

“มาเลเซียกับกลยุทธ์ในตลาดผู้ซื้อ ทุเรียนผลใหญ่-ผลเล็ก ต่างมีที่ทางในระบบเศรษฐกิจ”

ในสวนทุเรียนของมาเลเซีย ทุกครั้งที่ฤดูกาลเปลี่ยนผ่าน เกษตรกรมักต้องตัดสินใจสำคัญว่า จะ “ตัดแต่งผล” โดยปลิดผลอ่อนบางส่วนออก เพื่อให้ผลที่เหลือเติบโตได้คุณภาพสูงขึ้น หรือจะคงผลทั้งหมดไว้ เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตสูงสุด การตัดสินใจดังกล่าวไม่เพียงเป็นเรื่องเทคนิคการเกษตร แต่ยังส่งผลต่อสมดุล อุปสงค์-อุปทาน ราคา และทิศทางตลาดทุเรียนโดยรวม

ประโยชน์ของการตัดแต่งผล: ยกระดับคุณภาพ-รักษาเสถียรภาพราคา

จากมุมมองตลาด การตัดแต่งผลช่วยให้ต้นทุเรียนส่งสารอาหารไปยังผลที่เหลือได้เต็มที่ ส่งผลให้ เนื้อหนา กลิ่นหอม รสชาติเข้มข้น และได้ขนาดตามมาตรฐานตลาดพรีเมียม ราคาทุเรียนเกรดสูง เช่น หมอนทอง พรีเมียม หรือสายพันธุ์ระดับท็อปในมาเลเซีย มักมีราคาสูงกว่าทั่วไปหลายเท่า

นอกจากนี้ การควบคุมปริมาณผลผลิตยังช่วยลดความเสี่ยง “ล้นตลาด” ในช่วงผลผลิตออกมาก ซึ่งอาจทำให้ราคาคงต่ำอย่างรุนแรง ถือเป็นกลไกบริหารอุปทานที่ช่วยค้าประกันรายได้ขั้นพื้นฐานให้เกษตรกร

กลยุทธ์เก็บผลทั้งหมด: โอกาสและความเสี่ยงควบคู่กัน

อย่างไรก็ตาม เกษตรกรบางรายเลือกเก็บผลไว้ทั้งหมด ซึ่งเท่ากับใช้ “กลยุทธ์สองทาง” โดยผลใหญ่ ส่งออกตลาดพรีเมียม ขณะที่ทุเรียนผลเล็กจำหน่ายในประเทศผ่านตลาดสดหรือช่องทางออนไลน์ ช่วยกระจาย ความเสี่ยงและเพิ่มช่องทางรายได้

ข้อดี คือ มีรายได้หลายระดับ ไม่ต้องพึ่งพาการส่งออกเพียงอย่างเดียว และลดการสูญเสีย จากการตัดทิ้งผลอ่อน แต่ความเสี่ยง คือ หากผลตกเกินไป สารอาหารอาจกระจายไม่เพียงพอ ทำให้คุณภาพ โดยรวมลดลง อีกทั้งหากตลาดทุเรียนผลเล็กรองรับไม่ทัน อาจเกิดปัญหาสินค้าค้างสต็อกได้

ผลเล็ก: จาก “ของรอง” สู่ตลาดใหม่

เดิมทีทุเรียนผลเล็กจากการตัดแต่งมักถูกมองว่าเป็น “สินค้ารอง” แต่ปัจจุบันกลับมีบทบาท เพิ่มขึ้นในตลาดภายในประเทศ ราคามักอยู่ที่ประมาณหนึ่งในสามของทุเรียนผลใหญ่ ทำให้ผู้บริโภครายได้ ปานกลางเข้าถึงทุเรียนได้ง่ายขึ้นในภาคอุตสาหกรรมแปรรูป เช่น ทุเรียนกวน ขนม และไอศกรีม ทุเรียนผลเล็ก กลายเป็นวัตถุดิบสำคัญ เนื่องจากราคาต่ำและมีปริมาณสม่ำเสมอ ช่วยเสริมความมั่นคงให้ห่วงโซ่อุปทาน

ข้อจำกัดของทุเรียนผลเล็ก

อย่างไรก็ตาม ทุเรียนผลเล็กยังเผชิญข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ กำไรต่อหน่วยต่ำ ต้นทุน แรงงานเก็บเกี่ยวใกล้เคียงผลใหญ่ คุณภาพไม่สม่ำเสมอ อายุการเก็บรักษาสั้น และยากต่อการเข้าสู่ตลาดส่งออก หรือซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียม



แนวทางบริหารจัดการตลาด

ผู้ประกอบการและเกษตรกรกำลังปรับกลยุทธ์เพื่อให้ “ทุเรียนผลใหญ่-ทุเรียนผลเล็ก” อยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุล เช่น

- แยกช่องทางจำหน่าย ทุเรียนผลใหญ่สู่ตลาดส่งออก ทุเรียนผลเล็กสู่ตลาดภายในประเทศ และโรงงานแปรรูป
- สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้ทุเรียนผลเล็ก เช่น “ขนาดพอเหมาะสำหรับ 1 คน”
- จัดทำระบบคัดเกรดแม้เป็นทุเรียนผลเล็ก เพื่อรักษาความเชื่อมั่นผู้บริโภค
- เพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปและแช่แข็ง
- ใช้เทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) เพื่อกำหนดระดับการตัดแต่งผลอย่างเหมาะสม

ผู้เชี่ยวชาญมองว่า การตัดสินใจในสวนทุเรียนเปรียบเสมือนหมากกระดานในระบบเศรษฐกิจตลาด ทุกผลผลิตไม่ว่าจะขนาดใด หากจัดการด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสม ก็สามารถสร้างมูลค่าได้

บทเรียนสำคัญ คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมทุเรียนอย่างยั่งยืน ไม่ได้อยู่ที่การผลิต “ใหญ่และสวย” เพียงอย่างเดียว แต่ต้องเข้าใจความต้องการที่หลากหลายของตลาด เพื่อให้ทรัพยากรถูกใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า และสร้างสมดุลระหว่างเกษตรกร ผู้บริโภค และระบบนิเวศการผลิตในระยะยาว

แปลและเรียบเรียงโดย สปช.ปกกิ่ง

แหล่งที่มา: <https://mp.weixin.qq.com/s/1ozGjO8hvYeWsATxqVMVaw>



Visit Now:
WWW.OPSMOAC.GO.TH/BEIJING , WWW.FACEBOOK.COM/MOAC.BEIJING

Office of Agricultural Affairs Royal Thai Embassy, Beijing