

ทุเรียน

ประจำสัปดาห์ที่ 5 เดือนธันวาคม 2564 (27 ธ.ค. - 30 ธ.ค. 64)

	2561	2562	2563	2564*	± %Δ
ผลผลิต (ตัน)	759,829	1,024,794	1,115,998	1,225,448	9.81
- ภาคตะวันออก	405,094	497,396	552,198	577,726	4.62
- ภาคใต้	311,841	482,140	518,896	594,439	14.56
- ภาคอื่นๆ	42,894	45,258	44,904	53,283	18.66
ช่วงผลผลิตออกมา/แหล่งผลิตสำคัญ					
- ภาคตะวันออก	เม.ย.-พ.ค. จันทบุรี ระยอง ตราด				
- ภาคใต้	ก.ค. - ส.ค. ชุมพร ยะลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี				
พื้นที่ให้ผล (กก.)	675,343	729,466	797,553	843,166	5.72
ผลผลิต/ไร่	1,125	1,405	1,399	1,453	3.86
มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)	76	105	127	N/A	-
การบริโภค (ตัน)					
- บริโภคสด	225,774	316,892	437,080	N/A	
- แปรรูป	15,197	20,496	22,320	N/A	
การส่งออก (สด+แช่แข็ง+แปรรูป)				ม.ค.- พ.ย.	
- ปริมาณ (ตัน)	518,858	680,873	649,323	903,242	
- มูลค่า (ล้านบาท)	40,256	51,036	71,949	115,357	
ประเทศคู่ค้า					
ทุเรียนสด	จีน 87% ออสเตรเลีย 8% เวียดนาม 4% อื่นๆ 1%				
ทุเรียนแช่แข็ง	จีน 91% สหรัฐฯ 6% อื่นๆ 3%				

สถานการณ์ปัจจุบัน
 - ในประเทศ : ทุเรียนตามฤดูกาลปี 2564 ออกสู่ตลาดหมดแล้ว แต่ในบางพื้นที่มีทุเรียนนอกฤดู (ทุเรียนหวาน) ออกสู่ตลาดประปราย

1. สถานการณ์การผลิตและการตลาด

1.1 ผลผลิต ปี 2564 สศก. คาดว่าผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2563 เนื่องจากเกษตรกรปรับเปลี่ยนจากยางพารา พืชไร่ ผลไม้อื่นๆ มาปลูกทุเรียนและมีการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มขึ้น ซึ่งเริ่มปลูก ปี 59 และคาดว่า จะเริ่มให้ผลผลิตในปี 64 จากการที่ราคาทุเรียนที่ผ่านมามีอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสภาพภูมิอากาศในปี 2564 เอื้ออำนวยต่อการออกดอกและติดผล ตลอดจนเกษตรกรให้การบำรุงดูแลดีขึ้น ส่งผลให้ต้นทุเรียนสมบูรณ์ให้ผลผลิตได้มากขึ้น

1.2 การตลาด ขณะนี้มีนักลงทุนที่เป็นนักลงทุนได้เข้ามาลงทุนธุรกิจทุเรียนในจังหวัดชุมพรจำนวนมาก ไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ ไร่ ทั้งโรงงานทุเรียนแปรรูป และทุเรียนสด ทำให้เกิดการแข่งขันการรับซื้อผลให้ราคาปรับสูงขึ้น

2. แนวทางการตลาดของกระทรวงพาณิชย์

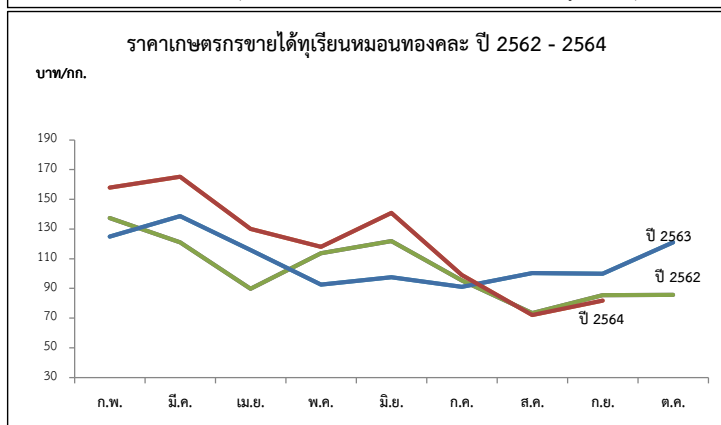
2.1 ตลาดภายในประเทศ ต้นน้ำ 1) เชื่อมโยงกระจายออกนอกแหล่งผลิต, 2) เชื่อมโยงกระจายด้วยรถเร่ผลไม้, 3) เชื่อมโยงส่งผ่านไปรษณีย์ไทย+กิจกรรม Business Matching และจัดหาพื้นที่ให้เกษตรกรผ่านตลาดห้างฯ ห้างท้องถิ่น **กลางน้ำ** ขุดเขยดอกเบ็ญ 3% 6 เดือน ให้เกษตรกร/สถาบันผู้ประกอบการ

ปลายน้ำ 1) ผลักดันส่งออก กก.ละ 5 บาท, 2) ส่งเสริมการขาย Offline Online : Magnet ห้างฯ ภัตตาคาร Platform, 3) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Offline Online, 4) กิจกรรมเชื่อมผลไม้ไทยปลอดภัย COVID-19 และส่งเสริมทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

2.2 ตลาดต่างประเทศ **Offline** 1) จัดงานนานาชาติ THAIFX-ANUGA ASIA, 2) Thai Fruit Golden Months 3) ส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์สินค้าชาลาล (ภูมิภาค MENA) และเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ **Online** จัดกิจกรรม Online Business Matching และ Online In-Store Promotion (อินเดีย) **Hybrid line** กิจกรรม Mirror&Mirror ในงานต่างประเทศ

3. คณะกรรมการดูแลสินค้าผลไม้

สินค้าผลไม้มีคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ดูแลรับผิดชอบ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน และอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นกรรมการและเลขานุการนอกจากนี้ ระเบียบการตลาดและการค้าผลไม้มีคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรดูแลรับผิดชอบ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฯ เป็นรองประธาน อธิบดีกรมการค้าภายในเป็นเลขานุการ และอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นผู้ช่วยเลขานุการ



ปี	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	เฉลี่ย	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	เฉลี่ย
พันธุ์ชะนี (บาท/กก.)																			
2560	-	90.00	68.51	39.37	41.76	40.53	30.06	58.33	44.38	-	134.98	101.09	62.83	69.61	65.20	50.66	78.83	-	71.81
2561	-	-	38.06	48.50	50.16	43.81	20.39	-	42.51	-	120.00	73.46	88.36	78.43	76.42	62.52	78.63	-	78.16
2562	-	99.39	61.63	69.58	78.75	43.26	50.00	-	63.37	137.50	121.13	89.77	113.63	121.85	95.46	73.38	85.44	85.61	99.86
2563	-	110.78	98.51	65.94	58.90	51.04	50.00	-	68.28	125.00	138.64	115.92	92.52	97.63	90.95	100.30	100.00	120.98	102.15
2564	120.00	114.00	95.67	80.37	82.32	49.00	28.62	-	81.43	158.00	165.18	130.09	117.95	140.98	99.10	72.10	78.20	-	113.98

ที่มา : *สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ** ภาคกลาง+ภาคตะวันออก