รุกตลาดจีน เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าผลไม้ไทย

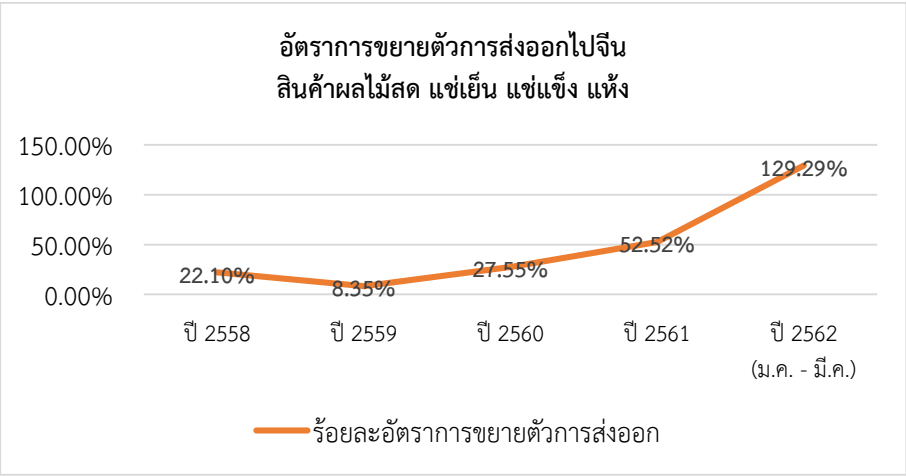
ปี 2561 การค้าระหว่างประเทศไทยกับจีนมีมูลค่า 80,136.4 ล้านเหรียญสหรัฐ อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่ร้อยละ 8.67 (ปี 2560 มูลค่าการค้า 73,745.2 ล้านเหรียญสหรัฐ) โดยจีนเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยอันดับ 1 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 จาก 29,506.0 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2560 เป็น 30,175.5 ล้านเหรียญสหรัฐ อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2562 มีมูลค่าการส่งออก 7,368.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 9.2 จากช่วงเดียวกันของปี 2561 ในขณะที่การส่งออกสินค้าสำคัญ เช่น เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และยางพารามีแนวโน้มการขยายตัวชะลอตัวลงหรือมีการเติบโตที่ไม่มากนัก อย่างไรก็ดี ในปี 2562 (ม.ค. – มี.ค.) การส่งออก**สินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง** ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับที่ 7 กลายเป็นสินค้าส่งออกที่มีอัตราขยายตัวมากที่สุดถึงร้อยละ 129.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2561 และมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2559

ตารางที่ 1 มูลค่าและอัตราขยายตัวการส่งออกสินค้าของไทยไปจีน ช่วงปี 2560 – 2562 (ม.ค. – มี.ค.)

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ				อัตราขยายตัว(%)			
	2560	2561	2561 (ม.ค.-มี.ค.)	2562 (ม.ค.-มี.ค.)	2560	2561	2561 (ม.ค.-มี.ค.)	2562 (ม.ค.-มี.ค.)
- เม็ดพลาสติก	2,629.27	3,134.80	729.88	764.97	7.51	19.23	7.80	4.81
- ผลิตภัณฑ์ยาง	2,884.23	2,840.17	619.67	665.83	362.15	-1.53	-14.92	7.45
- เคมีภัณฑ์	1,857.64	2,747.70	647.69	601.33	31.35	47.91	46.58	-7.16
- ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1,745.53	1,777.35	587.62	459.88	-2.48	1.82	28.27	-21.74
- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,124.72	2,123.46	535.32	398.76	30.58	-0.06	33.15	-25.51
- ยางพารา	2,910.16	1,959.95	452.57	370.06	39.06	-32.65	-52.22	-18.23
- ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	**661.61**	**1,009.08**	**130.06**	**298.21**	**27.55**	**52.52**	**0.98**	**129.29**
- ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	1,656.46	1,360.46	441.11	291.55	21.04	-17.87	24.16	-33.90

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

กราฟแสดงอัตราขยายตัวการส่งออกสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้งไปจีน ช่วงปี 2558 – ปี 2562 (ม.ค. – มี.ค.)



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

สินค้าผลไม้ที่ไทยส่งออกไปจีนมีทั้งในรูปแบบผลไม้สดและผลไม้แปรรูป โดยในปี 2561 ทุเรียนสดยังคงเป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปจีนมากที่สุด มูลค่าการส่งออกประมาณ 418 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 41.5 ของการส่งออกสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้งที่ไทยส่งออกไปจีนทั้งหมด รองลงมาคือ ลำไยสด ลำไยแห้ง และมังคุดสด ตามลำดับ ในขณะที่ช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2562 สินค้าผลไม้ที่มีมูลค่าส่งออกไปจีนมากที่สุดคือ ลำไยสด เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลในการออกผลผลิตพอดี (กุมภาพันธ์ – มีนาคม) ในขณะที่ยังไม่ถึงฤดูกาลในการออกผลผลิตของทุเรียน (เมษายน-มิถุนายน) ทั้งนี้พบว่าอัตราการขยายตัวของปี 2561 และปี 2562 (มกราคม – มีนาคม) ผลไม้แช่เย็นจนแข็งอื่น ๆ เป็นสินค้าที่มีอัตราการเติบโตมากด้วยเช่นกัน โดยผลไม้แช่เย็นจนแข็งที่อยู่ในประเภทอื่นๆ ที่มีแนวโน้มการส่งออกไปจีนได้เพิ่มสูงขึ้น อาทิ ผลไม้แช่แข็งอื่นๆ ทุเรียนแช่แข็ง (อินทรีย์) เป็นต้น

ตารางที่ 2 มูลค่าและอัตราขยายตัวการส่งออกสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้งไปจีน ช่วงปี 2561 – 2562 (ม.ค. – มี.ค.)

สินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ			อัตราขยายตัว (%)	
	ปี 2561	ปี 2561 (ม.ค. - มี.ค.)	ปี 2562 (ม.ค. - มี.ค.)	ปี 2561	ปี 2562[1] (ม.ค. - มี.ค.)
ลำไยสด	136.68	57.49	90.69	-10.52	57.75
ทุเรียนสด	418.36	15.53	80.54	92.45	418.56
มังคุดสด	104.33	4.24	45.03	75.83	960.98
ลำไยแห้ง	119.10	8.87	15.15	33.47	70.70
ทุเรียนแช่เย็นจนแข็ง	75.65	9.24	15.12	88.64	63.68
ผลไม้แช่เย็นจนแข็งอื่น ๆ	10.62	0.35	4.29	140.96	**1,115.60**
ผลไม้แห้งอื่น ๆ	7.51	2.03	2.67	-9.13	31.51
รวม	**1,009.08**	**130.06**	**298.21**	**52.52**	**129.29**

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสินค้าแช่เย็นจนแข็งอื่นๆ ของไทยไปจีนช่วงปี 2560 – 2562 (ม.ค. – มี.ค.)

สินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ		
	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562 (ม.ค. - มี.ค.)
ทุเรียนแช่แข็ง (อินทรีย์)	-	1.99	0.60
มังคุดแช่แข็ง	0.02	0.04	-
มะม่วงแช่แข็ง	0.31	0.01	0.0004
อื่นๆ	4.07	8.58	3.69

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

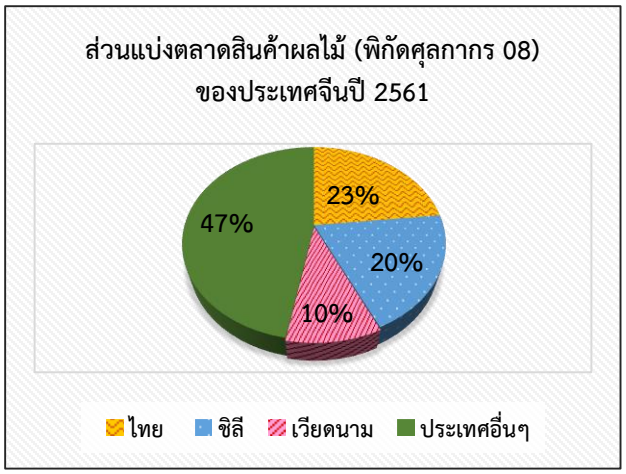
[1] อัตราขยายตัวการส่งออกสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง ของปี 2562 (เดือนมกราคม – มีนาคม) เปรียบเทียบกับข้อมูลของปี 2561 (เดือนมกราคม – มีนาคม)

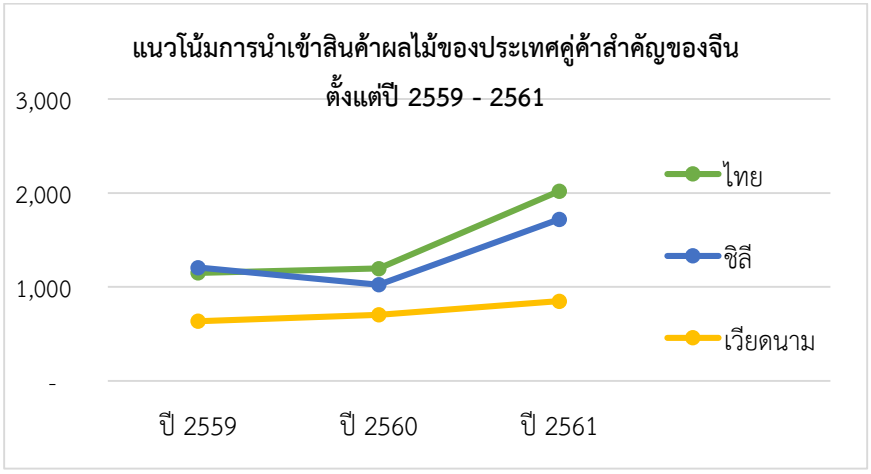
สินค้าผลไม้ไทยครองตลาดผลไม้นำเข้าอันดับ 1 ในจีน

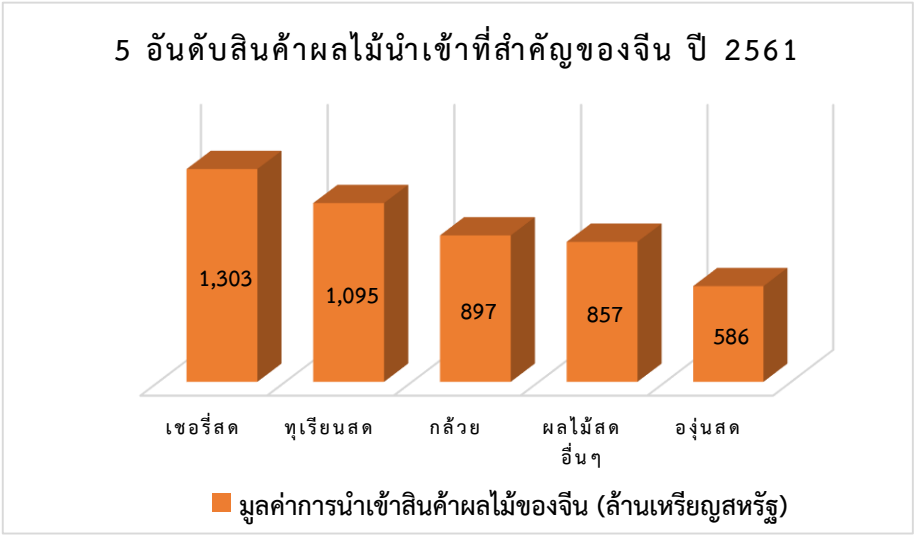
จากสถิติการนำเข้าสินค้าผลไม้ของจีน (พิกัดศุลกากร 08) พบว่า ในปี 2561 จีนนำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยเป็นอันดับที่ 1 โดยมีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 2,021 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 23 ของการนำเข้าสินค้าผลไม้ทั้งหมด และนำเข้าจากชิลี เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 20) และเวียดนาม เป็นอันดับ 3 (ร้อยละ 10) ตามลำดับ โดยการนำเข้าสินค้าผลไม้ของจีนจากไทยมีแนวโน้มที่ดีมาโดยตลอดตั้งแต่ปี 2559 และมีอัตราการเติบโตมากกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญข้างต้น

ชนิดผลไม้ 5 อันดับแรกที่จีนมีการนำเข้าจากโลกในปี 2561 มากที่สุด ได้แก่ เชอรี่สด ทุเรียนสด กล้วย ผลไม้สดอื่นๆ และองุ่นสด อย่างไรก็ดี แม้ว่าจีนจะนำเข้าเชอรี่สดมากที่สุด มีมูลค่า 1,303.4 ล้านเหรียญสหรัฐ อัตราการขยายตัวการนำเข้าเชอรี่สดในปี 2561 อยู่ที่ร้อยละ 69.4 โดยมีชิลีเป็นคู่ค้าสำคัญ ในขณะที่นำเข้าทุเรียน มีมูลค่า 1,095.1 ล้านเหรียญสหรัฐ แต่มีอัตราขยายตัวการนำเข้าถึงร้อยละ 93 โดยคู่ค้าสำคัญคือไทย จึงคาดว่า ในปี 2562 ทุเรียนไทยน่าจะเป็นสินค้าผลไม้ที่จีนนำเข้าเป็นอันดับ 1

แผนภาพแสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าผลไม้ (พิกัดศุลกากร 08) ของประเทศจีนปี 2561 แนวโน้มการนำเข้าสินค้าผลไม้ของประเทศคู่ค้าสำคัญตั้งแต่ปี 2559 – 2561 และ 5 อันดับสินค้าผลไม้นำเข้าที่สำคัญของจีน







ที่มา : Global Trade Atlas

ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

การใช้สิทธิภายใต้ข้อตกลงทางการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA)

ปัจจุบัน จีนได้ยกเลิกภาษีนำเข้าผลไม้จากไทยภายใต้ความตกลงอาเซียน-จีน (ACFTA) แล้ว จากเดิมที่อัตราภาษี MFN ของสินค้าผลไม้ถูกจัดเก็บอยู่ที่ร้อยละ 10 – 30 และในปี 2561 ผู้ส่งออกสินค้าผลไม้ไทยไปจีนได้ยื่นขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ ACFTA คิดเป็นร้อยละ 214.5 ของการส่งออกผลไม้ทั้งหมดของจีน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออกเห็นประโยชน์และใช้สิทธิดังกล่าวอย่างเต็มที่ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่าการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้สิทธิ ACFTA ในสินค้าผลไม้หลายตัวสูงเกินกว่าปริมาณที่ส่งออกจริง จึงทำให้ยอดการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าสูงเกินกว่าร้อยละ 200

คู่แข่งในตลาด

ทุเรียน เป็นสินค้าที่มีความต้องการมากในตลาดจีน แม้ว่าขณะนี้ไทยจะครองตลาดเป็นอันดับ 1 และดูเหมือนจะไร้คู่แข่ง แต่มาเลเซียมีความพยายามที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ ถึงแม้ในปี 2561 มาเลเซียจะส่งออกทุเรียนไปจีนได้เพียงร้อยละ 0.57[2] ของการส่งออกทุเรียนไทยไปจีน แต่ภาครัฐของมาเลเซียเองก็มีการสนับสนุนให้เกษตรกรหันมาทำสวนทุเรียน เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้ถึงร้อยละ 50 ภายในปี 2030[3] พร้อมทั้งเร่งเจรจากับจีนเพื่อให้ขออนุญาตให้มีการนำเข้าทุเรียนทั้งลูกได้ ซึ่งขณะนี้มีเพียงประเทศไทยประเทศเดียวที่จีนอนุญาตให้นำเข้าทุเรียนในรูปแบบทั้งลูกได้ ซึ่งหากมาเลเซียสามารถเจรจาบรรลุเป้าหมายได้ ก็อาจจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคต

ลำไย สำหรับลำไยสด ไทยเคยครองตลาดเป็นอันดับ 1 มาตลอด แต่ในปี 2559 และปี 2561 จีนมีการนำเข้าลำไยสดจากไทยเป็นอันดับ 2 รองจากการนำเข้าจากเวียดนาม โดยนำเข้าจากไทยปี 2561 มูลค่า 177.7 ล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 48.6 ในขณะที่นำเข้าจากเวียดนามมูลค่า 187.9 คิดเป็นร้อยละ 51.4 ส่วนลำไยอบแห้ง จีนนำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอด แทบไม่มีคู่แข่งในตลาดนี้ ในปี2561 จีนนำเข้าลำไยอบแห้งจากไทยมูลค่า 120 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 96 ในขณะที่นำเข้าจากเมียนมาเป็นอันดับ 2 เพียง 5 ล้านเหรียญสหรัฐเท่านั้น

มังคุดสด เป็นสินค้าผลไม้ที่น่าจับตามอง เนื่องจากจีนมีความต้องการนำเข้ามากและมีแนวโน้มนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 จีนนำเข้ามังคุดจากไทยซึ่งเป็นคู่ค้าอันดับ 1 มูลค่า 321.2 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 91.1 และมีอัตราการขยายตัวจากปี 2560 ถึงร้อยละ 120 ทั้งนี้ ไทยยังคงเป็นประเทศคู่ค้าที่ครองตลาดสินค้ามังคุดสดในจีน เนื่องจากคู่ค้าอันดับรอง อาทิ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย มีส่วนแบ่งตลาดรวมแล้วไม่ถึงร้อยละ 10 เท่านั้น

การส่งเสริมการส่งออก

การสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-commerce) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทยไปจีนด้วย โดยในปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนนิยมสั่งซื้อสินค้าผลไม้ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะการสั่งซื้อผ่าน Tmall Global ซึ่งเป็นเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์จากประเทศจีน ที่มีการดำเนินการโดย Alibaba Group และเน้นการขายระหว่างเจ้าของแบรนด์และผู้บริโภค ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคในจีนที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าจากไทยสามารถสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้โดยตรง เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการบริโภค ทั้งนี้ ถือได้ว่าเป็นผลจากการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ภายใต้กรอบความร่วมมือ Smart Digital Hub and Digital Transformation Strategic Partnership จำนวน 4 ฉบับ ระหว่างดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี และนายแจ็ค หม่า ประธานกรรมการบริหารและผู้ก่อตั้งกลุ่มอาลีบาบา เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2561 โดยหนึ่งใน 4 ฉบับเป็นการลงนามเรื่อง

[2] ในปี 2561 ไทยส่งออกทุเรียนสดไปจีนมีมูลค่า 418 ล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่ มาเลเซียส่งออกทุเรียนสดไปจีนมูลค่า 2.4 ล้านเหรียญสหรัฐ

[3] ที่มา: https://www.posttoday.com/world/588465

การใช้ E-commerce สำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรและโอทอป โดยเริ่มจากข้าวและทุเรียนนั้น ส่งผลให้มียอดการสั่งซื้อทุเรียนจากจีนผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้ทุเรียนมีราคาดีขึ้นด้วย จึงอาจคาดการณ์ได้ว่าด้วยผลจากการผลักดันให้มีการลงนาม MOU ดังกล่าวเป็นการช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจการส่งออกผลไม้ไทย โดยเฉพาะทุเรียนดีขึ้น เนื่องจากเว็ปไซต์ Tmall ในเครืออาลีบาบานั้นมีชื่อเสียงในตลาดจีน ซึ่งเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีคุณภาพของไทยและเป็นการทำการตลาดให้ชาวสวนทางอ้อมได้ด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการส่งออกของสินค้าผลไม้ไทยไปจีนคือ บริการภาคการขนส่งสินค้า (Logistics) ซึ่งหากมีระบบการขนส่งที่ดี สะดวก รวดเร็วก็จะช่วยให้การส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไปสู่ประเทศปลายทางสามารถคงคุณภาพของสินค้าไว้ได้มากที่สุด และยังเป็นการรักษามูลค่าของสินค้าด้วย โดยปัจจุบันการส่งออกผลไม้ของไทยไปจีนมีทั้งในรูปแบบทางบก ทางอากาศ และทางทะเล ซึ่งเครื่องมือที่ช่วยคงความสดใหม่ของผลไม้ อาทิ ตู้สินค้าเย็น (Reefer) ที่สามารถควบคุมอุณหภูมิให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท ก็จะช่วยให้สินค้าถึงปลายทางอย่างมีคุณภาพ เป็นการส่งเสริมให้สามารถส่งออกผลไม้ได้มากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญต่อการส่งออก แม้ว่าไทยจะมีการส่งออกผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้สดไปจีนอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มเติบโตมาโดยตลอด แต่ปัญหาด้านโรคพืช สารตกค้างในผลไม้ แมลงศัตรูพืช รวมไปถึงระบบการตรวจสอบสารตกค้างและศัตรูพืชของประเทศปลายทางที่มีความเข้มงวดและต่างกันไป ก็เป็นปัจจัยหลักที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ยกตัวอย่างกรณีการส่งออกทุเรียนไทยไปจีนที่อัตราการส่งออกเติบโตสูง แต่เมื่อเดือนเมษายน 2562 พบว่ามีทุเรียนตกค้างที่ชายแดนจำนวนมากถึงประมาณ 3,000 ตู้ เนื่องด้วยเหตุผลการปรับเปลี่ยนระบบการตรวจสอบ สารตกค้างและศัตรูพืชของศุลกากรจีน จากเดิมเป็นการสุ่มตรวจเปลี่ยนเป็นการตรวจ 100% ระยะเวลาการตรวจนานขึ้น[4] ส่งผลให้เกิดปัญหาทุเรียนสุก และแตกเสียหายเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการต้องทำใบรับรองสุขอนามัยพืช (P.C.) ซึ่งมีอายุ 7 วัน ใหม่ด้วย ทั้งนี้ปัญหาดังกล่าวทำให้ราคาทุเรียนเมื่อถึงปลายทางถูกกดราคาลง และทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนการขนส่งเพิ่มขึ้นด้วย

สรุป

แม้ว่าการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทยไปจีนยังคงโดดเด่นและมีแน้วโน้มที่ดีขึ้น โดยเฉพาะทุเรียน ลำไย และมังคุด ด้วยสภาพพื้นที่และภูมิอากาศของไทยเหมาะสมต่อการปลูกผลไม้เมืองร้อน มีความหลากหลายของพันธุ์ผลไม้ จึงสามารถให้ผลผลิตได้ตลอดปี สินค้าผลไม้ไทยจึงยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในจีนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการและผู้ส่งออกก็ควรมีการพัฒนาศักยภาพ คิดค้นระบบการส่งออกให้มีเทคโนโลยีที่สามารถลดระยะเวลาในการขนส่ง รวมถึงศึกษาและพัฒนาช่องทางการจำหน่าย โดยเฉพาะการค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในยุคการค้าขายที่เปิดอย่างเสรีในปัจจุบันอย่างมาก นอกจากนี้ การใช้สิทธิพิเศษการนำเข้าภายใต้ FTA อาเซียน-จีน รวมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐ และการพัฒนาของภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง ก็จะช่วยให้การส่งออกของไทยขยายตัวอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้า
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
พฤษภาคม 2562

[4] ที่มา: https://www.prachachat.net/local-economy/news-325901