

มังคุด

ประจำสัปดาห์ที่ 1 เดือนมิถุนายน 2563 (วันที่ 1-5 มิถุนายน 2563)

	2560	2561	2562	2563	% Δ
ผลผลิต (ตัน)	209,880	185,607	351,740	381,148	8.36
- ตะวันออก	154,642	73,815	180,318	213,072	18.16
- ใต้	54,656	111,378	170,680	167,252	-2.01
- อื่นๆ	582	414	742	824	11.05
ช่วงผลผลิตออกมา/แหล่งผลิตสำคัญ					
- ตะวันออก	พ.ค. (จันทบุรี ตราด และระยอง)				
- ใต้	มิ.ย. - ก.ค. (นครศรีธรรมราช ชุมพร และระนอง)				
พื้นที่ให้ผล (ไร่)	415,752	419,901	425,573	429,395	0.90
ผลผลิตเฉลี่ย(กก./ไร่)	505	442	827	891	7.74
ต้นทุนการผลิต (บาท/กก.)	17.67	20.04	12.99	N/A	
มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)	8.42	8.09	10.21	N/A	
การบริโภค (ตัน)					
- บริโภคสด	4,276	7,944	-56,249	N/A	
- แปรรูป	43	80	-568	N/A	
การส่งออก (สด+แช่แข็ง)					
					ม.ค.-เม.ย.
- ปริมาณ (ตัน)	205,561	177,583	408,557	32,658	
- มูลค่า (ล้านบาท)	7,446	6,988	16,694	1,894	
ประเทศคู่ค้า					
- มังคุดสด	จีน 58% เวียดนาม 38% อื่นๆ 4%				
- มังคุดแช่แข็ง	ไต้หวัน 100%				

1. สถานการณ์การผลิตและการตลาด

1.1 ผลผลิต ปี 2563 สก. คาดว่าผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2562 เนื่องจากเกษตรกรปรับเปลี่ยนมาปลูกมังคุดเพิ่มขึ้นจากการที่ราคามังคุดที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเริ่มปลูก ปี 56 และคาดว่า จะเริ่มให้ผลผลิตในปี 63 และจากสถานการณ์ภัยแล้งในปีนี้ ทำให้มังคุดขาดน้ำ ลูกเล็ก ผิวไม่สวย ไม่ได้คุณภาพส่งออก

1.2 การตลาด จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ปริมาณมังคุดที่ส่งออก ลดน้อยลง ทำให้มังคุดที่ต้องบริหารจัดการภายในประเทศเพิ่มขึ้น

2. แนวทางการตลาดของกระทรวงพาณิชย์

2.1 ตลาดภายในประเทศ 1) ส่งเสริมการซื้อขายด้วยข้อตกลงมาตรฐาน, 2) เชื่อมโยงสินค้าจากแหล่งผลิต ไปยังตลาดปลายทาง (สหจ.บูรณาการร่วมกับกรมฯ), 3) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายประสานเป็นจุดจำหน่าย โดยตรง เช่น ห้าง ภัตตาคาร โรงแรม ปั้มน้ำมัน สายการบิน-ไปรษณีย์ช่วยขน, 4) รมรณรงค์บริโภค เช่น จัดกิจกรรม Magnet Market, 5) PR กระตุ้นการบริโภคผลไม้ผ่านสื่อทั้ง Off/On Line, 6) เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ โดยให้สินเชื่อเพื่อเพิ่มสภาพคล่องพัฒนาผู้ประกอบการ, 8) ป้อนปราม-ปราบปรามพฤติกรรม ความไม่เป็นธรรมทางการค้าและราคา, 9) ผลักดันหลักสูตรอบรมให้ความรู้แก่เยาวชนในการเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อแก้ไขปัญหาแรงงานไทยขาดแคลน

2.2 ตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีแผนดำเนินการ ดังนี้

1) ผลักดันการส่งออก (รักษาตลาดเดิมเพิ่มตลาดใหม่) เช่น ส่งเสริมการขาย/ประชาสัมพันธ์ (In-store promotion) ในต่างประเทศ/ขยายตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ อินเดีย รัสเซีย ประเทศในกลุ่มอาเซียนและ ตะวันออกกลาง 2) การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าพร้อมนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน/เจรจาธุรกิจ 3) ส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ผ่านช่องทางออนไลน์ (Thaitrade, Tmall.) 4) ทูตพาณิชย์เชื่อมโยงผลไม้ไป จำหน่ายร้านอาหารทั่วโลก 5) เจรจาเพื่อลดอุปสรรคทางการค้า

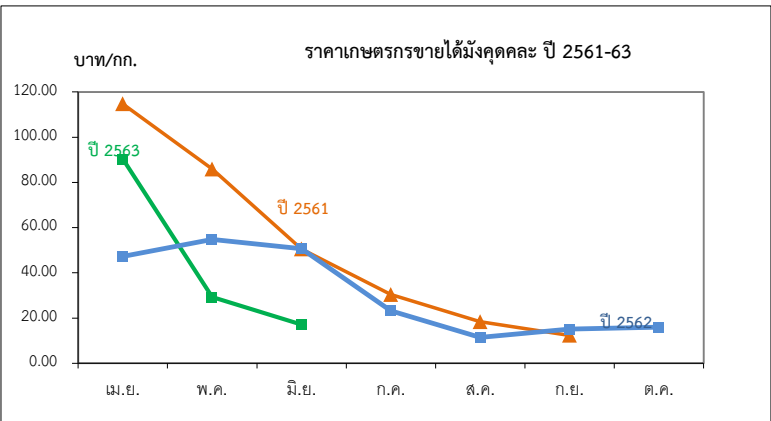
3. คณะกรรมการดูแลสินค้าผลไม้

สินค้าผลไม้มีคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ดูแลรับผิดชอบ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวง เกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน และอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นกรรมการและเลขานุการ

สถานการณ์ปัจจุบัน

- ในประเทศ : ผลผลิตภาคตะวันออกฤดูกาลผลิต ปี 2563 ออกสู่ตลาดแล้วเฉลี่ย 70% ราคาที่เกษตรกรขายได้สัปดาห์นี้ กก.ละ 17.13 บาท เพิ่มขึ้นจากสัปดาห์ก่อน กก.ละ 0.01 บาท ตามปริมาณผลผลิตที่ลดลง เนื่องจากช่วงปลายฤดูกาลผลิตและเริ่มเข้าฤดูฝน

- ตลาดต่างประเทศ มังคุดภาคตะวันออกมีปัญหาด้านคุณภาพและส่งออกไม่ได้ ผู้ส่งออกเริ่ม เข้าไปตั้งจุดรวบรวมรับซื้อมังคุดในภาคใต้ที่เริ่มออกสู่ตลาด



ราคาที่เกษตรกรขายได้มังคุดเฉลี่ย

หน่วย: บาท/กก.

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2558	-	-	-	79.68	73.29	37.37	27.01	15.40	11.14	9.81	-	-	34.87
2559	-	-	-	77.93	55.75	28.99	41.08	28.26	21.4	19.87	-	-	35.56
2560	-	-	-	171.35	77.92	45.54	14.23	22.06	33.93	-	-	-	40.10
2561	-	-	143.09	114.70	85.88	50.55	30.41	18.35	12.35	-	-	-	43.57
2562	-	-	55.67	47.28	54.74	50.69	23.21	11.50	15.15	15.97	-	-	29.02
2563	-	-	-	90.31	29.29	17.13	(สป.1)	-	-	-	-	-	53.72