



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.



แนวโน้มตลาดทุเรียน และทุเรียนแกะพูในสหรัฐอเมริกาและโอกาสของไทย

1. สถานการณ์การนำเข้าทุเรียนของสหรัฐฯ

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกทุเรียนสดและแช่แข็งที่มีศักยภาพและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยสหรัฐอเมริกา นำเข้าทุเรียนหลักจากสี่แหล่ง คือ 1) ไทย 2) มาเลเซีย 3) เวียดนาม และ 4) ฟิลิปปินส์ และมากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดและแช่แข็งของตลาดสหรัฐฯ เป็นการนำเข้ามาจากไทยเป็นหลัก แม้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา ทุเรียนจากมาเลเซียเริ่มนำเข้ามายังตลาดสหรัฐฯ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2561 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 28.20 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นถึง 25.96 ล้านบาทจากปีที่ผ่านมา) ในขณะที่ การนำเข้าทุเรียนจากเวียดนามเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โดยในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าการนำเข้า 6.52 ล้านบาท (ตารางที่ 1)

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านบาท) ¹					สัดส่วนการนำเข้า (%)					
	2558	2559	2560	2561	2562	2558	2559	2560	2561	2562	เฉลี่ย
ไทย	77.26	81.42	112.61	149.43	155.46	100%	98%	98%	83%	86%	93%
มาเลเซีย	-	1.17	2.24	28.20	17.41	0%	1%	2%	16%	10%	6%
เวียดนาม	0.08	0.91	-	0.56	6.52	0%	1%	0%	0%	4%	1%
ฟิลิปปินส์	-	-	-	0.79	0.95	0%	0%	0%	0%	1%	0%
รวม	77.34	83.49	114.85	178.98	180.34	100%	100%	100%	100%	100%	100%

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้าทุเรียนของสหรัฐฯ และสัดส่วนการนำเข้าระหว่างปี 2558 – 2562

ที่มา : United States International Trade Commission



ภาพที่ 1 ทุเรียนที่นำมาจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตเอเชียในสหรัฐฯ โดยมีการรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน Q Mark จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

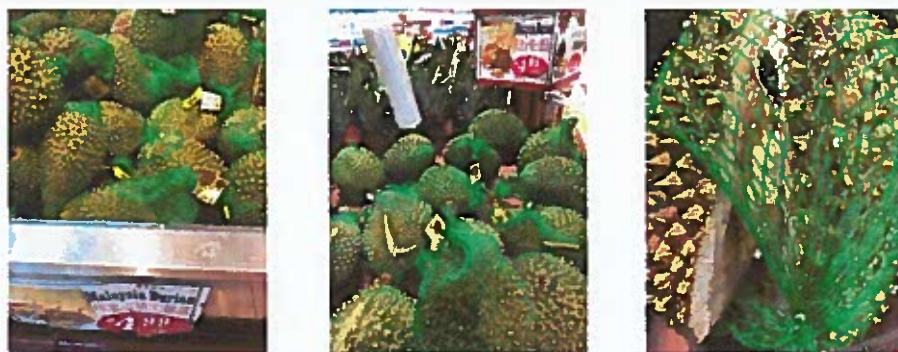
¹ อัตราแลกเปลี่ยนของธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 17 ก.ย. 63 อยู่ที่ 31.195 บาท ต่อ 1 เหรียญสหรัฐ



ภาพที่ 2 ทูเรียนสดแบบแกะพูของไทย ที่จำหน่ายในตลาดสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 3 ทูเรียนแช่แข็งจากประเทศเวียดนามที่มีการนำเข้มายังตลาดสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 4 ทูเรียนแช่แข็งจากประเทศมาเลเซียที่มีการนำเข้มายังตลาดสหรัฐอเมริกา

2.แนวโน้มการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดและทุเรียนแช่แข็งของไทย

ในปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยส่งออกทุเรียนมายังสหรัฐฯ คิดเป็นมูลค่า 701.38 ล้านบาท โดยสินค้าทุเรียนส่วนใหญ่ที่ส่งไปตลาดสหรัฐฯ จะเป็นทุเรียนแช่แข็งและทุเรียนสด โดยทุเรียนแช่แข็งจะเป็นสินค้าส่งออกหลักในตลาด คิดเป็นมูลค่า 3 ใน 4 ของการส่งออกทุเรียนในแต่ละปี โดยในปี พ.ศ. 2562 ทุเรียนแช่แข็งมีมูลค่า 509.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 73 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียน ขณะที่ ทุเรียนสดมีการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ มีมูลค่า 192.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 27 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียน

แต่อย่างไรก็ตาม แนวโน้มตลาดกำลังเปลี่ยนไป การส่งออกทุเรียนสดกำลังขยายตัวสูงขึ้นในตลาดสหรัฐฯ ทั้งนี้ โดยภาพรวมการส่งออกทุเรียนไทยไปยังสหรัฐฯ ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2562 ทุเรียนสด มีอัตราการเติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 48 ต่อปี ขณะที่ ทุเรียนแช่แข็งมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 10 ต่อปี แสดงให้เห็นว่า ความนิยมของทุเรียน โดยเฉพาะทุเรียนสดในตลาดสหรัฐฯ กำลังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (ตารางที่ 2 และ 3)

หน่วย : ล้านบาท

ชนิด	2558	2559	2560	2561	2562	2562 (YTD)	2563 (YTD)
ทุเรียนสด	42.12	68.96	81.75	149.89	192.16	138.25	112.68
ทุเรียนแช่แข็ง	413.13	516.63	315.02	438.96	509.22	201.27	144.31
รวม	455.25	585.59	396.77	588.85	701.38	339.52	256.99

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกทุเรียนไทยสู่สหรัฐฯ ระหว่างปี 2558– 2563 (มกราคม – กรกฎาคม)

ที่มา : กรมศุลกากร

ชนิด	2559	2560	2561	2562	2563 (YTD)	เฉลี่ย
ทุเรียนสด	64%	19%	83%	28%	-18%	48%
ทุเรียนแช่แข็ง	25%	-39%	39%	16%	-28%	10%
รวม	29%	-32%	48%	19%	-24%	16%

ตารางที่ 3 การขยายตัวมูลค่าการส่งออกทุเรียนไทยสู่สหรัฐฯ ระหว่างปี 2558– 2563 (มกราคม – กรกฎาคม)

ที่มา : กรมศุลกากร

3. การสำรวจทุเรียนสดแบบแกะพูแช่เย็นในตลาดและการสัมภาษณ์ผู้นำเข้า

เมื่อสำรวจทุเรียนสดแบบแกะพูแช่เย็นในตลาดสหรัฐฯ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้นำเข้าทุเรียนสดแบบแกะพูในสหรัฐฯ รายหนึ่งที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ทุเรียนสดแบบแกะพูกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในตลาดผู้บริโภคชาวเอเชียในสหรัฐฯ แม้ว่าการระบาดของไวรัส COVID-19 จะทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงและทำให้ราคาทุเรียนสดแบบแกะพู

ในตลาดสูงชันกว่าปีก่อนก็ตาม แต่ทุเรียนสดแบบแกะพูยังสามารถจำหน่ายได้ดี (สอดคล้องกับข้อมูลกรมศุลกากรที่รายงานว่า สถิติการส่งออกทุเรียนสดในเดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม 2563 มีมูลค่าการส่งออกรวม 165.08 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา 34 ล้านบาท หรือร้อยละ 26)

นอกจากนี้ ในด้านของจำนวนผู้ขายทุเรียนสดแบบแกะพูในตลาดสหรัฐฯ พบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมากซึ่งอาจเกิดจากผู้ประกอบการเล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจสร้างรายได้ในสินค้ากลุ่มนี้ นอกจากนี้ ปัจจุบันยังพบเห็นยี่ห้อทุเรียนสดแบบแกะพูที่หลากหลายในตลาดสหรัฐฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นทุเรียนสดที่นำเข้าจากผู้ประกอบการชาวไทยเป็นหลักและจำหน่ายในสองช่วงราคา คือ ในช่วงราคา 35 – 40 เหรียญสหรัฐต่อกล่อง และในช่วงราคา 30 – 32 เหรียญสหรัฐต่อกล่อง ผ่านวิธีการจำหน่ายทางออนไลน์ การส่งถึงบ้าน หรือผ่านการขายด้วยตัวแทนจำหน่ายตามเมืองต่างๆ ในสหรัฐฯ รวมไปถึงการจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เกตของชาวเอเชียต่างๆ

และจากการสำรวจทุเรียนสดแกะพูของไทยที่นำมาจำหน่ายบนสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) พบว่าเป็นสายพันธุ์หมอนทองเป็นส่วนใหญ่ โดยมีบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นลักษณะของกล่องพลาสติกใส น้ำหนักบรรจุประมาณ 500 กรัมต่อกล่อง มีกระบวนการกระจายสินค้าผ่านทางเครื่องบินสำหรับจำหน่ายทั่วสหรัฐฯ และมีแหล่งกระจายสินค้าหลักอยู่ที่นครลอสแอนเจลิส (Los Angeles) รัฐแคลิฟอร์เนีย โดยจากการสำรวจใน Facebook จะพบสินค้าทุเรียนสดแบบแกะพูของไทยยี่ห้อต่างๆ ดังนี้ (ตารางที่ 4)

ยี่ห้อ	ราคา/ กิโลกรัม	รูป	เว็บไซต์	บริษัท
BSF	\$30		http://www.blacksmithfoods.com/	Black Smith Food
Royal Thai Fresh	\$35 - 38		https://www.facebook.com/craving.thai.7	ไม่ได้ระบุ
Siam Sunshine	\$35		https://www.siamsunshine.com/	Siam Sunshine Intertrade Co.,Ltd.
Siam Supreme	\$35		https://www.facebook.com/siamdurianusa/	ไม่ได้ระบุ

Uncle's Tou	\$40		www.tousyrup.com	Atipat Trading Co.
Siam Jumbo	\$35		https://www.facebook.com/DurianSiamjumboLA	ไม่ได้ระบุ
Signature	\$35 - 40		https://www.facebook.com/Duriansignature	Korakot Inter Group Co., LTD
Gold Digger	\$35		https://www.facebook.com/eddy.taengkaew	ไม่ได้ระบุ

ตารางที่ 4 ยี่ห้อของทุเรียนสดแกะพูที่พบในเว็บไซต์ Facebook.com ณ เดือนกันยายน 2563

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

ทั้งนี้ ช่วงราคาที่แตกต่างกัน (ในช่วงราคา 35 – 40 เหรียญสหรัฐต่อกล่อง และในช่วงราคา 30 – 32 เหรียญสหรัฐต่อกล่อง) ผู้ส่งออกที่ให้การสัมภาษณ์ เห็นว่า เป็นเรื่องของคุณภาพของสินค้าที่มีการคัดเกรดที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้ส่งออก ยังคาดการณ์ว่า การนำเข้าของไทยจะสามารถนำเข้าทุเรียนสดแบบแกะพูมาจำหน่ายยังตลาดสหรัฐฯ ได้ตลอดทั้งปีนี้ (พ.ศ. 2563) แต่อาจต้องคำนึงถึงเรื่องคุณภาพของทุเรียน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญของทุเรียนสดแบบแกะพูเพื่อการส่งออก โดยทุเรียนที่มีคุณภาพดีเหมาะสมต่อการส่งออกคือ ทุเรียนในช่วงเดือนเมษายน – เดือนกรกฎาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่มีผลผลิตทุเรียนในตลาดมาก สามารถคัดทุเรียนคุณภาพดีมาผลิตเป็นทุเรียนแกะพูได้ แต่หลังจากนั้นคือ ในช่วงฤดูฝน (เดือนสิงหาคม - เดือนกันยายน) คุณภาพของทุเรียนจะลดลง เพราะตามธรรมชาติของทุเรียนเมื่อได้รับน้ำฝนปริมาณมากจะทำให้เกิดอาการทุเรียนไส้ซึม ไส้หรือแกนของผลทุเรียนและทำให้คุณภาพของเนื้อไม่ดี เป็นสาเหตุให้ปริมาณการนำเข้าทุเรียนในช่วงฤดูฝนลดลง เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคม – เดือนกุมภาพันธ์ ที่ได้รับผลกระทบจากผลผลิตทุเรียนในไทยลดลง

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการจำหน่ายทุเรียนสดแบบแกะพูคือ สินค้าทุเรียนเป็นสินค้าสดที่เน่าเสียได้ง่าย อายุการเก็บรักษาสั้น (ทุเรียนแกะพูที่บรรจุในกล่องพลาสติกมีอายุในการเก็บรักษาประมาณ 7 – 15 วันขึ้นอยู่กับคุณภาพทุเรียนในช่วงนั้น) จำเป็นต้องเก็บรักษาในตู้เย็นตลอดเวลา ดังนั้น การผลิตและขนส่งจึงต้องมี

มาตรฐานที่ดี มิฉะนั้น ทุเรียนสดแบบแกะพูที่ส่งออกมาจะมีคุณภาพไม่ดี เนื้อเละ จนถึงเน่าเสียได้ ส่งผลให้ไม่สามารถนำมาจำหน่ายได้หรือถูกปฏิเสธการนำเข้า ซึ่งเป็นความเสี่ยงของธุรกิจประเภทนี้

ผู้นำเข้ายังกล่าวอีกว่า จุดแข็งของทุเรียนแกะพู คือ ผู้เชื่อมั่นใจว่าจะได้รับประทานทุเรียนสดคุณภาพดีแน่นอน เพราะสามารถมองเห็น และตรวจสอบได้ แม้ว่าจะต้องจ่ายในราคาเพิ่มขึ้น ในขณะที่ทุเรียนสดแบบผลจะมีราคาต่ำกว่า แต่ผู้บริโภคไม่อาจทราบได้เลยว่าจะได้รับประทานทุเรียนคุณภาพดีหรือไม่

ข้อเสนอแนะสำหรับสินค้าทุเรียนโดยเฉพาะสินค้าทุเรียนสดแบบแกะพู

1) ควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบที่สนใจส่งออกทุเรียนมายังตลาดสหรัฐฯ ให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากยังมีช่องว่างทางการตลาดโดยเฉพาะสำหรับสินค้าทุเรียนสดแบบแกะพูในตลาดสหรัฐฯ อยู่อีกมากและปัจจุบันตลาดส่งออกทุเรียนของไทยพึ่งพาการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีนเป็นหลัก (ปี 2562 ประเทศไทยส่งออกทุเรียนไปยังจีน ร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียนทั้งหมด) ขณะที่ เกษตรกรไทยมีการปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นทุกปี หากมองในแง่การกระจายความเสี่ยงเชิงธุรกิจแล้ว ตลาดสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีศักยภาพและสามารถกระจายความเสี่ยงให้กับสินค้าทุเรียนของไทยได้ หากเกิดกรณีความต้องการทุเรียนในตลาดจีนลดลง ตลาดสหรัฐฯ จึงเป็นตลาดหนึ่งที่มีความน่าสนใจลงทุนในการส่งออก นอกจากนี้ การส่งออกทุเรียนมายังตลาดอื่น เช่น สหรัฐฯ ยังช่วยสร้างเสถียรภาพด้านราคาทุเรียนของไทยไม่ให้เกิดการผูกขาดและการเอาเปรียบด้านราคาจากพ่อค้าจีน

2) แนวโน้มความต้องการทุเรียนสดในตลาดสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น และการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทยในตลาดสหรัฐฯ มีการแข่งขันที่สูงขึ้นตาม การควบคุมคุณภาพจากสินค้าส่งออกจากประเทศไทยจึงต้องเข้มงวด เนื่องจากผู้ประกอบการต่างพยายามลดต้นทุนสินค้า เพื่อให้สินค้าต้นมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น อาจทำให้เกิดปัญหาทุเรียนคุณภาพต่ำเข้ามาจำหน่ายในตลาด เกิดความเสียหายกับภาพลักษณ์ของสินค้าไทยได้ ทั้งนี้ ในปัจจุบันทราบว่าเริ่มมีผู้ประกอบการบางรายทำการตลาดแบบตัดราคา โดยนำทุเรียนสดแบบแกะพู มาจำหน่ายในราคาเพียง 25 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ 1 กล่อง ซึ่งราคาดังกล่าวแตกต่างจากผู้ประกอบการเจ้าอื่นถึง 10-15 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ 1 กล่อง

3) ปัจจุบันการส่งออกทุเรียนสดแบบแกะพู ต้องส่งออกทางเครื่องบินเท่านั้น ทำให้ต้นทุนราคาทุเรียนสูงกว่าทุเรียนสดแบบผลมีราคาจำหน่าย 12 – 15 เหรียญสหรัฐฯต่อปอนด์ (LB) ราคาทุเรียนสด 1 ผลจะมีราคาจำหน่ายประมาณ 48 – 60 เหรียญสหรัฐฯ กรณีหากสามารถพัฒนาวิธีการเก็บรักษาทุเรียนสดให้สามารถส่งออกทางเรือได้ จะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิต และผลักดันให้สามารถขยายการส่งออกทุเรียนไทยโดยเฉพาะทุเรียนสดแบบแกะพูในตลาดสหรัฐฯ ได้มากขึ้น

4) การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI (Geographical Indication) สำหรับสินค้าทุเรียนสายพันธุ์สำคัญของไทย เช่น หมอนทอง เป็นอีกกลยุทธ์ทางการตลาดหนึ่งที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรไทยได้ โดยปัจจุบัน สินค้า GI ของไทย มีทั้งสิ้น 122 สินค้าเป็นสินค้าประเภทผักและผลไม้ 63 รายการ โดยมีการขึ้นทะเบียน GI กับทุเรียนบางสายพันธุ์ เช่น ทุเรียนนนท์ ทุเรียนป่าละอู ทุเรียนปราชญ์ ทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์

ทุเรียนหลินลับแลอุดรดิตต์ ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ ทุเรียนในวงระนอง ทุเรียนสาธิตกาฬงา เป็นต้น (ข้อมูลจากกรม
ทรัพยากรทางปัญญา <http://www.ipthailand.go.th/th/gi>)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2563