



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การใช้ประโยชน์จาก FTA อาเซียน-จีน ในการ
ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป
ขยายการส่งออกไปตลาดจีน: กรณีศึกษา
ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง

จัดทำโดย นางสาวมาลัย กรแก้วสมนึก
รหัส 17036

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 17 ปี 2569
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การใช้ประโยชน์จาก FTA อาเซียน-จีน ในการ
ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป
ขยายการส่งออกไปตลาดจีน: กรณีศึกษา
ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง

จัดทำโดย นางสาวมาลัย กรแก้วสมนึก
รหัส 17036

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 17 ปี 2569
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูตสุพรรณ ศรีไมตรีพิทักษ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูตกิตติพงษ์ ณ ระนอง)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(ศาสตราจารย์ ดร.พลภัทร บุราคม)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

แม้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Area: ACFTA) จะช่วยเปิดตลาดการค้าเสรีและลดอุปสรรคทางการค้าเข้าสู่ตลาดจีน แต่ผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป โดยเฉพาะทุเรียนและทุเรียนอบกรอบยังใช้ประโยชน์จากความตกลงฯ ได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากมีข้อจำกัดสำคัญหลายประการ เช่น ขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิประโยชน์ของความตกลง ACFTA หลักเกณฑ์ กฎถิ่นกำเนิดสินค้า และการจัดทำหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า และประสบปัญหาในการเข้าถึง แหล่งเงินทุน นวัตกรรม และเครือข่ายธุรกิจ ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA อาเซียน-จีน ในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป ขยายการส่งออกไปตลาดจีน กรณีศึกษาทุเรียนและทุเรียนอบกรอบแห้ง” ครั้งนี้จะช่วยให้ได้คำตอบสำหรับการแก้ไขปัญหาข้างต้น โดยเฉพาะประเด็นการเจรจาการค้าในการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA

ผลการศึกษาพบว่า ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบแห้งของไทยได้รับสิทธิประโยชน์จากความตกลง ACFTA จากทั้งการยกเลิกภาษีนำเข้าศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า นอกจากนี้ ไทยเป็นประเทศแรกที่จีนอนุญาตให้นำเข้าทุเรียนตั้งแต่ปี 2547 จึงมีประสบการณ์ในการปลูก การคัดบรรจุ มีเครือข่ายผู้ซื้อผู้นำเข้าในตลาดจีน และมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านคุณภาพ รสชาติ ผลผลิตตลอดปี ความหลากหลายของสายพันธุ์ และความสามารถด้านแปรรูป ผู้ประกอบการ SMEs น่าจะได้รับการส่งเสริม ในการส่งออกและขยายสัดส่วนสินค้าทั้งสองประเภทนี้ในตลาดจีน เนื่องจากยังเผชิญข้อจำกัดหลายด้าน โดยเฉพาะต้นทุนการผลิตและโลจิสติกส์ การตรวจสอบเรื่องมาตรการสุขอนามัยพืชของจีน และข้อมูลการตลาดเชิงลึก

การศึกษาเสนอให้ภาครัฐส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบแห้งเพื่อขยายการส่งออกไปตลาดจีนใน 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นการดำเนินการผ่านการเจรจาหรือ 2 กรอบ คือ (1) กรอบอาเซียน-จีน เสนอให้บรรจุประเด็นการเจรจาในการทบทวนหรือปรับความตกลง ACFTA 3.0 หรือในเวทีอาเซียน-จีนอื่น ๆ ที่จะเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วต่อการค้าทุเรียน ได้แก่ การพัฒนา และยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs การจัดทำ ASEAN Green Lane การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลระบบข้อมูลตลาดทุเรียนและราคาล่วงหน้า อาเซียน-จีน และการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์โดยเฉพาะระบบรางรถไฟ ไทย ลาว จีน และ (2) กรอบทวิภาคี ไทย-จีน การจัดตั้งหน่วยงานขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC ร่วมกัน การส่งเสริมการค้าทุเรียนออนไลน์ และการพัฒนาการรับรู้เรื่องแบรนด์ทุเรียนไทยเพื่อประโยชน์ ต่อผู้บริโภคจีน และส่วนที่ 2 เป็นการสร้าง

ระบบนิเวศการส่งออกไปตลาดจีน ผ่านการสร้างการเรียนรู้และ ทำความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับโอกาส
ของการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลง ACFTA 3.0 การเข้าถึงแหล่งข้อมูล การค้าออนไลน์
การสร้างแบรนด์ การผลิตสินค้านวัตกรรม การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์จาก FTA อาเซียน-จีน ในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป ขยายการส่งออกไปตลาดจีน: กรณีศึกษา ทูเรียนและทูเรียนอบกรอบอบแห้ง” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ ความร่วมมือ และการสนับสนุนจากบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก เกษตรกร และผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทูเรียนและทูเรียนอบกรอบอบแห้ง เจ้าหน้าที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ที่กรุณาให้ข้อมูล ประสพการณ์ และมุมมองเกี่ยวกับสถานการณ์การผลิต การแปรรูป การตลาด การส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค ในการใช้สิทธิประโยชน์จาก ACFTA ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs และประเด็นการเจรจาสำหรับการทบทวน ปรับปรุง และบรรจุในความตกลง ACFTA

ขอขอบคุณท่านสุพัตรา ศรีไมตรีพิทักษ์ ศ.ดร.พลภัทร บุราคม และท่านกิตติพงษ์ ณ ระนอง อาจารย์ที่ปรึกษาทั้ง 3 ท่าน ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ จนทำให้การศึกษานี้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ SMEs เกษตรกร และผู้เกี่ยวข้อง ในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จาก FTA อาเซียน-จีน และส่งเสริมการขยายการส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปของไทยสู่ตลาดจีนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

มาลัย กรแก้วสมนึก

กันยายน 2569

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง และความสำคัญของหัวข้อที่จะศึกษา	1
1.2 การวิเคราะห์ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน	6
บทที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและผลการศึกษา	8
2.1 การกำหนดประเด็นศึกษา	8
2.2 การวิเคราะห์ประเด็นศึกษา	10
2.3 สรุปผลการศึกษา	27
บทที่ 3 ข้อเสนอ	29
3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย	29
3.2 ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ	32
บรรณานุกรม	37
ภาคผนวก	39
ประวัติผู้เขียน	66

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	บัญชีรายชื่อผลไม้ที่จีนอนุญาตให้นำเข้าจากประเทศสมาชิกอาเซียน	3
ตารางที่ 2	ข้อบทในความตกลง ACFTA ที่เื้อื่อต่อผู้ประกอบการส่งออกทุเรียน และทุเรียนอบกรอบอบแห้ง	11
ตารางที่ 3	มูลค่าการส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปของไทยไปตลาดจีน เปรียบเทียบปี 2547 และ 2568	16
ตารางที่ 4	เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันการส่งออกทุเรียนไทยกับประเทศคู่แข่ง	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง และความสำคัญของหัวข้อที่จะศึกษา

ผลไม้และผลไม้แปรรูปเป็นสินค้าส่งออกที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับประเทศไทยในเวทีการค้าโลก เป็นที่นิยมทั้งด้านคุณภาพพรีเมียม มาตรฐาน หลากหลายสายพันธุ์ รสชาติเป็นเอกลักษณ์ อาทิ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลำไย มะม่วง กล้วย มะพร้าว มะขาม ส้มโอ เป็นต้น โดยมีพื้นที่ปลูกไม้ผล 14.58 ล้านไร่ หรือร้อยละ 10.3 ของพื้นที่เพาะปลูกทั่วประเทศ¹ เมื่อปี 2568 ไทยมีมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูป 10,767 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น ผลไม้สด แช่เย็นและแช่แข็ง 6,507 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ผลไม้สด 5,209 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่เป็นทูเรียน ลำไย มังคุด มะม่วง ส้มโอ) และเป็นผลไม้แปรรูป ที่มีมูลค่าส่งออก 4,260 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ ผลไม้อบกรอบแห้ง) การส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูป มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 ต่อปี ตลาดหลักในการส่งออกผลไม้ของไทยอยู่ที่จีน รองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และเกาหลีใต้ ส่วนผลไม้แปรรูปมีตลาดส่งออกสำคัญคือ สหรัฐอเมริกา รองลงมา ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา (กระทรวงพาณิชย์, 2569)

จีนเป็นตลาดส่งออกผลไม้ที่สำคัญของไทย ในปี 2568 ไทยครองส่วนแบ่งในตลาดผลไม้ของจีน ถึง 1 ใน 3 คิดเป็นร้อยละ 31 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมดของจีน 16,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในทางกลับกัน การส่งออกผลไม้จากไทยไปจีนมีมูลค่า 5,052 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 97 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมดของไทย (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2569) ผลไม้สดหลักที่ส่งออกไปตลาดจีน ได้แก่ ทูเรียน มังคุด ลำไย ส้มโอ และเงาะ สำหรับสินค้าแปรรูปส่งออกหลักไปจีน ได้แก่ ผลไม้อบแห้ง ฟรุ๊ตดราย น้ำผลไม้เข้มข้น ผลไม้กระป๋อง จีนเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง มีประชากรมากกว่า 1,400 ล้านคน ผู้บริโภคจีน มีความนิยมผลไม้จากไทย อีกทั้งยังเป็นผลมาจากการจัดทำความตกลงการค้าเสรี FTA อาเซียน-จีน หรือ (ASEAN-China Free Trade Agreement: ACFTA)

¹ ศูนย์ติดตามและแก้ไขปัญหายภัยพิบัติด้านการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, รายงานสถานการณ์ภัยพิบัติด้านการเกษตร วันที่ 1 เมษายน 2568 (เมษายน 2568) : 4.

ความตกลง ACFTA หรือ ACFTA 1.0 ลงนามเมื่อปี 2547 และมีผลบังคับใช้เมื่อปี 2548 โดยมีข้อบทที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูป ซึ่งช่วยเปิดตลาดเสรีสำหรับผลไม้และผลไม้แปรรูปของไทยในจีน และได้รับการลดอัตราภาษีนำเข้าสู่ตลาดเสรีร้อยละ 0 เป็นไปตามหลักเกณฑ์กฎถิ่นกำเนิดสินค้าและมีหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า หรือ Form E และมีความร่วมมือด้านพิธีการศุลกากรเพิ่มความรวดเร็ว ในการผ่านแดน โดยผลไม้สดต้องผ่านมาตรการด้านสุขอนามัยพืชจากจีนและผลไม้แปรรูปผ่านมาตรการ ด้านเทคนิคทางการค้า

ต่อมาอาเซียนและจีนได้ลงนามในพิธีสารเพื่อแก้ไขกรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (ACFTA Upgrading Protocol) เป็นการยกระดับความตกลง ACFTA ครั้งแรก หรือ ACFTA 2.0 มีผลบังคับใช้เมื่อปี 2559 เพื่อปรับปรุง เนื้อหา ACFTA 1.0 ให้ทันสมัย เน้นประเด็นการอำนวยความสะดวกทางการค้าและกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า ลดระยะเวลาการตรวจปล่อยสินค้าโดยเฉพาะผลไม้เน่าเสียง่าย แก้ไขปัญหามาตรการสุขอนามัยพืชและมาตรการด้านเทคนิคทางการค้า และปรับปรุงกฎถิ่นกำเนิดสินค้า ให้มีความชัดเจนและยืดหยุ่นมากขึ้น

จากนั้นเมื่อปี 2565 ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน (ASEAN-China Summit) ได้ประกาศเริ่มการเจรจายกระดับความตกลง ACFTA หรือ ACFTA 3.0 upgrading negotiations มีเป้าหมายให้ความตกลง ACFTA 2.0 มีความทันสมัยและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมธุรกิจในปัจจุบัน และลงนามความตกลงฯ เมื่อปี 2568 ซึ่งคาดว่าจะ จะมีผลบังคับใช้ในเดือนพฤศจิกายน 2569 โดยปรับปรุง 4 ข้อบท ได้แก่ (1) มาตรการสุขอนามัยพืช (2) มาตรการด้านเทคนิคทางการค้า (3) พิธีการศุลกากร และการอำนวยความสะดวกทางการค้า และ (4) ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและวิชาการ และเพิ่ม 5 ข้อบทใหม่ ได้แก่ (1) เศรษฐกิจดิจิทัล (2) เศรษฐกิจ สีเขียว (3) ความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน (4) การแข่งขันและการคุ้มครองผู้บริโภค และ (5) วิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs)

นับตั้งแต่ที่ความตกลง ACFTA มีผลบังคับใช้เมื่อปี 2548 จนถึงปัจจุบันพบว่า มูลค่าการค้ารวมของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากมูลค่า 15,257 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2547 ซึ่งเป็นปีก่อนที่ไทยมีความตกลง ACFTA เพิ่มขึ้นเป็น 147,090 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 ขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 10 เท่า โดยทั้งสองฝ่ายกำหนดทบทวนและปรับปรุงความตกลงฯ ทุก 5 ปี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2569)

เมื่อเปรียบเทียบกับความตกลงการค้าเสรี หรือ FTAs อื่นๆ ของไทย การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ความตกลง ACFTA มีมูลค่าการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการส่งออกสูงที่สุดเป็นอันดับ 2 รองจากการส่งออกภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ในปี 2568 ผู้ประกอบการใช้ความตกลง ACFTA ส่งออกไปตลาดจีน มูลค่า 25,131 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีสัดส่วนการใช้สิทธิประโยชน์ฯ ร้อยละ 96.11 ของมูลค่า การส่งออกสินค้าที่ได้รับสิทธิประโยชน์ฯ ซึ่งเป็น

สินค้าเกษตร 11,887.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 47.30 โดยเป็นผลไม้สด 4,563 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลไม้แปรรูป 414 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทุเรียนสด พิกัดศุลกากร HS Code 08.10.60.00 เป็นสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าการใช้สิทธิประโยชน์ฯ สูงสุดในการส่งออก ด้วยมูลค่ากว่า 4,264 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 93.45 ของการใช้สิทธิประโยชน์ฯ ส่งออกผลไม้ (กรมการค้าต่างประเทศ, 2569)

นอกจากนี้ ไทยเป็นสมาชิกอาเซียนที่ส่งออกผลไม้หลากหลายไปตลาดจีนเป็นอันดับ 1 และยังมีความได้เปรียบจากการที่จีนอนุญาตให้ผลไม้ไทยเข้าสู่ตลาดจีน 22 รายการ ซึ่งเป็นจำนวนรายการมากที่สุดในประเทศสมาชิกอาเซียนที่จีนอนุญาตให้นำเข้าผลไม้ ดังนี้

ตารางที่ 1 บัญชีรายชื่อผลไม้ที่จีนอนุญาตให้นำเข้าจากประเทศสมาชิกอาเซียน

ประเทศ	รายการผลไม้
ไทย	(22 รายการ) มะขาม น้อยหน่า มะละกอ มะเฟือง ฝรั่ง เงาะ ชมพู ขนุน ลองกอง สับปะรด ละมุด กัลล้วย เสาวรส มะพร้าว ลำไย ทุเรียน มะม่วง ลิ้นจี่ มังคุด ส้มเปลือกอ่อน ส้ม ส้มโอ
มาเลเซีย	(10 รายการ) ลำไย มังคุด ลิ้นจี่ มะพร้าว แตงโม มะละกอ เงาะ สับปะรด ขนุน ทุเรียน
เมียนมา	(10 รายการ) ลำไย มังคุด เงาะ ลิ้นจี่ มะม่วง แตงโม แตงหวาน พุทรา กัลล้วย สับปะรด
เวียดนาม	(10 รายการ) มะม่วง ลำไย กัลล้วย ลิ้นจี่ แตงโม เงาะ ขนุน แก้วมังกร มังคุด ทุเรียน
ลาว	(8 รายการ) กัลล้วย แตงโม เสาวรส ส้ม ส้มโอ มะนาว มะม่วง ทุเรียน
ฟิลิปปินส์	(6 รายการ) สับปะรด กัลล้วย มะม่วง มะละกอ มะพร้าว ทุเรียน
อินโดนีเซีย	(5 รายการ) กัลล้วย ลำไย มังคุด สลัด แก้วมังกร สับปะรด มะพร้าว
กัมพูชา	(5 รายการ) กัลล้วย มะม่วง ลำไย มะพร้าว ทุเรียน
บรูไนฯ	(1 รายการ) แตงหวาน
สิงคโปร์	ไม่มี

ที่มา: ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (2568)

หมายเหตุ: ผลไม้ที่ขีดเส้นใต้คือผลไม้ที่เป็นรายการเดียวกับที่จีนอนุญาตให้ไทยนำเข้าได้

ประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นคู่แข่งส่งออกสินค้าผลไม้ไปตลาดจีน เนื่องจากเป็นสินค้าผลไม้เมืองร้อนที่มีการปลูกและเก็บเกี่ยวในฤดูกาลเดียวกันในภูมิภาคอาเซียน ยกเว้นบรูไนฯ (ที่ได้รับอนุญาตจากจีนให้นำเข้าผลไม้ 1 รายการคือ แดงหวาน) และสิงคโปร์ (ที่ไม่มีรายการผลไม้ที่ได้รับอนุญาต) ตั้งแต่ปี 2565 จีนได้เพิ่มประเทศที่อนุญาตให้นำเข้าทุเรียน จำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ลาว กัมพูชา ปัจจุบันเวียดนามและมาเลเซียเน้นการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน ในคราวนั้น จีนอนุญาตการนำเข้าผลไม้อื่น ให้กับประเทศอื่นนอกจากไทย ได้แก่ มังคุดให้กับเวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย ลำไยให้กับเวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเงาะให้กับเวียดนามและมาเลเซีย²

การส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปไปตลาดจีนดำเนินธุรกิจโดยผู้ประกอบการ SMEs (Small and Medium Enterprises) หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการ SMEs เหล่านี้ อยู่ในภาคการผลิต (ผู้ปลูก ผู้ผลิต ผู้แปรรูป) และภาคการค้าและการบริการ (บริษัทส่งออก โรงคัดแยกบรรจุ ผู้รวบรวม) จำนวน 17,405 ราย แบ่งออกเป็นผู้ประกอบการผลไม้ จำนวน 8,500 ราย และผู้ประกอบการผลไม้แปรรูป 8,905 ราย โดยเป็นผู้ส่งออกผลไม้ไปตลาดจีนประมาณ 2,500 ราย จำแนกเป็นบริษัทส่งออก 315 ราย และโรงคัดบรรจุผลไม้ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร จำนวน 2,185 ราย ซึ่งเป็นโรงคัดบรรจุทุเรียน 1,682 ราย คิดเป็นร้อยละ 80 ของโรงคัดบรรจุผลไม้ส่งออกไปตลาดจีนทั้งหมดกระจุกตัวในจังหวัดจันทบุรี ชุมพร และศรีสะเกษ (กรมวิชาการเกษตร, 2569) และผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้แปรรูปส่งออกไปตลาดจีน จำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่เป็นสินค้าผลไม้อบกรอบอบแห้ง ฟรืชดราย น้ำผลไม้ ผลไม้กระป๋อง ที่มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ยืดอายุการเก็บรักษานานขึ้น เกิดความสะดวกต่อการพกพา เพิ่มคุณค่าโภชนาการ รับประทานง่าย และสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2569)

ในจำนวน 17,405 รายนี้ มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีเงินลงทุนมากกว่า 500 ล้านบาท อยู่ในอุตสาหกรรมผลไม้และผลไม้แปรรูปประมาณ 40 รายทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 0.2 เช่น (1) บริษัท เฟรชฟรุต จำกัด ส่งออกทุเรียน มังคุด ลำไย (2) บริษัท สยามเอ็กซ์พอร์ตมาร์ท จำกัด ส่งออกมะม่วง (3) บริษัท มาลีกรูป จำกัด (มหาชน) ส่งออกน้ำผลไม้ และ (4) บริษัท ทิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำผลไม้ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ดังกล่าวก็เป็นผู้ส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปไปตลาดจีน

การส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปของไทยไปจีน ใช้ 4 เส้นทางหลัก ดังนี้

² สัมภาษณ์ จักรธร วีระพันธุ์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 25 กรกฎาคม 2569.

ทางถนน (1) เส้นทาง R3A ผ่านไทย (ด่านเชียงของ) ลาว (ด่านห้วยทรายและด่านบ่อเต็น) จีน (ด่านโม่ฮาน) ไปนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน และ (2) เส้นทาง R12 ผ่านไทย (ด่านนครพนม) ลาว (ด่านท่าแขก ด่านนาพันา) เวียดนาม (ด่านจาลอ ด่านหุหงิ) จีน (ด่านโหยวอี๋กวน) ไปเมืองผิงเสียง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง เหมาะสำหรับการขนส่งทุเรียน มังคุด ลำไย มะม่วง

ทางรถไฟลาว-จีน ผ่านไทย (หนองคาย) ลาว (นครหลวงเวียงจันทน์ ด่านบ่อเต็น) จีน (ด่านโม่ฮาน) ไปนครคุนหมิง เหมาะสำหรับการขนส่งทุเรียนและผลไม้สดปริมาณมาก

ทางทะเล ผ่านไทย (ท่าเรือแหลมฉบัง) จีน (ท่าเรือฮ่องกง ท่าเรือเซินเจิ้น ท่าเรือกว่างโจว ท่าเรือ เซี่ยงไฮ้ ท่าเรือหนิงโป) เหมาะสำหรับการขนส่งผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้ ผลไม้แช่แข็ง

ทางอากาศ ผ่านไทย (ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ) จีน (ท่าอากาศยานนานาชาติ กวางโจว ไปหยุน ท่าอากาศยานนานาชาติเซี่ยงไฮ้ผู่ตง ท่าอากาศยานนานาชาติปักกิ่ง ท่าอากาศยานนานาชาติคุนหมิง ฉางชู่) เหมาะสำหรับการขนส่งผลไม้พรีเมียมมีมูลค่าสูงทั้งทุเรียน มังคุด มะม่วง

ผลไม้ของไทยส่วนใหญ่ใช้การขนส่งทางถนนเข้าไปในตลาดจีน โดยเฉพาะเส้นทาง R12 เข้า นครหนานหนิงและกระจายสินค้าเข้าไปในเมืองต่าง ๆ ตอนในของจีน ไปอยู่ในตลาดค้าส่งผลไม้ ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย ซูเปอร์มาร์เก็ต อีคอมเมิร์ซ และไลฟ์คอมเมิร์ซ โดยตลาดค้าส่งผลไม้สำคัญในจีน เช่น (1) ตลาดค้าส่งผักและผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว เป็นตลาดค้าส่งผลไม้นำเข้าที่ใหญ่ที่สุดของจีน รองรับผลไม้นำเข้าร้อยละ 70 ของทั้งประเทศ (2) ตลาดเจียชิ่ง เมืองเจียชิ่ง มณฑลเจ้อเจียง เป็นตลาดรับซื้อทุเรียน จากไทย (3) ตลาดฮุยจ้าน นครเซี่ยงไฮ้ ศูนย์กลางกระจายผลไม้เกรดพรีเมียมของจีน (4) ตลาดหงชิ่ง นครฉางซา มณฑลหูหนาน เป็นตลาดค้าส่งผลไม้ขนาดใหญ่ของจีนตอนกลาง (5) ตลาดตงฟางตงชิ่ง นครชิงเต่า เป็นตลาดนำเข้าและค้าส่งผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของภาคเหนือของจีน และ (6) ตลาดซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง เป็นศูนย์กลางค้าส่งสินค้าเกษตรรายใหญ่ของจีน

ผู้ศึกษาเห็นถึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA อาเซียน-จีน ในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป ขยายการส่งออกไปตลาดจีน กรณีศึกษา ทุเรียน และทุเรียนอบกรอบแห้ง” แม้ว่าไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้นำเข้าในจีน ร้อยละ 57 โดยเฉพาะทุเรียน มีส่วนแบ่งการตลาดในจีน ร้อยละ 50 ของการนำเข้าทุเรียนทั้งหมด³ ส่วนผลไม้แปรรูปไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในจีนร้อยละ 25 ของการนำเข้าผลไม้แปรรูป และเป็นร้อยละ 50 ของการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศสมาชิกอาเซียน และทุเรียนอบกรอบแห้งมีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 50 ของการนำเข้าทุเรียนอบกรอบแห้ง ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตการศึกษาโดยเลือกผลไม้สด คือ ทุเรียนเนื่องจากเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด มีแนวโน้มส่งออกเพิ่มขึ้น และปลูกทั่วประเทศ

³ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ ความท้าทายของทุเรียนไทยในตลาดจีน : เมื่อเวียดนามรุกหนักและจีนเลือกได้ (พฤษภาคม 2569)

และผลไม้แปรรูป คือ ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง เนื่องจากเป็นสินค้าที่พัฒนาต่อยอดจากทุเรียนในการสร้างมูลค่าเพิ่ม แก้ไขปัญหาทุเรียนล้นตลาดและ ราคาตก และเป็นสินค้าที่มีศักยภาพเติบโตสูง เป็นที่รู้จักและต้องการในตลาดจีน รวมทั้งผู้ประกอบการ SMEs ดำเนินธุรกิจได้ ใช้เงินทุนไม่สูง และเทคโนโลยีไม่ซับซ้อน เพื่อให้ได้คำตอบสำหรับการแก้ไขปัญหาความท้าทายข้างต้น โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการทบทวน ปรับปรุงความตกลง ACFTA การได้ทำที่ประกอบการเจรจา และแนวทางความร่วมมือกับฝ่ายจีนเพื่อให้ความตกลงฯ อำนวยความสะดวกทางการค้ามากยิ่งขึ้น พร้อมกับ ให้ได้แนวทางการทำงานแบบบูรณาการระหว่างกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกับหน่วยงานอื่น นำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs แข่งขันได้ เพิ่มการใช้ประโยชน์จาก FTA และขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น

1.2 การวิเคราะห์ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน

การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ด้านมาตรการบริหารจัดการสินค้าผลไม้ ปี 2569 ภายใต้แนวคิด “Thailand: The Land of Tropical Fruit” ครอบคลุมการดำเนินการตลอดห่วงโซ่อุปทานและส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยระดับโลก มีเป้าหมายขยายฐานผู้บริโภคในตลาดจีนเพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมการแปรรูปผลไม้เพื่อเพิ่มมูลค่า และเป็นการดำเนินการในทิศทางเดียวกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ ส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความรู้ด้านนวัตกรรม การตลาด และการค้าระหว่างประเทศ และใช้ประโยชน์จาก FTA ขยายตลาดส่งออก รวมทั้งเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) หมายเหตุที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ ที่สำคัญของภูมิภาค โดยมุ่งการเจรจาการค้าในระดับต่าง ๆ เปิดตลาด ส่งผลให้การค้าขยายตัว ช่วยสร้างงาน และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ยังเป็นการศึกษาที่สอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนภารกิจของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ที่กำหนดวิสัยทัศน์ มุ่งการเจรจาการค้าเชิงลึก ครอบคลุมร้อยละ 80 ของการค้าไทยกับโลก ภายในปี 2570 และพันธกิจของกรมด้านการเจรจาขยายโอกาสทางเศรษฐกิจ และการสร้างพันธมิตร และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนต่อ FTA อย่างไรก็ตาม คาดว่า ยุทธศาสตร์กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ในอนาคตจะมีการจัดทำ FTA ฉบับใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเปิดตลาดใหม่ สร้างโอกาสทางการค้าให้กับประเทศไทย ในเวทีการค้าโลก ยกระดับความสามารถการแข่งขันทางการค้า ควบคู่กับการทบทวน FTA ที่มีอยู่แล้ว จำนวน 14 ฉบับ กับ 18 ประเทศ อาทิ อาเซียน จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย เป็นต้น ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์การค้าในปัจจุบัน โดยการศึกษาครั้งนี้จะวิเคราะห์ความตกลง ACFTA เพื่อนำเสนอข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริม

ผู้ประกอบการ SMEs ขยายตลาดส่งออกในจีน มีแต้มต่อทางการค้า จากการที่ไทยจัดทำความตกลง ACFTA ลดปัญหาอุปสรรคทางการค้า โดยเฉพาะมาตรการที่มีใช้ภาษีต่าง ๆ และเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยกรมสรรพากรนโยบายการเพิ่มการค้าของไทยกับประเทศคู่ค้า FTA จากร้อยละ 60 ในปัจจุบันไปสู่ร้อยละ 80 ในปีเป้าหมาย

บทที่ 2

การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและผลการศึกษา

2.1 การกำหนดประเด็นศึกษา

การศึกษาครั้งนี้กำหนดประเด็นศึกษาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA ในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผลไม้และผลไม้แปรรูป กรณีศึกษาทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง ขยายการส่งออกไปตลาดจีน เพื่อเพิ่มการใช้ FTA มากขึ้น และได้แนวทางการทบทวน ปรับปรุง ACFTA และการจัดทำ FTA ฉบับใหม่ ๆ

2.1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA ด้านภาษ้นำเข้า ศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า
- 2) เพื่อศึกษาประเด็นและช่องทางการเจรจาที่เกี่ยวข้องต่อการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน
- 3) เพื่อนำเสนอข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ขยายตลาดส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

2.1.2 ขอบเขตการศึกษา

- 1) เนื้อหา-ผลไม้สด คือ ทุเรียน (พิกัดศุลกากร 08.10.60.00) และผลไม้แปรรูป คือ ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง (พิกัดศุลกากร 08.13.40.90)
- 2) ระยะเวลา-ระหว่างปี 2547-2568

2.1.3 วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ กำหนดวิธีการศึกษา ดังนี้

- 1) การศึกษาจากเอกสาร เช่น ความตกลง ACFTA 1.0 2.0 และ 3.0 สถิติการค้าระหว่างประเทศ และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และเว็บไซต์
- 2) การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับกลุ่มเป้าหมาย 8 ราย โดยมีแนวคำถามสัมภาษณ์ 4 ข้อ ใช้คำถามชุดเดียวกันสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ช่วงเวลา 17.00-18.00 น. ระหว่างวันที่ 24 กรกฎาคม-26 สิงหาคม 2569 ระยะเวลาประมาณ 15-20 นาที มีแนวคำถาม ได้แก่
 - สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

- ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน
- ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวน ปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง
- ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง ให้แข่งขันได้ในตลาดจีน

ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมด จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อสรุปสถานการณ์การค้า โอกาสและความท้าทายของการส่งออกสินค้าเป้าหมายไปตลาดจีน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของการใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA นำไปสู่การนำเสนอประเด็นการเจรจาในการทบทวน ปรับปรุงความตกลง ACFTA ที่เอื้อประโยชน์กับผู้ประกอบการ และข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดจีน

2.1.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 8 ราย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ SMEs ส่งออกไปตลาดจีน จำนวน 4 ราย คือ ผู้ส่งออกทุเรียนสด 2 ราย ผู้ส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้ง 2 ราย ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยส่งออกทุเรียนแต่ต้องการส่งออก 1 ราย ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งแต่ต้องการส่งออก 1 ราย และเจ้าหน้าที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศผู้รับผิดชอบเรื่องความตกลง ACFTA 2 ราย ดังนี้

ผู้ส่งออกทุเรียน

- 1) นางสาวราภรณ์ ศรีสุต กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด
- 2) นายภาคภูมิ ภัคปภากร กรรมการผู้จัดการ บริษัท กู๊สเทค โกลบอล จำกัด

ผู้ส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้ง

- 3) นายธีระทัศน์ รังสิโรจน์ กรรมการ บริษัท คอลลาบอเรชั่น จำกัด
- 4) นายสิริเชษฐ์ จีรพงษ์วัฒนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปร

ดัคส์ จำกัด

ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยส่งออกทุเรียนแต่ต้องการส่งออก

- 5) นายบุญรวย คงเกาะทวด กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชน

เกาะทวด

ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งแต่ต้องการส่งออก

- 6) นางสาวพชร ไพรรักษ์บุญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท วสช.กลุ่มผลไม้สดและผลผลิตแปรรูป บ้านดอนทอง จำกัด

เจ้าหน้าที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จากสำนักเอเชีย แอฟริกา และ ตะวันออกกลาง ซึ่งรับผิดชอบเรื่องความตกลง ACFTA

7) นายจักรธร วีระพันธุ์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

8) นายปารุสก์ เมฆกระจำง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

2.1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1) รับทราบข้อมูลการใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA ด้านภาษีนำเข้าศุลกากร และการอำนวยความสะดวกทางการค้า

2) ได้ประเด็นและช่องทางการเจรจาที่เอื้อต่อการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน และแนวทางการปรับปรุงและทบทวนความตกลง ACFTA รวมถึงทำการเจรจา FTA ฉบับใหม่ ๆ

3) ได้ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ด้านการเสริมผู้ประกอบการ SMEs ขยายตลาดส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน ซึ่งจะช่วยยกระดับความสามารถการแข่งขันทางการค้าของไทย

2.2 การวิเคราะห์ประเด็นศึกษา

การศึกษาค้นคว้าดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลความตกลง ACFTA 3 ฉบับ คือ 1.0 2.0 และ 3.0 สถานการณ์การค้าทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งของไทยในตลาดจีน และสรุปบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ SMEs และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ รวมถึงใช้เครื่องมือ SWOT วิเคราะห์ เพื่อนำเสนอประเด็นและช่องทางการเจรจาที่เอื้อต่อการส่งออกสินค้าดังกล่าว

2.2.1 การใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA ด้านภาษีนำเข้าศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า

ความตกลง ACFTA เป็น FTA ระหว่างอาเซียนและจีน ที่มีการจัดทำ ทบทวน และปรับปรุงจำนวน 3 ฉบับ คือ ความตกลง ACFTA 1.0 มีผลบังคับใช้เมื่อปี 2548 เน้นลดและยกเลิกภาษีนำเข้าศุลกากรระหว่างกันและลดอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี มี 16 ข้อบท ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ (2) มาตรการความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (3) การเปิดเสรีทางการค้า (4) การเจรจาการค้า (5) การเจรจาค้าบริการ (6) การเจรจาการลงทุน (7) โครงการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ระยะแรก หรือ Early Harvest Program (8) การปฏิบัติเป็นพิเศษและแตกต่าง (9) มาตรการคุ้มครอง (10) การระงับข้อพิพาท (11) การบริหาร ความตกลง (12) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (13) ข้อยกเว้นทั่วไป (14) บทบัญญัติสุดท้าย (15) การมีผลบังคับใช้ และ (16) ผู้รักษาความตกลง (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2569)

ต่อมา ปรับปรุงความตกลง ACFTA 2.0 มีผลบังคับใช้เมื่อปี 2562 เพื่อให้กฎเกณฑ์ทางการค้าให้ทันสมัย เพิ่มความโปร่งใส และลดอุปสรรคทางการค้า โดยปรับปรุง 10 ข้อบท ดังนี้ (1) การค้าสินค้า (2) กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (3) กฎถิ่นกำเนิดสินค้าเฉพาะรายสินค้า (4) พิธีการ

ศุลกากร และการอำนวยความสะดวกทางการค้า (5) มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (6) มาตรการด้านเทคนิค ทางการค้า (7) การค้าบริการ (8) การลงทุน (9) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และวิชาการ และ (10) ความโปร่งใส และกลไกการดำเนินงาน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2569)

อาเซียนและจีนได้ยกระดับความตกลง ACFTA 3.0 มุ่งให้เป็นความตกลงฯ ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยเพิ่มข้อบทใหม่ที่เน้นการอำนวยความสะดวกทางการค้า ได้แก่ เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจสีเขียว ห่วงโซ่อุปทาน และการสนับสนุนผู้ประกอบการ MSMEs เสร็จแล้วเสร็จเมื่อปี 2568 และคาดว่าจะมีผลบังคับใช้ในปี 2569 รวม 14 ข้อบท ดังนี้ (1) การค้าสินค้า (2) กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (3) พิธีการศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า (4) มาตรการด้านเทคนิคทางการค้า (5) มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (6) การค้าบริการ (7) การลงทุน (8) การแข่งขันและการคุ้มครองผู้บริโภค (9) เศรษฐกิจดิจิทัล (10) เศรษฐกิจสีเขียว (11) ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน (12) วิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็กและรายย่อย (13) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และวิชาการ และ (14) การระงับข้อพิพาท (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2569)

ตารางที่ 2 ข้อบทในความตกลง ACFTA ที่เื้อต่อผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง

ACFTA 1.0	ACFTA 2.0	ACFTA 3.0
ข้อบท 2 <u>มาตรการความร่วมมือทางเศรษฐกิจ</u> สนับสนุนการลดอุปสรรคทางการค้า และอำนวยความสะดวกทางการค้า เช่น การทำให้ขั้นตอนพิธีการศุลกากรสะดวกและรวดเร็วขึ้น	ข้อบท 1 <u>การค้าสินค้า</u> ทุเรียน และทุเรียนอบกรอบอบแห้ง ยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี	ข้อบท 1 <u>การค้าสินค้า</u> ทุเรียน และทุเรียนอบกรอบอบแห้ง ยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี
ข้อบท 4 <u>การเจรจาการค้า</u> การยกเลิกภาษีนำเข้าศุลกากรกับทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง	ข้อบท 2 <u>กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า</u> ผู้ส่งออกทุเรียน ทุเรียนอบกรอบอบแห้งสามารถใช้สิทธิพิเศษทางภาษีได้ง่ายขึ้นเมื่อสินค้าผ่านเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้า	ข้อบท 2 <u>กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า</u> ใช้สิทธิภาษีผ่าน Form E ระบบอิเล็กทรอนิกส์
ข้อบท 7 <u>โครงการ Early Harvest</u> เร่งยกเลิกภาษีนำเข้า	ข้อบท 3 <u>กฎถิ่นกำเนิดสินค้า</u> เฉพาะรายสินค้า ตรวจสอบ	ข้อบท 3 <u>พิธีการศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทาง</u>

ACFTA 1.0	ACFTA 2.0	ACFTA 3.0
ศุลกากรกับผลไม้รวมถึงทุเรียนเร็วกว่ากำหนด ทำให้ทุเรียนไทยได้เปรียบในการแข่งขันตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของความตกลงฯ	ความชัดเจนของการเปลี่ยนพิกัดศุลกากร เกณฑ์สัดส่วนมูลค่า และกระบวนการผลิตเฉพาะ	<u>การค้า</u> ลดเวลาและขั้นตอนการตรวจปล่อยผ่านด่านนำเข้า การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ การบริหารความเสี่ยง การตรวจสอบหลังปล่อยสินค้าและการเผยแพร่ข้อมูล
ข้อบท 12 <u>ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ</u> สนับสนุนการพัฒนาด้านมาตรฐานและคุณภาพผลไม้และยกระดับความร่วมมือโลจิสติกส์ ช่วยให้การส่งออกทุเรียนไปจีนมีประสิทธิภาพ	ข้อบท 4 <u>พิธีการศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า</u> ส่งเสริมการนำเข้าส่งออกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การลดระยะเวลาตรวจสอบที่ด่านนำเข้า ลดต้นทุนโลจิสติกส์เพื่อรักษาคุณภาพของทุเรียนสด	ข้อบท 4 <u>มาตรการด้านเทคนิคทางการค้า</u> ทุเรียนอบกรอบอบแห้งต้องติดฉลากแสดงคุณภาพและมาตรฐานสินค้า
	ข้อบท 5 <u>มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช</u> ทุเรียนต้องผ่านข้อกำหนดด้านสารกำจัดศัตรูพืช และสารตกค้าง	ข้อบท 5 <u>มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช</u> ทุเรียนต้องตรวจผ่านสารกำจัดศัตรูพืช สารตกค้าง และการขึ้นทะเบียนสวนและโรงคัดบรรจุ หรือมาตรฐาน GACC
	ข้อบท 6 <u>มาตรการด้านเทคนิคทางการค้า</u> ทุเรียนอบกรอบอบแห้งต้องเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร การติดฉลากจีน มาตรฐาน GACC	ข้อบท 9 <u>เศรษฐกิจดิจิทัล</u> ส่งเสริมการจำหน่ายทุเรียนสดผ่านอีคอมเมิร์ซ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และเพิ่มช่องทางจำหน่ายออนไลน์และ B2B โดยเฉพาะทุเรียนอบกรอบอบแห้ง
	ข้อบท 9 <u>ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและวิชาการ</u> สนับสนุนการพัฒนา	ข้อบท 11 <u>ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน</u> ลดความล่าช้าและความแออัดของการขนส่ง

ACFTA 1.0	ACFTA 2.0	ACFTA 3.0
	มาตรฐานและคุณภาพผลไม้และ ยกระดับความร่วมมือโลจิสติกส์ ช่วยให้ การส่งออกทุเรียนไปจีน เป็นไปอย่างรวดเร็ว	ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบ อบแห้ง ณ ด่านนำเข้า และ ส่งเสริมการใช้ระบบดิจิทัลและ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้ง ร่วมมือ ในการรับมือการ หยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน
		ข้อบท 12 <u>วิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็กและรายย่อย</u> สนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลและ ตลาด การจับคู่ธุรกิจ การใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการ และ การแก้ไขปัญหาทางการค้า
		ข้อบท 13 <u>ความร่วมมือทาง เศรษฐกิจและวิชาการ</u> การ ถ่ายทอดเทคโนโลยี การ แลกเปลี่ยนข้อมูล การพัฒนา ทรัพยากรบุคคล การวิจัยและ พัฒนา และความร่วมมือ ด้าน มาตรฐาน มุ่งยกระดับคุณภาพ การผลิตทุเรียน และสนับสนุน การแปรรูปและนวัตกรรม ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, (2569)

ในความตกลง ACFTA 1.0 การส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปจีน
ได้รับประโยชน์จำนวน 4 ข้อบท โดยเฉพาะการยกเว้นภาษีนำเข้าศุลกากรจากจีน ใช้กว่าด้วย
ถิ่นกำเนิดสินค้า และหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าสำหรับการใช้สิทธิพิเศษทางภาษี และเป็นการเปิด

ประตู่ให้ทุเรียนของไทย เข้าสู่ตลาดจีนด้วยต้นทุนต่ำลงและแข่งขันได้ ส่วนทุเรียนอบกรอบอบแห้ง ได้รับการสนับสนุนความร่วมมือพัฒนาสินค้าเกษตรและเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

จากความตกลง ACFTA 2.0 ปรับปรุงเนื้อหาข้อบทให้มีความชัดเจนและโปร่งใส เรื่องกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าและการอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งได้รับประโยชน์จำนวน 7 ข้อบท ซึ่งยังคงได้รับการลดภาษีนำเข้าศุลกากรจากจีน เหลือร้อยละ 0 โดยทั้งสองฝ่ายปรับปรุงเรื่องหลักเกณฑ์กฎถิ่นกำเนิดสินค้า การอำนวยความสะดวก ในการตรวจปล่อยสินค้า และความชัดเจนของมาตรฐานสินค้า โดยการส่งออกทุเรียนได้รับความสะดวก ทางการค้า การตรวจปล่อยพิธีการศุลกากรที่รวดเร็วและปฏิบัติตามมาตรการสุขอนามัยพืชจีน ส่วนการส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งได้รับการตรวจสอบความชัดเจนของกฎถิ่นกำเนิดสินค้า เฉพาะรายสินค้า และความร่วมมือด้านการพัฒนาศักยภาพและแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลสินค้า

ภายใต้ความตกลง ACFTA 3.0 ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับประโยชน์สูงสุดเนื่องจาก มีการบรรจุข้อบท MSEMs โดยตรง สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสทางการค้ามากขึ้น เข้าถึงข้อมูล และการพัฒนาศักยภาพ และการเข้าถึงตลาดดิจิทัล รวมทั้งเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค โดยการ ส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งได้รับประโยชน์ 9 ข้อบท ซึ่งการส่งออกทุเรียนมีการยอมรับ มาตรการสุขอนามัยพืชของจีน การใช้ระบบดิจิทัล เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ การตรวจปล่อยสินค้า และ การบริหาร ความเสี่ยงของกระบวนการพิธีการศุลกากร สำหรับการส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งมี การยอมรับมาตรการ ด้านเทคนิคทางการค้า ความปลอดภัยทางอาหาร และเข้าถึงข้อมูลตลาดและ กฎระเบียบการนำเข้าของจีน

ผู้ส่งออกทุเรียน^{4 5} และทุเรียนอบกรอบอบแห้ง^{6 7} และผู้ประกอบการที่ต้องการ ส่งออกสินค้านี้กล่าว^{8 9} เห็นพ้องว่า ความตกลง ACFTA เอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการลด ภาษีนำเข้าศุลกากร ทำให้ต้นทุนการทำธุรกิจต่ำลง จึงแข่งขันด้านราคาและขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น ในตลาดจีน ทั้งนี้ ขอให้ภาครัฐพิจารณาการเจรจาเรื่องการลดอุปสรรคมาตรการที่ใช้ภาษี เช่น มาตรฐาน GACC ความปลอดภัยด้านอาหาร และฉลาก ซึ่งจีนมีการตรวจสอบอย่างเข้มข้นมากขึ้น สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ^{10 11} เห็นว่า ความตกลงฯ สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs อย่างชัดเจนทั้ง

⁴ สัมภาษณ์ วราภรณ์ ศรีสุต, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด, 25 กรกฎาคม 2569.

⁵ สัมภาษณ์ ภาคภูมิ ภัคปภากร, กรรมการผู้จัดการ บริษัท กูสเทค โกลบอล จำกัด, 24 กรกฎาคม 2569.

⁶ สัมภาษณ์ สิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒนะ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด, 26 กรกฎาคม 2569.

⁷ สัมภาษณ์ ชีระทัศน์ รังสิโรจน์, กรรมการ บริษัท คอลลาบอเรชั่น จำกัด, 28 กรกฎาคม 2569.

⁸ สัมภาษณ์ บุญรวย คงเกาะหวด, กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนเกาะหวด, 26 สิงหาคม 2569.

⁹ สัมภาษณ์ พชร ไพโรจน์บุญ, กรรมการผู้จัดการ บริษัท วสข.กลุ่มผลไม้สดและผลผลิตแปรรูปบ้านดอนทอง จำกัด, 26 สิงหาคม 2569.

¹⁰ สัมภาษณ์ ปารุสก์ เมฆกระจำจาง, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 24 กรกฎาคม 2569.

¹¹ สัมภาษณ์ นายจักรธร วีระพันธุ์, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 25 กรกฎาคม 2569.

ด้านการลดภาษีนำเข้าศุลกากร การอำนวยความสะดวกทางการค้า การยอมรับมาตรการสุขอนามัยพืช การเพิ่มความรวดเร็วในการตรวจปล่อย ณ ด่านนำเข้า และทั้งสองฝ่ายได้ปรับปรุงความตกลงฯ ที่มีเนื้อหาทันสมัย สอดรับกับทิศทางการค้า ยุคใหม่ เศรษฐกิจดิจิทัล และเชื่อมโยงผู้ประกอบการ SMEs กับห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคและตลาดโลก

แม้ว่า สิทธิประโยชน์ด้านการยกเว้นภาษีนำเข้าศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้าต่าง ๆ ภายใต้ความตกลง ACFTA จีนให้ผลประโยชน์กับอาเซียนทั้ง 10 ประเทศเท่าเทียมกัน แต่การส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบแห้งของไทยได้รับประโยชน์จากความตกลงสองฝ่าย ไทย-จีน คือ การที่จีนอนุญาตการนำเข้าผลไม้จากไทย 22 รายการ โดยตั้งแต่ปี 2547 จีนอนุญาตการนำเข้าผลไม้ จากไทยเริ่มต้น 5 รายการ ได้แก่ ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด มะม่วง และปี 2562 จีนอนุญาตการนำเข้าผลไม้จากไทยรวม 22 รายการ ขณะนี้ไทยได้ยื่นเปิดตลาดผลไม้เพิ่มอีก 2 รายการ คือ อินทผลัมและสละ ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาขั้นตอนการนำเข้า ส่วนประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ภายใต้ความตกลงสองฝ่าย จีนอนุญาตให้นำเข้าผลไม้ได้น้อยกว่าไทย ทั้งนี้ ความได้เปรียบของไทย ดังกล่าว ส่งผลทำให้ไทยมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์การส่งออกผลไม้ เป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของจีน มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 50 ต่อมาจีนได้เพิ่มประเทศที่อนุญาตให้นำเข้าทุเรียน ประกอบด้วย เวียดนาม ปี 2565 ฟิลิปปินส์ ปี 2566 มาเลเซีย ปี 2567 ลาวและกัมพูชา ปี 2568 โดยทั้ง 3 ประเทศแรกได้ส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนแล้ว และประเทศคู่แข่งสำคัญด้านการส่งออกทุเรียนในตลาดจีน คือ เวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 48 ส่วนมาเลเซียและฟิลิปปินส์ มีส่วนแบ่งตลาดประเทศละร้อยละ 1

2.2.2 การวิเคราะห์ SWOT การส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบแห้งไปตลาดจีน

ผู้ประกอบการ SMEs ส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบแห้งอยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ คือ เป็นผู้ผลิต ผู้แปรรูป ผู้ส่งออก และอยู่ในภาคการผลิตที่มีเงินทุน 1.8-500 ล้านบาท และมีจำนวนแรงงาน 5-200 คน และภาคการค้าหรือการบริการที่มีเงินทุน 1.8-300 ล้านบาท และมีจำนวนแรงงาน 5-100 คน ตามคำนิยามของ สสว. มีจำนวนผู้ส่งออกทุเรียน 922 ราย จากจำนวนผู้ส่งออกผลไม้ทั้งหมด 2,500 ราย เป็นผู้ประกอบการ SMEs 727 ราย คิดเป็นร้อยละ 79 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด ส่วนผู้ส่งออกทุเรียนอบกรอบแห้งจำนวน 100 คน จากจำนวนผู้ส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมด 300 ราย เป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้งสิ้น ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ทุเรียน และทุเรียนอบกรอบแห้งได้รับประโยชน์จากความตกลง ACFTA ทั้ง 3 ฉบับ ในการส่งออกไปตลาดจีน โดยความตกลง ACFTA 3.0 เพิ่มข้อบทใหม่ช่วยผู้ประกอบการ SMEs

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปของไทยไปตลาดจีน เปรียบเทียบปี 2547 และ 2568

ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	ปี 2547	ปี 2568	การเปลี่ยนแปลง
ผลไม้	73	5,052	เพิ่มขึ้น 69 เท่า
ผลไม้แปรรูป	6	429	เพิ่มขึ้น 72 เท่า
ทุเรียน	27	3,722	เพิ่มขึ้น 138 เท่า
ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง	26	288	เพิ่มขึ้น 11 เท่า

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ (2569)

เปรียบเทียบสถิติการค้าผลไม้ ผลไม้แปรรูป ทุเรียน และทุเรียนอบกรอบอบแห้งของไทยที่ส่งออกไปตลาดจีน เมื่อปี 2547 ก่อนความตกลง ACFTA มีผลบังคับใช้ กับปี 2568 หรือในช่วง 21 ปีที่ผ่านมา พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้นทุกรายการ ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 69 เท่า ผลไม้แปรรูปเพิ่มขึ้น 72 เท่า โดยเฉพาะมูลค่าการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง เมื่อปี 2547 ใกล้เคียงกัน คือ 27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ แต่เมื่อปี 2568 มูลค่า การส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 138 เท่า ขณะที่ทุเรียนอบกรอบอบแห้งเพิ่มขึ้นไม่สูงมาก ประมาณ 11 เท่า สะท้อนให้เห็นว่า ผลไม้ของไทยโดยเฉพาะทุเรียนมีศักยภาพและเติบโตสูงในตลาดจีน

ทุเรียนกว่าร้อยละ 97 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปในตลาดจีน จีนเป็นผู้นำเข้าทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของโลก และมีแนวโน้มความต้องการบริโภคเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง ปี 2568 นำเข้าทุเรียน 1.87 ล้านตัน โดยนำเข้าทุเรียนจากไทย 940,000 ตัน จำนวน 58,072 เทียบ เมื่อทุเรียนเข้าสู่ตลาดจีน ผู้นำเข้าและตัวแทนกระจายสินค้าจะนำไปอยู่ในตลาดค้าส่งผลไม้ที่นครกว่างโจว และนครเซี่ยงไฮ้ ซูเปอร์มาร์เก็ต อีคอมเมิร์ซและไลฟ์คอมเมิร์ซ

ทุเรียนอบกรอบอบแห้งในตลาดจีนเป็นสินค้าผลไม้แปรรูปเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง¹² ทุเรียนอบกรอบเหมาะกับตลาดจีนเป็นสินค้าขนมขบเคี้ยว ใช้การทอดทำให้ได้เนื้อกรอบ น้ำหนักเบา รับประทานง่าย กลิ่นทุเรียนเข้มข้น รสหวานมัน ส่วนทุเรียนอบแห้งใช้การอบลมร้อนแล้วทำให้แห้ง เนื้อสัมผัสนุ่มเหนียวหรือแห้งขึ้นอยู่กับความชื้นในกระบวนการผลิต อาจเติมน้ำตาลเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา มีรสชาติใกล้เคียงทุเรียนสด ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดของทุเรียนอบกรอบอบแห้งอยู่ที่ร้อยละ 50 รองลงมาคือ เวียดนาม ร้อยละ 30 ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ผู้ผลิตในจีนและประเทศอื่น ๆ แต่ละประเทศ

¹² สัมภาษณ์ สิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด, 26 กรกฎาคม 2569.

ร้อยละ 5 ซึ่งสินค้าดังกล่าวมีช่องทางจำหน่ายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านของฝาก และอีคอมเมิร์ซ เช่น JD, Tmall, Xiaohongshu และ Duoyin

ผู้ส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง และผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกประเมินในทิศทางเดียวกันว่า สินค้าดังกล่าวมีศักยภาพเติบโตสูง เป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพ รสชาติ และภาพลักษณ์ที่ดีในตลาดจีน มีความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าและแข่งขันได้ แม้ว่าจะเผชิญกับประเทศคู่แข่งโดยเฉพาะเวียดนามที่มีส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงกับไทย มีต้นทุนการผลิตและขนส่งต่ำกว่า และตลาดมีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องการส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากสามารถสร้างแบรนด์ เพิ่มมูลค่า และมีแนวโน้มเติบโตสูงในตลาดพรีเมียมในระยะยาว แต่ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตจีนที่มีความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ช่องทางตลาด และกลยุทธ์การทำตลาดออนไลน์ดีกว่า สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ^{13 14} เห็นว่า การส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งอยู่ในสถานการณ์ที่ดี ตลาดจีนมีความต้องการสินค้าไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ด่านนำเข้าของจีนมีการตรวจสอบเรื่องมาตรการสุขอนามัยพืช เช่น สารกำจัดศัตรูพืช สารตกค้างแคดเมียม และ B2Y¹⁵ โลหะหนักและการขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC ที่สวน โรงคัดบรรจุ และโรงงานแปรรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งของไทยไปในตลาดจีน โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ประเมินจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และความท้าทาย (threats) เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ขยายตลาดส่งออกผลไม้และผลไม้แปรรูปไปตลาดจีน มีดังนี้

2.2.2.1 ทุเรียน

1) จุดแข็ง

(1) ความตกลงสองฝ่าย จีนอนุญาตการนำเข้าทุเรียนจากไทย ตั้งแต่ปี 2547¹⁶ เป็นประเทศแรก ทำให้ไทยมีฐานตลาดและเครือข่ายผู้ซื้อและผู้นำเข้าในตลาดจีนที่แข็งแกร่ง ช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs ลดต้นทุนในการสร้างตลาดใหม่ และการเข้าตลาดจีนมาเป็นเวลานาน

¹³ สัมภาษณ์ ปารุสก์ เมฆกระจำจ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 24 กรกฎาคม 2569.

¹⁴ สัมภาษณ์ นายจักรธร วีระพันธุ์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 25 กรกฎาคม 2569.

¹⁵ Basic Yellow 2 หรือ BY2 คือสารสีย้อมสังเคราะห์สีเหลืองที่ใช้ในอุตสาหกรรม ไม่ใช่สารที่อนุญาตให้ใช้กับอาหาร และจีนกำหนดให้ทุเรียนส่งออกต้องตรวจไม่พบ

¹⁶ พิธีสารว่าด้วย ข้อกำหนดด้านการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับสินค้าผลไม้เมืองร้อนที่ส่งออกจากประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ลงนามเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2547 โดยครอบคลุมผลไม้ไทย 5 ชนิด ได้แก่ มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง และทุเรียน และกำหนดมาตรการเกี่ยวกับศัตรูพืชและสารตกค้างสำหรับการส่งออกป็นจีน

กว่า 20 ปี ทำให้ผู้บริโภคจีนรู้จักและยอมรับคุณภาพของทุเรียนไทย โดยเฉพาะพันธุ์หมอนทองที่มีเนื้อสีเหลืองนวล สีสวย เนื้อแน่น รสชาติดี

(2) มีผลผลิตตลอดปี ปีละประมาณ 1.87 ล้านตัน และส่งออกไปตลาดจีนได้ทั้งปี ปีละ 940,000 ตัน เนื่องจากการปลูกทุเรียนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ในฤดูกาลผลิตจะออกระหว่างเดือนเมษายน-กันยายน ดังนี้ เดือนมีนาคม-มิถุนายน (ภาคตะวันออก) เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน (ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) และเดือนมิถุนายน-กันยายน (ภาคใต้) ส่วนนอกฤดูกาลซึ่งเกิดจากปัจจัย คือ การควบคุมน้ำ การจัดการปุ๋ยและธาตุอาหารที่เหมาะสมกับระยะการพัฒนา เกษตรกร เลือกช่วงกระตุ้นการออกดอก และสภาพภูมิอากาศ โดยพบในเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ (ภาคใต้) และเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม (ภาคตะวันออก)

(3) **ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งภูมิศาสตร์และโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์** ส่งผลทำให้การส่งออกทุเรียนไทยสามารถใช้เส้นทางขนส่งได้หลากหลายทั้งทางถนน ทางรถไฟ ทางทะเล และทางอากาศ ซึ่งช่วยเพิ่มทางเลือกรูปแบบการขนส่งที่เหมาะสม การบริหารจัดการด้านระยะเวลา และต้นทุน การลดความเสี่ยงด้านคุณภาพและการสูญเสียของสินค้า โดยมีสัดส่วนประมาณการขนส่งทุเรียน ในแต่ละเส้นทาง ดังนี้ ถนน R3A (ร้อยละ 15) ถนน R12 (ร้อยละ 10) ทางรถไฟ (ร้อยละ 10)¹⁷ ทางเรือ (ร้อยละ 63) และทางอากาศ (ร้อยละ 2) โดยการขนส่งทุเรียนไปตลาดจีนใช้เส้นทางเรือเป็นหลัก

(4) **มีระบบห่วงโซ่อุปทานทุเรียนครบวงจร** ครอบคลุมตั้งแต่ส่วนการรวบรวมผลผลิต โรงคัดบรรจุ การควบคุมคุณภาพ การตรวจสอบย้อนกลับ ระบบโลจิสติกส์ การส่งออก ระบบมาตรฐาน และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ทำให้สามารถบริหารจัดการคุณภาพและปริมาณผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และรองรับความต้องการของตลาดจีนที่มีขนาดใหญ่

(5) **หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนการส่งออกทุเรียน** เช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ทบพน ปรับปรุงความตกลง ACFTA กรมทรัพย์สินทางปัญญาสนับสนุนเรื่องการสร้างแบรนด์ และการขึ้นทะเบียนทุเรียน GI หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ทุเรียนนนท์ของนนทบุรี ทุเรียนหลงลับแลของอุดรธานี ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ ทุเรียนสะเต๊ะน้ำยะลา ทุเรียนปาละฮู ของประจวบคีรีขันธ์ และทุเรียนทองผาภูมิของกาญจนบุรี เป็นต้น กรมการค้าต่างประเทศกำกับ เรื่องกฎถิ่นกำเนิดสินค้า หนังสือรับรองกฎถิ่นกำเนิดสินค้า และสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศหาช่องทางตลาด จัดงานแสดงสินค้า และการจับคู่ธุรกิจ

¹⁷ กรมการขนส่งทางราง, กรมการขนส่งทางราง ขับเคลื่อนการขนส่งทุเรียนทางราง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลภาวะทางอากาศ เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน (พฤษภาคม 2568), ข่าวประชาสัมพันธ์

กรมส่งเสริมการเกษตรส่งเสริมเกษตรกรพัฒนาการผลิตให้ได้มาตรฐานรับรอง GAP¹⁸ ที่แปลงปลูก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรจัดทำข้อมูลผลผลิต ราคา ตลาด และวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร เพื่อใช้ในการวางแผนผลิตและตลาด และกรมวิชาการเกษตรตรวจรับรองสวน โรงคัดบรรจุ มาตรการ สุขอนามัยพืช สารตกค้าง และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ

2) จุดอ่อน

(1) **พึ่งพาการส่งออกไปตลาดจีนในสัดส่วนกว่าร้อยละ 97** ทำให้มีความเสี่ยงด้านตลาด หากจีนปรับเปลี่ยนข้อกำหนดและมาตรการนำเข้า เพิ่มการตรวจสอบสารตกค้าง ขะลอการตรวจปล่อย ณ ด่านนำเข้า เศรษฐกิจชะลอตัว กำลังซื้อผู้บริโภคลดลง ความต้องการลดลง หรือจีนเพิ่มการนำเข้าจากประเทศคู่แข่ง จะส่งผลกระทบต่ออย่างรวดเร็วต่อราคาทุเรียนไทยและเกษตรกร และผู้ประกอบการ SMEs ในระบบห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศ

(2) **มีต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งสูง และระยะเวลาขนส่งนานกว่าเวียดนาม** โดยมีต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าประมาณร้อยละ 15¹⁹ ซึ่งต้นทุนการผลิตทุเรียนของเกษตรกรไทยประมาณ 34 บาทต่อกิโลกรัม เทียบกับเวียดนามประมาณ 25 บาทต่อกิโลกรัม และยังมีต้นทุนขนส่งไปตลาดจีนสูงกว่าเนื่องจากระยะทางที่ไกลกว่า ใช้เส้นทางถนน R12 ขนส่งทุเรียนจากภาคใต้ของไทยไปชายแดนจีน ผ่านชายแดนลาวและเวียดนาม เข้าด่านโหวยอี๊กวนของจีน ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มด้านพิธีการศุลกากรในลาว ใช้เวลาขนส่ง 30 ชั่วโมง ขณะที่เวียดนามมีชายแดนติดต่อกับจีนใช้เวลาการขนส่งทุเรียนจากภาคใต้ ไปด่านนำเข้าเดียวกันประมาณ 20 ชั่วโมง

(3) **อำนาจต่อรองของผู้ส่งออกยังไม่สูง** ผู้ส่งออกต้องพึ่งพาผู้นำเข้าในตลาดจีน และเกษตรกรจำนวนมากจำหน่ายทุเรียนให้กับผู้รวบรวมผลผลิตและโรงคัดบรรจุ ทำให้ขาดการเชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อจีน

(4) **ผู้ประกอบการ SMEs ยังขาดความรู้หรือข้อมูลเรื่องการใช้ประโยชน์จาก ACFTA** ข้อกำหนดและกฎระเบียบการนำเข้าของจีน เช่น มาตรการสุขอนามัยพืช ข้อกำหนดความปลอดภัย ด้านอาหาร การขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC พหุกรรมผู้บริโภคในตลาดจีน ข้อมูลการตลาดเชิงลึก และการทำตลาดดิจิทัล รวมถึงมีข้อจำกัดด้านเงินทุน การสร้างห้องคัดบรรจุ การจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ และการเข้าถึงห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐานรับรอง

¹⁸ GAP (Good Agricultural Practices) คือ แนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพปลอดภัย ปราศจากสารเคมีตกค้าง ปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

¹⁹ สัมภาษณ์ วราภรณ์ ศรีสุต, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด, 25 กรกฎาคม 2569.

3) โอกาส

(1) **ความตกลง ACFTA** ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถแข่งขันได้ โดยลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าทุเรียน ร้อยละ 0 จากอัตรา MFN ร้อยละ 20 และช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้า อาทิ การเร่งตรวจปล่อยพิธีการศุลกากรให้มีความรวดเร็วภายใน 48 ชั่วโมง และการยอมรับมาตรการสุขอนามัยพืช พร้อมกันนี้ เพิ่มข้อบทความร่วมมือด้านเศรษฐกิจดิจิทัล และข้อบท MSMEs ซึ่งช่วยลดต้นทุนการค้าระหว่างประเทศ ขยายตลาดออนไลน์ และสะสมสินค้าในภูมิภาค แต่ขณะเดียวกัน ทุกประเทศสมาชิกอาเซียนได้รับประโยชน์เช่นเดียวกันกับไทย

(2) **ตลาดจีนต้องการทุเรียนเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 7 ต่อปี**²⁰ ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดทั้งตลาดเดิมในจีนตอนใต้ อาทิ นครกว่างโจว นครเซี่ยงไฮ้ และนครคุนหมิง และตลาดเมืองรองเพื่อกระจายทุเรียนไปทั่วประเทศ และทำตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และไลฟ์คอมเมิร์ซที่เข้าถึงผู้บริโภคจีนโดยตรง และการขยายตัวของตลาดผลไม้พรีเมียมในกลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่และกลุ่มผู้รักสุขภาพ ซึ่งตลาดจีนมีกำลังซื้อสูงเพิ่มสูงขึ้น ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความสด รสชาติ ความปลอดภัย และความแตกต่างของสินค้า แม้ราคาสูงแต่มีตลาดรองรับ

(3) **ระบบขนส่งทางรถไฟ ลาว-จีน เป็นเส้นทางเลือก** หากใช้เส้นทางรถไฟขนส่งเข้านครคุนหมิง ใช้เวลา 26 ชั่วโมง และสามารถกระจายต่อไปเมืองต่าง ๆ ในจีน ภายใน 48 ชั่วโมง ช่วยลดระยะเวลาขนส่งและต้นทุนต่อหน่วย (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตราด, 2569)

4) ความท้าทาย

(1) **การเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนาม ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย**
แย่งส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะเวียดนามที่มีส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงกับไทย และยังมีคู่แข่ง คือ มาเลเซียและฟิลิปปินส์ โดยเวียดนามใช้กลยุทธ์การเจาะตลาดจีนเช่นเดียวกับไทย คือ แข่งขันด้านปริมาณและราคา เจาะตลาดทั่วไปและตลาดระดับกลาง และส่งออกทุเรียนหลากหลายพันธุ์ อาทิ Ri6 (เนื้อสีเหลือง รสหวานมัน กลิ่น และรสเข้มข้น) และโดนาหรือหมอนทองที่ปลูกในเวียดนาม (เนื้อสีเหลืองเข้ม หวานหอม รสเข้มข้น เม็ดเล็ก) โดยไทยส่งออกทุเรียนพันธุ์หมอนทองเป็นหลัก (เนื้อสีเหลืองทอง เนื้อหนา รสหวาน กลิ่นไม่แรง) และพันธุ์ชะนี (เนื้อสีเหลืองอมส้ม นุ่มละเอียด หวานมัน รสเข้มข้น กลิ่นแรงและชัดเจน เมล็ดใหญ่) ก้านยาว (เนื้อละเอียด สีเหลืองนวล หวานกลมกล่อม หวานมัน กลิ่นหอม) และกระดุม (เนื้อละเอียด นุ่มบาง หวานมันเล็กน้อย ผลเล็ก เมล็ดค่อนข้างใหญ่) เป็นทุเรียนส่งออกต้นฤดู ขณะที่มาเลเซียเน้นส่งออกทุเรียนพันธุ์มูฮัมหมัด (เนื้อครีมสีเหลืองเข้ม รสจัด หวานมันปนขม) และแบล็กธอร์น (เนื้อครีม หวานนำ รสเข้มข้น มีรสขมน้อยกว่าทุเรียนมูฮัมหมัด)

²⁰ สัมภาษณ์ วราภรณ์ ศรีสุต, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด, 30 กรกฎาคม 2569.

สำหรับฟิลิปปินส์เริ่มส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนเมื่อปี 2568 ส่งออกทุเรียน 3 พันธุ์ คือ ปุยดำ (ผลใหญ่ เนื้อครีมมีสีเหลืองทอง รสหวานมันขมปลายเล็กน้อย กลิ่นปานกลาง) ประสบความสำเร็จในตลาดจีน ทุเรียนพันธุ์อื่น ๆ (ผลใหญ่ เนื้อมาก หนา เต็มพู รสหวานมัน เนื้อเข้มข้น กลิ่นปานกลาง) และอาร์นซิลโล (พันธุ์ ทุเรียนดั้งเดิมของฟิลิปปินส์ ผลปานกลาง เนื้อครีมมีสีเหลือง รสหวานละเอียด กลิ่นหอมหวานมีความนุ่มนวล) ทั้งพันธุ์ทุเรียนและอาร์นซิลโล มีศักยภาพสูงในการทำตลาดพรีเมียมในจีน อย่างไรก็ตาม ราคาส่งของเวียดนามต่ำกว่าไทยเนื่องจากมีต้นทุนการผลิตและโลจิสติกส์ที่ได้เปรียบ ขณะที่มาเลเซียวางตำแหน่งตลาดที่ชัดเจนคือ ตลาดพรีเมียม จำหน่ายราคาสูง ดังนั้น ไทยต้องมีกลยุทธ์การทำตลาดเพื่อป้องกันการสูญเสียส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับราคา

(2) **จีนเพิ่มความเข้มงวดด้านมาตรฐานและสารตกค้าง** เนื่องจากทุเรียนเป็นอาหารสดและจีนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านอาหารและมาตรการสุขอนามัยพืช การตรวจสอบสารตกค้าง เช่น แคดเมียม สารกำจัดศัตรูพืช และ BY2 ซึ่งเป็นสารที่อยู่ในดินปลูก การส่งออกทุเรียนออกจากไทยต้องมีผลรับรองมาตรการสุขอนามัยพืชจากกรมวิชาการเกษตร หากศุลกากรจีน หรือ GACC ตรวจพบ จีนจะปฏิเสธการนำเข้าสินค้าล็อตนั้น ตรวจสอบย้อนกลับไปสวน โรงคัดบรรจุ ผู้ส่งออก เพื่อหาสาเหตุการปนเปื้อน อาจเพิ่มการตรวจสอบและหากเป็นกรณีรุนแรงจะระงับการส่งออกของผู้ประกอบการหรือโรงคัดบรรจุ ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุน สินค้าสูญเสียมูลค่า เกิดค่าขนส่ง ค่าทำลายหรือค่าส่งกลับ และกระทบ ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อจีน อีกทั้งอาจเกิดผลกระทบเป็นลูกโซ่ในห่วงโซ่อุปทาน

(3) **การแข่งขันด้านราคา** เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียนตั้งอยู่ในพื้นที่ภูมิศาสตร์ใกล้เคียงกัน ทำให้มีผลผลิตทุเรียนออกมาในฤดูกาลเดียวกันเข้าสู่ตลาดจีนในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน และเมื่ออุปทานเพิ่มขึ้นพร้อมกัน เกิดแรงกดดันด้านราคา สินค้าล้นตลาดในจีน โดยเฉพาะเมื่อเวียดนามมีผลผลิตเพิ่มขึ้น โดยขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนพันธุ์โตน่า 5 เท่า และมีต้นทุนการผลิตและขนส่งต่ำกว่า

2.2.2.2 ทุเรียนอบกรอบแห้ง

1) จุดแข็ง

(1) **ทุเรียนไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในตลาดจีน ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้า** โดยไทยมีฐานตลาดทุเรียนสดไทยที่แข็งแกร่งในจีนเป็นปัจจัยสนับสนุนการขยายตลาดทุเรียนอบกรอบแห้งของไทย ผู้บริโภคจีนมีความคุ้นเคยและยอมรับคุณภาพทุเรียนไทย และมีชื่อเสียงมายาวนาน จึงไม่จำเป็นต้องสร้างตลาดตั้งแต่เริ่มต้นเหมือนกับผลไม้แปรรูปชนิดใหม่

(2) **ผู้ประกอบการ SMEs ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม** ทำให้ผลิตภัณฑ์ทุเรียนอบกรอบแห้งคงรสชาติ สี กลิ่น และคุณค่าทางโภชนาการ อายุการเก็บรักษายาวนานกว่าทุเรียนสด เก็บรักษาได้ 12-24 เดือน สะดวกต่อการขนส่งระยะไกลโดยเฉพาะการขยายตลาดไปเมืองรอง

ลดความเสี่ยง จากการเน่าเสียเมื่อเทียบกับทุเรียนสดและแก้ปัญหาความเสียหายระหว่างการขนส่ง ไม่ต้องพึ่งระบบ cold chain จำหน่ายได้ตลอดปี นอกจากนี้ ยังสามารถแปรรูปสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีความแตกต่าง ทำให้ลดความเสี่ยงตลาดและแข่งขันได้

(3) **ไทยมีฐานอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป** มีประสบการณ์ด้านการแปรรูปอาหารและ ผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP²¹, GHP²², HACCP²³ ฮาลาล ISO²⁴ มาตรฐานสากลอื่นๆ และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ส่งผลให้ทุเรียนอบกรอบอบแห้งได้รับความเชื่อมั่นในตลาดจีน และมีผู้ผลิตหลายระดับตั้งแต่ตลาดทั่วไปและตลาดพรีเมียม เป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคจีน

(4) **สามารถเลือกใช้การขนส่งได้หลากหลายรูปแบบ** ทั้งเส้นทางถนน ทางรถไฟ ทางเรือ และทางอากาศ เนื่องจากมีอายุการเก็บรักษานาน น้ำหนักและปริมาตรลดลง ไม่เน่าเสียง่าย ซึ่งช่วย ลดความเสี่ยงและต้นทุนด้านการขนส่ง สามารถบริหารสินค้าคงคลังและกระจายสินค้าไปยังตลาดต่าง ๆ ในจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีสัดส่วนประมาณการขนส่งทุเรียนอบกรอบอบแห้งในแต่ละเส้นทาง ดังนี้ ถนน R3A (ร้อยละ 12) ถนน R12 (ร้อยละ 8) ทางรถไฟ (ร้อยละ 10)²⁵ ทางเรือ (ร้อยละ 68) และทางอากาศ (ร้อยละ 2) ดังนั้น ผู้ส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งสามารถเลือกใช้ทางเรือเป็นหลักเพื่อประหยัดต้นทุน และใช้เส้นทางถนนและทางรถไฟลาว-จีน สำหรับตลาดที่ต้องการความรวดเร็ว โดยไม่พึ่งพาการขนส่ง ทางอากาศมากเท่าทุเรียน และเส้นทางรถไฟ ลาว-จีน เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้น ²⁶

2) จุดอ่อน

(1) **มีต้นทุนการผลิตสูง** กระบวนการอบกรอบอบแห้งใช้เงินลงทุนและพลังงานสูง เป็นการผลิตเพื่อดึงน้ำออกจากทุเรียนสดทำให้น้ำหนักทุเรียนสดลดลงจำนวนมาก โดยใช้

²¹ GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต คือมาตรฐานที่กำหนดให้ผู้ผลิตควบคุมกระบวนการผลิตให้มี ความสะดวก ปลอดภัย มีสุขลักษณะที่ดี และสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ

²² GHP (Good Hygiene Practices) คือ หลักการปฏิบัติด้านสุขลักษณะที่ดี เป็นแนวทางควบคุมสุขลักษณะและความปลอดภัยของอาหารตลอดกระบวนการผลิต ตั้งแต่ วัตถุดิบ แปรรูป บรรจุ เก็บรักษา และขนส่ง

²³ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) 8nv ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมวิกฤต เป็นระบบบริหารจัดการ ความปลอดภัยด้านอาหารที่มุ่งป้องกันอันตรายตั้งแต่กระบวนการผลิต

²⁴ ISO (International Organization for Standardization) คือ องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน เป็นองค์กรระหว่างประเทศที่พัฒนาและเผยแพร่ มาตรฐานสากล (International Standards) เพื่อให้สินค้า บริการ และกระบวนการทำงานมีคุณภาพ ความปลอดภัย และมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เป็นการนำมาตรฐานสากลมาใช้เพื่อ ยกย่องคุณภาพ ความปลอดภัยด้านอาหาร และระบบบริหารจัดการของสถานประกอบการ

²⁵ กรมการขนส่งทางราง, กรมการขนส่งทางราง ขับเคลื่อนการขนส่งทุเรียนทางราง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลภาวะทางอากาศ เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน (พฤษภาคม 2568), ข่าวประชาสัมพันธ์

²⁶ สัมภาษณ์ สิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด, 30 กรกฎาคม 2569.

ทุเรียนสด 3 กิโลกรัม ผลิตสินค้าดังกล่าว 1 กิโลกรัม²⁷ ต้นทุนต่อหน่วยของไทยมีราคาสูงมาจากทุเรียนสดที่เป็นวัตถุดิบ ค่าแปรรูป และค่าโลจิสติกส์ไปจีน มีราคาสูงกว่าเวียดนามและฟิลิปปินส์ ไทยมีต้นทุนการผลิตต่อกิโลกรัม 400 บาท เวียดนาม 380 บาท และฟิลิปปินส์ 390 บาท ขณะที่ต้นทุนการผลิตของมาเลเซีย 505 บาท และจีน 475 บาท สูงกว่าไทย

(2) **ทุเรียนอบกรอบอบแห้งถูกลอกเลียน** เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาดสูง กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน แปรณสินค้าดังกล่าวของไทยไม่เข้มแข็งเท่ากับศักยภาพของทุเรียนสด ของไทย ตลาดจีนมีความต้องการทุเรียนสูง ชื่อเสียงของทุเรียนไทยเป็นจุดขาย ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ ที่เลียนแบบได้ค่อนข้างง่าย และช่องทางตลาดออนไลน์ขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้เป็นสินค้า ที่ได้รับความนิยม สามารถถูกนำไปเลียนแบบและจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

(3) **มีต้นทุนโลจิสติกส์ไปจีนสูงกว่าเวียดนาม** แม้เป็นสินค้าแปรรูปที่เก็บรักษาได้ยาวนาน แต่เนื่องจากระยะทางและขั้นตอนการขนส่งระหว่างประเทศที่ต้องผ่านลาวและเวียดนาม ขณะที่เวียดนามสามารถส่งไปที่ชายแดนเข้าด่านนำเข้าจีนได้ทันที

(4) **ผู้ประกอบการ SMEs มีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เทคโนโลยี การทำตลาด และการสร้างแบรนด์** โดยผู้ประกอบการ SMEs หลายรายเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ทำให้ไม่มีแบรนด์ ของตนเอง หรือแบรนด์ไม่เป็นที่รู้จัก และผู้ประกอบการ SMEs **ขาดความรู้เรื่องการใช้ประโยชน์จาก ACFTA** ข้อกำหนดและกฎระเบียบการนำเข้าของจีน มาตรการสุขอนามัยพืช พดติกรรมผู้บริโภคในตลาดจีน การทำตลาดดิจิทัล และข้อมูลตลาดเชิงลึก โดยผู้ประกอบการ SMEs มีความเข้าใจว่า จีนเป็นตลาดเดียว ซึ่งไม่ทราบว่า แต่ละเมืองและแต่ละมณฑลมีพฤติกรรมผู้บริโภค กำลังซื้อ รสนิยม และช่องทางจำหน่าย ที่แตกต่างกันมาก เช่น ภาคเหนือ (กรุงปักกิ่ง เมืองซานตง) นิยมรับประทานรสเค็มและเข้มข้น ภาคใต้ (นครกว่างโจว เมืองฝูเจี้ยน) นิยมรสอ่อนและเน้นความสด ภาคตะวันออก (นครเซี่ยงไฮ้ เมืองเจียงซู เมืองเจ้อเจียง) รับประทานรสหวานและละมุน และภาคตะวันตกเฉียงใต้ (มณฑลสฉวน นครฉงชิ่ง มณฑลกุ้ยโจว) นิยมรสเผ็ดจัด ดังนั้น สินค้าที่ขายได้ดีในนครเซี่ยงไฮ้ อาจไม่ได้รับการตอบรับเหมือนกันในนครกว่างโจว นครหนานหนิง นครเฉิงตู หรือกรุงปักกิ่ง ดังนั้น จึงไม่ควรใช้กลยุทธ์การทำตลาดเดียวกันทั้งประเทศ

3) โอกาส

(1) **ความตกลง ACFTA** ช่วยผู้ประกอบการด้านการยกเว้นภาษีนำเข้า ศุลกากรและ การอำนวยความสะดวกทางการค้า เช่น การยอมรับมาตรฐานด้านเทคนิคทางการค้า มาตรฐาน GACC โดยเฉพาะความตกลง ACFTA 3.0 ที่บรรจุข้อบท MSMEs ส่งเสริมผู้ประกอบการ

²⁷ สัมภาษณ์ สิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด, 30 กรกฎาคม 2569.

SMEs โดยตรง และการเตรียมตัวรับมือกับการค้ายุคใหม่ เศรษฐกิจดิจิทัล การแลกเปลี่ยนข้อมูลตลาด ข้อมูลการตลาด และข้อกำหนดและกฎระเบียบทางการค้าในจีน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs

(2) **ความต้องการบริโภคทุเรียนอบกรอบแห้งในจีนเพิ่มขึ้น** ร้อยละ 5 ต่อปี²⁸ โดยเฉพาะผ่านช่องทางจำหน่ายอีคอมเมิร์ซและไลฟ์คอมเมิร์ซที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ช่วยเพิ่มโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงและลดการพึ่งพาผู้นำเข้า ขณะที่ตลาดออนไลน์ดั้งเดิม อาทิ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของฝาก เป็นต้น ยังคงเป็นตลาดสำคัญของการบริโภคสินค้าเป้าหมาย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพมากขึ้น

(3) **การเติบโตของชนชั้นกลางจีนที่มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น** นิยมซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ พรีเมียม ของฝากในเทศกาลสำคัญ มีคนชนชั้นกลางในจีนประมาณ 720 ล้านคน หรือร้อยละ 51 ของประชากรจีนทั้งหมด 1,400 ล้านคน

(4) **การพัฒนาเส้นทางรถไฟ จีน-ลาวและโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์** เป็นเส้นทางเลือกในการกระจายสินค้า ช่วยลดระยะเวลาขนส่งในการเข้าสู่ตลาดจีน เดิมสินค้าให้ผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้าได้เร็วขึ้น และรองรับการขยายตัวของตลาดออนไลน์ รวมทั้งผู้ประกอบการ SMEs สามารถวางแผน รอบการขนส่งได้อย่างเป็นระบบและรองรับปริมาณสินค้าได้มาก²⁹

4) ความท้าทาย

(1) **เผชิญกับการแข่งขันกับผู้ผลิตจากมาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และผู้ผลิตจีน** ที่นำเข้าทุเรียนแช่แข็งหรือเนื้อทุเรียนจากไทยและเวียดนามไปแปรรูปเป็นทุเรียนอบกรอบแห้ง และผลิตภัณฑ์ทุเรียนอื่น ๆ มีความเข้าใจเรื่องความต้องการของผู้บริโภคและตลาด และประเทศคู่แข่งพัฒนาสินค้าทุเรียนแปรรูปอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจีนเริ่มแยกแยะเรื่องพันธุ์ คุณภาพ แหล่งผลิต และมาตรฐานมากขึ้น ไม่ได้เลือกจากราคาเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะเวียดนามมีข้อได้เปรียบด้านระยะทางและต้นทุน การผลิตและโลจิสติกส์ ส่วนมาเลเซียใช้พันธุ์ทุเรียนพรีเมียมเป็นจุดขาย ทำให้ทุเรียนไทยต้องแข่งขัน ด้านราคา คุณภาพ และความแตกต่าง

(2) **ข้อกำหนดและกฎระเบียบอาหารนำเข้าของจีนมีความเข้มงวดมากขึ้น** ตลาดจีนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านอาหาร มาตรฐานสินค้า และการตรวจสอบย้อนกลับ และผู้บริโภคจีนให้ความสนใจเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย และแหล่งที่มาของผลผลิตมากขึ้น

²⁸ สัมภาษณ์ วราภรณ์ ศรีสุต, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด, 30 กรกฎาคม 2569.

²⁹ ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว, รถไฟจีน-ลาว เข้าสู่ช่วงการขนส่งผลไม้เขตร้อน ช่วยผู้บริโภคจีนมีอิสระในการบริโภคทุเรียน. (เมษายน 2569)

ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องระวังและรอบคอบเรื่องการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต มาตรฐานโรงงาน ฉลาก ภาษาจีน สารตกค้าง วัตถุเจือปนอาหาร เอกสารนำเข้า การตรวจสอบย้อนกลับ หากเอกสารหรือ มาตรฐานไม่ครบสินค้าจะถูกระงับติดที่ด่านนำเข้าของจีน

(3) การส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งมีตลาดหลัก คือ ตลาดจีน **ทำให้มีความเสี่ยง** หากเกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ข้อกำหนดและกฎระเบียบการนำเข้า เศรษฐกิจ ชะลอตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง การเปลี่ยนแปลงค่าเงิน ปัญหาทางการค้า และการแข่งขันที่ รุนแรง

(4) การทำตลาดออนไลน์มีต้นทุนสูง ตลาดจีนมีการแข่งขันสูงบน อีคอมเมิร์ซและโซเชียลคอมเมิร์ซ การนำสินค้าไปทำการตลาดมีค่าใช้จ่ายด้าน KOL โลฟคอมเมิร์ซ โปรโมชัน การโฆษณา และค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์ม หากไม่มีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ต้นทุนในการสร้าง ยอดขายอาจสูงเกินกำไร

ผู้ส่งออกทุเรียน³⁰ และผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออก³¹ เห็นว่า ตลาดทุเรียนในจีน แข่งขันด้านราคาโดยเฉพาะกับเวียดนาม ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า เพื่อรักษาภาพลักษณ์และฐานตลาด และต้องเปลี่ยนจากตลาดทุเรียนระดับกลางเป็นตลาดพรีเมียม เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงและแข่งขันได้ ส่วนผู้ส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้ง³² และ ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออก³³ ประเมินว่า ตลาดทุเรียนอบกรอบอบแห้งควรวางตำแหน่ง ที่ตลาดพรีเมียม เน้นการสร้างแบรนด์ และภาครัฐควรส่งเสริมด้านการทำตลาดออนไลน์ในจีน สำหรับ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ³⁴ ให้ข้อมูลว่า ความตกลง ACFTA ช่วยผู้ประกอบการ SMEs ส่งออกทุเรียน เรื่อง การยอมรับมาตรฐานสุขอนามัยพืช และเน้นย้ำเรื่องการตรวจสอบสารตกค้างในทุเรียนก่อนส่งออก เพื่อไม่ให้สินค้าถูกตีกลับหรือทำลายทิ้งที่ด่านนำเข้าของจีน และความตกลงฯ ส่งเสริมผู้ประกอบการ เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร และขยายโอกาสการค้า

³⁰ สัมภาษณ์ ภาคภูมิ ภัคปภากร, กรรมการผู้จัดการ บริษัท กูสเทค โกลบอล จำกัด, 24 กรกฎาคม 2569.

³¹ สัมภาษณ์ บุญรวย คงเกาะทวด กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนเกาะทวด, 26 สิงหาคม 2569.

³² สัมภาษณ์ สิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซุมเมอร์ โปรดักส์ จำกัด, 26 กรกฎาคม 2569.

³³ สัมภาษณ์ พชร ไพโรจน์บุญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท วสข.กลุ่มผลไม้สดและผลผลิตแปรรูปบ้านดอนทอง จำกัด, 26 สิงหาคม 2569.

³⁴ สัมภาษณ์ ปารุสก์ เมฆกระจำจ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 24 กรกฎาคม 2569.

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันการส่งออกทุเรียนไทยกับประเทศคู่แข่ง

ข้อมูล	ไทย	เวียดนาม	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	จีน
ทุเรียน					
ส่วนแบ่ง การตลาด	ร้อยละ 50	ร้อยละ 48	ร้อยละ 1	ร้อยละ 1	-
พันธุ์	หมอนทอง ชะนี ก้านยาว กระดุม	Ri6 และโดนา	มูซังคิงและ แบล็กธอร์น	บูยัต ดุยง่า และอาร์นซิลโล	-
เนื้อทุเรียน	หวาน เนื้อมาก เมล็ดเล็ก กลืนไม่แรง	หวานมัน กลิ่น และรสเข้มข้น	รสชาติเข้มข้น	เนื้อครีมมี	-
ฤดูกาลที่ออก ผลผลิต	ผลผลิตทั้งปี เป็น ทุเรียนในฤดูกาล เดือนเมษายน- กันยายน และ นอกฤดูกาลเดือน ตุลาคม-มีนาคม	ผลผลิตทั้งปี เป็น ทุเรียนในฤดูกาล เดือนเมษายน- ตุลาคม และนอก ฤดูกาลเดือน พฤศจิกายน- มีนาคม	ในฤดูกาลเดือน มิถุนายน- กันยายน และ นอกฤดูกาล เดือน พฤศจิกายน- กุมภาพันธ์	เดือน กรกฎาคม- ตุลาคม	เดือน มิถุนายน- กันยายน (ปริมาณจำกัด)
ต้นทุนการผลิต และโลจิสติกส์	34 บาทต่อ กิโลกรัม สูงกว่า เวียดนาม ร้อยละ 15	25 บาทต่อ กิโลกรัม	134 บาทต่อ กิโลกรัม	40 บาทต่อ กิโลกรัม	-
รูปแบบ โลจิสติกส์	เส้นทางถนน R12 และ R3A ทาง รถไฟ ทางเรือ และทางอากาศ	เส้นทางถนน ทางเรือ และทาง อากาศ	เส้นทางเรือและ ทางอากาศ	เส้นทางเรือและ ทางอากาศ	เส้นทางถนน ทางรถไฟ และ ทางอากาศ
ระยะเวลาขนส่ง ทุเรียนทางถนน เข้าสู่จีน	30 ชั่วโมง	20 ชั่วโมง	-	-	-
กลยุทธ์การทำ ตลาด	ตลาดทั่วไปและ ตลาดระดับกลาง	ตลาดทั่วไปและ ตลาดระดับกลาง	ตลาดพรีเมียม	ตลาดพรีเมียม	

ข้อมูล	ไทย	เวียดนาม	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	จีน
ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง					
ต้นทุน (วัตถุดิบแปรรูปบรรจุภัณฑ์และโลจิสติกส์ไปจีน)	400 บาทต่อกิโลกรัม	380 บาทต่อกิโลกรัม	505 บาทต่อกิโลกรัม	390 บาทต่อกิโลกรัม	475 บาทต่อกิโลกรัม

สัมภาษณ์ (1) วราภรณ์ ศรีสุด, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด, 25 กรกฎาคม 2569. (2) สิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด, 26 กรกฎาคม 2569. และ (3) อีระทัศน์ รังสิวโรจน์ กรรมการบริษัท คอลลาบอเรชั่น จำกัด, 28 กรกฎาคม 2569

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นว่า คู่แข่งขันทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งของไทย คือ เวียดนามที่แข่งขันในตลาดเดียวกับไทยและมีผลผลิตตลอดทั้งปี แต่ต้นทุนการผลิตและโลจิสติกส์ของเวียดนามต่ำกว่า ขณะที่มาเลเซียและฟิลิปปินส์วางตำแหน่งตลาดที่ชัดเจนคือ ตลาดพรีเมียม โดยทุกประเทศส่งออกทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ลดความเสี่ยงตลาด สำหรับราคาของทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งใกล้เคียงกัน ยกเว้นมาเลเซียที่มีต้นทุนการผลิตทุเรียนสดสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องมีแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ยุกระดับการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนให้สามารถแข่งขันได้ โดยเฉพาะการเข้าสู่ตลาดพรีเมียม การรักษาภาพลักษณ์ การเข้าถึงการค้าออนไลน์ และกระจายสินค้าไปในตลาดเมืองรอง โดยผ่านกลไกของภาครัฐด้านการเจรจาการค้าในกรอบความตกลง ACFTA และการหารือทวิภาคีกับจีน คู่ขนานกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs และความร่วมมือของภาคเอกชนไทยและจีน

2.3 สรุปผลการศึกษา

ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งของไทยมีศักยภาพสูงในการส่งออกไปตลาดจีน ทุเรียนมีฐานตลาดที่มั่นคงและสามารถทำตลาดในเมืองรองเพิ่มเติม มีความแข็งแกร่งตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การผลิต การคัดบรรจุ การแปรรูป และการส่งออก ไทยเป็นประเทศแรกที่จีนอนุญาต ให้นำเข้าทุเรียนตั้งแต่ปี 2547 จึงมีความชำนาญในการปลูกทุเรียน ความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ โรงคัดบรรจุ ผู้ส่งออกมีประสบการณ์และมีเครือข่ายผู้ซื้อผู้นำเข้าในตลาดจีน ผู้บริโภคจีนยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานของทุเรียนไทย โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้การส่งออกสินค้าดังกล่าวเติบโต มาจากความตกลง ACFTA ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดตลาดเสรีให้ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งเข้าสู่ตลาดจีน

ความตกลง ACFTA ทั้ง 3 ฉบับ เอื้อต่อการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีนโดยความตกลง ACFTA 1.0 ได้ลดภาษีนำเข้าศุลกากรของสินค้าทุเรียนเหลือร้อยละ 0 ทำให้ไทยเข้าสู่ตลาดจีนด้วยต้นทุนต่ำลงและแข่งขันได้ และมีความร่วมมือด้านเทคโนโลยีเพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพ ของผลไม้และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร และความตกลง ACFTA 2.0 การส่งออกทุเรียน ได้รับประโยชน์จากการที่อาเซียนและจีนได้ปรับปรุงเนื้อหาข้อบทให้มีความชัดเจนและโปร่งใส เรื่องหลักเกณฑ์กฎถิ่นกำเนิดสินค้า การตรวจสอบความชัดเจนของกฎถิ่นกำเนิดสินค้า เฉพาะรายสินค้า ของทุเรียนอบกรอบอบแห้ง และการอำนวยความสะดวกพิธีการศุลกากรในการตรวจปล่อยสินค้าที่รวดเร็ว รวมทั้งการยอมรับมาตรการสุขอนามัยพืชของจีน ส่วนความตกลง ACFTA 3.0 บรรจุประเด็นการส่งเสริม MSMEs ทำให้ผู้ประกอบการ ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งได้รับประโยชน์โดยตรง มีโอกาสทางการค้ามากขึ้น เข้าถึงข้อมูลตลาด และกฎระเบียบการนำเข้าของจีน การใช้ระบบดิจิทัล เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค

ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสดเป็นผู้ประกอบการ SMEs ประมาณร้อยละ 79 และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้งสิ้น ตลาดจีนมีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าทั้ง 2 รายการ เนื่องจากความต้องการบริโภคผลไม้เมืองร้อนของผู้บริโภคจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มขึ้นของคนชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น การขยายตัวของตลาดออนไลน์และการค้าปลีกสมัยใหม่ สินค้าไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในเมืองต่าง ๆ ของจีนได้มากขึ้น สำหรับทุเรียนสดผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับคู่แข่ง คือ เวียดนาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะเวียดนามที่มีส่วนแบ่งการตลาด ของทุเรียนสดในตลาดจีนที่ใกล้เคียงกับไทย และแข่งขันในตลาดเดียวกัน คือ ตลาดระดับกลาง ส่วนมาเลเซียเป็นคู่แข่งในตลาดทุเรียนพรีเมียม มาตรการสุขอนามัยพืชและการตรวจสอบราคาค้างของจีน มีความเข้มงวดมากขึ้น สำหรับทุเรียนอบกรอบอบแห้งเป็นสินค้าที่เพิ่มมูลค่าให้กับทุเรียนสด ไทยต้องแข่งขันกับผู้ผลิตจีนที่มีความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคจีนและการทำตลาดออนไลน์ ทั้งนี้ ในภาพรวมผู้ประกอบการ SMEs ไม่ทราบเรื่องข้อมูลการใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA ขาดข้อมูลการตลาดเชิงลึก และมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน R&D และการทำตลาดออนไลน์

บทที่ 3

ข้อเสนอ

3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

ข้อเสนอเชิงนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ขยายการส่งออกทุเรียน และทุเรียนอบกรอบอบแห้งเพื่อขยายการส่งออกไปตลาดจีน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การดำเนินการผ่านการเจรจาหรือ 2 กรอบ คือ

กรอบอาเซียน-จีน โดยหารือกับอาเซียนและจีน บรรลุประเด็นการเจรจาในการทบทวน ปรับปรุงความตกลง ACFTA 3.0 หรือในเวทีอาเซียน-จีน อื่นๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วต่อการค้าทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศเป็นหน่วยงานหลัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ และกำหนดระยะเวลาดำเนินการเป็นนโยบายระยะสั้นและระยะกลาง มีประเด็นการเจรจา ดังนี้

ระยะสั้น 1-2 ปี

1) **นโยบายพัฒนาและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs** โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ สสว. ควรผลักดันความร่วมมือในภูมิภาค เรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs และลดอุปสรรคทางการค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กสามารถเข้าถึงตลาดจีนได้ โดยให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจและแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องการใช้ประโยชน์จาก ACFTA กฎถิ่นกำเนิดสินค้า หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า มาตรฐาน GACC มาตรการสุขอนามัยพืช มาตรการด้านเทคนิคทางการค้า ทิศทางและแนวโน้มของความต้องการตลาด กลยุทธ์การทำตลาดดิจิทัล ข้อมูลการตลาดเชิงลึก และข้อกำหนดและกฎระเบียบการนำเข้าของจีน และการเข้าเงินแหล่งเงินทุนหรือกองทุนความร่วมมืออาเซียน-จีน (ASEAN-China Cooperation Fund: ACCF) และการร่วมลงทุน เทคโนโลยี นวัตกรรม และ R&D เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับทุเรียนอบกรอบอบแห้งแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่สร้างความหลากหลายและความแตกต่าง และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายธุรกิจในภูมิภาค เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน

2) **นโยบายจัดทำ ASEAN Green Lane** เป็นช่องทางเร่งด่วนสำหรับสินค้าเกษตร และเกษตรแปรรูปที่มีความเสี่ยงต่ำและผ่านหลักเกณฑ์กำหนด โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร และกรมวิชาการเกษตร เสร็จประเด็นดังกล่าวให้เกิดการอำนวยความสะดวกทาง

การค้า ด้านพิธีการศุลกากร การใช้ระบบดิจิทัล เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้สินค้าไทยผ่านด่านได้เร็วขึ้น ซึ่งมีแนวทางดำเนินการโดยขึ้นทะเบียนผู้ส่งออกที่ผ่านมาตรฐาน GACC มาตรการสุขอนามัยพืช และมาตรการด้านเทคนิคทางการค้า ที่ผ่านมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง มีประวัติดี ไม่มีประวัติ ถูกระงับการนำเข้า และผู้ส่งออกจัดส่งเอกสารอิเล็กทรอนิกส์และตรวจเอกสาร และข้อมูลล่วงหน้าก่อนสินค้าถึงด่านนำเข้า (รายการสินค้า พิกัดศุลกากร สิทธิประโยชน์จากความตกลง ACFTA) จากนั้น ตรวจสอบปล่อยสินค้าช่องทางตรวจสอบเร่งด่วน หรือ ASEAN Green Lane และสินค้าขนส่งต่อเข้าตลาดจีน นำไปสู่การลดขั้นตอนการตรวจเอกสาร ตรวจสอบสิทธิประโยชน์ FTA และหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าได้สะดวกขึ้น ลดเวลา แก้ปัญหาความแออัดบริเวณหน้าด่าน และลดต้นทุนโลจิสติกส์ ค่าเก็บตู้ และค่าคลังสินค้า รวมทั้งแก้ปัญหาความเสียหายของสินค้านำเข้าระหว่างการขนส่งและส่งออกสินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและตรงเวลา

ระยะกลาง 3-5 ปี

3) **นโยบายจัดตั้งศูนย์ข้อมูลตลาดทุเรียนและราคาล่วงหน้า อาเซียน-จีน ณ จังหวัดจันทบุรี** โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศและกรมการค้าภายใน ควรเจรจาเพื่อผลักดันการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล คำแนะนำ และคำปรึกษาเรื่องข้อมูลตลาดทุเรียนและราคาล่วงหน้า เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลปริมาณผลผลิต สถานการณ์การค้า ความต้องการตลาด รายชื่อผู้นำเข้า-ผู้ส่งออก ราคาซื้อขายล่วงหน้า และเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยให้บริการ ณ สถานที่ตั้ง และช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ อีเมล Chat และโทรศัพท์ เป็นต้น จะช่วยแก้ปัญหาผลผลิตทุเรียนในอาเซียนออกมาพร้อมกัน สินค้าล้นตลาดและราคาตกต่ำ เกษตรกรและโรงงานสามารถวางแผนการตลาด เช่น ปริมาณการขยาย ทุเรียนสด ทุเรียนอบกรอบอบแห้ง และทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ทุเรียนอื่น ๆ รวมทั้งสร้างอำนาจต่อรองให้กับผู้ประกอบการ SMEs

4) **นโยบายส่งเสริมความร่วมมือโลจิสติกส์ระบบรางรถไฟ ไทย ลาว และจีน ให้เป็นระเบียงเศรษฐกิจอาเซียน-จีน** โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมการขนส่งทางราง และกรมศุลกากร ควรเจรจาเรื่องส่งเสริมความร่วมมือยกระดับโลจิสติกส์ระบบรางรถไฟ ให้เป็นเส้นทางขนส่งทางเลือก ในการกระจายทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง เข้าสู่ตลาดเมืองรองในจีน ตามเส้นทางรถไฟ (นอกเหนือจากการกระจายสินค้าโดยใช้เส้นทางถนน R3A และ R12 และท่าเรือกว่างโจว ท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ท่าเรือฮ่องกง) จากมณฑลยูนนานและส่งต่อไป 30 เมือง ภายในประเทศ เช่น นครเฉิงตู นครกว่างโจว นครเซี่ยงไฮ้ นครเจิ้งโจว นครเสิ่นหยาง เป็นต้น โดยนำร่องทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง ลดการตรวจซ้ำ ลดขั้นตอน และลดการตรวจสอบการเปลี่ยนถ่ายสินค้า ใช้ระบบศุลกากรดิจิทัล การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าแบบครบวงจรในเมืองใหญ่บนเส้นทาง เช่น ไทย (เมืองขอนแก่น เมืองหนองคาย) ลาว (นครหลวงเวียงจันทน์ เมืองอุบลราชธานี เมืองหลวงน้ำทา) และจีน (เมืองสิบสองปันนา นครคุนหมิง) รวมถึงพัฒนาระบบขนส่งต่อเนื่องราง-ถนน

กรอบทวิภาคี ไทย-จีน และการประชุมคณะกรรมการร่วมว่าด้วย การค้า การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง ไทย-จีน (Joint Economic Committee-JEC) หรือกับจีน ร่วมกันแก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยกระทรวงการต่างประเทศเป็นหน่วยงานหลัก กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศรับผิดชอบเรื่องการเจรจาการค้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ และกำหนดระยะเวลาดำเนินการเป็นนโยบายระยะสั้น มีประเด็นการเจรจา ดังนี้

ระยะสั้น 1-2 ปี

1) **นโยบายจัดตั้งหน่วยงานขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC ร่วมกัน** โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศและกรมวิชาการเกษตร เจรจากับฝ่ายจีนเพื่อผลักดันการจัดตั้งหน่วยงานรับรองการขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC ร่วมกันของสวน โรงคัดบรรจุ และโรงงานแปรรูป แทน GACC จีน ฝ่ายเดียว เช่น กรมวิชาการเกษตรของไทยและศุลกากร GACC ของจีน และให้บริการศูนย์ข้อมูลคำปรึกษา และคำแนะนำเรื่องขั้นตอนการส่งออก กฎระเบียบการนำเข้า ขั้นตอนและค่าใช้จ่าย จะทำให้เกิดความรวดเร็วและโปร่งใสในการจัดทำและตรวจสอบมาตรฐานสุขอนามัยพืชและมาตรการด้านเทคนิคทางการค้า และช่วยให้ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบบอบแห้งเข้าสู่ตลาดจีนได้สะดวก

2) **นโยบายส่งเสริมการค้าทุเรียนออนไลน์** โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานประสานและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนของจีนและอาเซียน เช่น หอการค้าและสมาคมการค้า เพื่อสร้างความต้องการซื้อให้กับสินค้าของทั้งสองฝ่ายผ่านตลาดออนไลน์ทั้งแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและไลฟ์คอมเมิร์ซในจีนและไทย ผ่าน KOL Influencer และ online supermarket เป็นแนวทางการขยายโอกาสทางการค้าในตลาดใหม่ โดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่

3) **นโยบายการพัฒนาการรับรู้เรื่องแบรนด์ทุเรียนไทย** โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ สสว. เป็นหน่วยงานประสานให้ภาคเอกชนไทยและจีน ในการออกสัญลักษณ์หรือตรากลางรับรอง และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เรื่องแบรนด์ทุเรียนไทย เป็นสินค้าพรีเมียม สร้างความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของทุเรียนไทย และลดการแข่งขันเรื่องราคา

ส่วนที่ 2 การสร้างระบบนิเวศการส่งออกไปตลาดจีน

เป็นนโยบายระยะสั้น ดำเนินการภายใน 1-2 ปี เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบบอบแห้งให้สามารถขยายการส่งออกไปตลาดจีนได้อย่างยั่งยืน ผ่านการสร้างการเรียนรู้และทำความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับโอกาสทางการค้าของการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลง ACFTA 3.0 การเข้าถึงแหล่งข้อมูลตลาดและมาตรการทางการค้า โลจิสติกส์ การค้าออนไลน์ การสร้างแบรนด์ การผลิตสินค้านวัตกรรม การสร้างเรื่องราวสินค้า และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ

รวมถึงการสร้างคลัสเตอร์ผู้ประกอบการ SMEs ตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดำเนินการโดยกระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมบูรณาการดำเนินการ เช่น สสว. กรมวิชาการเกษตร กรมศุลกากร สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย หรือ EXIM Bank เป็นต้น

3.2 ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

ข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อ 3.1 นำมาจัดทำข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ ที่มีแนวทางความเป็นไปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การดำเนินการผ่านการเจรจาหารือของหน่วยงานภาครัฐใน 2 กรอบ คือ กรอบอาเซียน-จีน และทวิภาคี ไทย-จีน

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จัดประชุมหารือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเรื่องการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ขับเคลื่อนการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน เพื่อให้แนวทางการเจรจาและประเด็นบรรจุในการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA 3.0 และกรอบทวิภาคี ไทย-จีน ไปในทิศทางเดียวกันทุกเวที

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดประชุมหารือประเด็นการเจรจาที่รับผิดชอบ เพื่อรับทราบสถานะปัญหา การแก้ไขปัญหา และแนวทางการร่วมมือที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ SMEs ของไทย ในกรอบอาเซียน-จีน และกรอบทวิภาคี ไทย-จีน

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการที่มีระยะเวลาดำเนินการระหว่าง 1-5 ปี แบ่งออกเป็นโครงการระยะสั้น 1-2 ปี และระยะกลาง 3-5 ปี ใช้งบประมาณประจำปีของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการ โครงการปีละประมาณ 5-10 ล้านบาท โดยมีหน่วยงานของประเทศภาคีเข้าร่วม เช่น จีน ลาว เวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ เป็นต้น ดังนี้

โครงการระยะสั้น 1-2 ปี

- 1) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และ สสว. จัดทำโครงการ “เสริมแกร่งผู้ประกอบการ SMEs ทุเรียนไทย เจาะตลาดจีน” มีรายละเอียด ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เรื่องการใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA และกลยุทธ์การทำตลาดในจีน และเข้าถึงเครือข่ายธุรกิจและเงินทุน” (2) ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (3) งบประมาณ 5 ล้านบาท (4) กลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ประกอบการ SMEs ส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง 40 คน และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ จัดสัมมนาเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องความตกลง ACFTA ประชุมหารือหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนของไทย ประชุมหารือแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ด้านมาตรการนำเข้าของจีน โดยมีผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนของจีนเข้าร่วม อบรมเนื้อหาเข้มข้นในรูปแบบ Boot Camp และจับคู่ธุรกิจกับคู่ค้าจีน และสถาบันทางการเงิน

2) กรมศุลกากรจัดทำโครงการ “ASEAN Green Lane ประโยชน์ของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป” มีรายละเอียด (1) วัตถุประสงค์ เพื่ออำนวยความสะดวกการตรวจปล่อยทุเรียน และทุเรียนอบกรอบอบแห้งอย่างรวดเร็วและรักษาคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะทุเรียนสดหรือสินค้าเกษตร เน้นเสียง่าย โดยนำร่อง 1 ด้าน เช่น ด้านโห่ยอ๊กวนในจีน (2) ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (3) งบประมาณ 10 ล้านบาท (4) กลุ่มเป้าหมาย 30 คน เป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 10 คน และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งที่มีประวัติดี 20 คน และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ จัดทำรายงานศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการฯ ประชุมหารือหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ประชุมหารือกับหน่วยงานภาครัฐของลาว เวียดนาม และจีน และทดลองขนส่งสินค้า ASEAN Green Lane บนเส้นทางนำร่อง 1-2 เส้นทาง เช่น เส้นทาง ณ ด้านท่าแขกในลาว ด้านจาลอในเวียดนาม และด้านโห่ยอ๊กวนในจีน

3) กรมวิชาการเกษตรจัดทำโครงการ “ความร่วมมือไทย-จีน ขึ้นทะเบียน GACC ขยายตลาดส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง” มีรายละเอียด ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ เพื่ออำนวยความสะดวกการขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC ยอมรับร่วมมาตรการสุขอนามัยพืช และสร้างความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยด้านอาหารของสินค้าเป้าหมาย (2) ระยะเวลาดำเนินการ 2 ปี (3) งบประมาณ ปีละ 10 ล้านบาท (4) กลุ่มเป้าหมาย 30 คนต่อปี เป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 10 คน และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง 20 คน และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ จัดทำรายงานการศึกษา จัดสัมมนาระดมความเห็น จัดประชุมหารือกับศุลกากรจีน ศึกษาดูงานห้องปฏิบัติการ สวนทุเรียน โรงคัดบรรจุ และโรงงานแปรรูปที่ขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GACC จัดทำระบบแจ้งเตือนมาตรการนำเข้าของจีนผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ประกอบการที่ลงทะเบียน กับกรมวิชาการเกษตร และจัดพิธีลงนามความตกลงว่าด้วย การยอมรับการขึ้นทะเบียน GACC ระหว่างศุลกากรของจีน และกรมวิชาการเกษตรของไทย

4) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดทำโครงการ “กลยุทธ์การทำตลาดออนไลน์ทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง เข้าตลาดจีน” มีรายละเอียด ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ เพื่อรักษาฐานตลาดเดิม เพิ่มตลาดใหม่ และเข้าถึงผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ของจีนโดยตรง (2) ระยะเวลาดำเนินการ 2 ปี (3) งบประมาณ ปีละ 10 ล้านบาท (4) กลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง 30 คน ต่อปี และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs อบรมเนื้อหาเข้มข้น ในรูปแบบ Boot Camp จัดตลาดทดลองจีนให้ผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าวางจำหน่ายบนอีคอมเมิร์ซ 1 เดือน และใช้ KOL/Influencer จีน เป็นเครื่องมือเปิดตลาดในไลฟ์คอมเมิร์ซ

5) กรมทรัพย์สินทางปัญญา จัดทำโครงการ “แบรนด์ทุเรียนไทย สูดยอดทุเรียนพรีเมียมของไทย” มีรายละเอียด ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของทุเรียนไทยและวางตำแหน่ง

ตลาดพรีเมียม (2) ระยะเวลาดำเนินการ 2 ปี (3) งบประมาณ ปีละ 10 ล้านบาท (4) กลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง 20 คนต่อปี และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ อบรมเรื่องการสร้างเรื่องราวและทรัพย์สินทางปัญญา จัดประกวดนำเสนอสัญลักษณ์หรือตรากลางแบรนด์ทุเรียนไทยที่สะท้อนความเป็นทุเรียนคุณภาพ ใช้สัญลักษณ์หรือตรากลาง เป็นเครื่องหมายรับรองทุเรียนคุณภาพ จำนวน 30 ราย จัดทำ QR Code ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ และจัดงานกิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้แบรนด์ทุเรียนไทยทั้งในไทยและจีนทั้งในตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ โดยใช้ KOL/Influencer จีนและผ่านช่องทางซีรียว

ระยะกลาง 3-5 ปี

6) กรมการค้าภายในจัดทำโครงการ “ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลระบบข้อมูลตลาดทุเรียนและราคาร่วงหน้า อาเซียน-จีน” มีรายละเอียด ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์เพื่อให้บริการข้อมูล และคำปรึกษาเรื่องข้อมูลการค้าของทุเรียนและราคาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อวางแผนและการตัดสินใจ การทำธุรกิจ (2) ระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี (3) งบประมาณ 10 ล้านบาทต่อปี (4) กลุ่มเป้าหมาย 30 คนต่อปี เป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 10 คน และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียน 20 คน และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ จัดทำรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการฯ ประชุมระดมสมองหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และประชุมหารือกับหน่วยงานภาคเอกชนและศึกษาดูงานตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์

7) กรมการขนส่งทางราง จัดทำโครงการ “ระเบียบเศรษฐกิจอาเซียน-จีน เชื่อมไทย ลาว จีน ระบบรางขยายโอกาสทางการค้าทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งสู่ตลาดจีน” มีรายละเอียด ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์เพื่อให้ประโยชน์ระบบรางอย่างเต็มที่เป็นเส้นทางขนส่งเชื่อมโยงการค้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปในอาเซียนที่มีประสิทธิภาพ นำร่องทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง (2) ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (3) งบประมาณ 10 ล้านบาทต่อปี (4) กลุ่มเป้าหมาย 30 คนต่อปี เป็นผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้ง 20 คน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 10 คน และ (5) กิจกรรมภายใต้โครงการ ได้แก่ จัดทำรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการฯ ประชุมระดมสมองหน่วยงานภาครัฐกับผู้ประกอบการ ประชุมหารือและศึกษาดูงานพิธีการศุลกากร ณ ด่านท่านาแล้งในลาว และด่านโมฮาน ในจีน ประชุมสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและจีน ประชุมหารือเรื่องเงินทุนสนับสนุน การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจอาเซียน-จีน และการสร้างกิจกรรมเศรษฐกิจบนเส้นทาง รวมทั้งสำรวจศักยภาพตลาดบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอาเซียน-จีน ณ นครหลวงเวียงจันทน์ เมืองอุบลราชธานี และนครคุนหมิง เพื่อเตรียมความพร้อมในการลงทุนหรือร่วมทุนจัดตั้งคลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า

ส่วนที่ 2 การสร้างระบบนิเวศการส่งออกไปตลาดจีน

เน้นการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และขยายการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีนผ่านการเรียนรู้ การเข้าถึงแหล่งข้อมูล และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ โดยมีข้อเสนอการดำเนินการ เป็นโครงการระยะสั้น 2 ปี ใช้งบประมาณประจำปีของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการ โครงการปีละประมาณ 5-10 ล้านบาท

1) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จัดอบรมเนื้อหาเข้มข้นในรูปแบบ Boot Camp เรื่องการใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA (ความตกลง ACFTA พิกัดศุลกากร อัตราภาษี กฎถิ่นกำเนิด หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า) โลจิสติกส์ (เส้นทางถนน ทางรถไฟ ทางเรือ ทางอากาศ พิธีการศุลกากร เอกสารระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอน ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการส่งออก) การค้าระหว่างประเทศ (การชำระเงินระหว่างประเทศ) และมาตรการที่มีใช้ภาษี (มาตรการสุขอนามัยพืช มาตรฐาน GACC มาตรการด้านเทคนิคทางการค้า การจัดทำ QR Code ตรวจสอบย้อนกลับ ผลากภาษาจีน) มาตรฐานรับรอง (GAP GMP HACCP ISO ฮาลาล) เครื่องมือเพิ่มมูลค่าทางการค้า (การสร้างเรื่องราว การสร้างแบรนด์ ทรัพย์สินทางปัญญา) และการทำตลาด (กลยุทธ์การทำตลาดออนไลน์ ทิศทางเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีน การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย การเขียนแผนธุรกิจ)

2) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ศูนย์บริการข้อมูล FTA Center และแอปพลิเคชัน FTA Choice ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศที่ให้บริการข้อมูล คำปรึกษา และคำแนะนำเรื่อง FTA และการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการสืบค้น เปรียบเทียบอัตราภาษีนำเข้า ศุลกากร และมาตรการทางการค้าต่าง ๆ ทั้ง ณ สถานที่ตั้ง ชั้น 3 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และระบบออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ chat เฟซบุ๊ก และโทรศัพท์ เป็นต้น

3) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมวิชาการเกษตร และกรมศุลกากร จัดประชุมหารือกับผู้ประกอบการ SMEs เกษตรกร ผู้ประกอบการแปรรูป และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ของสินค้าทุเรียน รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เดือนละ 1 ครั้ง สลับกันเป็นเจ้าภาพ เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข้อมูลสถานการณ์การค้า ปัญหาอุปสรรคการปลูก การแปรรูป พิธีการศุลกากร และมาตรการนำเข้าของจีน รวมทั้งแนวทางการขยายการส่งออกสินค้าเป้าหมายไปตลาดจีน ซึ่งทั้ง 3 กรมสามารถนำข้อมูล ที่ได้รับไปจัดทำเป็นประเด็นหารือในกรอบอาเซียน-จีน และไทย-จีน

4) สสว. สนับสนุนเงินทุนให้ผู้ประกอบการ SMEs จัดทำมาตรฐานรับรอง เพื่อยกระดับมาตรฐานทุเรียนไทย

5) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดหาช่องทางตลาดออนไลน์และออนไลน์ โดยนำผู้ประกอบการ SMEs เข้าร่วมงานจำหน่ายสินค้าในงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในเมืองต่าง ๆ ของจีน และนำสินค้าไปวางจำหน่ายหรือทดลองวางจำหน่ายบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและไลฟ์คอมเมิร์ซใน

ไทย และจีน รวมทั้งจัดประชุมสร้างเครือข่ายหรือจับคู่ธุรกิจกับคู่ค้าจีน สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานนวัตกรรม

6) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs ไทย**
ในห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ผู้รวบรวมผลผลิต โรงคัดบรรจุ ห้องเย็น ห้องแปรรูป ห้องปฏิบัติการ โรงงานแปรรูป ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผู้ส่งออก ผู้ซื้อและผู้นำเข้าจีน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มเงินที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อลดความเสี่ยง ของผู้ประกอบการ SMEs และจัดทำฐานข้อมูลตลาดเชิงลึกรายมณฑล และรายเมืองของจีน (พฤติกรรมผู้บริโภค ราคา คู่แข่ง ช่องทางตลาด รายชื่อผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า)

บรรณานุกรม

การสัมภาษณ์

จักรธร วีระพันธุ์. นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2569.

ธีระทัศน์ รังสิโรจน์. กรรมการบริษัท คอลลาบอเรชั่น จำกัด. สัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2569.

บุญรวย คงเกาะทวด. กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนเกาะทวด. สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2569.

ปารุสก์ เมฆกระจำง. นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2569.

พชร ไพโรจน์บุญ. กรรมการผู้จัดการ บริษัท วสช.กลุ่มผลไม้สดและผลผลิตแปรรูป บ้านดอนทอง จำกัด. สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2569.

ภาคภูมิ ภัคปภากร. กรรมการผู้จัดการ บริษัท กู๊สเทค โกลบอล จำกัด. สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2569.

วราภรณ์ ศรีสุด. กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟู้ท แอนด์ ฟู้ด จำกัด. สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2569.

สิริเชษฐ จิรพงษ์วัฒนะ. กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซุมเมอร์ โปรดักส์ จำกัด. สัมภาษณ์, 26 กรกฎาคม 2569.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมการขนส่งทางราง. กรมการขนส่งทางราง ขับเคลื่อนการขนส่งทุเรียนทางราง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลภาวะทางอากาศ เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน (พฤษภาคม 2568). [ออนไลน์].

2568. แหล่งที่มา: <https://www.drt.go.th/public-relations> [10 สิงหาคม 2569].

กรมการค้าต่างประเทศ. รายงานสถานการณ์การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ความตกลงการค้าเสรี (FTA) ในปี 2568 (เดือนมกราคม-ธันวาคม). [ออนไลน์]. 2569. แหล่งที่มา:

<https://www.dft.go.th/th-> [21 กรกฎาคม 2569].

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. ความตกลงการค้าเสรี อาเซียน-จีน. [ออนไลน์]. 2569. แหล่งที่มา: <https://www.dtn.go.th/th/content/page/index/id/202> [20 กรกฎาคม 2569].

กระทรวงพาณิชย์. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. [ออนไลน์]. 2569. แหล่งที่มา: <https://tradereport.moc.go.th/th> [25 กรกฎาคม 2569].

ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้. ความท้าทายของทุเรียนไทยในตลาดจีน: เมื่อเวียดนามรุกหนักและจีนเลือกได้. [ออนไลน์]. พฤษภาคม 2569. แหล่งที่มา:

www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications-pdf/articles-and-publications.

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. รถไฟจีน-ลาว เข้าสู่ช่วงการขนส่งผลไม้เขตร้อน ช่วยผู้บริโภคจีนมีอิสระในการบริโภคทุเรียน. [ออนไลน์]. เมษายน 2569. แหล่งที่มา:

<https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-files-481191791990> [20 กรกฎาคม 2569].

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. บัญชีรายชื่อผลไม้ที่ประเทศจีนอนุญาตให้นำเข้า และรายชื่อประเทศ/เขตที่ส่งออกฉบับใหม่ (วันที่ 30 มิถุนายน 2568). [ออนไลน์]. 2569.

แหล่งที่มา: <https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-preview-471491791875> [21 กรกฎาคม 2569].

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตราด. ส่งทุเรียนผ่านรถไฟจีน-ลาว ถึงคุณหมิง ใช้เวลา 26 ชม. คงความสดใหม่ ผู้บริโภคชอบ. [ออนไลน์]. 2569. แหล่งที่มา:

<https://trat.moc.go.th/th/content/category/detail/id/161/iid/163843> [13 สิงหาคม 2569].

สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายเดือน พ.ศ. 2568. [ออนไลน์]. 2569. แหล่งที่มา:

<https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-preview-471491791875> [10 กรกฎาคม 2569].

ศูนย์ติดตามและแก้ไขปัญหาภัยพิบัติด้านการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. รายงานสถานการณ์ภัยพิบัติด้านการเกษตร วันที่ 1 เมษายน 2568. [ออนไลน์]. 2568. แหล่งที่มา:

<https://www.opsmoac.go.th/kanchanaburi-warning-files-471191791973>.

ภาคผนวก

ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุเรียน

นางสาววรารณ ศรีสุต กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออล ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด จำกัด

วันที่ 25 กรกฎาคม 2569 เวลา 17.30-17.50 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

ไทยมีต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งสูงกว่าเวียดนาม ส่งผลให้สินค้าไทยเสียเปรียบในการแข่งขัน ด้านราคา อีกทั้งในปัจจุบันราคาทุเรียนหน้าสวนปรับตัวลดลงจากปกติ ทำให้ผู้ประกอบการไทยยิ่งเผชิญข้อจำกัดในการแข่งขันด้านราคาในตลาดมากขึ้น

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

เวียดนามมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทยประมาณ 15% ทำให้สามารถแข่งขันด้านราคาได้ดีกว่าไทย

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

ช่วยลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างไทยและจีน ทำให้ผู้ส่งออกมีต้นทุนลดลงและสามารถแข่งขันด้านราคาได้ และมีข้อเสนอแนะคือ เสนอให้มีการเจรจากับฝ่ายจีนเพื่อพิจารณาปรับลดภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับการนำเข้าผลไม้สดจากไทยเป็นร้อยละ 0 เนื่องจากแม้สินค้าจะได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าภายใต้ FTA แล้ว แต่ยังคงมีการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

เสนอให้ภาครัฐสนับสนุนงบประมาณและมาตรการด้านการผลิตแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทุเรียนแปรรูป เพื่อเสริมสภาพคล่อง ลดภาระต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการรับซื้อผลผลิตทุเรียนสดจากเกษตรกร รวมทั้งรองรับการผลิตได้อย่างเต็มศักยภาพ

ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุเรียน

นายภาคภูมิ ภัคปภากร กรรมการผู้จัดการ บริษัท กู๊สเทค โกลบอล จำกัด

วันที่ 24 กรกฎาคม 2569 เวลา 17.00-17.20 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

สถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ของจีนส่งผลให้การขนส่งและการส่งออกสินค้าไปยังจีนเกิดความล่าช้าและหยุดชะงักในบางพื้นที่ ความต้องการทุเรียนแปรรูป เช่น ทุเรียนอบกรอบและทุเรียนอบแห้ง ขยายตัวในระดับต่ำ เนื่องจากภาวะตลาดการท่องเที่ยวชะลอตัว ส่งผลให้ยอดจำหน่ายลดลง ผู้ประกอบการ จึงหันมาผลิตทุเรียนแช่เย็นและแช่แข็งเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความต้องการของตลาดสูงกว่าและมีโอกาสทางการตลาดที่กว้างกว่า

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

คุณภาพทุเรียนสดของไทยพบปัญหาคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ส่งผลให้ผู้บริโภคจีนขาดความเชื่อมั่น และการพบสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือมีปัญหาด้านคุณภาพ เช่น ทุเรียนอ่อนไป ทำให้เกิดการคืนสินค้า (Return) และยกเลิกสินค้าและกระทบต่อภาพลักษณ์ของทุเรียนไทยทั้งตลาด

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

สนับสนุนการค้าระหว่างไทยกับจีนให้สะดวกขึ้น และเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดข้อเสนอแนะ ในการทบทวน ACFTA คือ เสนอให้ฝ่ายไทยเจรจากับฝ่ายจีนเพื่อขยายรายการสินค้าในพิธีสารการส่งออกสินค้าไปจีน ให้ครอบคลุมสินค้าประเภทต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและการส่งออกของไทย

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

ผู้ประกอบการยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีอำนาจรับรอง (Competent Authority: CA) เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการประสานงาน ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก ด้านการขึ้นทะเบียน GACC และภาครัฐควรเป็นกลไกในการเชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่เกษตรกร ผู้รวบรวม โรงคัดบรรจุ โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก ไปจนถึงผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในประเทศจีน เพื่อให้ทุกฝ่ายเข้าใจบทบาทของตนเอง รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อราคา คุณภาพ และความต้องการ ของตลาด นอกจากนี้ ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นผู้ประสาน

ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตไทยกับผู้ซื้อและผู้นำเข้าที่มีศักยภาพในประเทศจีนควบคู่กับการให้ข้อมูลเชิงลึกด้านตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค มาตรฐานการนำเข้า และแนวโน้มความต้องการสินค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด ส่งสินค้าได้ "ถูกคน ถูกตลาด" และสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในระยะยาว

ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุเรียน

นายบุญรวย คงเกาะทวด กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนเกาะทวด

วันที่ 26 สิงหาคม 2569 เวลา 17.00-17.20 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

การส่งออกทุเรียนและผลไม้สดของไทยไปจีนโดยรวมยังไม่เติบโตมาก แต่ยังสามารถส่งออกและจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง โดยจีนยังเป็นตลาดหลักของไทย อย่างไรก็ตาม การแข่งขันมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น จากประเทศคู่แข่ง เช่น เวียดนาม ซึ่งมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนและการขนส่ง ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทย ต้องเผชิญแรงกดดันด้านราคาและจำเป็นต้องรักษาคุณภาพ มาตรฐาน และความสม่ำเสมอของสินค้าเพื่อรักษาตลาดจีน

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

ปัจจุบันผู้ประกอบการและเกษตรกรไทยประสบปัญหาด้านการถูกกดราคาจากผู้ซื้อจีน ขณะที่ต้นทุนการผลิต เช่น ค่าปุ๋ยและปัจจัยการผลิตปรับตัวสูงขึ้น ทำให้กำไรลดลงและแทบไม่เหลือ แม้ว่าสินค้า จะมีคุณภาพและได้รับการรับรอง GI แต่ผู้ซื้อจีนยังให้ความสำคัญกับราคาเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังถูกจีนกดดันราคา และไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจีนที่มีเงินทุนและกำลังการผลิตสูงกว่าได้ ขณะเดียวกัน ตลาดจีนมีความต้องการสินค้าปริมาณมาก แต่เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนของไทยมีกำลังการผลิตจำกัด ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

ความตกลง ACFTA ช่วยลดภาษีและต้นทุนในการส่งออกสินค้าไทยไปจีน ทำให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรสามารถแข่งขันด้านราคาได้มากขึ้น โดยควรพิจารณาขยายรายการสินค้าภาคเกษตรที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพิ่มเติม เพื่อให้ครอบคลุมสินค้าเกษตรและสินค้าแปรรูปมากขึ้น ช่วยลดต้นทุนการส่งออกและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการและเกษตรกรไทยในตลาดจีน

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

ควรสนับสนุนด้านงบประมาณและลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการและเกษตรกรโดยเฉพาะด้านการขนส่ง การตรวจสอบศุลกากร การพัฒนาเทคโนโลยี และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงส่งเสริมให้

หน่วยงานภาครัฐหรือสถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยให้คำปรึกษาและวิเคราะห์ปัญหาสินค้าตกเกรด เพื่อหาแนวทาง ลดการตกเกรดและเพิ่มคุณภาพสินค้า ตลอดจนพัฒนาสินค้าตกเกรดไปสู่การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม แทนการจำหน่ายในราคาต่ำหรือสูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์

ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุเรียนอบกรอบอบแห้ง

นายสิริเชษฐ์ จิรพงษ์วัฒนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด

วันที่ 26 กรกฎาคม 2569 เวลา 17.00-17.20 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

- จากมุมมองของผมในฐานะผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งและผลไม้แปรรูปไปตลาดจีน ผมมองว่าจีนยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงมากสำหรับทุเรียนไทยทั้งในรูปแบบทุเรียนสดและทุเรียนแปรรูป เช่น ทุเรียนอบกรอบ ทุเรียนอบแห้ง ทุเรียนฟริตทราย รวมถึงสินค้าอาหารและขนมที่มีทุเรียน เป็นส่วนประกอบหลัก ผู้บริโภคจีนรู้จักและยอมรับทุเรียนไทยมาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะในเรื่องรสชาติ คุณภาพของวัตถุดิบ และภาพลักษณ์ของทุเรียนไทยที่มีความพรีเมียมกว่าสินค้าทั่วไป ดังนั้น สินค้า จากประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในเรื่องการรับรู้และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่พอสมควร อย่างไรก็ตาม ตลาดจีนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก สินค้าไทยไม่สามารถเข้าไปขายได้ง่ายเพียงเพราะเป็นสินค้าจากประเทศไทย แต่ต้องแข่งขันทั้งในเรื่องราคา คุณภาพ มาตรฐานสินค้า ความเร็วในการส่งมอบ บรรจุภัณฑ์ และความสามารถในการทำตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคจีนโดยตรง

- ในส่วนของทุเรียนสด ไทยยังมีจุดแข็งด้านคุณภาพและชื่อเสียง แต่เริ่มได้รับแรงกดดันจากเวียดนามมากขึ้น เนื่องจากเวียดนามมีข้อได้เปรียบด้านระยะทาง ต้นทุนการขนส่ง และสามารถส่งสินค้าเข้าสู่จีนได้รวดเร็วกว่า ส่งผลให้สามารถแข่งขันด้านราคาได้ดี ขณะที่มาเลเซียเลือกแข่งขันในอีกแนวทางหนึ่ง คือ การวางตำแหน่งสินค้าในตลาดพรีเมียม เน้นสายพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์ เช่น มูฮังคิง และสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความเฉพาะตัว ผู้บริโภคจึงไม่ได้มองเพียงว่าประเทศใดมีราคาถูกกว่า แต่ยังมองถึงสายพันธุ์ เรื่องราว คุณภาพ และประสบการณ์ในการบริโภคด้วย

- สำหรับทุเรียนอบกรอบและทุเรียนอบแห้ง ผมมองว่ายังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เพราะสินค้ากลุ่มนี้มีข้อได้เปรียบด้านอายุการเก็บรักษา สามารถขนส่งและกระจายสินค้าได้ง่ายกว่าทุเรียนสด รวมถึงตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก สามารถรับประทานได้ทันที และซื้อเป็นของฝากได้ นอกจากนี้ ตลาดจีนมีขนาดใหญ่มาก และยังมีโอกาสขยายไปยังเมืองระดับรอง ซึ่งผู้บริโภคอาจไม่สามารถเข้าถึงทุเรียนสดคุณภาพดีได้ตลอดเวลา สินค้าแปรรูปจึงสามารถเข้าไปเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ทันสมัย มีขนาดเหมาะสม และมีระดับราคาที่เข้าถึงได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยต้องตระหนักว่า ปัจจุบันผู้ผลิตจีนสามารถนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูปไปผลิตและพัฒนา ต่อภายในประเทศได้ ทำให้การแข่งขันของทุเรียนแปรรูปไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับเวียดนามและมาเลเซียเท่านั้น แต่ยังต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการจีนที่มีความเข้าใจตลาดช่องทางจำหน่าย และพฤติกรรมผู้บริโภคของตนเองดีกว่าไทย

- ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยต้องการเติบโตในตลาดจีน จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างให้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรสชาติ นวัตกรรมสินค้า รูปแบบการบริโภค บรรจุภัณฑ์ หรือการสร้างแบรนด์ ไม่ควรพึ่งพาจุดขายเพียงว่าเป็นทุเรียนจากประเทศไทย เพราะในอนาคตจุดขายดังกล่าวอาจไม่เพียงพออีกต่อไป

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

- จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการ อุปสรรคสำคัญในการส่งออกไปยังจีนในปัจจุบัน ไม่ใช่เพียงเรื่องภาษีนำเข้า แต่เป็นข้อกำหนดและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ซึ่งมีรายละเอียดมากและเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องดำเนินการหลายขั้นตอน ตั้งแต่การขึ้นทะเบียนโรงงาน การขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานศุลกากรจีน การตรวจสอบพิกัดศุลกากร การจัดทำฉลากภาษาจีน การควบคุมมาตรฐาน ความปลอดภัยด้านอาหาร ตลอดจนการจัดเตรียมเอกสารประกอบการนำเข้า ซึ่งทุกขั้นตอนต้องดำเนินการ ให้ถูกต้องและสอดคล้องกัน หากมีความผิดพลาดแม้เพียงบางจุด เช่น ข้อมูลบนฉลากไม่ตรงกับเอกสาร พิกัดศุลกากรไม่สอดคล้องกับประเภทสินค้า หรือรายละเอียดส่วนประกอบไม่ตรงกับที่แจ้งไว้ สินค้า อาจถูกกักตรวจ ถูกเรียกเอกสารเพิ่มเติม ถูกส่งกลับ หรือเกิดค่าใช้จ่ายในการแก้ไข ซึ่งสร้างภาระ ให้กับผู้ประกอบการอย่างมาก อีกปัญหาหนึ่ง คือ การตีความข้อกำหนดในแต่ละด่านหรือแต่ละพื้นที่ของจีนอาจไม่เหมือนกันทั้งหมด ผู้ส่งออกไทย จึงต้องพึ่งพาผู้นำเข้า ตัวแทนออกของ และผู้ให้บริการในจีนค่อนข้างมาก หากคู่ค้าหรือผู้ให้บริการไม่มีความเชี่ยวชาญ อาจทำให้เกิดความล่าช้าหรือความเสียหายได้

- ด้านต้นทุน ผู้ประกอบการต้องเผชิญทั้งต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง พลังงาน บรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง ค่าคลังสินค้า และค่าการตลาด โดยเฉพาะทุเรียนแปรรูปที่ต้องใช้วัตถุดิบสดในปริมาณมาก แต่เมื่อนำไปอบแห้งหรือฟรีซดราย น้ำหนักสินค้าจะลดลงอย่างมาก ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าสินค้าอาหารทั่วไป เมื่อเปรียบเทียบกับเวียดนาม ไทยเสียเปรียบในเรื่องต้นทุนและระยะทางขนส่ง เพราะเวียดนามสามารถ ส่งสินค้าเข้าสู่จีนได้เร็วกว่าและมีต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำกว่า ทำให้สินค้าของเวียดนามสามารถเข้าสู่ตลาด ในระดับราคาที่แข่งขันได้ง่ายกว่า ส่วนมาเลเซีย แม้ราคาสินค้าจะสูง แต่มีความชัดเจนในเรื่องตำแหน่ง ทางการตลาด โดยเน้นความพรีเมียม เน้นสายพันธุ์ และสร้างเรื่องราวของสินค้า ทำให้สามารถขายในราคาสูงได้โดยไม่ต้องแข่งขันด้านราคากับทุกประเทศ

- อีกอุปสรรคที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการไทยจำนวนมากยังขาดข้อมูลตลาดเชิงลึกหลายราย มองว่าจีนเป็นตลาดเดียว ทั้งที่ในความเป็นจริง แต่ละเมืองและแต่ละมณฑลมีพฤติกรรมผู้บริโภค กำลังซื้อ รสนิยม และช่องทางจำหน่ายที่แตกต่างกันมาก สินค้าที่ขายได้ดีในเชียงใหม่ อาจไม่ได้รับการตอบรับเหมือนกัน ในนครกวางโจว นครหนานหนิง นครเฉิงตู หรือเมืองทางตอนเหนือ ดังนั้น การเลือกพื้นที่เป้าหมาย จึงมีความสำคัญมาก ไม่ควรใช้กลยุทธ์เดียวกับทั่วประเทศ

- ช่องทางการขายในจีนก็เปลี่ยนแปลงเร็วมาก ผู้บริโภคจีนซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น JD, Tmall, Douyin, Xiaohongshu และ WeChat มากขึ้น การขายผ่านช่องทางเดิมเพียงอย่างเดียว เช่น ผ่านผู้นำเข้าหรือร้านค้าปลีก อาจไม่เพียงพอต่อการสร้างยอดขายในระยะยาว นอกจากนี้ การทำตลาดออนไลน์ในจีนต้องใช้งบประมาณสูง ทั้งค่าทำคอนเทนต์ ค่าจ้าง KOL ค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์ม ค่าโฆษณา ค่าจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และค่า Live Commerce หากไม่มีแผนการตลาดที่ต่อเนื่อง สินค้าอาจเข้าไปวางขายได้ แต่ไม่สามารถสร้างการรับรู้หรือยอดขายที่ยั่งยืนได้ อีกประเด็นหนึ่ง คือ ปัญหาการแข่งขัน ด้านราคาในช่องทางออนไลน์ บางครั้งผู้นำเข้าหรือผู้ขายในจีนอาจทำโปรโมชั่นลดราคาหนักเพื่อสร้างยอดขายระยะสั้น แต่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์และราคาสินค้าในตลาดอื่น ทำให้ผู้ประกอบการไทยควบคุมราคาขายปลายทางได้ยาก ดังนั้น ปัญหาของผู้ส่งออกไทยไม่ได้มีเพียงเรื่องการนำสินค้าเข้าไปในจีน ให้ได้ แต่ต้องควบคุมทั้งมาตรฐานสินค้า ต้นทุน ช่องทางขาย ราคา และภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปพร้อมกัน

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

- ผมมองว่าความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน หรือ ACFTA มีความสำคัญต่อผู้ส่งออกไทย เพราะช่วยลดภาระด้านภาษีนำเข้า และทำให้สินค้าของไทยสามารถแข่งขันในตลาดจีนได้ดีขึ้น หากสินค้า มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้า และสามารถใช้นั่งสิทธิ์รับรองถิ่นกำเนิดสินค้า Form E ได้อย่างถูกต้อง ผู้นำเข้าจะได้รับสิทธิด้านภาษี ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการนำเข้าได้โดยตรง ต้นทุนที่ลดลง จากภาษีสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการตั้งราคาขายได้แข่งขันมากขึ้น หรืออาจนำส่วนต่างไปใช้ในการทำตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หรือสร้างกำไรให้กับคู่ค้าและผู้จัดจำหน่ายได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการยังมีต้นทุนอื่นอีกจำนวนมาก เช่น ค่าขนส่ง ค่าตรวจสินค้า ค่าดำเนินการพิธีการศุลกากร ค่าคลังสินค้า ค่าบริหารจัดการของผู้นำเข้า และค่าการตลาดภายในประเทศจีน ดังนั้น แม้ภาษีนำเข้าจะลดลงหรือเป็นศูนย์ แต่หากต้นทุนและขั้นตอนด้านอื่นยังสูงอยู่ ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการได้รับก็อาจยังไม่เต็มที่ การทบทวน ACFTA ในอนาคตไม่ควรเน้นเฉพาะเรื่องการลดภาษีเพียงอย่างเดียว เพราะภาษีไม่ใช่อุปสรรคหลักของผู้ประกอบการในปัจจุบัน สิ่งที่ควรให้ความสำคัญมากขึ้น คือ การลดอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี และการอำนวยความสะดวกทางการค้า

1. ควรผลักดันการเชื่อมโยงระบบเอกสารระหว่างไทยและจีนให้เป็นระบบดิจิทัลมากขึ้น เช่น การใช้ e-Form E การเชื่อมโยงใบรับรองสุขอนามัย เอกสารตรวจสอบสินค้า และข้อมูลโรงงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันผู้ประกอบการยังต้องเตรียมเอกสารหลายชุด และบางครั้งต้องกรอกข้อมูลซ้ำ ในหลายระบบ หากสามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานได้ จะช่วยลดระยะเวลาลดต้นทุน และลดข้อผิดพลาดจากการจัดทำเอกสารได้อย่างมาก

2. ควรผลักดันให้มีการยอมรับผลการตรวจสอบและใบรับรองระหว่างกันมากขึ้น เช่น การรับรองผลจากห้องปฏิบัติการที่ได้รับมาตรฐานในประเทศไทย เพื่อไม่ให้สินค้าต้องถูกตรวจซ้ำโดยไม่จำเป็น เมื่อเข้าสู่ประเทศจีน

3. ควรมีระบบตรวจสอบแบบอิงความเสี่ยง หรือ Risk-Based Inspection โดยผู้ประกอบการที่มีประวัติการส่งออกดี มีระบบควบคุมคุณภาพ และไม่เคยมีปัญหา ควรได้รับการอำนวยความสะดวกมากกว่าผู้ประกอบการที่มีความเสี่ยงสูง

4. ควรมี Green Lane หรือช่องทางพิเศษสำหรับสินค้าเกษตรและอาหารที่นำเข้าง่าย เพื่อช่วยลดระยะเวลาในการตรวจปล่อยสินค้า เพราะความล่าช้าเพียงไม่กี่วันอาจส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพและมูลค่าของสินค้า

5. ควรกำหนดแนวทางการตีความกฎระเบียบให้เป็นมาตรฐานเดียวกันมากขึ้นระหว่างด้านต่าง ๆ ของจีน เพราะปัจจุบันผู้ประกอบการบางรายพบว่า สินค้าและเอกสารชุดเดียวกันอาจได้รับการตีความแตกต่างกันเมื่อเข้าคนละด่าน ทำให้เกิดความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ ควรหารือ เรื่องการแจ้งเตือนล่วงหน้าเมื่อเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบหรือมาตรฐานสินค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการมีเวลาเตรียมตัว ไม่ควรประกาศข้อกำหนดใหม่แล้วให้มีผลบังคับใช้ในระยะเวลาที่สั้นเกินไป

- อีกเรื่องที่สำคัญคือ การช่วยให้ SMEs สามารถใช้สิทธิภายใต้ความตกลง ACFTA ได้จริง ปัจจุบันผู้ประกอบการรายเล็กจำนวนหนึ่งยังไม่เข้าใจหลักเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้า การขอ Form E หรือเอกสาร ที่เกี่ยวข้อง ทำให้บางรายเสียสิทธิหรือไม่กล้าใช้สิทธิ ภาครัฐจึงควรมีศูนย์ให้คำปรึกษาแบบครบวงจร มีคู่มือที่เข้าใจง่าย และมีผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบเอกสารก่อนส่งออกจริง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากความตกลง ACFTA ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสรุปความตกลง ACFTA ยังเป็นเครื่องมือสำคัญ แต่การพัฒนาในระยะต่อไปควรเปลี่ยนจากการเน้นเฉพาะเรื่องภาษีไปสู่การลดขั้นตอน ลดต้นทุนแฝง และทำให้การค้าระหว่างไทยกับจีนมีความรวดเร็ว โปร่งใส และคาดการณ์ได้มากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

- ประเทศไทยไม่ควรเลือกแข่งขันกับเวียดนามด้วยการลดราคาเพียงอย่างเดียว เพราะเวียดนาม มีความได้เปรียบด้านระยะทาง ต้นทุนขนส่ง และต้นทุนการผลิตบางส่วน หากไทยลงไปแข่งขันด้านราคาโดยตรง อาจทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรลดลง และไม่สามารถพัฒนาสินค้าในระยะยาวได้ ขณะเดียวกัน ไทยก็ต้องเรียนรู้จากมาเลเซียในเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่ม การเลือกสายพันธุ์ การสร้างเรื่องราว และการวางตำแหน่งสินค้าในตลาดพรีเมียม เพราะมาเลเซียไม่ได้ขายเพียงทุเรียน

แต่ขายความเฉพาะตัวและประสบการณ์ของสินค้า ดังนั้น นโยบายภาครัฐควรเน้นการทำให้ทุเรียนไทยและทุเรียนแปรรูป มีความแตกต่าง มีมูลค่าสูง และแข่งขันได้โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าที่ถูกที่สุดในตลาด

1. ภาครัฐควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ควรจำกัดเฉพาะทุเรียนอบแห้งหรือทุเรียนฟรียดรายแบบเดิม แต่ควรส่งเสริมการพัฒนาไปสู่สินค้าใหม่ เช่น ขนมเพื่อสุขภาพ อาหารพร้อมรับประทาน ของหวาน เครื่องดื่ม ส่วนผสมอาหาร ซอส ไส้ขนม หรือ Functional Food การพัฒนาสินค้านี้จะช่วยทำให้ประเทศไทยไม่ต้องพึ่งพาการส่งออกทุเรียนสดเพียงอย่างเดียว และยังช่วยลดข้อจำกัดในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก ลดปัญหาการตกต่ำ และเพิ่มมูลค่าต่อหน่วยให้กับผลผลิต

2. ควรสนับสนุนให้ SMEs เข้าถึงเทคโนโลยีการแปรรูป เช่น Freeze Drying, Vacuum Frying, Low-Temperature Drying และเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยรักษาคุณภาพสินค้า เพราะเทคโนโลยีเหล่านี้ต้องใช้เงินลงทุนสูง ผู้ประกอบการรายเล็กจำนวนมากไม่สามารถลงทุนเองได้ ภาครัฐอาจสนับสนุนในรูปแบบ Shared Facility หรือศูนย์กลางการผลิตและพัฒนาสินค้า ซึ่งมีเครื่องจักร ห้องปฏิบัติการ นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ให้บริการร่วมกัน วิธีนี้จะช่วยให้ SMEs สามารถทดลองพัฒนาสินค้าใหม่ได้โดยไม่ต้องลงทุนทั้งหมดตั้งแต่เริ่มต้น

3. ควรยกระดับระบบมาตรฐานและความปลอดภัยอาหารให้เป็นจุดขายของสินค้าไทย ไม่ใช่มองว่าเป็นเพียงข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติตามเท่านั้น หากประเทศไทยสามารถสร้างภาพลักษณ์ว่าทุเรียนและผลไม้แปรรูปของไทยมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ มีมาตรฐานการผลิต และมีความปลอดภัยสูง ก็จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและลดแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคาได้

4. ควรพัฒนา Brand Thailand สำหรับทุเรียนและผลไม้แปรรูปไทย โดยสร้างภาพลักษณ์กลาง ที่ชัดเจน เช่น Thai Premium Durian หรือ Thai Fruit Innovation เพื่อให้ผู้บริโภคจีนรับรู้ถึงคุณภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรมของสินค้าไทย อย่างไรก็ตาม การใช้แบรนด์ประเทศควรมีระบบคัดเลือกและรับรองผู้ประกอบการที่ชัดเจน ไม่ควรให้สินค้าทุกระดับใช้ภาพลักษณ์เดียวกันโดยไม่มีการควบคุม เพราะหากมีสินค้าคุณภาพต่ำออกไปจำหน่าย อาจกระทบต่อภาพลักษณ์ของสินค้าไทยทั้งหมด

5. ภาครัฐควรจัดทำ China Market Intelligence ที่มีข้อมูลเชิงลึกและนำไปใช้งานได้จริง ไม่ใช่เพียงรายงานภาพรวมของตลาด แต่ควรมีข้อมูลแยกตามเมือง มณฑล กลุ่มผู้บริโภค ช่องทางขาย ระดับราคา คู่แข่ง และแนวโน้มสินค้า ผู้ประกอบการควรสามารถเข้าถึงข้อมูลว่า สินค้าประเภทใดกำลังเติบโตในเมืองใด ระดับราคาที่ผู้บริโภคได้เป็นเท่าใด คู่แข่งหลักคือใคร และช่องทางใดเหมาะสมกับสินค้าของตนเอง เพราะข้อมูลเหล่านี้จะช่วยลดความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาด

6. ควรมีระบบแจ้งเตือนภาวะเปียบเงินแบบรวดเร็วและเข้าใจง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดตลาด วัตถุดิบอาหาร การขึ้นทะเบียน GACC การตรวจสอบราคากลาง หรือการปรับมาตรฐานสินค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการมีเวลาเตรียมตัวและแก้ไขสินค้าได้ก่อนส่งออก

7. ควรปรับปรุงแบบการสนับสนุนด้านการตลาดจากการพาผู้ประกอบการไปออกงาน แสดงสินค้าเพียงอย่างเดียว ไปสู่การสนับสนุนแบบต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนออกงาน ระหว่างงาน และหลังจบงาน ก่อนออกงานควรวิเคราะห์ความพร้อมของสินค้า ปรับบรรจุภัณฑ์ เตรียมข้อมูลสินค้า ราคา ส่งออก และฝึกการเจรจา หลังจบงานควรมีทีมช่วยติดตามผู้ซื้อ ให้คำปรึกษาเรื่องเอกสาร การนำเข้า การส่งตัวอย่าง และการเจรจาเชิงพาณิชย์ เพื่อเปลี่ยนรายชื่อผู้ติดต่อให้กลายเป็นคำสั่งซื้อจริง

8. ควรสนับสนุนผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ E-commerce และ Live Commerce ของจีน อย่างเป็นระบบ เช่น JD, Tmall, Douyin, Xiaohongshu และ WeChat โดยช่วยทั้งเรื่องการเปิดร้าน การทำคอนเทนต์ภาษาจีน การทำโฆษณา การเลือก KOL และการวิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย การสนับสนุน ไม่ควรเป็นเพียงการเปิดร้านให้แล้วจบ แต่ควรมีการตลาดขาย ประเมินผล และปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพราะตลาดออนไลน์จีนมีการแข่งขันสูงมาก หากไม่มีทีมดูแลและงบประมาณต่อเนื่อง สินค้าจะไม่สามารถเติบโตได้

9. ควรมีคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้ากลางในจีนสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs เพื่อให้สามารถนำสินค้าไปเก็บไว้ล่วงหน้า และจัดส่งให้กับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้รวดเร็วขึ้น คลังสินค้าดังกล่าวควรมีบริการครบวงจร ทั้งการนำเข้า การจัดเก็บ การบริหารสต็อก การจัดส่ง การคืนสินค้า และการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะปัจจุบันความเร็วในการจัดส่งเป็นปัจจัยสำคัญมาก หากต้องส่งจากประเทศไทยทุกครั้ง สินค้าไทยจะเสียเปรียบผู้ประกอบการจีนหรือคู่แข่งที่มีสต็อกอยู่ในประเทศจีนแล้ว

10. ควรเชื่อมโยงระบบตั้งแต่เกษตรกร ถึง โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก และผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้สามารถวางแผนผลผลิต คุณภาพ และปริมาณวัตถุดิบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หากแต่ละส่วนทำงานแยกกัน จะเกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ราคาผันผวน วัตถุดิบไม่ตรงกับความต้องการของโรงงาน และควบคุมคุณภาพได้ยาก การสร้างระบบ Supply Chain ที่เชื่อมโยงกันจะช่วยลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

- การแข่งขันในตลาดจีนไม่ได้เป็นเพียงการแข่งขันระหว่างทุเรียนไทย เวียดนาม และ มาเลเซีย แต่เป็นการแข่งขันระหว่างระบบ Supply Chain ทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ประเทศที่สามารถควบคุมต้นทุน รักษาคุณภาพ ส่งมอบได้รวดเร็ว สร้างแบรนด์ได้ชัด และเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง จะเป็นประเทศที่ได้เปรียบ ประเทศไทยยังมีจุดแข็งในเรื่องคุณภาพวัตถุดิบ ความเชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหาร และภาพลักษณ์ของอาหารไทย แต่จำเป็นต้องเร่งพัฒนานวัตกรรมมาตรฐาน การตลาด และโครงสร้างพื้นฐานด้านการค้าไปพร้อมกัน เป้าหมายของนโยบายภาครัฐจึงไม่

ควรเป็นเพียงการเพิ่มปริมาณการส่งออก แต่ควรเน้นการเพิ่มมูลค่าต่อหน่วย การสร้างแบรนด์ไทย และการทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถยืน อยู่ในตลาดจีนได้อย่างยั่งยืน

ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุเรียนอบกรอบแห้ง
นายธีระทัศน์ รังสิโรจน์ กรรมการ บริษัท คอลลาบอเรชั่น จำกัด
วันที่ 28 กรกฎาคม 2569 เวลา 17.00-17.20 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบแห้งไปตลาดจีน

- แม้ว่าประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของจีน แต่ในมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เพราะความต้องการของตลาดจีนลดลง แต่เป็นเพราะโครงสร้างการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป จีนยังคงเป็นตลาดบริโภคทุเรียนที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยในปี 2567 การนำเข้าทุเรียนของจีนยังทำสถิติสูงสุด ทั้งด้านปริมาณและมูลค่า และปี 2569 การนำเข้ายังคงขยายตัว มีราคาผันผวนจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาคเดิม ประเทศไทยแทบไม่มีคู่แข่งโดยตรง แต่ปัจจุบัน เวียดนาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และกัมพูชา ต่างได้รับสิทธิส่งออกเข้าสู่ตลาดจีน ส่งผลให้ผู้ซื้อจีนมีทางเลือกมากขึ้น และมีอำนาจต่อรองสูงขึ้น

- ในมุมมองของผู้ส่งออก ปัจจุบันการแข่งขันเปลี่ยนจาก “แข่งขันด้านผลผลิต” เป็น “แข่งขันด้านระบบ Supply Chain” ประเทศที่จะได้เปรียบ ไม่ใช่ประเทศที่ปลูกทุเรียนได้มากที่สุด แต่เป็นประเทศที่สามารถส่งมอบสินค้าได้รวดเร็ว มีคุณภาพสม่ำเสมอ ต้นทุนต่ำ และมีระบบตรวจสอบย้อนกลับที่น่าเชื่อถือ ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบเรื่องคุณภาพ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และสายพันธุ์หมอนทอง แต่ข้อได้เปรียบดังกล่าว เริ่มถูกกลดทอนจากต้นทุนการผลิตและโลจิสติกส์ที่สูงกว่าเวียดนาม ทุเรียนแปรรูป เช่น ทุเรียนอบกรอบและ Freeze-dried มีศักยภาพเติบโตสูงกว่าทุเรียนสดในระยะยาว เนื่องจาก อายุการเก็บรักษานาน ขนส่งง่าย เหมาะกับการขายผ่าน Cross-border E-commerce ลดความเสี่ยงจากฤดูกาล สามารถสร้างแบรนด์ และเพิ่มมูลค่าได้ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังส่งออกทุเรียนสดเป็นสัดส่วนสูง ขณะที่การลงทุนด้านนวัตกรรมและการสร้างแบรนด์ของสินค้าทุเรียนและทุเรียนแปรรูปยังมีข้อจำกัด

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบแห้งไปตลาดจีน

- ในมุมมองของผู้ส่งออก ปัจจุบันอุปสรรคสำคัญไม่ได้อยู่ที่อัตราภาษี เนื่องจาก ACFTA ทำให้ภาษีนำเข้าศุลกากรส่วนใหญ่เป็นศูนย์แล้ว แต่อุปสรรคที่เพิ่มขึ้นคือ มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures)

- มาตรการด้านความปลอดภัยอาหาร จีนเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบสารตกค้าง โดยเฉพาะ สาร Basic Yellow 2 (BY2) และแคดเมียม ทำให้ผู้ส่งออกต้องรับภาระต้นทุนการตรวจสอบ

การรอผลตรวจ และความเสี่ยงจากการถูกปฏิเสธสินค้า ซึ่งกระทบต่อต้นทุนและความเชื่อมั่นของตลาด

- ความล่าช้าในการตรวจปล่อยสินค้า ผลไม้สดมีอายุจำกัด การเพิ่มขึ้นขั้นตอนการตรวจสอบที่ค่านำเข้า แม้เพียงไม่กี่วัน ก็อาจทำให้คุณภาพลดลงและต้นทุนเพิ่มขึ้น

- ต้นทุนโลจิสติกส์ เวียดนามมีข้อได้เปรียบด้านระยะทาง สามารถขนส่งทางบกเข้าสู่จีนได้รวดเร็ว ขณะที่ไทยยังมีต้นทุนขนส่งและระบบโซ่ความเย็นสูงกว่า แม้เส้นทางรถไฟจีน-ลาวจะช่วยลดเวลาได้ แต่ต้นทุนยังสูงกว่าการขนส่งทางถนนประมาณร้อยละ 10-15 และไทยยังมีข้อจำกัดด้านตู้คอนเทนเนอร์ และโครงสร้างพื้นฐาน

- การแข่งขันด้านราคา เวียดนามมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ทำให้สามารถเสนอราคาที่แข่งขันได้มากกว่า โดยเฉพาะในตลาดระดับกลาง

- การแข่งขันด้านภาพลักษณ์ มาเลเซียเน้นตลาดพรีเมียมและสร้างมูลค่าเพิ่มจากแบรนด์และเรื่องราวของสินค้า ขณะที่ประเทศไทยยังพึ่งพาชื่อเสียงของ “หมอนทอง” มากกว่าการสร้างแบรนด์ผู้ประกอบการ หรือแบรนด์ประเทศ

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

- สิ่งที่ความตกลง ACFTA ช่วยได้ คือผู้ประกอบการเห็นว่า ความตกลง ACFTA มีบทบาทสำคัญ ในการลดภาษีนำเข้าศุลกากร ทำให้สินค้าทุเรียนไทยสามารถแข่งขันกับประเทศนอกอาเซียนได้ และช่วยลดต้นทุนของผู้นำเข้าในจีน ส่งผลให้ตลาดขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประโยชน์จากการลดภาษีเริ่มลดความสำคัญลง เพราะอุปสรรคหลักเปลี่ยนเป็นมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

- ข้อเสนอในการทบทวนความตกลง ACFTA มีดังนี้

- (1) ผลักดันการยอมรับผลการตรวจร่วมกัน (Mutual Recognition Arrangement: MRA) ระหว่างห้องปฏิบัติการของไทยและจีน เพื่อลดการตรวจซ้ำและลดระยะเวลาการนำเข้า

- (2) จัดทำ Green Lane สำหรับผลไม้สด ภายใต้ ACFTA โดยกำหนดช่องทางพิเศษสำหรับสินค้า ที่ผ่านมาตรฐานและมีประวัติการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ดี

- (3) พัฒนาระบบ Digital Trade เช่น e-Form E, e-Phyto และการแลกเปลี่ยนข้อมูลศุลกากรแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การตรวจปล่อยสินค้านำเข้ารวดเร็วขึ้น

- (4) จัดตั้งกลไกหารือเร่งด่วน ระหว่างหน่วยงานไทยและจีน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมาตรการนำเข้า เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้ทัน

- (5) ผลักดันความโปร่งใสของมาตรการ SPS และ TBT โดยกำหนดให้มีการแจ้งล่วงหน้า ระยะเวลาปรับตัวที่เหมาะสม และการรับฟังความคิดเห็นจากภาคเอกชนก่อนบังคับใช้มาตรการใหม่

(6) บรรจุประเด็น Cross-border E-commerce ในการพัฒนา ACFTA ระยะต่อไป เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้าถึงผู้บริโภคจีนโดยตรง

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

- จากมุมมองของผู้ประกอบการ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการเพิ่ม “ความสามารถในการแข่งขัน” มากกว่าการเพิ่มปริมาณการส่งออก

(1) ยกกระดับมาตรฐานคุณภาพ โดยขยายห้องปฏิบัติการที่ได้รับการยอมรับจาก GACC สนับสนุน การตรวจสอบคัดค้านก่อนส่งออก และสร้างระบบควบคุมคุณภาพตั้งแต่สวนถึงปลายทาง

(2) พัฒนาระบบ Traceability ระดับประเทศ เชื่อมโยงข้อมูลสวน GAP โรงคัดบรรจุ ผลตรวจห้องปฏิบัติการ ใบรับรองสุขอนามัยพืช และข้อมูลการส่งออกไว้ในระบบเดียว เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และลดการตรวจซ้ำ

(3) ส่งเสริมการแปรรูปเพิ่มมูลค่า สนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยี Freeze-dried การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้างแบรนด์ เพื่อเพิ่มสัดส่วนการส่งออกสินค้ามูลค่าสูง ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาทุเรียนสด

(4) สนับสนุนการตลาดในจีน โดยส่งเสริมการขายผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce สนับสนุนการใช้ KOL และ Live Commerce สร้างแบรนด์ “Thai Premium Durian” ในระดับประเทศ

(5) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ โดยเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งทางราง ขยายศูนย์กระจายสินค้าและห้องเย็น ลดต้นทุนการขนส่งข้ามแดน

(6) จัดตั้งคณะทำงานร่วมภาครัฐ-เอกชน เพื่อเฝ้าระวังมาตรการใหม่ของจีน วิเคราะห์ผลกระทบ และกำหนดแนวทางตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอเพิ่มเติม

(1) ผลักดัน Mutual Recognition Arrangement (MRA) ให้จีนยอมรับผลตรวจจากห้องปฏิบัติการไทย เพื่อลดการตรวจซ้ำ ลดต้นทุน และลดเวลาที่สินค้าอยู่หน้าด่าน

(2) จัดตั้ง Green Lane สำหรับผลไม้สดภายใต้ ACFTA พร้อมระบบ Trusted Exporter สำหรับ ผู้ส่งออกที่มีประวัติดี เพื่อลดการสุ่มตรวจและเพิ่มความรวดเร็วในการผ่านพิธีการ

(3) พัฒนา National Digital Traceability Platform เชื่อมโยงข้อมูลตั้งแต่สวน GAP โรงคัดบรรจุ ห้องปฏิบัติการ ใบรับรองสุขอนามัยพืช ใบรับรองถิ่นกำเนิด และข้อมูลศุลกากรไว้ในระบบเดียว

(4) ยกกระด้น ACFTA ให้รองรับการค้าแบบดิจิทัลและ Cross-border E-commerce เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs เข้าถึงผู้บริโภคจีนโดยตรง ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง และเพิ่มอำนาจในการกำหนดราคา

(5) เปลี่ยนยุทธศาสตร์ประเทศจาก “Volume Export” เป็น “Value Export” โดยสนับสนุน การสร้างแบรนด์ไทย การแปรรูปมูลค่าสูง และกำหนดตัวชี้วัดใหม่ที่เน้นมูลค่าต่อหน่วยมากกว่าปริมาณส่งออก

ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุเรียนอบกรอบอบแห้ง
นางสาวพร ไพรัชย์บุญ กรรมการผู้จัดการ
บริษัท วสข.กลุ่มผลไม้สดและผลผลิตแปรรูป บ้านดอนทอง จำกัด
วันที่ 26 สิงหาคม 2569 เวลา 18.00-18.20 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

การส่งออกทุเรียนแปรรูปของไทยไปตลาดจีนในปัจจุบันมีแนวโน้มทรงตัว เนื่องจากผู้ประกอบการ มีฐานลูกค้าประจำที่ซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยังสามารถรักษาตลาดและปริมาณการส่งออกได้ในระดับเดิม แม้สถานการณ์การแข่งขันและความต้องการของตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลง แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้งานมากนัก เพราะมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับลูกค้าเดิมและมีช่องทางการจำหน่ายที่ค่อนข้างแน่นอน อย่างไรก็ตาม การขยายตลาดไปยังลูกค้ารายใหม่ยังทำได้ไม่มากนัก จึงทำให้ภาพรวมการส่งออกยังอยู่ในลักษณะทรงตัวมากกว่าการเติบโต

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

ปัญหาหลักในการส่งออกคือต้นทุนการขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้นและความผันผวน โดยมีสาเหตุส่วนหนึ่งจากสถานการณ์ความขัดแย้งและสงครามในหลายพื้นที่ ส่งผลให้ค่าขนส่งและค่าน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการส่งออกโดยรวมเพิ่มขึ้น ขณะที่ค่าขนส่งยังไม่คงที่และเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถคาดการณ์ต้นทุนและกำหนดราคาสินค้าได้อย่างแน่นอน นอกจากนี้ เมื่อต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น ผู้ประกอบการอาจต้องปรับราคาสินค้าเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุน แต่การปรับราคาอาจส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันในตลาดจีนลดลง เนื่องจากต้องแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นที่มีต้นทุนการขนส่งต่ำกว่า ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุนบางส่วนและทำให้กำไรจากการส่งออกลดลง

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

ความตกลง ACFTA ช่วยผู้ประกอบการในการลดต้นทุนการส่งออก โดยเฉพาะการลดหรือยกเว้นภาษีศุลกากรทำให้สินค้าไทยมีต้นทุนลดลงและสามารถแข่งขันในตลาดจีนได้มากขึ้น ทั้งนี้ ควรพิจารณาเพิ่มรายการสินค้าในความตกลงให้ครอบคลุมสินค้าไทยมากขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้สินค้าไทยสามารถเข้าสู่ตลาดจีนได้มากขึ้น ลดข้อจำกัดด้านต้นทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

ควรส่งเสริมและผลักดันสินค้าไทยไปเปิดตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยสนับสนุนการทำตลาดและเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยกับผู้นำเข้าและคู่ค้าในต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและกิจกรรมเจรจาธุรกิจ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและสร้างโอกาสให้สินค้าไทยสามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

ข้อมูลสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
นายปารุสก์ เมฆกระจำว นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
สำนักเอเชีย แอฟริกาและตะวันออกกลาง กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
วันที่ 24 กรกฎาคม 2569 เวลา 17.40-18.00 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

- ในปี 2568 ไทยส่งออกทุเรียนสดไปจีนปริมาณรวม 952,626.90 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 14.36 คิดเป็นมูลค่ารวม 3,722.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 1.74 โดยไทยยังอันดับ 1 ด้านมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดไปจีน และเป็นอันดับ 2 รองจากเวียดนาม ด้านปริมาณการส่งออกทุเรียนสดไปจีน ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 (ม.ค.-มิ.ย.) ไทยส่งออกทุเรียนสดไปจีนปริมาณรวม 880,568.42 ตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 41.39 มูลค่ารวม 3,555.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 38.58 ทั้งนี้ จีนเป็นตลาดส่งออกผลไม้หลักของไทย โดยเฉพาะของทุเรียนสดถึงร้อยละ 97.26 ของการส่งออกทุเรียนสดของไทยทั้งหมด ปัจจุบันประเทศจีนอนุญาตให้นำเข้าทุเรียนผลสด จาก 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา และลาว

- ในส่วนของทุเรียนอบแห้ง ในปี 2568 ไทยส่งออกทุเรียนอบแห้งไปจีนปริมาณรวม 453.24 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 0.26 มูลค่ารวม 16.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 3.96 โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 (ม.ค.-มิ.ย.) ไทยส่งออกทุเรียนอบแห้งไปจีนปริมาณรวม 222.31 ตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 2.95 มูลค่ารวม 6.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 8.01

- ข้อมูลสถานการณ์ผลไม้ไทยในตลาดจีน

(1) การนำเข้าผลไม้ของจีนจากโลก

5 ประเทศแรกที่จีนนำเข้าผลไม้มากที่สุด คือ ไทย เวียดนาม ซิลี ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ โดยคู่แข่งที่ส่งออกสินค้าคล้ายคลึงกับประเทศไทยคือประเทศเวียดนาม ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2568

จีนนำเข้าผลไม้จากเวียดนามมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.75 และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.79 ส่วนการนำเข้าจากประเทศไทยปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.15 และมูลค่าลดลงร้อยละ 2.60

(2) ข้อมูลการนำเข้าผลไม้ของจีนจากไทย

ประเภทผลไม้ของไทยที่จีนอนุญาตให้นำเข้าตามพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรค และตรวจสอบสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนมีจำนวน 22 รายการ ได้แก่ มะขาม น้อยหน่า มะละกอ มะเฟือง ฝรั่ง

เงาะ ชมพู่ ขนุน ลองกอง สับปะรด ละมุด กัลล้วย เสาวรส มะพร้าว ลำไย ทูเรียน มะม่วง ลิ้นจี่ มังคุด พวกล้ม (ส้มเปลือกอ่อน) ส้ม และส้มโอ โดยปัจจุบันไทยได้ยื่นเปิดตลาดผลไม้สดกับ GACC เพิ่มอีก 2 รายการ ได้แก่ อินทผลัมและสละ ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาขั้นตอนการนำเข้า

(2.1) ประเภทของผลไม้ไทยที่จีนนำเข้า

ในปี 2568 จีนมีการนำเข้าผลไม้สดและผลไม้แปรรูปของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่

(1) ทูเรียนสด: ปริมาณ 920,749 ตัน (สัดส่วน 40.82%) สะท้อนความต้องการสูงอย่างต่อเนื่องในตลาดจีน

(2) มะพร้าว: ปริมาณ 432,812 ตัน (19.19%) ได้รับความนิยมนำมาแปรรูปผลไม้และเพื่อแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

(3) ลำไยสด: ปริมาณ 375,123 ตัน (16.63%) เป็นผลไม้สำคัญตามฤดูกาลที่มีฐานผู้บริโภคชัดเจน

(4) มังคุด: ปริมาณ 225,483 ตัน (10%)

(5) ลำไยอบแห้ง: ปริมาณ 178,942 ตัน (7.93%)

(2.2) ข้อมูลการนำเข้าผลไม้ที่สำคัญไปจีน

(1) ทูเรียน: ปี 2568 จีนนำเข้าทูเรียนสดปริมาณรวม 1,868,003 ตัน มูลค่ารวม 7,488 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทยยังรักษาอันดับหนึ่งด้านมูลค่าส่งออก 3,998 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (53.40%) สูงกว่าเวียดนามที่มีมูลค่า 3,444 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 45.99) สะท้อนว่าทูเรียนไทยยังได้เปรียบ ด้านราคาและภาพลักษณ์ด้านคุณภาพในตลาดจีน โดยเวียดนามเป็นอันดับหนึ่งด้านปริมาณ 941,004 ตัน (ร้อยละ 50.37) ไทยเป็นอันดับสองมีปริมาณ 920,749 ตัน (ร้อยละ 49.29) ขณะที่ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และกัมพูชา มีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย ปัจจุบันประเทศจีนอนุญาตให้นำเข้าทูเรียนผลสด จาก 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา และลาว

(2) มะพร้าว: ปี 2568 จีนนำเข้ามะพร้าว (HS code 080112) ปริมาณรวม 1,114,160 มูลค่ารวม 578.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทยเป็นอันดับหนึ่งด้านมูลค่าส่งออก 282.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 48.85) สูงกว่าอินโดนีเซียที่มีมูลค่า 230.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 39.85) และเวียดนามมูลค่า 49.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 8.58) ปัจจุบันจีนอนุญาตให้นำเข้ามะพร้าวได้จาก 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ไต้หวัน และกัมพูชา

(3) ลำไย: ปี 2568 จีนนำเข้าลำไยปริมาณรวม 408,000 ตัน มูลค่ารวม 498.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทยมีมูลค่าส่งออก 455 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (91.31%) ซึ่งไทยยังคงครองส่วนแบ่งตลาด ในจีนในระดับสูง และยังคงเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันประเทศจีนอนุญาตให้นำเข้าทุเรียนผลสด จาก 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย เมียนมา และอินโดนีเซีย

(2.3) ข้อมูลการส่งออกผลไม้ไทย

- ปี 2568 การส่งออกผักสด ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง มีปริมาณทั้งหมด 3,162,177 ตัน คิดเป็นมูลค่า 6,852.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (224,947.93 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 0.35 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 โดยตลาดที่สำคัญ 3 อันดับแรกมีสัดส่วน ดังนี้ จีน (ร้อยละ 82.84) มาเลเซีย (ร้อยละ 2.86) และอินโดนีเซีย (ร้อยละ 1.71) 2 เดือนแรกของปี 2026 (ม.ค.-ก.พ.) การส่งออก ผักสด ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง และแห้ง มีปริมาณทั้งหมด 392,922 ตัน คิดเป็นมูลค่า 731.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (22,706.93 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 50.54 โดยตลาดที่สำคัญ 3 อันดับแรกมีสัดส่วน ดังนี้ จีน (ร้อยละ 81.08) มาเลเซีย (ร้อยละ 2.67) และญี่ปุ่น (ร้อยละ 1.98) การส่งออกผลไม้สด ปี 2568 มีปริมาณ 2,080,049 ตัน คิดเป็นมูลค่า 5,209.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (171,206.67 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 1.16 ซึ่งภาพรวมตลาดส่งออก 4 อันดับแรก ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ในตลาดเกาหลีใต้ มีมูลค่าการส่งออกหดตัวร้อยละ 25.76 เนื่องจากเกาหลีใต้ มีมาตรการตรวจสอบศุลกากรอย่างเข้มงวดมากขึ้น เป็นการตรวจสอบศุลกากรรวมทั้งเนื้อและเปลือกแมลงในผลไม้เปลือกแข็ง เช่น ทุเรียน และมังคุด ส่งผลให้สารตกค้างเกินค่ามาตรฐานที่กำหนด ทำให้มีการส่งสินค้ากลับหรือนำไปทำลายซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออก

- เมื่อพิจารณาการส่งออกผลไม้สดแยกรายสินค้า พบว่า ปี 2568 ตลาดหลักในการส่งออกผลไม้เป็นตลาดจีน โดยผลไม้สดที่มีการส่งออกไปจีนเป็นหลักและแต่ละชนิดมีสัดส่วนในการส่งออก ดังนี้ ทุเรียน (ร้อยละ 97.26) ลำไย (ร้อยละ 67.44) มังคุด (ร้อยละ 90.16) มะพร้าวอ่อน (ร้อยละ 81.45) และส้มโอ (ร้อยละ 72.81) สำหรับผลไม้สดชนิดอื่นมีการส่งออกไปยังตลาดหลักที่แตกต่างกัน ได้แก่ มะม่วงส่งออกเกาหลีใต้ (ร้อยละ 43.83) สับปะรดส่งออกซาอุดีอาระเบีย (ร้อยละ 26.12) และเงาะส่งออกเวียดนาม (ร้อยละ 35.55)

2.4) กฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ของจีน

- การบริหารจัดการด้านการนำเข้าสินค้าเกษตรรวมถึงผลไม้ของจีน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของศุลกากรแห่งชาติจีน (The General Administration of Customs: GACC) มีกฎหมายที่สำคัญ คือ Food Safety Law และ Law of Entry and Exit Animal and Plant Quarantine โดยจีนได้ควบคุมอำนาจ ในการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารไว้ที่หน่วยงานเดียวเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และมีอำนาจพิจารณาเบ็ดเสร็จ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ GACC ซึ่งจีนควบคุมสินค้านำเข้า ให้ความสำคัญปลอดภัยอาหารและปลอดภัยต่อพืชและสัตว์ในประเทศ โดยใช้กฎระเบียบและข้อกำหนด ที่เกี่ยวข้องและทำการตกลงกับประเทศคู่ค้าในการควบคุมสินค้าที่มีความเสี่ยง

สูงให้มีความปลอดภัย ก่อนการนำเข้า จึงต้องดำเนินการควบคุมให้เป็นไปตามข้อตกลงร่วมกันกับจีน ซึ่งมีขั้นตอนการเปิดตลาด ดังนี้

(2.5) การตรวจสอบสินค้า

- (1) ตู้สินค้าผลไม้จะต้องไม่ถูกเปิดระหว่างการขนส่งผ่านประเทศที่สาม
- (2) เมื่อสินค้าเดินทางมาถึงด่านนำเข้า เจ้าหน้าที่จะตรวจสอบซีล เอกสารที่เกี่ยวข้อง และความถูกต้องสมบูรณ์ของสินค้า ดังนี้
 - หากพบว่ามีการปลอมแปลงใบรับรองสุขอนามัยพืชหรือใบรับรองสุขอนามัยพืช ไม่สอดคล้องกับข้อมูลในเอกสารที่ได้จัดส่งให้ล่วงหน้า สินค้านั้นจะถูกปฏิเสธการนำเข้า
 - หากพบว่าสินค้าที่ส่งไปไม่สอดคล้องกับที่ระบุไว้ในใบรับรองสุขอนามัยพืช ซีลถูกทำลาย หรือพบการปลอมปนผลไม้ที่มีถิ่นกำเนิดจากประเทศอื่น สินค้านั้นจะถูกปฏิเสธการนำเข้าหรือทำลาย
 - หากตรวจพบว่า มีสารกำจัดศัตรูพืช หรือสารเคมีตกค้างที่มีปริมาณเกินกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนด หรือตรวจพบศัตรูพืชกักกัน หรือพบการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับพิธีสารสำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน จะปฏิบัติตามวิธีการที่ระบุไว้ในข้อ 12 ของ “พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดด้านการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับสินค้าผลไม้เมืองร้อนที่ส่งออกจากไทยไปจีน” ในขณะที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะปฏิบัติตามวิธีการที่ระบุไว้ในข้อ 11 ของ “พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดด้านการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับสินค้าผลไม้ที่ส่งออกจากจีนไปไทย” ฉบับลงนามเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2004

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบแห้งไปตลาดจีน

- ปัญหาศัตรูพืช เช่น เพลี้ยแป้ง หนอนเจาะเมล็ดทุเรียน ซึ่งหากตรวจพบเพลี้ยแป้ง จีนจะห้ามนำกำจัดศัตรูพืชก่อนแล้วถึงจะให้นำเข้าได้ พร้อมแจ้งเตือนฝ่ายไทย สำหรับกรณีตรวจพบหนอนเจาะเมล็ดทุเรียน จะส่งกลับหรือนำไปทำลาย

(1) สารตกค้างและ/หรือโลหะหนัก โดยเฉพาะแคดเมียม ซึ่งหากตรวจพบ จีนจะส่งกลับหรือนำไปทำลาย (ผู้นำเข้าเลือกและออกค่าใช้จ่าย) และสั่งระงับการนำเข้าจากสวน และโรงคัดบรรจุที่เกี่ยวข้องชั่วคราว พร้อมให้รายงานผลการปรับปรุงแก้ไขให้จีนพิจารณาเพื่อยกเลิกการระงับนำเข้า

(2) Basic Yellow 2 (BY2) ซึ่งไทยได้กำหนดและใช้บังคับมาตรการตรวจก่อนส่งออกได้ ผลลัพธ์ดีเป็นอย่างยิ่ง ปัจจุบันไม่ตรวจพบมานานมากแล้ว

- ปัญหาคุณภาพของสินค้า เช่น ปัญหาทุเรียนอ่อน ทุเรียนหนามแตก
- ปัญหาการบริหารจัดการผู้ประกอบการ เช่น โรงคัดบรรจุไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับทางศุลกากรแห่งชาติจีน เลขทะเบียนสวนหรือโรงคัดบรรจุไม่ตรงกับที่ขึ้นทะเบียนไว้ ฉลากบนบรรจุภัณฑ์

ไม่ตรงตามข้อกำหนด การปิดฉลากมากกว่า 1 ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การนำเข้า และการตรวจสอบย้อนกลับของศุลกากร

(3) กฎระเบียบ Decree 46/2026/NĐ-CP โดยรัฐบาลเวียดนามได้ประกาศปรับปรุง กฎหมายว่าด้วยความปลอดภัยด้านอาหารนำเข้าบางประเภท ได้แก่ อาหารแปรรูปบรรจุหีบห่อ วัตถุดิบอาหาร สารช่วยในการผลิตอาหาร บรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารโดยตรง และการรับรองความปลอดภัยเกี่ยวกับอาหารดัดแปลงพันธุกรรม มีผลบังคับวันที่ 16 เมษายน 2026 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นฤดูกาลส่งออกทุเรียนและผลไม้ฤดูร้อนของไทย ซึ่งเป็นช่วงที่มีปริมาณสินค้าสูงสุด (Peak Season) แม้ผลไม้ไทยไปจีน จะเป็นสินค้าผ่านแดน (Transit) แต่การปรับระบบตรวจสอบปล่อยสินค้านำเข้าของเวียดนามที่ล่าช้า อาจส่งผลกระทบเชิงโครงสร้างทำให้เกิดการสะสมของรถบรรทุก บริเวณหน้าด่านชายแดน

(4) จากสถานการณ์ความตึงเครียดในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งเริ่มเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2026 ส่งผลให้ต้นทุนค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าระวางเรือ ค่าประกันภัย และความพร้อมของตู้คอนเทนเนอร์ปรับตัวสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าของไทยรวมถึงผลไม้สดไปยังตลาดจีน

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

- การยกระดับความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA 3.0) มุ่งเน้นปรับปรุงความตกลงฉบับเดิมให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสภาพการค้าในปัจจุบันแล้ว ยังเพิ่มเติมสาขาความร่วมมือใหม่ ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า การลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ดังนี้

(1) การลดระยะเวลาและต้นทุนในการส่งออกสินค้า ผ่านบทพิธีการศุลกากร และการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Customs Procedures and Trade Facilitation: CPTF) ซึ่งกำหนดให้ประเทศภาคีเร่งรัดการตรวจสอบปล่อยสินค้าที่เน่าเสียง่ายให้แล้วเสร็จภายใน 48 ชั่วโมง หลังสินค้านำถึง และส่งเสริมการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินพิธีการศุลกากร รวมทั้งการยอมรับเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ให้มีผลเช่นเดียวกับเอกสารรูปแบบดั้งเดิม ทำให้สามารถเริ่มกระบวนการตรวจสอบปล่อยสินค้าได้ ตั้งแต่ก่อนสินค้านำถึง ลดระยะเวลาการขนส่งและค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์

(2) การยอมรับมาตรฐานระหว่างประเทศด้านสินค้าเกษตร ผ่านบทมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) ซึ่งสนับสนุนให้ประเทศภาคียึดมาตรฐานสากล เช่น ความตกลงว่าด้วยการใช้บังคับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของ WTO อนุสัญญาว่าด้วยการอารักขาพืชระหว่างประเทศ และมาตรฐานของคณะกรรมการอาหาร CODEX และองค์การสุขภาพสัตว์โลก ตลอดจนการปรับให้เข้ากับสภาพของภูมิภาค รวมทั้งพื้นที่ปลอดศัตรูพืช

หรือโรค และพื้นที่ที่มีความชุกของศัตรูพืชหรือโรคต่ำ (Regionalization) เป็นหลักในการกำหนดมาตรการด้านสุขอนามัยพืช ส่งผลให้การตรวจสอบและรับรองสินค้ามีความโปร่งใส คาดการณ์ได้ และช่วยลดอุปสรรคทางการค้าที่ไม่จำเป็น

(3) การเสริมสร้างศักยภาพของ MSMEs ผ่านบทวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (Medium Small and Micro Enterprises: MSMEs) บทความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Connectivity: SCC) บทความร่วมมือทางเศรษฐกิจและวิชาการ (Economic and Technical Cooperation: ECOTECH) บทการแข่งขันและการคุ้มครองผู้บริโภค (Competition and Consumer Protection: CC) ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าถึงข้อมูลทางการค้า แหล่งเงินทุน เทคโนโลยี การพัฒนาทักษะ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสในการเชื่อมโยงธุรกิจ เข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าและเข้าถึงตลาดระดับภูมิภาคและระดับโลกมากยิ่งขึ้น

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

- รัฐบาลปัจจุบันนำโดยนายกรัฐมนตรีอนุทิน ชาญวีรกูล ได้วางแนวทาง “เชื่อมไทยสู่เศรษฐกิจโลก สร้างพันธมิตรการค้า” ผ่านแนวทางการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสำคัญ ดังนี้

(1) สร้างความสามารถในการแข่งขันและโอกาสให้กับผู้ประกอบการไทย โดยส่งเสริมการพัฒนาแพลตฟอร์มการค้าดิจิทัลของประเทศ การกำหนดกลไกควบคุมการส่งสินค้าที่นำเข้ามาในประเทศเพื่อส่งออกโดยไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ประเทศ อาทิ การปรับกลไกตรวจสอบแหล่งกำเนิดสินค้าให้เข้มงวดและโปร่งใส การผลักดันให้สินค้าและบริการ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของผู้ประกอบการ SMEs เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ ควบคู่กับการจัดการปัญหานอมนิ ที่จัดตั้งขึ้น เพื่อทำธุรกิจในประเทศไทยอย่างไม่ตรงไปตรงมาเพื่อลดผลกระทบกับผู้ประกอบการไทย

(2) ผลักดันสินค้าและบริการไทยสู่สากลโดยทีมประเทศไทยด้วยรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การให้สินค้าและบริการไทยเป็นส่วนหนึ่งในการเจรจาการค้าในการจัดซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ของภาครัฐจากต่างประเทศที่มีมูลค่าสูง การปรับปรุงโครงสร้างภาษีและดำเนินมาตรการที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาส และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการไทย อาทิ การให้แต้มต่อแก่ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าไทย (Made in Thailand First) ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานสินค้าและบริการไทย

(3) บริหารจัดการความเสี่ยงและเพิ่มสมดุลเชิงโครงสร้างการค้า โดยแก้ไขกฎหมาย และระเบียบที่เป็นอุปสรรคเพื่อให้สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติได้จริง เปลี่ยนคู่ค้าเป็นพันธมิตรทางการค้า ยกย่องการค้าเสรีกับคู่ค้าเดิม และดำเนินการเชิงรุกในการเปิดตลาดใหม่ ขยายกรอบมูลค่าธุรกิจโดย

การเจรจา เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าให้กับสินค้าและบริการของไทยกับประเทศพันธมิตร เน้นการกระจายตลาด ลดการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่ง ลดความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศหลักและสร้างโอกาสให้ผู้ส่งออกรายย่อย โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs

(4) ส่งเสริมการค้าภาคบริการ โดยพัฒนาความสามารถของผู้บริการไทย ในสาขาการศึกษา สุขภาพ ดิจิทัลและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้และจัดทำกรอบข้อตกลงด้านการค้า ภาคบริการกับประเทศคู่ค้าสำคัญ เพื่อนำไปสู่การปรับโครงสร้างการค้าของประเทศ ที่มีความหลากหลายและมีภูมิคุ้มกันจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกมากยิ่งขึ้น

(5) ยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจและสังคมไทย รวมถึงคนไทยให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน บูรณาการข้อมูล และพัฒนาบุคลากรทุกภาคส่วน ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัลตลอดห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนให้คนไทยสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จาก AI

ข้อมูลสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
นายจักรธร วีระพันธุ์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
สำนักเอเชีย แอฟริกาและตะวันออกกลาง กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
วันที่ 25 กรกฎาคม 2569 เวลา 17.45-18.00 น.

1. สถานการณ์การส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

ไทยเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของจีน สถานการณ์การส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งเป็นไปด้วยดี ไม่มีปัญหาใดๆ และจีนมีความต้องการสินค้าจากไทย

2. ปัญหาอุปสรรคการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งไปตลาดจีน

การส่งออกทุเรียนอบกรอบอบแห้งไม่มีปัญหาอุปสรรคใด แต่การส่งออกทุเรียนสดมีการติดค้างที่ด่านนำเข้าที่จีน เนื่องจากทุเรียนไทยไม่ได้คุณภาพหรือเป็นสินค้าตกเกรด รวมทั้งการพบสารตกค้างในทุเรียน คือแคดเมียมและ BY2 ซึ่งเป็นสารที่อยู่ในดินปลูก ปัจจุบันจีนอนุญาตการนำเข้าทุเรียนจาก 6 ประเทศ ประกอบด้วย ไทย มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ เมียนมา และลาว ซึ่งเป็นคู่แข่งกับไทย ในปีนี้กระทรวงพาณิชย์พยายามผลักดันการส่งออกทุเรียนเนื่องจากมีผลผลิตออกมาปริมาณมากกว่าทุกปีถึงร้อยละ 30

3. ความตกลง ACFTA จะช่วยผู้ประกอบการส่งออกได้อย่างไร และมีข้อเสนอแนะสำหรับการทบทวนปรับปรุงความตกลง ACFTA อะไรบ้าง

ความตกลง ACFTA ช่วยผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนและทุเรียนอบกรอบอบแห้งเรื่องการยกเลิกภาษีนำเข้าศุลกากร และการอำนวยความสะดวกทางการค้า เช่น ลดเวลาการตรวจปล่อยที่ด่านนำเข้า การใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อช่วยให้สินค้านำเข้าเสียง่ายผ่านด่านรวดเร็วขึ้น

4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียน/ทุเรียนอบกรอบอบแห้งให้แข่งขันได้ในตลาดจีน ซึ่งต้องเผชิญกับคู่แข่งจากเวียดนามและมาเลเซีย

มั่นใจว่าทุเรียนและทุเรียนแปรรูปของไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดจีนเนื่องจากผู้บริโภคชาวไทยให้ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพต่อสินค้าไทย และเห็นว่าความตกลง ACFTA เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ โดยทั้งอาเซียนและจีนกำหนดทบทวนและปรับปรุงความตกลงดังกล่าวทุก 5 ปี สำหรับความตกลง ACFTA 3.0 ฉบับล่าสุด คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ในเดือนพฤศจิกายน 2569

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวมาลัย กรแก้วสมนึก

ประวัติการศึกษา

- อักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
- การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Ph.D in Regional Economic Planning Oxford Brookes University สหราชอาณาจักร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2548

นักวิชาการพาณิชย์ 5 สำนักอาเซียน
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

พ.ศ. 2550

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ สำนักอาเซียน
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

พ.ศ. 2559

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักอาเซียน
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

พ.ศ. 2565

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ สำนักพัฒนาความพร้อมทางการค้า
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

ตำแหน่งปัจจุบัน

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
ปฏิบัติหน้าที่ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาความพร้อมทางการค้า
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ