

มังคุด

ประจำสัปดาห์ที่ 1 เดือนกุมภาพันธ์ 2564 (วันที่ 1-5 กุมภาพันธ์ 2564)

	2561	2562	2563	2564	% △
ผลผลิต (ตัน)	185,607	352,800	339,283	395,884	16.68
- ตะวันออก	73,815	180,318	213,226	221,928	4.08
- ใต้	111,378	172,098	125,656	173,524	38.09
- อื่นๆ	414	384	401	432	7.73
ช่วงผลผลิตออกมาก/แหล่งผลิตสำคัญ					
- ตะวันออก	พ.ค. (จันทบุรี ตราด และระยอง)				
- ใต้	มี.ย. - ก.ค. (นครศรีธรรมราช ชุมพร และนราธิวาส)				
พื้นที่ให้ผล (ไร่)	420,430	426,679	430,074	431,838	0.41
ผลผลิตเฉลี่ย(กก./ไร่)	441	827	789	917	16.22
ต้นทุนการผลิต (บาท/กก.)	20.04	12.99	14.03	N/A	
มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)	8.09	10.24	13.45	N/A	
การบริโภค (ตัน)					
- บริโภคสด	7,944	-55,189	47,425	N/A	
- แปรรูป	80	-568	479	N/A	
การส่งออก (สด+แช่แข็ง)					
- ปริมาณ (ตัน)	177,583	408,557	291,379		
- มูลค่า (ล้านบาท)	6,988	16,694	14,997		
ประเทศคู่ค้า					
- มังคุดสด	จีน 75% เวียดนาม 18% อื่นๆ 7%				
- มังคุดแช่แข็ง	เกาหลี 60% สหรัฐอเมริกา 29% อื่นๆ 11%				

1. สถานการณ์การผลิตและการตลาด

1.1 ผลผลิต ปี 2564 สดก. คาดว่าผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2563 เนื่องจากเกษตรกรปรับเปลี่ยนมาปลูกมังคุดเพิ่มขึ้นซึ่งเริ่มปลูก ปี 57 และคาดว่าจะเริ่มให้ผลผลิตในปี 64 จากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวย ปริมาณเพียงพอในช่วงออกดอก และไม่มีฝนในช่วงออกดอก อุณหภูมิเหมาะสม ทำให้ดอกออกและติดผลดี ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตอาจเพิ่มขึ้น

1.2 การตลาด จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ปริมาณมังคุดที่ส่งออก ลดน้อยลง ทำให้มังคุดที่ต้องบริหารจัดการภายในประเทศเพิ่มขึ้น

2. แผนด้านการตลาดของกระทรวงพาณิชย์

2.1 ตลาดภายในประเทศ 1) ส่งเสริมการซื้อขายด้วยช่องทางมาตรฐาน, 2) เชื่อมโยงสินค้าจากแหล่งผลิต ไปยังตลาดปลายทาง (สหจ.บูรณาการร่วมกับกรมฯ), 3) เพิ่มช่องทางจำหน่ายประชาชนเป็นจุดจำหน่าย โดยตรง เช่น ห้าง ภัตตาคาร โรงแรม ปั้มน้ำมัน สายการบิน-ไปรษณีย์ช่วยขน, 4) รมรณรงค์การบริโภค 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

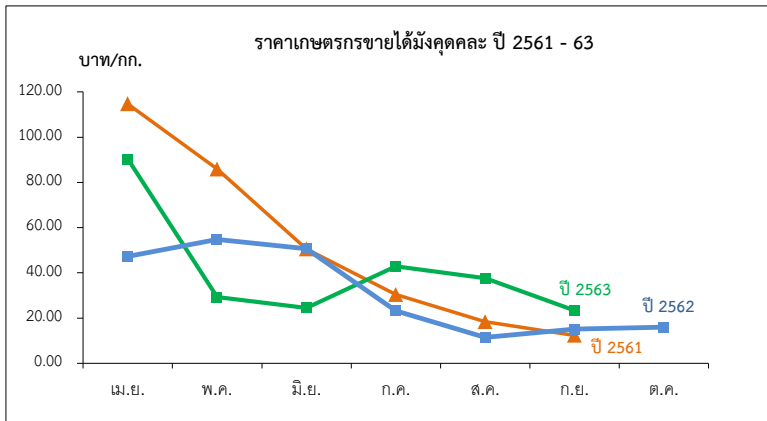
1) ผลักดันการส่งออก (รักษาตลาดเดิมเพิ่มตลาดใหม่) เช่น ส่งเสริมการขาย/ประชาสัมพันธ์ (In-store promotion) ในต่างประเทศ/ขยายตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ อินเดีย รัสเซีย ประเทศในกลุ่มอาเซียนและ ตะวันออกกลาง 2) การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าพร้อมนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน/เจรจาธุรกิจ 3) ส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ผ่านช่องทางออนไลน์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

3. คณะกรรมการดูแลสินค้าผลไม้

สินค้าผลไม้มีคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ดูแลรับผิดชอบ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวง เกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน และอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นกรรมการและเลขานุการ

สถานการณ์ปัจจุบัน

- ผลผลิตมังคุดภาคใต้ ปี 2563 สิ้นสุดฤดูกาลเก็บเกี่ยวแล้ว



ราคาที่เกษตรกรขายได้มังคุดต่อสัปดาห์

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	-	-	129.50	90.31	29.29	24.49	42.92	37.65	23.29	-	-	-	39.63