

ความท้าทายของมะพร้าวอ่อนไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ในระยะ ๒ ปีที่ผ่านมา เป็นที่ทราบกันว่าคู่แข่งของมะพร้าวอ่อนไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา คือ มะพร้าวอ่อนจากเวียดนามซึ่งมีความได้เปรียบในด้านราคาต่ำกว่ามะพร้าวอ่อนของไทย และแม้ผลการสำรวจตลาดโดยฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ในช่วงเดือนที่ผ่านมาพบว่า ราคามะพร้าวอ่อนจากเวียดนามที่วางจำหน่ายในตลาดของชาวเอเชียมีราคาสูงขึ้นเนื่องจากภาวะขาดแคลนผลผลิต แต่ราคาก็ยังคงต่ำกว่าราคามะพร้าวอ่อนของไทย อีกทั้ง มีรายงาน



ตัวอย่างมะพร้าวอ่อนของเวียดนาม

ไม่นานนี้จากผู้ส่งออกของเวียดนามรายหนึ่งระบุว่า ผลผลิตมะพร้าวของเวียดนามกำลังฟื้นตัวหลังจากภาวะการขาดแคลนดังกล่าวและปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงฤดูการส่งออกสูงสุด ดังนั้น จึงนับได้ว่ามะพร้าวอ่อนจากประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายค่อนข้างมากในตลาดสหรัฐอเมริกา

❖ สถานการณ์การผลิตและส่งออกมะพร้าวของเวียดนาม

บทสัมภาษณ์ผ่านเว็บไซต์ Freshplaza.com ของผู้จัดการฝ่ายขายของบริษัท ทรุฟรุตส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทส่งออกผลไม้ของเวียดนามได้กล่าวถึงสภาพปัจจุบันในอุตสาหกรรมมะพร้าวของเวียดนามไว้ว่า “ขณะนี้ในช่วงสูงสุดของฤดูการส่งออกมะพร้าวของเวียดนาม โดยราคามะพร้าวจากภูมิภาค Ben Tre ของเวียดนามได้เพิ่มขึ้นสู่ระดับที่สูง” โดยเมื่อฤดูกาลเปลี่ยนจากฤดูแล้งเข้าสู่ฤดูฝน ปริมาณ และคุณภาพของมะพร้าวก็เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ประกอบกับผลกระทบของภัยแล้งและความเค็มของน้ำในปีนี้ไม่รุนแรงเท่ากับปีที่แล้ว ทำให้ปริมาณผลผลิตมะพร้าวเพิ่มขึ้นอย่างมากและสามารถตอบสนองความต้องการเพื่อการส่งออกได้เป็นอย่างดี



❖ ความท้าทายด้านการส่งออกของเวียดนาม

อุปสรรคที่ผู้ส่งออกของเวียดนามกำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ไม่มีปัญหาเดียว คือ ราคาค่าขนส่งทางเรือที่สูงขึ้น หลังจากการระบาดของโควิด-๑๙ การส่งออกทางทะเลได้กลายเป็นเรื่องที่ยากมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าก็ไม่มีสัญญาณที่จะปรับลดลง อย่างไรก็ตาม ขณะนี้เป็นฤดูร้อนที่ความต้องการมะพร้าวอ่อนสูงในหลายประเทศ จึงส่งผลให้ผู้นำเข้าจากประเทศเหล่านั้นยังคงสั่งซื้อมะพร้าวจากเวียดนามโดยไม่คำนึงถึงต้นทุนการขนส่งสินค้าที่สูงแต่อย่างใด

❖ การผลิตที่เน้นมาตรฐานการผลิตและคุณภาพชีวิตในสังคม



ตัวแทนของบริษัทได้เปิดเผยอีกว่า บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นจากความสำเร็จในการผลิตมะพร้าวอินทรีย์ซึ่งมีการผลิตในจังหวัด Ben Tre มาเป็นเวลานานด้วยการใช้ระบบอินทรีย์คุณภาพสูง โดยบริษัทได้เปลี่ยนวิธีการผลิตและเพิ่มความตระหนักในเรื่องการทำเกษตรอินทรีย์และการทำงานอย่างมุ่งมั่น บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์สำหรับผลิตภัณฑ์

มะพร้าวอ่อนจากสหภาพยุโรป นอกจากนี้ บริษัทเชื่อว่าคุณภาพเป็นค่านิยมหลักที่นำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนและยาวนานของบริษัท โดยเน้นย้ำว่าขอบเขตของคำว่าคุณภาพไม่เพียงแต่เฉพาะคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่มอบให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกรและพนักงานด้วย

❖ เทคนิคการต้มน้ำมะพร้าวอ่อนจากผลสดด้วยมือเปล่า



เนื่องจากผู้ที่นิยมบริโภคมะพร้าวอ่อนมักประสบปัญหาในการเปิดเปลือกแข็งของมะพร้าวเสมอ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักจะใช้มีดในการเจาะมะพร้าวเพื่อนำน้ำมาดื่ม ผู้ส่งออกมะพร้าวของเวียดนามได้แบ่งปันเคล็ดลับเกี่ยวกับวิธีการเปิดมะพร้าวด้วยมือโดยระบุว่า ต้องรู้โครงสร้างภายในของมะพร้าวเป็นอันดับแรก โดยมะพร้าวทุกผลจะมีตา ๓ จุดบนกะลามะพร้าวเสมอ ซึ่งหนึ่งในนั้นมีไว้เพื่อใช้เพื่อการแลกเปลี่ยนน้ำและแร่ธาตุที่เกิดขึ้นในมะพร้าวทำให้ตาดังกล่าวจะนิ่มและง่ายต่อการเจาะ เมื่อทราบโครงสร้างของมะพร้าวแล้วก็จะสามารถเปิดมะพร้าวได้ด้วยมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ ๑ ใช้มือแกะเปลือกอ่อนที่ด้านบนของมะพร้าวเพื่อหาตาทั้ง ๓ บนเปลือกมะพร้าว



ขั้นตอนที่ ๒ มองหาตาที่นิ่มที่สุด ตาอันที่ใหญ่ที่สุดคือตาที่นิ่มที่สุด



ขั้นตอนที่ ๓ ใช้หลอดเจาะเบาๆ ผ่านตาที่นึ่งที่สุดนั้น เพียงแค่นี้ก็จะสามารถผลิตเพลินไปกับการตีมน้ำมะพร้าวจากผลสดได้ทันที



❖ ข้อมูลเพิ่มเติม

สหรัฐฯ นำเข้ามะพร้าวและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญตามลำดับ ได้แก่ เนื้อมะพร้าวแปรรูป เนื้อมะพร้าวแห้ง มะพร้าวอ่อนทั้งผล เนื้อมะพร้าวแช่แข็ง มะพร้าวอื่นๆ ที่เอากะลาออก และมะพร้าวทั้งกะลา (เอนโดคาร์ป)

มะพร้าวอ่อน ในปี ๒๕๖๓ สหรัฐฯ นำเข้าจากทั่วโลก คิดเป็นมูลค่า ๒๓.๙๘ ล้านดอลลาร์ โดยนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ ๑ คิดเป็นมูลค่า ๑๑.๔๙ ล้านดอลลาร์ มีสัดส่วนการครองตลาดอยู่ที่ร้อยละ ๔๗.๙๑ ในขณะที่นำเข้าจากเวียดนามเป็นอันดับที่ ๔ คิดเป็นมูลค่า ๑.๒๕ ล้านดอลลาร์ มีสัดส่วนตลาดอยู่ที่ร้อยละ ๕.๒๑

การนำเข้าในช่วง ๖ เดือนแรกของปี ๒๕๖๔ สหรัฐฯ นำเข้ามะพร้าวอ่อนทั้งหมดคิดเป็นมูลค่า ๑๔.๙๑ ล้านดอลลาร์ โดยนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๖ ในขณะที่นำเข้าจากเวียดนามเพิ่มขึ้นร้อยละ ๙๕ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า (ตารางด้านล่าง)

มูลค่าการนำเข้ามะพร้าวสดของสหรัฐฯ จากผู้ส่งออกที่สำคัญ ๔ อันดับแรก ปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	๑๒ เดือน (ม.ค.-ธ.ค.)	ช่วง ๖ เดือนแรก (ม.ค.-มิ.ย.)		% การเปลี่ยนแปลง (ช่วง/ช่วง)
	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔	
๑. ไทย	๑๑.๔๙	๕.๐๐	๖.๒๙	๒๖





๒. เม็กซิโก	๘.๓๗	๓.๖๘	๖.๒๑	๖๙
๓. โดมินีกัน	๒.๕๗	๑.๒๓	๑.๓๖	๑๐
๔. เวียดนาม	๑.๒๕	๐.๓๙	๐.๗๖	๙๕

แหล่งข้อมูล: U.S. Census Bureau Trade Data

❖ ข้อคิดเห็น

จากการสำรวจตลาดของชาวเอเชียในสหรัฐฯ พบว่า คุณภาพและลักษณะสินค้าภายนอกของมะพร้าวอ่อนของไทยและเวียดนามค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่รสชาติอาจแตกต่างกัน เช่น รสชาติความหวาน ความหอม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของมะพร้าวอ่อนพันธุ์ของไทย อย่างไรก็ตาม มะพร้าวของเวียดนามยังคงมีราคาต่ำกว่าของไทยมาก ถึงแม้มะพร้าวไทยพยายามใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการทำให้การบริโภคมะพร้าวให้สะดวกขึ้น แต่ต้นทุนการผลิตและจำหน่ายยังคงสูงและยังไม่มีมีการวางจำหน่ายที่แพร่หลายมากนักในตลาดของชาวเอเชียซึ่งเป็นตลาดหลักของมะพร้าวอ่อน ดังนั้น จึงควรหาแนวทางเพื่อส่งเสริมการขยายและรักษาตลาดในสหรัฐฯ ดังนี้

- ๑) การลดต้นทุนการผลิตและการตลาดตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การผลิต การขนส่ง ไปจนถึงตลาดปลายทาง
- ๒) สร้างเครือข่ายและขยายช่องทางการตลาด เช่น ส่งเสริมการให้บริการในร้านอาหารไทย การวางจำหน่ายในตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตของชาวไทยในสหรัฐฯ (ปัจจุบันไม่มีการวางจำหน่ายให้เห็นมากนัก) บุกเบิกการวางจำหน่ายในเครื่องจำหน่ายสินค้า (vending machine) ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ออกกำลังกาย ห้างสรรพสินค้า โรงอาหาร (Food court) เป็นต้น
- ๓) สร้างความแตกต่าง เช่น ประชาสัมพันธ์รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของมะพร้าวอ่อนพันธุ์ไทย การผลิตที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในท้องถิ่นซึ่งเป็นค่านิยมในปัจจุบัน

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส

สิงหาคม ๒๕๖๔

ที่มา:

<https://www.freshplaza.com/article/9344178/the-production-volume-of-vietnamese-coconuts-is-recovering-after-a-shortage/>

