

ผลไม้สด

Fresh Fruits



ผู้เขียนหลัก มธุรพจน์ ศรีโพหนอง , พิมพันธ์ ธีระธรรมสรณ์
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ้มราษฎร์

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

วัฒนธรรมการบริโภคผลไม้สดของคนญี่ปุ่นมีความแตกต่างจากชาติอื่น ๆ อันเป็นผลมาจากสภาพภูมิประเทศของญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นภูเขา ซึ่งไม่เหมาะกับการปลูกผลไม้มากนัก เนื่องจากมีพื้นที่เกษตรกรรมเพียงร้อยละ 14 ของพื้นที่ และสามารถผลิตอาหารได้ร้อยละ 40 ของความต้องการบริโภคภายในประเทศเท่านั้นที่เหลืออีกร้อยละ 60 เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของคนในประเทศ สถานการณ์การนำเข้า การปลูกผลไม้ในประเทศญี่ปุ่นจึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณการผลิต อีกทั้งยังมีลักษณะเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลไม้เป็นรูปทรงต่าง ๆ ความพิถีพิถันในการดูแลผลผลิตเป็นอย่างดีแบบฉบับคนญี่ปุ่น และการใช้บรรจุภัณฑ์สร้างความพิเศษเพิ่มมูลค่าของสินค้า ราคาผลไม้ที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่นจึงมีราคาสูง เพราะถือว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย นิยมซื้อเป็นของขวัญสร้างความประทับใจให้กับผู้รับในโอกาสต่าง ๆ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงให้ความสำคัญกับการเลือกบริโภคผลไม้ตามฤดูกาล เพื่อให้ได้รับช่วงเวลาที่ดีที่สุดของผลไม้แต่ละชนิด อีกทั้งผลผลิตยังต้องมีคุณภาพสูง แสดงถึงความตั้งใจของผู้ปลูก ความใส่ใจในการดูแลผลผลิต และมีรสชาติอร่อย

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ผลไม้สดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าผลไม้ กล้วย เชอร์รี่ กีวี และอื่น ๆ จากข้อมูลของ OEC รายงานว่าในปี 2020 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าผลไม้ทุกประเภที่มีจากมูลค่า 3.28 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 3.41 ในปี 2021 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าเพิ่ม 131 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.99

เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีความเข้มงวดในด้านสุขอนามัย และการป้องกันการระบาดของโรคพืช ผลไม้จากแต่ละประเทศที่อนุญาตให้นำเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นก็กำหนดรายการแตกต่างกันไป โดยกำหนดให้นำเข้าได้เฉพาะรายการที่ทางการญี่ปุ่นได้ตรวจสอบและตกลงกับประเทศผู้ส่งออกแล้วเท่านั้นในส่วนของการนำเข้าผลไม้จากไทย รัฐบาลญี่ปุ่น อนุญาตให้ไทยนำเข้าผลไม้สดได้เพียง 9 ชนิด ประกอบด้วย มะม่วง (พันธุ์หนังกลางวัน พิมเสน น้ำดอกไม้ มหาชนก แรต เขียวเสวย และโชคอนันต์) มังคุด ทูเรียน สับปะรด มะพร้าว กล้วย มะขามหวาน สละ และส้มโอ (พันธุ์ทองดี) ซึ่งผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของไทยไปญี่ปุ่น ได้แก่ กล้วยหอม มะม่วง

กล้วยหอม

ด้วยสภาพอากาศเอื้อให้ประเทศญี่ปุ่นมีพื้นที่ปลูกกล้วยได้แค่เพียง 2 จังหวัดในเขตตอนใต้ของประเทศ คือ จังหวัดโอกินาวา และจังหวัดคาโงชิม่า คนญี่ปุ่นบริโภคกล้วยหอมเป็นกิจวัตรประจำวัน โดยกล้วยหอมเป็นผลไม้อันดับหนึ่งที่คนญี่ปุ่นนิยมรับประทาน แต่กล้วยหอมจากประเทศไทยไม่ได้มีขึ้นยังไม่เป็นที่นิยมมากนักในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งกล้วยหอมที่เป็นที่นิยม คือ กล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์หากให้คนญี่ปุ่นนึกถึงผลไม้ไทย สิ่งที่เขาจะนึกถึง คือ มะม่วง ในขณะที่กล้วยหอมจากประเทศไทยคนญี่ปุ่นยังไม่ค่อยพูดถึง

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีโอกาสการขยายตลาดกล้วยหอมในญี่ปุ่น หลังจากที่ประเทศฟิลิปปินส์ได้ประกาศขึ้นราคากลับ เนื่องจากประสบปัญหาโรคระบาด ทำให้มีผลผลิตลดลง ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงขึ้น อีกทั้งงาน THAIFEX - Anuga Asia 2023 ซึ่งจัดขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2023 ที่ผ่านมา ยังได้จัดกิจกรรมการพบปะเจรจาการค้าระหว่างบริษัทผู้นำเข้าญี่ปุ่นรวม 10 บริษัท และผู้ส่งออกไทยรวม 23 บริษัท 38 ราย¹ ได้รับความสนใจจากผู้นำเข้าญี่ปุ่นจำนวนมาก เพราะไทยเป็นประเทศเดียวในโลกที่ยังสามารถปลูกกล้วยหอมทองซึ่งมีรสชาติอร่อยมากกว่ากล้วยหอมเขียวที่มีวางจำหน่ายอยู่ในตลาด

มะม่วง

มะม่วงเป็นผลไม้เขตร้อน พื้นที่สำหรับปลูกมะม่วงในประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ จังหวัดโอกินาวา มิยาซากิ คาโงชิม่า วาคายามะ และคุมาโมะ ซึ่งมีผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนญี่ปุ่น จึงต้องพึ่งพาการนำเข้ามะม่วงจากต่างประเทศ มะม่วงไทยเป็นตัวแทนผลไม้จากประเทศแถบร้อนที่ถูกนึกถึงเป็นลำดับต้น ๆ เมื่อกล่าวถึงประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์แล้ว ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นชื่นชอบมะม่วงจากประเทศไทยมากกว่า เพราะมะม่วงจากประเทศไทยมีความหวานและมีความนุ่มมากกว่า แม้ว่ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์จะมีราคาถูกกว่าก็ตาม อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ามะม่วงจากประเทศไทยจะมีรสชาติดี แต่เนื่องจากราคาที่สูง ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจึงตัดสินใจซื้อยาก

อย่างไรก็ดี ประเทศไทยได้มีการจัดงานเทศกาลไทยที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นงานประจำปีจัดขึ้นโดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2000 การจัดงาน Thai Festival ประจำปี 2023 นี้ได้จัดขึ้น ณ กรุงโตเกียว โอซาก้า และฟูกุโอกะ ภายในงานมีการผลักดัน Soft Power นำเสนอวัฒนธรรมไทยทุกมิติ รวมถึงการออกร้านจำหน่ายอาหารและผลไม้สดของไทย ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ร่วมงานถึงหลักแสนคน ช่วยสร้างการรับรู้อาหารและผลไม้ไทยแก่ชาวญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดีในตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ผลไม้สดของไทยที่เป็นที่นิยมภายในงานมากขึ้นเรื่อย ๆ ได้แก่ มะม่วง ทุเรียน และมังคุด โดยมะม่วงสุกเป็นหนึ่งในผลไม้ที่ได้รับความนิยมมากเพราะมีกลิ่นหอม รสชาติหวานกลมกล่อมถูกปากคนญี่ปุ่น

¹ <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG230721140609586>

ขนาดตลาด

กล้วยหอม

มีสัดส่วนปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ในช่วงระหว่างปี 2017-2019 ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ เม็กซิโก กัวเตมาลา และเปรู ตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9 และประเทศอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 7 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.22 ในปี 2019 เมื่อเทียบกับปี 2018 โดยประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศฟิลิปปินส์มากที่สุด ในปี 2019 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศเม็กซิโกและกัวเตมาลาเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 94.32 และ 62.54 ตามลำดับ ในปี 2019 ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยจากประเทศไทย 1,982,532 ตัน ซึ่งลดลงจากปี 2018 ร้อยละ 4.17 และมีปริมาณน้อยกว่า 2 ล้านตัน ดังแสดงในตารางที่ 1 ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้า กล้วยจากประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และไต้หวัน เพิ่มขึ้นเป็นปริมาณมากกว่า 2 ล้านตัน ทั้ง 3 ประเทศ โดยคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.49 9.14 และ 62.82 เมื่อเทียบกับปี 2018 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่นจาก 5 ประเทศคู่ค้าหลัก (2017-2019)

| | พ.ศ. 2560 | พ.ศ. 2561 | พ.ศ. 2562 |
|----------------------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| ฟิลิปปินส์ | 790,272,185 | 837,972,104 | 836,108,714 |
| เอกวาดอร์ | 146,941,866 | 110,641,752 | 119,102,301 |
| เม็กซิโก | 20,236,091 | 27,935,340 | 54,289,057 |
| กัวเตมาลา | 9,853,136 | 7,751,225 | 12,598,831 |
| เปรู | 4,428,616 | 5,781,469 | 5,667,802 |
| รวมปริมาณการนำเข้าทั้งหมด | 985,195,818 | 1,002,358,041 | 1,044,685,729 |

ที่มา: รศ.ดร.พิสุทธิ์ กุลธนวิทย์, รายงานการวิจัยส่งออกการส่งออกมะม่วง กล้วย ทูเรียน และมังคุด ของไทยไปญี่ปุ่นภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

ตารางที่ 2 ปริมาณการนำเข้ากล้วยของประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9

| | พ.ศ. 2560 | พ.ศ. 2561 | พ.ศ. 2562 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| ไทย | 2,050,448 | 2,068,826 | 1,982,532 |
| อินโดนีเซีย | 2,638,363 | 2,344,563 | 2,754,596 |
| ไต้หวัน | 1,053,584 | 1,750,442 | 2,850,060 |
| เวียดนาม | 1,860,472 | 2,255,541 | 2,461,712 |

ที่มา: รศ.ดร.พิสุทธิ์ กุลธนวิทย์, รายงานการวิจัยส่งออกการส่งออกมะม่วง กล้วย ทูเรียน และมังคุด ของไทยไปญี่ปุ่นภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) (2019)

มะม่วง

มีสัดส่วนปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยจาก 5 ประเทศคู่ค้าหลัก ในช่วงปี 1988-2019 สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากเพียงร้อยละ 0.91 ในปี 1988 เป็นร้อยละ 26.96 ในปี 2019 ซึ่งสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ สัดส่วนที่เพิ่มขึ้นนี้ส่งผลให้ประเทศไทยจากที่เคยอยู่อันดับที่ 3 ขยับขึ้นมาเป็นอันดับที่ 2 ในตลาดมะม่วงนำเข้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2015 สัดส่วนการนำเข้ามะม่วงจากประเทศเม็กซิโกก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.48 ในปี 1988 เป็นร้อยละ 45.66 ในปี 2019 การนำเข้ามะม่วงจากประเทศเม็กซิโกขึ้นมาเป็นอันดับที่ 1 ตั้งแต่ปี 2007 แทนที่การนำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์ที่เป็นอันดับที่ 1 มาตั้งแต่ปี 1988 การนำเข้ามะม่วงจากประเทศฟิลิปปินส์เคยมีสัดส่วนสูงที่สุดเป็นร้อยละ 90.21 ในปี 1992 แต่กลับลดลงเหลือเพียงร้อยละ 3.49 ในปี 2019

ตารางที่ 3 ปริมาณการนำเข้ามะม่วงของประเทศไทยจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก (2017-2019)

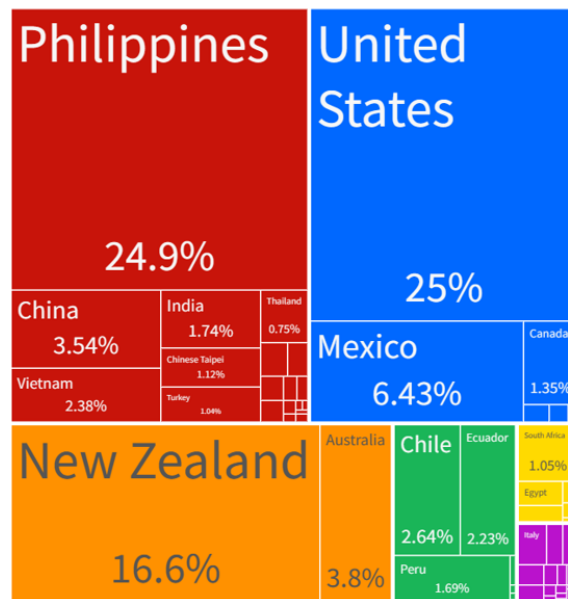
| | พ.ศ. 2560 | พ.ศ. 2561 | พ.ศ. 2562 |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| เม็กซิโก | 3,106,925 | 3,446,620 | 3,345,581 |
| ไทย | 1,515,391 | 1,971,168 | 1,975,458 |
| เปรู | 313,330 | 708,861 | 692,271 |
| ไต้หวัน | 587,396 | 623,233 | 656,507 |
| ฟิลิปปินส์ | 523,080 | 345,028 | 255,361 |
| รวมปริมาณการนำเข้าทั้งหมด | 6,555,887 | 7,533,967 | 7,326,940 |

ที่มา: รศ.ดร.พิสุทธิ์ กุลธนวิทย์, รายงานการวิจัยส่งออกการส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ของไทยไปญี่ปุ่นภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) (2019)

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

ญี่ปุ่นนำเข้าผลไม้มากที่สุดจากสหรัฐอเมริกา มูลค่า 852,607,827 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับที่ 2 จากฟิลิปปินส์ มูลค่า 848,441,493 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 24.9 อันดับที่ 3 คือ นิวซีแลนด์ มูลค่า 566,108,583 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 16.6 อันดับที่ 4 คือ เม็กซิโก มูลค่า 219,256,088 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 6.43 อันดับที่ 5 ออสเตรเลีย 129,539,977 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ส่วนประเทศไทยอยู่อันดับที่ 16 มูลค่า 25,695,021 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 0.75 ซึ่งมีมูลค่าเป็นรองทั้งเวียดนามและอินเดีย ที่มีผลไม้ในเขตร้อนขึ้นเช่นเดียวกัน ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 แสดงประเทศที่ส่งออกผลไม้สดแปรรูปไปประเทศญี่ปุ่น



ที่มา: OEC (2021)

คู่แข่งตลาดกล้วย

ที่ผ่านมาประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณการนำเข้ากล้วยหอมจากฟิลิปปินส์มากเป็นอันดับที่ 1 แต่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะชอบกล้วยหอมจากประเทศไทยมากกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ในแง่ของรสชาติที่อร่อยกว่า (สมมติให้กล้วยทั้งสองมีคุณภาพเท่ากัน) เนื่องจากความแตกต่างของสายพันธุ์ กล่าวคือ กล้วยหอมจากประเทศไทยที่ส่งไปขาย คือ พันธุ์กรอสมิเซล (Gros Michel) หรือกล้วยหอมทอง ในขณะที่กล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ที่ส่งไปขาย คือ พันธุ์คาเวนดิช (Cavendish) เหตุผลที่กล้วยหอมจากประเทศไทยไม่เป็นที่นิยมเมื่อเปรียบเทียบกับกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ คือ

- (1) คุณภาพและปริมาณกล้วยหอมจากประเทศไทยมีความไม่แน่นอน
- (2) กล้วยหอมจากประเทศไทยมีราคาสูงกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์

เหตุผลที่ผู้บริโภคมะม่วงญี่ปุ่นบางรายเลือกสั่งจองกล้วยหอมจากประเทศไทยแทนที่จะสั่งจองกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ผ่านทางบริษัทฯ คือ

- (1) กล้วยหอมจากประเทศไทยมีรสชาติดีกว่ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์
- (2) ในบางครั้ง ผู้บริโภคมะม่วงญี่ปุ่นสั่งจองกล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์แล้ว ไม่ได้รับสินค้าทำให้ผู้บริโภคมะม่วงญี่ปุ่นไม่ยอมสั่งต่อ

คู่แข่งตลาดมะม่วง

ผู้บริโภคมะม่วงญี่ปุ่นที่มีฐานะดีจะเลือกบริโภคมะม่วงของประเทศญี่ปุ่นเอง แต่มะม่วงจากประเทศไทยกับมะม่วงจากจังหวัดมียาซากิไม่ใช่คู่แข่งกัน เพราะเป็นมะม่วงต่างสายพันธุ์กัน กลุ่มลูกค้าก็ต่างกัน และมะม่วงจากจังหวัดมียาซากิมีผลผลิตในตลาดน้อย เพราะต้องรอให้มะม่วงมีสีแดงและสุกคาต้นก่อนจึงนำมาจำหน่ายได้ จึงเป็นโอกาสสำหรับ SME ไทย ในการส่งออกมะม่วงสุกไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยพิจารณาคู่แข่งตลาดมะม่วงตามฤดูกาลได้ดังนี้

ญี่ปุ่น มะม่วงสายพันธุ์เออร์วิน (Irwin) แบรินด์ Taiyo no tamago จังหวัดมียาซากิ และแบรินด์ Natsuhime จังหวัดคาโกชิมะมีชื่อเสียงที่สุดด้านความหวานและคุณภาพการผลิต ฤดูกาลที่แนะนำคือเดือนมิถุนายน - สิงหาคม



มะม่วงจากจังหวัดมียาซากิ แบรินด์ Taiyo no tamago
ที่มา: https://www.amazon.co.jp/-/en/dp/B09R49H459/ref=zg_mg_g_3964677051_sccl_91/358-4457139-0695116?psc=1

มะม่วงจากจังหวัดคาโกชิมะ แบรินด์ Natsuhime
ที่มา: <https://item.rakuten.co.jp/kajitsuan/kagoshima-mango-natsuhime-2/#kagoshima-mango-natsuhime-2>

ไทย มะม่วงน้ำดอกไม้ ขึ้นชื่อว่าเป็นมะม่วงไทยที่มีรสชาติหวานที่สุด ผลสวยเหมือนกลีบดอกไม้ เมื่อสุกทั้งเปลือกและเนื้อมีสีเหลืองเข้ม มีความเป็นกรดต่ำ มีฤดูกาลนำเข้าตั้งแต่ปลายเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม

เม็กซิโก มะม่วงสายพันธุ์เออร์วิน (Irwin) สายพันธุ์เดียวกับที่ปลูกในญี่ปุ่น มีขนาดใหญ่ กลิ่นหอม รสชาติมีความสมดุลระหว่างรสชาติหวานและความเปรี้ยวเข้มข้น ส่วนใหญ่นำเข้าตั้งแต่เดือนมีนาคม - กันยายน

ฟิลิปปินส์ มะม่วงสายพันธุ์คาราบาว (Carabao) เมื่อสุกเปลือกจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีทอง ผลเล็กเปลือกนิ่ม ฤดูกาลจำหน่ายตั้งแต่เดือนมีนาคม - พฤษภาคม

เปรู มะม่วงสายพันธุ์เคนท์ (Kent) ยังเป็นมะม่วงสายพันธุ์เดียวกับมะม่วงที่ปลูกในประเทศญี่ปุ่น เมื่อสุกจะมีกลิ่นหอมมากขึ้น มีความหวานล้ำลึกและมีความเป็นกรดปานกลาง เนื้อมีความเนียนและมีเส้นใยน้อย ฤดูกาลที่ดีที่สุดคือเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม

เวียดนาม มะม่วงเวียดนาม " Cat Chu" มีลักษณะคล้ายมะม่วงนกระทุง เมื่อมะม่วงสุก เปลือกจะเปลี่ยนจากเหลืองเขียวเป็นเหลือง และมีกลิ่นหอมหวานเฉพาะตัวของมะม่วง มีเส้นใยต่ำ เนื้อเนียนและชุ่มฉ่ำ ฤดูกาลจำหน่ายคือตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน และตั้งแต่เดือนกันยายน - พฤศจิกายน

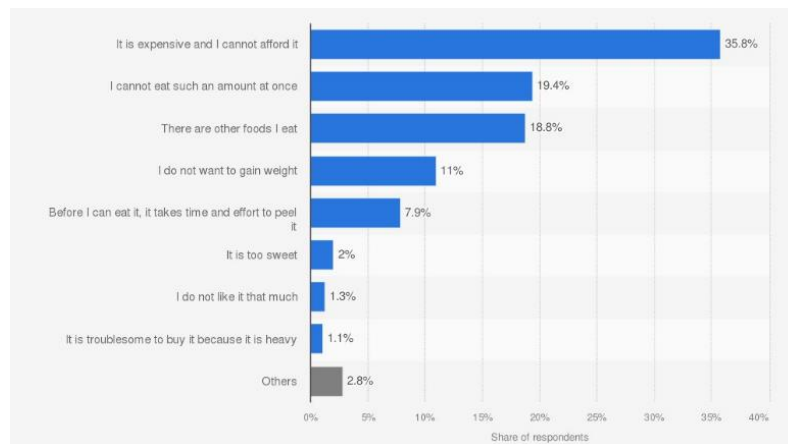
ไต้หวัน มะม่วงที่ผลิตในไต้หวันเป็นสายพันธุ์เออร์วิน (Irwin) เช่นกัน ซึ่งเป็นพันธุ์เดียวกับมะม่วงที่ปลูกในประเทศญี่ปุ่น ฤดูกาลจำหน่ายเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน - กรกฎาคม เมื่อสุกพร้อมรับประทาน จะมีเปลือกเงา กลิ่นหอมฉุน ผิวสัมผัสนุ่ม รสชาติหวานเข้มข้นและเนื้อสัมผัสที่นุ่มนวล

พฤติกรรมผู้บริโภค

กล้วยหอม

ด้วยผลไม้ที่ผลิตได้ในประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูง เป็นปัจจัยสำคัญที่คนญี่ปุ่นไม่รับประทานผลไม้เป็นประจำทุกวัน สอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจเหตุผลที่คนญี่ปุ่นไม่รับประทานผลไม้สดตามปริมาณที่แนะนำต่อวัน จาก Statista (2022) ดังแสดงในแผนภาพที่ 2 พบว่า ร้อยละ 35.8 ระบุว่า ผลไม้สดมีราคาแพง ร้อยละ 19.4 ไม่สามารถซื้อเพื่อการบริโภคต่อครั้งได้ในปริมาณมาก และร้อยละ 18.8 เลือกรับประทานอาหารชนิดอื่นมากกว่าผลไม้สด แต่มีแนวโน้มว่าต้องการบริโภคเป็นประจำทุกวันหากสามารถซื้อผลไม้ได้ในราคาไม่แพงเกินไป และต้องหาซื้อได้ง่าย ไม่ยุ่งยากในการจัดเตรียมเพื่อรับประทาน ดังนั้น กล้วย จึงเป็นหนึ่งในผลไม้สดที่คนญี่ปุ่นนิยมรับประทานเป็นประจำ และมักใช้เป็นอาหารว่างสำหรับเด็กเล็ก เพราะตอบโจทย์ทั้งด้านราคา ความสะดวก และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

แผนภาพที่ 2 เหตุผลที่คนญี่ปุ่นไม่รับประทานผลไม้สดตามปริมาณที่แนะนำต่อวัน



ที่มา: Statista (2022)

มะม่วงสุก

ขึ้นชื่อว่าเป็นของขวัญช่วงฤดูท่องเที่ยวและวันแม่ที่ได้รับความนิยมในญี่ปุ่น ด้วยมะม่วงสุกไม่ได้เป็นสินค้าหาได้ง่ายทั่วไป มีระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวค่อนข้างสั้น ต้องรอผลผลิตที่ดีที่สุดตามฤดูกาล เชื่อมโยงกับความพิเศษของบรรยากาศต้นฤดูร้อน จึงถือว่าเป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ฟุ่มเฟือย หูหรา ซึ่งมะม่วงสุกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มสินค้ามะม่วงที่มีราคาสูงได้แก่ มะม่วงสุกสายพันธุ์เออร์วินจากจังหวัดมियाซากิ จังหวัดคาโกชิมะ (ราคาอยู่ระหว่าง 8,000 – 11,000 เยน) เป็นมะม่วงสีแดง รูปทรงสวยงาม รสหวานจัด จัดส่งหลังจากรอให้ผลร่วงและสุกตามธรรมชาติ ในช่วงเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน มีความแตกต่างจากมะม่วงสุกจากไทย มะม่วงไทยที่ได้รับความนิยมได้แก่ มะม่วงน้ำดอกไม้ ถูกเรียกว่ามะม่วงทองและมะม่วงเหลือง เพราะมีสีเหลืองทองงดงาม มีส่วนโค้งสวยงามเหมือนกลีบดอกไม้ เป็นหนึ่งในมะม่วงที่ได้รับการแนะนำเป็นของขวัญสุดพิเศษ ทั้งเนื่องโอกาสในวันแม่ วันพ่อ หรือการเฉลิมฉลองในเทศกาลต่าง ๆ ฤดูกาลจำหน่ายคือตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงมิถุนายน เหมาะสำหรับกลุ่มคนที่ชอบผลไม้รสชาติหวานเข้มข้น สมดุลระหว่างรสหวานและรสเปรี้ยว เนื้อสัมผัสนุ่มนวลเรียบเนียน นำไปทำขนมได้หลากหลาย และกลิ่นหอมหวานอบอวลเหมาะกับวางบนโต๊ะอาหารในทุก ๆ วัน

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market entry strategy)

แนวทางการขยายตลาด

มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้จากประเทศไทยมีราคาแพงกว่ามะม่วงจากประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศฟิลิปปินส์และเม็กซิโก ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคมะม่วงจากประเทศไทยจึงมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม มะม่วงพันธุ์มหาชนกเริ่มเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมากขึ้น เนื่องจากมีรสชาติดีกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ และมีเรื่องราว (story) มีกลิ่นที่ดีมีผิวที่สวยงาม มีสีแดงคล้าย apple mango ที่นำเข้า จากประเทศเม็กซิโก และมีราคาถูกกว่ามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ นอกจากนี้ มะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ จากประเทศไทยยังมีราคาแพงกว่าผลไม้ที่เป็นผลผลิตจากประเทศญี่ปุ่นเอง ทำให้โอกาสที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะเลือกบริโภคมะม่วงจากประเทศไทยมีน้อยลง

แม้ผลไม้ไทยที่ส่งไปตลาดญี่ปุ่นแม้มีปริมาณไม่มากนัก เมื่อเทียบกับตลาดสำคัญอื่น ๆ ที่ไทยส่งออก แต่ญี่ปุ่นเป็นตลาดสินค้าคุณภาพดี ราคาเฉลี่ยสูงกว่าราคาที่ส่งไปตลาดอื่น ซึ่งผลผลิตต้องผ่านมาตรฐานสุขอนามัย และการบรรจุหีบห่อต้องพิถีพิถัน ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องเข้าร่วมงานจัดกิจกรรมแนะนำผลไม้ไทยมากขึ้น ให้ผู้บริโภคได้รับรู้รสชาติที่ดี หรือสามารถทานคู่กับมื้ออาหารได้ รวมทั้งวางแผนให้ช่วงเวลาการจำหน่ายเหมาะสมกับฤดูกาล เพื่อที่จะสามารถขยายตลาดมากขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ การสร้าง Story telling ของผลไม้เช่นมะม่วง หรือกล้วยหอมไทยที่เชื่อมโยงกับ SDGs การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว ตลอดจน Trade fair กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ก็จะช่วยเพิ่มยอดส่งออกไปญี่ปุ่นได้ไม่ยากนัก

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

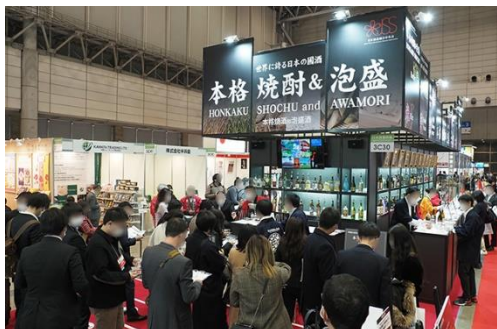
ปัจจุบัน สินค้าผลไม้สด มีขายทั่วไปตามซูเปอร์มาร์เก็ตของญี่ปุ่น โดยขายใน 2 รูปแบบ ได้แก่ ขายในรูปแบบผลไม้ทั้งผล หรือขายในรูปแบบ Cut Fruit ขึ้นอยู่กับผลไม้ โดยเน้นความสะดวกของผู้บริโภค เป็นสำคัญ โดยผลไม้ที่ขายในรูปแบบเป็นผล เช่น กล้วย กีวี Grapefruit ส้ม มะม่วง มังคุด เป็นต้น และในส่วนของ Cut Fruit มักจะเป็นผลไม้ที่มีขนาดใหญ่ หรือต้องปอกก่อน รับประทาน เช่น สับปะรด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อยากรู้ว่าผลไม้บางชนิด เช่น กีวี สับปะรด Grapefruit แอปเปิ้ล มีขายทั้งในรูปแบบผล และรูปแบบ Cut Fruit

นอกจากช่องทางกระจายสินค้าผ่านซูเปอร์มาร์เก็ตแล้ว อีกวิธี หนึ่งที่เป็นที่นิยมสำหรับชาวญี่ปุ่น ได้แก่ การซื้อผลไม้ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยผู้ให้บริการรายสำคัญ ได้แก่ Rakuten (<https://www.rakuten.com/>) ซึ่งจะเป็นผู้ให้บริการตลาดเพื่อขาย สินค้า โดยจะมีผู้ผลิตผลไม้ และร้านจำหน่ายผลไม้ต่าง ๆ มาเสนอขายสินค้าแก่ผู้บริโภคโดยตรง ไปรษณีย์ญี่ปุ่น ก็มีบริการขายผลไม้เช่นเดียวกัน และยังมีสินค้า Organic ที่เป็นที่นิยมอย่างยิ่งในตลาดญี่ปุ่นปัจจุบัน ที่รับการสั่งซื้อ สินค้าทางอินเทอร์เน็ต และบริการส่งถึงบ้านอีกด้วย

ตารางที่ 4 จุดเด่นและจุดด้อยช่องทางการซื้อขายสินค้าผลไม้สด

| ช่องทาง | จุดเด่น | จุดด้อย |
|------------------------------|---|---|
| เซมบิกิยะ (sebikiya) | ร้านจำหน่ายผลไม้ระดับพรีเมียม ที่จำหน่ายผลไม้หลากหลายชนิดที่เน้นผลไม้จากต่างประเทศ และผลไม้ราคาแพง | มีสาขาน้อย อยู่เฉพาะในเมืองใหญ่เท่านั้น และผลไม้ที่วางจำหน่ายได้ ต้องเป็นผลไม้ระดับพรีเมียมเท่านั้น |
| ซันฟรุต (Sunfruit) | ร้านผลไม้ที่จำหน่ายผลไม้คัดสรรคุณภาพสูง ร้านตั้งอยู่ในใจกลางเมืองโตเกียว มีทั้งระบบสั่งซื้อออนไลน์ที่สามารถจัดเป็นชุดของขวัญ ส่งตรงถึงบ้านผู้ซื้อ หรือส่งให้เป็นของขวัญ ตามเทศกาลสำคัญได้เช่นเดียวกัน | เป็นร้านที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองโตเกียว มีสาขาน้อย และผลไม้ที่วางจำหน่ายได้ต้องเป็นผลไม้ระดับพรีเมียมเท่านั้น |
| ร้านแพลตฟอร์มออนไลน์ Rakuten | จะมีผู้ผลิตผลไม้ และร้านจำหน่ายผลไม้ต่าง ๆ มาเสนอขายสินค้าแก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยเน้นการขายปลีก และมีบริการจัดส่งถึงที่อยู่ตามที่ระบุไว้ในคำสั่งซื้อ | เน้นการขายปลีก เป็นผลไม้ที่ราคาไม่สูงนัก เหมาะกับการส่งไปเพื่อรับประทานเอง มากกว่าเป็นของขวัญหรือของฝาก |
| ซูเปอร์ มาร์เก็ตทั่วไป | มีการขายใน 2 รูปแบบ ได้แก่ ขายใน รูปแบบผลไม้ทั้งผล หรือขายในรูปแบบ Cut Fruit ซึ่งจะขึ้นอยู่กับชนิดของผลไม้ โดยเน้นความสะดวกและความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก | มีผลไม้ให้เลือกหลากหลายเกรด ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกที่มากขึ้น เป็นผลให้ผลไม้ที่วางขายบางประเภท ที่ลูกค้าไม่คุ้นเคย ไม่ถูกเลือกซื้อ เช่น ผลไม้จากประเทศไทย |

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ



ที่มา: www.jma.or.jp/foodex/about/index.html#about_intro

ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการส่งออกผลไม้สดไปยังประเทศญี่ปุ่น สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย FOODEX JAPAN จัดขึ้นที่ Tokyo Big Sight, Koto ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างเดือนมีนาคมของทุกปี ภายในงานจะได้พบกับผู้นำเข้าผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง และผู้จัดจำหน่ายผลไม้สดจำนวนมาก (B2B) สามารถติดตามรายละเอียดได้ที่ www.jma.or.jp/foodex/en/

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

FUNASHO CO.LTD.

SUNRISE FARM CO.LTD.

KOBE YOKO LTD.

MC AGRI ALLIANCE LTD.

GREAT GIANT FOODS JAPAN LTD.

TMVS FOODS

NIKKO FOODS LTD.

NIKYOSHOJI CO.LTD

ASIA55 FOODS SERVICE COMPANY LTD.

MC FOODS LTD.

GLOBAL FRUIT CO.LTD.

ROYAL CO LTD.

TAIYO KAGAKU COMPANY LTD.

SL JAPAN CO LTD.

NIHON FARM CORP.

MAR CO LTD.

CARGILL JAPAN LTD.

SC FOODS CO .LTD

AISS CORP.

WEBSITE

<https://www.funasho-group.co.jp>

<https://www.sunrisefarmvt.com>

<https://kobeyoko.co.jp>

<https://mc-agrialliance.com>

<https://www.greatgiantfoods.com>

<http://www.tmvfoods.jp>

<https://www.k-nikko.com>

<http://nikyoshoji.com>

<https://www.japanfoodservice.co.jp>

<https://www.mcfoods.co.jp>

<https://www.globalfruit.org>

<http://www.royal-jp.com>

<https://www.taiyokagaku.com>

<https://sljapan.co.jp>

<https://nihon-agri.com>

<https://www.mar-corp.com>

<https://www.cargill.com>

<https://www.scfoods.co.jp>

<http://www.aiss-corp.jp>

IMPORTER NAME

DEL MONTE INTERNATIONAL GMBH

FIELDEST CO.LTD.

BOMPEX JAPAN LTD.

DAH CHONG HONG JAPAN LTD.

WATARI CO LTD.

AL-FLAH TRADING CO

WEBSITE<https://freshdelmonte.com><https://www.fieldest.com><https://www.bompexjapan.com><https://www.dch-japan.com><http://www.watari.com><http://al-flah.com>

ที่มา : Trade Atlas (2023)

แนวทางการส่งออก (Export solutions)

ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายด้วยการส่งออกสินค้า “ผลไม้สด” ไปประเทศญี่ปุ่น ต้องปฏิบัติตามมาตรการส่งออกของไทย และมาตรการการนำเข้าผลไม้ที่ทางการญี่ปุ่น ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งออกสินค้าผลไม้สดไปยังประเทศญี่ปุ่น สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทยควรเลือกตู้สินค้า Reefer Container เพื่อควบคุมอุณหภูมิ ทำให้ผลไม้สด ไม่เน่าเสีย ในการขนส่งทางเรือจะช่วยลดต้นทุนในการขนส่ง ซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและมีการแปรรูปเรียบร้อยแล้ว ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทาง ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามผู้นำเข้าที่ต้องการ โดยความรับผิดชอบค่าขนส่งสินค้าจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงและสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้า สามารถหาตัวแทนส่งสินค้าได้จาก <https://www.tnsc.com>

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1. มาตรการและกฎหมายการส่งออกจากไทย

ผู้ประกอบการที่จะส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง ไปประเทศญี่ปุ่น จะต้องปฏิบัติตามมาตรการส่งออกของประเทศไทย ดังนี้

จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรไปนอกราชอาณาจักร

ผู้ประสงค์จะส่งออกพืชควบคุมเฉพาะไปประเทศญี่ปุ่นจะต้องจดทะเบียนผู้ส่งออก หมายเลขทะเบียน JP-XX-XXX โดยยื่นคำร้องขอหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ ได้ที่กลุ่มจดทะเบียนและออกใบรับรอง ที่กลุ่มประสานการตรวจรับรองมาตรฐาน กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร ที่เว็บไซต์ www.doa.go.th/psco/ เลือกแบบฟอร์ม คำร้องขอจดทะเบียนผู้ส่งออสดาว์นโหลดแบบฟอร์มโดยเลือกตามประเทศผู้นำเข้า

แผนภาพที่ 3 เว็บไซต์กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช สำหรับจดทะเบียนผู้ส่งออกสินค้าเกษตรไปนอกราชอาณาจักร



ที่มา: กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร (2023)

- ผู้ส่งออกต้องใช้ผลผลิตจากแปลง GAP ที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร
- ผู้ส่งออกต้องใช้โรงคัดบรรจุสินค้าที่ได้การรับรอง GMP และ HACCP และเป็นโรงคัดบรรจุที่ได้ขึ้นทะเบียนโรงงานผลิตสินค้าพืชกับกรมวิชาการเกษตรแล้ว (ยื่นขอได้ที่กลุ่มพัฒนาระบบตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช)
- หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผักและผลไม้ไปต่างประเทศ มีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ออกเอกสาร

ผู้ประกอบการต้องยื่นขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ผักและผลไม้สด

ที่กลุ่มจดทะเบียนและออกใบรับรอง กองพัฒนาระบบ และรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร (www.doa.go.th/psco/wp-content/uploads/2020/06/B-4.pdf) โดยหลักฐานที่ใช้ยื่นขอใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ผักและผลไม้สด ประกอบด้วย

- แบบคำขอใบรับรองสุขอนามัย (แบบ พ.ก. 11)
- ใบแนบท้ายแบบคำขอใบรับรองสุขอนามัย (แบบ พ.ก 11.1)
- ใบรับรองมาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP) จากกรมวิชาการเกษตรยอมรับตรงตามชนิดพืชที่ขอใบรับรอง
- ใบรับรองโรงคัดบรรจุสินค้าตามหลักปฏิบัติที่ดีในการผลิต (GMP) จากกรมวิชาการเกษตร หรือมาตรฐานที่กรมวิชาการเกษตรยอมรับ
- ใบรับรอง HACCP หรือประยุกต์ใช้หลักการ HACCP
- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้ขอใบรับรอง
- สำเนาจดทะเบียนนิติบุคคล
- หนังสือมอบอำนาจ (กรณีผู้มีอำนาจลงนามมอบอำนาจให้ผู้อื่นดำเนินการแทน)

1. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มีใช้ภาษีของประเทศญี่ปุ่น

อัตรารภาษีนำเข้าสินค้า

มะม่วงพิกัดศุลกากร 08.04.50.20. และกล้วย ได้รับการยกเว้นภาษีอากรจากข้อตกลง JTEPA มีอัตรารภาษีอยู่ร้อยละ 0 ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ SME ควรปรึกษาตัวแทนผู้ส่งออกหรือตรวจสอบพิกัดศุลกากรก่อนส่งออกหรือตรวจสอบพิกัดศุลกากรก่อนส่งออกที่ <http://itd.customs.go.th/> หรือ <https://www.customs.go.jp>

มาตรการนำเข้าสินค้า

ประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช จึงมีความเข้มงวดในการควบคุมตรวจสอบผักและผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้า เช่น การกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits : MRLs) ของสารเคมี จึงกำหนดให้ผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับไปด้วยทุกครั้งจากประเทศต้นทางของสินค้า ซึ่งใบรับรองที่ต้องขอเพิ่มเติมเพื่อผ่านมาตรฐานนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศของประเทศญี่ปุ่นมีดังนี้

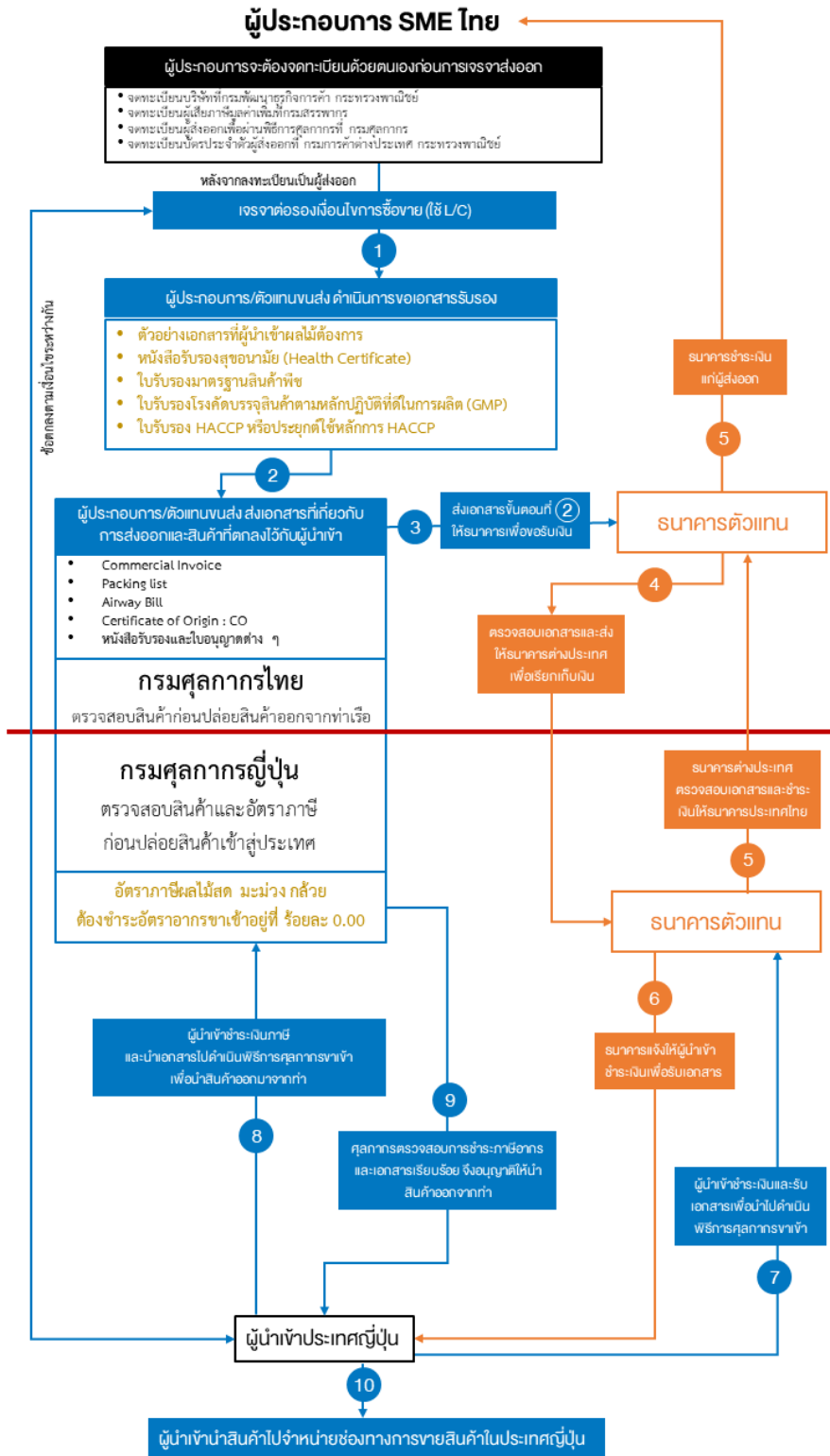
ขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate)

ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกผลไม้สดไปญี่ปุ่น โดยเฉพาะมะม่วงเป็นพืชควบคุมเฉพาะสำหรับการส่งออกไปญี่ปุ่น ต้องผ่านการอบไอน้ำเพื่อกำจัดแมลงวัน และขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ได้ที่สำนักวิจัยและพัฒนาการอารักขาพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ที่ e-phytoexporter.doa.go.th/Home/Register หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่จะได้ทำการไปตรวจโรงงานอบไอน้ำแล้วออกใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ให้ผู้ประกอบการต่อไป

ผู้ประกอบการขอเข้าร่วมโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (control measure)” ที่เป็นข้อตกลงระหว่างกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของไทย และกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (Ministry of Health Labor and Welfare : MHLW) ของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งครอบคลุมมะม่วง มะม่วงแช่แข็ง มะม่วงแช่แข็งแห้ง (พริชตราย) กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง มังคุด และกล้วย โดยตัวแทนจาก MHLW ของญี่ปุ่นจะเป็นผู้มาเข้าร่วมตรวจสอบคุณภาพของผลไม้สดเพื่อส่งออกที่ไทย เมื่อผ่านการพิจารณาจากกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่นแล้ว ก็จะได้ใบรับรองมาตรฐาน (Control Measure) ซึ่งจะทำให้ได้รับการยกเว้นการกักกัน ณ ด่านทั่วประเทศญี่ปุ่น ผู้ประกอบการสามารถขอเข้าร่วมโครงการได้ที่ กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ <https://www.doa.go.th/covid-19/psco5.html>

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าผลไม้สดไปประเทศญี่ปุ่น



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

