

พฤศจิกายน ๒๐๒๓

อินเดียตั้งเป้าหมายมูลค่าการส่งออกอาหารทะเล ๑๔ พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี ๒๐๒๕
พร้อมทั้งเพิ่มสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มให้ได้เป็นสองเท่า ภายในปี ๒๐๓๐



แหล่งที่มา: businessline

หน่วยงานพัฒนาการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเล หรือ Marine Products Exports Development Authority (MPEDA) ของรัฐบาลอินเดีย กำลังผลักดันให้เพิ่มการผลิตอาหารทะเลมูลค่าเพิ่ม (Value-added seafood) เป็นสองเท่า เนื่องจากสินค้าอาหารทะเลมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการมากขึ้นในสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และเอเชียบางพื้นที่

จากสถิติอาหารทะเลในตลาดโลกมีมูลค่ารวม ๑๘๙ พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยเป็นส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ ๑๘ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ ๓๔ พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยอินเดียครองสัดส่วนตลาดอาหารทะเลร้อยละ ๔.๓ ของตลาดโลก ขณะที่ครองสัดส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลมูลค่าเพิ่มร้อยละ ๒.๕ ของตลาดโลก โดยอินเดียถือเป็นผู้ผลิตและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำรายใหญ่อันดับสองของโลก เป็นผู้ผลิตปลาขนาดใหญ่ อันดับสามของโลก และเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลอันดับสี่ของโลก สำหรับผู้นำเข้าอาหารทะเลรายสำคัญของอินเดียในปัจจุบัน คือ สหรัฐอเมริกา จีน ยุโรป เอเชีย ญี่ปุ่น และตะวันออกกลาง ดังนั้น อินเดียจึงวางแผนตั้งเป้าเข้าครองสัดส่วนตลาดอาหารทะเลและกลายเป็นผู้ส่งรายใหญ่อันดับหนึ่ง จึงได้ตั้งเป้าที่จะส่งออกอาหารทะเลให้ได้มูลค่า ๑๔ พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี ๒๐๒๕

ทั้งนี้ ในปี ๒๐๒๒-๒๐๒๓ อินเดียได้ส่งออกอาหารทะเลเป็นปริมาณ ๑.๗ ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า ๘.๐๙ พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยเป็นส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ ๑๐ หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ ๘๖๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ MPEDA และได้กำหนดเป้าหมายว่าภายในปี ๒๐๓๐ สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มจะต้องเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ เพื่อให้รองรับความต้องการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

อย่างไรก็ดี รายการสินค้าส่งออกหลักของอินเดียที่มีการสั่งซื้อลดลง ได้แก่

- กุ้งแช่แข็ง (ส่งออกกุ้งกุลาดำมากขึ้น แต่กุ้งขาวแวนนาไมลดลง)
- ปลาแช่แข็ง
- อื่นๆ อาทิ ซูริมิ หมึกสาย/หมึกยักษ์ (Octopus) แช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋อง ล็อบสเตอร์แช่แข็ง
- หมึกกล้วย/หมึกกระดอง (Squid) แช่แข็ง
- อาหารทะเลแห้ง
- อาหารทะเลแช่เย็น

นอกจากนี้ อินเดียยังมีคู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ไทย เวียดนาม และจีน

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ รัฐบาลอินเดียยังมีแผนที่จะจัดฝึกอบรมให้บริษัทอาหารทะเลของอินเดียทราบถึงแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหารทะเล รวมถึงให้ความช่วยเหลือทางการเงิน และอื่นๆ เพื่อสนับสนุนให้เปลี่ยนจากการทำประมงชายฝั่งเป็นประมงน้ำลึก เนื่องจากปลาทูน่าเป็นที่ต้องการสูงในตลาดโลก และอินเดียก็มีศักยภาพที่จะเพิ่มความสามารถในการจับปลาทูน่าให้มีปริมาณมากขึ้นได้ โดยทุกวันนี้อินเดียจับปลาทูน่าจากเขตเศรษฐกิจจำเพาะ (Exclusive Economic Zone: EEZ) เพียงร้อยละ ๑๒ ทำให้คาดว่าจะสามารถจับปลาทูน่าได้ถึงประมาณ ๑๗๙,๐๐๐ เมตริกตันต่อปี อินเดียจึงสนับสนุนให้ธุรกิจ Start-Ups ดำเนินธุรกิจประมงน้ำลึก รวมทั้งร่วมมือกับหน่วยงานวิจัยของอินเดียศึกษาวิธีการจับปลาที่ปลอดภัยและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ขณะที่ด้านผู้ส่งออกของอินเดียได้ขอให้ MPEDA พิจารณายกเลิกภาษีสำหรับเกลือคานมปัง ซอส แป้งฝุ่น ชิมะพร้าว ภาตพลาสติก รวมถึงส่วนประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตอาหารทะเลที่มีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนยกเว้นภาษีอากรขาเข้าของอินเดียร้อยละ ๑-๓ ของมูลค่า FOB ของการส่งออกที่มีมูลค่าเพิ่ม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและสร้างรายได้เปรียบทางด้านราคาให้กับสินค้าอินเดียในตลาดโลกมากขึ้น

ความเห็นของ สคต. ณ เมืองเจนไน

๑. ปี ๒๐๒๒ ไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารทะเล* อันดับที่ ๕ ของโลก รองจาก จีน นอร์เวย์ เวียดนาม และอินเดีย โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลีย และแคนาดา สำหรับสินค้าส่งออกสำคัญคือ ปลาทูน่า สัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซีย กุ้งบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ สัตว์น้ำจำพวกโมลลัสก์ ปลาที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย ขณะที่ตลาดส่งออกหลักของอินเดีย คือ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น เวียดนาม และไทย โดยสินค้าส่งออกสำคัญของอินเดีย ได้แก่ สัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซีย สัตว์น้ำจำพวกโมลลัสก์ กุ้งบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ ปลาแช่เย็นจนแข็ง และเนื้อปลาแบบฟิลเล สด แช่เย็น หรือแช่แข็ง ทั้งนี้ หากอินเดียเร่งผลักดันศักยภาพเพื่อครองตลาดส่งออกอาหารทะเลสนับสนุนการทำประมงน้ำลึกเพื่อจับปลาทูน่าให้ได้เพิ่มศักยภาพ ในอนาคตการส่งออกปลาทูน่าและอาหารทะเลของไทยอาจได้รับผลกระทบและเสียส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นได้

อย่างไรก็ดี ในส่วนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่มีมูลค่าเพิ่ม ไทยอาจมีข้อได้เปรียบกว่าอินเดียในเรื่องของนวัตกรรม เทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลจึงควรเตรียมพร้อม ปรับตัวและตั้งรับแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยรักษาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคาที่เหมาะสมผลเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดียิ่งขึ้น

๒. ขณะเดียวกันตลาดอินเดียก็นับเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทยที่มีกำลังและสนใจแสวงหาแหล่งวัตถุดิบอาหารทะเลเพื่อแปรรูปสำหรับการส่งออก หรือประสงค์จะขยายธุรกิจด้วยการร่วมทุน เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบที่ดี ค่าจ้างแรงงานต่ำ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านราคาในตลาดโลก นอกจากนี้ หากได้องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของไทยไปต่อยอดการดำเนินธุรกิจร่วมกับ Partner หรือพันธมิตรอินเดียที่ดี จะยิ่งช่วยสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจในตลาดอินเดียประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

หมายเหตุ *ข้อมูลจาก GTA : HS Code ๐๓, ๑๖๐๔ และ ๑๖๐๕

แหล่งที่มา :

- *'India sets USD 1.6 billion target for value-added seafood production by 2030'*, Sea food Source, 28 November 2023
<https://www.seafoodsource.com/>
- *'India aims to double seafood value addition by 2030'*, businessline, 24 November 2023
<https://www.thehindubusinessline.com/>
- *'India's seafood exports touch an all-time high...'*, Press Information Bureau, 14 June 2023
<https://pib.gov.in/>