

ข้อเสนอเชิงนโยบาย

เรื่องมั่งคุดต่อสภาเกษตรกรแห่งชาติ เพื่ออนาคตของชาวนวน

ณรงค์ คงมาก บ.SE ปากพั่ง

1. มั่งคุด ต้องปรับแก้และรีอมาตรฐานใหม่ โดย มกอช.ให้มุ่งเน้นมั่งคุดเป็น Functional Fruit ผลไม้ประจำถิ่นของไทยที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ เจริญเติบโตตามระบบนิเวศธรรมชาติ ผลิตโดยวิถีเกษตรธรรมชาติ ปลอดภัยพิชตกค้าง ไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมีอันตรายใดๆ สำหรับผลกินสด วัดคุณภาพกันที่เนื้อใน ที่ไม่มีอาการผิดปกติ เนื้อแกว ยางไหล ส่วนลักษณะภายนอกหุเขียวผิวมันไม่มีความจำเป็นใดๆ ไม่เน้น “ใหญ่ หุเขียว ผิวมัน”

2. เกรดมั่งคุด วัดที่ขนาดของผล และความเสี่ยงต่อการพบปัญหาคุณภาพได้ผิวเปลือก และไม่มีสารพิชตกค้างปนเปื้อนใดๆ มีใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เท่านั้น และรณรงค์สร้างค่านิยมใหม่ในกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

3. ช่องทางตลาดของมั่งคุด ในยุคเกษตรดิจิทัล ต้องมีแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสให้เกิดการค้าปลีกและค้าส่งผ่านระบบ ANT การประมูล (Auction แบบล่วงหน้า) การเจรจาตกลงราคา ล่วงหน้า (Negotiation) และการจับคู่ (Twin Matching) ทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยการรวมตัวของชาวนวนมั่งคุดเป็นกลุ่มและ/หรือ ชาวนวนรายเดี่ยว สามารถใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจำหน่ายมั่งคุดตรงกับผู้บริโภค และผู้ประกอบการค้าส่ง ได้อย่างสะดวก มีประสิทธิภาพ และไม่มีความเสี่ยงด้านการตลาด การขาย และการเงิน เป็น”ตลาดสีเขียว”ที่มีความเท่าเทียมและยุติธรรม และส่ง”ล้างเงินกลับบ้าน”เมื่อมีระบบแพลตฟอร์มดิจิทัลและการประกันการรับรองคุณภาพมั่งคุด

4. การบริหารห่วงโซ่คุณค่า หรือ Value Chain โดยมีการพัฒนาห่วงโซ่ของมั่งคุด ทุกระยะการสุก ได้แก่ ระยะก่อนเข้าสายเลือก นำมาทำเป็น ”มั่งคุดคัด” หรือมั่งคุดรับประทานดิบ จากนั้นเข้าสู่ระยะสุกตามเฉดสีต่างๆ สำหรับการบริโภคได้หลายวัน มั่งคุดสุกบนต้นผิวดำรับประทานได้ทันที และเฉดสีการสุกแบบต่อเนื่อง รับประทานได้ในวันต่อไป ตามความสุกอย่างต่อเนื่อง ส่วนมั่งคุดที่มีปัญหาคุณภาพเนื้อใน ให้นำเข้าสู่กระบวนการแกะเนื้อ นำเนื้อที่

คุณภาพดีไปกวนและทำน้ำมังคุดแบบ Home Made และนำไปลือกมังคุดเข้าสู่กระบวนการนวด ตกรวมทางยา (เมดิคอล หรือเวชภัณฑ์) ใช้สารแซนโทน (Xanthones) ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนั้น มังคุดจะเป็นผลไม้ที่ไม่มีขยะทิ้ง เป็น Xero Waste Fruit

5.เปิดตลาดใหม่ๆ สู่ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาประเทศไทย และได้ชิมมังคุดแล้วประทับใจ จำนวน 30 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย โดยในช่วงฤดูกาลที่ มังคุดออกสู่ตลาดในทุกภูมิภาคของไทย ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ภูเก็ต กระบี่ พัทยา เชียงใหม่ หัวหิน รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ ควรร่วมมือกับสถานประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก OTOP ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหรือสนามบิน เชื่อมโยงตลาดมังคุดในราคาทุนอุดหนุนให้นักท่องเที่ยวชิม โดยรัฐบาลอุดหนุนส่วนหนึ่ง จัดซื้อ มังคุดให้นักท่องเที่ยวได้ชิมฟรี (Try Free) จากนั้น ให้ทูตพาณิชย์ที่ไทยมีอยู่ทั่วโลก นำมังคุด ไปเปิดตลาดตามนักท่องเที่ยวประเทศนั้นๆไป ใน 30 ประเทศแรกที่มีสถิตินักท่องเที่ยวมาไทย และได้ชิมมังคุด เริ่มจาก “Small Order OK” จะเอื้อให้สามารถขยายตลาดมังคุดไปได้ทั่วโลก ไม่จำกัดเฉพาะประเทศจีน และอาเซียน และ **“สร้างผู้ประกอบการส่งออกมังคุดหน้าใหม่”** เพิ่มขึ้น

6. ส่งเสริมธุรกิจ OEM รับจ้างผลิตและจัดการการขนส่งมังคุดไปทั่วโลก โดย ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิด “สร้างรัฐวิสาหกิจหรือสหกรณ์รับจ้างผลิตมังคุดลงกล่องแบบราย ย่อย และให้บริการการขนส่งมังคุดไปทั่วโลก” โดยช่องทางการขนส่งทุกรูปแบบ แบบ Small Order โดยเฉพาะการขนส่งทางเครื่องบิน และลดราคาค่าขนส่งมังคุดเป็นกรณีพิเศษ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวซื้อกลับประเทศได้ โดยพัฒนาเทคนิคการบรรจุกล่องตามชนิดสีและใช้สาร ชะลอการตรึงเอทิลีน (ชะลอการสุก) และไอซ์เจล ใส่ร่วมในกล่องเพื่อลดอุณหภูมิในกล่องให้ สาร 1MCP (สารตรึงเอทิลีน) ทำงานได้ดีขึ้น ชะลอการสุกของมังคุดได้ดีขึ้น

กลยุทธ์ 6 ข้อยดังกล่าว ข้างต้น จะทำให้ชาวสวนมังคุดมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น

.เสนอโดยณรงค์ คงมาก บ.SE ปากพ่อง 21 ก.พ.2567

www.konnthai.com