่งออก 2562 (นำเข้าประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563) ตาม “ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ปีที่ 13” ลงวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2562 มีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

ตามกรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ในปีที่ 13 ประเทศญี่ปุ่นจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดให้แก่ประเทศไทย จำนวน 8,000 ตัน ระหว่างวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยกรมวิชาการเกษตร ได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขตามนโยบายคณะอนุกรรมการพืชสวน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังต่อไปนี้

1. ผู้มีสิทธิได้รับการจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสด
 - 1) ต้องเป็นนิติบุคคล และเป็นผู้ประกอบการกิจการค้าสินค้ากล้วย
 - 2) ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก ตามประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออก เพื่อขอรับการจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น

⁸ กรมวิชาการเกษตร (2560ก)

ภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ลงวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2551

- 3) ต้องสมัครเข้ามาตรการควบคุมการบริหารจัดการสารเคมีในกล้วยส่งออกประเทศญี่ปุ่น (Control Measures for Pesticide Management in Banana Export to Japan)
- 4) การส่งออกกล้วยสดต้องใช้กล้วยสดที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย
2. การจัดสรรโควตา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
 - 1) ร้อยละ 15 เป็นโควตากลาง
 - 2) ร้อยละ 15 เป็นโควตาสำหรับผู้ส่งออกรายใหม่
 - 3) ร้อยละ 70 เป็นโควตาสำหรับจัดสรรให้ผู้ส่งออกรายเก่าที่มีประวัติส่งออกประเทศญี่ปุ่นเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง โดยจะต้องแสดงประวัติการส่งออก 3 ปีย้อนหลังประกอบการพิจารณากรณีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยแต่ละรายรวมกันเกินปริมาณโควตา ก็จะปรับลดปริมาณลงตามสัดส่วน
3. หากได้รับการจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสด แต่ไม่มีการส่งออกภายในระยะเวลา 3 เดือน นับแต่วันที่ได้รับการจัดสรร กรมวิชาการเกษตรจะยกเลิกโควตาสำหรับบุคคลดังกล่าว แล้วนำส่วนที่จัดสรรสำหรับบุคคลนั้นส่งคืนเป็นโควตากลาง
4. ผู้ที่ได้รับการจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดแล้วสามารถส่งออกได้ทั้งหมด หากมีกล้วยสดเหลืออยู่และประสงค์จะส่งออก ให้ทำเรื่องเสนอกรมวิชาการเกษตรเพื่อขอใช้โควตากลาง
5. ห้ามผู้ที่ได้รับการจัดสรรโอนสิทธิที่ได้รับให้แก่ผู้อื่น
6. ผู้ที่ได้รับการจัดสรรโควตาทั้งรายเก่าและรายใหม่เมื่อมีการส่งออกแล้วต้องรายงานผลการดำเนินงานให้กรมวิชาการเกษตรทราบ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการจัดสรรโควตาต่อไป ภายใน 15 วัน นับแต่วันส่งออก

นอกจากนี้ การส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่นตามโควตาส่งออกกล้วยสดสำหรับปีการส่งออก 2562 (นำเข้าประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563) ผู้ที่ได้รับการจัดสรรโควตาต้องดำเนินการตาม “ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการออกหนังสือรับรองการได้รับสิทธิ ในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับกล้วยสด สับปะรดสด และเนื้อมะพร้าวแช่แข็ง ที่มีโควตาส่งออกตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่น สำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ปีการส่งออก 2562 พ.ศ. 2562” ลงวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

1. ผู้มีสิทธิขอรับหนังสือรับรองการส่งออกกล้วยสด ต้องเป็นผู้ส่งออกที่ได้รับการจัดสรรปริมาณการส่งออกจากกรมวิชาการเกษตร ตามรายชื่อและปริมาณที่ได้รับการจัดสรรตามบัญชีท้ายประกาศ

2. ให้ผู้มีสิทธิตามข้อ 1 ยื่นคำขออนุญาตหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin : Form JTEPA) และหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน (Certificate of Tariff Rate Quota) ที่จัดพิมพ์ขึ้นโดยกรมการค้าต่างประเทศ ต่อกรมการค้าต่างประเทศ โดยให้แสดงต้นฉบับหรือสำเนาใบกำกับสินค้า (invoice) เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

ทั้งนี้ ให้นำหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin : Form JTEPA) ตามประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง การออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่นสำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2550 มาใช้บังคับแก่การออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าตามประกาศนี้โดยอนุโลม

3. ในการยื่นคำขออนุญาตหนังสือรับรองตามข้อ 2 ผู้ยื่นคำขอต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่น สำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจด้วย
4. กรมการค้าต่างประเทศจะออกหนังสือรับรองตามข้อ 2 ให้แก่ผู้ยื่นคำขอ โดยกรณีกล้วยสด จะออกหนังสือรับรองให้แก่ผู้ยื่นคำขอตามปริมาณที่แต่ละรายได้รับการจัดสรร
5. ให้ผู้ได้รับหนังสือรับรองรายงานการส่งออกต่อกองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ส่งออกสินค้าแต่ละครั้ง

ประกาศฉบับข้างต้นใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563

ผู้มีสิทธิขอรับหนังสือรับรองและปริมาณที่ได้รับการจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดสำหรับปี พ.ศ. 2562 ตามบัญชีท้ายประกาศกรมการค้าต่างประเทศข้างต้น มีดังนี้

1) บริษัท พี แอนด์ เอฟ เทคโนโลยี จำกัด	ปริมาณ 2,062.00 ตัน
2) บริษัท แพน แปซิฟิค ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ปริมาณ 2,014.00 ตัน
3) บริษัท โอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด	ปริมาณ 336.96 ตัน
4) บริษัท เอ็ม อาร์ โปรเกรส จำกัด	ปริมาณ 26.00 ตัน
รวมปริมาณ	4,438.96 ตัน

สำหรับการส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่นตามโควตาส่งออกกล้วยสดสำหรับปีการส่งออก 2563 (นำเข้าประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2563 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2564) ผู้ที่ได้รับการจัดสรรโควตาต้องดำเนินการตาม “ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิ ในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับกล้วยสด สับปะรดสด และเนื้อสุกร

ปรุ้งแต่ง ที่มีโคเวตาส่งออกตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่น สำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ปีการส่งออก 2563 พ.ศ. 2563” ลงวันที่ 16 มีนาคม 2563

ผู้มีสิทธิขอรับหนังสือรับรองและปริมาณที่ได้รับการจัดสรรโคเวตาส่งออกกล้วยสด ตามบัญชีท้ายประกาศกรมการค้าต่างประเทศข้างต้น มี 6 บริษัท ดังนี้

1) บริษัท แพน แปซิฟิค ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ปริมาณ 2,014.00 ตัน
2) บริษัท ที เค กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด	ปริมาณ 600.00 ตัน
3) บริษัท พี แอนด์ เอฟ เทคโนโลยี จำกัด	ปริมาณ 510.00 ตัน
4) บริษัท เจ เฟรช เซกะ จำกัด	ปริมาณ 450.00 ตัน
5) บริษัท โอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด	ปริมาณ 360.00 ตัน
6) บริษัท เอ็ม อาร์ โปรเกรส จำกัด	ปริมาณ 26.00 ตัน
รวมปริมาณ	3,960.00 ตัน

เป็นที่น่าสังเกตว่า โคเวตาส่งออกกล้วยสดลดลงร้อยละ 10.79 จาก 4,438.96 ตัน ในปีการส่งออก 2562 (นำเข้าประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563) เป็น 3,960.00 ตัน ในปีการส่งออก 2563 (นำเข้าประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2563 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2564)

3.3.3 กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลทุเรียนสดไปประเทศญี่ปุ่น⁹

การส่งออกผลทุเรียนสดไปประเทศญี่ปุ่นอยู่ภายใต้ข้อกำหนดการส่งออกผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร ซึ่งกฎ ระเบียบ หรือประกาศที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

- 1) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2556
- 2) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการต่ออายุการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลทุเรียนสด ผลลำไยสด ดอกกล้วยไม้สด ออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2544

ผู้ประสงค์จะส่งออกผลทุเรียนสดไปประเทศญี่ปุ่น ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น หมายเลขทะเบียน JP-XX-XXX และต้องจดทะเบียนผู้ส่งออกผลทุเรียนสดไปนอกราชอาณาจักร หมายเลขทะเบียน DU-1-XX-XXX โดยยื่นคำขอจดทะเบียนได้ที่กลุ่มจดทะเบียนและออกใบรับรอง กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักรมีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ออกเอกสาร และที่สำคัญผู้ประสงค์จะส่งออกต้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ตามประกาศที่เกี่ยวข้องข้อกำหนด หรือเงื่อนไขของประเทศญี่ปุ่น

⁹ กรมวิชาการเกษตร (2560ก)

3.4 สถานการณ์การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

3.4.1 การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

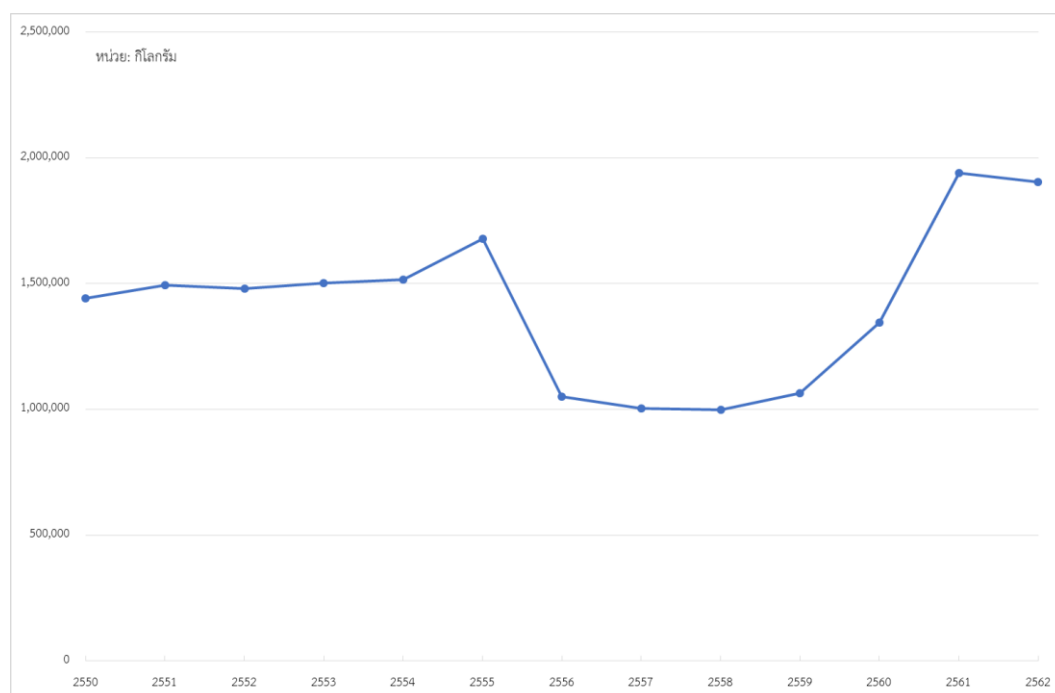
ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้ามะม่วงสดจากประเทศไทยได้ 7 พันธุ์ ได้แก่ หนั่งกลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรด เขียวเสวย และโชคอนันต์ โดยมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้มีการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด รองลงมา คือ มะม่วงพันธุ์มหาชนก

มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ ผลมีรูปร่างเรียวยาวและมีปลายแหลม ผิวเปลือกสีเหลือง เนื้อมีสีเหลืองเข้ม รสชาติหวานและมีกลิ่นหอม

มะม่วงพันธุ์มหาชนก ผลมีขนาดใหญ่ น้ำหนักเนื้อมาก เปลือกมีสีเหลืองส้ม มีกลิ่นเนื่องจากมีสารหอมระเหย

ภาพที่ 3.1 แสดงปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นที่น่าสังเกตว่า ปริมาณการส่งออกค่อนข้างคงที่อยู่ที่ประมาณ 1,500 ตันต่อปี ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 และเพิ่มขึ้นเป็น 1,677.85 ตัน ในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.74 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 และลดลงเหลือเพียง 997.60 ตัน ในปี พ.ศ. 2556 และค่อย ๆ เพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559 จนมีปริมาณการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดที่ 1,939.02 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.04 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลงเป็น 1,904.40 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งลดลงร้อยละ 1.79 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561

ภาพที่ 3.1 ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562

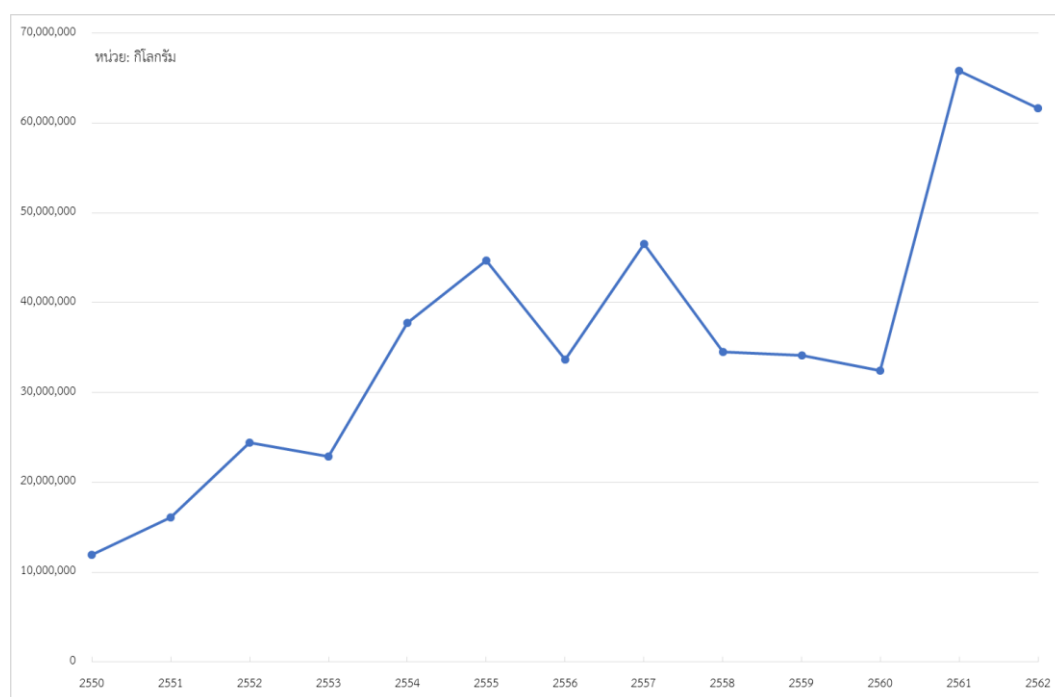


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ทั้งนี้ ปริมาณการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562 ที่มากกว่าปริมาณการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 มีสาเหตุมาจากการส่งออกมะม่วงพันธุ์มหาชนกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมะม่วงพันธุ์มหาชนกเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เพราะมะม่วงพันธุ์มหาชนกมีเรื่องราวความเป็นมา ราคาอ่อนโยนกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ และมีลักษณะคล้ายมะม่วงแอปเปิล (apple mango) ที่นำเข้าจากประเทศเม็กซิโก

ภาพที่ 3.2 แสดงปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แต่ลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 ในขณะที่ปริมาณการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2559-2560 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมะม่วงไปตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมากถึงร้อยละ 103.05 ในปี พ.ศ. 2561 จากปริมาณการส่งออกมะม่วง 32,402.98 ตัน ในปี พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 65,793.50 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งการเพิ่มขึ้นนี้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่น ปริมาณการส่งออกมะม่วงของประเทศไทยไปตลาดโลกลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2562 เป็น 61,618.95 ตัน คิดเป็นการลดลงร้อยละ 6.34 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561

ภาพที่ 3.2 ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



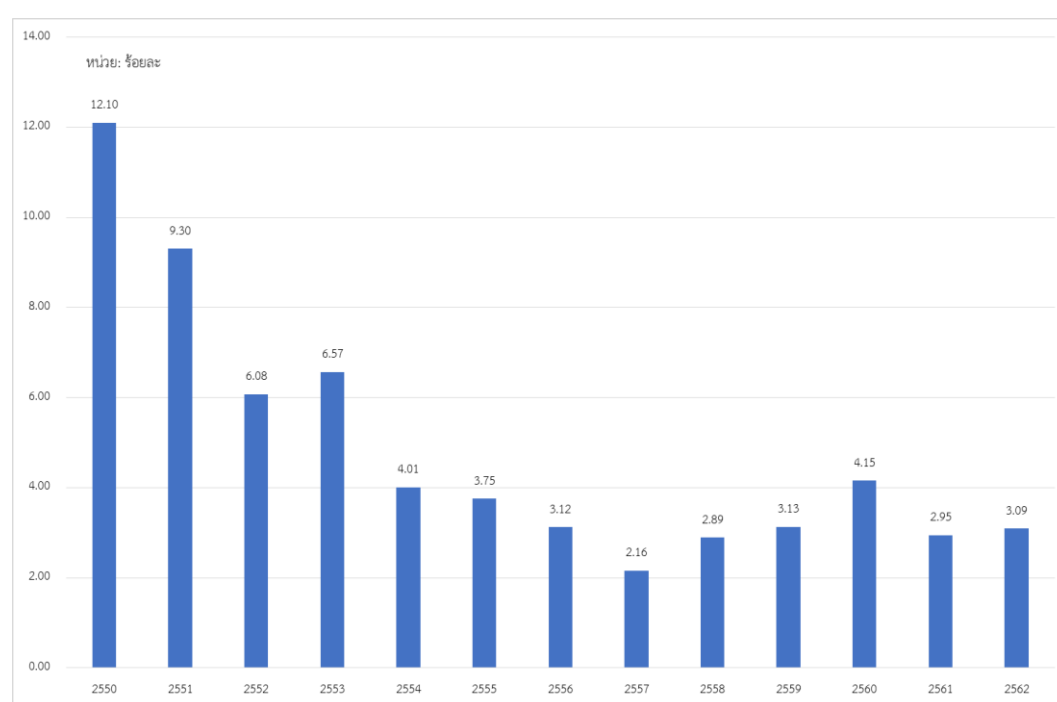
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หากพิจารณาสัดส่วนปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ดังแสดงในภาพที่ 3.3 สัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 12.10 ในปี พ.ศ. 2550 และมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ และมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 5.00 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 สัดส่วนดังกล่าวมีค่าต่ำสุดเพียงร้อยละ 2.16 ในปี พ.ศ. 2557 และค่อย ๆ เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 แต่กลับลดลงเหลือเพียงร้อยละ 2.95 ใน

ปี พ.ศ. 2561 การลดลงของสัดส่วนนี้เนื่องจากปริมาณการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างคงที่ในขณะที่ปริมาณการส่งออกมะม่วงไปตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ภาพที่ 3.4 แสดงให้เห็นว่า สัดส่วนมูลค่าการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงเช่นกัน โดยลดลงจากร้อยละ 42.96 ในปี พ.ศ. 2550 เหลือเพียงร้อยละ 9.98 ในปี พ.ศ. 2557 และมีค่าอยู่ที่ประมาณร้อยละ 10.00 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 โดยมีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ 9.11 ในปี พ.ศ. 2561

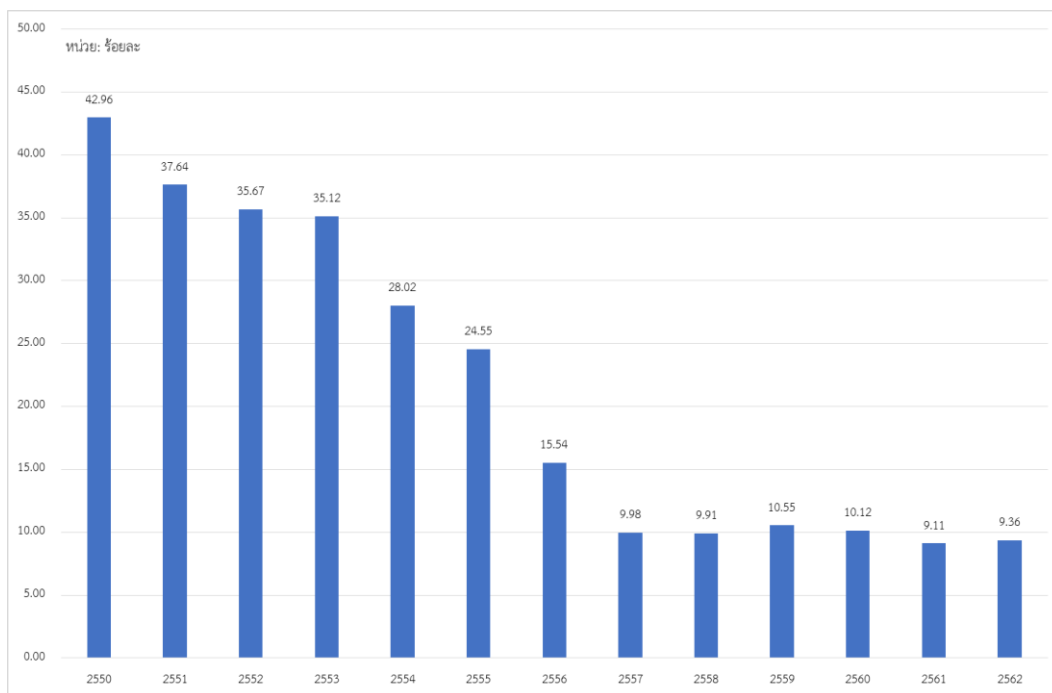
ภาพที่ 3.3 สัดส่วนปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

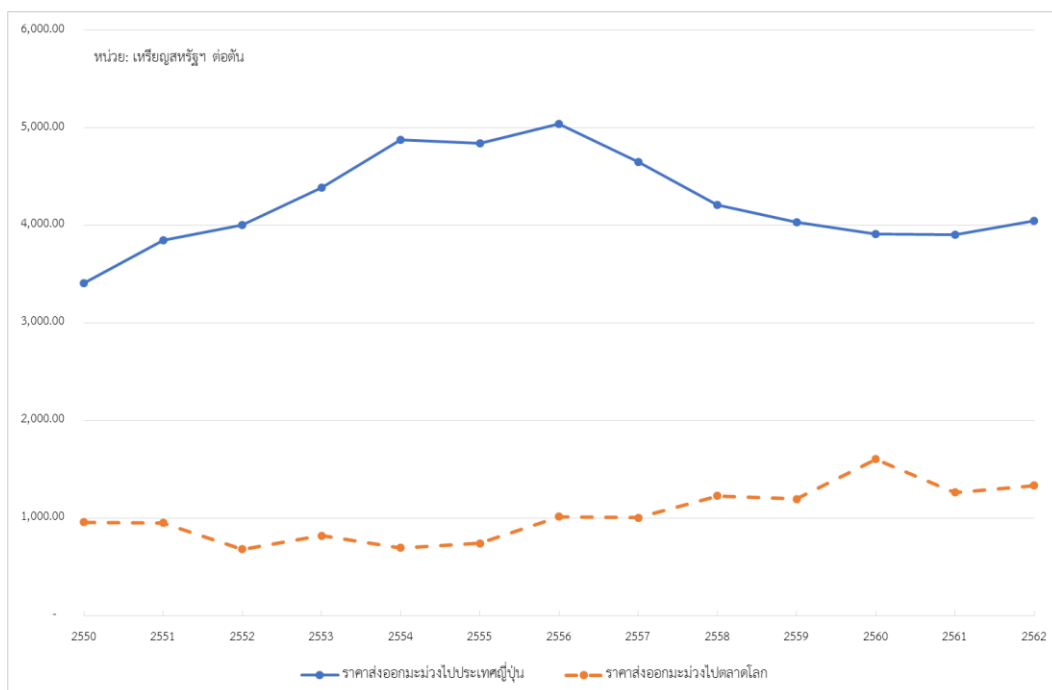
ภาพที่ 3.5 แสดงราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562 ราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 4.42 เท่า ราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดเป็น 5,041.81 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2556 ในขณะที่ราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลกสูงสุดเพียง 1,604.81 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2560 การที่ราคาส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าราคาส่งออกไปตลาดโลกโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 เท่า ยังไม่สามารถจูงใจให้ผู้ส่งออกไทยส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น อาจเนื่องมาจาก (1) ข้อจำกัดทางปริมาณความต้องการบริโภคมะม่วงจากประเทศไทยของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น หรือ (2) ข้อจำกัดเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นตามที่อธิบายไว้ในหัวข้อที่ 3.2 และ 3.3

ภาพที่ 3.4 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

ภาพที่ 3.5 ราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และราคาส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562

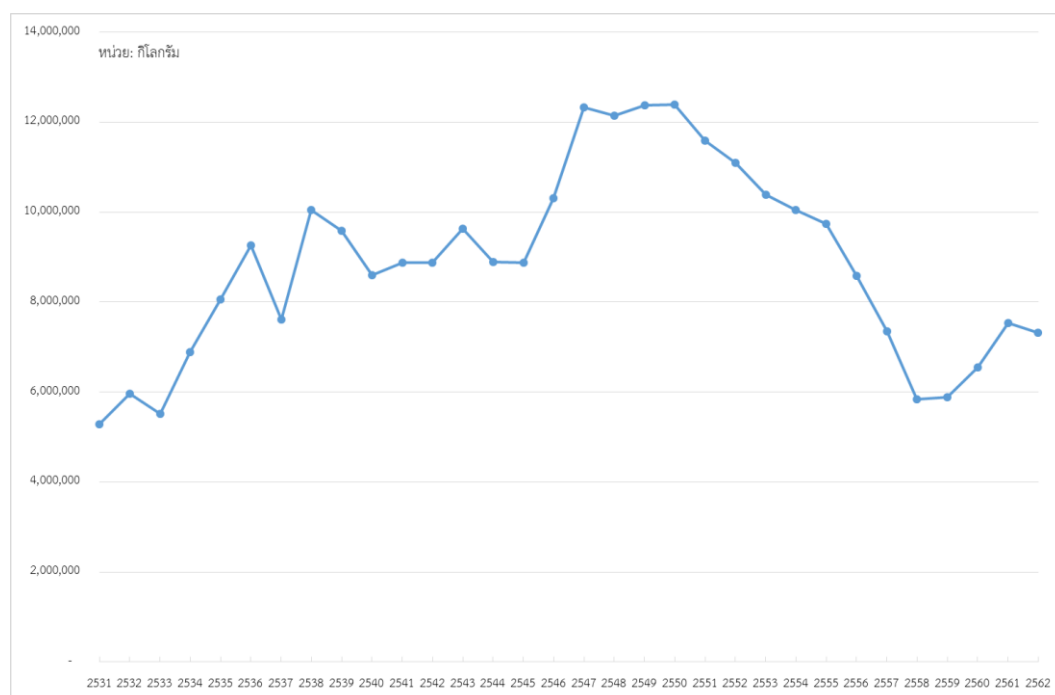


ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกและปริมาณการส่งออก โดยใช้ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

3.4.2 การนำเข้ามะม่วงจากต่างประเทศของประเทศไทย

ภาพที่ 3.6 แสดงปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ถึงปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยนำเข้ามะม่วงเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 จนถึงปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นปีที่ปริมาณการนำเข้ามะม่วงสูงสุดที่ 12,388,385 กิโลกรัม หลังจากนั้นการนำเข้ามะม่วงก็ลดลงอย่างต่อเนื่องจนปริมาณการนำเข้าเหลือเพียง 5,840,548 กิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2558 และประเทศไทยเริ่มนำเข้ามะม่วงเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559 แต่ลดลงอีกครั้งเป็น 7,326,940 กิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งลดลงจาก 7,533,967 กิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2561

ภาพที่ 3.6 ปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา : Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ตารางที่ 3.1 แสดงปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งได้แก่ เม็กซิโก ไทย เปรู ฟิลิปปินส์ ตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยนำเข้ามะม่วงลดลงร้อยละ 2.75 ในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561

ภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยจาก 5 ประเทศคู่ค้าหลัก ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562 สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากเพียงร้อยละ 0.91 ในปี พ.ศ. 2531 เป็นร้อยละ 26.96 ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ สัดส่วนที่เพิ่มขึ้นนี้ส่งผลให้ประเทศไทยจากที่เคยอยู่อันดับที่ 3 ขยับขึ้นมาเป็นอันดับที่ 2 ในตลาดมะม่วงนำเข้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงจากประเทศเม็กซิโกก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.48 ในปี พ.ศ. 2531 เป็นร้อยละ 45.66 ในปี พ.ศ. 2562 การนำเข้ามะม่วงจากประเทศเม็กซิโกขึ้นมาเป็นอันดับที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แทนที่การนำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์ที่เป็นอันดับที่ 1 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 การนำเข้ามะม่วง

จากประเทศฟิลิปปินส์เคยมีสัดส่วนสูงที่สุดเป็นร้อยละ 90.21 ในปี พ.ศ. 2535 แต่กลับลดลงเหลือเพียงร้อยละ 3.49 ในปี พ.ศ. 2562

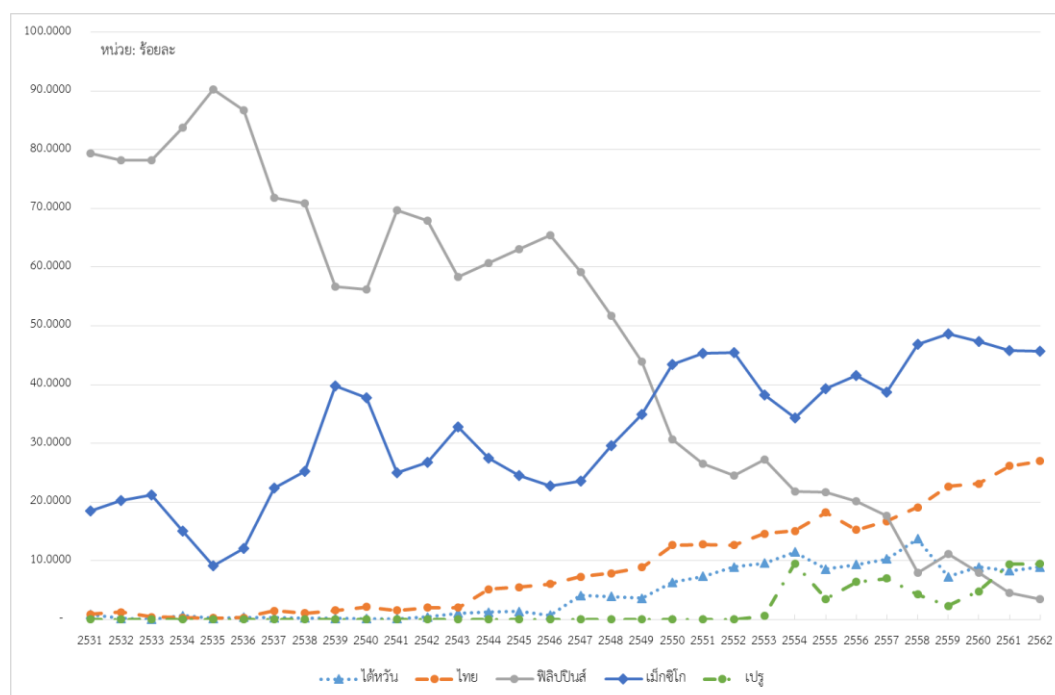
ตารางที่ 3.1 ปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562

(หน่วย : กิโลกรัม)

	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
เม็กซิโก	3,106,925	3,446,620	3,345,581
ไทย	1,515,391	1,971,168	1,975,458
เปรู	313,330	708,861	692,271
ไต้หวัน	587,396	623,233	656,507
ฟิลิปปินส์	523,080	345,028	255,361
รวมปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	6,555,887	7,533,967	7,326,940

ที่มา: Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ภาพที่ 3.7 สัดส่วนปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

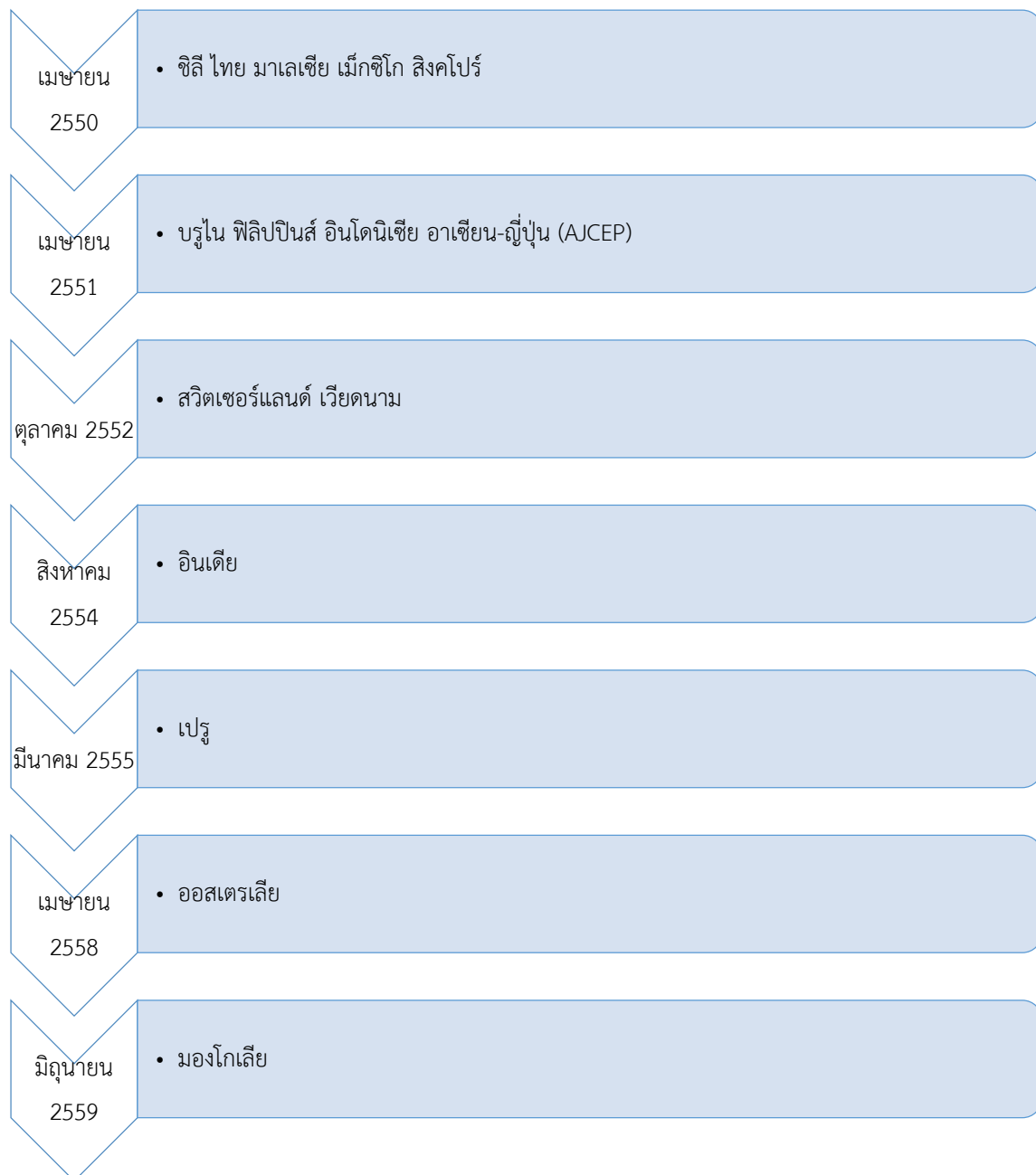
เมื่อพิจารณาการได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้า ดังแสดงในแผนภาพที่ 3.1 ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยและประเทศเม็กซิโกเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 พร้อมกัน ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) และความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจเม็กซิโก-ญี่ปุ่น (Japan-Mexico Economic Partnership Agreement : JMEPA) ตามลำดับ การกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงเป็นร้อยละ 0 ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.87 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 12.64 ในปี พ.ศ. 2550 และสัดส่วนดังกล่าวของประเทศเม็กซิโกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 34.96 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 43.48 ในปี พ.ศ. 2550 ในขณะที่ สัดส่วนดังกล่าวของประเทศฟิลิปปินส์ลดลงจากร้อยละ 45.96 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 30.65 ในปี พ.ศ. 2550

ประเทศฟิลิปปินส์ได้รับสิทธิประโยชน์การนำเข้ามะม่วงด้วยอัตราภาษีร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจฟิลิปปินส์-ญี่ปุ่น (Japan-Philippines Economic Partnership Agreement : JPEPA) สิทธิประโยชน์ดังกล่าวไม่สามารถช่วยให้สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น แต่สัดส่วนดังกล่าวกลับลดลงจากร้อยละ 30.65 ในปี พ.ศ. 2550 เป็นร้อยละ 26.49 ในปี พ.ศ. 2551 สำหรับประเทศเปรู ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศเปรูเป็นร้อยละ 0 ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2555 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจเปรู-ญี่ปุ่น (Japan-Peru Economic Partnership Agreement : Japan-Peru EPA) แต่สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศเปรูลดลงจากร้อยละ 9.53 ในปี พ.ศ. 2554 เป็นร้อยละ 3.48 ในปี พ.ศ. 2555 และเพิ่มขึ้นเป็น 9.45 ในปี พ.ศ. 2562

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงเป็นร้อยละ 0 ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยและเม็กซิโกเพิ่มขึ้น แต่ไม่ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์และเปรูเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ หากพิจารณาในด้านมูลค่าการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นในภาพที่ 3.8 มะม่วงจากประเทศไทยมีสัดส่วนมูลค่าในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเพียงร้อยละ 1.12 ในปี พ.ศ. 2531 เป็นร้อยละ 30.04 ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ สัดส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้ ทำให้ประเทศไทยขยับขึ้นมาจนเป็นอันดับที่ 2 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ในขณะที่ประเทศเม็กซิโกก็มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.12 ในปี พ.ศ. 2531 เป็นร้อยละ 35.02 ในปี พ.ศ. 2562 และก้าวขึ้นเป็นอันดับที่ 1 แทนประเทศฟิลิปปินส์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ทั้งนี้ สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 4.05 ในปี พ.ศ. 2562 และอยู่ในอันดับที่ 5

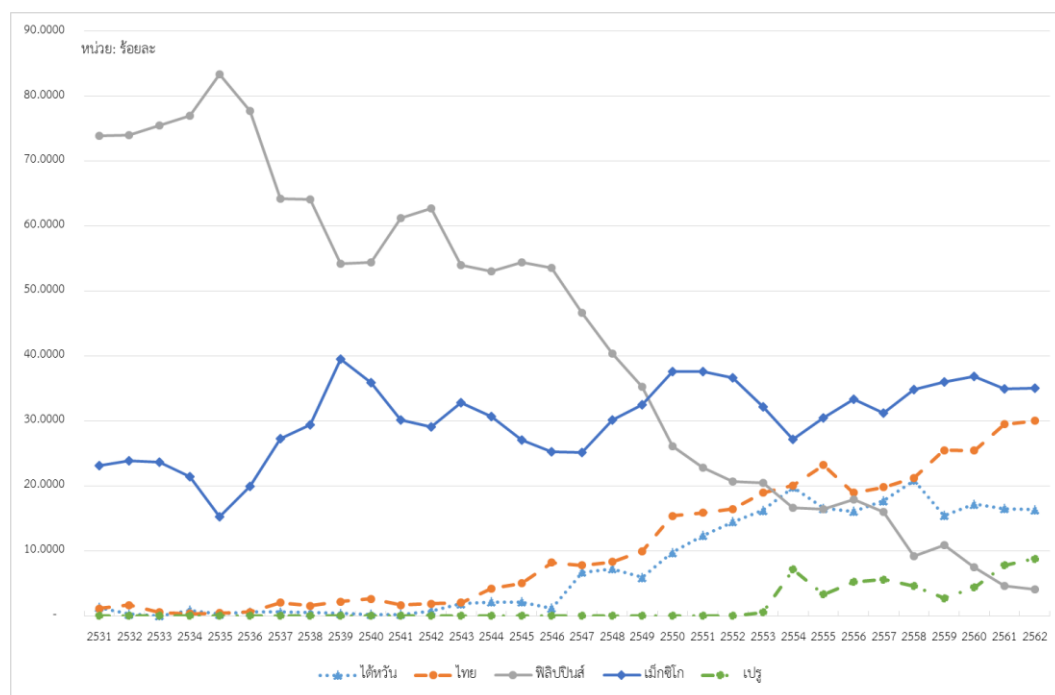
แผนภาพที่ 3.1 การกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงเป็นร้อยละ 0 ของประเทศญี่ปุ่น



ที่มา : กรมศุลกากร ประเทศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_4/data/e_08.htm

ภาพที่ 3.8 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

3.5 สถานการณ์การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

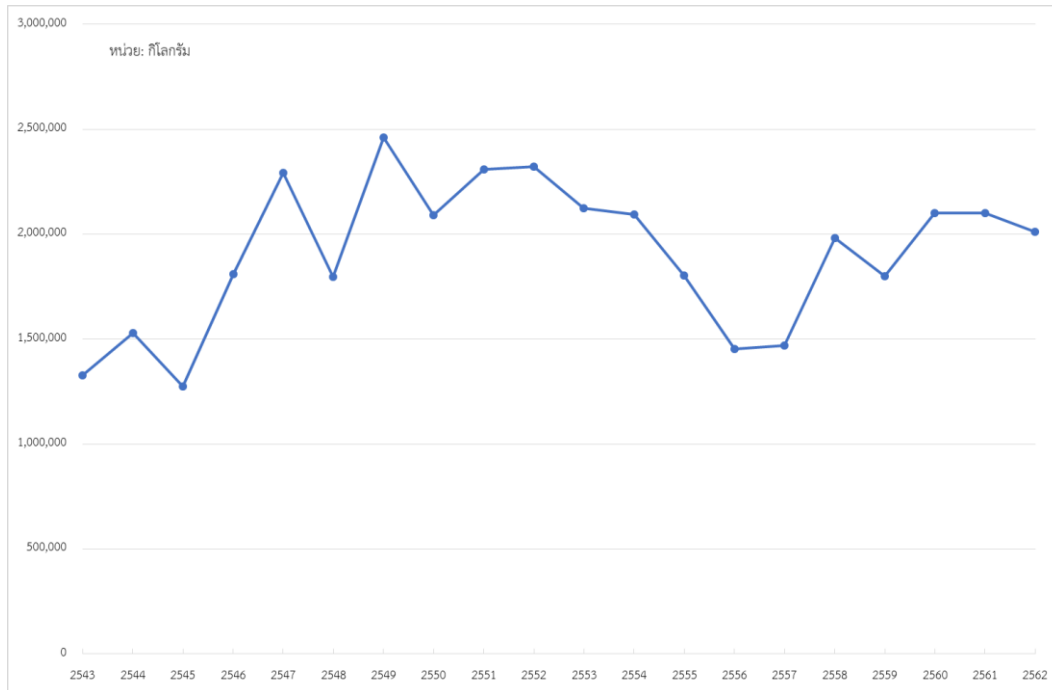
3.5.1 การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ภาพที่ 3.9 แสดงปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562 ซึ่งกล้วยที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นกล้วยหอม เป็นที่น่าสังเกตว่า ปริมาณการส่งออกกล้วยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2549 ก่อน JTEPA มีผลบังคับใช้ (วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550) แต่กลับลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2553-2556 ซึ่ง JTEPA มีผลบังคับใช้แล้ว อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2557 และค่อย ๆ เพิ่มขึ้นจนกระทั่งปริมาณการส่งออกเป็น 2,011.82 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 แต่ยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกในปี พ.ศ. 2549 ที่ปริมาณการส่งออกเป็น 2,461.08 ตัน ซึ่งเป็นปีที่ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดเป็นประวัติการณ์

ภาพที่ 3.10 แสดงปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็น 42,955.22 ตัน ในปี พ.ศ. 2548 จากปริมาณการส่งออก 14,079.69 ตัน ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 205.09 แต่ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกกลับลดลงเหลือเพียง 21,001.81 ตัน ในปี พ.ศ. 2549 ซึ่งคิดเป็นการลดลงร้อยละ

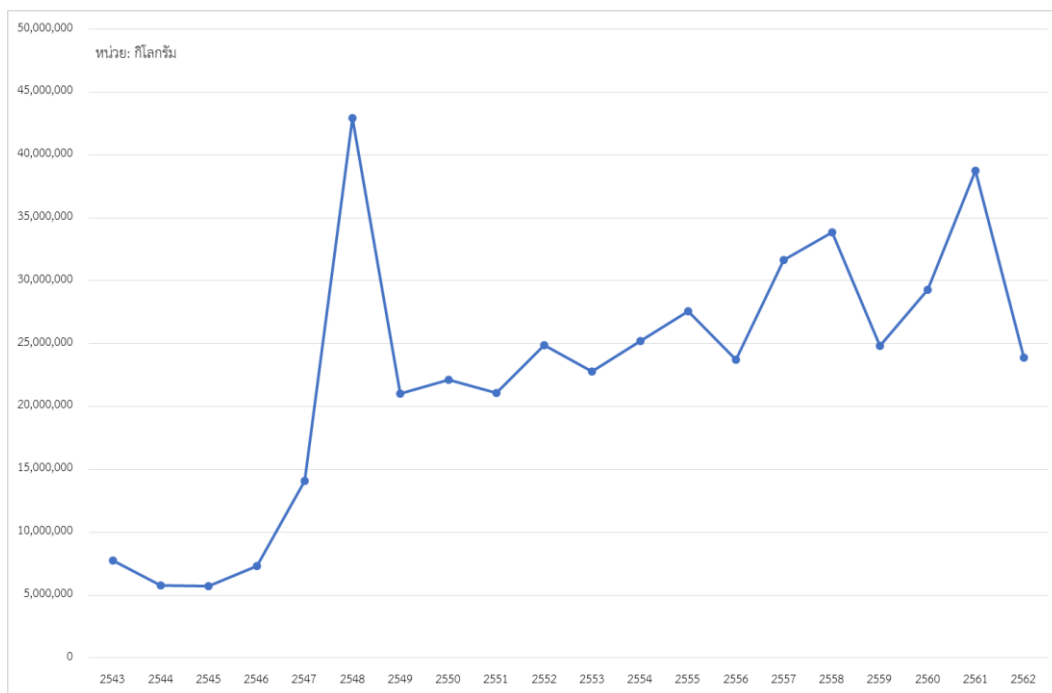
51.04 และค่อย ๆ เพิ่มขึ้นจนกระทั่งเป็น 38,751.98 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 และลดลงเป็น 23,885.64 ตัน ในปี พ.ศ. 2562

ภาพที่ 3.9 ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

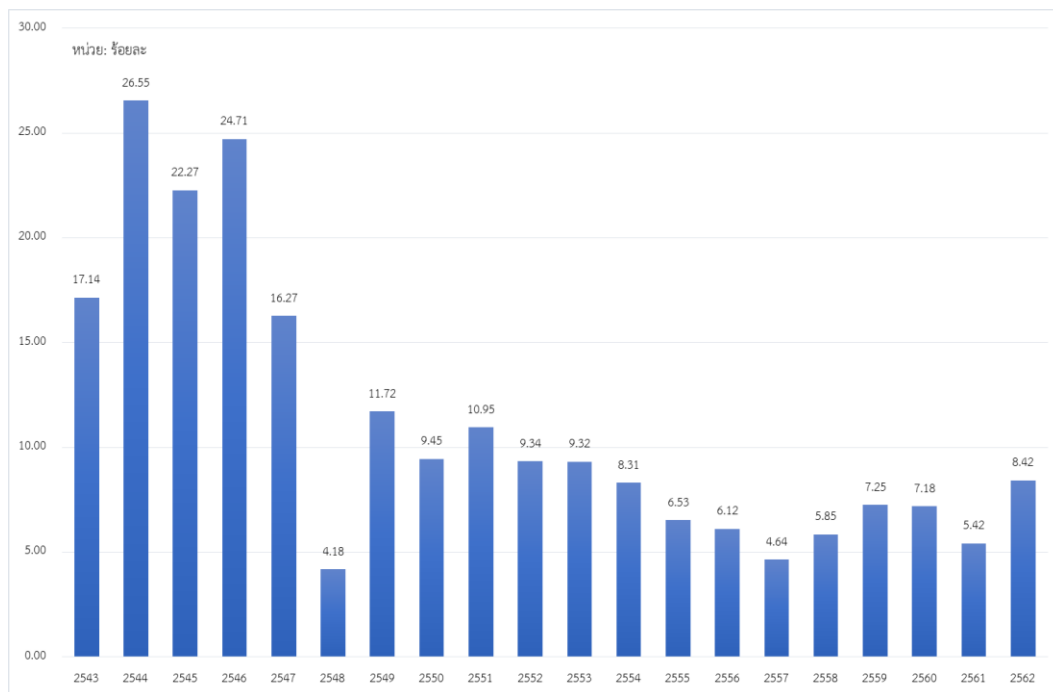
ภาพที่ 3.10 ปริมาณการส่งออกกล้วยของประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หากพิจารณาสัดส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในภาพที่ 3.11 สัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 26.55 ในปี พ.ศ. 2544 และสัดส่วนดังกล่าวมีค่าต่ำสุดเป็นร้อยละ 4.18 ในปี พ.ศ. 2548 และตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ สัดส่วนดังกล่าวมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 10.00 มาโดยตลอด ยกเว้นในปี พ.ศ. 2551 สัดส่วนดังกล่าวเป็นร้อยละ 10.95 และมีค่าต่ำสุดเป็นร้อยละ 4.64 ในปี พ.ศ. 2557 การที่สัดส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงเป็นผลมาจากปริมาณการส่งออกกล้วยไปประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างคงที่ ในขณะที่ปริมาณการส่งออกกล้วยไปตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

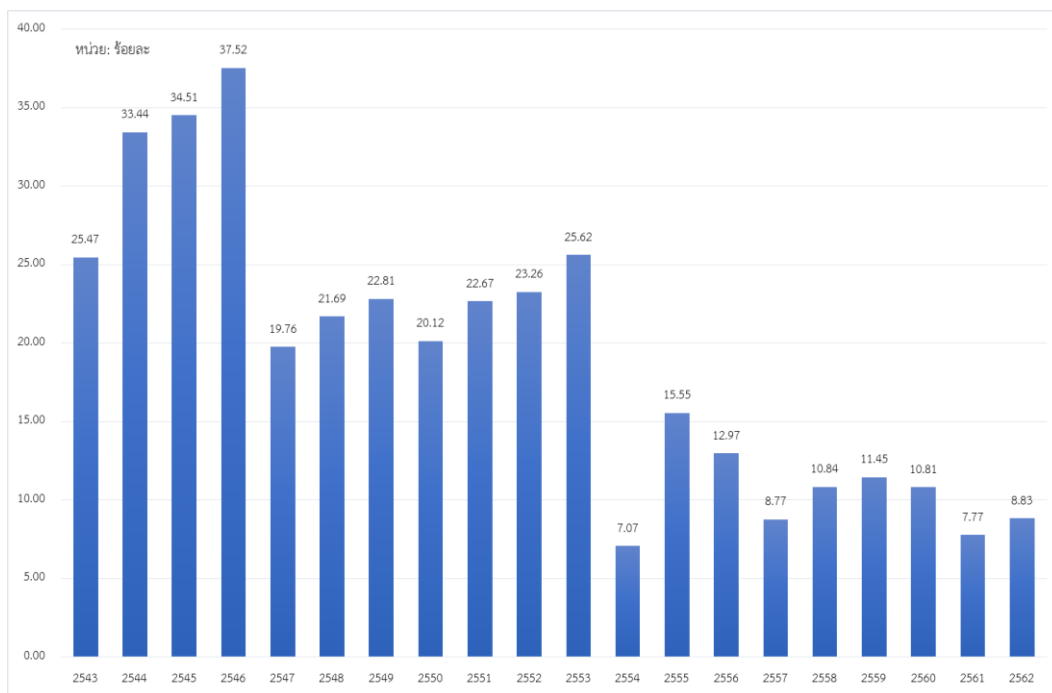
ภาพที่ 3.11 สัดส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

หากพิจารณาด้านมูลค่าการส่งออก สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกเคยสูงที่สุดเป็นร้อยละ 37.52 ในปี พ.ศ. 2546 ดังแสดงในภาพที่ 3.12 และมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 25.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2552 และมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 15.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2562 โดยมีค่าต่ำสุดเพียงร้อยละ 7.07 ในปี พ.ศ. 2554

ภาพที่ 3.12 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562

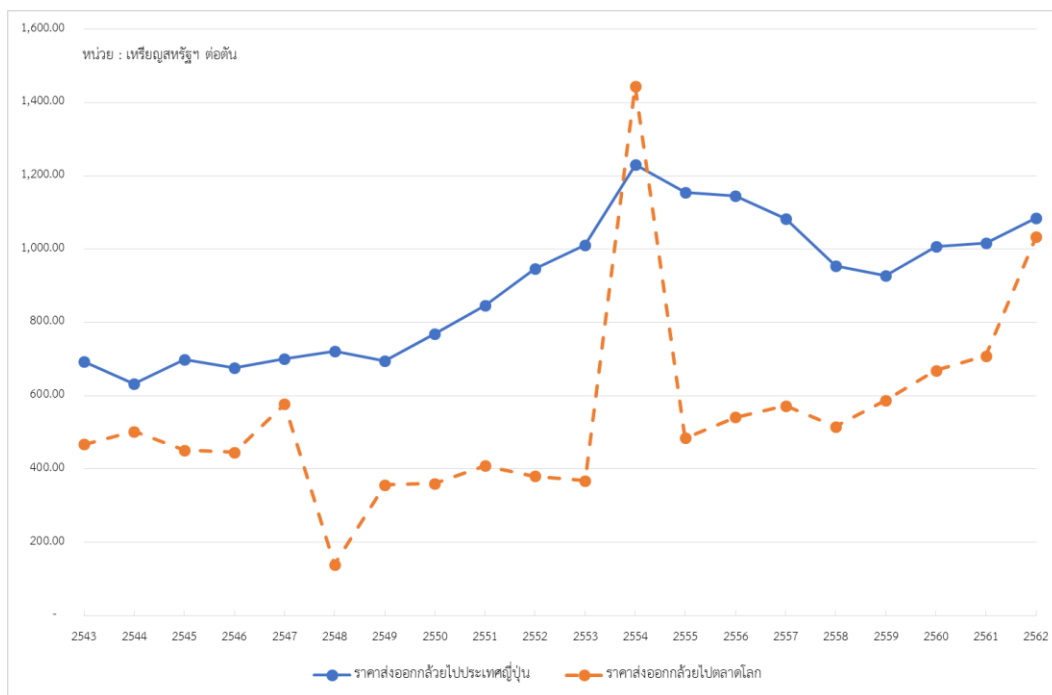


ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

ภาพที่ 3.13 แสดงราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลก โดยราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 1.91 เท่า ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562 ราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดเป็น 1,230.06 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2556 ในขณะที่ราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกสูงสุดเป็น 1,444.91 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปีเดียวกัน ซึ่งเป็นเพียงปีเดียวที่ราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นต่ำกว่าราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลก

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2562 ราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นมาจนใกล้เคียงกับราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นราคากล้วยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นจึงไม่สามารถจูงใจให้ผู้ส่งออกสนใจส่งออกกล้วยไปประเทศญี่ปุ่นมากนัก รวมทั้งข้อจำกัดเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นตามที่อธิบายในหัวข้อที่ 3.2 และ 3.3 ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่อธิบายปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่ค่อนข้างคงที่และไม่เคยมากกว่า 2,500 ตันต่อปี

ภาพที่ 3.13 ราคาส่งออกกล้วยไทยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและราคาส่งออกกล้วยประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562

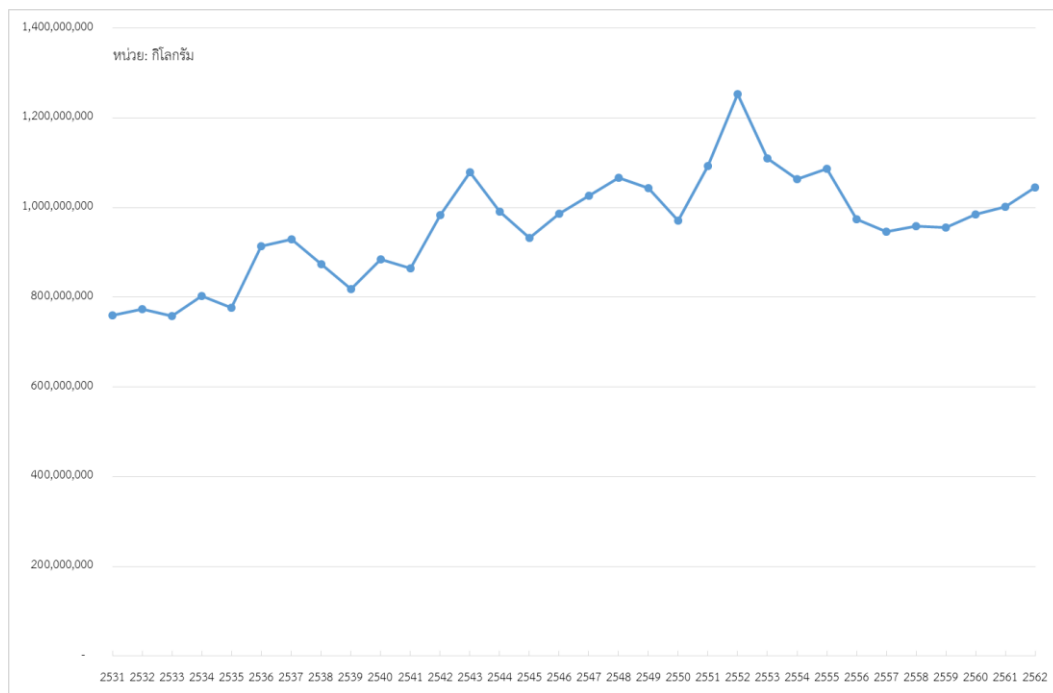


ที่มา: คำนวณโดยนักวิจัย จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกและปริมาณการส่งออก โดยใช้ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

3.5.2 การนำเข้ากล้วยจากต่างประเทศของประเทศไทย

ภาพที่ 3.14 แสดงปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2531-2552 โดยประเทศไทยนำเข้ากล้วย 760,409.12 ตัน ในปี พ.ศ. 2531 และปริมาณนำเข้ากล้วยสูงสุดเป็น 1,252,605.80 ตัน ในปี พ.ศ. 2552 แต่ปริมาณการนำเข้าเริ่มลดลงจนต่ำกว่า 1 ล้านตันในช่วงปี พ.ศ. 2556-2560 และกลับมาสูงกว่า 1 ล้านตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2561-2562 โดยปริมาณนำเข้าเป็น 1,044,685.29 ตัน ในปี พ.ศ. 2562

ภาพที่ 3.14 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา: Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ตารางที่ 3.2 แสดงปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ในปีช่วงปี พ.ศ. 2560-2562 ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ เม็กซิโก กัวเตมาลา และเปรู ตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9 และประเทศอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 7 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.22 ในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศฟิลิปปินส์มากที่สุด ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศเม็กซิโกและกัวเตมาลาเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 94.32 และ 62.54 ตามลำดับ

ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศไทย 1,982,532 ตัน ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 4.17 และมีปริมาณน้อยกว่า 2 ล้านตัน ดังแสดงในตารางที่ 3.3 ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และไต้หวัน เพิ่มขึ้นเป็นปริมาณมากกว่า 2 ล้านตัน ทั้ง 3 ประเทศโดยคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.49 9.14 และ 62.82 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.2 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจาก 5 ประเทศคู่ค้าหลักในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562

(หน่วย: กิโลกรัม)

	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
ฟิลิปปินส์	790,272,185	837,972,104	836,108,714
เอกวาดอร์	146,941,866	110,641,752	119,102,301
เม็กซิโก	20,236,091	27,935,340	54,289,057
กัวเตมาลา	9,853,136	7,751,225	12,598,831
เปรู	4,428,616	5,781,469	5,667,802
รวมปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	985,195,818	1,002,358,041	1,044,685,729

ที่มา : Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ตารางที่ 3.3 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม และ ไต้หวันในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562

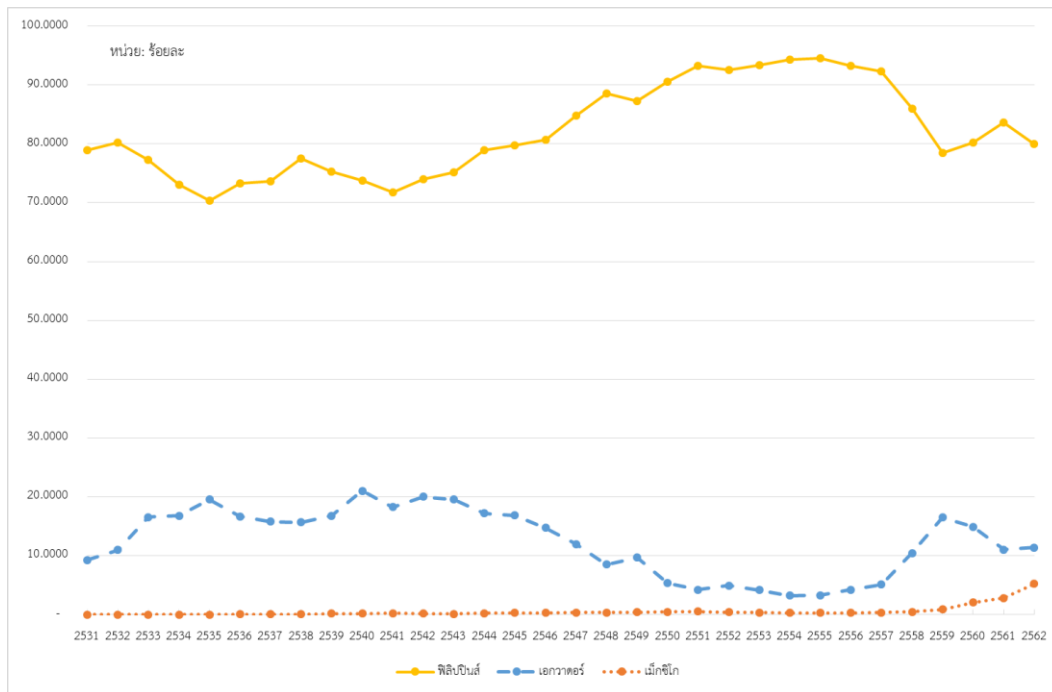
(หน่วย: กิโลกรัม)

	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
ไทย	2,050,448	2,068,826	1,982,532
อินโดนีเซีย	2,638,363	2,344,563	2,754,596
ไต้หวัน	1,053,584	1,750,442	2,850,060
เวียดนาม	1,860,472	2,255,541	2,461,712

ที่มา : Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ภาพที่ 3.15 แสดงสัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ และเม็กซิโก ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักของประเทศญี่ปุ่นมาโดยตลอด ประเทศฟิลิปปินส์มีสัดส่วนเป็นอันดับที่ 1 และเอกวาดอร์เป็นอันดับที่ 2 สัดส่วนการนำเข้ากล้วยจากประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2540-2557 โดยสัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 94.51 ในปี พ.ศ. 2555 ในขณะที่ในช่วงเวลาเดียวกัน สัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยจากประเทศเอกวาดอร์มีแนวโน้มลดลง และสัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 21.03 ในปี พ.ศ. 2540 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการนำเข้ากล้วยจากประเทศฟิลิปปินส์และสัดส่วนการนำเข้ากล้วยจากประเทศเอกวาดอร์มีค่าเท่ากับ -0.95 ซึ่งสะท้อนการทดแทนกันของกล้วยจากสองประเทศนี้ ในขณะที่สัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยจากประเทศเม็กซิโกค่อย ๆ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.04 ในปี พ.ศ. 2536 จนเป็นร้อยละ 5.20 ในปี พ.ศ. 2562

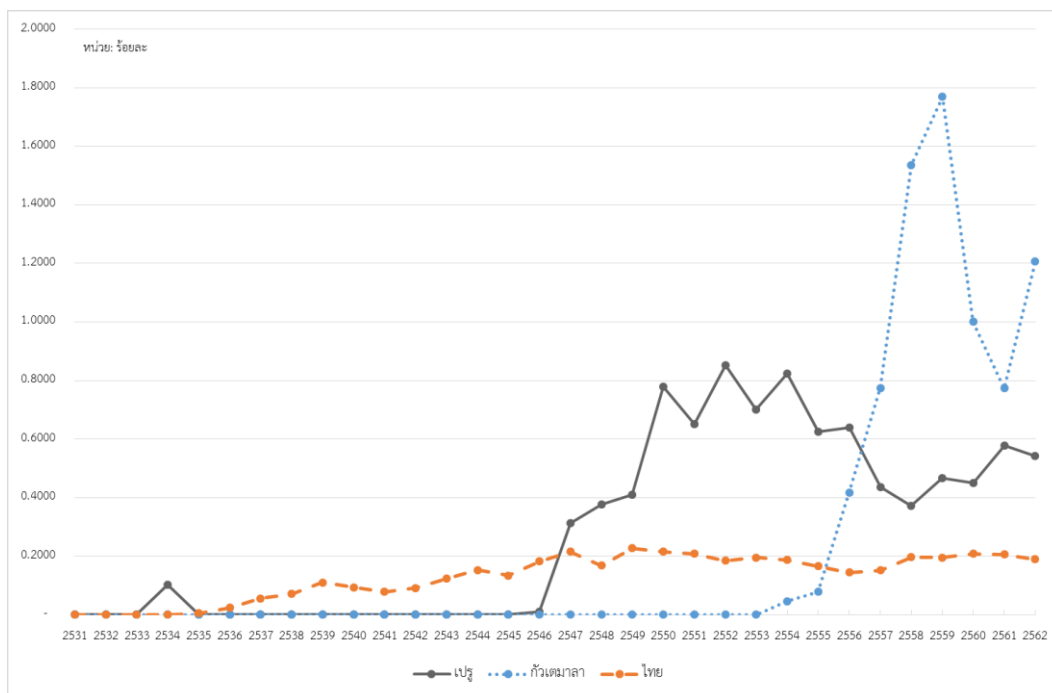
ภาพที่ 3.15 สัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ และ เม็กซิโกในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

สัดส่วนการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยค่อนข้างคงที่มาตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ในปี พ.ศ. 2550 ดังแสดงในภาพที่ 3.16 โดยค่าเฉลี่ยของสัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ร้อยละ 0.19 ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562 ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ 0.10 ในช่วงปี พ.ศ. 2533-2549 ซึ่งอาจอนุมานได้ ว่า การลดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยเป็นร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA ช่วยให้อุตสาหกรรมกล้วยจากประเทศไทยมีส่วนแบ่ง การตลาดในตลาดกล้วยนำเข้าของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าจะเป็นเพียงเล็กน้อย แต่ก็ยังคง น้อยกว่าปริมาณการนำเข้ากล้วยจากประเทศเปรูและกัวเตมาลา โดยสัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของ ประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทย กัวเตมาลา และเปรู ในปี พ.ศ. 2562 มีค่าเป็นร้อยละ 0.19 1.20 0.54 ตามลำดับ

ภาพที่ 3.16 สัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศ กัวเตมาลา เปรู และไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

เมื่อพิจารณาการได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้ากล้วยดังแสดงในแผนภาพที่ 3.2 ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยจากประเทศไทยและเม็กซิโกเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 พร้อมกัน ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) และความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจเม็กซิโก-ญี่ปุ่น (Japan-Mexico Economic Partnership Agreement : JMEPA) ตามลำดับ การได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าวส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศเม็กซิโกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.38 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 0.48 ในปี พ.ศ. 2550 แต่สัดส่วนดังกล่าวของประเทศไทยลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 0.23 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 0.22 ในปี พ.ศ. 2550 ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของประเทศฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 87.25 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 90.56 ในปี พ.ศ. 2550

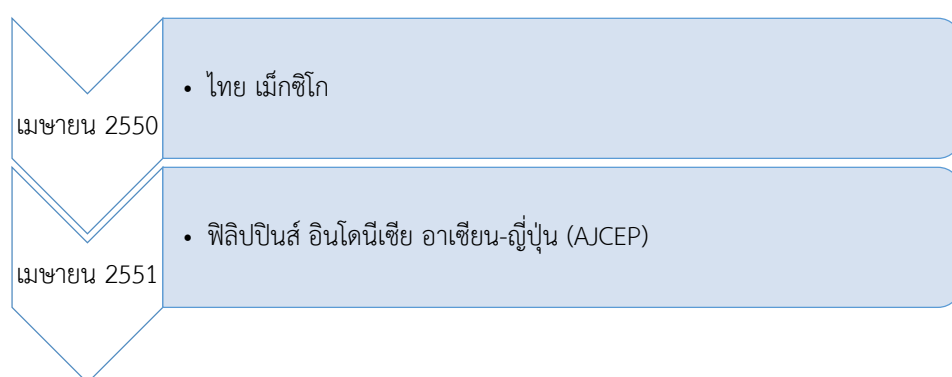
ประเทศฟิลิปปินส์ได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้ากล้วยในอัตราร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจฟิลิปปินส์-ญี่ปุ่น (Japan-Philippines Economic Partnership Agreement : JPEPA) ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 90.56 ในปี พ.ศ. 2550 เป็นร้อยละ 93.28 ในปี พ.ศ. 2551

สำหรับประเทศอินโดนีเซีย ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยจากประเทศอินโดนีเซียเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 อย่างไรก็ตาม ประเทศญี่ปุ่นไม่ได้นำเข้ากล้วยจากประเทศอินโดนีเซียในช่วงปี พ.ศ. 2551-2557 และนำเข้าอีกครั้งในปี พ.ศ. 2558 โดยมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 0.30 เป็นที่น่าสังเกต

ว่า สัดส่วนดังกล่าวของประเศอินโดนีเซียมากกว่าของประเทศไทยที่มีค่าเพียงร้อยละ 0.20 ในปี พ.ศ. 2558 และประเด็นสำคัญ คือ สัดส่วนดังกล่าวของประเศอินโดนีเซียมีค่ามากกว่าของประเทศไทยมาโดยตลอด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 สัดส่วนการนำเข้ากล้วยของประเศญี่ปุ่นจากประเศอินโดนีเซียเป็นร้อยละ 0.26 แต่สัดส่วนดังกล่าวของประเทศไทยเป็นร้อยละ 0.19

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การที่ประเศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยเป็นร้อยละ 0 ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ากล้วยของประเศญี่ปุ่นจากประเศฟิลิปปินส์ เม็กซิโก และอินโดนีเซีย เพิ่มขึ้น แต่ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ากล้วยของประเศญี่ปุ่นจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

แผนภาพที่ 3.2 การกำหนดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยเป็นร้อยละ 0 ของประเศญี่ปุ่น



ที่มา : กรมศุลกากร ประเศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_4/data/e_08.htm

3.6 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเศญี่ปุ่น

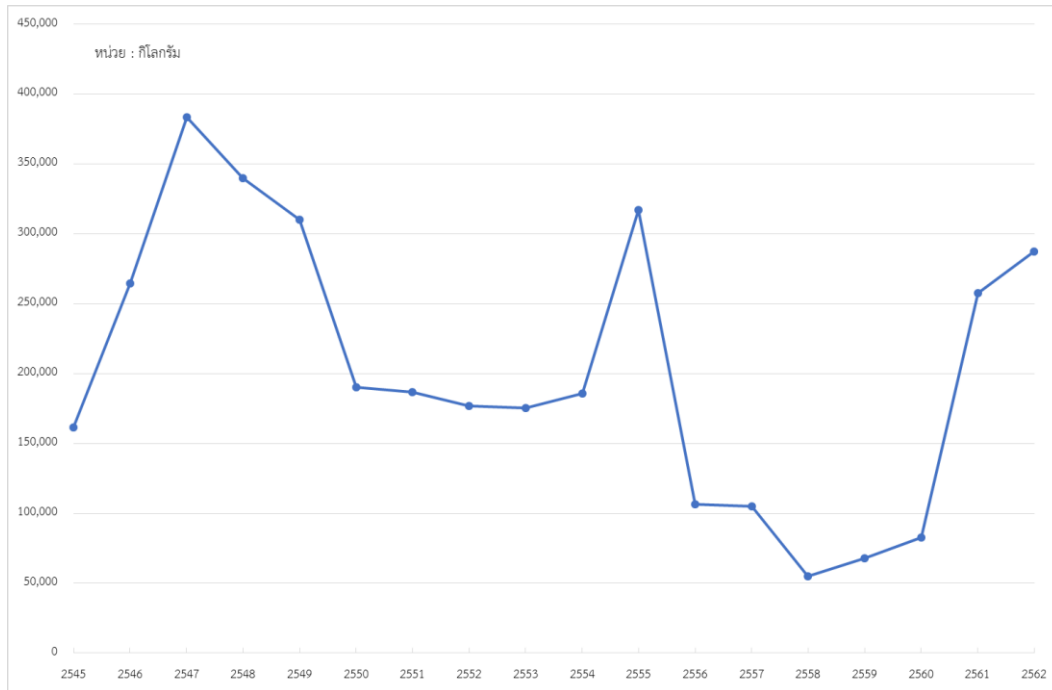
3.6.1 การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเศญี่ปุ่น

ภาพที่ 3.17 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562 ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเศญี่ปุ่นค่อนข้างคงที่ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 จนถึงปี พ.ศ. 2554 ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมากร้อยละ 70.42 ในปี พ.ศ. 2555 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 โดยเพิ่มขึ้นจาก 185.93 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 เป็น 316.86 ตันในปี พ.ศ. 2555 แต่ปริมาณการส่งออกกลับลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2556-2558 จนมาเพิ่มขึ้นอย่างมากอีกครั้งในปี พ.ศ. 2561 โดยเพิ่มขึ้นจาก 82.58 ตัน ในปี พ.ศ. 2560 เป็น 257.35 ตันในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 211.65 ล่าสุดปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเศญี่ปุ่นเป็น 257.57 ตัน ในปี พ.ศ. 2562

ในขณะที่ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเศญี่ปุ่นไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยไปตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ดังแสดง

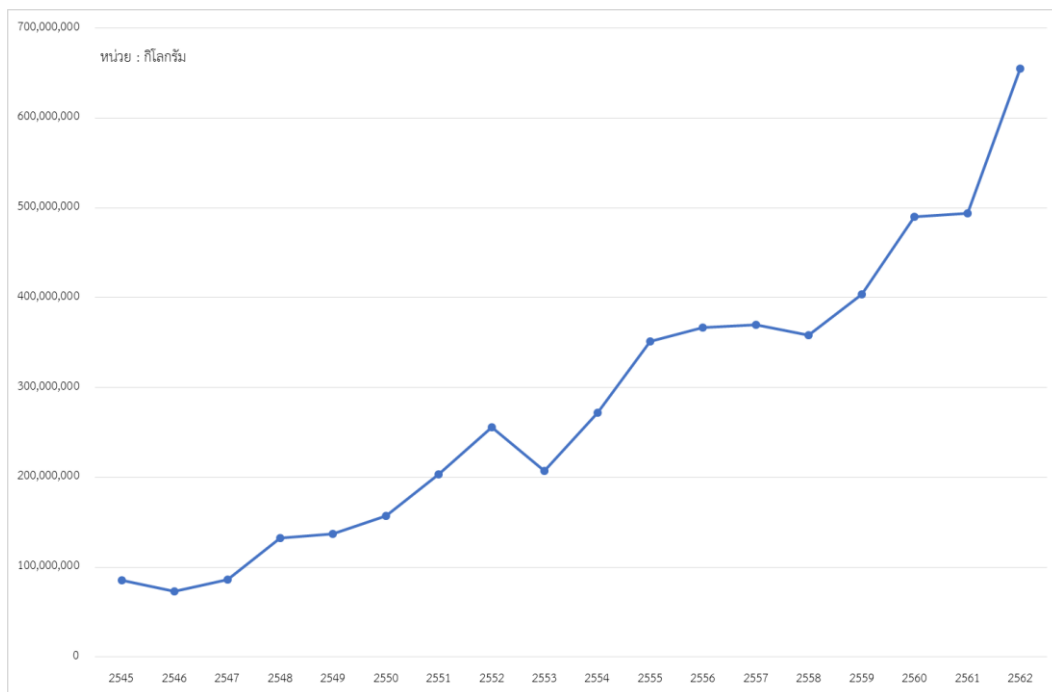
ในภาพที่ 3.18 โดยปริมาณการส่งออกทุเรียนไปตลาดโลกเป็น 85,830.55 ตัน ในปี พ.ศ. 2545 และเพิ่มขึ้นเป็น 655,361.70 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.74 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561

ภาพที่ 3.17 ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 3.18 ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562

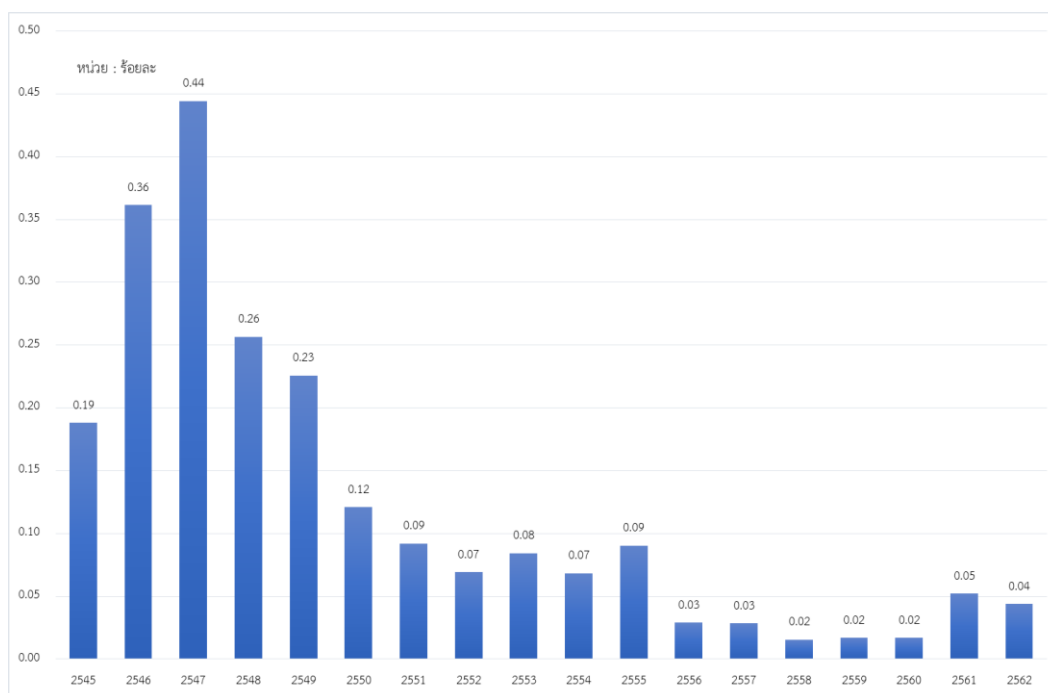


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ดังนั้นสัดส่วนปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกจึงลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ดังแสดงในภาพที่ 3.19 สัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นเพียงร้อยละ 0.44 ในปี พ.ศ. 2547 และลดลงจนกระทั่งน้อยกว่าร้อยละ 0.10 มาตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ภาพที่ 3.20 แสดงสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก โดยมีลักษณะคล้ายกับสัดส่วนปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ดังแสดงในภาพที่ 3.19

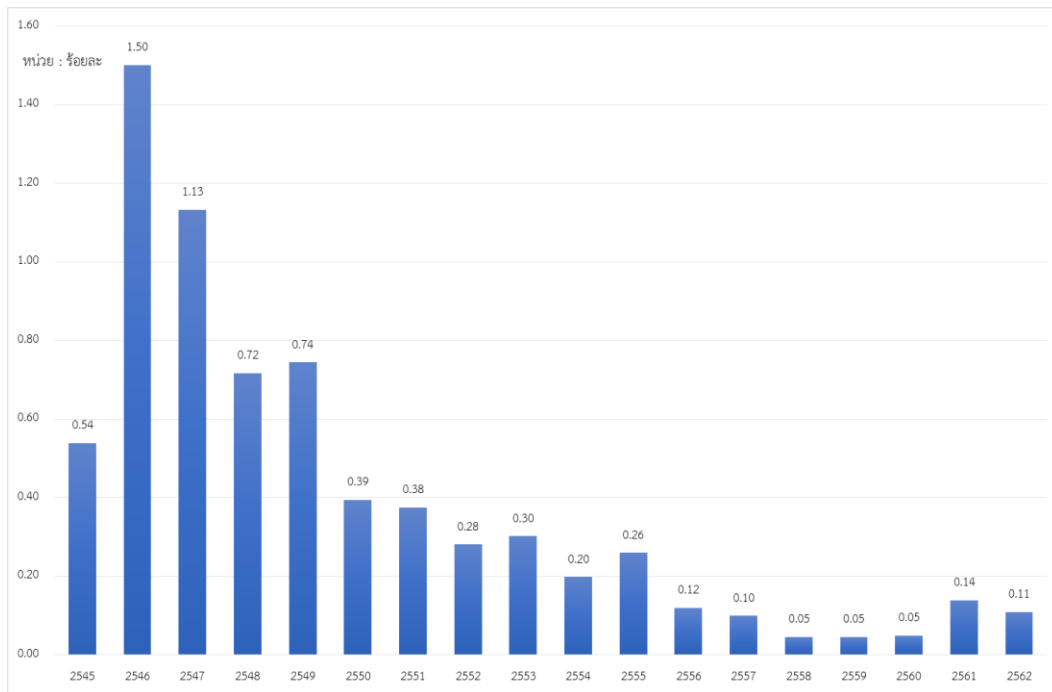
สัดส่วนปริมาณและสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่มีค่าน้อย ดังแสดงในภาพที่ 3.19 และภาพที่ 3.20 แสดงให้เห็นว่า การทำการตลาดทุเรียนจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นทำได้ยาก ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะส่งออกทุเรียนไปประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 และอัตราภาษีนำเข้าที่ปรับลดเป็นร้อยละ 0 ก็ยังไม่สามารถทำให้ปริมาณการบริโภคทุเรียนในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นได้ แต่กลับมีแนวโน้มลดลง

ภาพที่ 3.19 สัดส่วนปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

ภาพที่ 3.20 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562

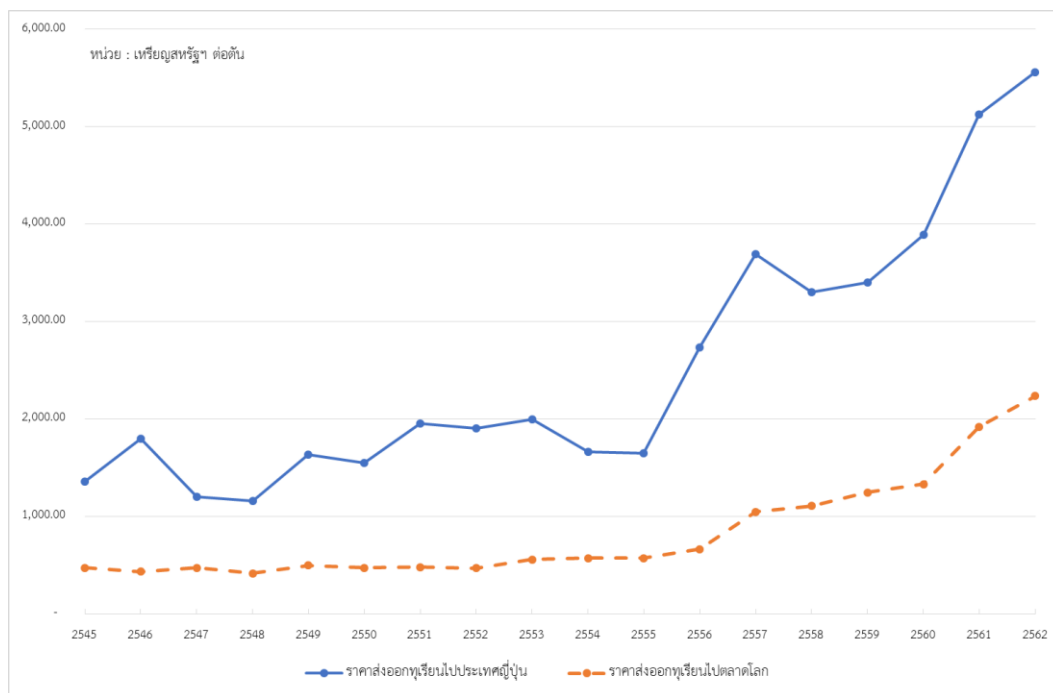


ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

ภาพที่ 3.21 แสดงราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 โดยราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมากกว่าราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 3.21 เท่า ราคาส่งออกทุเรียนของจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดเป็น 5,558.48 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562 ในขณะที่ราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกสูงสุดเพียง 2,235.01 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562

ราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่สูงกว่าราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ยมากกว่า 3 เท่า นั้นยังไม่สามารถจูงใจให้การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น อาจเนื่องมาจากความต้องการบริโภคทุเรียนของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นมีอยู่อย่างจำกัด หรือความต้องการบริโภคทุเรียนมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น

ภาพที่ 3.21 ราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562

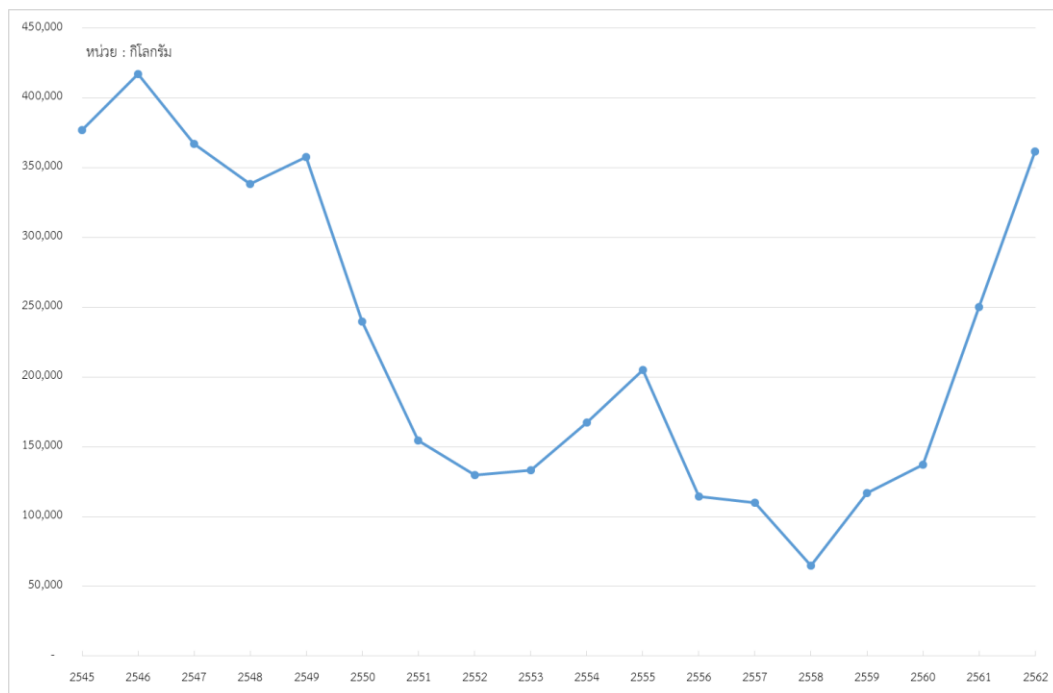


ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกและปริมาณการส่งออก โดยใช้ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

3.6.2 การนำเข้าทุเรียนจากต่างประเทศของประเทศญี่ปุ่น

ภาพที่ 3.22 แสดงปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562 ซึ่งมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนกลับมาเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นสูงสุดที่ 417.29 ตัน ในปี พ.ศ. 2546 และต่ำสุดที่ 65.05 ตัน ในปี พ.ศ. 2558 ตารางที่ 3.4 แสดงปริมาณการนำเข้าทุเรียนในปี พ.ศ. 2560-2562 ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนำเข้าทุเรียนจากเพียง 2 ประเทศ ได้แก่ ไทยและเวียดนาม โดยประเทศไทยครองตลาดทุเรียนในประเทศญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด

ภาพที่ 3.22 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2531-2562



ที่มา: Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ตารางที่ 3.4 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยญี่ปุ่นจากประเทศไทยและเวียดนามในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562

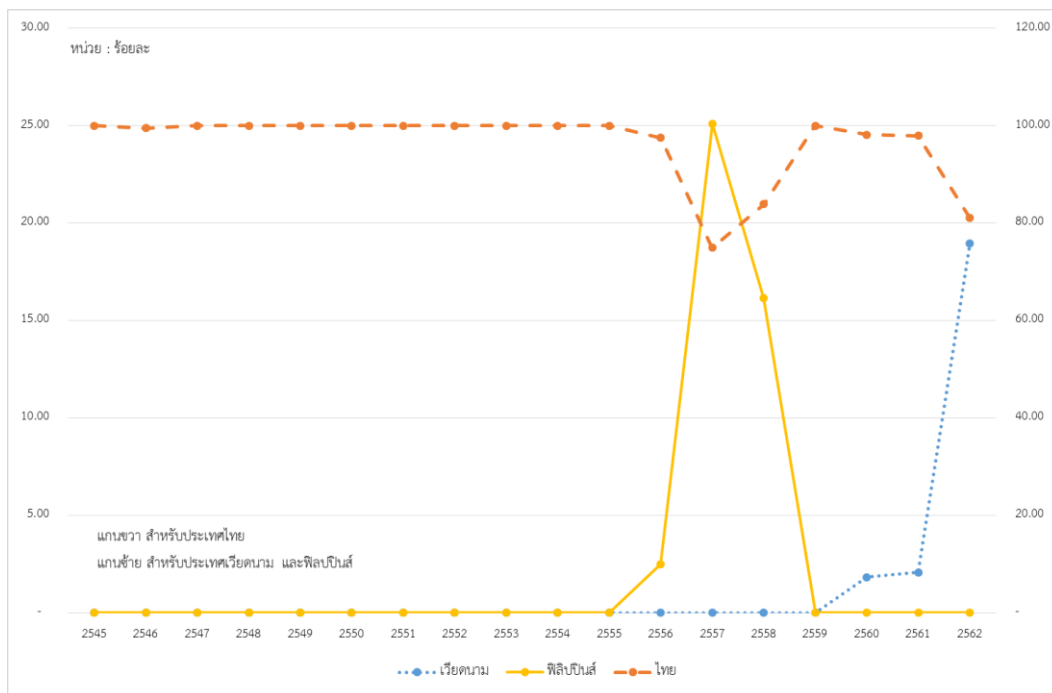
(หน่วย: กิโลกรัม)

	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
เวียดนาม	2,522	5,224	68,585
ไทย	134,879	245,1878	293,187
รวมปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	137,401	250,411	361,769

ที่มา : Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

ภาพที่ 3.23 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยญี่ปุ่นนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยทั้งหมดในช่วงปี พ.ศ. 2545-2555 ยกเว้นปี พ.ศ. 2546 ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2558 ประเทศฟิลิปปินส์แย่งส่วนแบ่งตลาดจากประเทศไทยไปบางส่วน เป็นที่น่าสังเกตว่า การนำเข้าทุเรียนจากประเทศเวียดนามมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 โดยมีค่าเป็นร้อยละ 1.84 2.09 18.96 ในปี พ.ศ. 2560-2562 ตามลำดับ ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของทุเรียนจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเริ่มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560

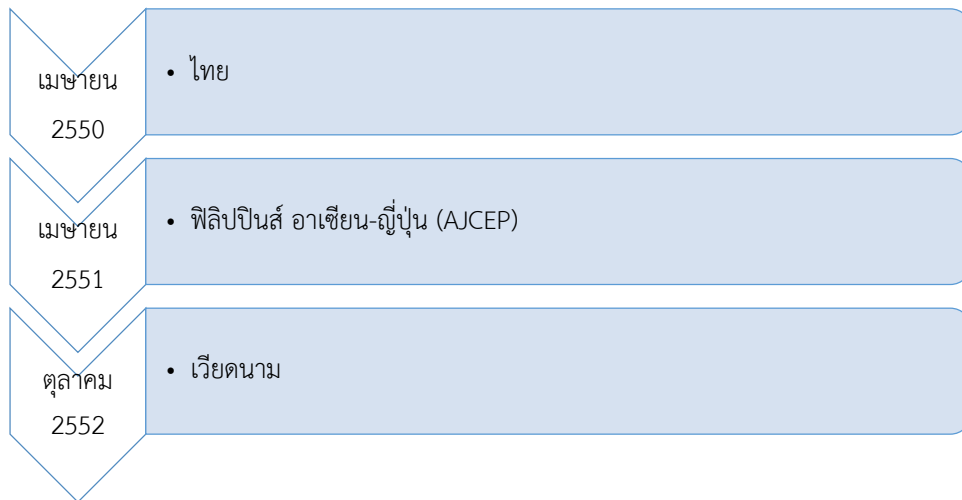
ภาพที่ 3.23 สัดส่วนปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

เมื่อพิจารณาการได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้าทุเรียน ดังแสดงในแผนภาพที่ 3.3 ประเทศไทยญี่ปุ่น กำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) และให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศฟิลิปปินส์ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจฟิลิปปินส์-ญี่ปุ่น (Japan- Philippines Economic Partnership Agreement : JPEPA) สำหรับประเทศเวียดนาม ประเทศไทยญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนเป็นร้อยละ 0 ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP) ซึ่งไม่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศเวียดนามไปประเทศญี่ปุ่นในทันที แต่มีส่วนช่วยให้ประเทศเวียดนามส่งออกทุเรียนไปประเทศญี่ปุ่นได้เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562

แผนภาพที่ 3.3 การกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนเป็นร้อยละ 0 ของประเทศญี่ปุ่น

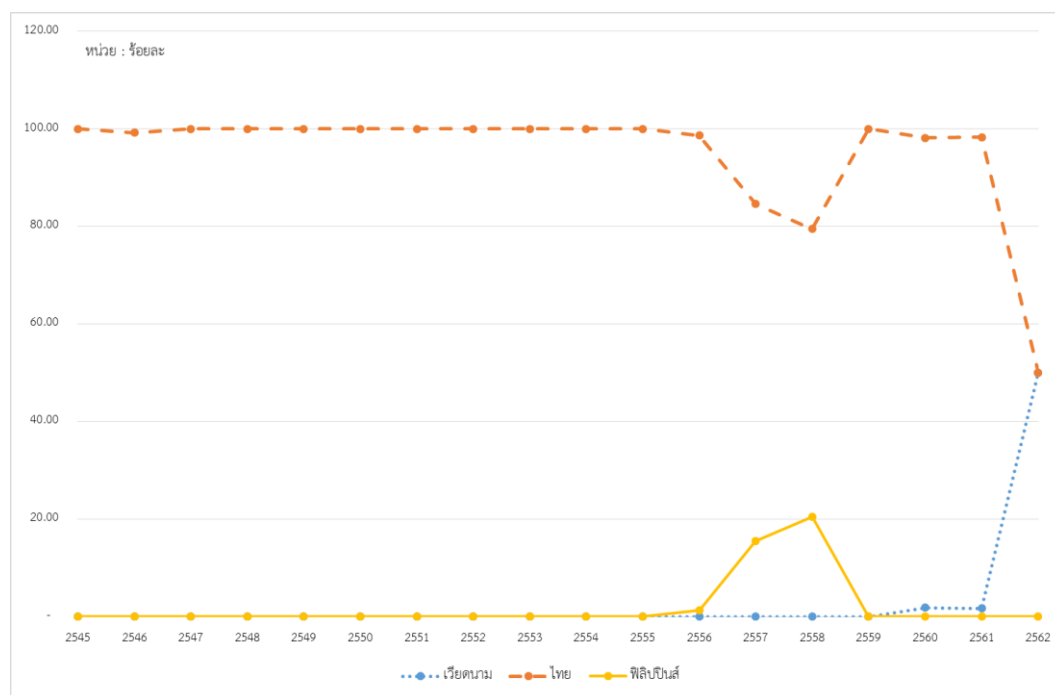


ที่มา : กรมศุลกากร ประเทศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_4/data/e_08.htm

ภาพที่ 3.24 แสดงสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562 สัดส่วนดังกล่าวของประเทศไทยลดลงจากร้อยละ 100 ในปี พ.ศ. 2560 เหลือเพียงร้อยละ 50.00 ในปี พ.ศ. 2562 ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0 ในปี พ.ศ. 2560 เป็นร้อยละ 50.00 ในปี พ.ศ. 2562

ภาพที่ 3.24 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance

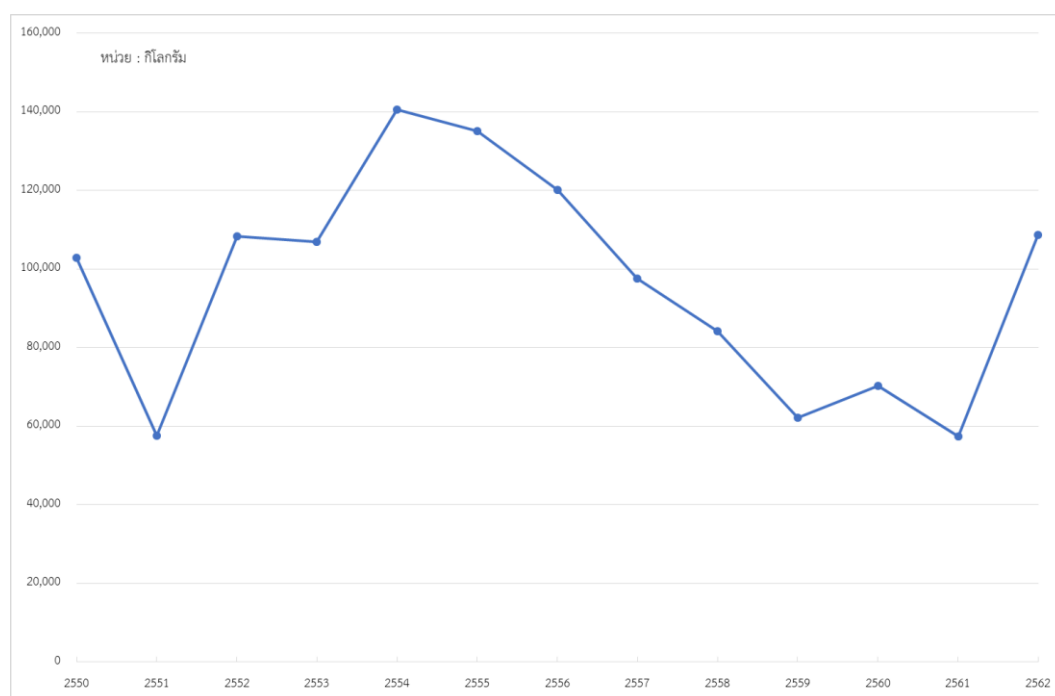
3.7 สถานการณ์การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

3.7.1 การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ภาพที่ 3.25 แสดงปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562 โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 57.55 ตัน ในปี พ.ศ. 2551 เป็น 140.53 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นปริมาณการส่งออกมังคุดที่สูงสุดที่ประเทศไทยเคยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งมีปริมาณต่ำสุดเพียง 57.47 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 89.07 ในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยปริมาณการส่งออกเป็น 108.65 ตัน ในปี พ.ศ. 2562

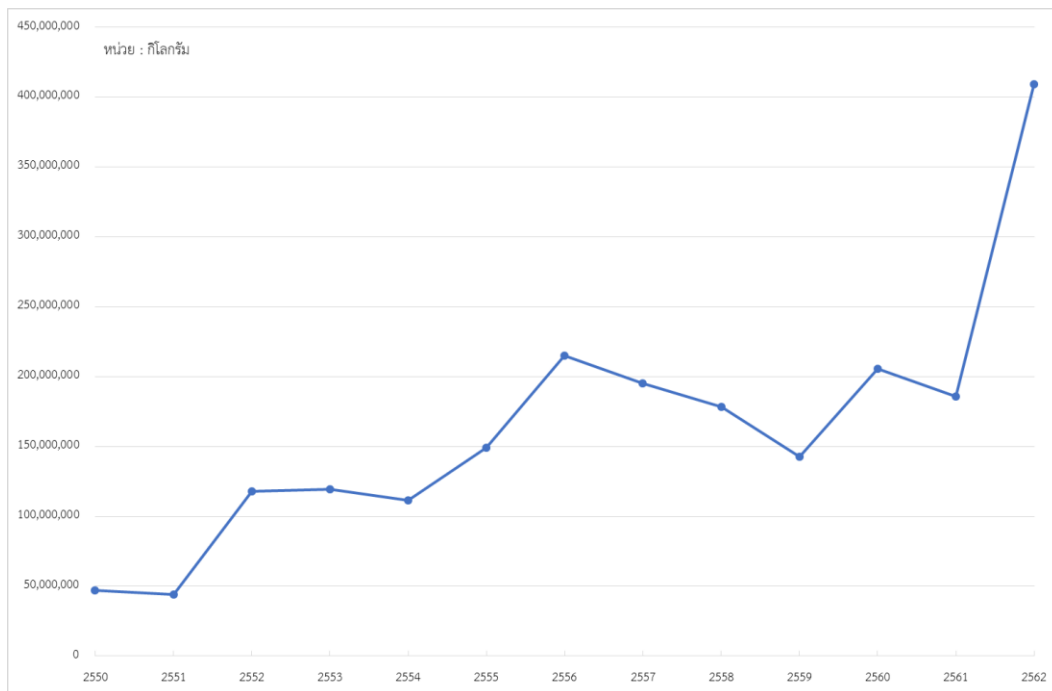
ในขณะที่ ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ดังแสดงในภาพที่ 3.26 ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2562 โดยเพิ่มขึ้นจาก 185,697.98 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 เป็น 409,010.78 ตัน ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 120.26 ดังนั้นสัดส่วนปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เทียบกับตลาดโลกจึงลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ดังแสดงในภาพที่ 3.27 จนกระทั่งน้อยกว่าร้อยละ 0.10 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ยกเว้นปี พ.ศ. 2554 ที่สัดส่วนดังกล่าวมีค่าเป็นร้อยละ 0.13

ภาพที่ 3.25 ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



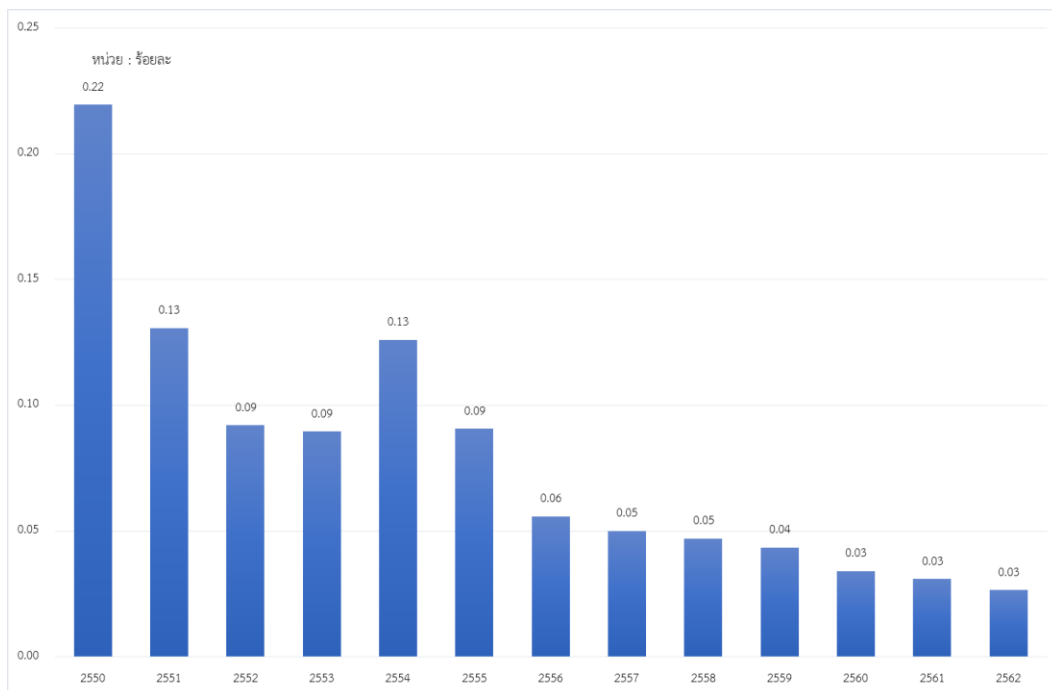
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาพที่ 3.26 ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

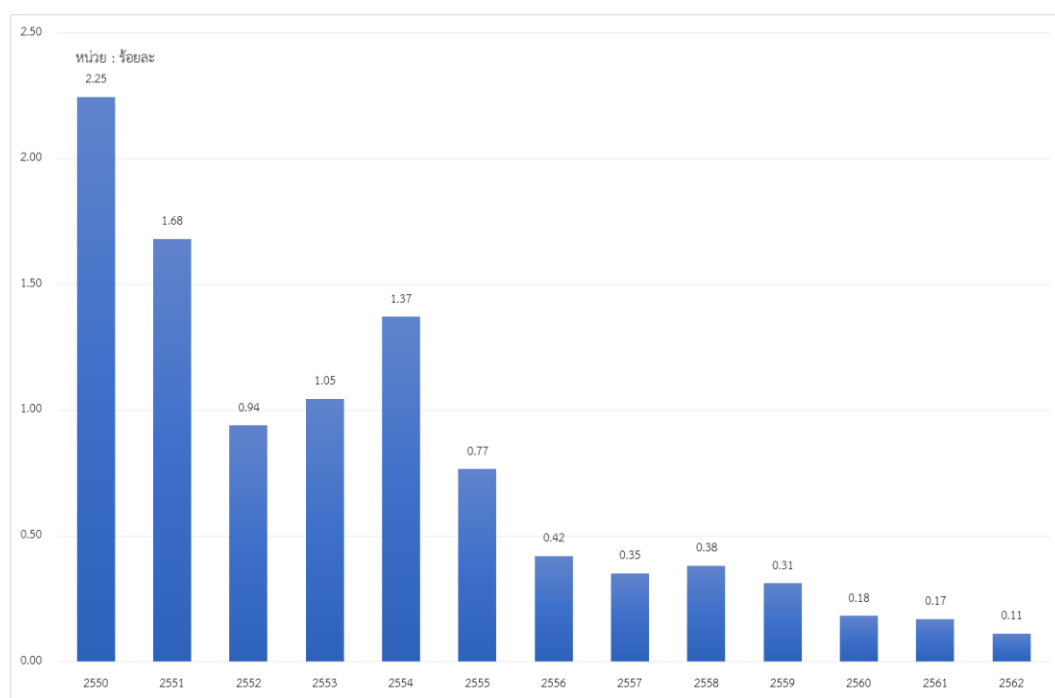
ภาพที่ 3.27 สัดส่วนปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

ภาพที่ 3.28 แสดงสัดส่วนมูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลก ซึ่งมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 2.00 ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 สัดส่วนปริมาณและสัดส่วนมูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกที่มีค่าน้อย ดังแสดงในภาพที่ 3.27 และ 3.28 แสดงให้เห็นว่า การทำการตลาดมังคุดจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นทำได้ยาก ถึงแม้ว่าจะมีการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 และอัตราภาษีนำเข้าที่ปรับลดเป็นร้อยละ 0 ก็ยังไม่สามารถทำให้ปริมาณการบริโภคมังคุดในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นได้

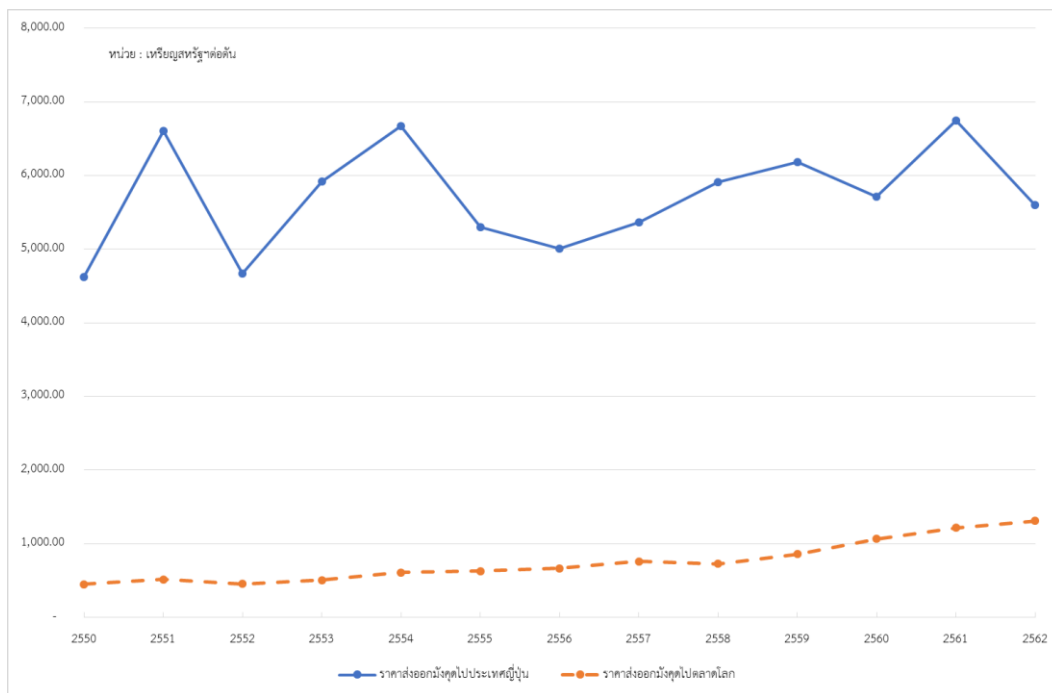
ภาพที่ 3.28 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย

ภาพที่ 3.29 แสดงราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 โดยราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 8.41 เท่า (ซึ่งมีค่ามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วง (4.42 เท่า) กล้วย (1.91 เท่า) พุเรียน (3.21 เท่า)) ราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุดเป็น 6,607.43 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2551 ในขณะที่ราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกสูงสุดเพียง 1,309.67 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน ในปี พ.ศ. 2562 ราคาส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นผันผวนมากกว่าราคาส่งออกไปตลาดโลก ทั้งนี้ ราคาส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นที่มากกว่าราคาส่งออกไปตลาดโลกยังไม่สามารถจูงใจให้การส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น อาจเนื่องมาจากความต้องการบริโภคมังคุดในตลาดญี่ปุ่นมีอยู่จำกัด หรือความต้องการบริโภคมังคุดมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น เช่นเดียวกับการบริโภคพุเรียน

ภาพที่ 3.29 ราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562



ที่มา : คำนวณโดยนักวิจัย จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกและปริมาณการส่งออก โดยใช้ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

3.7.2 การนำเข้ามังคุดจากต่างประเทศของญี่ปุ่น

จากข้อมูลของสำนักงานการค้าต่างประเทศ ณ กรุงโอซากา มังคุดที่นำเข้าจากประเทศไทยไม่มีคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น กล่าวคือ ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ามังคุดจากประเทศไทยเพียงประเทศเดียว ดังนั้นจึงสรุปในเบื้องต้นได้ว่า ความต้องการบริโภคมังคุดจากประเทศไทยมีอย่างจำกัด รวมทั้งขั้นตอนการเตรียมมังคุดเพื่อการส่งออกให้ได้ตามมาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดมีความยุ่งยาก จึงส่งผลให้ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

บทที่ 4

กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทนี้อภิปรายกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย (1) กรอบแนวคิดอุปสงค์-อุปทานที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand-supply) และอุปสงค์-อุปทานจริง (actual demand-supply) และ (2) มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs) และผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ต่อการค้าระหว่างประเทศ

4.1 กรอบแนวคิดอุปสงค์-อุปทานที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand-supply) และอุปสงค์-อุปทานจริง (actual demand-supply)

กรอบแนวคิดนี้อภิปรายอุปสงค์ต่อผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยและอุปทานของผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยในตลาดผลไม้ของประเทศญี่ปุ่น โดยพิจารณาอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งจำแนกเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) อุปสงค์จริง (actual demand) อุปทานที่สามารถเป็นไปได้ (potential supply) และอุปทานจริง (actual supply)¹

4.1.1 อุปสงค์ต่อผลไม้นำเข้าจากประเทศไทย

ในทางทฤษฎี ราคาและรายได้เป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ (economic factor) ที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์ต่อผลไม้นำเข้าจากประเทศไทย อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ไม่ได้ถูกกำหนดโดยตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังถูกกำหนดโดยปัจจัยที่ไม่ใช่เศรษฐศาสตร์ (non-economic factor) เช่น ปัจจัยทางสังคม-วัฒนธรรม (socio-cultural factor) การศึกษานี้จึงจำแนกอุปสงค์ต่อผลไม้นำเข้าของไทยเป็นสองประเภท ได้แก่ อุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) และอุปสงค์จริง (actual demand) กำหนดให้อุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ถูกกำหนดโดยปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว ในขณะที่อุปสงค์จริง (actual demand) ถูกกำหนดโดยทั้งปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ (economic factor) และปัจจัยที่ไม่ใช่เศรษฐศาสตร์ (non-economic factor) ฟังก์ชันอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand : D^p) และฟังก์ชันอุปสงค์จริง (actual demand : D) สามารถแสดงได้ดังนี้

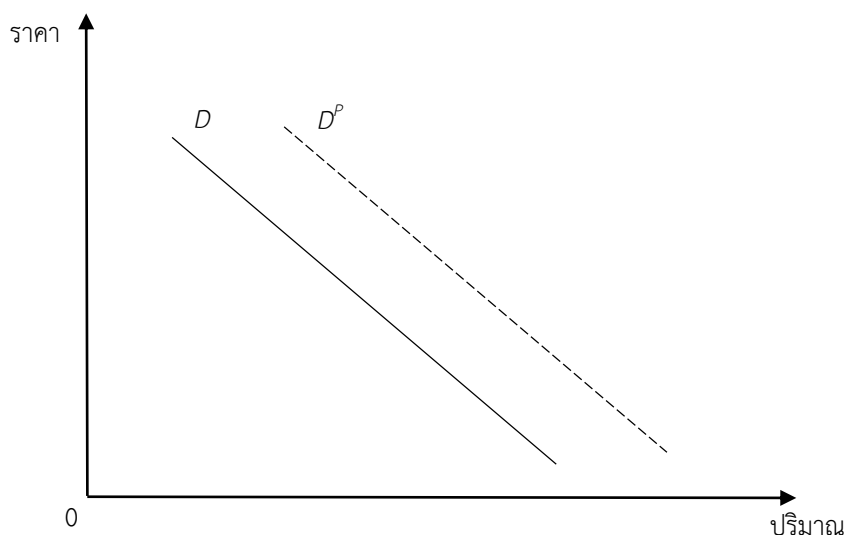
$$D^p = f(\text{ราคา, รายได้})$$

$$D = g(\text{ราคา, รายได้, ปัจจัยที่ไม่ใช่เศรษฐศาสตร์})$$

¹ กรอบแนวคิดที่ใช้ประยุกต์จาก Beck and Torre (2007)

อุปสงค์จริง (actual demand) อาจจะน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ในทุกระดับราคาและรายได้ เนื่องจากปัจจัยที่ไม่ใช่เศรษฐศาสตร์ (non-economic factor) ยกตัวอย่าง เช่น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่ชอบรับประทานทุเรียน และสามารถหาซื้อทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยได้ แต่เลือกที่จะบริโภคทุเรียนนำเข้าจากประเทศอื่นที่ไม่ใช่ทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทย ด้วยความเข้าใจว่า เนื้อทุเรียนหรือรสชาติทุเรียนไม่แตกต่างกันระหว่างทุเรียนของประเทศไทยและทุเรียนของประเทศอื่น จึงทำให้อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อทุเรียนจากประเทศไทยน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ต่อทุเรียนจากประเทศไทย ผู้บริโภคประเภทนี้จะถูกเรียกว่า ผู้บริโภคที่แยกตัวเองโดยสมัครใจ (self-exclusion หรือ voluntary exclusion) หรืออีกนัยหนึ่งคือ สินค้าของคู่แข่งทางการค้าของประเทศไทยทำให้อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ต่อผลไม้นำเข้าจากประเทศไทย ดังนั้นอุปสงค์จริง (actual demand : D) จะน้อยกว่าหรือเท่ากับอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand : D^p) ในทุกระดับราคาและรายได้ นั่นคือ $D \leq D^p$ ดังแสดงในภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1 เส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) และเส้นอุปสงค์จริง (actual demand)



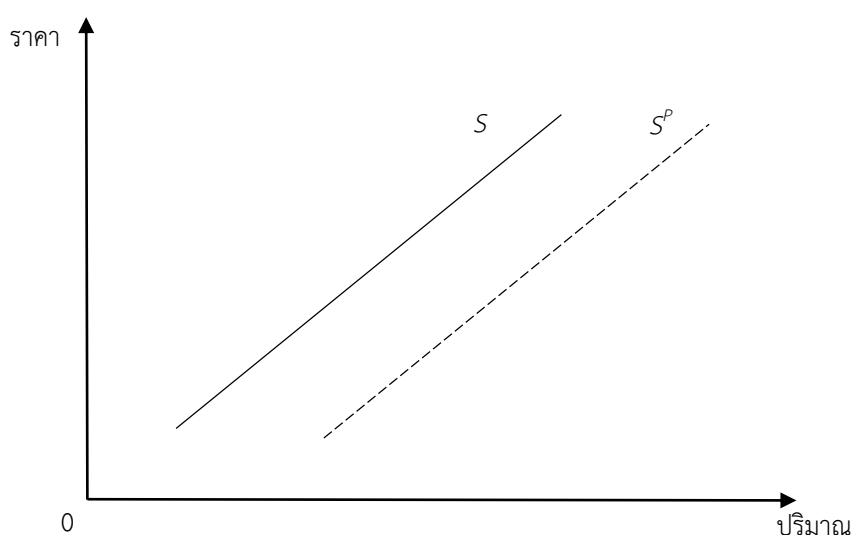
จากภาพที่ 4.1 ระยะห่างทางแกนนอนระหว่างเส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (D^p) และเส้นอุปสงค์จริง (D) สะท้อนปริมาณความไม่ต้องการบริโภคที่เกิดขึ้นโดยสมัครใจ (self-exclusion demand) ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ เช่น (1) ความชอบรับประทานกล้วยหอมของประเทศอื่นมากกว่ากล้วยหอมของประเทศไทย (2) ความไม่ชอบผลไม้ที่มีเมล็ดอย่างมั่งคุด (3) ความไม่ชอบผลไม้ที่มีกลิ่นฉุนอย่างทุเรียน ซึ่งสาเหตุประการที่ (1) ถูกจัดเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ต่อผลไม้ไทย แต่สาเหตุประการที่ (2) และ (3) ไม่ถูกจัดเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ต่อผลไม้ไทย

4.1.2 อุปทานของผลไม้นำเข้าจากประเทศไทย

การศึกษานี้กำหนดให้อุปทานของผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยในตลาดผลไม้ของประเทศไทยจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ อุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) และอุปทานจริง (actual supply) โดยอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) เป็นอุปทานภายใต้ข้อสมมติที่กำหนดให้ไม่มีอุปสรรคทางการค้า ทั้งอุปสรรคการค้าด้านภาษี (tariff barrier) และอุปสรรคการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (non-tariff barrier) ในขณะที่อุปทานจริง (actual supply) เป็นอุปทานภายใต้ข้อสมมติที่กำหนดให้ไม่มีอุปสรรคทางการค้าด้านภาษี (tariff barrier) แต่มีอุปสรรคการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (non-tariff barrier) เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measure : SPS) กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานและการปิดฉลากของสินค้าเกษตรและป่าไม้ (Law concerning Standardization and Proper Labeling of Agriculture and Forestry Product) ซึ่งมาตรการหรือมาตรฐานดังกล่าวส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกผลไม้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น

ดังนั้นภายใต้ข้อสมมติข้างต้น อุปทานจริง (actual supply : S) จะน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply : S^p) ในทุกระดับราคา นั่นคือ $S < S^p$ ซึ่งแสดงว่า เส้นอุปทานจริง (S) อยู่ด้านซ้ายของเส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (S^p) ดังแสดงในภาพที่ 4.2 หรืออีกนัยหนึ่งคือ อุปทานจริง (actual supply) มีต้นทุนสูงกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ดังนั้นเส้นอุปทานจริง (S) จึงอยู่ด้านบนของเส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (S^p) ในทุกระดับปริมาณ นอกจากนี้ ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน (exchange-rate risk) ก็อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลทำให้อุปทานจริง (actual supply) น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply)

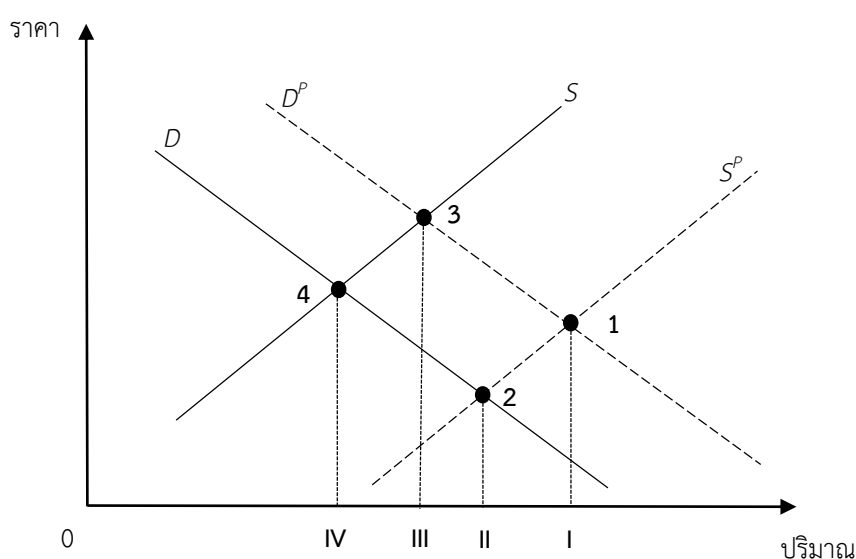
ภาพที่ 4.2 เส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) และเส้นอุปทานจริง (actual supply)



4.1.3 จุดดุลยภาพในตลาดผลไม้นำเข้าจากประเทศไทย

เมื่อนำเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานมาวาดในรูปเดียวกัน เราจะได้จุดตัดของเส้นกราฟทั้งหมด 4 จุด ในภาพที่ 4.3 จุดที่ 1 เป็นจุดดุลยภาพที่เกิดจากอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เท่ากับอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) และเป็นจุดดุลยภาพที่มีประสิทธิภาพ (efficiency) มากที่สุด เมื่อเทียบกับจุดดุลยภาพจุดที่ 2 จุดที่ 3 และจุดที่ 4 หรืออีกนัยหนึ่งคือ จุดที่ 1 เป็นจุดดุลยภาพที่ไม่มีความต้องการบริโภคที่แยกตัวเองโดยสมัครใจ (self-exclusion demand) และไม่มีแรงเสียดทาน (friction) ที่ก่อให้เกิดความไม่มีประสิทธิภาพ (inefficiency) ในตลาด

ภาพที่ 4.3 จุดดุลยภาพในตลาดผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น



เมื่อใช้จุดดุลยภาพจุดที่ 1 เป็นจุดยึดหลักที่ใช้ในการศึกษา เราสามารถวิเคราะห์แยกปัญหาได้ 3 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1

จุดดุลยภาพเป็นจุดที่ 2 ซึ่งเป็นจุดดุลยภาพที่อุปสงค์จริง (actual demand) เท่ากับอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (II) น้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) เป็นผลมาจากปัจจัยที่ไม่ใช่เศรษฐศาสตร์ (non-economic factor) ที่นำไปสู่ความต้องการบริโภคที่แยกตัวเองโดยสมัครใจ (self-exclusion demand) ดังนั้นอุปสงค์จริง (actual demand) จึงน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ระยะห่าง I-II จึงสะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem)

กรณีที่ 2

จุดดุลยภาพเป็นจุดที่ 3 ซึ่งเป็นจุดดุลยภาพที่อุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) เท่ากับอุปทานจริง (actual supply) ปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (III) น้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) เช่นกัน แต่ในกรณีนี้สาเหตุ คือ ความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) ดังนั้นอุปทานจริง (actual supply) จึงน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นไปได้ (potential supply) ระยะห่าง I-III จึงสะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปทาน (supply-driven access problem)

กรณีที่ 3

จุดดุลยภาพเป็นจุดที่ 4 ซึ่งเป็นจุดดุลยภาพที่อุปสงค์จริง (actual demand) เท่ากับอุปทานจริง (actual supply) ปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (IV) น้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) มากที่สุด จุดดุลยภาพนี้จึงเป็นจุดดุลยภาพที่แย่มากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการบริโภคที่แยกตัวเองโดยสมัครใจ (self-exclusion demand) ที่ทำให้อุปสงค์จริง (actual demand) น้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) และความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) ที่ทำให้อุปทานจริง (actual supply) น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นไปได้ (potential supply) ดังนั้นระยะห่าง I-IV จึงสะท้อนปัญหา 2 ส่วน คือ ระยะห่าง I-II สะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem) และระยะห่าง II-IV สะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency)

จากดุลยภาพทั้ง 3 กรณีข้างต้น นโยบายหรือมาตรการที่จะนำมาใช้เพื่อให้จุดดุลยภาพเป็นจุดที่ 1 หรือเข้าใกล้จุดที่ 1 มากที่สุดก็จะแตกต่างกัน สำหรับกรณีที่ 1 นโยบายหรือมาตรการก็จะเป็นด้านอุปสงค์ กรณีที่ 2 นโยบายหรือมาตรการก็จะเป็นด้านอุปทาน และกรณีที่ 3 นโยบายหรือมาตรการก็จะเป็นทั้งด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน

4.2 มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs) และผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade : TBT) ต่อการค้าระหว่างประเทศ

4.2.1 มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs)

มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs) ถูกนำมาใช้เพื่อกีดกันการค้า หรือป้องกันการเข้ามาของสินค้าจากประเทศคู่ค้า เช่น มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade: TBT) เช่น มาตรการป้องกันสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยทางโภชนาการ ความมั่นคงภายในประเทศ การป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (ในฐานะเป็นผู้บริโภค) โดยองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) มีหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลให้เงื่อนไขทางการค้าที่เป็นมาตรการ

อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ให้เป็นไปอย่างเหมาะสม กล่าวคือไม่มากเกินไปจนกลายเป็นอุปสรรคทางการค้า หรือเป็นการจงใจกีดกันการค้าจากประเทศคู่ค้า

(1) นิยามของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร

มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTMs) หมายถึง “การดำเนินนโยบายใด ๆ ของการใช้มาตรการทางศุลกากรที่ไม่ใช่ในรูปแบบภาษี ที่สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศในด้านตัวสินค้า ปริมาณการค้าที่ทำการซื้อขาย หรือราคาที่ทำการซื้อขาย หรือเกิดผลกระทบทั้งปริมาณและราคา” (Policy measures other than ordinary customs tariffs that can potentially have an economic effect on international trade in goods, changing quantities traded, or prices or both)²

มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTMs) ที่ใช้กับการค้าระหว่างประเทศมีหลายรูปแบบ องค์การระหว่างประเทศ 2 องค์การหลัก ได้แก่ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) และการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) จึงกำหนดคำนิยามของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTMs) ไว้เพื่อให้มีความชัดเจน งานศึกษา UNCTAD (2019) ได้ให้คำนิยามของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTMs) ไว้โดยละเอียด ซึ่งเป็นการจัดทำขึ้นโดยกลุ่มนักวิจัยที่เรียกว่า Multi-Agency Support Team Group (MAST Group) เพื่อทำการศึกษานุกรมวิธาน (Taxonomy) ของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTMs) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549

MAST Group เป็นกลุ่มนักวิจัยที่มาจาก 8 องค์การระหว่างประเทศย่อย ได้แก่

- 1) Food and Agriculture Organization (FAO)
- 2) International Monetary Fund (IMF)
- 3) International Trade Centre (ITC)
- 4) Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)
- 5) United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)
- 6) United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)
- 7) World Bank (WB)
- 8) World Trade Organization (WTO)

(2) ประเภทของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร³

ประเภทของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTMs) ตามข้อตกลงที่บรรลຸร่วมกัน สามารถแบ่งประเภทตามหลักสากลได้ทั้งหมด 16 หมวดใหญ่ ตั้งแต่หมวด A ถึงหมวด P ดังแสดงในตารางที่ 4.1 โดย

² UNCTAD (2019)

³ UNCTAD (2019) และศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560)

หมวด A ถึงหมวด O เป็นมาตรการด้านการนำเข้า ซึ่งแบ่งเป็นมาตรการเชิงเทคนิค (Technical Measure) และมาตรการที่ไม่ใช่เชิงเทคนิค (Non-technical Measure) ในแต่ละหมวดยังสามารถแยกความจำเพาะออกเป็นหมวดย่อยได้อีกถึง 3 หมวดย่อย ลักษณะการระบุเลขแต่ละรายชื่อ ใช้หลักการเดียวกับการระบุเลขในสินค้าส่งออกแต่ละประเภท กล่าวคือ ใช้วิธีแบบ Harmonized System (HS) สำหรับหมวดใหญ่ทั้ง 16 หมวด

ตารางที่ 4.1 ประเภทของมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร

		หมวด	คำอธิบาย
มาตรการด้านการนำเข้า	มาตรการเชิงเทคนิค (Technical Measure)	A	มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary measures : SPS)
		B	มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade : TBT)
		C	มาตรการการตรวจสอบสินค้า (Pre-shipment inspection and other formalities)
	มาตรการที่ไม่ใช่เชิงเทคนิค (Non-technical Measure)	D	มาตรการเงื่อนไขเพื่อการปกป้องการค้า (Contingent trade-protective measures)
		E	มาตรการการควบคุมปริมาณสินค้านำเข้า (Non-automatic import licensing, quotas, prohibitions, quantity-control measures and other restrictions not including SPS or measures relating to TBT)
		F	มาตรการควบคุมราคา รวมถึงการเก็บภาษีและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เพิ่มเติม (Price-control measures, including additional taxes and charges)
		G	มาตรการทางการเงิน (Finance measures)
		H	มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขัน (Measures affecting competition)
		I	มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเพื่อการค้า (Trade-related investment measures)
		J	มาตรการห้ามการกระจายสินค้า (Distribution restrictions)
		K	มาตรการการห้ามให้บริการหลังการขาย (Restrictions on post-sales services)
		L	มาตรการอุดหนุน (Subsidies and other forms of support)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

		หมวด	คำอธิบาย
		M	มาตรการห้ามการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Government procurement restrictions)
		N	มาตรการที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property)
		O	มาตรการของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of origin)
มาตรการด้านการส่งออก		P	มาตรการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก (Export-related measures)

ที่มา : UNCTAD (2019)

A. มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures : SPS)

มาตรการนี้เป็นมาตรการที่จำกัดการใช้สารเคมีเพื่อรับรองความปลอดภัยในอาหารและป้องกันการปนเปื้อนของเชื้อโรคและศัตรูพืช รวมทั้งมาตรการการประเมินความสอดคล้อง (conformity-assessment measures) เพื่อตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยในอาหาร เช่น การออกใบรับรองการทดสอบและการตรวจสอบ การกักกัน

มาตรการนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- (1) เพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิตมนุษย์และสัตว์จากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสารเคมีแต่ง สารปนเปื้อน สารพิษ หรือสิ่งมีชีวิตที่ก่อให้เกิดเชื้อโรคในอาหาร
- (2) เพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิตมนุษย์จากเชื้อโรคที่เกิดจากพืชหรือเชื้อโรคที่เกิดจากสัตว์
- (3) เพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิตสัตว์หรือพืชจากศัตรูพืช เชื้อโรค หรือสิ่งมีชีวิตที่ก่อให้เกิดเชื้อโรค
- (4) เพื่อป้องกันหรือจำกัดการเข้ามตั้งถิ่นฐานหรือกระจายของศัตรูพืช
- (5) เพื่อปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ

มาตรการดังกล่าวยังครอบคลุมถึงการปกป้องสุขภาพของปลา สัตว์ป่า ป่าไม้ และดอกไม้ป่า อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวไม่ครอบคลุมมาตรการที่ใช้เพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม ความสนใจของผู้บริโภค หรือสวัสดิการของสัตว์

B. มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade : TBT)

มาตรการนี้เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้อกำหนดทางเทคนิคและข้อกำหนดทางคุณภาพ กระบวนการผลิตและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และมาตรการที่เกี่ยวข้อง เช่น

การติดฉลากและการบรรจุหีบห่อที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องสิ่งแวดลอม ความปลอดภัยของผู้บริโภค และความมั่นคงของประเทศ

ข้อกำหนดทางเทคนิค คือ เอกสารที่ระบุคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการการผลิตและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อกำหนดทางการบริหาร ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติตาม ทั้งนี้ ข้อกำหนดทางเทคนิคครอบคลุมถึงการเรียกชื่อ การใช้สัญลักษณ์ การบรรจุหีบห่อ การทำเครื่องหมาย หรือการติดฉลากที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ กระบวนการการผลิต และกรรมวิธีการผลิต โดยมาตรการการประเมินความสอดคล้อง (conformity-assessment measures) อาจเป็นทางตรงหรือทางอ้อมเพื่อตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบทางเทคนิคหรือตามมาตรฐานอย่างครบถ้วน เช่น ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง การทดสอบและการตรวจสอบ การประเมินผล การตรวจสอบและการรับรองความสอดคล้อง การลงทะเบียน การได้รับการรับรอง การอนุมัติ

C. มาตรการการตรวจสอบสินค้า (Pre-shipment inspection and other formalities)

มาตรการนี้เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบสินค้านำเข้าก่อนการส่งออกจากประเทศผู้ส่งออก ซึ่งรวมทั้งพิธีการศุลกากรอื่น ๆ

D. มาตรการเงื่อนไขเพื่อการปกป้องการค้า (Contingent trade-protective measures)

มาตรการนี้เป็นกลุ่มมาตรการที่นำมาใช้เพื่อตอบโต้ผลกระทบของการนำเข้าสินค้าเข้ามาในตลาดภายในประเทศ ซึ่งรวมถึงมาตรการเพื่อตอบโต้การปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า โดยแบ่งเป็น 3 มาตรการหลัก ได้แก่ มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping : AD) มาตรการตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing : CVD) และมาตรการปกป้องการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard : SG)

E. มาตรการการควบคุมปริมาณสินค้านำเข้า (Non-automatic licensing, quotas, prohibition and quantity-control measures other than for SPS or TBT reasons)

มาตรการนี้เป็นมาตรการขั้นรุนแรง (hard) ที่ถูกนำมาใช้เพื่อควบคุมปริมาณการนำเข้าสินค้า ซึ่งได้แก่การออกใบอนุญาตการนำเข้า การกำหนดโควตาปริมาณสินค้านำเข้าและมาตรการอื่น ๆ ที่ควบคุมปริมาณการนำเข้า และการกำหนดภาษีโควตา (tariff-rate quota) มาตรการการควบคุม (control measures) นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามการนำเข้าหรือจำกัดการนำเข้า รวมทั้งมาตรการควบคุมปริมาณสินค้านำเข้า มาตรการหมวดนี้อยู่ในรูปแบบการออกใบอนุญาตแบบไม่อัตโนมัติ (non-automatic licensing) แก่ปริมาณโควตาที่กำหนดไว้ก่อนหน้าหรือการห้ามนำเข้า อย่างไรก็ตาม มาตรการการควบคุมที่ถูกนำมาใช้เพื่อสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช และเพื่อการกีดกันทางการค้าเชิงเทคนิค จะถูกจัดประเภทอยู่ในมาตรการหมวด A และมาตรการหมวด B ตามลำดับ มาตรการในหมวด E ครอบคลุมถึงมาตรการอื่น ๆ ที่มีใช้ภาษีศุลกากรที่เพิ่มต้นทุนของสินค้านำเข้า (para-tariff measures)

มาตรการหมวด E มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- (1) เพื่อปกป้องราคาสินค้าในประเทศบางรายการเมื่อสินค้านำเข้ารายการนี้มีราคาต่ำกว่าราคาในประเทศ
- (2) เพื่อกำหนดราคาสินค้าในประเทศบางรายการเนื่องจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดในประเทศ หรือความไม่เสถียรภาพของราคาสินค้าในตลาดต่างประเทศ
- (3) เพื่อขึ้นหรือรักษารายรับภาษีของประเทศ

F. มาตรการควบคุมราคา รวมถึงการเก็บภาษีและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เพิ่มเติม (Price-control measures, including additional taxes and charges)

มาตรการนี้เป็นมาตรการขั้นรุนแรง (hard) ที่ถูกนำมาใช้เพื่อควบคุมราคาสินค้านำเข้า หรือเพื่อให้ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้านำเข้า

มาตรการนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- (1) เพื่อปกป้องราคาสินค้าในประเทศบางรายการเมื่อสินค้านำเข้ารายการนี้มีราคาต่ำกว่าราคาในประเทศ
- (2) เพื่อกำหนดราคาสินค้าในประเทศบางรายการเนื่องจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดในประเทศ หรือความไม่เสถียรภาพของราคาสินค้าในตลาดต่างประเทศ
- (3) เพื่อขึ้นหรือรักษารายรับภาษีของประเทศ

มาตรการในกลุ่มนี้ครอบคลุมถึงมาตรการอื่น ๆ ที่มีใช้ภาษีศุลกากรที่เพิ่มต้นทุนของสินค้านำเข้า (para-tariff measures)

G. มาตรการทางการเงิน (Finance measures)

มาตรการนี้เป็นมาตรการกำกับการชำระค่าสินค้านำเข้า ยกตัวอย่างเช่น การกำกับการเข้าถึงและต้นทุน (access and cost) การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งมาตรการที่มีผลต่อเงื่อนไขการชำระเงิน โดยมาตรการทางการเงินนี้ทำให้ต้นทุนการนำเข้าสูงขึ้นเช่นเดียวกันกับมาตรการด้านภาษีศุลกากร

H. มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขัน (Measures affecting competition)

มาตรการนี้เป็นการให้สิทธิพิเศษหรือสิทธิประโยชน์ในการนำเข้าสินค้าแก่กลุ่มบุคคลเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมาตรการด้านการผูกขาดทางการค้า เช่น การกำหนดให้ทำการค้าผ่านหน่วยงานของรัฐเท่านั้น การกำหนดให้การนำเข้าสินค้าจะต้องใช้เรือบรรทุกสินค้าที่เป็นสัญชาติของประเทศผู้นำเข้าสินค้าเท่านั้น

I. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเพื่อการค้า (Trade-related investment measures)

มาตรการนี้เกี่ยวข้องกับการลงทุนเพื่อการค้าระหว่างประเทศของประเทศผู้นำเข้า เช่น การกำหนดการใช้วัตถุดิบในประเทศ การกำหนดให้เป็นการลงทุนเพื่อการส่งออกเพื่อให้สมดุลกับการนำเข้า (trade-balancing measures)

J. มาตรการห้ามการกระจายสินค้า (Distribution restrictions)

มาตรการนี้เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหลังจากสินค้านำเข้าเข้ามาในประเทศแล้ว มาตรการนี้อาจส่งผลต่อการตัดสินใจนำเข้าสินค้าหรือบริการดังกล่าว มาตรการนี้เป็นข้อจำกัดด้านการกระจายสินค้าของสินค้านำเข้า

ประเทศผู้นำเข้าสินค้าอาจจะบังคับใช้มาตรการนี้กับ (1) การขายสินค้าในบางประเภท (2) การเข้าถึงช่องทางการกระจายสินค้าในประเทศและการจัดตั้งช่องทางการกระจายสินค้าของตนเอง และ (3) การออกใบอนุญาตหรือใบรับรองเพิ่มเติม

K. มาตรการการห้ามให้บริการหลังการขาย (Restrictions on post-sales services)

มาตรการนี้เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหลังจากสินค้านำเข้าเข้ามาในประเทศแล้ว มาตรการนี้เป็นการจำกัดการให้บริการหลังการขายของผู้ส่งออกในประเทศผู้นำเข้า เช่น การให้บริการหลังการขายหรือการจัดหาอุปกรณ์เสริมต้องดำเนินการโดยบริษัทในประเทศผู้นำเข้าเท่านั้น

L. มาตรการอุดหนุน (Subsidies and other forms of support)

มาตรการนี้เป็นการอุดหนุนที่กระทบการค้าระหว่างประเทศ มาตรการนี้ครอบคลุมหน่วยงานของภาครัฐในทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทางการเงินให้แก่ผู้ได้รับผลประโยชน์ หรือกลุ่มของผู้รับผลประโยชน์ที่สร้างหรือมีความสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบให้แก่ผู้รับผลประโยชน์ มาตรการนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ประกอบการแบบครอบครัว (family enterprises) และการสนับสนุนแก่ผู้บริโภคนขั้นสุดท้าย รายบุคคลหรือรายครัวเรือน

M. มาตรการห้ามการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Government procurement restrictions)

มาตรการนี้จำกัดการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ที่กำหนดข้อจำกัดของผู้ประมุขที่ต้องการขายสินค้าและบริการให้แก่รัฐบาลต่างประเทศ เช่น การกำหนดว่า การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในสินค้าบางประเภทจะต้องดำเนินการโดยผู้ผลิตในประเทศเท่านั้น

N. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property)

มาตรการนี้ประกอบด้วยข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิประโยชน์ทางการค้า การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่ครอบคลุมสิทธิบัตร เครื่องหมายทางการค้า การออกแบบอุตสาหกรรม การออกแบบเค้าโครงของวงจรรวม ลิขสิทธิ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และความลับทางการค้า ทั้งนี้เป็นมาตรการเพื่อปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศผู้นำเข้า

O. มาตรการของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin : ROO)

มาตรการนี้เป็นข้อจำกัดด้านแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือวัตถุดิบในการผลิตสินค้า กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดของสินค้าครอบคลุมกฎหมาย กฎระเบียบ แนวทางการบริหารทั่วไป ที่บังคับใช้โดยภาครัฐของประเทศที่นำเข้าสินค้าเพื่อระบุประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิดของสินค้า กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดของสินค้ามีความสำคัญในการดำเนินนโยบายทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD) มาตรการตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing : CVD) มาตรการป้องกันการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard : SG) หากผู้ส่งออกไม่สามารถพิสูจน์แหล่งกำเนิดสินค้าได้ตามเงื่อนไขที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนด ผู้ส่งออกก็จะไม่ได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร กฎถิ่นกำเนิดสินค้ามี 2 ประเภท คือ

(1) กฎถิ่นกำเนิดสินค้าทั่วไป (Non-Preferential ROO) ซึ่งจะปรากฏภายใต้ความตกลงว่าด้วย ROO ภายใต้ WTO เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาถิ่นกำเนิดของสินค้าในกรณีการใช้มาตรการ AD CVD และ SG เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบการใช้การ transshipment หรือ การแปรสภาพอย่างง่ายเพื่อหลบเลี่ยงมาตรการดังกล่าว

(2) กฎถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้ระบบสิทธิพิเศษทางการค้า (Preferential ROO) เป็นกฎถิ่นกำเนิดสินค้าที่ปรากฏภายใต้ความตกลงการค้าเสรีต่าง ๆ เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาว่า สินค้าที่ส่งออกจากคู่ภาคีความตกลงสามารถรับสิทธิในการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีนำเข้าภายใต้ความตกลงการค้าเสรีนั้น ๆ ได้หรือไม่

P. มาตรการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก (Export-related measures)

มาตรการนี้เป็นมาตรการที่ออกโดยประเทศผู้ส่งออกเพื่อบังคับใช้กับผู้ส่งออก เช่น การห้ามการส่งออก การจำกัดโควตาการส่งออก การเก็บภาษีการส่งออก

4.2.2 ผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ต่อการค้าระหว่างประเทศ⁴

การใช้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ก่อให้เกิดผล 2 ด้าน คือ ด้านการเพิ่มต้นทุน (cost-raising aspect) และด้านการเปิดเผยข้อมูล (Information-revealing aspect) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) กระทบด้านอุปทานจากการที่ราคาสินค้าเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น และกระทบอุปสงค์จากการที่มีข้อมูลสินค้าให้ผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมี

⁴ Bao and Qiu (2012)

ความเชื่อมั่นในสินค้ามากขึ้น ดังนั้นการใช้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) จะจำกัดหรือส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต้องพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้ง 2 ด้านดังนี้

(1) ผลด้านการเพิ่มต้นทุน (cost-raising aspect)

- เมื่อประเทศ A ใช้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) เสมือนว่า ประเทศ A เพิ่มต้นทุนคงที่ (fixed cost) และต้นทุนผันแปร (variable cost) ให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกจากประเทศอื่น เช่น ผู้ประกอบการส่งออกจากประเทศ B
- ต้นทุนคงที่ที่เพิ่มขึ้นแก่ผู้ประกอบการส่งออกจากประเทศ B เช่น
 - การลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่ หรืออุปกรณ์ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า
 - กระบวนการกักตวงสินค้า (Quarantine Process)
 - กระบวนการตรวจสอบด้านต่าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญภายนอก เพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดการนำเข้าของประเทศ A
- ต้นทุนผันแปรที่เพิ่มขึ้นแก่ผู้ประกอบการส่งออกจากประเทศ B เช่น ต้นทุนการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพของสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดการนำเข้าของประเทศ A

มาตรการด้านการเพิ่มต้นทุนนี้จะลดอุปทานของสินค้านั้น ๆ ซึ่งเป็นการลด export extensive margin เช่น ลดจำนวนประเทศที่ส่งออกสินค้าที่ถูกมาตรการบังคับใช้ และเป็นการลด export intensive margin เช่น ลดปริมาณการส่งออกหรือมูลค่าการส่งออกสินค้าที่ถูกมาตรการบังคับใช้จากแต่ละประเทศ

(2) ผลด้านการเปิดเผยข้อมูล (Information-revealing aspect)

การใช้มาตรการกีดกันการค้าเชิงเทคนิค (TBT) ทำให้ผู้บริโภคจากประเทศที่นำเข้าสินค้าทราบข้อมูลของสินค้าว่าได้มาตรฐาน เช่น ด้านความปลอดภัยหรือด้านสุขภาพ และผ่านกฎระเบียบตามที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนด ซึ่งช่วยสนับสนุนการนำเข้าสินค้านั้น ๆ เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้ามากขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ มาตรการนี้ช่วยลดความล้มเหลวในตลาด (market failure) ที่เกิดจากความไม่ครบถ้วนของข้อมูล (incomplete information)

- ผลจากการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าและบริการที่ประเทศ B ส่งออกว่ามีมาตรฐาน และความปลอดภัยต่อการอุปโภค-บริโภคของหน่วยบริโภคในประเทศ A (consumer confidence gaining from reducing asymmetric information) ดังนั้นจึงสามารถบรรเทาผล adverse selection ได้ในระดับหนึ่ง
- ความเชื่อมั่นของหน่วยบริโภคเพิ่มอุปสงค์ต่อสินค้านำเข้าที่มาจากประเทศ B ซึ่งเอื้อให้จำนวนผู้ส่งออกและปริมาณการส่งออกจากประเทศ B เพิ่มขึ้นทางอ้อมเช่นกัน

มาตรการที่เป็นการเปิดเผยข้อมูลนี้ทำอุปสงค์ต่อสินค้านำเข้าเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่ม export extensive margin เช่น เพิ่มจำนวนประเทศที่ส่งออกสินค้าที่ถูกมาตรการบังคับใช้ และการเพิ่ม export intensive margin เช่น เพิ่มปริมาณการส่งออกหรือมูลค่าการส่งออกสินค้าที่ถูกมาตรการบังคับใช้จากแต่ละประเทศ

Bao and Qiu (2012) ศึกษาผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ต่อการค้าระหว่างประเทศ โดยใช้แบบจำลอง Gravity (Gravity model) ศึกษา 105 ประเทศ ในช่วงปี ค.ศ. 1995-2008 (พ.ศ. 2538-2551) ผลการศึกษาพบว่า

- 1) มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ลด export extensive margin เช่น ความน่าจะเป็นในการส่งออก
- 2) มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) เพิ่ม export intensive margin เช่น ปริมาณการส่งออกของผู้ส่งออกแต่ละราย
- 3) ประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศที่พัฒนาแล้วได้รับผลกระทบที่แตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับว่าเป็นมาตรการที่บังคับใช้โดยประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว

ตารางที่ 4.2 ผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า

ประเทศผู้นำเข้า	ประเทศผู้ส่งออก		ผลรวม
	ประเทศกำลังพัฒนา	ประเทศพัฒนาแล้ว	
ประเทศกำลังพัฒนา	(-, +)	(0 , 0)	(-, +)
ประเทศพัฒนาแล้ว	(-, +)	(-, +)	(-, +)

หมายเหตุ : สัญลักษณ์แรกในวงเล็บ คือ ผลกระทบต่อ export extensive margin และสัญลักษณ์ที่สองในวงเล็บ คือ ผลกระทบต่อ export intensive margin ศูนย์ คือ ผลกระทบไม่มีนัยสำคัญ

ที่มา : Bao and Qiu (2012)

ตารางที่ 4.2 สรุปผลกระทบของมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า โดยขึ้นอยู่กับว่าเป็นมาตรการที่บังคับใช้นั้นเป็นของประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว และผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกันระหว่างผู้ส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งสรุปได้เป็น 3 ประเด็นหลักดังนี้

- 1) การที่ประเทศใด ๆ (ทั้งประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว) ใช้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้าเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้
 - Export extensive margin ของประเทศอื่น ๆ ที่ส่งออกสินค้ามาประเทศนี้ลดน้อยลง เช่น ความน่าจะเป็นในการส่งออก (export probability) ลดลง
 - Export intensive margin ของประเทศอื่น ๆ ที่ส่งออกสินค้ามาประเทศนี้เพิ่มมากขึ้น เช่น มูลค่าการส่งออก (export value) เพิ่มขึ้น

- 2) หากประเทศกำลังพัฒนาใช้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า **เพิ่มมากขึ้น** จะไม่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกจากประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้าน export extensive margin และ export intensive margin แต่จะส่งผลกระทบต่อประเทศกำลังพัฒนาด้วยกันโดยลด export extensive margin ของประเทศอื่น ๆ ที่ส่งออกสินค้ามาประเทศนี้ เช่น ลดความน่าจะเป็นในการส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ในขณะที่เพิ่ม export intensive margin ของประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่ส่งออกสินค้ามาประเทศนี้ เช่น เพิ่มมูลค่าการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก
- 3) หากประเทศพัฒนาแล้วใช้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า **เพิ่มมากขึ้น** จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกจากประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยกันอย่างรุนแรงกว่าการส่งออกจากประเทศที่กำลังพัฒนา ทั้งในด้าน export extensive margin และ export intensive margin
- ผลกระทบจากการมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้าจากประเทศพัฒนาแล้วหรือประเทศกำลังพัฒนาส่งผลต่อการส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

บทที่ 5

มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่ประเทศญี่ปุ่นบังคับใช้ กับการนำเข้ามะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทย

บทนี้อธิบายมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่ประเทศญี่ปุ่นบังคับใช้ ขั้นตอนการกักกันเพื่อตรวจสอบ ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าเกษตรและอาหาร และการบังคับใช้มาตรการตรวจสอบสารเคมีตกค้างกับผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ซึ่งได้แก่ มะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ที่นำเข้าจากประเทศไทย

5.1 มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่ประเทศญี่ปุ่นบังคับใช้

5.1.1 มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures : SPS)¹

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้นำเข้าอาหารรายใหญ่ โดยนำเข้าอาหารมาจากหลายประเทศทั่วโลก เพื่อให้มั่นใจว่า อาหารที่นำเข้านั้นมีความปลอดภัย และเป็นการคุ้มครองความเสี่ยงด้านสุขภาพและอนามัยของชาวญี่ปุ่น กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่นจึงต้องควบคุมและตรวจสอบอาหารที่นำเข้ามาในประเทศญี่ปุ่นอย่างเข้มงวด โดยการตรวจสอบจะดำเนินการ ณ ด่านตรวจพืชที่ตั้งอยู่ที่สนามบินนานาชาติและท่าเรือทั่วประเทศ เนื่องจากผลไม้ถูกจัดเป็นอาหารทางการเกษตร (agricultural foods) ดังนั้น ผลไม้ที่จากต่างประเทศจะต้องถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้างก่อนที่จะได้รับอนุมัติให้นำเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น

(1) มาตรการตรวจสอบสารเคมีตกค้างทางการเกษตร

มาตรการนี้บังคับใช้กับสินค้าเกษตรและอาหาร รวมทั้งกล้วย มะม่วง ทุเรียน และมังคุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) สารเคมีจำนวน 65 รายการ ไม่ถูกกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (MRLs) (Exempted substances) เนื่องจากพิจารณาแล้วว่ามีความปลอดภัย
- 2) สารเคมีที่มีการกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (MRLs) ชั่วคราว (Provisional MRLs) จำนวน 758 รายการ ในจำนวนนี้มีสารเคมี 16 รายการ ที่ไม่อนุญาตให้มีการตกค้างหรือห้ามใช้ในอาหาร ซึ่งได้แก่
 - (1) 2, 4, 5-T
 - (2) Azocyclotin and Cyhexatin
 - (3) Amitrol

¹ สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.dft.go.th/Portals/0/4278_0_SPS_JP_10042553@25541121-1407417002@25570611-0913288943.pdf

- (4) Captafol
- (5) Carbadox
- (6) Chloramphenicol
- (7) Chlorpromazine
- (8) Coumafos
- (9) Daminozide
- (10) Diethylstilbestrol
- (11) Dimetridazole
- (12) Malachite Green
- (13) Metronidazole
- (14) Nitrofurans
- (15) Propham
- (16) Ronidazole

- 3) สารเคมีอื่น ๆ ที่ยังไม่ถูกกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (MRLs) และไม่ปรากฏรายชื่อในข้อ 1) และ 2) กำหนดให้ใช้ค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (MRLs) ที่ระดับ 0.01 ppm เป็นมาตรฐานทั่วไป (uniform limit)

หมายเหตุ : การกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (MRLs) เป็นไปตาม positive list system โดยประเทศญี่ปุ่นอ้างอิงจากค่ามาตรฐานของ CODEX และค่ามาตรฐานของประเทศต่าง ๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป แคนาดา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

(2) มาตรการสุขอนามัยพืช

มาตรการนี้บังคับใช้กับสินค้าเกษตรและอาหาร รวมทั้งมะม่วงและมังคุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ต้องผ่านการอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment : VHT) เพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้ (พบเฉพาะในผลไม้เขตร้อน) โดยต้องมีเจ้าหน้าที่กักกันพืชจากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุมการอบไอน้ำ และลงนามรับรองร่วมกับเจ้าหน้าที่กักกันพืชจากประเทศไทย
- 2) ต้องมีใบรับรองสุขอนามัยจากกรมวิชาการเกษตรกำกับมาพร้อมการนำเข้าทุกครั้ง

การอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment : VHT)²

การอบไอน้ำเป็นวิธีการควบคุมศัตรูพืช (pests) เช่น แมลงวันผลไม้ โดยไม่ใช้สารเคมี ซึ่งเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนดให้ผู้ส่งออกสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สดเมืองร้อน (tropical fresh fruit) เช่น มะม่วง มะละกอ มังคุด ต้องดำเนินการก่อนส่งสินค้าเกษตรเหล่านั้นมายังประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้มั่นใจว่า ไข่หรือตัวอ่อนของแมลงหรือศัตรูพืช โดยเฉพาะแมลงวันผลไม้ ที่อาจติดอยู่กับผลไม้จากประเทศผู้ส่งออกถูกกำจัดโดยผ่านการฆ่าเชื้อ และไม่สามารถเติบโตหรือเพิ่มจำนวนได้ ก่อนส่งออกมายังประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของประเทศญี่ปุ่น กระบวนการการอบไอน้ำจะไม่มีการใช้สารเคมีใด ๆ แต่เป็นการใช้ไอน้ำร้อนโดยการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นอย่างพิถีพิถัน เพื่อรักษาความสดใหม่ของผลไม้ไว้โดยไม่ได้รับความเสียหาย

(3) มาตรการการติดฉลากสำหรับอาหารก่อกุ้มแพะ

มาตรการนี้บังคับใช้กับอาหารก่อกุ้มแพะ รวมทั้งกล้วย ซึ่งจัดอยู่ในประเภทข้อกำหนด “แนะนำ” ให้ติดฉลาก เนื่องจากกล้วยอยู่ในกลุ่มอาหารที่อาจก่อให้เกิดภูมิแพ้ได้

5.1.2 มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade : TBT)

มาตรฐานการติดฉลากสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่นกำหนดให้ผักและผลไม้สดต้องติดฉลากตามมาตรฐานการติดฉลากสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสรุปได้ดังนี้³

1) การติดฉลากข้อมูลรหัสผู้ผลิตและข้อมูลติดต่อ

รหัสผู้ผลิต (Manufacturer's identification (ID) codes) จะอนุญาตให้ใช้เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานมากกว่า 2 แห่ง เท่านั้น โดยรายละเอียดบนฉลากจะต้องมีข้อมูลอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้ (1) ข้อมูลติดต่อบริการลูกค้าสัมพันธ์ (2) เว็บไซต์บริษัท หรือ (3) ชื่อ ที่อยู่ และรหัส (ID) ของโรงงานผลิตทุกแห่ง ทั้งนี้ ในกรณีบริษัทขนาดเล็กจะต้องระบุชื่อและแหล่งที่อยู่ของโรงงานผลิตบนฉลากผลิตภัณฑ์

2) การติดฉลากโภชนาการ (Nutritional labeling)

ฉลากโภชนาการครอบคลุมถึงสินค้าอาหารที่บรรจุพร้อมขาย (pre-packaged foods) และสินค้าอาหารแปรรูป (processed foods) ทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทผู้ผลิตที่มีพนักงานน้อยกว่า 20 คน หรือบริษัทผู้นำเข้าที่มีพนักงานน้อยกว่า 5 คน ได้รับการยกเว้นข้อกำหนดการติดฉลากโภชนาการ นอกจากนี้ ยังอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดหน่วยบริโภค (serving size) ที่เหมาะสมได้ (one reasonable serving)

² สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 จาก <http://www.vaporheattreatment.com/>

³ สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.dft.go.th/Portals/0/4266_0_ญี่ปุ่นมาตรฐานการติดฉลากอาหาร@25580420-1024354617.pdf

ข้อกำหนดการติดฉลากโภชนาการแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (1) แบบบังคับ (2) แบบสมัครใจแต่แนะนำ (3) แบบสมัครใจ โดยอนุญาตให้ผู้ผลิต/ผู้นำเข้าสามารถคำนวณคุณค่าทางโภชนาการโดยรวมของผลิตภัณฑ์ได้ โดยใช้ค่าอ้างอิงทางโภชนาการของรัฐบาลญี่ปุ่น

ข้อกำหนดการติดฉลาก โภชนาการ	สารอาหารทางโภชนาการ
แบบบังคับ	พลังงาน โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต โซเดียม (salt equivalent)
แบบสมัครใจแต่แนะนำ	ไขมันอิ่มตัว เส้นใยอาหาร
แบบสมัครใจ	คาร์โบไฮเดรตที่ร่างกายนำไปใช้ประโยชน์ได้ น้ำตาล คอเลสเตอรอล วิตามิน และเกลือแร่

5.2 การกักกันเพื่อตรวจสอบและขั้นตอนการตรวจสอบ

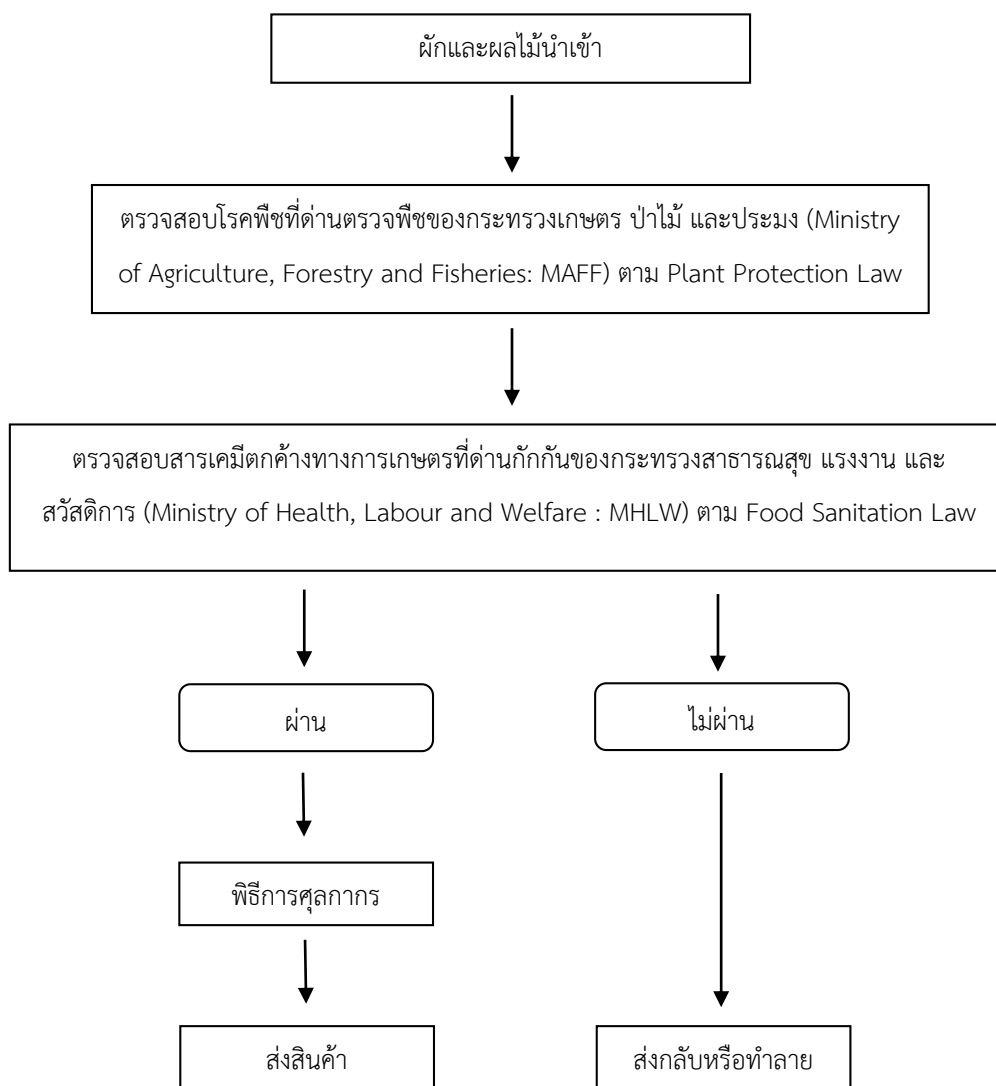
ประเทศญี่ปุ่นมีการกักกันเพื่อตรวจสอบผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยการตรวจสอบผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศมี 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) ขั้นตอนการกักกันสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรเพื่อตรวจสอบของประเทศญี่ปุ่น และ (2) ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าโดยกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่น

(1) ขั้นตอนการกักกันสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรเพื่อตรวจสอบของประเทศญี่ปุ่น⁴

ภายใต้ขั้นตอนนี้ ผักและผลไม้จะถูกตรวจสอบโรคพืชที่ด่านตรวจพืชนำเข้าของกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries : MAFF) ตาม Plant Protection Law ของประเทศญี่ปุ่น และต้องถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้างทางการเกษตรที่ด่านกักกันของกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น ตาม Food Sanitation Law หากผักและผลไม้ที่นำเข้าผ่านเกณฑ์ก็จะดำเนินการพิธีการศุลกากร และนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศได้ แต่หากไม่ผ่านเกณฑ์ก็ต้องถูกส่งกลับหรือทำลายโดยผู้ประกอบการส่งออกเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย แผนภาพที่ 5.1 แสดงขั้นตอนการกักกันสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรเพื่อตรวจสอบของประเทศญี่ปุ่น

⁴ สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.dft.go.th/Portals/0/4278_0_SPS_JP_10042553@25541121-1407417002@25570611-0913288943.pdf

แผนภาพที่ 5.1 ขั้นตอนการกักกันสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรเพื่อตรวจสอบของประเทศญี่ปุ่น



ที่มา : ปรับปรุงจากภาคผนวก 3 ของ “มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS)” จาก https://www.dft.go.th/Portals/0/4278_0_SPS_JP_10042553@25541121-1407417002@25570611-0913288943.pdf

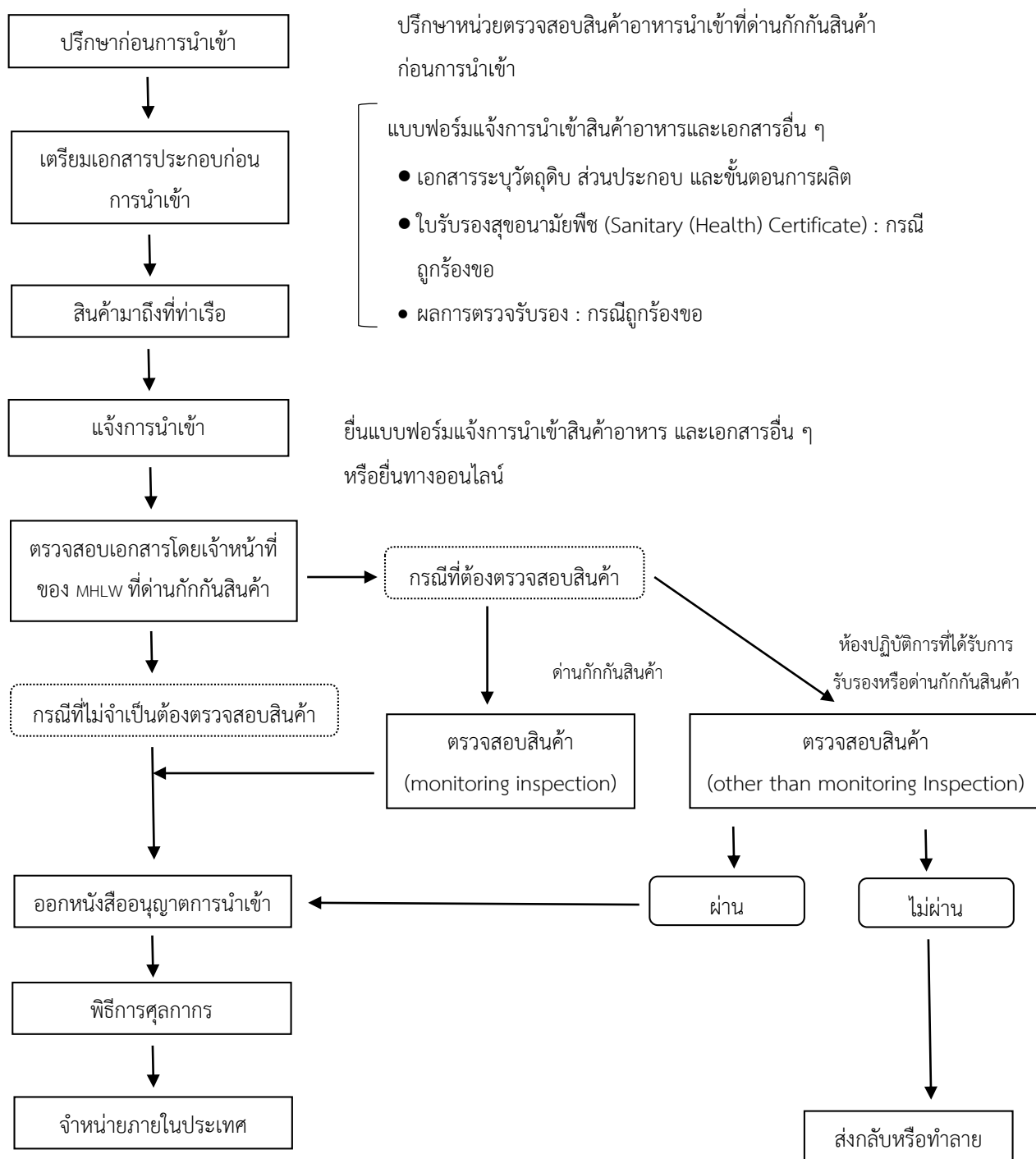
(2) ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าโดยกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่น⁵

ตามมาตรา 27 กฎหมายสุขอนามัยอาหาร (Food Sanitation Law) ระบุไว้ว่า “ผู้นำเข้ามีภาระผูกพันต้องสำแดงสินค้าจำพวกอาหาร วัตถุเจือปนอาหาร เครื่องมือหรือภาชนะ และการบรรจุหีบห่อ หากต้องการนำเข้ามา

⁵ สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1.html>

ประเทศญี่ปุ่นเพื่อขายหรือเพื่อดำเนินธุรกิจ สินค้าที่กล่าวทั้งหมดข้างต้นจะต้องสำแดงต่อกระทรวงสุขภาพ แรงงาน และสวัสดิการสังคมทุกครั้งที่มีการนำเข้า” ซึ่งขั้นตอนการตรวจสอบแสดงตามแผนภาพที่ 5.2

แผนภาพที่ 5.2 ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าโดยกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่น



ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1-1.html>

5.3 การบังคับใช้มาตรการตรวจสอบสารเคมีตกค้างกับผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ที่นำเข้าจากประเทศไทย

5.3.1 มาตรการตรวจสอบสารเคมีตกค้างกับผลไม้ทั้ง 4 ประเภทของไทย

ภายใต้หมวด 3 มาตรา 26 ของกฎหมายสุขอนามัยอาหาร (Food Sanitation Law) ของประเทศญี่ปุ่น ผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยทั้ง 4 ประเภท ต้องถูกตรวจสอบสารเคมี ซึ่งในปีงบประมาณ 2020 (วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2563 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2564) รายละเอียดของการตรวจสอบผลไม้นำเข้าจากไทยทั้ง 4 ประเภท มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้⁶

(1) มะม่วง

ผู้ส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยที่ไม่ได้รับการยกเว้นทุกรายต้องถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง 2 ชนิด ได้แก่

(1) สารฆ่าแมลง Chlorpyrifos (Agricultural chemical (organophosphorus insecticide)) โดยห้ามไม่ให้มีปริมาณสารตกค้างเกินกว่า 0.05 ppm (The maximum residual level (MRL) = 0.05 part per million) และ

(2) สารฆ่าเชื้อรา Propiconazole (Agricultural chemical (triazole fungicide)) โดยห้ามไม่ให้มีปริมาณสารตกค้าง (MRLs) เกินกว่า 0.01 ppm (part per million)

เหตุผลในการตรวจสอบ คือ มีความเป็นไปได้ที่จะตรวจพบปริมาณสารเคมีตกค้างสำหรับ Chlorpyrifos เกินกว่าที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ppm หรือสำหรับ Propiconazole เกินกว่าที่กำหนดไว้ที่ 0.01 ppm

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกมะม่วงของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อตกลงไว้กับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น รายชื่อของผู้ส่งออกมะม่วงของไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง แสดงในตารางที่ 5.1

⁶ ปรับปรุงข้อมูลล่าสุดเมื่อ 24 ธันวาคม 2562

ตารางที่ 5.1 รายชื่อของผู้ส่งออกมะม่วงของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง (Chlorpyrifos และ Propiconazole)

A	Agri Fresh Co., Ltd.	R	Rixing (Thailand) co.,Ltd.
B	Blue River Products Limited.	S	Saha Charoen Enterprise Co., Ltd.
C	Chanthaburi Global Foods Co.,Ltd.		Shine Forth Co., Ltd.
	Charoen Pokphand Seed Co., Ltd.		Siam Export Mart Co., Ltd.
	Chin Shin Enterprise Co., Ltd.		Siam Foods Express (Thailand) Co., Ltd.
	C. P. Starlanes Co., Ltd.		Siam Oriental Food Co., Ltd.
D	Dole Fresh Produce (Thailand) Ltd.		Swift Co., Ltd.
F	Fresh and Safe Co., Ltd.	T	Taang Boon Co.,Ltd.
	Fresh Vegetable Co., Ltd.		Taniyama Siam Co., Ltd.
I	Immatel Co., Ltd.		TCT intertrade Co.,Ltd.
	Infinite Fruit Co., Ltd.		Thai Fresh Fruits Co., Ltd.
K	Konoike Cool Logistics (Thailand) Co., Ltd.		Thai Premium Mango Co., Ltd.
L	Lytone Biotech Co., Ltd.		Thanang Limited., Part
M	M.R. PROGRESS CO., LTD.		Tim Food Co., Ltd.
N	Nithiphark Import & Export Ltd. Part		Toshiko Co., Ltd.
O	OTENTO (THAILAND) CO., LTD.		Tropical Green Co., Ltd.
P	POMSIAM INTERMARKETING CO.,LTD.	W	Wei Hong (Thailand) Co., Ltd.
	P&F Techno Co.,Ltd.	Y	Yumenoki Trading Co., Ltd.
	Princess Foods Co., Ltd.		

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น
สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

<https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/20/schedule23.html>

(2) กล้วย

ผู้ส่งออกกล้วยจากประเทศไทยที่ไม่ได้รับการยกเว้นทุกรายต้องถูกตรวจสอบสารฆ่าแมลง Cypermethrin (Agricultural chemical (pyrethroid insecticide)) โดยห้ามไม่ให้มีปริมาณสารตกค้างเกินกว่า 0.03 ppm (part per million) เหตุผลในการตรวจสอบคือ มีความเป็นไปได้ที่จะตรวจพบปริมาณสารตกค้าง Cypermethrin เกินกว่าที่กำหนดไว้ที่ 0.03 ppm

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกกล้วยของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อตกลงไว้กับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ

(Ministry of Health Labor and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น รายชื่อของผู้ส่งออกกล้วยของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง แสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 รายชื่อของผู้ส่งออกกล้วยของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง Cypermethrin

B	Blue River Products Limited	S	SHINE FORTH CO., LTD.
J	J Fresh Seika Co.,Ltd.	T	THAI-HONG FRUIT CO., LTD.
M	M.R. Progress Co., Ltd.		TK Group Holding Co.,Ltd.
O	OTENTO (THAILAND) CO., LTD.		
P	P&F Techno Co., Ltd.		
	PAN PACIFIC FOODS CORPORATION LTD.		

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

<https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/20/schedule22.html>

(3) ทูเรียน

ผู้ส่งออกทูเรียนของประเทศไทยทุกรายต้องถูกตรวจสอบสารกำจัดศัตรูพืช Procymidone โดยห้ามไม่ให้มีปริมาณสารตกค้างเกินกว่า 0.01 ppm (The maximum residual level (MRL) = 0.01 part per million) เหตุผลในการตรวจสอบ คือ มีความเป็นไปได้ที่จะตรวจพบปริมาณสารตกค้าง Procymidone เกินกว่าที่กำหนดไว้ที่ 0.02 ppm

(4) มังคุด

ผู้ส่งออกมังคุดของไทยที่ไม่ได้รับการยกเว้นทุกรายต้องถูกตรวจสอบสารฆ่าเชื้อราจำพวก Imazalil (Agricultural chemical (imidazole fungicide)) โดยห้ามไม่ให้มีปริมาณสารเคมีตกค้างเกินกว่า 0.02 ppm เหตุผลในการตรวจสอบ คือ มีความเป็นไปได้ที่จะตรวจพบปริมาณสารตกค้าง Imazalil เกินกว่าที่กำหนดไว้ที่ 0.02 ppm

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกมังคุดของประเทศไทย ที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อตกลงไว้กับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น รายชื่อของผู้ส่งออกมังคุดของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 รายชื่อของผู้ส่งออกมังคุดของประเทศไทยที่ได้รับการยกเว้นการถูกตรวจสอบสารเคมีตกค้าง Imazalil

B	BLUE RIVER PRODUCTS LIMITED.	P	POMSIAM INTERMARKETING CO.,LTD.
C	C.P. STARLANES CO., LTD		P&F TECHNO CO., LTD.
D	DOLE FRESH PRODUCE (THAILAND) LTD.	S	SHINE FORTH CO., LTD.
F	FRESH & SAFE CO., LTD.		SIAM EXPORT MART CO., LTD.
	FRESH VEGETABLE CO., LTD.		SIAM FOOD EXPRESS(THAILAND) CO., LTD.
I	Infinite Fruit Co., Ltd.	T	TIMFOOD CO.,LTD.
J	JALUX ASIA LTD.	Y	YUMENOKI TRADING CO., LTD.
M	MR PROGRESS CO., LTD.		
L	LYTONE BIOTECH CO.,LTD.		

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

<https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/20/schedule25.html>

5.3.2 สถิติการตรวจสอบและการตรวจพบสารตกค้างในผลไม้ทั้ง 4 ชนิด

ผู้ส่งออกมะม่วง กล้วย และมังคุด สามารถดำเนินการตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดได้เป็นอย่างดี สถิติการตรวจสอบและการตรวจพบสารเคมีตกค้างในผักและผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทย ตามรายงานของกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น แสดงในตารางที่ 5.4 ซึ่งผักผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยไม่ถูกตรวจพบสารเคมีตกค้างมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2559 จนถึงปีงบประมาณ 2561 (วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2561 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2562)

ตารางที่ 5.4 สถิติการตรวจสอบและการตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วง กล้วย และมังคุด ของประเทศไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นปีงบประมาณ 2549-2561

ปีงบประมาณ	รายการผักผลไม้	สารที่ตรวจ	จำนวนครั้งในการสุ่มตรวจ	จำนวนครั้งที่ตรวจพบการละเมิด
2561	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว และหน่อไม้ฝรั่งเขียว) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และมังคุด)	- EPN - Imazalil - Chlorpyrifos - Cypermethrin - Propiconazole	708	0

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

ปี งบประมาณ	รายการผักผลไม้	สารที่ตรวจ	จำนวนครั้งใน การสุ่มตรวจ	จำนวนครั้งที่ ตรวจพบการ ละเมิด
2560	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - Propiconazole - EPN, etc.	1,761	0
2559	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - Propiconazole - EPN, etc.	2,253	0
2558	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - Propiconazole - EPN, etc.	2,046	3
2557	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง มังคุด และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - Profenofos - Propiconazole - EPN, etc.	2,508	1
2556	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง มังคุด และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - Profenofos - Propiconazole - EPN, etc.	1,689	4
2555	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว ใบมะกรูด และข่า) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - Profenofos - Propiconazole - EPN	1,200	7

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

ปี งบประมาณ	รายการผักผลไม้	สารที่ตรวจ	จำนวนครั้งใน การสุ่มตรวจ	จำนวนครั้งที่ ตรวจพบการ ละเมิด
2554	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว ใบมะกรูด ข่า ตะไคร้ และ อื่น ๆ) ผลไม้ (มะม่วง และอื่น ๆ)	- EPN - Chlorpyrifos - Profenofos - Propiconazole - Cypermethrin - Imazalil, etc.	1,502	4
2553	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - EPN, etc.	1,548	5
2552	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง เขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - EPN	1,934	4
2551	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว และอื่น ๆ) ผลไม้ (กล้วย มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Cypermethrin - EPN, etc.	3,108	2
2550	ผัก (กระเจี๊ยบเขียว กระถิน (acacia) และอื่น ๆ) ผลไม้ (มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Propiconazole - Parathion- methyl	1,667	3
2549	ผัก (กระถิน (acacia) ใบมะกรูด และอื่น ๆ) ผลไม้ (มะม่วง และอื่น ๆ)	- Chlorpyrifos - Propiconazole - Parathion- methyl, etc.	912	1

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น
สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก

<https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/index.html> (FY2016-2018)

<https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/archives.html#id2> (FY2006-2015)

ตารางที่ 5.5 สถิติการตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2549-2562

วันที่ประกาศ	รายการ	สถานที่ตรวจพบ	เหตุผล
กรกฎาคม 2549	มะม่วงสด	สนามบินคันไซ	undesigned additive (TBHQ detection)
เมษายน 2550	กล้วยสด	สนามบินนาริตะ	cypermethrin 0.18 ppm detection (เกินกำหนด)
กุมภาพันธ์ 2552	มังคุดสด	สนามบินซูบุ	imazalil 0.14 ppm detection (เกินกำหนด)
กุมภาพันธ์ 2552	มังคุดสด	สนามบินซูบุ	imazalil 0.17 ppm detection (เกินกำหนด)
เมษายน 2552	มะม่วงสด	สนามบินนาริตะ	pirimiphos-methyl 0.13 ppm detection
ตุลาคม 2552	มะม่วงสด	สนามบินนาริตะ	pyraclostrobin 0.08ppm detection
มิถุนายน 2556	มะม่วงสด	สนามบินคันไซ	chlorpyrifos 0.43 ppm detection (เกินกำหนด)
กุมภาพันธ์ 2558	ทุเรียนสด	สนามบินโตเกียว	metalaxyl and mefenoxam 0.02 (เกินกำหนด)
กุมภาพันธ์ 2559	ทุเรียนสด	สนามบินนาริตะ	metalaxyl and mefenoxam 0.03 (เกินกำหนด)
มิถุนายน 2562	ทุเรียนสด	สนามบินนาริตะ	procymidone 0.02 ppm detection (เกินกำหนด)

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health, Labour and Welfare : MHLW) ประเทศญี่ปุ่น สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2563 จาก <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/index.html>

ตารางที่ 5.5 แสดงสถิติการตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2549-2562 ซึ่งพบว่า การตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วงและทุเรียนมีมากกว่าในมังคุดและกล้วย สำหรับการส่งออกทุเรียนไปประเทศญี่ปุ่น ผู้ส่งออกยังคงประสบปัญหาเรื่องการตรวจพบสารตกค้าง โดยในปีงบประมาณ 2561 ทุเรียนถูกกำหนดให้เป็นผลไม้ที่จะต้องถูกยกระดับการตรวจสอบ (enhanced monitoring inspection) สำหรับสารฆ่าเชื้อรา Metalaxyl และ Mefenoxam

ซึ่งทุเรียนเคยตรวจพบสารเคมีตกค้าง คือ สารฆ่าเชื้อรา Metalaxyl และ Mefenoxam 1 ครั้ง ในปีงบประมาณ 2558 และ 1 ครั้ง ในปีงบประมาณ 2557

ในปีงบประมาณ 2562 (วันที่ 1 เมษายน 2562 ถึง 31 มีนาคม 2563) ทางการญี่ปุ่นปรับระดับการตรวจสารเคมีตกค้างในทุเรียน เนื่องจากตรวจพบสาร Procymidone ตกค้างเกินมาตรฐานในผลทุเรียนที่ส่งออกจากประเทศไทย ซึ่งกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น จะสุ่มตรวจสาร Procymidone ในผลทุเรียน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปอย่างง่ายที่นำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มเป็นร้อยละ 30 ตั้งแต่วันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2562 และหากตรวจพบสารชนิดนี้ตกค้างเกินมาตรฐานอีก กระทรวงสาธารณสุข แรงงานและสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่นจะพิจารณาใช้มาตรการกักกันผลทุเรียนทุกรุ่นที่นำเข้าจากประเทศไทยต่อไป กองพัฒนาระบบรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร จึงมีหนังสือ (ที่ กษ. 0929/ว280 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2562) แจ้งผู้ส่งออกทุเรียนไปประเทศญี่ปุ่น ให้ผู้ส่งออกเพิ่มความระมัดระวังในการใช้สารเคมีกับเกษตรกรในเครือข่ายอย่างเคร่งครัด และควรสุ่มตรวจทุเรียนก่อนการส่งออกทุกครั้ง

บทที่ 6

ผลการศึกษาการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

บทนี้อธิบายผลการศึกษาศักยภาพของการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นการสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ถัดมาเป็นบทวิเคราะห์ตลาดมะม่วงในประเทศญี่ปุ่น

6.1 บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

หัวข้อนี้สังเคราะห์บทสัมภาษณ์ที่นักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา ผลการศึกษาคือการนำเสนอบทสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย 4 ราย ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่น 3 ราย (1 ราย ที่นครโอซากาและ 2 ราย ที่กรุงโตเกียว)

6.1.1 บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงในประเทศไทย

หัวข้อนี้นำเสนอบทสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย 4 ราย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย รายที่ 1

สถานการณ์การค้ามะม่วงของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นดีขึ้น ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากเกษตรกรเร่งขึ้น ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรดีขึ้นเพราะการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นได้ราคาค่อนข้างดี ย้อนหลังไปเมื่อปี พ.ศ. 2553 ประเทศเม็กซิโกเป็นประเทศที่ส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับที่ 1 ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์เป็นอันดับที่ 2 (ดูภาพที่ 3.7 ประกอบ) ต่อมามะม่วงที่นำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ถูกตรวจพบว่ามีสารเคมีตกค้าง มะม่วงที่นำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์จึงถูกขึ้นบัญชีดำ (blacklist) ประเทศไทยจึงขึ้นเป็นอันดับที่ 2 แทนประเทศฟิลิปปินส์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 นั่นคือ มะม่วงจากประเทศไทยไปทดแทนมะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยก็ถูกตรวจพบสารเคมีตกค้างมาเป็นระยะ นอกจากนี้ แม้ว่าประเทศอินเดียจะเป็นอันดับที่ 1 ในด้านปริมาณการผลิตมะม่วงของโลก แต่เมื่อส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นแล้วก็ถูกตรวจพบสารเคมีตกค้างเช่นกัน

มะม่วงจากประเทศเม็กซิโกและเปรูที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นไม่ต้องผ่านการอบไอน้ำ ในขณะที่มะม่วงจากประเทศไทยและฟิลิปปินส์ต้องผ่านการอบไอน้ำ ดังนั้นต้นทุนของมะม่วงนำเข้าจากประเทศเม็กซิโกจึงต่ำกว่ามะม่วงที่นำเข้าจากประเทศไทย ซึ่งเครื่องอบไอน้ำมีราคาประมาณ 15-19 ล้านบาทต่อเครื่อง อย่างไรก็ตาม

ตาม ผู้ส่งออกไทยสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบเรื่องการอบไอน้ำได้ดี ทางการญี่ปุ่นจึงผ่อนคลายความเข้มงวดในการอบไอน้ำ ซึ่งก่อนหน้านี้เจ้าหน้าที่ของประเทศญี่ปุ่นจะเข้ามาสังเกตการณ์ และบริษัทฯ จะต้องรอเจ้าหน้าที่ของประเทศญี่ปุ่นมาถึงโรงอบไอน้ำ จึงเริ่มอบไอน้ำได้ นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่นยังผ่อนปรนกฎระเบียบ โดยให้บริษัทฯ ไม่ต้องรอเจ้าหน้าที่ของประเทศญี่ปุ่นมาเสียบ-ถอดเซนเซอร์ของเครื่องอบไอน้ำ ทั้งนี้ การอบมะม่วงจะอบที่อุณหภูมิ 47 องศาเซลเซียส โดยใช้เวลา 20 นาที

ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานการนำเข้าที่สูงมาก หากสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานนั้นได้ ก็จะเปรียบได้กับน้ำส้มบ่อทราย อย่างไรก็ตาม มาตรฐานก็มีความเข้มงวดที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และบางครั้งมีการเปลี่ยนแปลงโดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า เช่น มาตรฐานเดิมกำหนดปริมาณสารเคมีตกค้างสูงสุด (MRL) เป็น 1 ppm ต่อมาปรับลดเป็น 0.5 ppm โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า นอกจากนี้ ความผันผวนของสภาพอากาศทำให้ปริมาณและคุณภาพของมะม่วงเปลี่ยนแปลงไปจนไม่สามารถส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นได้

ประเด็นอื่น ๆ

- มะม่วงพันธุ์มหาชนกกำลังเป็นที่นิยมในประเทศญี่ปุ่น เพราะมีกลิ่นหอมและมีสีที่น่ารับประทาน
- ประเทศไทยจะต้องรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดมะม่วงของประเทศญี่ปุ่นไว้ให้ได้ โดยที่เกษตรกรยังคงอยู่ได้ และหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยต้องไม่เข้มงวดเกินไป
- บริษัทฯ ตั้งเป้าการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นจาก 600 ล้านบาท เป็น 1,000 ล้านบาท ในอีก 5 ปีข้างหน้า
- ประเทศจีนเป็นอันดับที่ 2 และประเทศไทยเป็นอันดับที่ 3 ในด้านปริมาณการผลิตมะม่วงของโลก

2. ผู้ประกอบการส่งออกในไทย รายที่ 2

JTEPA มีส่วนช่วยการส่งออกผลไม้ไทยอย่างมาก เพราะโดยทั่วไปแล้วประเทศไทยส่งออกผลไม้ไปประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่านำเข้าผลไม้จากประเทศญี่ปุ่น ยกตัวอย่างเช่น กล้วยกับมะม่วงสามารถส่งออกได้ง่าย เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นรู้จักวิธีรับประทาน ในขณะที่ทุเรียนกับมังคุดควรจะต้องมีกระบวนการเพิ่มเติม คือการทำให้พร้อมรับประทาน (ready to eat) บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นรู้วิธีการรับประทาน รวมถึงเรื่องราว (story) ของผลไม้ นั้น ๆ เช่น มังคุดมาจากส่วนไหนของประเทศไทย มีฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อใด เพราะคนญี่ปุ่นชอบอ่านความเป็นมาของผลไม้

ในเดือนพฤษภาคมของทุกปีที่มีการจัดเทศกาลอาหารไทยในกรุงโตเกียว หรือในพื้นที่อื่น ๆ เช่น นครโอซากา ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะให้ความสนใจผลไม้และอาหารไทยเป็นอย่างมาก

ประเด็น : มะม่วงที่บริษัทฯ ส่งออก

ข้อจำกัดหนึ่งของการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่น คือ การส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นสามารถส่งออกได้เพียงบางพันธุ์เท่านั้น ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นได้ 6-7 พันธุ์ เช่น

น้ำดอกไม้ พิมเสน มหาชนก เขียวสวย โชคอนันต์ พันธุ์มะม่วงหลัก ๆ ที่บริษัทฯ ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น คือ พันธุ์น้ำดอกไม้และมหาชนก โดยสัดส่วน คือ พันธุ์น้ำดอกไม้ร้อยละ 70 และพันธุ์มหาชนกร้อยละ 30 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ไปประเทศญี่ปุ่นเริ่มลดลง ส่งผลให้สัดส่วนการส่งออกของมะม่วงทั้ง 2 พันธุ์ ใกล้เคียงกันมากขึ้น

ทั้งนี้ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นชื่นชอบพันธุ์มหาชนกกว่าพันธุ์น้ำดอกไม้ เนื่องจากรสชาติดีกว่า กลิ่นหอมกว่า และผิวสวยงามกว่า อีกทั้งยังมีการทำเรื่องราว (story) ของมะม่วงพันธุ์มหาชนกว่าได้รับชื่อพระราชทานอีกด้วย

ประเด็น : การอบไอน้ำ

ประเทศญี่ปุ่นมีข้อกำหนดว่า มะม่วงที่นำเข้านั้นต้องผ่านการอบไอน้ำ ซึ่งเป็นอีกข้อกำหนดหนึ่งของการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยวิธีการอบมะม่วงทุกพันธุ์จะเหมือนกัน คือ การอบที่อุณหภูมิ 47 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 20 นาที อย่างไรก็ตาม ก่อนที่อุณหภูมิจะถึง 47 องศาเซลเซียส ผู้ดูแลการอบจะต้องทำการเสียบเซนเซอร์เข้าไปในเนื้อมะม่วงที่อุณหภูมิ 25 องศาเซลเซียส เครื่องอบไอน้ำจะทำงานโดยทำให้อุณหภูมิสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึง 47 องศาเซลเซียส จากนั้นอุณหภูมิจะคงที่อยู่ที่ 47 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 20 นาที จึงจะได้มาตรฐาน รวมเวลาตลอดกระบวนการอบไอน้ำทั้งหมดประมาณ 2-3 ชั่วโมง ทั้งนี้ มะม่วง มังคุด และส้มโอ ใช้เครื่องอบไอน้ำชนิดเดียวกัน แต่ต่างกันที่อุณหภูมิที่ใช้ในการอบไอน้ำ โดยมังคุดใช้เวลาในการอบไอน้ำนานกว่ามะม่วง

ข้อกำหนดเพิ่มเติมของกระบวนการอบไอน้ำ คือ การใช้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่มาจากหน่วยงานภาครัฐของประเทศญี่ปุ่น และเจ้าหน้าที่จากประเทศไทยที่มาจากหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมาร่วมกันเสียบและถอดเซนเซอร์ เช่นใบรับรองปลอดศัตรูพืช (phytosanitary certificate) และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งเกือบทุกประเทศที่ส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องดำเนินการขั้นตอนดังกล่าวในทำนองเดียวกัน ทั้งนี้ โรงอบไอน้ำกับผู้ส่งออกจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทุกอย่างของเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่น เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ทางผู้ส่งออกไทยพยายามขอยกเลิกข้อกำหนดเรื่องการใช้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นเพื่อลดต้นทุน แต่ก็ยังไม่เป็นผล

สำหรับขั้นตอนการเสียบและถอดเซนเซอร์ในการอบไอน้ำนั้น เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นจะมาเสียบเซนเซอร์ร่วมกันกับเจ้าหน้าที่จากประเทศไทย จากนั้นเมื่อครบระยะเวลาในการอบไอน้ำ บริษัทฯ ต้องรอเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาตรวจอีกครั้งก่อนถอดเซนเซอร์ร่วมกัน ซึ่งเจ้าหน้าที่จากประเทศไทยไม่สามารถถอดเซนเซอร์เองได้ ในปัจจุบันขั้นตอนการเสียบและถอดเซนเซอร์และเซ็นใบรับรองปลอดศัตรูพืช ยังไม่มีการผ่อนปรน ขั้นตอนที่มีการผ่อนปรน คือ การตรวจสอบสารเคมี

ทั้งนี้ ต้นทุนในการอบไอน้ำมะม่วง 1 ตันขึ้นไป คือ 22 บาทต่อกิโลกรัม ถ้าน้อยกว่า 1 ตัน ต้นทุนในการอบไอน้ำจะอยู่ที่ 23-25 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าใช้จ่ายในการอบไอน้ำ เช่น ค่าไฟฟ้า

ต้องใช้ในการอบไอน้ำ ซึ่งใช้เวลา 3 ชั่วโมง และค่าน้ำ เมื่อรวมค่าอบไอน้ำ ค่าบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนโดยรวมของมะม่วงส่งออกก็จะอยู่ในระดับสูง

ประเด็น : โรงอบไอน้ำ

ปัจจุบันโรงอบไอน้ำในประเทศไทยมี 9 แห่ง จากเดิม 10 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2562) ซึ่งไม่เพียงพอสำหรับการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และได้หวัน โรงอบไอน้ำตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร 1 แห่ง สมุทรปราการ 2 แห่ง และในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ลาดกระบัง พัฒนานิคมโรจนะ รวมถึงมีการตั้งโรงอบไอน้ำตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยต้นทุนหลักของโรงอบไอน้ำ คือ เครื่องอบไอน้ำที่มีราคาประมาณ 20 ล้านบาทต่อเครื่อง ซึ่งอบได้ครั้งละ 2 ตัน ข้อกำหนดในอดีต คือ เครื่องอบไอน้ำแต่ละเครื่องจะต้องนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทที่ผลิตเครื่องอบไอน้ำเป็นบริษัทเอกชนญี่ปุ่น 2 บริษัท แต่ในปัจจุบัน ทางญี่ปุ่นอนุญาตให้ใช้เครื่องอบไอน้ำจากประเทศอื่นได้ เช่น ประเทศจีน แต่จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานตามที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด นอกจากนี้ ตะกร้าและอุปกรณ์ทุกอย่างที่ใช้ในการอบไอน้ำจะต้องนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด ไม่สามารถซื้อจากแหล่งอื่นได้

บริษัทฯ คาดว่า ในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้น เพราะปัจจุบันโรงอบไอน้ำมีการขยายเวลาในการอบไอน้ำจาก 2 ครั้งต่อวัน เป็น 3 ครั้งต่อวัน อีกทั้งโรงอบไอน้ำที่จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งกำลังจะสร้างแล้วเสร็จ สามารถรองรับการอบไอน้ำมะม่วงจากทางภาคเหนือได้ โดยไม่ต้องส่งมาอบที่โรงอบไอน้ำในภาคกลางเหมือนแต่ก่อน

ประเด็น : การคัดแยกและการบรรจุ

เครื่องคัดแยกมะม่วงจะแยกน้ำหนักมะม่วงตามขนาดที่ต้องการ เช่น ขนาดเล็ก (S) ขนาดกลาง (M) ขนาดใหญ่ (L) โดยเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นเป็นคนตั้งค่าในการคัดแยกให้ ภายในโรงงานจะต้องปิดมิดชิด รวมทั้งกล่องที่จะใช้บรรจุมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นไม่สามารถวางปะปนกับกล่องที่จะใช้บรรจุมะม่วงไปประเทศอื่นได้ นอกจากนี้ ยังมีข้อกำหนดต่าง ๆ อีก เช่น ความสูงของกล่อง ตาข่ายที่ใช้ในการบรรจุ การติดมุ้งกันแมลง ทั้งนี้ ก่อน JTEPA มีผลบังคับใช้ มาตรฐานและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ยังไม่เข้มงวด แต่หลังจาก JTEPA มีผลบังคับใช้แล้ว มาตรฐานและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ มีความเข้มงวดมากยิ่งขึ้น

ประเด็น : การเก็บรักษาผลไม้

โรงอบไอน้ำต้องเก็บผลไม้ที่ผ่านการอบไอน้ำแล้วเท่านั้น ไม่สามารถเก็บผลไม้ที่ยังไม่ผ่านการอบไอน้ำได้ ถ้าไม่ดำเนินการตามนี้และถูกตรวจพบ โรงอบไอน้ำนั้นจะถูกปิด และในโรงอบไอน้ำจะต้องมีแต่ผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตและผ่านการอบไอน้ำแล้วเท่านั้น ไม่สามารถนำผลไม้ที่ผ่านการอบไอน้ำ แต่เป็นผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นไม่อนุญาตมาวางรวมกันได้

ข้อกำหนดที่สำคัญอีกประการ คือ ห้องเย็นของโรงงานจะต้องแยกผลไม้ของแต่ละประเทศให้ชัดเจน เช่น ประเทศญี่ปุ่นมีข้อกำหนดว่า ห้ามนำผลไม้ที่จะส่งออกไปประเทศอื่นมาเก็บรวมกันกับผลไม้ที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น โดยห้องเย็นของบริษัทฯ เป็นสัมปทานที่ได้รับจากรัฐ และไม่สามารถแบ่งให้เป็นห้องเล็ก ๆ ได้ ทำให้มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการจัดเก็บรักษาผลไม้ที่ผ่านการอบไอน้ำแล้ว

ประเด็น : โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)”

การลดลงของปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ส่วนหนึ่งมาจากโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ที่มีการตรวจสอบสารเคมีตกค้าง การตรวจยาฆ่าแมลง และต้องเป็นผลผลิตที่มาจากแปลงเกษตรที่มีการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP) รวมถึงต้องผ่านการตรวจทุกประเภทการส่งสินค้า (shipment) นอกจากนี้ ทุกครั้งที่มีการส่งออกมะม่วง ผู้ส่งออกต้องมีใบรับรอง (certificate) ซึ่งออกโดยกรมวิชาการเกษตร ในทุกขั้นตอน แต่ปัจจุบันมีการผ่อนปรนกระบวนการเหล่านี้ลงบ้างแล้ว ประเทศญี่ปุ่นจะทำการตรวจเข้มข้นลง เพียงแค่พิจารณาเอกสารการส่งออก (การผ่อนปรนขั้นตอนนี้มีผลบังคับใช้กับมะม่วงเท่านั้น ส้มโอและมังคุดยังคงถูกตรวจอย่างเข้มงวดเช่นเดิม)

หลังจากที่ทุกกระบวนการเสร็จสิ้น ก่อนการส่งออกจะมีการสุ่มตรวจอีกร้อยละ 5 ก่อนที่จะมีการเซ็นใบรับรองปลอดศัตรูพืช (phytosanitary certificate) เช่น การตรวจหาไข่แมลง ข้อกำหนดต่าง ๆ ข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การส่งออกมะม่วงลดลง ถึงแม้ว่าอัตราภาษีศุลกากรจะเป็นร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA

กระบวนการตรวจและมาตรการควบคุมต่าง ๆ ข้างต้นเกิดขึ้นภายหลัง JTEPA มีผลบังคับใช้แล้ว ซึ่งก่อนหน้านี้มีเพียงแค่การตรวจว่า แปลงปลูกมีใบรับรอง GAP หรือไม่ การมี JTEPA ทำให้ต้องมีการตรวจสอบสารเคมีและมาตรการควบคุมต่าง ๆ โดยผู้ที่ส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องขึ้นทะเบียนตามโครงการ control measure ให้ประเทศญี่ปุ่นทราบ ซึ่งการขอเข้าร่วมโครงการ control measure ใช้เวลาการตรวจสอบเอกสารและรอการอนุมัติประมาณ 3-4 เดือน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการตรวจสอบและการขอใบรับรอง (certificate) ได้รับการผ่อนปรนแล้ว ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายได้

การที่ผู้ส่งออกเข้าร่วมโครงการ control measure ทำให้ผู้ส่งออกมะม่วงทำงานได้ง่ายขึ้น เนื่องจากทางการญี่ปุ่นให้ความไว้วางใจผู้ส่งออกรายนั้น ทั้งนี้ อาจจะมีการสุ่มตรวจเดือนละครั้ง หากพบปัญหา ทางการญี่ปุ่นจะสั่งห้ามนำเข้าผลไม้จากผู้ส่งออกรายนั้น หากประเทศไทยยังไม่สามารถแก้ปัญหาสารเคมีตกค้างได้ ทางการญี่ปุ่นจะสั่งห้ามนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นทั้งหมดจากประเทศไทย เช่น การสั่งห้ามนำเข้ามะม่วงที่ส่งออกจากประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555-2556

ประเด็น : การค้า

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำการตลาดมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ผ่านรายการโทรทัศน์ของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมี ยอดขายโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 60-70 ตัน ภายในเวลา 2 ชั่วโมง ถึงแม้ว่ามะม่วงจากประเทศไทยจะมีราคาแพง แต่ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นก็ยังสั่งซื้อ โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์มหาชนก เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นชื่นชอบมะม่วงจาก ประเทศไทยมาก โดยมะม่วงที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องมีคุณภาพดีจนกระทั่งสามารถวางจำหน่ายใน ซูเปอร์มาร์เก็ตของประเทศญี่ปุ่นได้ และต้องพร้อมบริโภคได้ทันที

ทั้งนี้ เคยมีกรณีของบริษัทหนึ่งของประเทศญี่ปุ่นติดต่อสั่งซื้อมะม่วงจากบริษัทฯ โดยตรง โดยเฉพาะ มะม่วงพันธุ์มหาชนก ซึ่งบริษัทดังกล่าวส่งพนักงานเข้ามาดูว่า บริษัทฯ มีมะม่วงอยู่จริงหรือไม่ และร่วมวางแผน ว่าจะทำอย่างไรเพื่อให้ได้ผลผลิตมะม่วงในช่วงเวลาที่บริษัทดังกล่าวต้องการ

ประเด็น : ข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ

บริษัทฯ อยากเสนอให้หน่วยงานภาครัฐช่วยให้ขั้นตอนต่าง ๆ รวดเร็ว สะดวก และง่ายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกระบวนการรอบไอน้ำของมะม่วง บริษัทฯ เสนอให้ใช้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยดำเนินการใน ขั้นตอนการรอบไอน้ำ เพราะในปัจจุบันบริษัทฯ จะต้องระบุจำนวนเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่ต้องการเพื่อทำ การเสียและถอดเซนเซอร์ โดยบริษัทฯ จะต้องรอเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นหมุนเวียนจากโรงอบไอน้ำโรง อื่นมาดำเนินการ เพราะเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีจำนวนจำกัด จะต้องเข้าไปควบคุม ดูแล และ ตรวจสอบโรงอบไอน้ำทุกแห่ง จึงทำให้เสียเวลา (ก่อนหน้านี้มีเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นเพียง 1 คน ปัจจุบัน มีประมาณ 3 คน ซึ่งยังคงไม่เพียงพอ) อีกทั้งโรงอบไอน้ำต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่น เหล่านี้อีกด้วย

นอกจากนี้ เมื่อเปิดฤดูกาลใหม่ของมะม่วง เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นจะต้องทำการทดสอบเครื่องอบ ไอน้ำทั้ง running test และ sample test โดยการทดสอบ sample test จะใช้มะม่วงจริงและทำการทดสอบ 3 รอบ ดังนั้นมะม่วงชุดนี้ก็จะส่งออกไม่ได้ ซึ่งก็นับว่าเป็นต้นทุนของบริษัทฯ การ running test และ sample test ทำให้บริษัทฯ เสียเวลามากยิ่งขึ้น เนื่องจากมะม่วงอยู่ในฤดูการเก็บเกี่ยวแล้ว แต่ไม่สามารถนำเข้าไปอบ ไอน้ำได้ เพราะต้องรอกระบวนการเหล่านี้เสียก่อน ทั้งนี้ สำหรับผลไม้ที่จะส่งไปประเทศเกาหลีใต้ จะไม่มี เจ้าหน้าที่จากทางการเกาหลีใต้มาตรวจที่โรงอบไอน้ำทุกครั้งที่ทำการอบไอน้ำ แต่จะมาตรวจตอนเปิดฤดูกาล มะม่วงเท่านั้น ไม่เหมือนกับผลไม้ที่จะส่งไปประเทศญี่ปุ่นและไต้หวันที่เจ้าหน้าที่จากทางการของประเทศนั้น ๆ ต้องมาตรวจที่โรงอบไอน้ำทุกครั้งที่ทำการอบไอน้ำ

ขั้นตอนต่าง ๆ ของกระทรวงพาณิชย์และกรมศุลกากร ไม่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ทราบขั้นตอนอยู่แล้ว โดยบริษัทขนส่งสินค้า (shipping) จะเป็นผู้ดำเนินขั้นตอนทางเอกสาร ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐสามารถเพิ่มความสะดวก โดยทำให้ขั้นตอนเอกสารต่าง ๆ เป็นการ กรอกและยื่นเอกสารผ่านทางออนไลน์ได้ ซึ่งก็จะทำให้บริษัทขนส่งสินค้าทำงานได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ประเด็นอื่น ๆ

- ปัจจุบันไม่มีบริษัทใดที่ส่งมะม่วงทางเรือไปประเทศญี่ปุ่นได้สำเร็จ เนื่องจากข้อจำกัดในแง่ของการเก็บความสุกของมะม่วง ประโยชน์ของการส่งออกมะม่วงทางเรือ คือ บริษัทฯ สามารถส่งออกมะม่วงได้ในปริมาณมากและต้นทุนต่ำ
- บริษัทฯ นำเข้าอู่น (พันธุ์ shinemuscat ซึ่งมีรสชาติดีที่สุดและแพงที่สุด) สตอเบอร์รี่ พลั๊บ และพีชจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีอัตราภาษีเป็นร้อยละ 0 จากผลของ JTEPA
- ขั้นตอนการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศจีนและญี่ปุ่นค่อนข้างยุ่งยาก แต่ขั้นตอนการส่งออกผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนส่งเข้ามาประเทศไทยนั้นมีความยุ่งยากน้อยกว่า
- บริษัทฯ พยายามหาตลาดในประเทศอื่นที่นำเข้ามะม่วงโดยไม่ต้องอบไอน้ำ เช่น ประเทศรัสเซีย ซึ่งขึ้นชื่อมะม่วงพันธุ์มหาชนกมาก ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศรัสเซียสั่งซื้อมะม่วงทั้งเกรด A และเกรด B ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนดคุณภาพมะม่วงต้องเป็นเกรด A เท่านั้น ทั้งนี้ อัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยของประเทศไทยก็เป็นร้อยละ 0
- การส่งออกมะม่วงไปประเทศรัสเซียไม่มีการควบคุมการอบไอน้ำ ทำให้บริษัทฯ ให้ความสนใจต่อการส่งออกมะม่วงไปยังประเทศรัสเซีย

3. ผู้ประกอบการส่งออกในไทย รายที่ 3

ประเด็น : มะม่วงที่บริษัทฯ ส่งออก

บริษัทฯ ส่งมะม่วงทั้งหมดไปให้บริษัทแม่ในกรุงโตเกียว ซึ่งปกติการส่งออกจะใช้เครื่องบินโดยมีจุดหมายอยู่ที่สนามบินฮานาเนดะ สนามบินนาริตะ และสนามบินคันไซ โดยบริษัทฯ ส่งออกมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้สีทองเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 100) ในขณะที่บริษัทฯ ส่งออกมะม่วงพันธุ์มหาชนกน้อยมาก โดยทั่วไป มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เนื่องจากมีรสหวานและเย็นแบบสดชื่นโดยไม่ต้องแช่เย็น มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จำเป็นต้องมีสีทองเพราะผิวสวย ทั้งนี้ บริษัทฯ เน้นทำการตลาดมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ บริษัทฯ ไม่ได้ส่งออกมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์ เขียวสวย หรือพันธุ์อื่น ๆ เพราะเจ้าของบริษัทฯ คิดว่ารสชาติไม่ดี อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เคยส่งออกมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์และเขียวสวยไปประเทศญี่ปุ่น แต่ผลตอบรับที่ได้ คือ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จะส่งออกได้ดีที่สุด

ประเด็น : แหล่งที่มาของมะม่วงและช่วงเวลาของการส่งออก

วัตถุดิบมะม่วงของบริษัทฯ จะมาจากจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นหลัก เหตุผลที่ต้องมาจากจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะมีข้อตกลงกันมานานแล้ว [ข้อมูลจากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ระบุว่า วัตถุดิบมะม่วงของบริษัทฯ มาจากจังหวัดฉะเชิงเทรา สระแก้ว พิจิตร และเชียงใหม่ : นักวิจัย] ปัจจุบันบริษัทฯ รับมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากจังหวัดเชียงใหม่และน่าน จากนั้นจึงนำมาอบไอน้ำที่บริษัทฯ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ที่รับจากจังหวัดทาง

ภาคเหนือจะเป็นช่วงปลายฤดู (ปลายเดือนพฤษภาคม-ต้นเดือนมิถุนายน) ซึ่งในช่วงปลายฤดูจะไม่มีมะม่วงจากแหล่งอื่น ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องติดต่อจากจังหวัดเชียงใหม่และน่านเพื่อให้มีมะม่วงสำหรับการส่งออก โดยปกติวัตถุดิบมะม่วงของบริษัทฯ มีเพียงพอสำหรับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น แต่ปัจจุบันมีคำสั่งซื้อลดน้อยลงอย่างไรก็ตาม หากวัตถุดิบมะม่วงจากจังหวัดฉะเชิงเทราไม่เพียงพอ บริษัทฯ ต้องหามะม่วงจากจังหวัดเชียงใหม่และน่าน

มะม่วงในปัจจุบันให้ผลผลิตตลอดทั้งปี ไม่ได้ออกแค่เพียงตามฤดูกาล อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่ได้ส่งออกมะม่วงตลอดทั้งปี แต่การส่งออกจะเป็นลักษณะ curve นั่นคือ บริษัทฯ จะส่งออกช่วงเดือนตุลาคม-พฤษภาคม ส่วนช่วงเดือนมิถุนายน-สิ้นเดือนกันยายน จะไม่มีการส่งออก โดยช่วงเวลาที่มะม่วงมีราคาแพงมากหรือช่วงที่มีผลผลิตน้อย คือ ช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ในปี พ.ศ. 2562 บริษัทฯ เริ่มส่งออกในเดือนพฤศจิกายน

โดยปกติ การส่งออกมะม่วงจะมีการตกลงราคาและปริมาณของมะม่วงกันทุกรอบ ตามช่วงเวลา เช่น ช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน ราคาจะเริ่มปรับลดลงเนื่องจากผลผลิตมะม่วงมีปริมาณมาก โดยมะม่วงจากจังหวัดฉะเชิงเทราจะให้ผลผลิตในเดือนตุลาคม และเดือนมีนาคม-เมษายน สำหรับมะม่วงจากจังหวัดเชียงใหม่จะให้ผลผลิตในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม และเดือนพฤษภาคม (ปลายฤดู)

ประเด็น : การรอบไอน้ำ

กระบวนการรอบไอน้ำเป็นเรื่องข้อตกลงระหว่างประเทศ ซึ่งจะต้องมีเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นและเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตรของประเทศไทยเข้ามาที่โรงอบไอน้ำเพื่อตรวจสอบและดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนดไว้ ปกติแล้วบริษัทต่าง ๆ ที่ทำการอบไอน้ำมะม่วงเพื่อส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นจะรับผิดชอบต้นทุนร่วมกัน ซึ่งเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยแล้ว 1 คน จะมาทำงานไม่เกิน 180 วันต่อปี เนื่องจากไม่มีใบอนุญาตทำงาน (work permit) และเป็นข้าราชการ อย่างไรก็ตาม บางคนก็อยู่ไม่ถึง 180 วัน จากนั้นก็จะสลับเปลี่ยนกับเจ้าหน้าที่อีกคนเพื่อทำหน้าที่ต่อไป

ประเด็น : ช่องทางการขาย

บริษัทฯ มีช่องทางการขายมะม่วง 2 ช่องทาง ได้แก่

- (1) การวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศญี่ปุ่นที่บริษัทแม่ติดต่อไว้
- (2) การจำหน่ายทางออนไลน์ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีช่องทางการบริการในลักษณะที่คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยสั่งซื้อ และส่งไปให้ญาติที่พำนักในประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งสินค้าให้ญาติที่พำนักในประเทศญี่ปุ่น

ประเด็น : สกุลเงินที่ใช้ในการซื้อขายผลผลิต

บริษัทฯ จะขายมะม่วงไปให้บริษัทแม่ที่ประเทศญี่ปุ่น จากนั้นบริษัทแม่จะชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินบาทให้กับบริษัทฯ ดังนั้นบริษัทแม่จะเป็นผู้รับความเสี่ยงเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินเยน ซึ่งบางครั้งอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินเยนก็มีความผันผวนบ้าง อย่างไรก็ตาม การซื้อขายในอดีตใช้สกุลเงินเยน ปกติบริษัทฯ จะติดต่อเรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศกับธนาคารของประเทศญี่ปุ่นที่มาเปิดสาขาในไทย

ประเด็น : สาเหตุการลดลงของการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมะม่วงที่ลดลงอย่างมากในปี พ.ศ. 2556 [ปริมาณการส่งออกมะม่วงปี พ.ศ. 2556 ลดลงร้อยละ 37.32 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2555 : นักวิจัย] (ดูภาพที่ 3.1 ประกอบ) น่าจะมีสาเหตุจากการแข็งค่าของสกุลเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยน [อัตราแลกเปลี่ยนกลางเป็น 38.98 บาท/100 เยน ในปี พ.ศ. 2555 และ 31.53บาท/100 เยน ในปี พ.ศ. 2556 นั่นคือ สกุลเงินบาทแข็งค่าเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยนร้อยละ 19.11] นอกจากนี้ การส่งออกที่ลดลงน่าจะมีสาเหตุจากกลไกการตลาด เพราะมะม่วงจากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ามะม่วงจากประเทศเม็กซิโก (apple mango) โดยมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยวางจำหน่ายในราคา 400 เยนต่อลูก ในขณะที่มะม่วงจากประเทศเม็กซิโกวางจำหน่ายในราคา 250 เยนต่อลูก (และไม่ต้องผ่านการอบไอน้ำ)

ประเด็น : ข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ

การอบไอน้ำที่ต้องให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุมดูแล ซึ่งมีต้นทุนที่สูงมาก และไม่สะดวกในการบริหารจัดการ

ประเด็นอื่น ๆ

ปัจจุบันบริษัทฯ ส่งออกมะม่วงไปประเทศเกาหลีใต้ด้วย ซึ่งมีปัญหาเรื่องการเคลียร์สินค้าเข้าที่ประเทศเกาหลีใต้ รวมทั้งปัญหาเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนพอสมควร เนื่องจากใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ในการซื้อขายผลผลิต

4. ผู้ประกอบการส่งออกในไทย รายที่ 4

ประเด็น : มะม่วงที่บริษัทฯ ส่งออก

บริษัทฯ ส่งออกมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ร้อยละ 70 และมะม่วงพันธุ์มหาชนกร้อยละ 30 มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้สีทองจะมีรสชาติดี ถ้าเก็บตามความสุกที่เหมาะสม ในขณะที่มะม่วงพันธุ์มหาชนเป็นอีกทางเลือก

หนึ่งของ apple mango จากประเทศเม็กซิโก กล่าวคือ มะม่วงพันธุ์มหาชนกไม่มีสีแดงทั้งลูก โดยจะเป็นสีแดงแก้มแหม่ม ซึ่งสามารถนำไปแข่งกับ apple mango จากประเทศเม็กซิโกได้

บริษัทฯ ส่งออกมะม่วงพันธุ์มหาชนกเพราะมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้มีการส่งออกจำนวนมากแล้ว แต่การส่งออกมะม่วงพันธุ์มหาชนก ทำได้แค่ในฤดูกาล คือ ช่วงเดือนมีนาคม-มิถุนายน เท่านั้น ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่ชื่นชอบมะม่วงสีเหลืองก็จะบริโภคแต่มะม่วงสีเหลือง ผู้บริโภคที่ชื่นชอบมะม่วงสีแดงก็จะบริโภคแต่มะม่วงสีแดง แยกกันอย่างชัดเจน

ประเด็น : การอบไอน้ำ

การอบไอน้ำมะม่วงใช้อุณหภูมิ 47 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 20 นาที (รวมเวลาขั้นตอนอื่น ๆ ก็จะใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมงครึ่ง) ในขณะที่การอบไอน้ำมังคุดใช้อุณหภูมิ 46 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 58 นาที (รวมเวลาขั้นตอนอื่น ๆ ก็จะใช้เวลาประมาณ 5 ชั่วโมง) ซึ่งเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นจะมาดูแลการอบไอน้ำในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม สัปดาห์ละ 1 วัน โดยบริษัทฯ จะต้องออกค่าที่พักและค่าเดินทางทุกวันเดินทางมาดูแลการอบไอน้ำ

บริษัทฯ ขอให้เปลี่ยนเป็นระบบ audit โดยเริ่มจากฤดูกาลมะม่วงในปี พ.ศ. 2563 นี้ แต่กรมวิชาการเกษตรยังกำหนดให้เป็นวิธีการเดิมไปก่อน ทั้งนี้ บริษัทฯ ขอให้เปลี่ยนเป็นระบบ audit มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ซึ่งการเปลี่ยนมาใช้ระบบ audit จะทำให้ประหยัดต้นทุนในการผลิตในส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่ต้องมาควบคุมดูแลการอบไอน้ำ โดยต้นทุนการอบไอน้ำของมะม่วงจะลดลงจาก 20 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 15 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนการอบไอน้ำของมังคุดจะลดลงจาก 35 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 30 บาทต่อกิโลกรัม

ประเด็น : โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกสู่ประเทศญี่ปุ่น (control measure)”

โครงการ control measure มีความเข้มงวดมากเกินไป และขั้นตอนต่าง ๆ ใช้เวลานาน เช่น ความล่าช้าในการอนุมัติให้เข้าร่วมโครงการ ทำให้ไม่สามารถส่งออกมะม่วงได้ทันตามเวลาที่วางแผนไว้ และถ้าใบรับรอง GAP หมดอายุ ผู้ส่งออกรายนั้นก็จะถูกตัดออกจากโครงการนี้ อย่างไรก็ตาม เกษตรกรที่ขายมะม่วงให้แก่บริษัทฯ ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการใช้หรือไม่ใช้สารเคมีตามที่โครงการ control measure กำหนด ทำให้มะม่วงของบริษัทฯ ที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นไม่โดนกักกัน เกษตรกรหลักที่ขายมะม่วงให้แก่บริษัทฯ อยู่ที่จังหวัดสระแก้ว ฉะเชิงเทรา พิจิตร และเพชรบูรณ์

ประเด็น : การค้ามะม่วง

บริษัทฯ เริ่มส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2543 โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบราคาระหว่างมะม่วงจากประเทศไทยกับมะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์

ประเด็น : ข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ

- 1) บริษัทฯ เสนอให้มีการเจรจาระหว่างรัฐ ในประเด็นการปรับเปลี่ยนการอบไอน้ำเป็นระบบ audit โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเจรจาระหว่างกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry of Agriculture, Forest and Fisheries) ของประเทศญี่ปุ่น กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (Ministry of Agriculture and Cooperatives) ของประเทศไทย
- 2) ปัญหาที่พบของโครงการ control measure คือ การควบคุมการใช้สารเคมีมีความเข้มงวดมาก และยาฆ่าแมลงที่เกษตรกรใช้ก็มีจำนวนมาก ดังนั้นบริษัทฯ เสนอให้หน่วยงานภาครัฐแจ้งให้แก่ผู้ประกอบการทราบก่อนว่าจะใช้กฎอะไรบ้าง กล่าวคือ จะควบคุมการใช้สารเคมีได้บ้าง เพราะบางครั้งเกษตรกรได้ใช้สารเคมีดังกล่าวไปแล้ว
- 3) ปัจจุบันถ้าทางการญี่ปุ่นตรวจพบสารเคมีตกค้างครบ 2 ครั้ง ที่ด่านกักกันพืช การนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยทั้งหมดก็就会被ปฏิเสธ ถ้ามีการเจรจา บริษัทฯ เสนอให้กำหนดการตรวจพบสารเคมีตกค้างแยกเป็นรายปี เช่น การตรวจพบสารเคมีตกค้าง 2 ครั้ง ซึ่งไม่ได้ตรวจพบในปีเดียวกัน จะไม่นับเป็น 2 ครั้ง

ประเด็นอื่น ๆ

- การส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในอนาคตอาจจะไม่เติบโตเหมือนในอดีต ดังนั้นประเทศไทยควรจะรักษาส่วนแบ่งตลาด (market share) เอาไว้
- การขนส่งมะม่วงมีความคุ้มค่ากว่ามังคุด โดย 1 ตู้คอนเทนเนอร์สามารถบรรจุมะม่วงได้ 5 ตัน แต่สามารถบรรจุมังคุดได้เพียงประมาณ 3 ตัน [ดังนั้นต้นทุนต่อหน่วยของมังคุดจึงมากกว่ามะม่วง: ความเห็นนักวิจัย]
- ในปี พ.ศ. 2562 ราคามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ในประเทศอยู่ที่ 25-30 บาทต่อกิโลกรัม แต่ราคาขายเพื่อการส่งออกต่างประเทศอยู่ที่ 45-50 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม ราคามะม่วงจะไม่ค่อยผันผวน

6.1.2 บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในประเทศญี่ปุ่น

ส่วนนี้นำเสนอบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่น 3 ราย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น รายที่ 1

ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุดต่อปี (รวมการเร่งความเร็วของการอบไอน้ำ) จะอยู่ที่ประมาณ 4-5 พันตัน ซึ่งแตกต่างจากปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่เป็นหลักล้านตันต่อปี บริษัทฯ จึงต้องการส่งเสริมการปลูกกล้วย เพราะสามารถช่วยเกษตรกรได้จำนวนมาก อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถวางแผนการปลูกกล้วยได้ตลอดทั้งปี แต่การวางแผนการปลูกมะม่วง

ทำได้ยาก เช่น หากเร่งการผลิตหรือเผชิญกับฝนที่มากเกินไป ผลผลิตมะม่วงก็จะเสียหาย ในขณะที่ฝนที่มากเกินไปไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการปลูกกล้วย เพียงแต่เกษตรกรต้องวางแผนแปลงปลูกกล้วยให้ดีกว่าเพียงพอแล้ว ตัวอย่างการวางแผนที่ดี คือ เมืองดาเบาของประเทศฟิลิปปินส์ที่มีฝนตกตลอดทั้งปี เกษตรกรก็ยังสามารถปลูกกล้วยได้เพราะใช้น้ำฝนเป็นหลัก

บริษัทฯ นำเข้ามะม่วงมาจำหน่ายตลอดทั้งปี และสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด โดยนำเข้าทั้งหมด 7 สายพันธุ์ แต่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตเพียง 2 สายพันธุ์ คือ น้ำดอกไม้และมหาชนก ทั้งนี้ บริษัทฯ มีหน้าร้านที่วางจำหน่ายมะม่วงครบทั้ง 7 สายพันธุ์ โดยบริษัทฯ นำผลผลิตมะม่วงมาจากจังหวัดพิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ เชียงใหม่ เชียงราย ฉะเชิงเทรา สระแก้ว กาฬสินธุ์ และขอนแก่น

ถ้าไม่มีมะม่วงสุกให้นำเข้ามาจำหน่าย บริษัทฯ ก็จะนำเข้ามามะม่วงดิบมาจำหน่าย เพื่อให้พนักงานของบริษัทฯ มีงานทำ และตอนนี้บริษัทฯ ขยายมะม่วงดิบให้กลุ่มผู้บริโภคชาวเวียดนาม ซึ่งนิยมบริโภคมะม่วงดิบ เช่น มะม่วงพันธุ์เขียวเสวยและโชคอนันต์

ก่อนหน้านี้ภาคเหนือของประเทศไทยมีโรงอบไอน้ำ แต่ปัจจุบัน (วันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2562) โรงอบไอน้ำแห่งนั้นไม่ได้เปิดดำเนินการแล้ว บริษัทฯ จึงต้องส่งมะม่วงไปอบที่โรงอบไอน้ำที่ตั้งอยู่ในบริเวณมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร แต่ในภายหลังมีโรงอบไอน้ำของเอกชนเปิดให้บริการอีก 7-8 แห่ง ทำให้โรงอบไอน้ำเพียงพอกับความต้องการ ทั้งนี้ โรงอบไอน้ำจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานของประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นโรงอบไอน้ำจึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยมาประเทศญี่ปุ่น แต่การนำเข้ามะม่วงมักจะเผชิญปัญหาของราคาที่ผันผวนตามฤดูกาล โดยราคามะม่วงในฤดูกาลจะถูกกว่าราคานอกฤดูกาล อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าราคามะม่วงจะถูกหรือแพง บริษัทฯ ก็จะนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น เพราะบริษัทฯ ถือว่าเป็นการเรียกลูกค้า

2. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น รายที่ 2

ประเด็น : ทัวไป

บริษัทฯ นำเข้ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เป็นหลัก โดยจะนำเข้าตลอดทั้งปี ส่วนมะม่วงพันธุ์มหาชนกนั้น บริษัทฯ จะนำเข้าได้แค่เพียง 2 เดือน

ประเด็น : การค้ามะม่วง

การขายนะม่วงของบริษัทฯ เกิดจากการพยากรณ์ (forecast) การขาย แล้วจึงนำเข้าจากประเทศไทยตามที่พยากรณ์ไว้ รวมกับการเข้าไปเสนอขายนะม่วงให้กับลูกค้าใหม่ โดยบริษัทฯ จะนำรูปมะม่วงให้ลูกค้าพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อ ปริมาณการขายนะม่วงจากการพยากรณ์ร้อยละ 90 และมาจากลูกค้าใหม่ร้อยละ 10 ลูกค้าประจำของบริษัทฯ มีทั้งลูกค้าขายปลีกและลูกค้าขายส่ง ลูกค้าขายปลีกส่วนใหญ่คือ ซูเปอร์มาร์เก็ตที่อยู่จังหวัดนาโกย่า ส่วนลูกค้าการขายส่ง คือ โรงแรม แต่ที่นครโอซากาหรือแถบคันไซ

บริษัทฯ จะส่งตามโรงแรมหรือร้านเบเกอรี่ ในขณะที่ลูกค้าใหม่ของบริษัทฯ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ กลุ่มที่ไม่เคยขายผลไม้ แต่ได้รับการแนะนำให้ติดต่อกับบริษัทฯ กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มลูกค้าที่ขายผลไม้อื่น แต่ไม่ได้ขายมะม่วง ก็จะติดต่อบริษัทฯ เข้ามาโดยตรง

ยอดขายของบริษัทฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2561 ไม่เพิ่มขึ้นและไม่ลดลง แต่คาดว่าจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งบริษัทฯ สามารถเพิ่มยอดขายได้ หากสามารถนำเข้ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ได้ตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตาม มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จะขาดตลาดช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม แม้ว่าจะสามารถให้ผลผลิตได้ตลอดทั้งปี ทั้งนี้ บริษัทฯ มักจะได้รับข้อมูลจากผู้ส่งออกจากประเทศไทยว่า ผลผลิตที่ได้ไม่ตรงตามคุณภาพ เช่น มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้มักจะมีจุดสีดำที่ผิวในช่วงเวลาดังกล่าว

ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มฤดูกาล ยอดขายมะม่วงของบริษัทฯ ไม่ค่อยดี เพราะมีการนำเข้ามะม่วงจากประเทศบราซิล ซึ่งมีราคาถูกกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ มาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น แม้ว่ามะม่วงน้ำพันธุ์ดอกไม้จะรสชาติดี แต่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นก็ให้ความสำคัญกับราคาถูกด้วย

นอกจากนี้ ในนครโอซากาหรือแถบคันไซ มะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยมักจะไม่ได้มีการวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต แต่จะพบได้ในโรงแรมหรือร้านเบเกอรี่ที่สั่งซื้อมะม่วง ดังนั้นหากทางโรงแรมจัดงานเทศกาลมะม่วง ยอดขายของบริษัทฯ ก็จะเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ เมื่อเข้าสู่ฤดูหนาว บริษัทฯ จะขายมะม่วงในราคาแพงตามราคานำเข้าที่เพิ่มสูงขึ้น หากนำไปวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในช่วงดังกล่าว มะม่วงจะมีราคาประมาณ 500 เยนต่อลูก ซึ่งอาจจะขายไม่ได้ ดังนั้นในช่วงฤดูหนาว บริษัทฯ จะขายมะม่วงให้กับโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ สำหรับช่วงเวลาที่สามารถวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตได้ คือ ช่วงกลางเดือนมีนาคม-กลางเดือนมิถุนายน เพราะช่วงเวลานั้นราคามะม่วงที่ประเทศไทยจะมีราคาถูก อย่างไรก็ตาม หากนำไปวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในช่วงเวลาดังกล่าว มะม่วงจะมีราคาประมาณ 350 เยนต่อลูก ซึ่งราคาก็ยังคงสูงอยู่ดี และอาจจะขายไม่ได้

ประเด็น : ทศนคติของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต่อมะม่วงจากประเทศไทย

เมื่อเปรียบเทียบมะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์แล้ว ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นชื่นชอบมะม่วงจากประเทศไทยมากกว่า เพราะมะม่วงจากประเทศไทยมีความหวานและมีความนุ่มมากกว่า แม้ว่ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์จะมีราคาถูกกว่าก็ตาม อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ามะม่วงจากประเทศไทยจะมีรสชาติดี แต่เนื่องจากราคาที่สูง ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงตัดสินใจซื้อยาก ทั้งนี้ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่มีฐานะดีจะเลือกบริโภคมะม่วงของประเทศญี่ปุ่นเอง นั่นคือ มะม่วงจากจังหวัดมิยาซากิ แต่มะม่วงจากประเทศไทยกับมะม่วงจากจังหวัดมิยาซากิไม่ใช่คู่แข่งกัน เพราะเป็นมะม่วงต่างสายพันธุ์กัน กลุ่มลูกค้าก็ต่างกัน และมะม่วงจากจังหวัดมิยาซากิมีผลผลิตในตลาดน้อย เพราะต้องรอให้มะม่วงมีสีแดงและสุกค่อนก่อนจึงนำมาจำหน่ายได้

ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นรู้จักมะม่วงจากประเทศไทย แต่ถ้าวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตร่วมกับมะม่วงจากประเทศอื่น ราคาของมะม่วงจากประเทศไทยจะสูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ หากซูเปอร์มาร์เก็ตวางเรียงมะม่วงจากประเทศไทยร่วมกับผลไม้ชนิดอื่นที่ปลูกในประเทศญี่ปุ่น เช่น ส้ม แอปเปิ้ล ราคาจะ

แตกต่างกันเห็นได้ชัดเช่นกัน ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นตัดสินใจลำบากในการซื้อ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นบางรายเห็นมะม่วงจากประเทศไทยแล้วคิดว่าแปลกจึงลองซื้อ แต่หากจะให้ซื้อประจำคงเป็นไปได้ยาก

ประเด็น : นโยบายหรือมาตรการจากทางภาครัฐ

หากสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา ช่วยทำการตลาดเหมือนสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว เช่น การจัดงานอีเว้นท์ (event) แบบไทยหรือการจัดงานแสดงสินค้าแบบที่บริษัท อีออน (AEON) ดำเนินการ ก็อาจจะช่วยกระตุ้นยอดขายมะม่วงได้ อย่างไรก็ตาม ปริมาณผลผลิตที่ส่งออกมาก็ยังมีข้อจำกัด เช่น ในปี พ.ศ. 2562 ฝนที่ตกชุกในเดือนกันยายน ทำให้ผลผลิตมะม่วงได้รับความเสียหาย ดังนั้นผลผลิตที่ได้จึงน้อยลง

ประเด็น : อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาที่พบอันดับแรก คือ ในช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม บริษัทฯ มักจะไม่มีมะม่วงจำหน่าย แต่ในปี พ.ศ. 2562 บริษัทฯ มีมะม่วงจำหน่ายถึงเดือนกรกฎาคม ซึ่งบริษัทฯ ต้องการที่จะมีมะม่วงจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี ปัญหาต่อมา คือ เรื่องคุณภาพของมะม่วงซึ่งมีความผันผวนตามสภาพอากาศ กล่าวคือ บางครั้งผิวของมะม่วงที่นำเข้ามีรอยจุดสีดำ บางครั้งมีรอยย่น และบางครั้งมีสีผิวออกขาว ซึ่งโดยปกติภาพลักษณ์ (image) ของมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จะมีลักษณะเด่น คือ ผิวสีเหลือง ส่งผลให้เมื่อนำเข้ามาแล้วขายไม่ได้

ประเด็น : สกูลเงินที่ใช้ในการซื้อขายผลผลิต

บริษัทฯ ไม่มีปัญหาเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเนื่องจากใช้สกุลเงินเยนในการซื้อขายผลผลิต การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อราคาขายบ้าง ถึงแม้ว่าราคาขายจะสำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การมีสินค้าขายตลอดทั้งปี กล่าวคือ ถ้าราคาสูงขึ้น บริษัทฯ สามารถอธิบายให้กับลูกค้าได้ว่า ราคาแพงเฉพาะช่วงเวลานี้ และถ้าราคาลดลง บริษัทฯ จะปรับลดราคา แต่หากไม่มีสินค้า บริษัทฯ ก็จะไม่มีการขาย และที่สำคัญ ลูกค้าจะหมดความเชื่อมั่นในบริษัทฯ และหันไปซื้อกับบริษัทฯ อื่นแทน ยอดขายของบริษัทฯ ก็จะลดลง

3. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศไทย ญี่ปุ่น รายที่ 3

ประเด็นทั่วไป

มะม่วงจากประเทศไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมาเป็นเวลาเกือบ 10 ปีแล้ว ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนำเข้ามาจากหลายประเทศ แม้ว่ามะม่วงจากประเทศไทยจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น แต่ในความเป็นจริงแล้ว มะม่วงจากประเทศไทยยังคงมีภาพลักษณ์ (image) ที่ไม่แข็งแกร่งนัก มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ของไทยมีความสมดุลระหว่างความเปรี้ยวกับความหวาน ที่สำคัญ คือ ไม่มีเสี้ยนและมีรสสัมผัสที่ดี โดยส่วนตัวแล้วหากเปรียบเทียบกับมะม่วงจากประเทศเม็กซิโก จะชื่นชอบมะม่วงจากประเทศไทยมากกว่า

เมื่อใช้สีเป็นเกณฑ์ มะม่วงโดยทั่วไปจะมี 2 สายพันธุ์ โดยมะม่วงจากประเทศไทยและฟิลิปปินส์จะเป็นมะม่วงที่มีสีเหลือง ส่วนมะม่วงจากประเทศเม็กซิโกและไต้หวันจะเป็นมะม่วงที่มีสีแดง ซึ่งเรียกว่า apple mango หากพูดถึงมะม่วง ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะนึกถึงมะม่วงสีแดง ซึ่งหมายถึง apple mango เพราะสายพันธุ์มะม่วงที่ปลูกในประเทศญี่ปุ่นจะออกสีแดงคล้ายกันกับ apple mango

มะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์จะมีความแตกต่างจากมะม่วงจากประเทศไทย กล่าวคือ มะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์จะมีผลที่เล็กกว่า มีรสชาติเปรี้ยวกว่า และมีราคาที่ถูกกว่า หากนำมาวางจำหน่ายร่วมกันตามซูเปอร์มาร์เก็ต มะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์จะมีราคา 298 เยนต่อลูก ในขณะที่มะม่วงจากประเทศไทยจะมีราคา 398 ถึง 498 เยนต่อลูก

ประเด็น : การค้ามะม่วง

บริษัทฯ นำเข้ามามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เพียงสายพันธุ์เดียวจากประเทศไทย บริษัทฯ ไม่ได้วางจำหน่ายมะม่วงที่นำเข้ามาจากประเทศไทย แต่เป็นลักษณะรับคำสั่งซื้อจากคนญี่ปุ่นที่พำนักในประเทศไทย แล้วต้องการส่งมะม่วงเป็นของขวัญให้กับญาติ ครอบครัว หรือเพื่อนที่พำนักในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ เป็นการให้บริการส่งมะม่วง ซึ่งไม่ใช่การวางจำหน่ายโดยตรง คำสั่งซื้อดังกล่าวเป็นการสั่งซื้อผ่านซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทยที่คนญี่ปุ่นไปใช้บริการ เช่น UFM Fuji Super หรือ Emporium การสั่งซื้อมะม่วงจะมีการระบุว่าจะรอบในการส่งมอบถัดไปคือวันที่เท่าใด นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถสั่งซื้อออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ได้ เมื่อบริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อ บริษัทฯ จะส่งมะม่วงไปที่ประเทศญี่ปุ่นทางเครื่องบิน เมื่อถึงประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ จะจัดการส่งมะม่วงให้ลูกค้าทางไปรษณีย์หรือบริษัทส่งพัสดุ

บริษัทฯ จัดส่งมะม่วงให้กับลูกค้าทั่วประเทศญี่ปุ่น โดยมะม่วงจากประเทศไทยจะถูกส่งไปที่กรุงโตเกียวก่อน จากนั้นก็จะถูกส่งไปยังเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศ เช่น นครโอซากา ซึ่งบริษัทฯ สามารถส่งมะม่วงไปที่นครโอซากาหรือจังหวัดต่าง ๆ ได้ภายในวันเดียวกันกับวันที่สินค้ามาถึงสนามบินที่กรุงโตเกียว แต่หากจะส่งมะม่วงไปที่เกาะฮอกไกโด เวลาที่ใช้จะต้องเพิ่มอีก 1 วัน โดยการส่งของของประเทศญี่ปุ่นสามารถระบุเวลารับได้ เช่น จะขอรับกี่โมง เช้าหรือบ่าย

บริษัทฯ มีลูกค้าที่กลับมาสั่งซื้ออีก (repeater) และลูกค้าที่ได้รับมะม่วงเป็นของขวัญ เมื่อทานแล้วชอบก็สามารถสั่งซื้อทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ได้ แต่ลูกค้าต้องค้นหาข้อมูลช่องทางการสั่งซื้อเอง [นักวิจัยแนะนำให้บริษัทฯ แบนใบแนะนำสินค้าที่มีข้อมูลช่องทางการสั่งซื้อของบริษัทฯ ไปกับกล่องสินค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายได้ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วย]

มะม่วงที่บรรจุใส่กล่องมาจากประเทศไทยมี 2 ขนาด ได้แก่ กล่องเล็ก ซึ่งมีน้ำหนัก 2 กิโลกรัม มีมะม่วงประมาณ 4-6 ลูก ราคา 1,840 บาท และกล่องใหญ่ ซึ่งมีน้ำหนัก 5 กิโลกรัม มีมะม่วงประมาณ 10-14 ลูก ราคา 3,640 บาท ซึ่งราคาจะถูกระบุไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ [นักวิจัยแนะนำให้บริษัทฯ ระบุราคาเป็นสกุลเงินเยนด้วย สำหรับลูกค้าที่อยู่ในประเทศญี่ปุ่นที่ต้องการซื้อ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วย]

ยอดขายของมะม่วงจากประเทศไทยลดลงจริง และถ้าหากดูมะม่วงที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตก็
จะเห็นมะม่วงจากประเทศเม็กซิโกเพิ่มขึ้น หากจะพูดกันตามตรง ในช่วงเวลานี้แทบจะไม่เห็นมะม่วงจาก
ประเทศไทยและฟิลิปปินส์วางจำหน่ายอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ตเลย ซึ่งก่อนหน้านี้ มะม่วงจากประเทศไทยและ
ฟิลิปปินส์เป็นมะม่วงหลักในตลาด แต่ระยะหลัง มะม่วงจากประเทศเม็กซิโกเข้ามาตีตลาดได้ (ดูภาพที่ 3.7
ประกอบ)

ยอดขายมะม่วงจากประเทศไทยในช่วง 10 ปีย้อนหลัง ลดลงกว่าครึ่ง โดยปี พ.ศ. 2560-2561
บริษัทฯ มียอดการนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทย 17 ตันต่อปี ในขณะที่ปี พ.ศ. 2556-2559 บริษัทฯ มียอด
การนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยประมาณ 20 ตันต่อปี ซึ่งสาเหตุสำคัญ คือ ราคาของมะม่วงจากประเทศไทย
แพงขึ้น และสกุลเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยน

การนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยจะเป็นการนำเข้าตามฤดูกาล ไม่ได้นำเข้าตลอดทั้งปี โดยฤดูกาลจะ
เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม-มิถุนายนของทุกปี ทั้งนี้ มะม่วงจากประเทศไทยที่นำเข้ามาในช่วงฤดูร้อนของประเทศ
ญี่ปุ่นจะมีราคาสูงมาก เนื่องจากผลผลิตมะม่วงจากประเทศไทยมีน้อย

มะม่วงของบริษัทฯ จะขายดีในช่วงเทศกาลการให้ของขวัญ เช่น ช่วงเดือนธันวาคมเป็นการให้
ของขวัญปีใหม่ ซึ่งภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า osebo ช่วงเดือนมีนาคมก็จะเป็นช่วงหยุดฤดูใบไม้ผลิ เป็นช่วงขึ้นรอบสิ่ง
ใหม่ ๆ คนญี่ปุ่นที่อาศัยในประเทศไทยจะกลับมาประเทศญี่ปุ่น และนำมะม่วงกลับมาเป็นของฝาก ส่วนเดือน
พฤษภาคมก็จะเป็นวันแม่ ดังนั้นช่วงเทศกาลการให้ของขวัญในช่วงเดือนธันวาคม-มีนาคม คำสั่งซื้อก็จะมาก
แต่ถ้าเป็นช่วงนอกเทศกาลคำสั่งซื้อก็น้อย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ต้องการที่จะนำมะม่วงเข้ามาขายได้ตลอด
ทั้งปี โดยเฉพาะในเดือนกันยายนเพราะเป็นช่วงหยุดฤดูร้อน ซึ่งภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า obon แต่เกษตรกรของ
ไทยไม่สามารถผลิตมะม่วงได้ในช่วง 1 สัปดาห์ ก่อนเทศกาล obon

ในอนาคต ยอดขายมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ไม่น่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่ยอดขายมะม่วงพันธุ์มหาชนก
ซึ่งเริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 น่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้นยอดขายมะม่วงจากประเทศไทยจะขยายตัว
หรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับมะม่วงพันธุ์มหาชนกมากกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ นอกจากนี้ คนญี่ปุ่นที่ยังไม่รู้จักมะม่วง
จากประเทศไทยน่าจะยังมีอีกจำนวนมาก โดยเฉพาะคนญี่ปุ่นในต่างจังหวัด เพราะต่างจังหวัดไม่มีมะม่วง
วางขาย

ประเด็น : อุปสรรคในการนำเข้า

สินค้าของบริษัทฯ ไม่มีปัญหาการตรวจพบสารเคมีตกค้างในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เพราะผู้ส่งออก
มะม่วงจากประเทศไทยผ่านกระบวนการตรวจสอบมาแล้วก่อนที่จะส่งออกมาประเทศญี่ปุ่น ซึ่งหากไม่ผ่าน
เกณฑ์ของประเทศญี่ปุ่น สินค้าทั้งหมดที่ส่งมาจะถูกกำจัด และผู้ส่งออกก็จะต้องโทษโดยไม่สามารถส่งสินค้า
ได้ในรอบถัดไป

ประเด็นอื่น ๆ

- บริษัทฯ นำเข้ามะม่วงจากทั้งประเทศไทยและเม็กซิโก แต่ไม่ได้นำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์
- บริษัทฯ นำเข้ากระเจียบเขียว (okara) และข้าวโพดอ่อนจากประเทศไทยเกือบทุกวัน โดยนำเข้ามาวางจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาดสด บริษัทฯ เคยนำเข้าหน่อไม้ฝรั่งจากประเทศไทย แต่ปัจจุบันไม่ได้นำเข้าแล้ว

6.1.3 บทสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ส่วนนี้นำเสนอบทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง 3 แห่ง ดังนี้

1. กรมวิชาการเกษตร

ปัจจุบัน (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2562) มะม่วงที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นได้มี 7 สายพันธุ์ ปริมาณการส่งออกปี พ.ศ. 2559 – 2562 อยู่ที่ 10,800 ตัน 13,500 ตัน 18,800 ตัน และ 17,000 ตัน (ยังไม่ครบปี) ตามลำดับ ทั้งนี้ ปริมาณการส่งออกมะม่วงมีความผันผวน โดยคู่แข่งของประเทศไทยที่ส่งออกมาส่งไปประเทศญี่ปุ่น คือ ประเทศฟิลิปปินส์ เม็กซิโก และไต้หวัน

มะม่วงเป็นหนึ่งในสินค้าที่มีการทำข้อตกลงระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ (G2G) โดยกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทยกับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น ในการจัดทำโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” เพื่อลดการกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้าทั่วประเทศญี่ปุ่น บริษัทที่ต้องการส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นและเข้าร่วมโครงการ control measure จะต้องยื่นเรื่องที่กรมวิชาการเกษตร จากนั้นกรมฯ จะพิจารณาและส่งรายชื่อไปให้ทางการญี่ปุ่น เมื่อทางการญี่ปุ่นพิจารณาแล้วว่า บริษัทดังกล่าวผ่านเกณฑ์ ชื่อของบริษัทดังกล่าวก็จะไปปรากฏอยู่ที่ด่านตรวจพืชนำเข้า ดังนั้นมะม่วงจากบริษัทดังกล่าวจะไม่ถูกกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้า และสามารถผ่านเข้าไปในประเทศญี่ปุ่นได้เลย

โครงการ control measure เป็นสิ่งที่กรมวิชาการเกษตรจัดตั้งขึ้นมาเพื่อลดระยะเวลา ลดขั้นตอนต่าง ๆ รวมถึงลดค่าใช้จ่ายในการถูกกักตรวจ (10,000 บาทต่อครั้ง) โดยวิธีการพิจารณาของกรมฯ คือ (1) ตรวจสอบเอกสาร (2) นัดวันเข้าตรวจที่แปลงปลูกและโรงบรรจุ เพื่อตรวจว่าได้มาตรฐานและปฏิบัติตามเงื่อนไขของประเทศญี่ปุ่นหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกบางรายถอนตัวออกจากโครงการ control measure เนื่องจากเปลี่ยนการส่งออกไปประเทศอื่นแทน เช่น ประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีมาตรฐานที่ไม่แตกต่างจากประเทศญี่ปุ่นมากนัก โดยยังคงต้องอบไอน้ำและกักกันศัตรูพืช แต่ขั้นตอนอื่น ๆ อาจจะง่ายกว่า

อีกปัญหาหนึ่งของการส่งออกมะม่วง คือ โรคและแมลงซึ่งควบคุมได้ยาก เนื่องจากมะม่วงที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นต้องบรรจุหีบห่ออย่างดี และต้องมีผิวที่สม่ำเสมอ เกษตรกรรายใหญ่จะมีความรู้และรับมือกับปัญหาโรคแมลงได้ดีกว่าเกษตรกรรายย่อยที่มีข้อจำกัดด้านความรู้

2. สำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา

มะม่วงจากประเทศไทยมีราคาสูง แต่มีคุณภาพดีมาก ซึ่งมะม่วงจากประเทศไทยแตกต่างจากมะม่วงจากประเทศอื่น เช่น ประเทศเม็กซิโก

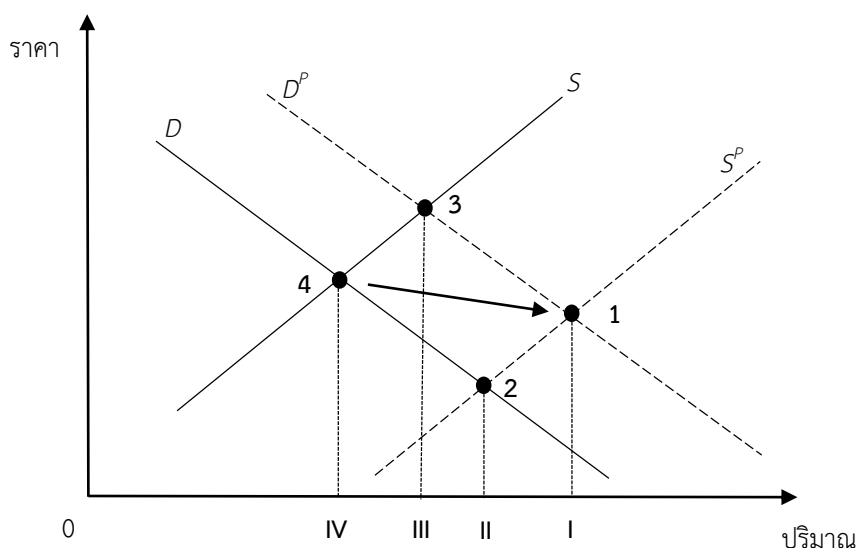
3. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

คนญี่ปุ่นซื้อมะม่วงให้เป็นของขวัญโดยซื้อเป็นกล่อง จึงเป็นลักษณะคนซื้อไม่ได้กิน คนกินไม่ได้ซื้อ และผลไม้ของประเทศญี่ปุ่นเองก็มีความหลากหลาย และมีคุณภาพดี

6.2 บทวิเคราะห์ตลาดมะม่วงนำเข้าในประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์การผลิต การค้า การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปตลาดโลก การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้ามะม่วงของประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ (actual exports ยังคงน้อยกว่า potential exports) หรือ จุดดุลยภาพที่เกิดขึ้น คือ จุดที่ 4 ดังแสดงในภาพที่ 6.1

ภาพที่ 6.1 จุดดุลยภาพในตลาดมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น



ณ จุดดุลยภาพจุดที่ 4 อุปสงค์จริง (actual demand) เท่ากับอุปทานจริง (actual supply) และปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (IV) น้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) ซึ่งอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เท่ากับอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) การที่ปริมาณดุลยภาพที่เกิดขึ้นจริงน้อยกว่า

ปริมาณคุณภาพที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกพิจารณาปัญหาได้ 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านอุปสงค์ และปัญหาด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อมะม่วงน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อมะม่วง โดยระยะห่าง I-II สะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem) ซึ่งมีสาเหตุจาก

- 1) มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ามะม่วงจากประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศฟิลิปปินส์และเม็กซิโก ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคมะม่วงจากประเทศไทยจึงมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม มะม่วงพันธุ์มหาชนกเริ่มเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เนื่องจากมีรสชาติดีกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ มีเรื่องราว (story) มีกลิ่นที่ดี มีผิวที่สวยงาม มีสีแดงคล้าย apple mango ที่นำเข้าจากประเทศเม็กซิโก และมีราคาถูกกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ นอกจากนี้ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยยังมีราคาแพงกว่าผลไม้ที่เป็นผลผลิตจากประเทศญี่ปุ่นเอง ทำให้โอกาสที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะเลือกบริโภคมะม่วงจากประเทศไทยมีน้อยลง
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นอีกจำนวนมากไม่รู้จักมะม่วงจากประเทศไทย หรือไม่มีโอกาสได้ลองบริโภคมะม่วงจากประเทศไทย
- 3) ผู้ประกอบการนำเข้าระบุว่า อยากให้มะม่วงจากประเทศไทยสามารถนำเข้าได้ตลอดทั้งปี สะท้อนว่า อุปสงค์ต่อมะม่วงไทยจากประเทศมีตลอดทั้งปี แต่ปริมาณการนำเข้าอาจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลไม้อื่น ๆ (ผลไม้คู่แข่ง) ที่วางจำหน่ายในช่วงเวลาเดียวกัน
- 4) จากการที่ปริมาณผลผลิตมะม่วงเป็นไปตามฤดูกาลทำให้ราคาไม่คงที่ โดยราคาดมะม่วงจะแพงในช่วงต้นและท้ายฤดูกาล ในขณะที่ราคาของมะม่วงจะถูกในช่วงกลางฤดูกาล ความผันผวนของราคานี้ส่งผลต่อความต้องการบริโภคมะม่วงของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

(2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของมะม่วงน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของมะม่วง โดยระยะห่าง II-IV สะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) ซึ่งมีสาเหตุจาก

- 1) ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานการนำเข้ามะม่วงที่สูงมาก และมีความเข้มงวดมากในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว การอบไอน้ำ การบรรจุ ตลอดจนการเก็บรักษา
- 2) ปริมาณผลผลิตมะม่วงเป็นฤดูกาล ไม่ได้มีผลผลิตทั้งปี นอกจากนี้ ปริมาณผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ หากปีใดสภาพอากาศไม่ดี เช่น สภาพอากาศร้อน ฝนมาล่าช้า ปริมาณน้ำฝนไม่เพียงพอ ต้นมะม่วงจะไม่สมบูรณ์ ผลผลิตที่ได้จะมีน้อย และมีขนาดเล็ก

- 3) คุณภาพผลผลิตมะม่วงมีความผันผวนบ้าง ซึ่งบางครั้งผลผลิตมะม่วงไม่ได้คุณภาพ เช่น มีจุดสีดำบนผิว ส่งผลให้ไม่สามารถส่งออกประเทศญี่ปุ่นได้
- 4) การอบไอน้ำส่งผลให้ต้นทุนของมะม่วงที่จะส่งออกประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้น เช่น ค่าเครื่องจักร ค่าไฟฟ้า โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายของเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่ต้องมาควบคุมและดูแลกระบวนการอบไอน้ำ ตลอดจนต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดจากการรอให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นหมุนเวียนมาดำเนินการอบไอน้ำ
- 5) โครงการ control measure มีความเข้มงวดมากเกินไป และการพิจารณาอนุมัติให้ผู้ส่งออกสามารถเข้าร่วมโครงการ control measure ใช้เวลานาน ซึ่งอาจทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า
- 6) วันหยุดทำการของประเทศไทยมีมาก โดยเฉพาะช่วงเดือนเมษายน ซึ่งคำสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า
- 7) การดำเนินการด้านเอกสารเพื่อการส่งออกยังไม่สามารถดำเนินการผ่านทางระบบออนไลน์ได้อย่างครบถ้วน
- 8) การแข่งค่าของสกุลเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยนส่งผลให้การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลง
- 9) บทลงโทษที่ระบุว่า “...ทางการญี่ปุ่นจะปฏิเสธมะม่วงที่นำเข้าจากประเทศไทย เมื่อตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วงครบ 2 ครั้ง ที่ด่านกักกันที่ประเทศญี่ปุ่น ...” มีความเข้มงวดมากเกินไป

(3) การวิเคราะห์ดุลยภาพ

จุดดุลยภาพในตลาดมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นเป็นจุดที่ 4 ดังแสดงในภาพที่ 6.1 ซึ่งปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (IV) ยังคงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ที่จุดที่ 1 (I) โดยมีสาเหตุจาก

- 1) อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อมะม่วงน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อมะม่วง ซึ่งสะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem)
- 2) อุปทานจริง (actual supply) ของมะม่วงน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของมะม่วง ซึ่งสะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency)

มาตรการเพื่อสนับสนุนการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจึงแยกพิจารณาได้เป็นมาตรการด้านอุปสงค์และมาตรการด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

มาตรการด้านอุปสงค์

มาตรการด้านอุปสงค์จากทางหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สามารถช่วยทำการตลาด โดยการดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์มะม่วงจากประเทศไทยทั้งพันธุ์น้ำดอกไม้และพันธุ์มหาชนกให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งสามารถดำเนินการในช่วงเวลาที่ญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์จะส่งผลทางบวกในวงกว้างเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ และที่สำคัญการดำเนินการนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรด้านที่ 4 ของกระทรวงพาณิชย์¹

การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์สามารถทำได้โดยโฆษณาในระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองใหญ่ เช่น กรุงโตเกียว นครโอซากา ทั้งนี้กรมการค้าระหว่างประเทศเคยดำเนินการประชาสัมพันธ์ทุเรียนจากประเทศไทยโดยการติดภาพโฆษณาที่รถราง (tram) ในฮ่องกง ตามตัวอย่างภาพด้านล่าง



ที่มา : ผู้วิจัย

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยเพิ่มอุปสงค์ต่อมะม่วงจากประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้เส้นอุปสงค์จริง (D) เลื่อนไปทางขวาเข้าใกล้เส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (D^0) มากขึ้น นั่นคือ ระยะห่าง I-II ลดลง

มาตรการด้านอุปทาน

มาตรการด้านอุปทานจากทางหน่วยงานภาครัฐ จำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) การเจรจาเพื่อให้ทางการญี่ปุ่นพิจารณาปรับข้อกำหนดที่ระบุว่า เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นจะต้องควบคุม ดูแล และตรวจสอบการอบไอน้ำทุกขั้นตอนด้วยตนเอง โดยพิจารณาทางเลือก ดังนี้
 - (1) เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบ เฉพาะการอบไอน้ำตอนเปิดฤดูกาลของการส่งออกมะม่วง หลังจากนั้นให้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการต่อ
 - (2) เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบ เฉพาะการอบไอน้ำตอนเปิดฤดูกาลของการส่งออกมะม่วง หลังจากนั้นให้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการต่อ

¹ รายละเอียดยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรฉบับที่ 2.5.3

โดยเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นร่วมดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ในลักษณะเวลาจริง (real time)

- (3) กำหนดให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่จะมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบนั้น มาทำงานในลักษณะถาวร แทนที่จะมาเฉพาะฤดูกาลส่งออกมะม่วง โดยเปลี่ยนค่าตอบแทนเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นเป็นค่าตอบแทนรายเดือน ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายเรื่องค่าเดินทาง และค่าที่พัก ตลอดจนช่วยให้การบริหารจัดการเวลาในการให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นไปควบคุม ดูแล และตรวจสอบการอบไอน้ำ มีประสิทธิภาพมากขึ้น และที่สำคัญ เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นยังคงสามารถดำเนินการร่วมกับเจ้าหน้าที่จากประเทศไทยในทุกขั้นตอน
- 2) การลดระยะเวลา ตลอดจนขั้นตอนการเข้าร่วมโครงการ control measure
- 3) การเพิ่มช่องทางการยื่นเอกสารเพื่อการส่งออกมะม่วงผ่านทางระบบออนไลน์ และปรับเป็นระบบออนไลน์ทั้งหมดในระยะเวลาถัดไป ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการตรวจเอกสารการส่งออกของกรมศุลกากรด้วยเช่นกัน

การดำเนินการตามแนวทางข้างต้นจะช่วยลดต้นทุนในการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ทำให้เส้นอุปทานจริง (S) เลื่อนลงเข้าใกล้เส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (S^p) มากขึ้น นั่นคือ ระยะห่าง II-IV ลดลง

ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยควรพิจารณาการดำเนินนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดอุปสรรคและเพื่อสนับสนุนทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem) และปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) การดำเนินการต่าง ๆ จะช่วยให้ดุลยภาพจุดที่ 4 เคลื่อนเข้าใกล้จุดดุลยภาพจุดที่ 1 มากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 6.1 กล่าวคือ ปริมาณดุลยภาพ (IV) ก็จะเคลื่อนเข้าใกล้ปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ (I) มากขึ้น นั่นคือ ประเทศไทยจะสามารถส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้นนั่นเอง

6.3 ผลการสำรวจภาคสนาม : มะม่วง

จากการลงพื้นที่สำรวจร้านค้าในนครโอซากา เมืองเกียวโต เมืองไซตามะ และกรุงโตเกียว เพื่อศึกษาการวางจำหน่ายมะม่วง นักวิจัยพบว่า มะม่วงที่วางจำหน่ายในช่วงเวลาที่ลงพื้นที่ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 เป็นมะม่วงที่นำเข้ามาจากประเทศไทยและบราซิล ซึ่งมะม่วงที่นำเข้ามาจากประเทศไทย คือ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้เขียว และโชคอนันต์ ในขณะที่มะม่วงที่นำเข้ามาจากประเทศบราซิล คือ apple mango รายละเอียดของมะม่วงที่วางจำหน่ายมีดังนี้

(1) มะม่วงนำเข้าจากประเทศไทย



มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทย รสสัมผัสนุ่ม



มะม่วงจากประเทศไทย พร้อมรับประกัน



มะม่วงพันธุ์โชคอนันต์ ข้างในมีรสเปรี้ยว 3 ลูก ราคา 1,000 เยน



มะม่วงพันธุ์เขียวเสวย (สีเขียว) และมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ (สีเหลือง)

(2) มะม่วงนำเข้าจากประเทศบราซิล



นอกจากมะม่วงสดแล้ว นักวิจัยพบผลิตภัณฑ์แปรรูปมะม่วงดังนี้

(1) ไอศกรีมมะม่วงพันธุ์มหาชนกจากประเทศไทย



ผลไม้ 100%, Royal apple Mango แช่แข็ง

(2) มะม่วงอบแห้งจากประเทศกัมพูชา



(3) มะม่วงอบแห้งจากประเทศฟิลิปปินส์



(4) มะม่วงอบแห้งที่ไม่ได้ระบุประเทศที่นำเข้า



จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ นักวิจัยได้เยี่ยมชมโรงอบไอน้ำมะม่วง ซึ่งนักวิจัยบันทึกภาพเครื่องอบไอน้ำ อุปกรณ์ที่ใช้ในการอบมะม่วง เครื่องคัดแยกมะม่วง และบรรจุภัณฑ์ ตามภาพดังนี้

(1) เครื่องอบไอน้ำ และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่มะม่วงในการอบไอน้ำ



(2) เครื่องคัดแยกขนาดมะม่วง



(3) บรรจุก้นท์ที่ใช้บรรจุมะม่วงเพื่อการส่งออก



บทที่ 7

ผลการศึกษการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

บทนี้อธิบายผลการศึกษาภาคสนามการส่งออกกล้วยของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นการสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกกล้วยของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ประเด็นสัมภาษณ์มุ่งเน้นที่กล้วยหอมซึ่งเป็นกล้วยที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น นักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในประเทศไทยและที่อยู่ในประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ถัดมาเป็นบทวิเคราะห์ตลาดกล้วยในประเทศญี่ปุ่น

7.1 บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

หัวข้อนี้นำเสนอบทสัมภาษณ์ที่นักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยหอมทั้งในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง คือ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา ผลการศึกษาเป็นการสังเคราะห์และเรียบเรียงบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการในประเทศไทย 3 ราย ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่น 4 ราย (1 ราย ที่นครโอซากาและ 3 ราย ที่กรุงโตเกียว)

7.1.1 บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยหอมในประเทศไทย

ส่วนนี้นำเสนอบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย 3 ราย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย รายที่ 1

ประเด็น : ความนิยมการบริโภคกล้วยหอมในประเทศญี่ปุ่น

คนญี่ปุ่นบริโภคกล้วยหอมเป็นกิจวัตรประจำวัน โดยกล้วยหอมเป็นผลไม้อันดับหนึ่งที่คนญี่ปุ่นนิยมกล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ได้เป็นที่นิยมมากนักในประเทศญี่ปุ่น แต่กล้วยหอมที่เป็นที่นิยม คือ กล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ หากให้คนญี่ปุ่นนึกถึงผลไม้ไทย สิ่งที่เขาจะนึกถึง คือ มะม่วง ในขณะที่กล้วยหอมจากประเทศไทยคนญี่ปุ่นยังไม่ค่อยพูดถึง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะชอบกล้วยหอมจากประเทศไทยมากกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ในแง่ของรสชาติที่อร่อยกว่า (สมมติให้กล้วยทั้งสองมีคุณภาพเท่ากัน) เนื่องจากความแตกต่างของสายพันธุ์ กล่าวคือ กล้วยหอมจากประเทศไทยที่ส่งไปขาย คือ พันธุ์กรอสไมเชล (Gros Michel) ในขณะที่กล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ที่ส่งไปขาย คือ พันธุ์คาเวนดิช (Cavendish)

เหตุผลที่กล้วยหอมจากประเทศไทยไม่เป็นที่นิยมเมื่อเปรียบเทียบกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์คือ

(1) คุณภาพและปริมาณกล้วยหอมจากประเทศไทยมีความไม่แน่นอน

ประเทศไทยไม่สามารถส่งออกกล้วยหอมได้ในปริมาณที่แน่นอน จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น และประเทศไทยไม่สามารถรับประกันว่าจะสามารถส่งออกกล้วยหอมได้ตลอดทั้งปี เหตุผลที่ไม่สามารถรับประกันได้ คือ ทางบริษัทฯ ทำธุรกิจกับเกษตรกรโดยตรง มิได้เป็นนายทุนที่ลงทุนผลิตกล้วยหอมเอง ซึ่งบริษัทฯ มีเกษตรกรในเครือข่ายที่ทำธุรกิจร่วมกันประมาณ 500 คน การมีเกษตรกรจำนวนมากส่งผลให้คุณภาพและปริมาณของผลผลิตที่ได้แตกต่างกันและไม่สม่ำเสมอ ดังนั้นการเจาะตลาดกล้วยหอมผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ต (supermarket) ใหญ่ ๆ ในประเทศญี่ปุ่นจึงไม่สามารถทำได้สำเร็จ

ประเด็นสำคัญ คือ กล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์มีผู้ผลิตที่เป็นนายทุนใหญ่ เช่น Dole Philippines, Inc. ซึ่งลงทุนผลิตกล้วยหอมเอง จึงสามารถควบคุมทั้งคุณภาพและปริมาณ รวมถึงกระบวนการอื่น ๆ ได้ ทำให้กล้วยหอมไม่ขาดตลาด มีส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นอย่างสม่ำเสมอ และสามารถตอบโต้ภัยคุกคามหรือผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นได้ เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นบริโภคกล้วยหอมเป็นกิจวัตรประจำวัน

ดังนั้นสิ่งที่จะทำให้การเจาะตลาดกล้วยหอมในญี่ปุ่นได้สำเร็จ คือ บริษัทฯ ต้องเป็นผู้ผลิตเอง ปลูกเอง และส่งออกเอง กล่าวคือ บริษัทฯ จะต้องควบคุมกระบวนการผลิตทั้งหมด เหมือนกับที่ Dole Philippines, Inc. ดำเนินการอยู่ อย่างไรก็ตาม หากประสบความสำเร็จในการแก้ไขคุณภาพและความสม่ำเสมอของปริมาณกล้วยหอมแล้ว กล้วยหอมจากประเทศไทยก็จะต้องแข่งขันทางด้านราคาและด้านต้นทุนการขนส่งกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์

หากนำกล้วยหอมจากประเทศไทยและกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์วางด้วยกัน ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะเลือกกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์อย่างแน่นอน เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ [เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นคุ้นเคยหรือบริโภคกล้วยหอมของประเทศฟิลิปปินส์มาอย่างยาวนาน : ความเห็นนักวิจัย] กล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ส่วนมากจะเป็นของยี่ห้อ Dole ของ Dole Philippines, Inc. ซึ่งบางผลิตภัณฑ์ก็มีเครื่องหมาย Organic ที่รับรองโดยสากลว่าเป็นกล้วยหอมที่ได้มาตรฐาน

อย่างไรก็ตาม เหตุผลที่ประเทศญี่ปุ่นยังคงซื้อกล้วยหอมจากประเทศไทย ถึงแม้ว่ากล้วยหอมจากประเทศไทยจะไม่มีเครื่องหมาย Organic ก็ตาม คือ บริษัทฯ เน้นขายให้สหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสมาชิกของสหกรณ์รวมตัวกันเพื่อหาซื้อสินค้าที่ปลอดภัยเป็นอันดับแรก

(2) กล้วยหอมจากประเทศไทยมีราคาสูงกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์

ถึงแม้ว่าอัตราภาษีนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ไปประเทศญี่ปุ่นจะเป็นร้อยละ 0 เท่ากันก็ตาม แต่ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่งไม่เท่ากัน ซึ่งต้นทุนการขนส่งจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าต้นทุนการขนส่งจากประเทศฟิลิปปินส์ไปประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากประเทศไทยมีระยะทางที่ไกลกว่า (ระยะทางระหว่างกรุงเทพฯ กับกรุงโตเกียว คือ 4,606 กิโลเมตร ในขณะที่ระยะทางระหว่างกรุงเทพฯ กับกรุงโตเกียว คือ 2,998 กิโลเมตร : ข้อมูลจาก Map data ©2020 Google)

เหตุผลที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นบางรายเลือกสั่งจองกล้วยหอมจากประเทศไทยแทนที่จะสั่งจองกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ ผ่านทางบริษัทฯ คือ

- (1) กล้วยหอมจากประเทศไทยมีรสชาติดีกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์
- (2) ในบางครั้ง ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นสั่งจองกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์แล้ว ไม่ได้รับสินค้าทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่อยากสั่งต่อ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถปรับราคากลายหอมจากประเทศไทยได้ ถึงแม้ว่าราคากลายหอมในประเทศไทยปรับสูงขึ้นจากการขาดแคลนกล้วยหอมในประเทศไทย เนื่องจากการปรับราคาจะมีผลให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหันไปบริโภคกล้วยหอมที่ราคาถูกกว่าทันที [เนื่องจากกล้วยที่วางขายตามท้องตลาดมีอยู่เป็นจำนวนมาก : ความเห็นนักวิจัย]

ประเด็น: ช่องทางการวางจำหน่ายกล้วยหอมที่ประเทศไทยส่งออก

กล้วยหอมที่บริษัทฯ ส่งไปขายในประเทศญี่ปุ่นไม่ได้วางจำหน่ายทั่วไปตามท้องตลาด แต่จะจำหน่ายผ่านสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งโดยปกติแล้วผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะสั่งจองกล้วยเพื่อบริโภคล่วงหน้าจากสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น โดยสหกรณ์มีหน้าที่บริหารจัดการกล้วยและนำไปส่งให้ถึงมือผู้บริโภค

บริษัทฯ ทำข้อตกลงไว้กับสหกรณ์ผู้บริโภคในภูมิภาคคันไซ (นครโอซากา เกียวโต ทูโตริ (totori) และชิกะ) และภูมิภาคคันโต (กรุงโตเกียว ชิบะ ชิบะ ยามานาชิ โตชิกิ และกุนมะ) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะมาเยี่ยมเกษตรกรของบริษัทฯ ที่ประเทศไทย อีกทั้งบริษัทฯ ก็มีการส่งเกษตรกรไปเยี่ยมสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นด้วย ซึ่งสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทุกอย่าง ทั้งการพาผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมาเยี่ยมเกษตรกรไทย และการพาเกษตรกรไทยไปเยี่ยมสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเกษตรกรไทยกับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นดังกล่าวทำให้ไม่เกิดเหตุการณ์ที่บริษัทฯ จะไม่ขายกล้วยหอมให้กับสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเกษตรกรที่อยู่ในเครือข่ายของบริษัทฯ มานานจะรู้และเข้าใจความสัมพันธ์นี้ดี และจะขายผลผลิตของตนเองให้แต่เพียงสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น

ในประเทศญี่ปุ่น ผู้บริโภครายใหม่ที่เข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภค จะพิจารณาทั้งคุณภาพและราคาของกล้วยหอม กล่าวคือ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะเปรียบเทียบระหว่างการซื้อกล้วยหอมจากประเทศไทย ซึ่งมีราคาแพงกว่า กับการซื้อกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีราคาถูกกว่า เหตุผลหนึ่ง คือ สินค้าทุกรายการที่ขายผ่านสหกรณ์ผู้บริโภคจะได้รับการรับรองว่ามีคุณภาพดีจริง และข้อดีของการซื้อผ่านสหกรณ์ผู้บริโภคอีกประการหนึ่ง คือ สหกรณ์มีบริการส่งกล้วยหอมถึงบ้าน

นอกจากช่องทางสหกรณ์ผู้บริโภคแล้ว บริษัทฯ ยังส่งกล้วยหอมไปให้บริษัท อีออน (AEON) แต่ไม่ได้ส่งให้ทั้งปี เป็นการส่งตามคำสั่งซื้อ (order) ของทางบริษัท อีออน (AEON)

ในอนาคต หากประชากรญี่ปุ่นมีจำนวนลดลง การส่งออกกล้วยหอมของบริษัทฯ ย่อมได้รับผลกระทบอย่างแน่นอน [รวมถึงการส่งออกกล้วยหอมของไทยในภาพรวม : ความเห็นนักวิจัย]

ประเด็น : แหล่งที่มาของกล้วยหอมที่บริษัทฯ ส่งออก

กล้วยหอมของบริษัทฯ มาจากจังหวัดชุมพรและเพชรบุรี โดยเกษตรกรจะตั้งเป็นกลุ่มเกษตรกรเพื่อรวบรวมผลผลิต จากนั้นจึงค่อยส่งให้กับบริษัทฯ ทั้งนี้ เกษตรกรสามารถควบคุมคุณภาพผลผลิตได้ในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังไม่ดีที่สุด เนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ฝน เพราะกล้วยหอมเป็นพืชที่ไวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ บริษัทฯ สามารถควบคุมเรื่องการใส่สารเคมีต่าง ๆ ที่ใช้ในการปลูกกล้วยหอมได้ เนื่องจากบริษัทฯ มีการตรวจแปลงการผลิตของเกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ

ในประเทศไทย สหกรณ์ (ผู้ปลูกกล้วยหอม) มีอยู่เกือบทุกจังหวัด แต่มีปัญหาอยู่ที่สหกรณ์ไม่สามารถรวบรวมปริมาณผลผลิตที่เพียงพอต่อการส่งออกไปขายต่างประเทศได้ ซึ่งปกติต้องรวบรวมผลผลิตให้ได้ประมาณ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ หรือประมาณ 7-8 ตัน

แหล่งปลูกกล้วยหอมขนาดใหญ่ของประเทศไทยอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี แต่แหล่งปลูกกล้วยดังกล่าวเน้นการขายในประเทศเป็นหลัก (เนื่องจากอยู่ใกล้ตลาดไท ซึ่งมีพ่อค้าแม่ค้าเดินทางมาจากทั่วสารทิศ) และไม่สามารถปลูกกล้วยหอมปลอดสารเคมีได้ เพราะเป็นการปลูกกล้วยในพื้นที่ขนาดใหญ่ จึงไม่สามารถควบคุมเรื่องโรคได้

ประเด็น : สาเหตุที่การส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลง

หลังจาก JTEPA มีผลบังคับใช้ ทางการญี่ปุ่นได้กำหนดกระบวนการตรวจสอบเพิ่มเติม ส่งผลให้การส่งออกกล้วยหอมมีความยุ่งยากมากขึ้น (กล้วยถูกจัดรวมอยู่ในกลุ่มเดียวกับมะม่วง กระจับปี่ และหน่อไม้ฝรั่ง) การส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจึงลดลง อีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้การส่งออกกล้วยหอมลดลง คือ ตลาดกล้วยหอมภายในประเทศดีขึ้น ทำให้หลาย ๆ บริษัทหันมาค้าขายกล้วยหอมในประเทศมากขึ้น และลดการส่งออกกล้วยหอมไปขายต่างประเทศ นอกจากนี้ การขายกล้วยหอมในประเทศมีความเข้มงวดในการดูแลน้อยกว่ากรณีการส่งออกกล้วยหอมไปขายต่างประเทศ เช่น ก่อนการส่งออกกล้วยหอม เกษตรกรต้องมีการจดบันทึก ลงทะเบียนต่าง ๆ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการปลูก อีกทั้งยังต้องมีการจดบันทึกรายชื่อสมาชิกผู้รับผิดชอบในด้านต่าง ๆ ของกระบวนการปลูกกล้วย และต้องจดบันทึกทุกวัน ส่งผลให้สมาชิกที่ปลูกกล้วยหอมเพื่อการส่งออกรู้สึกยุ่งยาก

กระบวนการที่ยุ่งยากข้างต้นไม่ได้เป็นปัญหาในประเทศฟิลิปปินส์ เพราะผู้ผลิตกล้วยหอมของประเทศฟิลิปปินส์เป็นนายทุนรายใหญ่ที่มีแปลงการผลิตกล้วยเป็นของตนเอง ลงทุนผลิตเอง และส่งออกเอง ไม่ได้ใช้แปลงของเกษตรกรอย่างกรณีของประเทศไทย การดูแลแปลงการผลิตกล้วยหอมของประเทศฟิลิปปินส์ต้องใช้พนักงานที่เป็นลูกจ้างของบริษัท ดังนั้นพนักงานจึงมีความเต็มใจที่จะทำตามคำสั่งของบริษัทในการจดบันทึกต่าง ๆ ในขณะที่กรณีของประเทศไทย เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัท [แต่เป็นเจ้าของแปลงการผลิตเอง และมีทางเลือกอื่นสำหรับการขายกล้วยหอม เช่น ตลาดในประเทศ : ความเห็นนักวิจัย]

ประเด็น : ราคาและผลตอบแทน

ราคากล้วยหอมที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นในแต่ละปีและในแต่ละเดือนจะไม่เท่ากัน บริษัทฯ จะกำหนดราคาขายในทุก ๆ เดือน สำหรับสมาชิกเกษตรกรที่เต็มใจเข้าร่วมโครงการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นนั้นหมายความว่า บริษัทฯ จะประกันราคากล้วยหอมให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ

ในทางกลับกัน สำหรับเกษตรกรที่ขายกล้วยหอมภายในประเทศ ราคาจะยืดหยุ่นมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่ส่งออก ซึ่งบางครั้งราคาภายในประเทศสูงกว่าราคาส่งออกอีกด้วย ยกตัวอย่างกรณีที่พ่อค้าคนกลางเป็นคนที่รับกล้วยหอมส่งให้ร้านสะดวกซื้อ โดยทางร้านสะดวกซื้อจะกำหนดกฎหรือข้อปฏิบัติต่าง ๆ เช่น ต้องมีกล้วยหอมมาส่งตลอดระยะเวลาที่กำหนด มิเช่นนั้นจะโดนปรับหรือตัดสิทธิ์ ดังนั้นพ่อค้าคนกลางจึงยอมที่จะซื้อกล้วยหอมจากเกษตรกรในราคาที่สูงกว่าที่ตกลงกันไว้เพื่อที่จะได้มีของส่งร้านสะดวกซื้อ ส่งผลให้ราคากล้วยหอมภายในประเทศสูงกว่าราคาส่งออกของกล้วยหอม (ดูภาพที่ 3.13 ประกอบ)

บริษัทฯ มีสัญญาับเกษตรกรแต่ไม่ได้เป็นสัญญาซื้อขาย เป็นเพียงสัญญาที่ระบุว่า เกษตรกรจะเข้าร่วมโครงการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น ซึ่งเมื่อผลผลิตกล้วยหอมออกมา เกษตรกรสามารถนำผลผลิตกล้วยหอมไปขายที่ไหนก็ได้ สัญญาไม่ได้บังคับให้เกษตรกรต้องขายกล้วยหอมให้กับบริษัทฯ เท่านั้น

ในอนาคต บริษัทฯ มีแนวโน้มที่จะรวบรวมเกษตรกรเข้ามาในเครือข่ายได้มากขึ้น เพื่อที่จะได้มีผลผลิตส่งออกมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่จะตามมา คือ เกษตรกรที่มากขึ้นข้างต้นนั้นจะสามารถรวบรวมและส่งผลผลิตให้กับบริษัทฯ ได้หรือไม่ เนื่องจากในอดีตบริษัทฯ เคยมีเกษตรกรในเครือข่ายมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แต่เกษตรกรเหล่านั้นก็ล้มเลิกและออกจากโครงการฯ ไป เพราะเผชิญกับกฎกติกาต่าง ๆ ที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้

หากจะกล่าวว่าราคาไม่จูงใจพอที่จะทำให้เกษตรกรเลือกที่จะส่งออกมากกว่าขายในประเทศ หรือราคาส่งออกไม่ดีพอก็ไม่ถูกต้องทั้งหมด เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรที่ส่งออกกล้วยหอมผ่านบริษัทฯ (เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ) มีความพอใจกับราคาส่งออกที่เป็นอยู่ เพราะว่าปลูกแล้วก็ขายได้อย่างแน่นอน และขายได้ตามราคาที่กำหนดไว้ หากสามารถดูแลผลผลิตให้มีคุณภาพได้

ต้นทุนของการปลูกกล้วยหอม 1 ต้น (นับตั้งแต่เริ่มปลูกไปจนถึงตัดเครือได้) จะอยู่ที่ประมาณ 40 บาท (กลุ่มสหกรณ์ที่ปลูกกล้วยหอมในประเทศไทยเป็นผู้คำนวณ) และหากมีคุณภาพหรือมีผลผลิตที่ดี กล้วยหอม 1 เครือ จะมีน้ำหนักประมาณ 10 กิโลกรัม ซึ่งราคาส่งออกเฉลี่ยประมาณ 20 บาทต่อกิโลกรัม หรือ 200 บาทต่อเครือ [รายรับสุทธิประมาณ 160 บาทต่อต้น : คำนวณโดยนักวิจัย] ซึ่งปกติพื้นที่ 1 ไร่ จะสามารถปลูกกล้วยได้ประมาณ 400 ต้น [รายรับสุทธิประมาณ 64,000 บาทต่อไร่ : คำนวณโดยนักวิจัย]

อย่างไรก็ตาม ราคาที่สมาชิกได้รับนั้นจะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มสหกรณ์ที่ปลูกกล้วยหอมในประเทศไทย เนื่องจากแต่ละกลุ่มสหกรณ์ฯ จะมีการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน เช่น การหักค่าดูแลหรือค่าสมาชิกก่อนแบ่งค่าตอบแทนให้สมาชิก โดยปกติแล้วสมาชิกจะได้ราคาประมาณ 17-18 บาทต่อกิโลกรัม [รายรับสุทธิประมาณ 52,000-56,000 บาทต่อไร่ : คำนวณโดยนักวิจัย]

ประเด็น : ข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ

เนื่องจากบริษัทฯ ต้องอยู่ภายใต้โควตาการส่งออก และการจะขอโควตาการส่งออกได้ต้องเข้าร่วมโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ของกรมวิชาการเกษตร ที่เป็นข้อตกลงระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม ขั้นตอนหรือกระบวนการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์หรือกรมศุลกากร มีได้มีขั้นตอนใด ๆ ที่ยุ่งยาก สำหรับการขอโควตาส่งออกกล้วยหอม บริษัทฯ ดำเนินการขอกับกระทรวงพาณิชย์

สมาชิกเกษตรกรในเครือข่ายของบริษัทฯ ต่างก็อยากจะปลูกกล้วยหอมในปริมาณมากเพื่อที่จะส่งออกในปริมาณที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเกษตรกรเผชิญกับปัญหาที่ไม่คาดคิดจากสภาพอากาศ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม หน่วยงานภาครัฐก็ไม่ได้ให้ความช่วยเหลือแต่อย่างใด ยกตัวอย่างในปี พ.ศ. 2560-2561 ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมเพิ่มขึ้น เนื่องจากในช่วงปีดังกล่าวไม่มีภัยแล้ง ฝนตกอยู่ในระดับที่ดี ปริมาณผลผลิตจึงมีมาก (พ.ศ. 2560-2561, คูตารางที่ 2.5 ประกอบ) ในขณะที่ปี พ.ศ. 2562 เกิดปัญหาภัยแล้ง เกษตรกรก็พยายามที่จะปลูกกล้วยหอมให้ได้ปริมาณมากและมีคุณภาพ เกษตรกรบางคนถึงกับลงทุนขุดบ่อน้ำเพื่อใช้ในยามแล้ง แต่ก็ไม่เพียงพอ

การบรรจุหีบห่อก็เป็นอีกปัญหาหนึ่ง เนื่องจากประเทศไทยกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ ไว้ เช่น มาตรฐาน GMP สำหรับโรงคัดบรรจุ¹ และการบรรจุหีบห่อกล้วยถูกจัดไว้ในมาตรฐานเดียวกันกับมะม่วง ซึ่งการนำกล้วยหอมไปอยู่มาตรฐานเดียวกันกับมะม่วงนั้นไม่เหมาะสม เนื่องจากมะม่วงต้องผ่านการอบไอน้ำ เมื่อไปถึงประเทศญี่ปุ่นแล้วต้องรับประทานได้ทันที สำหรับการส่งออกกล้วยหอม ถึงแม้จะมีการบรรจุหีบห่อไปแล้ว แต่เมื่อไปถึงประเทศญี่ปุ่น กล้วยหอมจะต้องไปผ่านกระบวนการบ่มและการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะส่งไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

ประเด็น : วิธีการส่งออก

บริษัทฯ สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ ที่กรมวิชาการเกษตรกำหนดได้ เช่น ผลผลิตได้มาตรฐาน GMP แต่ปัญหาจะอยู่ที่การตั้งโรงคัดบรรจุที่จัดตั้งขึ้นใหม่ไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐาน GMP ได้ เนื่องจากกระบวนการขอใบรับรอง GMP ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก (โรงคัดบรรจุที่จัดตั้งขึ้นใหม่ เกษตรกรเป็นผู้จัดตั้ง)

บริษัทฯ ส่งกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นทางเรือ ไม่ได้ส่งทางเครื่องบิน ซึ่งการส่งกล้วยหอมจากท่าเรือของประเทศไทย (แหลมฉบัง) ไปท่าเรือของประเทศญี่ปุ่นใช้เวลาประมาณ 10 วัน จากนั้นต้องอยู่ในกระบวนการบรรจุและการบ่มที่ประเทศญี่ปุ่นอีกประมาณ 4 วัน โดยรวมแล้วใช้เวลาประมาณ 14 วัน ทั้งนี้ ความสุกของกล้วยหอมตอนส่งออกจากท่าเรือของประเทศไทย จะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 75-80 ซึ่งความสุก

¹ ภายใต้โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” โรงคัดบรรจุต้องผ่านการรับรองหลักปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด (Good Manufacturing Practices for Packing House of Fresh Fruits and Vegetables) ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 9035-2553

ของกล้วยหอมควบคุมค่อนข้างยาก หากควบคุมไม่ดี เช่น กล้วยหอมสุกทันทีเมื่อไปถึงประเทศ กล้วยหอมทั้งหมดก็จะไม่สามารถนำไปขายในประเทศญี่ปุ่นได้

ประเด็น : สกุลเงินที่ใช้ในการซื้อขายผลผลิต

ปกติบริษัทฯ ซื้อขายกับสหกรณ์ผู้บริโภคนในประเทศญี่ปุ่นเป็นสกุลเงินบาท กล่าวคือ สหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นการชำระค่าสินค้าด้วยการโอนเงินระหว่างประเทศ การที่สหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นยอมชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินบาท แทนที่จะเป็นสกุลเงินเยน หรือสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ นั้น เหตุผลไม่เป็นที่ทราบแน่ชัด เนื่องจากเป็นข้อตกลงที่ทำกันมานานแล้ว แต่น่าจะเป็นเหตุผลที่เกษตรกรไทยและสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อเนื่องกันมาเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นข้อดีสำหรับทั้งบริษัทฯ และเกษตรกร เพราะไม่ต้องกังวลเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน

ในช่วงที่สกุลเงินบาทแข็งค่าเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยน ทางสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นก็มีการกล่าวถึงเรื่องนี้บ้าง เนื่องจากต้องใช้สกุลเงินเยนมากขึ้นในการแลกเป็นสกุลเงินบาท แต่ไม่สามารถลดราคาที่จ่ายเป็นสกุลเงินบาทให้เกษตรกรไทยได้

ประเด็นการใช้สกุลเงินบาทในการชำระค่าสินค้านั้นสะท้อนว่า การค้าขายกับประเทศญี่ปุ่นนั้น หากตกลงกันได้แล้ว ทางประเทศญี่ปุ่นจะไม่ทอดทิ้งคู่ค้าจากประเทศไทยอย่างแน่นอน เช่น บางครั้งเมื่อเกิดภัยแล้งในประเทศไทย ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นก็ส่งเงินมาช่วยเหลือเกษตรกรไทยโดยตรง หรือสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นเปิดรับบริจาคจากสมาชิกของตนเอง เพื่อส่งเงินมาช่วยเหลือเกษตรกรไทย โดยส่งเงินผ่านทางบริษัทฯ จากนั้นบริษัทฯ จะนำไปให้เกษตรกร

ประเด็นอื่น ๆ

ประเทศฟิลิปปินส์ไม่ได้มองว่าประเทศไทยเป็นคู่แข่งของตน โดยมองข้ามไทยไปแล้ว เพราะปริมาณกล้วยจากประเทศไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นนั้นน้อยมาก อย่างไรก็ตาม หากมองในแง่ของการส่งกล้วยหอมไปให้สหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นที่รับกล้วยหอมจากประเทศไทยไปขายมีอยู่หลายแห่ง จึงนับว่า กล้วยหอมจากประเทศไทยเป็นคู่แข่งโดยตรงกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ (กลุ่มที่ขายให้สหกรณ์ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น) เนื่องจากประเทศฟิลิปปินส์ก็ได้ส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมแบบปลอดสารเคมี และใช้เกษตรกรโดยแท้ ไม่ใช่แรงงานที่ไม่ใช่เกษตรกร

กล้วยหอมที่สมาชิกเกษตรกรส่งให้บริษัทฯ จะไม่ถูกแย่งโดยความต้องการซื้อกล้วยหอมจากประเทศจีน เนื่องจากความต้องการกล้วยหอมจากประเทศจีนจะอยู่ในแถบจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีสมาชิกเกษตรกรที่อยู่ในแถบบริเวณนั้น อีกทั้งความต้องการซื้อกล้วยหอมจากประเทศจีนส่วนใหญ่จะเป็นกล้วยหอมพันธุ์คาเวนดิช (Cavendish) ในขณะที่สมาชิกเกษตรกรในเครือข่ายของบริษัทฯ ปลูกกล้วยหอมพันธุ์กรอสไมเชล (Gros Michel) ปัจจุบันนักลงทุนจากประเทศจีนส่วนใหญ่จะเข้ามาในประเทศไทยเพื่อหาที่ปลูกกล้วยหอมเอง

สำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศของประเทศไทย ที่ตั้งอยู่ในประเทศญี่ปุ่นมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการตลาด เช่น ในอดีตเมื่อมีการจัดงาน Thai festival ที่กรุงโตเกียว บริษัทฯ สามารถเข้าร่วมแสดงสินค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการเปลี่ยนไปให้ภาคเอกชนเป็นผู้จัดงาน การแสดงสินค้าของบริษัทฯ จึงไม่ได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายอีกต่อไป

บริษัทฯ ต้องขอโควตาที่จะส่งออกกล้วยหอมปีละครั้งทุกปี ซึ่งการส่งออกทุกปีจะไม่ครบกำหนดตามโควตาเนื่องจากปริมาณผลผลิตกล้วยหอมไม่เพียงพอ และโดนแย่งจากตลาดภายในประเทศ ซึ่งทางบริษัทฯ พยายามแก้ไขปัญหามาตั้งแต่ต้น เช่น การส่งเสริมให้สมาชิกเกษตรกรปลูกกล้วยหอมในสถานที่ที่มีแหล่งน้ำเพียงพอเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต

โดยสรุป อุปสรรคหลักในการส่งออก คือ ปริมาณและคุณภาพของกล้วยหอม ประเด็นอย่างอื่นมิได้เป็นปัญหาแต่อย่างใด

2. ผู้ประกอบการส่งออกในไทย รายที่ 2

กล้วยกับมะม่วงเป็นผลไม้ที่ส่งออกได้ง่าย (เมื่อเปรียบเทียบกับทุเรียนและมังคุด) เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นรู้วิธีการรับประทานกล้วยและมะม่วง ปัจจุบันบริษัทฯ เริ่มพัฒนากล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกเองในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยเริ่มตั้งแต่การดูแลพื้นที่เพาะปลูก สภาพดินที่ใช้ในการเพาะปลูก ตลอดจนถึงการขนส่งทางเรือ ปัจจุบันบริษัทฯ ส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นได้ 3-4 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อเดือน จุดเด่นสำคัญของกล้วยหอมทองที่บริษัทฯ ปลูกเพื่อส่งออก คือ เป็นกล้วยหอมที่ปลูกในพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 200 เมตร

ปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นมีความต้องการกล้วยหอมจากประเทศไทยอย่างมาก บริษัทฯ จึงตั้งใจที่จะส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นประมาณ 10-20 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อเดือน แต่ในความจริงแล้วไม่สามารถทำได้เพราะปัญหาคุณภาพกล้วยหอมไม่ได้มาตรฐานตามที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด ถึงแม้ว่าบริษัทฯ ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นที่มีความรู้ความสามารถเรื่องกล้วยหอมมาสอนเกษตรกรไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 โดยในช่วงแรกของการสอน เกษตรกรได้กล้วยหอมผลผลิตดีมาก แต่ภายหลังเกษตรกรไม่ปฏิบัติตาม เช่น เมื่อกล้วยแตกหน่อ เกษตรกรจะต้องคั่นหน่อที่แข็งแรงไว้ นอกนั้นให้ขูดย้าย เพื่อที่ต้นแม่จะได้เติบโตเต็มที่ จากนั้นต้นแม่จะมีต้นลูก ต้นหลาน ต้นเหลน (ระบบที่ญี่ปุ่นสอนไทย) แต่เกษตรกรไทยคิดว่า หน่อเดียวจะให้ผลผลิตช้าและน้อย จึงปล่อยให้ 2-3 หน่อ ส่งผลให้ต้นกล้วยแย่งอาหารกัน แดดส่องไม่ทั่วถึง จึงต้องเผชิญโรคพืช ทำให้ผลผลิตกล้วยไม่ได้คุณภาพ นั่นคือ ต้นกล้วยหนึ่งต้นออกผลเพียง 2-4 เครือ แทนที่จะออกผลได้ 7-8 เครือ และผลกล้วยยังมีขนาดเล็ก บริษัทฯ จึงสามารถส่งออกกล้วยหอมไปญี่ปุ่นได้เพียง 1 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อสัปดาห์หรือประมาณ 3-4 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อเดือน จากที่เคยส่งออกได้ 3-4 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อสัปดาห์ (supply หายไปเกือบร้อยละ 70) โดยทั่วไปในประเทศไทย กล้วยหอมจะปลูกได้ปีละ 1 รุ่นการผลิต โดย 1 รุ่นการผลิต (crop) ใช้เวลาประมาณ 10 เดือน แต่ถ้าใช้ระบบของบริษัทฯ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่น

เกษตรกรสามารถปลูกกล้วยหอมได้ถึง 3 รุ่นการผลิต ภายในระยะเวลา 2 ปี ซึ่งหากมีการวางแผนที่ดี เกษตรกรจะมีรายได้ทุกวัน

การปลูกกล้วยหอมดีกว่าการปลูกอ้อย ข้าวโพด หรือยางพารา เพราะกล้วยหอมไม่มีกำแพงส่งออก เพียงแต่จะต้องเจรจาเรื่องโควตาและหาผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำด้านการปลูกกล้วยหอม นอกจากนี้ การปลูกกล้วยหอมสามารถทำได้โดยง่าย โดยใช้ดินทราย ไม่ใช่ดินเหนียว และปลูกในพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล ไม่ต่ำกว่า 250 เมตร ไม่ต้องการลม แต่ต้องมีแหล่งน้ำ ซึ่งประเทศไทยยังมีดินดีเหลืออีกจำนวนมาก ถ้าประเทศไทยสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถปลูกกล้วยได้ 13-14 ล้านตัน แน่แน่นอนว่าจะทำให้ทั่วประเทศญี่ปุ่น รู้จักกล้วยหอมของไทยมากขึ้น ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องการส่งเสริมการปลูกกล้วย เพราะสามารถช่วยเกษตรกร ได้จำนวนมาก อีกทั้งหากเกษตรกรวางแผนแปลงปลูกให้ดี เกษตรกรจะสามารถปลูกกล้วยหอมได้ทั้งปี โดย ตัวอย่างการวางแผนที่ดี คือ เมืองดาเบาของฟิลิปปินส์ที่มีฝนตกตลอดทั้งปี เกษตรกรก็สามารถปลูกกล้วยได้ เพราะใช้น้ำฝนเป็นหลัก

การปลูกกล้วยหอมจำเป็นต้องมีผู้สนับสนุน ถึงแม้ว่าจะใช้ทุนไม่มาก แต่การปลูกครั้งแรกจะใช้ทุน จำนวนมาก เนื่องจากต้องใช้รถชุดและพรวนดิน แต่ถ้าได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของภาครัฐ ที่มี อุปกรณ์ เช่น รถชุด รถไถ ก็จะช่วยประหยัดต้นทุนมาก เพราะต้นทุนที่แพงที่สุด คือ อุปกรณ์เครื่องเจาะ เครื่อง ชุดนั่นเอง

ปัญหากล้วยหอมที่บริษัทฯ กังวลไม่ใช่เรื่องของตลาด แต่เป็นปัญหาเรื่องไม่มีเกษตรกรที่สนใจในการ ปลูกกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก และปัญหาเรื่องการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งการปลูกกล้วยต้องจذبนัก ทยละเยียดต่าง ๆ เช่น ต้องจذبให้น้ำก็โม่ ให้น้ำปริมาณเท่าใด โดยปัจจุบันยังไม่มีระบบเทคโนโลยีหรือ เครื่องมืออำนวยความสะดวกในการจذبนัก (ต้องใช้มือจذبเท่านั้น) การจะนำเทคโนโลยีข้างต้นมาใช้ บริษัทฯ คิดว่าสามารถทำได้ แต่ต้องหาเทคโนโลยีที่ได้มาตรฐานมาใช้ บริษัทฯ จึงเริ่มพัฒนาการส่งออกกล้วยหอม โดย เริ่มตั้งแต่การดูแลพื้นที่เพาะปลูก ดิน จนถึงการขนส่งทางเรือ ปัจจุบันบริษัทฯ ส่งออกกล้วยหอมทองไปญี่ปุ่น ได้ 2 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อเดือน

3. ผู้ประกอบการส่งออกในไทย รายที่ 3

โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” กำหนดให้ผู้ส่งออกต้องมาขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร และรายชื่อต้องได้รับการอนุมัติจากกระทรวง สาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น ภายใต้โครงการนี้ ผู้ส่งออกสามารถควบคุม การผลิตเพื่อให้เกษตรกรใช้สารเคมีในปริมาณที่เหมาะสม ซึ่งทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทย เข้มงวดกับมาตรการนี้มาก

7.1.2 บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในญี่ปุ่น

ส่วนนี้นำเสนอบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในญี่ปุ่น 4 ราย และผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น 1 ราย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น รายที่ 1

กล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ได้ขายแพงกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งราคาขายกล้วยหอมจากประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 198 เยน หรือ 200 เยน ตัน ๆ ต่อ 1 บรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีกล้วยหอม 3-4 ลูก ทั้งนี้กล้วยหอมจากประเทศไทยควรจะเจาะตลาดระดับกลาง เพราะตลาดระดับล่างจะมีกล้วยหอมที่ขายในราคาบรรจุภัณฑ์ละ 100 เยน

ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่บริโภคกล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ใช่เพราะว่าไม่รู้จัก แต่เป็นเพราะว่ากล้วยหอมจากประเทศไทยไม่มีวางจำหน่าย แต่ถ้ามีการวางจำหน่ายผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นก็จะซื้อและชื่นชอบมาก โดยเฉพาะกล้วยหอมเขียวและกล้วยหอมทอง คำกล่าวที่ว่า “คนญี่ปุ่นไม่เปลี่ยนแบรนด์ในการรับประทานกล้วยหอม” [คนญี่ปุ่นบริโภคกล้วยหอมจากประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว โดยไม่เปลี่ยนไปบริโภคกล้วยจากประเทศอื่น : นักวิจัย] ไม่เป็นความจริงแต่อย่างใด เพราะกล้วยหอมที่บริษัทฯ นำเข้ามาขายในประเทศญี่ปุ่นขายได้หมด และไม่เพียงพอต่อความต้องการ

บริษัทฯ มีสัญญาในการส่งกล้วยหอมทองให้กับ Beisia SUPER CENTER โดย Beisia SUPER CENTER ในนครโอซากาเริ่มมีกล้วยหอมทองจากประเทศไทยวางจำหน่าย แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ปัจจุบันกล้วยหอมทองที่ส่งมาประเทศญี่ปุ่นมีประมาณสัปดาห์ละ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ หรือประมาณเดือนละ 3-4 ตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งนี้ เกือบทุกอุปสรรคของการนำกล้วยหอมเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น มาจากด้านประเทศไทย

หากเป็นกล้วยน้ำว้า บริษัทฯ จะนำเข้าโดยการส่งทางเครื่องบิน เพราะต้องการระยะเวลาที่เร็ว ไม่เช่นนั้นกล้วยจะสุก ซึ่งการส่งทางเครื่องบินจะไม่สามารถขอโควตาภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ได้ บริษัทฯ จึงยอมเสียภาษีนำเข้าร้อยละ 20 ทั้งนี้ การนำเข้ากล้วยหอมทองโดยการส่งทางเครื่องบินจะไม่คุ้มค่า

2. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น รายที่ 2

การดำเนินการด้านเอกสารการส่งออกของประเทศไทยมีขั้นตอนมากมาย และการอนุมัติมักจะล่าช้า ในบางครั้งเอกสารจะมาถึงบริษัทฯ หลังจากทีกล้วยหอมถูกส่งมาถึงท่าเรือที่ประเทศญี่ปุ่นแล้ว

กล้วยหอมที่นำเข้าจากประเทศไทยจะต้องมีสีเขียว (ยังไม่สุก) เมื่อมาถึงประเทศญี่ปุ่น จากนั้นจะถูกบ่มในโรงบ่มที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเทคนิคการบรรจุกล้วยหอมในถุง การจัดเรียงกล้วยในทึบ (กล่องกระดาษ) และการเจาะรูของทึบ มีผลต่อลมที่จะสัมผัสผลกล้วยหอมระหว่างการบ่ม ทั้งนี้ การบ่มกล้วยหอมจะใช้เวลา 2 วัน

3. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น รายที่ 3

บริษัทฯ ไม่ทราบว่า ประเทศไทยส่งออกกล้วยหอม โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 ท่าน ไม่ทราบว่ามียกกล้วยหอมที่นำเข้าจากประเทศไทยวางจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ทราบแต่เพียงกล้วยหอมที่นำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม กล้วยหอมที่นำเข้ามาจะต้องทำการบ่มก่อน ซึ่งบริษัทฯ ไม่มีผู้ในการบ่มกล้วยหอม ทั้งนี้ หากประเทศไทยเพิ่มปริมาณการส่งออกกล้วยหอมและสามารถส่งออกได้ตลอดทั้งปีในอนาคต บริษัทฯ อาจจะพิจารณาการนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศไทย โดยจะต้องสำรวจความต้องการของฐานลูกค้าก่อน

4. ผู้ประกอบการนำเข้าในประเทศญี่ปุ่น รายที่ 4

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 ท่าน ไม่ทราบว่ามียกกล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทยมาวางจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากบริษัทฯ นำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยเพียงอย่างเดียว [หมายเหตุ : นักวิจัยจึงได้มอบกล้วยหอมจากประเทศไทยที่ซื้อมาจาก Beisia SUPER CENTER ให้แก่ผู้สัมภาษณ์ทั้ง 2 ท่าน]

5. ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นรายหนึ่งบริโภคกล้วยหอมทองจากประเทศไทยเพราะว่ามีรสชาติดี ในขณะที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่ได้ลองรับประทานกล้วยหอมทองจากประเทศไทยเป็นครั้งแรกก็ชื่นชอบเช่นกัน

7.1.3 บทสัมภาษณ์หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง

ส่วนนี้นำเสนอบทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง 3 แห่ง ดังนี้

1. กรมวิชาการเกษตร

ผู้ที่ส่งออกกล้วยหอมจะอยู่ภายใต้การตรวจสอบโรคจากกล้วยเพื่อส่งออกประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากโรคจากกล้วยจะช่วยให้เรื่องของการลดภาษี และที่สำคัญจะไม่โดนกักตรวจ เพราะกรมวิชาการเกษตรได้ทำข้อตกลงไว้กับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health Labor and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น โดยปริมาณโรคจากกล้วยปลอดภาษีที่ประเทศไทยได้รับจากประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2562 คือ 8,000 ตันต่อปี อย่างไรก็ตาม ปริมาณส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นอยู่ที่ประมาณ 2,000 ตันต่อปี เท่านั้น ซึ่งน้อยกว่าโรคที่ได้รับการจัดสรรอยู่มาก ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้การส่งออกกล้วยน้อยกว่าโรคที่ได้รับการจัดสรรมีหลายประการ ได้แก่

- (1) ปัจจัยในเรื่องคุณภาพของกล้วยหอม เนื่องจากทางการญี่ปุ่นได้กำหนดมาตรฐานของกล้วยหอมไว้ เช่น ขนาดของกล้วยหอม
- (2) ปัจจัยสภาพอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ในปี พ.ศ. 2561 เกิดพายุที่ภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งปลูกกล้วย ส่งผลให้ปริมาณกล้วยหอมที่ออกสู่ตลาดมีน้อยและไม่ได้คุณภาพ

- (3) ปัจจัยตลาดภายนอกที่เป็นแหล่งรองรับกล้วยหอมและมีมาตรฐานการนำเข้ากล้วยหอมเข้มงวดน้อยกว่าประเทศญี่ปุ่น เช่น การส่งออกกล้วยหอมไปประเทศจีน ซึ่งมีมาตรฐานการนำเข้าที่เข้มงวดน้อยกว่าของประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าราคาส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงกว่าประเทศอื่น ๆ แต่ต้นทุนและความยากลำบากมีมากกว่ากรณีที่ส่งออกไปประเทศอื่น ๆ

เหตุผลหนึ่งที่มีการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นน้อยลง คือ การบริโภคกล้วยหอมภายในประเทศสูงขึ้น นอกจากนี้ การผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศง่ายกว่าการผลิตเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ เช่น การที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นนั้น เกษตรกรต้องดำเนินการ 4-5 กระบวนการ ซึ่งเกษตรกรอาจไม่ยินดีที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหรือข้อกำหนดข้างต้นอย่างเคร่งครัด ถึงแม้ว่าราคาส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงกว่า แต่การปฏิบัติตามกฎหรือข้อกำหนดเพื่อให้ได้มาตรฐานนั้นค่อนข้างยุ่งยาก ดังนั้นเกษตรกรส่วนหนึ่งจึงหันมาผลิตและขายภายในประเทศแทน

สำหรับการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยไม่ได้เป็นผู้ส่งออกอันดับต้น ๆ เหมือนประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งนักธุรกิจชาวญี่ปุ่นเข้าไปลงทุนผลิตกล้วยหอมในประเทศฟิลิปปินส์ และส่งกล้วยหอมเข้าไปขายในประเทศของตนเอง แต่เกษตรกรไทยสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานของประเทศญี่ปุ่นได้เช่นเดียวกันกับผู้ส่งออกของประเทศฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม เกษตรกรไทยมีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตที่หลากหลาย เช่น การจำหน่ายภายในประเทศ การส่งออกไปขายที่ประเทศจีน

สำหรับการจัดสรรโควตาเพื่อการส่งออกกล้วยสดในปี พ.ศ. 2563 (วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2563 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2564) กรมวิชาการเกษตรคาดว่า ปริมาณการส่งออกกล้วยจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากในปี พ.ศ. 2562 มีบริษัทที่ได้รับการอนุมัติให้ส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มเติมอีก 3 บริษัท (รวมทั้งหมดเป็น 7 บริษัท) ซึ่ง 2 ใน 3 ของบริษัทที่ได้รับการอนุมัติเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่น่าจะส่งออกกล้วยเป็นหลักพันตันต่อปี² โดยปกติ กรมวิชาการเกษตรจะจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสดและประกาศประมาณเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2563 จากนั้นกรมการค้าต่างประเทศจะประกาศการรับรองสิทธิในการยกเว้นภาษีสินค้าที่มีโควตาส่งออกประมาณเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2563

อุปสรรคในการส่งออกกล้วยไปประเทศญี่ปุ่น เช่น การเก็บเกี่ยวกล้วยให้ได้มาตรฐานก่อนที่จะส่งออก เพราะกล้วยที่ส่งไปถึงญี่ปุ่น (การขนส่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้เรือ) นั้นยังต้องมีสีเขียวอยู่ ไม่มีสีเหลือง แต่บางครั้งตู้คอนเทนเนอร์บรรทุกกล้วยมีปัญหา ทำให้ไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิได้ กล้วยหอมจึงสุกก่อนจะถึงประเทศญี่ปุ่น และท้ายที่สุดกล้วยหอมในตู้คอนเทนเนอร์ที่มีปัญหาก็จะถูกปฏิเสธไม่ให้เข้าประเทศญี่ปุ่น

² การส่งออกกล้วยในปี พ.ศ. 2562 เป็นการจัดสรรโควตาสำหรับการส่งออกกล้วยในช่วงวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งบริษัทที่ได้รับการจัดสรรโควตามี 4 บริษัท ตามรายละเอียดในหัวข้อที่ 3.3.2 การส่งออกกล้วยสดไปประเทศญี่ปุ่น

2. สำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์และเอกวาดอร์เป็นหลัก ซึ่งราคาถูกกว่ากล้วยหอมจากประเทศไทยมาก โดยกล้วย 1 บรรจุภัณฑ์ มี 3-4 ลูก ราคา 198 เยน แต่กล้วยหอมจากประเทศไทยแพงกว่า 100 เยน หรือ 2 เท่าตัว หรือ 1 บรรจุภัณฑ์ อาจจะมี 1-2 ลูก หรือ 1 บรรจุภัณฑ์ มีจำนวนลูกเท่ากัน แต่ขนาดสั้นกว่า ดังนั้นความต้องการบริโภคกล้วยหอมจากประเทศไทยจึงมีน้อย เพราะราคากว้างกล้วยหอมจากประเทศไทยไทยสู้ไม่ได้ ถึงแม้ว่ารสชาติจะดีกว่า โดยภาพรวมความต้องการบริโภคกล้วยหอมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีมากและมีตลอดทั้งปี แต่กล้วยหอมของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันไม่มากนัก ดังนั้น ราคาจึงเป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นใช้ในการตัดสินใจเลือกบริโภคกล้วยหอม

สำหรับประเทศเอกวาดอร์ นักลงทุนชาวญี่ปุ่นเข้าไปลงทุนทำสวนกล้วยหอม แล้วให้ชาวเอกวาดอร์ดำเนินการปลูกกล้วยหอม ดังนั้นถ้าประเทศญี่ปุ่นสั่งซื้อกล้วยหอม 1 ล้านหวี ก็จะได้กล้วยหอม 1 ล้านหวี นั่นคือมีความแน่นอนว่าจะได้รับตามจำนวนที่สั่งซื้อ แต่นักลงทุนชาวญี่ปุ่นจะไม่เสี่ยงมาลงทุนที่ประเทศไทยเพราะค่าแรงสูง

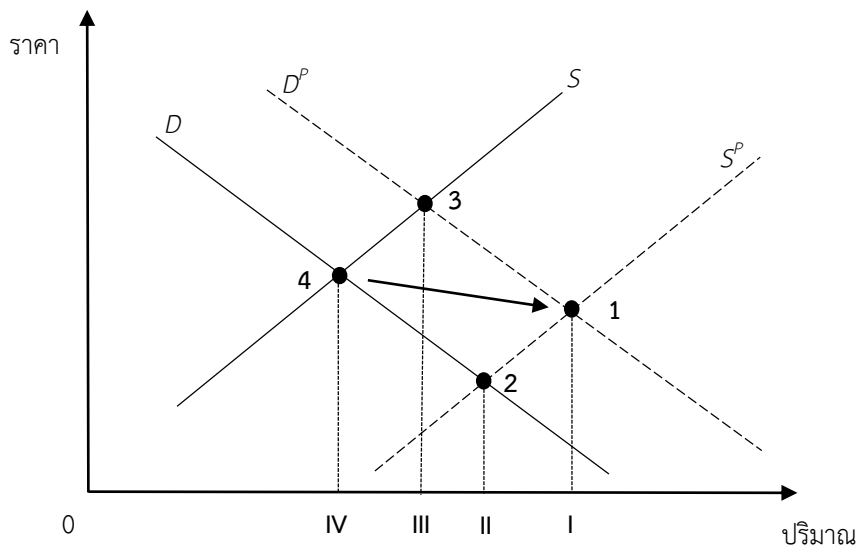
3. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ปัจจุบันผู้ส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยใช้ผู้เชี่ยวชาญจากประเทศฟิลิปปินส์มาช่วยดูแลการปลูกกล้วยหอม โดยเริ่มต้นแบบนี้ที่จังหวัดตาก ซึ่งคล้ายกับต้นแบบที่บริษัท Dole (Dole Philippines, Inc.) จากสหรัฐอเมริกาเข้าไปทำไร่กล้วยหอมที่ประเทศฟิลิปปินส์

7.2 บทวิเคราะห์ตลาดกล้วยหอมนำเข้าในประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์การผลิต การค้า การส่งออกกล้วยของประเทศไทยไปตลาดโลก การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และการนำเข้ากล้วยของญี่ปุ่น รวมทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้ากล้วยของญี่ปุ่น พบว่าปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยยังน้อยกว่าปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ (actual exports น้อยกว่า potential exports) หรือจุดดุลยภาพที่เกิดขึ้น คือ จุดที่ 4 ดังแสดงในภาพที่ 7.1

ภาพที่ 7.1 จุดดุลยภาพในตลาดกล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น



ณ จุดดุลยภาพจุดที่ 4 อุปสงค์จริง (actual demand) เท่ากับอุปทานจริง (actual supply) ปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (IV) น้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) ซึ่งอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เท่ากับอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) การที่ปริมาณดุลยภาพที่เกิดขึ้นจริงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกพิจารณาปัญหาได้ 2 ส่วน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อกกล้วยหอมน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อกกล้วยหอม โดยระยะห่าง I-II สะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem) ซึ่งมีสาเหตุจาก

- 1) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นคุ้นเคยกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ เนื่องจากหาซื้อรับประทานได้สะดวก และกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ก็มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 70 มายาวนานกว่า 30 ปี นอกจากนี้ กล้วยหอมจากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหรือผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นไม่ทราบว่ามีการนำกล้วยหอมจากประเทศไทยเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าจะมีการนำเข้าก็ยังอยู่ในวงจำกัด เช่น กลุ่มสหกรณ์ผู้บริโภค และ Beisia SUPER CENTER จึงทำให้ความตื่นตัวที่จะเสาะแสวงหากล้วยหอมจากประเทศไทยมาบริโภคมีน้อย
- 3) กล้วยหอมที่วางจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นมีความหลากหลายมาก เช่น กล้วยออร์แกนิกจากประเทศเปรู กล้วยหวานแบบพรีเมียมจากประเทศฟิลิปปินส์ที่นำความเผื่อนของกล้วยออกไป

และกล้วยหวานสดขึ้นน้ำตาลน้อยกว่าประเทศฟิลิปปินส์ ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีทางเลือกมาก ซึ่งสะท้อนว่า ระดับการกีดกันการเข้าสู่ตลาด (barrier to entry) ของกล้วยหอมจากประเทศไทยค่อนข้างสูง

(2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของกล้วยหอมน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของกล้วยหอม โดยระยะห่าง II-IV สะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) ซึ่งมีสาเหตุจาก

- 1) คุณภาพผลผลิตกล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ได้ตามมาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด เพื่อให้ได้ผลผลิตตามมาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด เกษตรกรจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการทางการเพาะปลูกอย่างเคร่งครัด
- 2) ความต้องการบริโภคกล้วยหอมภายในประเทศหรือตลาดต่างประเทศอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณกล้วยหอมที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นลดลง
- 3) ในบางช่วงเวลาราคาส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปตลาดโลกใกล้เคียงหรือสูงกว่าราคากล้วยหอมที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (ภาพที่ 3.13) เกษตรกรจึงสนใจปลูกกล้วยหอมเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นไม่มากนัก
- 4) เอกสารด้านการส่งออกของประเทศไทยมีขั้นตอนมากเกินไป รวมทั้งการอนุมัติที่มีความล่าช้า

(3) การวิเคราะห์ดุลยภาพ

จุดดุลยภาพในตลาดกล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น เป็นจุดที่ 4 ดังแสดงในภาพที่ 7.1 ซึ่งปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (IV) ยังคงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ที่จุดที่ 1 (I) โดยมีสาเหตุจาก

- 1) อุปสงค์จริง (actual demand) น้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ซึ่งสะท้อนปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem)
- 2) อุปทานจริง (actual supply) น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ซึ่งสะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency)

มาตรการเพื่อสนับสนุนการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจึงแยกพิจารณาได้เป็นมาตรการด้านอุปสงค์และมาตรการด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

มาตรการด้านอุปสงค์

มาตรการด้านอุปสงค์จากทางหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สามารถช่วยทำการตลาด โดยการดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์

กล้วยหอมของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งสามารถดำเนินการในช่วงเวลาที่ญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์จะส่งผลกระทบในวงกว้างเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ และที่สำคัญการดำเนินการนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรด้านที่ 4 ของกระทรวงพาณิชย์³

การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์สามารถทำได้โดย

- (1) โฆษณาในระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองใหญ่ เช่น กรุงโตเกียว นครโอซากา ทั้งนี้กรมการค้าระหว่างประเทศเคยดำเนินการประชาสัมพันธ์เรียนรู้จากประเทศไทยโดยการติดภาพโฆษณาที่รถราง (tram) ในฮ่องกง ตามตัวอย่างภาพด้านล่าง



ที่มา : ผู้วิจัย

- (2) โฆษณาโดยใช้ผู้ที่เป็นที่รู้จักหรือผู้มีอิทธิพลสื่อบนสื่อสังคมออนไลน์ (influencer) ในประเทศญี่ปุ่น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท ซุมิฟรุ (Sumifru) ทำการตลาดกล้วยคั่นจิกูโกลด์พรีเมียมที่มีรสชาติโดดเด่นโดยใช้ นักร้องชื่อดัง แก็กต์ (Gackt ชื่อจริงคือ Gakuto Oshiro) และนักเขียนอักษรวิจิตร (calligraphy) ชื่อดัง เรียว ฟูกะ (Ryo Fuka) เพื่อเน้นภาพลักษณ์กล้วยคุณภาพพรีเมียมที่มีรสชาติแตกต่างจากกล้วยตามท้องตลาด ตามตัวอย่างภาพด้านล่าง

ภาพด้านซ้ายคือกล้วยคั่นจิกู และภาพด้านขวาคือกล้วยตามท้องตลาด



ที่มา : สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.sumifru.co.jp/line_up/gold-premium/

³ รายละเอียดยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรอภิปรายไว้ในหัวข้อ 2.5.3

นักร้องชื่อดัง แก็กต์ (Gackt)



ที่มา : สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.sumifru.co.jp/line_up/gold-premium/

นักเขียนอักษรวิจิตร (calligraphy) ชื่อดัง เรียว ฟูกะ (Ryo Fuka)



ที่มา : สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 จาก https://www.sumifru.co.jp/line_up/gold-premium/

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยเพิ่มอุปสงค์ต่อกล้วยหอมจากประเทศไทย ซึ่งจะทำให้เส้นอุปสงค์จริง (D) เลื่อนไปทางขวาเข้าใกล้เส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (D^p) มากขึ้น นั่นคือ ระยะห่าง $I-II$ ลดลง

มาตรการด้านอุปทาน

หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สามารถให้ความรู้แก่เกษตรกรในการปลูกกล้วยหอมที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ เป้าหมาย คือ (1) เพื่อเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร และ (2) เพื่อยกระดับคุณภาพกล้วยหอมจากประเทศไทยสำหรับการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ว่า เกษตรกรสามารถเพิ่มรายได้ประมาณร้อยละ 50 จากการผลิตกล้วยที่มีคุณภาพได้ 3 รุ่นการผลิต (crop) ภายใน 2 ปี (จากเดิมเพียง 2 รุ่นการผลิต ใน 2 ปี) หากดำเนินการตามวิธีการของผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่น เส้นอุปทานจริง (S) เลื่อนไปทางขวาเข้าใกล้เส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (S^p) มากขึ้น นั่นคือระยะห่าง II-IV ลดลง

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยควรพิจารณาการดำเนินการนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดอุปสรรคและเพื่อสนับสนุนทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาแรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ (demand-driven access problem) และปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) การดำเนินการต่าง ๆ จะช่วยให้ดุลยภาพจุดที่ 4 เคลื่อนเข้าใกล้จุดดุลยภาพจุดที่ 1 มากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 7.1 กล่าวคือ ปริมาณดุลยภาพ (IV) ก็จะเคลื่อนเข้าใกล้ปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ (I) มากขึ้น นั่นคือ ประเทศไทยจะสามารถส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้นนั่นเอง

7.3 ผลการสำรวจภาคสนาม : กล้วยหอม

จากการลงพื้นที่สำรวจร้านค้าในนครโอซากา เมืองเกียวโต เมืองไซตามะ และกรุงโตเกียว เพื่อศึกษาการวางจำหน่ายกล้วยหอมทอง นักวิจัยพบว่า กล้วยหอมที่วางจำหน่ายมีหลายประเภท เช่น กล้วยที่ปลุกบนที่ราบสูง กล้วยที่เอารสเผื่อนอก และกล้วยหวานสดขึ้นแบบน้ำตาลน้อย และมีแหล่งที่มาจากหลายประเทศเช่นกัน ซึ่งนักวิจัยพบแหล่งที่มา 8 ประเทศ ได้แก่ประเทศฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ เปรู เม็กซิโก เวียดนาม ไทย โคลัมเบีย ไต้หวัน และญี่ปุ่น รายละเอียดของกล้วยหอมที่วางจำหน่าย มีดังนี้

(1) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์



แบรนด์ Stick Banana ปลุกบนที่ราบสูง



แบรนด์ Sumifru ราชากล้วย (Banana's King) ปลุกบนพื้นที่ราบสูงในประเทศฟิลิปปินส์ ได้รับรางวัลเหรียญทอง เขียนกำกับว่า : ทานกล้วยแทนอาหารเช้าเพราะกล้วยเป็นผลไม้ที่มีสารอาหารสูง



กล้วยอร่อยแบบพรีเมียมใช้วิธีเอาความเผื่อนของกล้วยออก



กล้วยปลูกบนที่ราบสูงกว่าระดับน้ำทะเลมากกว่า 800 เมตร และใช้เวลาในการปลูกมากกว่า 1 ปี



แบรนด์ Star Select กล้วยจากสวนจาก เกษะมินดาเนา ประเทศฟิลิปปินส์ โดยได้รับการดูแลและมี แดดส่องดี



แบรนด์ Dole ปลูกบนที่ราบสูงในประเทศฟิลิปปินส์ อร่อยและได้รับความนิยมมากกว่า 10 ปี



เขียนกำกับว่า : ทานแทนอาหารเข้าได้พลังงานครบถ้วน



แบรนด์ Sweetio ของ Dole ปลุกแบบค่อย ๆ โต บนที่ราบสูง



กล้วยหวีสีทองของแบรนด์ Unifrutti ปลุกบนที่สูงค่อย ๆ โต ข้า ๆ รสสัมผัสแต่ละลูกจะหวานนุ่มชุ่ม



แบรนด์ Dole กล้วยที่ลูกค้าถามถึงหวานแบบสดชื่น น้ำตาลน้อย



กล้วย Baby Sweet ของ Dole ปลูกบนที่สูง มีความหวานอัดแน่น



กล้วย Top Value (แบรนด์ของอโณน)



แบรนด์ Delicious Banana เด็กทานได้ ผู้ใหญ่ทานดี หวานมาก เอาไปปั่นทำมิลค์เชคจะอร่อยสุด ๆ



แบรนด์ Delicious Banana รสชาติที่สืบทอดกันมากกว่า 30 ปี ปลุกบนพื้นที่สูง แดดดีค่อย ๆ โตทีละนิดจึงได้กล้วยที่อร่อย ผลงานที่ใส่ใจจากผู้ผลิต



กล้วยออร์แกนิกปลุกบนพื้นที่สูง ซึ่งเมื่อก่อนไม่สามารถปลูกได้ ใช้เวลานานกว่า 10 ปี ในการพัฒนาเพื่อให้ได้กล้วยที่อร่อยและปลอดภัย



แบรนด์ Unifrutti กล้วยที่เลือกสรรอย่างพิเศษ



แบรนด์ Premium Rich



แบรนด์ Sun Fruits ปลุกบนพื้นที่สูงในประเทศฟิลิปปินส์ที่มีความต่างของอากาศหนาวและร้อน ใช้เวลาในการบ่มนานกว่าปกติ 2 เท่า จึงได้กล้วยที่ครีมมี่และหวาน



กล้วยพรีเมียมคัดเลือกอย่างดีจากตลาดผลไม้เพราะเราใส่ใจสุขภาพของคุณ



แบรนด์ Star Select



แบรนด์ Sun Premium ปลุกโดยเทพแห่งกล้วยโคมียะ มาสุฮิโระ ผู้ที่ย้ายไปอยู่ประเทศฟิลิปปินส์เพื่อปลุกกล้วย



แบรนด์ Unifrutti กล้วยทำให้คนยิ้มได้ กล้วยใจดี

(2) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศเอกวาดอร์



กล้วยออร์แกนิก จากร้าน Kimura Fruit รสหวานและเข้มข้น



หวานแบบทานง่าย จากร้าน Kimura Fruit



กล้วยสวน Tawabe



กล้วย Premium Sweet



กล้วยแบบบ่มสุกคาหิ กล้วยที่อยากจะทานแล้วทานอีก ดึงเอาความเผื่อนของกล้วยออก เหลือแต่ความหวานและความหอมของกล้วย



แบรนด์ Dole



กล้วย Pepita ความอุดมสมบูรณ์บนเส้นศูนย์สูตร



แบรนด์ Sumifru กล้วยที่อร่อยเลือกสรรมาอย่างดี ปลูกโดยวิธีการควบคุม มียอดจำหน่ายเป็นอันดับหนึ่ง 2 ปีซ้อน



แบรนด์ Favorita



ปลูกบนตำแหน่งเส้นศูนย์สูตร ซึ่งมีความแตกต่างของอากาศระหว่างวันสูง และมีผลกระทบจากกระแสน้ำ Humboldt ปัจจุบันสภาพเหมาะสำหรับการปลูกกล้วย อีกทั้งได้รับน้ำที่อุดมสมบูรณ์จากเทือกเขาอันดี จึงทำให้กล้วยมีรสกลิ่นที่มีคุณภาพสูง

(3) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศเปรู



กล้วยฮอร์แกนิก



กล้วยฮอร์แกนิก ปลูกโดยวิธีฮอร์แกนิกในสภาพแบบทะเลทราย ไม่ใช่ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลง



แบรนด์ Natural Hero เป็นกล้วยออร์แกนิก



Inka Banana กล้วยออร์แกนิก

(4) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศเม็กซิโก



รสชาติเข้มข้นคัสสรรโดยผู้ชำนาญด้านกล้วย



กล้วยออร์แกนิก ล้างทำความสะอาดด้วยน้ำจากใต้ดิน

(5) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศเวียดนาม



แบรนด์ Sunnyside ของ Fohla หวานแบบสดชื่น



แบรนด์ Fohla มีลักษณะพิเศษ คือ หวานแบบสดชื่นและครีมมี่ เหมาะสำหรับทานสดหรือเอาไปทำขนมและเครื่องดื่มได้

(6) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทย





กล้วยหอมทองปลูกบนที่สูงพรีเมียมจากประเทศไทย กล้วยที่มีเหลืออยู่น้อย กล้วยที่เกือบจะสุญพันธุ์ไปแล้ว กล้วยหอมทองจำนวนจำกัดหากเปรียบเทียบกับกล้วยหอมเขียวที่แพร่หลายในประเทศญี่ปุ่นแล้ว กล้วยหอมทองจะมีเปลือกที่บางกว่าและขนาดลูกใหญ่กว่า อีกทั้งมีกลิ่นหอมมากกว่า ดังนั้นจึงเหมาะสำหรับเอาไปทำขนม

ฉลาก : เหตุผลที่เป็นพรีเมียม ความหวานแบบผู้ดี กลิ่นหอมแบบละมุน ปลูกจำนวนจำกัด

(7) กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศโคลัมเบีย



กล้วยลูกแรกสำหรับทารกแรกเกิด ปลอดภัย



กล้วยแห่งความสุขยามเช้า

(8) กล้วยหอมนำเข้าจากไต้หวัน



(9) กล้วยหอมของประเทศญี่ปุ่น



เทพแห่งกล้วยจากจังหวัดคาโกชิม่า กล้วยญี่ปุ่นปลูกแบบปลอดสาร ปลอดภัย ไร้กังวล รดน้ำด้วยน้ำที่เต็มไปด้วยเกลือแร่ ทำให้ได้กล้วยที่มีความเข้มข้น ทานแล้วจะรู้ถึงความแตกต่าง มีวางจำหน่ายจำนวนจำกัด จากร้าน Kimura Fruit

นอกจากกล้วยสดที่วางจำหน่ายแล้วแล้ว นักวิจัยพบผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย เป็นกล้วยอบแห้ง ที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต ตามรูปดังนี้



ทั้งนี้ ผู้ประกอบการได้มอบภาพการบ่มกล้วยเมื่อมาถึงประเทศญี่ปุ่น ดังนี้

(1) กล้วยหอมในกล่องก่อนการบ่ม



(2) การจัดเรียงกล่องบรรจุกล้วยหอมเพื่อทำการบ่ม



(3) ห้องปมกล้วยหอม



บทที่ 8

ผลการศึกษาการส่งออก

ทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

บทนี้อภิปรายผลการศึกษาศาสนามของการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นการสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ถัดมาเป็นบทวิเคราะห์ตลาดทุเรียนและมังคุดในประเทศญี่ปุ่น

8.1 ผลการศึกษาศาสนามของการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

8.1.1 บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

หัวข้อนี้สังเคราะห์บทสัมภาษณ์ที่นักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียนทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร และสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา ผลการศึกษาคือการนำเสนอบทสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย 3 ราย ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่น 2 ราย (1 ราย ที่นครโอซากาและ 1 ราย ที่กรุงโตเกียว)

(1) บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในประเทศไทย

ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) ช่วยให้การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การส่งออกทุเรียนนั้นยากกว่าการส่งออกกล้วยกับมะม่วง กล่าวคือ ถึงแม้ว่าทุเรียนไม่ต้องอบไอน้ำก่อนการส่งออก เพราะไม่ได้ถูกจัดให้เป็นผลไม้ที่อยู่ในโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” แต่ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ยากต่อการบริโภค เช่น ความยากลำบากในการปอกเปลือก ดังนั้นการส่งออกทุเรียนจึงควรมีกระบวนการพัฒนาสินค้าเพิ่มเติม เช่น ลักษณะที่พร้อมรับประทาน (ready to eat) และการติดฉลากบนบรรจุภัณฑ์ (packaging) เพื่อให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นทราบวิธีการรับประทาน และทราบคุณประโยชน์ของทุเรียน

อย่างไรก็ตาม การส่งออกทุเรียนมีข้อกั่วงวลหลักอยู่ 2 ประการ นั่นคือ 1) สารเคมีตกค้าง ซึ่งเป็นเรื่องที่ควบคุมได้ยาก และ 2) หนอนที่อยู่ในเม็ดทุเรียน ซึ่งเป็นเรื่องที่จัดการลำบาก ทั้งนี้ หากมีการตรวจพบสารเคมีตกค้างหรือหนอนในเม็ดทุเรียน ทางญี่ปุ่นก็จะเผาหรือส่งทุเรียนทั้งหมดนั้นกลับประเทศไทย

นอกจากนี้ ราคาก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหันมาสนใจบริโภคทุเรียน หากทุเรียนมีราคาแพงเกินไป ผู้นำเข้าญี่ปุ่นก็จะไม่นำเข้า นั่นคือ ไม่ใช่ประเทศญี่ปุ่นจะนำเข้าทุเรียนทุราคา ซึ่งต่างจาก

การนำเข้าทุเรียนของประเทศไทย เพราะตลาดจีนซื้อทุเรียนในปริมาณมากและให้ราคาดี และที่สำคัญผู้บริโภคชาวจีนเน้นผลไม้ที่มีความสวยงาม แม้ว่าจะใส่สารเคมีมากก็ตาม จากการที่ตลาดจีนสั่งซื้อทุเรียนในปริมาณมากกว่าตลาดญี่ปุ่น เกษตรกรจึงมีความต้องการที่จะจำหน่ายทุเรียนให้แก่ผู้ที่จะส่งออกไปยังประเทศจีนมากกว่าผู้ที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความต้องการซื้อทุเรียนจากประเทศญี่ปุ่นมีน้อยและไม่สม่ำเสมอ ซึ่งปัจจุบันมีประมาณ 400 ลูกต่อปี

(2) บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในประเทศญี่ปุ่น

การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง ภายหลังจากที่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ซึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจากราคาทุเรียนที่เพิ่มสูงขึ้น ในอดีตทุเรียนพันธุ์หมอนทองราคาสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 50-60 บาทต่อกิโลกรัม แต่ปัจจุบันราคาเพิ่มสูงขึ้นเป็นมากกว่า 100 บาทต่อกิโลกรัม ผู้ส่งออกไทยจึงมุ่งส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน เนื่องจากได้ราคาสูง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะมีทุเรียนวางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น แต่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นยังคงไม่ชอบกลิ่นของทุเรียน ทำให้เมื่อซื้อทุเรียนไปทั้งลูกแล้วรับประทานไม่หมดโดยรวมแล้ว ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นยังไม่ค่อยถูกจริตกับทุเรียน จึงไม่ค่อยซื้อทุเรียนมารับประทาน ทุเรียนที่นำเข้าจากประเทศไทยส่วนใหญ่จึงถูกจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคจากประเทศอื่น เช่น ประเทศจีน เวียดนาม มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ อีกเหตุผลหนึ่งที่ประเทศญี่ปุ่นมีทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยน้อย คือ ทุเรียนที่นำเข้ามาไม่ได้คุณภาพ และตรวจพบสารเคมีตกค้าง

โดยสรุป ราคาและรสนิยมในการบริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นไม่เพิ่มขึ้น ภายหลังจากที่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สารเคมีตกค้างในทุเรียน ซึ่งส่งผลให้ทุเรียนจากประเทศไทยไม่ได้คุณภาพตามที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด

(3) บทสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่จำหน่ายได้ยากที่สุดในตลาดญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วง กล้วย และมังคุด เพราะมีราคาแพง อย่างไรก็ตาม ทุเรียนมีแนวโน้มที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น โดยปกติแล้ว การส่งออกทุเรียนมีทั้งที่ส่งออกเป็นลูก และส่งออกเป็นชิ้นที่แกะแล้วเพื่อความสะดวกในการรับประทาน แต่การส่งออกแบบเป็นชิ้นที่แกะแล้วจะทำให้ทุเรียนเสียง่าย เนื่องจากทุเรียนจะถูกกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้าซึ่งใช้เวลานาน ดังนั้นการส่งออกทุเรียนควรส่งออกเป็นลูก พร้อมแนบวิธีการปอกเปลือกทุเรียนและวิธีการรับประทานทุเรียนไปด้วย เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมองว่า การปอกเปลือกทุเรียนค่อนข้างยุ่งยาก ซึ่งมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อทุเรียนไปรับประทานหรือไม่ ในขณะที่การส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนไม่มีปัญหานี้ เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีนชอบรับประทานและสามารถปอกเปลือกทุเรียนได้

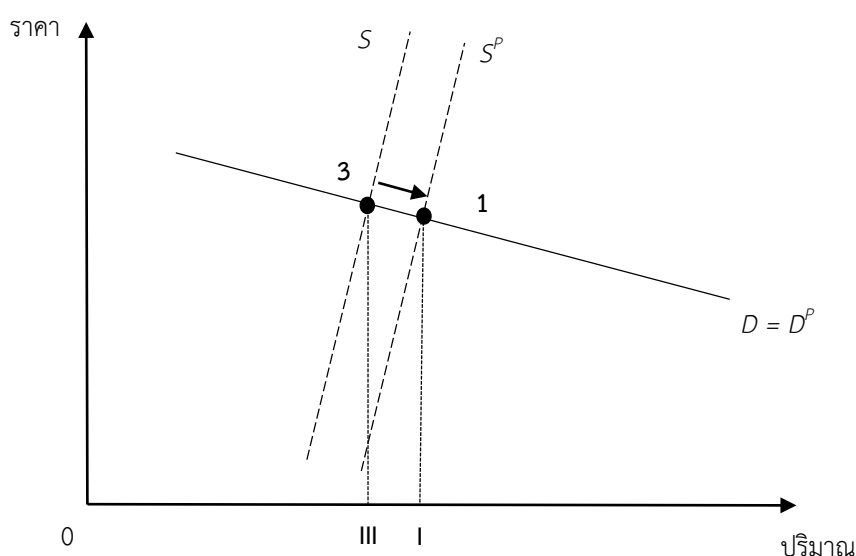
ปัจจุบันทุเรียนยังไม่อยู่ในโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2562 กรมวิชาการเกษตรได้เสนอทางการญี่ปุ่นพิจารณาให้ทุเรียนอยู่ในโครงการ control measure ด้วย โดยคาดว่า ทางการญี่ปุ่นจะตกลงยอมรับ ซึ่งจะทำให้ปริมาณ

การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในอนาคต เพราะจะไม่โดนกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้าโดยการกักตรวจใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน เนื่องจากทางประเทศญี่ปุ่นต้องนำตัวอย่างทุเรียนไปตรวจในห้องปฏิบัติการ จากนั้นเมื่อผลการตรวจผ่านเกณฑ์ ก็จะอนุญาตให้นำทุเรียนเข้าประเทศได้

8.1.2 บทวิเคราะห์ตลาดทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

จากการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์การผลิต การค้า การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลก การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ (actual exports ยังคงน้อยกว่า potential exports) หรือจุดดุลยภาพที่เกิดขึ้น คือ จุดที่ 3 ดังแสดงในภาพที่ 8.1

ภาพที่ 8.1 จุดดุลยภาพในตลาดทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น



ณ จุดดุลยภาพจุดที่ 3 อุปสงค์จริง (actual demand) เท่ากับอุปทานจริง (actual supply) และอุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (III) ยังคงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) ซึ่งอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เท่ากับอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) เราสามารถแยกวิเคราะห์ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ได้ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อทุเรียนเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) ต่อทุเรียน เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ชื่นชอบทุเรียน และความต้องการบริโภคทุเรียนจากประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากผู้บริโภคประเทศอื่นที่ไม่ใช่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เช่น ผู้บริโภคชาวจีนและเวียดนาม ดังนั้นความต้องการบริโภคทุเรียนจึงอยู่ในวงจำกัดหรือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche) เท่านั้น เช่นเดียวกันกับมังคุด

อุปสรรคด้านอุปสงค์ต่อทุเรียน สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ความยากลำบากในการปกเปลือกทุเรียน ทำให้ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ยากต่อการบริโภค
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ค่อยถูกจริตกับทุเรียน เช่น กลิ่นของทุเรียน ส่งผลให้มีการบริโภคทุเรียนน้อย

(2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

เส้นอุปทานของทุเรียนจากประเทศไทยในตลาดทุเรียนในประเทศญี่ปุ่นมีความชันมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเส้นอุปทานของมะม่วงและกล้วยจากประเทศไทยในตลาดมะม่วงและตลาดกล้วยในประเทศญี่ปุ่น ตามลำดับ เนื่องจากผู้ส่งออกของไทยไม่มีความสนใจที่จะส่งออกทุเรียนเพิ่มเพื่อขยายตลาดทุเรียนในประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าทุเรียนจากประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 90 โดยมีคู่แข่ง คือ ทุเรียนจากประเทศเวียดนาม (ดูตารางที่ 3.3 ประกอบ) ดังนั้นอุปทานจริง (actual supply) ของทุเรียนจึงน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นไปได้ (potential supply) ของทุเรียนไม่มากนัก กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยอยู่ใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยที่สามารถเป็นไปได้ (นั่นคือ actual exports ยังคงน้อยกว่า potential exports ไม่มากนัก) ระยะเวลา I-III จึงมีไม่มาก ดังแสดงในภาพที่ 8.1 และระยะเวลา I-III ในตลาดทุเรียนก็จะสั้นกว่าระยะเวลา I-III ในตลาดมะม่วงและกล้วย (ดังแสดงในภาพที่ 6.1 และภาพที่ 7.1 ตามลำดับ)

อุปสรรคด้านอุปทานของทุเรียน สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ทุเรียนจากประเทศไทยมักจะถูกตรวจพบสารเคมีตกค้าง
- 2) ทุเรียนจากประเทศไทยมักจะไม่มีความปลอดภัย เช่น มีหนอนในเม็ดทุเรียน
- 3) ทุเรียนในประเทศไทยมีราคาสูง ดังนั้นทุเรียนที่นำไปจำหน่ายจึงมีราคาแพงมาก การบริโภคทุเรียนจึงไม่เป็นที่นิยม
- 4) มาตรฐานการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูงและมีความเข้มงวดมาก ทำให้เกษตรกรไทยมีแนวโน้มที่จะมองหาตลาดใหม่ เช่น ประเทศจีน
- 5) เนื่องจากทุเรียนไม่ได้เป็นผลไม้ในโครงการ control measure ทุเรียนจากประเทศไทยจึงโดนกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้า ซึ่งจะต้องใช้เวลา 2-3 วัน

(3) การวิเคราะห์ดุลยภาพ

การที่ปริมาณดุลยภาพที่เกิดขึ้นจริงยังคงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ เกิดจากอุปทานจริง (actual supply) น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) โดยระยะห่าง I-III สะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) แนวทางการแก้ปัญหา คือ หน่วยงานภาครัฐสามารถดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเข้าสู่ตลาดประเทศญี่ปุ่นทำได้สะดวกขึ้น เช่น การเพิ่มช่องทางการยื่นเอกสารเพื่อการส่งออกทุเรียนผ่านทางระบบออนไลน์ และปรับเป็นระบบออนไลน์ทั้งหมดในระยะเวลาถัดไป ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการตรวจเอกสารการส่งออกของกรมศุลกากรด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ การนำทุเรียนเข้าร่วมโครงการ control measure จะต้องดำเนินการด้วยความระมัดระวัง โดยทำการศึกษาหรือพูดคุยกับเกษตรกรหรือผู้ส่งออกทุเรียน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าโครงการ control measure จะช่วยจูงใจหรือสนับสนุนให้ผู้ส่งออกทำการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น

ดังนั้นการดำเนินการตามแนวทางข้างต้นจะช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ทำให้เส้นอุปทานจริง (S) เคลื่อนไปทางขวาเข้าใกล้เส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (S^p) มากขึ้น นั่นคือ ระยะห่าง I-III ลดลง ดุลยภาพจุดที่ 3 เคลื่อนเข้าใกล้จุดดุลยภาพจุดที่ 1 มากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 8.1 กล่าวคือ ปริมาณดุลยภาพ (III) ก็จะเคลื่อนเข้าใกล้ปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ (I) มากขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ ประเทศไทยจะสามารถส่งออกทุเรียนไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น

8.2 ผลการศึกษาภาคสนามของการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

8.2.1 บทสัมภาษณ์ว่าด้วยการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ส่วนนี้สังเคราะห์บทสัมภาษณ์ที่นักวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด ทั้งในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร และสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา ผลการศึกษเป็นการนำเสนอบทสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย 4 ราย ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่น 2 ราย (1 ราย ที่นครโอซากาและ 1 ราย ที่กรุงโตเกียว)

(1) บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในประเทศไทย

ทางการญี่ปุ่นกำหนดให้มังคุดจากประเทศไทยที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นต้องผ่านการอบไอน้ำ เช่นเดียวกับการส่งออกมะม่วง แต่การอบไอน้ำของมังคุดจะใช้เวลาานานกว่ามะม่วง กล่าวคือ การอบมังคุดจะใช้อุณหภูมิ 46 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 58 นาที ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่ใช้ในขั้นตอนอื่น ๆ ก็จะใช้เวลาประมาณ 5 ชั่วโมง การอบไอน้ำจะทำให้มังคุดสามารถบริโภคได้ทันทีเมื่อส่งไปถึงประเทศญี่ปุ่น นั่นคือ มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องเป็นมังคุดที่มีคุณภาพ ในขณะที่การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศจีน คุณภาพ

ของมังคุดจะไม่สูงเท่ากับมังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น และไม่ต้องผ่านการอบไอน้ำ สำหรับการซื้อขายมังคุดกับประเทศญี่ปุ่น ผู้ส่งออกจะใช้สกุลเงินเยน ในขณะที่การซื้อขายมังคุดกับประเทศจีน ผู้ส่งออกจะใช้สกุลเงินหยวน

ปัญหาและข้อจำกัดของการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ไม่ทราบวิธีรับประทานมังคุด มังคุดที่ส่งออกไปไม่ได้คุณภาพ มังคุดที่ส่งออกไปมีราคาแพง และมังคุดมีผลไม้อื่นเป็นคู่แข่งในตลาดประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- (1) ถึงแม้ว่าผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นส่วนหนึ่งจะทราบถึงวิธีการรับประทานมังคุด แต่ผู้ส่งออกควรแนบเอกสารแนะนำ (brochure) ไว้ในกล่อง โดยเป็นเอกสารแนะนำวิธีการรับประทาน คุณประโยชน์ของมังคุด รวมถึงเรื่องราว (story) ของมังคุด เช่น มังคุดมาจากส่วนไหนของประเทศไทย มีฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อใด เนื่องจากคนญี่ปุ่นชอบอ่านความเป็นมาของผลไม้
- (2) ผู้ส่งออกของประเทศไทยรายหนึ่งเคยส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นเป็นเวลานานกว่า 10 ปี แต่ได้ยุติการส่งออก เนื่องจากปัญหาของมังคุดที่ไม่ได้คุณภาพ ทั้งประเด็นสารเคมีตกค้างและคุณภาพของเนื้อมังคุด เช่น เนื้อมังคุดไม่เป็นเนื้อแก้ว เนื้อมังคุดมียาง สภาพอากาศที่มีความผันผวนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้มังคุดไม่ได้คุณภาพ จึงไม่สามารถส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นได้ ทั้งนี้ มังคุดจากจังหวัดจันทบุรีมีคุณภาพที่ดีกว่ามังคุดจากจังหวัดทางภาคใต้ เนื่องจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยมากกว่า
- (3) ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งของการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น คือ มังคุดมีราคาแพง โดยมังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศญี่ปุ่นมีราคาประมาณ 80 บาทต่อลูก เนื่องจากมังคุดมีราคาแพง ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงคาดหวังว่า เมื่อซื้อมังคุด 10 ลูก จะต้องมีความรู้และสามารถรับประทานได้ทั้ง 10 ลูก ซึ่งเป็นไปไม่ได้ หากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นซื้อมังคุดไปและพบมังคุดที่เสียร้อยละ 30 ผู้บริโภคก็จะไม่ซื้ออีก นอกจากนี้ ถ้าจำหน่ายมังคุดเป็นลูก หากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเจอยางในมังคุดลูกนั้น ภาพลักษณ์ของมังคุดก็จะเสียไปทันที ดังนั้นต้องทำให้เหลือมังคุดที่เสียเพียงร้อยละ 10

ทั้งนี้ การคัดเลือกมังคุดเพื่อการส่งออกเบื้องต้น เป็นการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยพิจารณาเลือกมังคุดที่ลอยน้ำ แต่วิธีนี้ก็ยังมีโอกาสที่จะได้มังคุดที่ไม่ได้คุณภาพ กล่าวคือ การคัดเลือกมังคุด 10 ตัน อาจจะมีมังคุดที่ผ่านเกณฑ์เพียง 1 ตัน (คิดเป็นร้อยละ 10) ซึ่งอีก 9 ตัน ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ ก็จะถูกนำไปจำหน่ายในราคาถูก เพื่อนำไปชดเชยต้นทุนบางส่วนของมังคุด 10 ตัน นอกจากนี้ การอบไอน้ำก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มังคุดมีราคาแพง กล่าวคือ ค่าอบไอน้ำมังคุดอยู่ที่ประมาณ 30 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ค่าอบไอน้ำมะม่วงอยู่ที่ประมาณ 20 บาทต่อกิโลกรัม

- (4) การส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นไม่ขยายตัว เพราะช่วงเวลาที่วางจำหน่ายมังคุด คือ ปลายเดือนเมษายน-พฤษภาคม โดยวางจำหน่ายพร้อมกับเชอร์รี่ที่นำเข้ามาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นชื่นชอบเชอร์รี่มากกว่ามังคุด

ผู้ส่งออกเสนอให้มีการเจรจาระหว่างรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเจรจาระหว่างกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry of Agriculture, Forest and Fisheries) ของประเทศญี่ปุ่น และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (Ministry of Agriculture and Cooperatives) ของประเทศไทย ในประเด็นการเปลี่ยนการอบไอน้ำ มังคุดเป็นการรมยามังคุดแทน เนื่องจากการอบไอน้ำเป็นการใส่ความร้อนให้แก่มังคุด ซึ่งไม่ได้ทำให้คุณภาพ มังคุดดีขึ้น เนื้อแก้วของมังคุดจะไหม้เป็นสีน้ำตาล ถ้ามังคุดมียางสีเหลืองก็จะมีรสขม และถ้าอบไม่ดีเปลือก มังคุดก็จะแข็งและไม่สามารถแกะเปลือกได้

ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยสามารถส่งออกมังคุดไปประเทศไต้หวันได้ หลังจากที่ประเทศไต้หวัน ห้ามนำเข้ามังคุดจากประเทศไทยเป็นเวลากว่า 15 ปี แต่การส่งออกมังคุดไปประเทศไต้หวันก็ต้องทำการอบไอน้ำเช่นเดียวกันกับการส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่น เหตุผลหนึ่งที่ประเทศไทยสามารถส่งออกมังคุดไปประเทศไต้หวันได้ คือ ประเทศไทยสามารถส่งมะม่วงที่มีคุณภาพไปประเทศญี่ปุ่นได้ ทั้งนี้ ผู้ส่งออกใช้สกุลเงินดอลลาร์ สหรัฐา ในการซื้อขายมังคุดกับไต้หวัน

(2) บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในประเทศญี่ปุ่น

ผู้นำเข้าผลไม้จากประเทศไทยรายหนึ่งระบุว่า เคยนำเข้ามังคุดจากประเทศไทย แต่ยุติการนำเข้าไปแล้ว เหตุผลหนึ่ง คือ มังคุดมีราคาแพง เนื่องจากคนญี่ปุ่นที่เคยไปเที่ยวประเทศไทยจะรู้ว่า มังคุดที่จำหน่ายในประเทศไทยมีราคาถูก แต่เมื่อนำมาวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นก็จะตกใจกับราคาที่สูงมาก

ผู้นำเข้าผลไม้จากประเทศไทยอีกรายหนึ่งระบุว่า มังคุดเป็นผลไม้ที่ควบคุมคุณภาพและปริมาณผลผลิตได้ยาก เพราะสภาพอากาศ ทำให้ไม่สามารถวางแผนให้ลูกค้าได้ และการอบไอน้ำไม่ทำให้คุณภาพของมังคุดดีขึ้น ทั้งนี้ กรมวิชาการเกษตรของประเทศไทยควรพิจารณาวิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) โดยทำการวิจัยเปรียบเทียบกับวิธีการอบไอน้ำ ซึ่งสั่งมาจากประเทศสเปนที่นำเข้า มาประเทศญี่ปุ่นนั้นใช้วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ปรึกษากับกรมวิชาการเกษตรของประเทศไทยมาเป็นเวลานานแล้ว

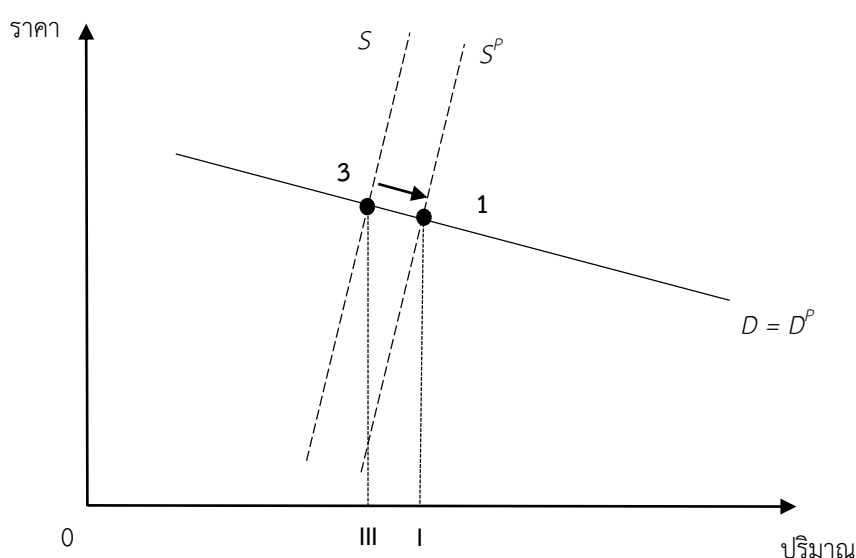
(3) บทสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

มังคุดเป็นสินค้าที่เฉพาะกลุ่มมาก (niche) และราคาสูงมากในตลาดญี่ปุ่น แต่ผลผลิตมังคุดจากประเทศไทยไม่มีความสม่ำเสมอ จนอาจไม่เพียงพอต่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น และที่สำคัญการปลูกมังคุดเพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดนั้นค่อนข้างยาก เนื่องจากความผันผวนของสภาพอากาศและสภาพแวดล้อม และการดูแลที่ยุ่งยาก มังคุดส่วนหนึ่งที่ขายราคาถูกในประเทศไทย จึงเป็นมังคุดที่ไม่สามารถส่งออกได้ เพราะไม่ได้คุณภาพ โดยมังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นการส่งออกภายใต้โครงการ control measure ซึ่งจะไม่ถูกกักตักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้าที่ประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่ส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่น

8.2.2 บทวิเคราะห์ตลาดมังคุดในประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์การผลิต การค้า การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลก การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และการนำเข้ามังคุดของประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้ามังคุดของประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ (actual exports ยังคงน้อยกว่า potential exports) หรือจุดดุลยภาพที่เกิดขึ้น คือ จุดที่ 3 ดังแสดงในภาพที่ 8.2

ภาพที่ 8.2 จุดดุลยภาพในตลาดมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น



ณ จุดดุลยภาพจุดที่ 3 อุปสงค์จริง (actual demand) เท่ากับอุปทานจริง (actual supply) และอุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ปริมาณดุลยภาพที่จุดนี้ (III) ยังคงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่จุดที่ 1 (I) ซึ่งอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เท่ากับอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) เราสามารถแยกวิเคราะห์ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ได้ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่นิยมบริโภคมังคุดมากนัก เพราะราคาแพงมาก ดังนั้นความต้องการบริโภคมังคุดจึงอยู่ในวงจำกัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche) เท่านั้น เช่นเดียวกับทุเรียน

อุปสรรคด้านอุปสงค์ สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ทราบวิธีรับประทานมังคุด

- 2) มังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตมีราคาแพงมาก การบริโภคมังคุดจึงไม่เป็นที่นิยม แต่จะจำกัดในตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche)

(2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

เส้นอุปทานของมังคุดจากประเทศไทยในตลาดมังคุดในประเทศญี่ปุ่นมีความชันมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเส้นอุปทานของมะม่วงและกล้วยจากประเทศไทยในตลาดมะม่วงและตลาดกล้วยในประเทศญี่ปุ่นตามลำดับ เนื่องจากผู้ส่งออกของไทยไม่มีความสนใจที่จะส่งออกมังคุดเพิ่มเพื่อขยายตลาดมังคุดในประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่ส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยจึงอยู่ใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ (นั่นคือ actual exports ยังคงน้อยกว่า potential exports ไม่มากนัก) ระยะห่าง I-III จึงมีไม่มาก ดังแสดงในภาพที่ 8.2 และระยะห่าง I-III ในตลาดมังคุดก็จะสั้นกว่าระยะห่าง I-III ในตลาดมะม่วงและกล้วย (ดังแสดงในภาพที่ 6.1 และภาพที่ 7.1 ตามลำดับ)

อุปสรรคด้านอุปทาน สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) การอุปทานมังคุดตามมาตรฐานการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นมีต้นทุนสูง ส่งผลให้มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงมาก
- 2) การอุปทานมังคุดตามมาตรฐานการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น ทำให้เนื้อมังคุดเสียหาย
- 3) มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นบางส่วนไม่มีคุณภาพ เช่น มีสารเคมีตกค้าง มีปัญหาที่เนื้อมังคุด
- 4) การตรวจสอบคุณภาพมังคุดในเบื้องต้นยังคงใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งอาจจะมีโอกาสผิดพลาดได้
- 5) ช่วงเวลาที่มีการวางจำหน่ายมังคุดในประเทศญี่ปุ่น จะมีการวางจำหน่ายผลไม้ชนิดอื่น ๆ ด้วย เช่น เชอร์รี่จากสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาจากราคาและโอกาสที่จะได้มังคุดที่ไม่มีคุณภาพ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงเลือกเชอร์รี่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกามากกว่ามังคุดนำเข้าจากประเทศไทย
- 6) เนื่องจากมังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตของประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงมาก ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงคาดหวังว่าจะได้รับประทานมังคุดที่มีคุณภาพดี อย่างไรก็ตาม คุณภาพของมังคุดไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การมีมังคุดที่เสียแล้วปนไปกับมังคุดที่ดี การที่เนื้อมังคุดมียางสีเหลืองที่ให้รสชาติขม ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของมังคุดเสียหายได้ง่ายมาก
- 7) ผลผลิตมังคุดจากประเทศไทยไม่มีความสม่ำเสมอ
- 8) การปลูกมังคุดเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของประเทศญี่ปุ่นทำได้ยาก เนื่องจากความผันผวนของสภาพอากาศและสภาพแวดล้อม และการดูแลรักษาที่ยุ่งยาก
- 9) การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อรายได้ของผู้ส่งออก

(3) การวิเคราะห์ดุลยภาพ

การที่ปริมาณดุลยภาพที่เกิดขึ้นจริงยังคงน้อยกว่าปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ เกิดจากอุปทานจริง (actual supply) น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) โดยระยะห่าง I-III สะท้อนปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพด้านอุปทาน (supply inefficiency) แนวทางการแก้ปัญหา คือ หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถช่วยสนับสนุนการส่งออกมังคุด โดยทำการวิจัยหาทางเลือกอื่นในการรักษาคุณภาพผลไม้ เช่น วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) หากผลการวิจัยพบว่า วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) สามารถรักษาคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด ก็จะสามารถช่วยลดต้นทุนในการส่งออก และช่วยทำให้ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นได้

ดังนั้นการดำเนินการตามแนวทางข้างต้นจะช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ทำให้เส้นอุปทานจริง (S) เคลื่อนไปทางขวาเข้าใกล้เส้นอุปทานที่สามารถเป็นได้ (S^P) มากขึ้น นั่นคือ ระยะห่าง I-III ลดลง จุดดุลยภาพจุดที่ 3 เคลื่อนเข้าใกล้จุดดุลยภาพจุดที่ 1 มากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 8.2 กล่าวคือ ปริมาณดุลยภาพ (III) จะเคลื่อนเข้าใกล้ปริมาณดุลยภาพที่สามารถเป็นได้ (I) มากขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ ประเทศไทยจะสามารถส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น

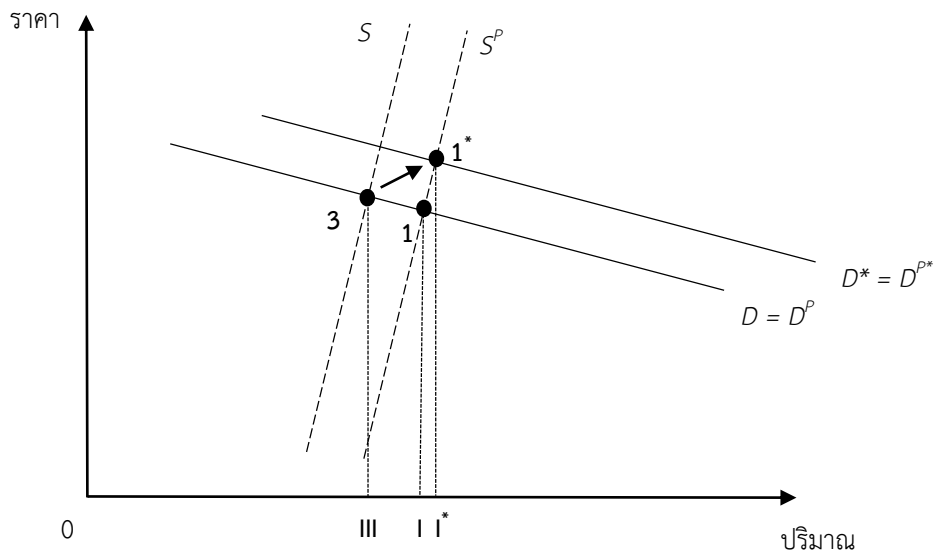
8.3 ความท้าทายเชิงนโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ผลการศึกษาในหัวข้อที่ 8.1 และ 8.2 ที่ชี้ว่า อุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) สำหรับทุเรียนและมังคุดในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น เป็นความท้าทายเชิงนโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถึงแม้ว่าอุปสงค์จริงจะเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ แต่ปริมาณการส่งออกของทั้งทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นก็ยังน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบปริมาณการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นกับปริมาณการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลก สัดส่วนดังกล่าวมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 0.10 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 สำหรับทุเรียน และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 สำหรับมังคุด ในขณะที่สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 0.50 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 สำหรับทุเรียน และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 สำหรับมังคุด หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถดำเนินนโยบายหรือมาตรการ เพื่อส่งเสริมให้อุปสงค์ที่สามารถเป็นได้สำหรับทุเรียนและมังคุดในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น

การเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ แสดงได้โดยการเลื่อนไปทางขวาของเส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้จาก D^P เป็น D^{P*} และถ้านโยบายหรือมาตรการเดียวกันนี้สามารถส่งผลให้อุปสงค์จริงเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ กล่าวคือ เส้นอุปสงค์จริงเลื่อนไปทางขวาจาก D เป็น D^* จุดดุลยภาพใหม่ในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นก็จะเลื่อนจากจุดที่ 3 เป็นจุด

ที่ 1^* แทนที่จะเป็นจุดที่ 1 ทั้งนี้ ปริมาณดุลยภาพและราคาดุลยภาพ ณ จุดที่ 1^* จะมากกว่าปริมาณดุลยภาพและราคาดุลยภาพ ณ จุดที่ 1 และจุดที่ 3

ภาพที่ 8.3 จุดดุลยภาพที่ท้าทายในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น



มาตรการด้านอุปสงค์ที่สามารถนำมาใช้ คือ การทำการตลาดโดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทุเรียนและมังคุดของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งสามารถดำเนินการในช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 พร้อมกันกับการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์มะม่วงและกล้วยหอม นอกจากนี้ เนื้อหาของการประชาสัมพันธ์สามารถทำเป็นเรื่องราว (story) เพื่อแสดงวิธีการปลูกเปลือก วิธีการรับประทาน ตลอดจนคุณประโยชน์ของทุเรียนและมังคุด การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยเพิ่มทั้งอุปสงค์จริงและอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ ซึ่งจะทำให้เส้นอุปสงค์จริง (D) และเส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (D^P) เลื่อนไปทางขวาเป็นเส้นอุปสงค์จริงใหม่ (D^*) และเส้นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ใหม่ (D^{P^*}) ปริมาณการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นก็จะเพิ่มขึ้น

บทที่ 9

บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

9.1 บทสรุป

ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) เป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JTEPA ในช่วงปี พ.ศ. 2550-2562 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.13 มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.87 และมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยจากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.97 โดยในปี พ.ศ. 2562 มูลค่าการส่งออกภายใต้สิทธิ JTEPA เป็นอันดับที่ 3 ของมูลค่าการส่งออกที่ใช้สิทธิข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ที่ประเทศไทยทำไว้กับประเทศอื่น ๆ

ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2550 แต่มูลค่าการส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ประมาณ 20,000-25,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการส่งออกลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2555-2558 ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะเริ่มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 แต่ก็ลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2562 นอกจากนี้ มูลค่าการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นยังมากกว่ามูลค่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 และยิ่งเพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ JTEPA มีผลบังคับใช้

เมื่อพิจารณาแยกรายหมวดสินค้าส่งออกทั้ง 3 หมวดหลัก จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น มูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมมีสัดส่วนการส่งออกเป็นอันดับที่ 2 โดยการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมเป็นเพียงหมวดเดียวที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับก่อน JTEPA มีผลบังคับใช้ และเป็นหมวดที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับหมวดสินค้าอุตสาหกรรมและหมวดอุตสาหกรรมเกษตร

ภายใต้ JTEPA ประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้า โดยกำหนดอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 0 ให้แก่ผลไม้ที่ส่งออกมาจากประเทศไทย ได้แก่ อินทผลัม อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง มังคุดทั้งสดและอบแห้ง กัลยอบแห้ง องุ่นอบแห้ง มะละกอสด ราสเบอร์รี่ แครนเบอร์รี่ กูสเบอร์รี่ ทูเรียน และลูกพรุน ในขณะที่กล้วยสดและสับปะรดสดเป็นสินค้าที่ไม่ถูกลดภาษีให้เป็นร้อยละ 0 แต่ถูกจำกัดโควตาปลอดภาษีในการส่งออก โดยที่กล้วยสดถูกกำหนดโควตาปลอดภาษี 4,000 ตัน ในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 1,000 ตัน จนเป็น 8,000 ตัน ในปีที่ 5 หากประเทศไทยส่งออกกล้วยสดเกินกว่าที่โควตาที่กำหนด ผู้ส่งออกจากประเทศไทยจะต้องเสียภาษีนำเข้ากล้วยสดให้แก่ประเทศญี่ปุ่นในอัตราร้อยละ 10 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 กันยายน และอัตราร้อยละ 20 สำหรับการนำเข้าช่วงวันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 มีนาคม ของปีถัดไป

ข้อกำหนดเรื่องสิทธิพิเศษในการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยข้างต้นเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้แก่ผลไม้จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น เนื่องจากทางการญี่ปุ่นได้กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอื่น ๆ ที่เป็น

อุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน โดยการจำกัดชนิดของผลไม้ที่ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าจากประเทศไทย กล่าวคือ

- 1) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 9 ชนิด ได้แก่ มะม่วง มังคุด ทูเรียน สับปะรด มะพร้าว กล้วย ส้มโอ¹ สละ และมะขามหวาน
- 2) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 7 พันธุ์ ได้แก่ หนั่งกลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรด เขียวเสวย และโชคอนันต์
- 3) ประเทศญี่ปุ่นจำกัดชนิดของส้มโอนำเข้าจากประเทศไทยได้เพียง 1 พันธุ์ คือ ทองดี

งานวิจัยนี้ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งได้แก่ มะม่วง กล้วย และทุเรียน รวมทั้งมังคุดที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น “ราชินีผลไม้ของไทย” ในเบื้องต้น จากข้อมูลสถิติการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภทข้างต้น ทำให้เกิดประเด็นคำถามวิจัยว่า เหตุใดผลไม้ทั้ง 4 ประเภทนี้ ซึ่งนับว่าเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมในหลายประเทศ กลับไม่ได้รับความนิยมในตลาดญี่ปุ่น และเหตุใดการลดอัตราภาษีนำเข้าเป็นร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA จึงไม่สามารถสนับสนุนให้การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างถาวร

งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่า สิ่งใดเป็นปัญหาหรืออุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยจะศึกษาครอบคลุมทั้งด้านการส่งออกของประเทศไทยที่เป็นด้านอุปทานของผลไม้ และด้านการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นที่เป็นด้านอุปสงค์ต่อผลไม้ งานวิจัยนี้ศึกษาและวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลสถิติที่เผยแพร่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งของประเทศไทยและญี่ปุ่น และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ของประเทศไทย รวมทั้งตัวแทนผู้ค้า (trader) ของประเทศไทยและญี่ปุ่น ตัวแทนจากกระทรวงพาณิชย์ และตัวแทนจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยพื้นที่ในการสำรวจในประเทศญี่ปุ่นครอบคลุม 2 พื้นที่ ได้แก่ (1) นครโอซากา (Osaka) และเมืองโดยรอบ และ (2) กรุงโตเกียว (Tokyo)

สำหรับการส่งออกสินค้าไปประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยสามารถใช้สิทธิพิเศษทางการค้าเพื่อส่งออกสินค้าไปประเทศญี่ปุ่นได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) โครงการระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences : GSP)² (2) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) และ (3) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement : AJCEP) ซึ่งการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นผ่านสิทธิพิเศษทางการค้าทั้ง 3 ช่องทางข้างต้น ต้องเป็นไปตามกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) ที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด

¹ ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าส้มโอจากประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 อ้างอิงจาก สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว (2555)

² โครงการระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) สิ้นสุดไปเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2562

กฎ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช จึงมีความเข้มงวดในการควบคุมตรวจสอบผักและผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้า เช่น การกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits : MRLs) ของสารเคมี การกำหนดให้มะม่วงสดและมังคุดสดต้องผ่านการอบไอน้ำเพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้ก่อนการส่งออก และการกำหนดให้ผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับไปด้วยทุกครั้งจากประเทศต้นทางของสินค้า

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ จึงมีข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และเพื่อให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และมาตรการการนำเข้าผลไม้ที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดดังนี้

(1) ข้อกำหนดและมาตรการการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีข้อกำหนดและมาตรการการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

- 1) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออกผักและผลไม้ พ.ศ. 2553
- 2) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจดทะเบียนผู้ส่งออกผักและผลไม้ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557
- 3) ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ พ.ศ. 2556
- 4) ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558
- 5) ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอและการออกใบรับรองสุขอนามัย พ.ศ. 2552

มะม่วง ทุเรียน และมังคุด เป็นพืชควบคุมเฉพาะสำหรับการส่งออกไปญี่ปุ่น ซึ่งจะต้องผ่านการตรวจสอบเชื้อจุลินทรีย์ หรือสิ่งอื่นใดที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการ (ตามประกาศหมายเลข 3 และ 4) ผู้ประสงค์จะส่งออกพืชควบคุมเฉพาะไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องจดทะเบียนผู้ส่งออกหมายเลขทะเบียน JP-XX-XXX โดยยื่นคำร้องขอหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ได้ที่กลุ่มจดทะเบียนและออกใบรับรอง กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ไปต่างประเทศมีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ออกเอกสาร

นอกจากข้อกำหนดและมาตรการข้างต้นแล้ว การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ยังมีเงื่อนไขการส่งออกเพิ่มเติมของแต่ละประเภทผลไม้นี้

- 1) ผู้ประสงค์จะส่งออกพืชควบคุมเฉพาะไปประเทศญี่ปุ่นต้องขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ก่อนการส่งออก
- 2) ผู้ประสงค์จะส่งออกมะม่วง ทูเรียน และมังคุด ต้องยื่นผลทดสอบสารเคมีตกค้างที่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบการขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate)
- 3) มะม่วงสดและมังคุดสดต้องผ่านการอบไอน้ำก่อนการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น และผู้ประสงค์จะส่งออกต้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับการส่งออกไปด้วยทุกครั้ง โดยยื่นคำร้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ได้ที่สำนักวิจัยและพัฒนาการอารักขาพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 4) ผู้ส่งออกที่เข้าร่วมโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ซึ่งครอบคลุมมะม่วง มะม่วงแช่แข็ง มะม่วงแช่แข็งแห้ง (พริชตราย) กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง มังคุด และกล้วย เมื่อผ่านการพิจารณาจากกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่นแล้ว จะได้รับการยกเว้นการกักกัน ณ ด่านทั่วประเทศญี่ปุ่น

จากการที่ประเทศญี่ปุ่นมีการกักตวจสินค้าผักและผลไม้สดที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยทำการสุ่มตรวจสินค้าที่ด่านตรวจพืชนำเข้า สินค้าที่ถูกกักตวจจะต้องรอผลการตรวจว่าผ่านเกณฑ์ตามที่ทางการญี่ปุ่นกำหนดหรือไม่ หากผ่านเกณฑ์จึงจะสามารถนำเข้าประเทศญี่ปุ่นได้ ทั้งนี้ เนื่องจากทางการญี่ปุ่นมีการแจ้งเตือนการตรวจพบสารเคมีตกค้างในสินค้าผักผลไม้ที่ส่งออกจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงมีข้อตกลงกับกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health Labor and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น ในการจัดทำโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ซึ่งการดำเนินการภายใต้โครงการ control measure ประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร ผู้ประกอบการส่งออก และเกษตรกร ทั้งนี้ การเข้าร่วมโครงการ control measure เป็นมาตรการแบบสมัครใจ โครงการ control measure นี้ ครอบคลุมมะม่วง กล้วย และมังคุด แต่ยังไม่ครอบคลุมทุเรียน อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2562 กรมวิชาการเกษตรได้เสนอทางการญี่ปุ่นพิจารณาให้ทุเรียนเข้าร่วมอยู่ในโครงการ control measure ด้วย

ผู้ส่งออกที่ผ่านการพิจารณาจากกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) ของประเทศญี่ปุ่นให้เข้าร่วมโครงการ control measure จะได้รับการยกเว้นการกักตวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้าทั่วประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการถูกกักตวจของผู้ส่งออก

(2) ข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ ของกระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์มีข้อกำหนดและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นดังนี้

- 1) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 91) พ.ศ. 2542
- 2) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการส่งสินค้าและผลไม้ออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2546
- 3) ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่องกำหนดชนิดหรือประเภทผักและผลไม้ที่ต้องมีหนังสือรับรองในการส่งออก พ.ศ. 2550

9.1.1 สถานการณ์การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ภายใต้ JTEPA ประเทศญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้ามะม่วงสดจากประเทศไทยได้ 7 พันธุ์ ได้แก่ หนั่ง กลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรต เชียวสวย และโชคอนันต์ โดยมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้มีการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด รองลงมา คือ มะม่วงพันธุ์มหาชนก ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 ค่อนข้างคงที่อยู่ที่ประมาณ 1,500 ตันต่อปี และลดลงเหลือเพียงประมาณ 1,000 ตันต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2559-2561 โดยมีปริมาณการส่งออกสูงสุดที่ 1,939.02 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ การส่งออกมะม่วงพันธุ์มหาชนกที่เพิ่มขึ้นมีส่วนช่วยให้ปริมาณการส่งออกมะม่วงโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ประเทศไทยส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ ดังนั้นสัดส่วนปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับตลาดโลกจึงมีค่าน้อย นอกจากนี้ สัดส่วนดังกล่าวยังมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ โดยสัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 12.10 ในปี พ.ศ. 2550 และลดลงจนมีค่าประมาณร้อยละ 3.00-4.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562

ถึงแม้ว่าราคาส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงกว่าราคาส่งออกมะม่วงไปตลาดโลกโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 เท่า ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ แต่ก็ไม่สามารถจูงใจให้ผู้ส่งออกไทยส่งออกมะม่วงไปประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น ซึ่งมีสาเหตุมาจาก (1) ข้อจำกัดทางปริมาณความต้องการบริโภคมะม่วงจากประเทศไทยของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น และ (2) ข้อจำกัดเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(2) การนำเข้ามะม่วงจากต่างประเทศของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ามะม่วงเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2531-2550 ซึ่งปริมาณการนำเข้ามะม่วงสูงสุดที่ 12,388,385 กิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2550 หลังจากนั้นการนำเข้ามะม่วงก็ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2551-

2558 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559 คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดมะม่วงนำเข้าของประเทศไทย ได้แก่ เม็กซิโก เปรู ไต้หวัน และฟิลิปปินส์

มะม่วงจากประเทศไทยขยับขึ้นจากอันดับที่ 3 มาเป็นอันดับที่ 2 ในตลาดมะม่วงนำเข้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ในขณะที่มะม่วงจากประเทศเม็กซิโกขึ้นมาเป็นอันดับที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แทนที่ประเทศฟิลิปปินส์ที่เป็นอันดับที่ 1 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ทั้งนี้ ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยและเม็กซิโกเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 พร้อมกัน ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) และความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจเม็กซิโก-ญี่ปุ่น (Japan-Mexico Economic Partnership Agreement : JMEPA) ตามลำดับ และกำหนดอัตราภาษีนำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์เป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจฟิลิปปินส์-ญี่ปุ่น (Japan-Philippines Economic Partnership Agreement : JPEPA)

(3) บทวิเคราะห์ตลาดมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกวิเคราะห์ปัญหาได้ 2 ด้าน คือ ปัญหาด้านอุปสงค์และปัญหาด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อมะม่วงที่น้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อมะม่วง มีสาเหตุจาก

- 1) มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ามะม่วงจากประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศฟิลิปปินส์และเม็กซิโก ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคมะม่วงจากประเทศไทยจึงมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม มะม่วงพันธุ์มหาชนกเริ่มเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เนื่องจากมีรสชาติดีกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ มีเรื่องราว (story) มีกลิ่นที่ดี มีผิวที่สวยงาม มีสีแดงคล้าย apple mango ที่นำเข้าจากประเทศเม็กซิโก และมีราคาถูกกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ นอกจากนี้ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยยังมีราคาแพงกว่าผลไม้ที่เป็นผลผลิตจากประเทศญี่ปุ่นเอง ทำให้โอกาสที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะเลือกบริโภคมะม่วงจากประเทศไทยมีน้อยลง
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นอีกจำนวนมากไม่รู้จักมะม่วงจากประเทศไทย หรือไม่มีโอกาสได้ลองบริโภคมะม่วงจากประเทศไทย
- 3) ผู้ประกอบการนำเข้าระบุว่า อยากให้มะม่วงจากประเทศไทยสามารถนำเข้าได้ตลอดทั้งปี สะท้อนว่า อุปสงค์ต่อมะม่วงจากประเทศไทยมีตลอดทั้งปี แต่ปริมาณการนำเข้าอาจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลไม้อื่น ๆ (ผลไม้คู่แข่ง) ที่วางจำหน่ายในช่วงเวลาเดียวกัน

- 4) จากการที่ปริมาณผลผลิตมะม่วงเป็นไปตามฤดูกาลทำให้ราคาไม่คงที่ โดยราคามะม่วงจะแพงในช่วงต้นและท้ายฤดูกาล ในขณะที่ราคาของมะม่วงจะถูกในช่วงกลางฤดูกาล ความผันผวนของราคานี้ส่งผลต่อความต้องการบริโภคมะม่วงของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของมะม่วงที่น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของมะม่วง มีสาเหตุจาก

- 1) ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานการนำเข้ามะม่วงที่สูงมาก และมีความเข้มงวดมากในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว การอบไอน้ำ การบรรจุ ตลอดจนการเก็บรักษา
- 2) ปริมาณผลผลิตมะม่วงเป็นฤดูกาล ไม่ได้มีผลผลิตทั้งปี นอกจากนี้ ปริมาณผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ หากปีใดสภาพอากาศไม่ดี เช่น สภาพอากาศร้อน ฝนมาล่าช้า ปริมาณน้ำฝนไม่เพียงพอ ต้นมะม่วงจะไม่สมบูรณ์ ผลผลิตที่ได้จะมีน้อย และมีขนาดเล็ก
- 3) คุณภาพผลผลิตมะม่วงมีความผันผวนบ้าง ซึ่งบางครั้งผลผลิตมะม่วงไม่ได้คุณภาพ เช่น มีจุดสีดำบนผิว ส่งผลให้ไม่สามารถส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นได้
- 4) การอบไอน้ำส่งผลให้ต้นทุนของมะม่วงที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้น เช่น ค่าเครื่องจักร ค่าไฟฟ้า โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายของเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่ต้องมาควบคุมและดูแลกระบวนการอบไอน้ำ ตลอดจนต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดจากการรอให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นหมุนเวียนมาดำเนินการอบไอน้ำ
- 5) โครงการ control measure มีความเข้มงวดมากเกินไป และการพิจารณาอนุมัติให้ผู้ส่งออกสามารถเข้าร่วมโครงการ control measure ใช้เวลานาน ซึ่งอาจทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า
- 6) วันหยุดทำการของประเทศไทยมีมาก โดยเฉพาะช่วงเดือนเมษายน ซึ่งคำสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า
- 7) การดำเนินการด้านเอกสารเพื่อการส่งออกยังไม่สามารถดำเนินการผ่านทางระบบออนไลน์ได้อย่างครบถ้วน
- 8) การแข่งค่าของสกุลเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยนส่งผลให้การส่งออกมะม่วงจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลง
- 9) บทลงโทษที่ระบุว่า “...ทางการญี่ปุ่นจะปฏิเสธมะม่วงที่นำเข้าจากประเทศไทย เมื่อตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วงครบ 2 ครั้ง ที่ด่านกักกันที่ประเทศญี่ปุ่น ...” มีความเข้มงวดมากเกินไป

9.1.2 สถานการณ์การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

กล้วยที่ประเทศไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นกล้วยหอม ซึ่งปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543-2549 ก่อน JTEPA มีผลบังคับใช้ แต่กลับลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2553-2556 หลังจาก JTEPA มีผลบังคับใช้แล้ว อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ประเด็นที่สำคัญ คือ ปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่าโควตาที่ได้รับการจัดสรรมาโดยตลอด

สัดส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเทียบกับตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ โดยสัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็นร้อยละ 26.55 ในปี พ.ศ. 2544 และมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 8.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2562 แม้ว่าราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงกว่าราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 1.91 เท่า ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2562 แต่ราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นมาจนใกล้เคียงกับราคาส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2562 ดังนั้นราคากล้วยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นและข้อจำกัดเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น จึงไม่สามารถจูงใจให้ผู้ส่งออกสนใจส่งออกกล้วยไปประเทศญี่ปุ่นมากนัก

(2) การนำเข้ากล้วยจากต่างประเทศของประเทศไทย

ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2531-2552 แต่มีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2553-2557 โดยปริมาณการนำเข้าเริ่มลดลงจนต่ำกว่า 1 ล้านตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2560 และกลับมามากกว่า 1 ล้านตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2561-2562 คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดกล้วยนำเข้าของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562 ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ เม็กซิโก กัวเตมาลา และเปรู ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 1-5 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9 และประเทศอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 7

การลดอัตราภาษีนำเข้ากล้วยจากประเทศไทยเป็นร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA ช่วยให้กล้วยจากประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดกล้วยนำเข้าของประเทศไทยเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากประเทศเม็กซิโกและฟิลิปปินส์ได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้ากล้วยในอัตราร้อยละ 0 เช่นกัน โดยประเทศเม็กซิโกได้รับสิทธิพิเศษในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JMEPA และประเทศฟิลิปปินส์ได้รับสิทธิพิเศษในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ JPEPA ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ากล้วยจากประเทศเม็กซิโกและฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น

(3) บทวิเคราะห์ตลาดกล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกพิจารณาปัญหาได้ 2 ส่วน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อกกล้วยหอมที่น้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อกกล้วยหอม มีสาเหตุจาก

- 1) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นคุ้นเคยกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ เนื่องจากหาซื้อรับประทานได้สะดวก และกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ก็มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 70 มา ยาวนานกว่า 30 ปี นอกจากนี้ กล้วยหอมจากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหรือผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นไม่ทราบว่ามีการนำกล้วยหอมจากประเทศไทยเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าจะมีการนำเข้าก็ ยังอยู่ในวงจำกัด เช่น กลุ่มสหกรณ์ผู้บริโภค และ Beisia SUPER CENTER ทำให้ความตื่นตัว ที่จะแสวงหากกล้วยหอมจากประเทศไทยมาบริโภคจึงมีน้อย
- 3) กล้วยหอมที่วางจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นมีความหลากหลายมาก เช่น กล้วยออร์แกนิกจากประเทศเปรู กล้วยหวานแบบพรีเมียมจากประเทศฟิลิปปินส์ที่นำความเผื่อนของกล้วยออกไป และกล้วยหวานสดขึ้นน้ำตาลน้อยจากประเทศฟิลิปปินส์ ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีทางเลือก มาก ซึ่งสะท้อนว่า ระดับการกีดกันการเข้าสู่ตลาด (barrier to entry) ของกล้วยหอมจาก ประเทศไทยค่อนข้างสูง

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของกล้วยหอมที่น้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของกล้วยหอม มีสาเหตุจาก

- 1) คุณภาพผลผลิตกล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ได้ตามมาตรฐานที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด เพื่อให้ได้ผลผลิตตามมาตรฐานที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด เกษตรกรจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนหรือ กระบวนการทางการเพาะปลูกอย่างเคร่งครัด
- 2) ความต้องการบริโภคกล้วยหอมภายในประเทศหรือตลาดต่างประเทศอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ ปริมาณกล้วยหอมที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นลดลง

- 3) ในบางช่วงเวลา ราคาส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปตลาดโลกใกล้เคียงหรือสูงกว่า ราคากล้วยหอมที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น เกษตรกรจึงสนใจปลูกกล้วยหอมเพื่อการส่งออกไป ประเทศญี่ปุ่นไม่มากนัก
- 4) เอกสารด้านการส่งออกของประเทศไทยมีขั้นตอนมากเกินไป รวมทั้งการอนุมัติที่มีความล่าช้า

9.1.3 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างคงที่ตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ในปี พ.ศ. 2550 จนถึงปี พ.ศ. 2554 และปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2561 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 70.42 และร้อยละ 211.65 ตามลำดับ ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไป ประเทศญี่ปุ่นยังคงน้อยมากเมื่อเทียบกับการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลก โดยสัดส่วนปริมาณ การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับตลาดโลกมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 0.10 นับตั้งแต่ JTEPA มีผลบังคับใช้ ทั้งนี้ สัดส่วนดังกล่าวมีค่าสูงสุดเป็น 0.44 ในปี พ.ศ. 2547

ถึงแม้ว่าราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงแม้ว่าราคาส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะมากกว่าราคาส่งออก ทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 3.21 เท่า ในช่วงปี พ.ศ. 2545-2562 แต่ก็ยังไม่สามารถจูงใจให้ การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น อาจเนื่องมาจากความต้องการบริโภคทุเรียน จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นมีอยู่อย่างจำกัด หรือความต้องการบริโภคทุเรียนมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค เท่านั้น

(2) การนำเข้าทุเรียนจากต่างประเทศของญี่ปุ่น

ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนกลับมาเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าทุเรียนจาก 2 ประเทศ เท่านั้น ได้แก่ ไทยและเวียดนาม โดยประเทศไทยครอง ตลาดทุเรียนในประเทศญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ. 2556-2558 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าทุเรียนจาก ประเทศฟิลิปปินส์ด้วย เป็นที่น่าสังเกตว่า การนำเข้าทุเรียนจากประเทศเวียดนามมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 โดยมีค่าเป็นร้อยละ 1.84 2.09 18.96 ในปี พ.ศ. 2560-2562 ตามลำดับ ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งการตลาด ของทุเรียนจากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเริ่มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560

ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเป็นร้อยละ 0 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ภายใต้ JTEPA และให้สิทธิประโยชน์แก่ประเทศฟิลิปปินส์ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ภายใต้ JPEPA สำหรับประเทศเวียดนาม ประเทศญี่ปุ่นกำหนดอัตราภาษีนำเข้าทุเรียนเป็นร้อยละ 0 ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP)

(3) บทวิเคราะห์ตลาดทุเรียนนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกวิเคราะห์ได้ 2 ด้าน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) ต่อทุเรียนเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) ต่อทุเรียน เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ชื่นชอบทุเรียน และความต้องการบริโภคทุเรียนจากประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากผู้บริโภคประเทศอื่นที่ไม่ใช่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น เช่น ผู้บริโภคชาวจีนและเวียดนาม ดังนั้นความต้องการบริโภคทุเรียนจึงอยู่ในวงจำกัดหรือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche) เท่านั้น เช่นเดียวกันกับมังคุด

อุปสรรคด้านอุปสงค์ต่อทุเรียน สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ความยากลำบากในการปกเปลือกทุเรียน ทำให้ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ยากต่อการบริโภค
- 2) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ค่อยถูกจริตกับทุเรียน เช่น กลิ่นของทุเรียน ส่งผลให้มีการบริโภคทุเรียนน้อย

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของทุเรียนน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของทุเรียนไม่มากนัก กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยอยู่ใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้

อุปสรรคด้านอุปทานของทุเรียน สามารถจำแนกได้ดังนี้

- 1) ทุเรียนจากประเทศไทยมักจะถูกตรวจพบสารเคมีตกค้าง
- 2) ทุเรียนจากประเทศไทยมักจะไม่มีความคุณภาพ เช่น มีหนอนในเม็ดทุเรียน
- 3) ทุเรียนในประเทศไทยมีราคาสูง ดังนั้นทุเรียนที่นำไปจำหน่ายจึงมีราคาแพงมาก การบริโภคทุเรียนจึงไม่เป็นที่นิยม
- 4) มาตรฐานการนำเข้าทุเรียนของประเทศญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูงและมีความเข้มงวดมาก ทำให้เกษตรกรไทยมีแนวโน้มที่จะมองหาตลาดใหม่ เช่น ประเทศจีน
- 5) เนื่องจากทุเรียนไม่ได้เป็นผลไม้ในโครงการ control measure ทุเรียนจากประเทศไทยจึงโดนกักตรวจที่ด่านตรวจพืชนำเข้า ซึ่งจะต้องใช้เวลา 2-3 วัน

9.1.4 สถานการณ์การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

(1) การส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจาก 57.55 ตัน ในปี พ.ศ. 2551 เป็น 140.53 ตัน ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นปริมาณการส่งออกมังคุดสูงสุดที่ประเทศไทยเคยส่งออกไปประเทศ

ญี่ปุ่น หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 89.07 ในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561

ในขณะที่ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 แต่ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ประมาณ 60,000-140,000 กิโลกรัม ดังนั้นสัดส่วนปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับตลาดโลกจึงลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 โดยสัดส่วนดังกล่าวมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 0.05 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559

ราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและตลาดโลกเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 โดยราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าราคาส่งออกมังคุดจากประเทศไทยไปตลาดโลกโดยเฉลี่ย 8.41 เท่า (ซึ่งมีค่ามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วง (4.42 เท่า) แก้ว (1.91 เท่า) ทุเรียน (3.21 เท่า)) อย่างไรก็ตาม ราคาส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นที่มากกว่าราคาส่งออกไปตลาดโลกยังไม่สามารถจูงใจการส่งออกมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้นได้ อาจเนื่องมาจากความต้องการบริโภคมังคุดในตลาดญี่ปุ่นมีอยู่จำกัด หรือความต้องการบริโภคมังคุดมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น เช่นเดียวกับการบริโภคทุเรียน

(2) การนำเข้ามังคุดจากต่างประเทศของญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ามังคุดจากประเทศไทยเพียงประเทศเดียว ดังนั้นมังคุดที่นำเข้าจากประเทศไทยจึงไม่มีคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น

(3) บทวิเคราะห์ตลาดมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยยังคงน้อยกว่าปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้ เราสามารถแยกวิเคราะห์ได้ 2 ด้าน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นได้ (potential demand) เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่นิยมบริโภคมังคุดมากนัก เพราะราคาแพงมาก ดังนั้นความต้องการบริโภคมังคุดจึงอยู่ในวงจำกัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche) เท่านั้น เช่นเดียวกับทุเรียน

อุปสรรคด้านอุปสงค์ต่อมังคุด สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นไม่ทราบวิธีรับประทานมังคุด
- 2) มังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตมีราคาแพงมาก การบริโภคมังคุดจึงไม่เป็นที่นิยม แต่จะจำกัดในตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche)

(3.2) การวิเคราะห์ด้านอุปทาน

อุปทานจริง (actual supply) ของมังคุดน้อยกว่าอุปทานที่สามารถเป็นได้ (potential supply) ของมังคุดไม่มากนัก กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยอยู่ใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกมังคุดจากประเทศไทยที่สามารถเป็นได้

อุปสรรคด้านอุปทานของมังคุด สามารถจำแนกได้เป็นดังนี้

- 1) การอบไอน้ำมังคุดตามมาตรฐานการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นมีต้นทุนสูง ส่งผลให้มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงมาก
- 2) การอบไอน้ำมังคุดตามมาตรฐานการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น ทำให้เนื้อมังคุดเสียหาย
- 3) มังคุดที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นบางส่วนไม่มีคุณภาพ เช่น มีสารเคมีตกค้าง มีปัญหาที่เนื้อมังคุด
- 4) การตรวจสอบคุณภาพมังคุดในเบื้องต้นยังคงใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งอาจจะมีโอกาสผิดพลาดได้
- 5) ช่วงเวลาที่มีการวางจำหน่ายมังคุดในประเทศญี่ปุ่น จะมีการวางจำหน่ายผลไม้นำเข้าอื่น ๆ ด้วย เช่น เชอร์รี่จากสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาจากราคาและโอกาสที่จะได้มังคุดที่ไม่มีคุณภาพ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงเลือกเชอร์รี่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกามากกว่ามังคุดนำเข้าจากประเทศไทย
- 6) เนื่องจากมังคุดที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตของประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงมาก ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงคาดหวังว่าจะได้รับประทานมังคุดที่มีคุณภาพดี อย่างไรก็ตาม คุณภาพของมังคุดไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การมีมังคุดที่เสียแล้วปนไปกับมังคุดที่ดี การที่เนื้อมังคุดมียางสีเหลืองที่ให้รสขาคิดขม ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของมังคุดเสียหายได้ง่ายมาก
- 7) ผลผลิตมังคุดจากประเทศไทยไม่มีความสม่ำเสมอ
- 8) การปลูกมังคุดเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของประเทศญี่ปุ่นทำได้ยาก เนื่องจากความผันผวนของสภาพอากาศและสภาพแวดล้อม และการดูแลรักษาที่ยุ่งยาก
- 9) การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อรายได้ของผู้ส่งออก

9.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การที่ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าโดยสามารถส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ไปประเทศญี่ปุ่นด้วยอัตราภาษีร้อยละ 0 มีส่วนช่วยเพิ่มการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ก็ยังมีอุปสรรคในตลาดญี่ปุ่นทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทานตามที่อภิปรายในหัวข้อ 9.1 ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยจึงควรพิจารณาดำเนินการนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดอุปสรรคและเพื่อสนับสนุนการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

9.2.1 มาตรการด้านอุปสงค์

เนื่องจากผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมากนัก ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหรือผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นไม่ทราบว่ามีการนำกล้วยหอมจากประเทศไทยเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าจะมีการนำเข้าก็ยังอยู่ในวงจำกัด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สามารถช่วยดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ มะม่วงพันธุ์มหาชนก และกล้วยหอม ซึ่งอุปสงค์จริงยังคงน้อยกว่าอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้

หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยข้างต้นสามารถช่วยทำการตลาดในช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์จะส่งผลกระทบในวงกว้างเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ และที่สำคัญการดำเนินการนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรด้านที่ 4 ของกระทรวงพาณิชย์

การดำเนินการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์สามารถทำได้โดย

- (1) โฆษณาในระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองใหญ่ เช่น กรุงโตเกียว นครโอซากา ทั้งนี้กรมการค้าระหว่างประเทศเคยดำเนินการประชาสัมพันธ์ทุเรียนจากประเทศไทยโดยการติดภาพโฆษณาที่รถราง (tram) ในฮ่องกง ตามตัวอย่างภาพด้านล่าง



ที่มา : ผู้วิจัย



- (2) โฆษณาโดยใช้ผู้ที่เป็นที่รู้จักหรือผู้มีอิทธิพลสื่อบนสื่อสังคมออนไลน์ (influencer) ในประเทศญี่ปุ่น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท ซุมิฟรุ (Sumifru) ทำการตลาดกล้วยคันทรีโกลด์พรีเมียมที่มีรสชาติโดดเด่นโดยใช้ นักร้องชื่อดัง แกกต์ (Gackt ชื่อจริงคือ Gakuto Oshiro) และนักเขียนอักษรวิจิตร (calligraphy) ชื่อดัง เรียว ฟูกะ (Ryo Fuka) เพื่อเน้นภาพลักษณ์กล้วยคุณภาพพรีเมียมที่มีรสชาติแตกต่างจากกล้วยตามท้องตลาด ตามตัวอย่างภาพด้านล่าง

ภาพด้านซ้ายคือกล้วยคั้นจิ๋ว และภาพด้านขวาคือกล้วยตามท้องตลาด



ที่มา : สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.sumifru.co.jp/line_up/gold-premium/

นักร้องชื่อดัง แก็กต์ (Gackt)



ที่มา : สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก https://www.sumifru.co.jp/line_up/gold-premium/

นักเขียนอักษรวิจิตร (calligraphy) ชื่อตั้ง เรียว ฟูกะ (Ryo Fuka)



ที่มา : สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 จาก https://www.sumifru.co.jp/line_up/gold-premium/

9.2.2 มาตรการด้านอุปทาน

มาตรการด้านอุปทานของแต่ละประเภทผลไม้ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งมาตรการด้านอุปทานที่ควรได้รับการพิจารณาจากหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย จำแนกได้เป็นดังนี้

(1) การอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment)

ทางการญี่ปุ่นกำหนดให้มะม่วงและมังคุดที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องผ่านการอบไอน้ำ ซึ่งเป็นวิธีการควบคุมศัตรูพืช (pests) เช่น แมลงวันผลไม้ โดยไม่ใช้สารเคมี เพื่อให้มั่นใจว่า ไข่หรือตัวอ่อนของแมลงหรือศัตรูพืช โดยเฉพาะแมลงวันผลไม้ ที่อาจติดอยู่กับผลไม้จากประเทศผู้ส่งออกถูกกำจัดโดยผ่านการฆ่าเชื้อ และไม่สามารถเติบโตหรือเพิ่มจำนวนได้ ก่อนส่งออกมายังประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ กระบวนการและขั้นตอนการอบไอน้ำจะต้องดำเนินการร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นและเจ้าหน้าที่จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทย ดังนั้นการอบไอน้ำจึงส่งผลให้ต้นทุนของมะม่วงที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการรอให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นหมุนเวียนมาดำเนินการอบไอน้ำ

กรมวิชาการเกษตร สามารถเจรจาเพื่อให้ทางการญี่ปุ่นพิจารณาปรับข้อกำหนดที่ระบุว่า เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นจะต้องควบคุม ดูแล และตรวจสอบ การอบไอน้ำทุกขั้นตอนด้วยตนเอง โดยพิจารณาทางเลือก ดังนี้

- 1) เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบ เฉพาะการอบไอน้ำตอนเปิดฤดูกาลของการส่งออกมะม่วง หลังจากนั้นให้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการต่อ
- 2) เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบ เฉพาะการอบไอน้ำตอนเปิดฤดูกาลของการส่งออกมะม่วง หลังจากนั้นให้เจ้าหน้าที่จากประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการต่อ

โดยเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นร่วมดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ในลักษณะเวลาจริง (real time)

- 3) กำหนดให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นที่จะมาควบคุม ดูแล และตรวจสอบนั้น มาทำงานในลักษณะถาวร แทนที่จะมาเฉพาะฤดูกาลส่งออกมะม่วง โดยเปลี่ยนค่าตอบแทนเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นเป็นค่าตอบแทนรายเดือน ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายเรื่องค่าเดินทางและค่าที่พัก ตลอดจนช่วยให้การบริหารจัดการเวลาในการให้เจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นไปควบคุม ดูแล และตรวจสอบการอุปโภคบริโภคมีประสิทธิภาพมากขึ้น และที่สำคัญเจ้าหน้าที่จากประเทศญี่ปุ่นยังคงสามารถดำเนินการร่วมกับเจ้าหน้าที่จากประเทศไทยในทุกขั้นตอน

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยอาจพิจารณาเจรจาปรับเปลี่ยน การวิจัยหาทางเลือกอื่น ในการรักษาคุณภาพผลไม้ เช่น วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) แทนวิธีการอบไอน้ำ (vapor heat treatment) หากผลการวิจัยพบว่า วิธีการรักษาคุณภาพผลไม้ด้วยความเย็น (cold treatment) สามารถรักษาคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่ทางการญี่ปุ่นกำหนด ก็จะสามารถช่วยลดต้นทุนในการส่งออก และช่วยทำให้ปริมาณการส่งออกมะม่วงและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นได้

(2) โครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)”

กรมวิชาการเกษตรสามารถพิจารณาปรับเปลี่ยนขั้นตอนของโครงการ control measure ตลอดจนเอกสารหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วมโครงการ control measure เพื่อลดระยะเวลาการพิจารณาอนุมัติให้ผู้ส่งออกเข้าร่วมโครงการ control measure ซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกมะม่วง กล้วย และมังคุด มีความรวดเร็วมากขึ้น

นอกจากนี้ การนำทุเรียนเข้าร่วมโครงการ control measure จะต้องดำเนินการด้วยความระมัดระวัง โดยทำการศึกษาหรือพูดคุยกับเกษตรกรหรือผู้ส่งออกทุเรียน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่า โครงการ control measure จะช่วยจุดใจหรือสนับสนุนให้ผู้ส่งออกทำการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น

(3) เอกสารประกอบการส่งออกและฐานข้อมูลการส่งออก

หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถเพิ่มช่องทางการยื่นเอกสารเพื่อประกอบการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยผ่านทางระบบออนไลน์ และปรับเป็นระบบออนไลน์ทั้งหมดในระยะเวลาถัดไป เนื่องจากวันหยุดทำการของประเทศไทยมีมาก โดยเฉพาะช่วงเดือนเมษายน ซึ่งคำสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมาก ในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้การส่งออกมะม่วงมีความล่าช้า นอกจากจะเป็นการช่วยลดระยะเวลาในการเตรียมเอกสารและยื่นเอกสารแล้ว ระบบออนไลน์ยังทำให้หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีฐานข้อมูลเดียวกัน ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาในการพิจารณาระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกัน เช่น ช่วยเพิ่มความสะดวกในการตรวจ

เอกสารประกอบการส่งออกของกรมศุลกากร และช่วยเพิ่มความสะดวกในการยื่นเอกสารแสดงที่ด่านนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถลดขั้นตอนในยื่นเอกสารประกอบการส่งออก เพื่อช่วยให้การส่งออกมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น เช่น

ตัวอย่างที่ 1

“ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การจัดสรรโควตาส่งออกกล้วยสด ไปประเทศญี่ปุ่น ภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ปีที่ 13” ลงวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2562 กำหนดให้ร้อยละ 70 เป็นโควตาสำหรับจัดสรรให้ผู้ส่งออกรายเก่าที่มีประวัติส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง โดยจะต้องแสดงประวัติการส่งออก 3 ปีย้อนหลังประกอบการพิจารณา นอกจากนี้ เมื่อมีการส่งออกแล้ว ผู้ที่ได้รับการจัดสรรโควตาทั้งรายเก่าและรายใหม่จะต้องรายงานผลการดำเนินงานให้กรมวิชาการเกษตรทราบ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการจัดสรรโควตาต่อไป ภายใน 15 วัน นับแต่วันส่งออก

จากตัวอย่างข้างต้น หากกรมวิชาการเกษตรมีข้อมูลการจัดสรรโควตากล้วยและประวัติการส่งออกกล้วยย้อนหลังอยู่แล้ว อาจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ส่งออกยื่นเอกสารประกอบ นอกจากนี้ การที่ข้อมูลดังกล่าวถูกรวบรวมจัดเก็บแยกกัน เช่น ที่กรมการค้าต่างประเทศและที่กรมศุลกากร ก็จะทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล หรือข้อมูลไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งทำให้การใช้ประโยชน์ของข้อมูลเพื่อการดำเนินนโยบาย การศึกษา และการวิจัย อาจมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยจึงควรพิจารณาสร้างฐานข้อมูลเพื่อให้เป็นข้อมูลชุดเดียวกัน ซึ่งทุกหน่วยงานสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลนี้ได้

ตัวอย่างที่ 2

“ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการออกหนังสือรับรอง แสดงการได้รับสิทธิ ในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับกล้วยสด สับปะรดสด และเนื้อมะพร้าวปรุงแต่ง ที่มีโควตาส่งออกตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่น สำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ปีการส่งออก 2562 พ.ศ. 2562” ลงวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2562 กำหนดว่า ผู้ที่ได้รับหนังสือรับรองจะต้องรายงานการส่งออกต่อกองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ส่งออกสินค้าแต่ละครั้ง

จากตัวอย่างข้างต้น หากหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกชุดเดียวกัน กรมการค้าต่างประเทศอาจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ส่งออกรายงานการส่งออกดังกล่าว

(4) บทลงโทษเมื่อผลไม้ถูกตรวจพบสารเคมีตกค้าง

บทลงโทษที่ระบุว่า ทางการณ์ญี่ปุ่นจะปฏิเสธมะม่วงที่นำเข้าจากประเทศไทย เมื่อตรวจพบสารเคมีตกค้างในมะม่วงครบ 2 ครั้ง ที่ด่านประเทศญี่ปุ่น มีความเข้มงวดมากเกินไป หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย

อาจเจรจากับทางการญี่ปุ่น โดยเสนอให้กำหนดการตรวจพบสารเคมีตกค้างแยกเป็นรายปี เช่น การตรวจพบสารเคมีตกค้าง 2 ครั้ง ซึ่งไม่ได้ตรวจพบในปีเดียวกัน จะไม่นับเป็น 2 ครั้ง

(5) อัตราแลกเปลี่ยน

จากการที่ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าผลไม้ทั้ง 4 ประเภท ใช้สกุลเงินเยนหรือสกุลเงินบาทเป็นหลักในการซื้อขายสินค้า ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณาปรับลดขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินเยน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออก เพราะผู้ส่งออกติดต่อกับเรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศกับธนาคารของประเทศญี่ปุ่นที่มาเปิดสาขาในประเทศไทย แทนที่จะเป็นธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนให้ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าใช้สกุลเงินท้องถิ่นของตนเองในการทำการค้าระหว่างประเทศ และยังช่วยให้การบริหารเงินทุนสำรองระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณาคูแลความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนในรูปบาทต่อ 100 เยน เนื่องจากการแข็งค่าของสกุลเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินเยนอาจส่งผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท โดยเฉพาะการส่งออกมะม่วง

9.2.3 ความท้าทายเชิงนโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

การที่อุปสงค์จริง (actual demand) เป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ (potential demand) สำหรับทุเรียนและมังคุดในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น เป็นความท้าทายเชิงนโยบายสำหรับการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถึงแม้ว่าอุปสงค์จริงจะเป็นอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ แต่ปริมาณการส่งออกของทั้งทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นก็น้อยมาก หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสามารถดำเนินนโยบายหรือมาตรการเพื่อส่งเสริมให้อุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้สำหรับทุเรียนและมังคุดในตลาดทุเรียนและมังคุดนำเข้าจากประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทุเรียนและมังคุดของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งสามารถดำเนินการในช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก Tokyo 2021 พร้อมกันกับการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์มะม่วงและกล้วยหอม นอกจากนี้ เนื้อหาของการประชาสัมพันธ์สามารถทำเป็นเรื่องราว (story) เพื่อแสดงวิธีการปลูกเลือก วิธีการรับประทาน ตลอดจนคุณประโยชน์ของทุเรียนและมังคุด การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะมีส่วนช่วยเพิ่มทั้งอุปสงค์จริงและอุปสงค์ที่สามารถเป็นไปได้ ซึ่งจะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น

9.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ JTEPA

ถึงแม้ว่าการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ภายใต้ JTEPA แต่สิทธิพิเศษดังกล่าวเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้แก่

ผลไม้จากประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น เนื่องจากทางการญี่ปุ่นได้นำมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures : NTMs) มาบังคับใช้กับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เช่น การกำหนดมาตรฐานปริมาณสารตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits : MRLs) ของสารเคมี ขั้นตอนและกระบวนการอบไอน้ำ ตามที่อธิบายไว้ในบทที่ 5

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น JTEPA ช่วยทำให้การส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท จากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น แต่มาตรการอื่น ๆ ที่ทางการประเทศญี่ปุ่นนำมาบังคับใช้นั้นนับว่าเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก และมาตรการเหล่านี้ยังมีความเข้มข้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในบางครั้งทางการญี่ปุ่นบังคับใช้โดยไม่ได้มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าโดยเฉพาะปริมาณสารตกค้างสูงสุดของสารเคมีทางการเกษตร ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผู้ส่งออกและเกษตรกร ดังนั้นในการเจรจาทางการค้าเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขข้อตกลงทางการค้าภายใต้ JTEPA ทางการไทยควรเพิ่มความสำคัญกับการลดอุปสรรคทางการค้า โดยเฉพาะอุปสรรคทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าเกษตร รวมทั้งมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด กล่าวคือ คณะทำงานของทางการไทยควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคการเกษตร และควรมีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบายด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ การเตรียมความพร้อมของข้อมูลด้านมาตรการต่าง ๆ ที่ทางการญี่ปุ่นบังคับใช้กับการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ประเภท รวมทั้งสินค้าเกษตรอื่น ๆ จากประเทศไทยไปญี่ปุ่น เช่น มูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้น จะเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้เพื่อเจรจาต่อรองทางการค้า

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ. (2561). คู่มือการใช้สิทธิพิเศษทางการค้าโครงการ GSP ญี่ปุ่น ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น. นนทบุรี : สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.
- กรมวิชาการเกษตร. (2560ก). การจดทะเบียนผู้ส่งออก และกฎ ระเบียบ และเงื่อนไขการส่งออกสินค้าเกษตร ออกนอกราชอาณาจักร. นนทบุรี : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กรมวิชาการเกษตร. (2560ข). การจัดการการผลิตทุเรียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2562 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=WGRC7oF-hyY>
- กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ. (2553). คุณค่าทางโภชนาการในผลไม้. นนทบุรี : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). โครงการการส่งเสริมการเข้ามีส่วนร่วมของ SMEs ในห่วงโซ่คุณค่าโลก สาขาธุรกิจเกษตรภายใต้กรอบเอเปค. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก <https://www.dtn.go.th/th/negotiation/8-ภาคผนวก-จ-มาตรการการค้าที่มีใช้>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2548). มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องกล้วย มกษ. 0006-2548. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <http://web.acfs.go.th/standard/download/banana.pdf>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2556). มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่องมังคุด มกษ. 2-2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก https://www.acfs.go.th/standard/download/MANGOSTEEN_new.pdf
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2556). มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่องทุเรียน มกษ. 3-2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก https://www.acfs.go.th/standard/download/DURIAN_new.pdf
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2556). มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่องการปฏิบัติที่ดีสำหรับพืชอาหาร มกษ. 9001-2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก https://www.acfs.go.th/standard/download/GAP_food%20crop.pdf
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2558). มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่องมะม่วง มกษ. 5-2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.acfs.go.th/standard/download/MANGO.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2555). สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2555. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/commodity55.pdf>

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2556). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2556*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/commodity56.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/commodity57.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/commodity58.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/commodity59.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/commodity60.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/2562/commodity2561.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/2563/commodity2562.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. (2555). *ส้มโอไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <https://www.ditp.go.th/files/ส้มโอไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น%2020129.pdf>
- สิรินทิพย์ นรินทรศิลป์. (2561). *ญี่ปุ่นอย่างที่เป็น ลำดับที่ 6 JTEPA ณ ปีที่ 10 การปกป้องตลาดสินค้าเกษตรของญี่ปุ่น?* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2554). *รายงานฉบับสมบูรณ์: โครงการศึกษาผลกระทบและแนวทางการเจรจาขออนุญาตลงทุนในพันธกรณีต่าง ๆ และการใช้ประโยชน์จากความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น*. นนทบุรี : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.
- Bao, X. and Qiu, L.D. (2012). How Do Technical Barriers to Trade Influence Trade? *Review of International Economics*. 20 (4), 691-706.
- Beck, T. and Torre, A. (2007). The Basic Analytics of Access to Financial Services. *Financial Markets, Institutions & Instruments*. 16(2), 79 -117.

UNCTAD. (2019). *International Classification of Non-tariff Measures*. New York : United Nations Publications.