

วิเคราะห์การส่งออกทุเรียนไทย

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์



TPSO
Trade Policy and Strategy Office

โดย กลุ่มดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า

Outline



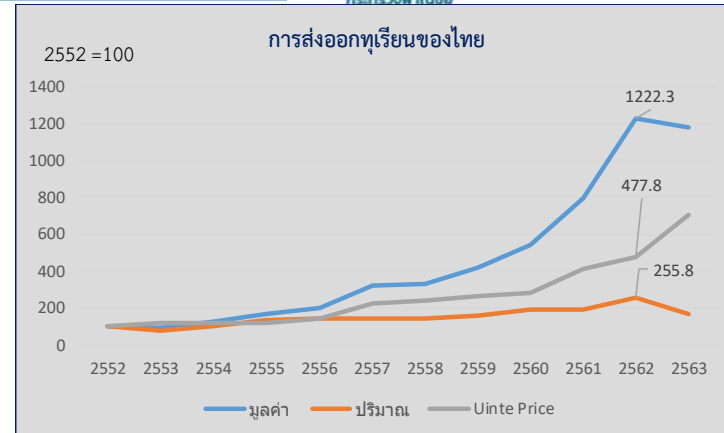
ภาพรวมการส่งออกทุเรียนไทย



การส่งออกทุเรียนไทย



	มูลค่า		ปริมาณ		Unit price	
	ล้าน USD	growth	ตัน	growth	USD/ตัน	growth
2559	503.0	26.7	403,634.0	12.7	1,246.2	12.4
2560	652.9	29.8	490,489.0	21.5	1,331.1	6.8
2561	947.6	45.1	494,068.0	0.7	1,918.0	44.1
2562	1,464.6	54.6	655,395.0	32.7	2,234.7	16.5
2563 (6 เดือนแรก)	1,411.0	72.6	430,013.0	9.5	3,281.2	57.7



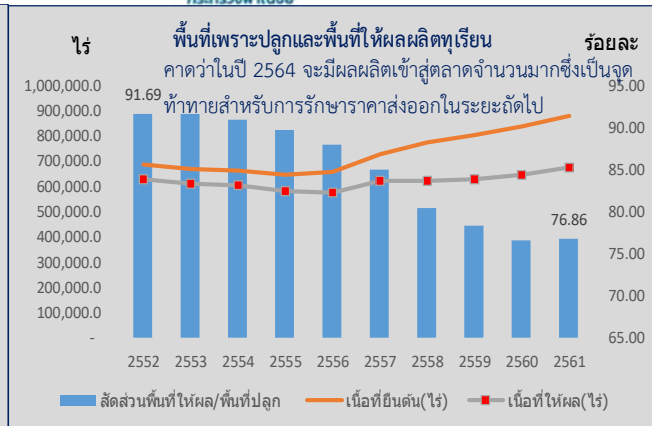
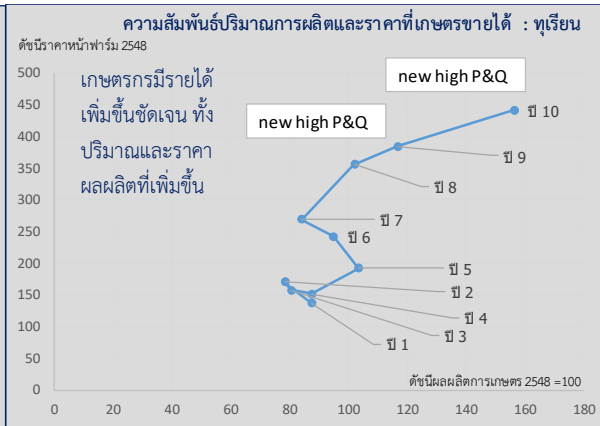
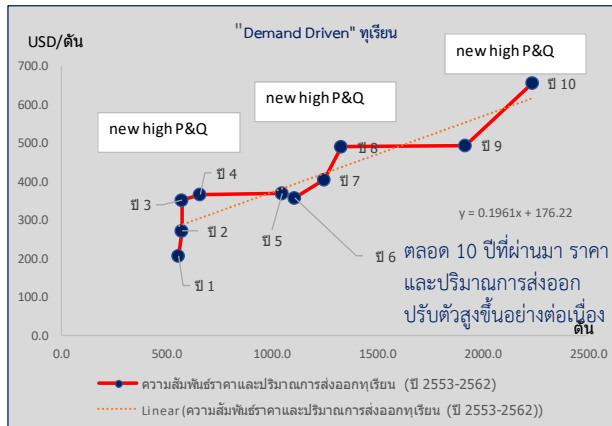
การส่งออกทุเรียนประเทศสำคัญของไทย 6 เดือนแรกของปี 2563

	มูลค่า	การขยายตัว	สัดส่วน
จีน	1,022.4	140.3	72.5
ฮ่องกง	206.5	33.9	14.6
เวียดนาม	162.8	-25.0	11.5
ไต้หวัน	11.6	18.4	0.8
รวม	1,411.0	72.6	100.0

การส่งออกทุเรียนไทยใน 6 เดือนแรกของปี 2563 ยังคงขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยจะได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แต่เมื่อพิจารณาการส่งออกใน 6 เดือนแรก มีมูลค่า 1,411.0 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. ขยายตัวร้อยละ 72.6 ซึ่งเป็นการขยายตัวทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออก โดยตลาดส่งออกที่สำคัญอย่างจีน มีมูลค่าการส่งออก 1,022.4 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 140.3 และเมื่อวิเคราะห์จากปี 2552 (2009) พบว่า การส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นการเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณ ราคา และมูลค่า และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 การส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ประมาณร้อยละ 1222.3 ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตที่สูงเป็นอย่างมาก ทำให้เป็นสินค้าสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับการส่งออกไทยได้อย่างต่อเนื่อง



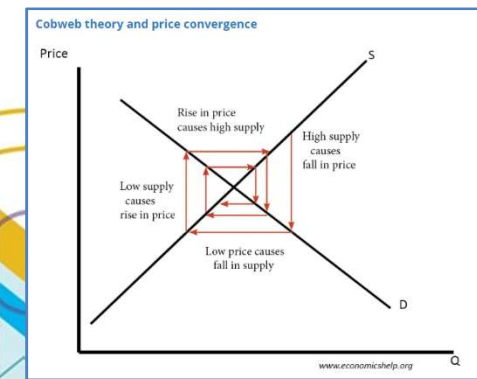
Demand Driven ปัจจัยสำคัญการส่งออกทุเรียน



ปริมาณความต้องการซื้อจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ผลักดันให้ราคาส่งออกสูงขึ้น (สร้างจุดสมดุลใหม่ของราคาอย่างต่อเนื่อง)

ราคาที่สูงขึ้นจูงใจให้เกษตรกรปลูกทุเรียนมากขึ้น แต่ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ไม่เป็นปัจจัยกดดันต่อราคาส่งออกและราคาเกษตรกรยังขายได้

พื้นที่ให้ผลผลิตซึ่งอยู่ระดับต่ำเพียงร้อยละ 76.86 สะท้อนถึง ในระยะถัดไป จะมีปริมาณทุเรียนทยอยออกสู่ตลาดมากขึ้น



➤ ลักษณะที่สำคัญของสินค้าเกษตร เมื่อราคาเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณการผลิตจะเพิ่มขึ้น และนำมาสู่การปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพใหม่ที่ทำให้ราคาลดลง ในลักษณะไข่มงมุม หรือ Cobweb Theory

อย่างไรก็ตาม การส่งออกทุเรียน ราคาส่งออกที่สูงขึ้น แม้จะทำให้มีปริมาณการผลิตออกสู่ตลาดมากขึ้น แต่การปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพใหม่ที่เกิดขึ้น เป็นในลักษณะราคาส่งออกและปริมาณการส่งออกยังสามารถปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (new high) สะท้อนถึงความต้องการซื้อจากต่างประเทศสามารถดูดซับอุปทานที่เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง หรือเกิดในลักษณะ “Demand Driven” ซึ่งหากไทยยังสามารถขยายตลาดเพื่อเพิ่มความต้องการซื้อได้มากขึ้น และเพียงพอที่จะรองรับปริมาณผลผลิตที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต คาดว่าราคาและปริมาณการส่งออกของไทยจะมีทิศทางที่เพิ่มขึ้น

จุดแข็ง จุดอ่อน และข้อเสนอแนะ



จุดแข็งตลาดทุเรียน

1. ด้านราคา: ทุเรียนจัดเป็นสินค้าพรีเมียม ราคาสูงขึ้น แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการส่งออก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก demand driven จากประเทศจีน
2. ด้านลักษณะตลาดของผู้นำเข้า: ตลาดผู้นำเข้าทุเรียนสำคัญของโลก อย่างประเทศจีน มีลักษณะเป็นการผูกขาดเกือบสมบูรณ์ มีการแข่งขันน้อย และที่สำคัญไทยเป็นผู้มีส่วนแบ่งการตลาดสูง “หรือไทยทำให้มีการผูกขาดเกิดขึ้น” ทำให้มีโอกาสน้อยที่คู่แข่งทางการค้าจะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากไทย
3. ด้านผู้ผลิต: Big Player ในตลาดส่งออกทุเรียนมีเพียงประเทศไทย และยังมีผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ ที่จัดได้ว่าเป็นผู้ส่งออกดาวรุ่ง “หรือยังขาดแคลนผู้ส่งออกดาวรุ่งในตลาดทุเรียน” จึงทำให้ไทยอาจจะยังไม่ต้องกังวลต่อการแข่งขันการส่งออกทุเรียนจากประเทศต่างๆ

จุดอ่อนตลาดทุเรียน

1. การนำเข้าทุเรียนของโลกมีการกระจุกตัวที่สำคัญในตลาดจีนเท่านั้น ขณะที่การนำเข้าจากประเทศอื่นๆ ยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย

ข้อเสนอแนะ

1. การรักษามาตรฐานการส่งออกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าไทย และสร้างความเข้มแข็งกับเครือข่ายผู้ส่งออก/ผู้กระจายสินค้าในจีน เพื่อป้องกันการแข่งขันจากประเทศอื่นๆ
2. ขยายตลาดการส่งออกไปยังมณฑลต่างๆ ของจีน รวมถึงตลาดอื่นๆ ให้มากขึ้น เพื่อรองรับปริมาณผลผลิตที่จะเพิ่มขึ้น และเป็นการกระจายตลาดการส่งออก ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาการนำเข้าจากจีนที่มีการนำเข้าสูง
3. เพิ่มจุดแข็งด้านการผลิตทุเรียนนอกฤดู เพื่อตอบโจทย์ในช่วงที่ประเทศคู่ค้าอย่างจีนมีการจับจ่ายสูง โดยเฉพาะให้มีผลผลิตตรงกับช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองปีใหม่ ของจีน ซึ่งมีกำลังซื้อสูง
4. เพิ่มทางเลือกการขนส่งสินค้า ที่ปัจจุบันมีการกระจุกตัวในการส่งผ่านทางด่านเวียดนามและจีนตอนใต้ ซึ่งหากผลผลิตเพิ่มขึ้นจะทำให้การส่งออกมีความแออัดและมีระยะเวลาขนส่งนานขึ้น ซึ่งอาจจะกระทบต่อคุณภาพสินค้าได้



วิเคราะห์ผู้นำเข้าทุเรียนโลก

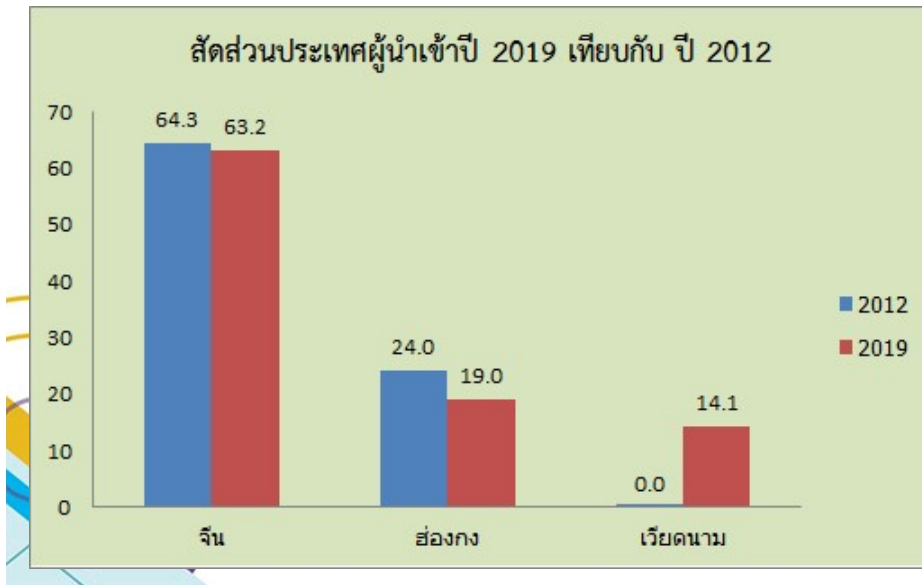


ผู้นำเข้าทุเรียน



จีนเป็นผู้นำเข้าสำคัญของโลกและมีสัดส่วนสูงมากกว่าร้อยละ 60.0 หรือผู้นำเข้าของโลกยังมีความหลากหลายค่อนข้างน้อย มีการพึ่งพาจีนค่อนข้างสูง

การนำเข้าทุเรียนของโลกปี 2019 มีมูลค่าทั้งหมด 2,538.30 ล้านดอลลาร์ โดยประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญประกอบด้วย (1.) ประเทศจีนมีมูลค่านำเข้า 1603.79 ล้านดอลลาร์ และมีสัดส่วนร้อยละ 63.2 ในปี 2019 ซึ่งลดลงจากร้อยละ 64.3 ในปี 2012 (2.) ประเทศฮ่องกง มีมูลค่านำเข้า 482.38 ล้านดอลลาร์ และมีสัดส่วนร้อยละ 19.0 ในปี 2019 ซึ่งลดลงจากร้อยละ 24.0 ในปี 2012 และ (3.) ประเทศเวียดนาม มีมูลค่านำเข้า 358.25 ล้านดอลลาร์ มีสัดส่วนร้อยละ 14.1 ในปี 2019 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.007 ในปี 2012 รวม 3 ประเทศ สัดส่วนการนำเข้ารวมกันถึงร้อยละ 96.3



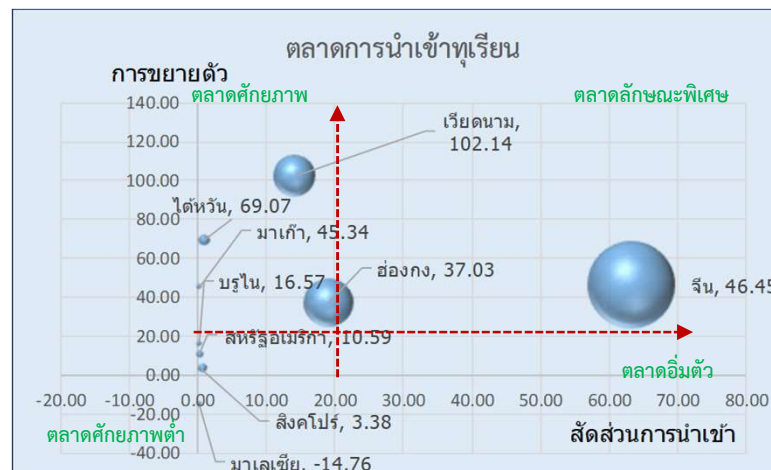
วิเคราะห์การนำเข้าทุเรียน



จีนมีความสำคัญทั้งในสัดส่วนการนำเข้าทุเรียนสูงและการขยายตัวที่สูง ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษหรือศักยภาพสูง

การขยายตัวของการนำเข้าทุเรียนของโลกในรอบ 7 ปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวได้ดีกว่าการนำเข้าผลไม้รวม เมื่อวิเคราะห์การขยายตัวคู่กับส่วนแบ่งการนำเข้าทุเรียนในตลาดโลกของผู้นำเข้ารายสำคัญ สามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ (1) ผู้นำเข้าที่มีส่วนแบ่งต่อการนำเข้าในตลาดโลกสูงและขยายตัวสูง เป็นลักษณะพิเศษซึ่งมีไม่มากนัก (2) ผู้นำเข้าที่มีส่วนแบ่งต่อการนำเข้าของโลกสูงแต่การขยายตัวอยู่ในระดับต่ำ หรือตลาดเริ่มอิ่มตัว (3) ผู้นำเข้าที่ขยายตัวสูงแต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดยังต่ำ ถือว่าเป็นตลาดศักยภาพหรือตลาดดาวรุ่งที่ไทยควรส่งเสริมการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเหล่านั้น และ (4) ผู้นำเข้าที่มีการขยายตัวต่ำหรือหดตัวและมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ เป็นตลาดที่มีศักยภาพต่ำหรือตลาดหดตัวและการนำเข้าสินค้าของประเทศกลุ่มนี้มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง

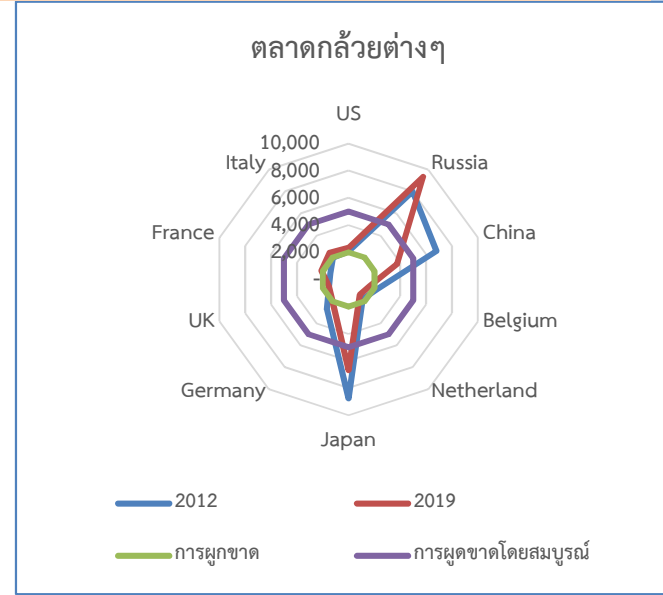
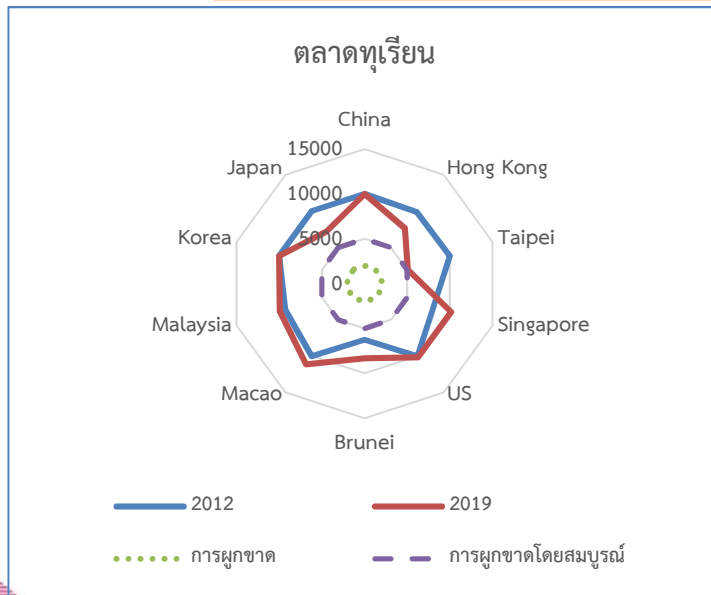
จากการวิเคราะห์พบว่า (1) **ตลาดลักษณะพิเศษ** คือ เป็นผู้นำเข้าที่มีส่วนแบ่งต่อการนำเข้าในตลาดโลกสูงและยังขยายตัวสูง ประกอบด้วยจีน และ (2) **ตลาดศักยภาพ/ตลาดดาวรุ่ง** ซึ่งเป็นตลาดขยายตัวสูง ประกอบด้วย ไต้หวัน มาเก๊า ฮองกง และเวียดนาม เป็นต้น



เปรียบเทียบลักษณะการแข่งขันการนำเข้าทุเรียน



การนำเข้าทุเรียนของประเทศสำคัญมีลักษณะผูกขาดสูงหรือมีการแข่งขันต่ำ



เมื่อเปรียบเทียบลักษณะการแข่งขันของตลาดนำเข้าทุเรียนและกล้วย จากดัชนี HHI พบว่า ตลาดการนำเข้าทุเรียนโลกมีการผูกขาดโดยสมบูรณ์เกือบทุกตลาด ขณะที่ตลาดการนำเข้ากล้วยต่างๆ (HS 080390) มีการผูกขาดในบางตลาดเท่านั้น เช่น ตลาดรัสเซีย ญี่ปุ่น และจีน

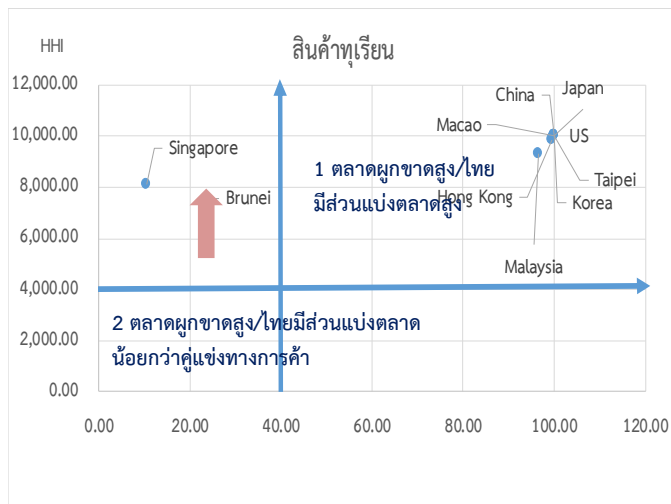
แนวโน้มการผูกขาดของตลาดทุเรียน พบว่า ตลาดที่มีแนวโน้มผูกขาดลดลง ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และไทเป ขณะที่ตลาดที่มีแนวโน้มผูกขาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ จีน สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา บรูไน มาเก๊า และมาเลเซีย



วิเคราะห์โอกาสในการเจาะตลาดทุเรียนของไทย



การผูกขาดของประเทศสำคัญเป็นการผูกขาดโดยไทย ทำให้ไทยยังมีโอกาสครองตลาดทุเรียนได้อย่างต่อเนื่อง



วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนแบ่งการตลาดของไทยและดัชนี HHI ในแต่ละตลาดผู้นำเข้า สามารถจัดรูปแบบได้ 3 ตลาด คือ (1) ตลาดที่มีการผูกขาดสูงและไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูง (2) ตลาดที่มีการผูกขาดสูงและไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยกว่าประเทศคู่แข่งทางการค้า ซึ่งต้องพิจารณาความสามารถทางการแข่งขันระหว่างไทยและประเทศคู่แข่งทางการค้าต่อไป เพื่อพิจารณานโยบายในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องพิจารณาลักษณะตลาดอื่นๆ ด้วย เช่น การขยายตัวและส่วนแบ่งทางการตลาดควบคู่ไปด้วย ว่าเป็นลักษณะพิเศษ ตลาดเริ่มอิมพอร์ต ตลาดศักยภาพ หรือเป็นตลาดที่มีศักยภาพต่ำ และ (3) ตลาดที่มีการแข่งขันสูงและทุกประเทศมีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่มากนัก

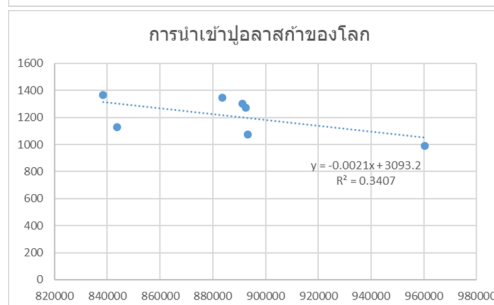
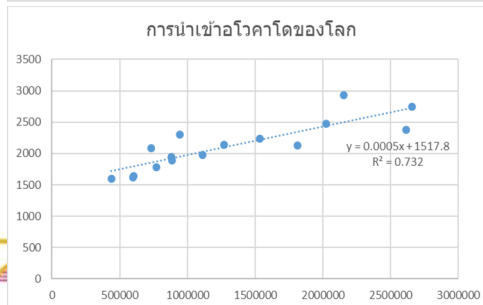
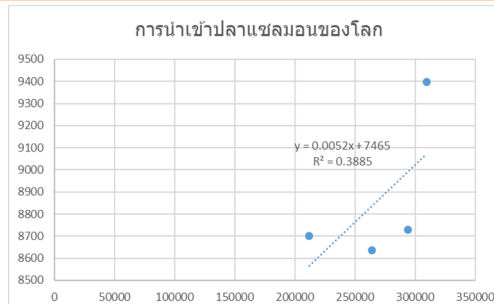
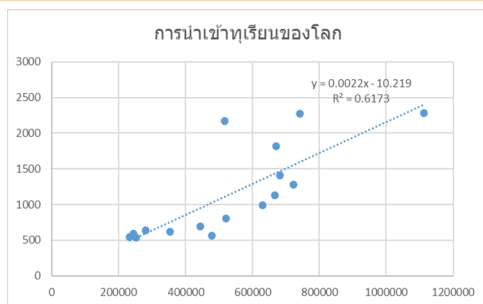
สำหรับตลาดการนำเข้าทุเรียนของประเทศต่างๆ พบว่า มีเพียง 2 ลักษณะ คือ

- (1) ตลาดที่มีการผูกขาดสูงและไทยมีส่วนแบ่งการตลาดสูง เช่น จีน สหรัฐฯ มาเก๊า ไต้หวัน มาเลเซีย และฮ่องกง เป็นต้น ซึ่งตลาดลักษณะนี้จะทำให้คู่แข่งทางการค้าของไทยมีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นไปได้ยาก
- (2) ตลาดที่มีการผูกขาดสูงและไทยมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยกว่าประเทศคู่แข่งทางการค้า ได้แก่ สิงคโปร์ (ตลาดศักยภาพต่ำ) และบรูไน (ตลาดศักยภาพ)

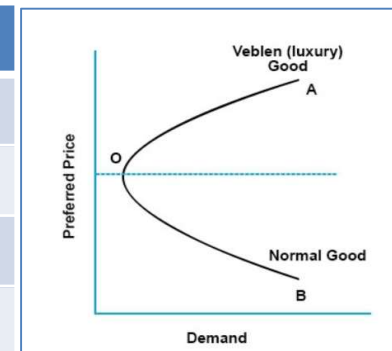


การเปรียบเทียบสินค้าทุเรียนกับสินค้าอื่น ๆ

ทุเรียนเป็นสินค้าพรีเมียม “ราคาสูงขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อยังสูงขึ้น”



สินค้า	ค่า Coefficient
ทุเรียน	0.0022
อโวคาโด	0.0005
ปลาแซลมอน	0.0052
ปูอลาสก้า	-0.0021

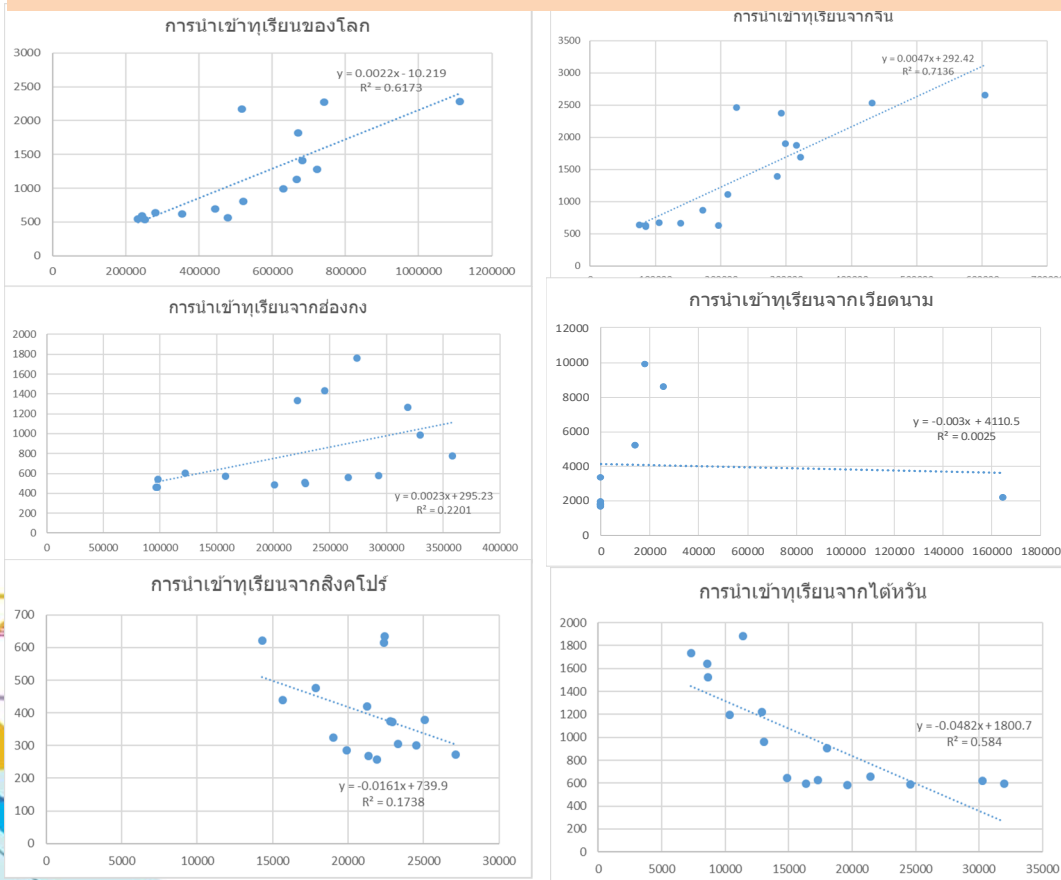


การเปรียบเทียบตลาดนำเข้าทุเรียนของโลก กับสินค้าอื่นๆ ที่มีลักษณะตลาดใกล้เคียงกัน เช่น ตลาดอโวคาโด ปลาแซลมอนแปซิฟิก และปูอลาสก้า ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง แต่จากค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า สินค้าที่มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ได้แก่ ปลาแซลมอนซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด รองลงมา คือ ทุเรียนและอโวคาโด โดยสินค้าทั้ง 3 ชนิด ไม่มีผลต่อการแข่งขันด้านราคา คือ แม้ราคาจะปรับตัวสูงขึ้น แต่ปริมาณความต้องการของตลาดยังคงสูงขึ้นตาม ขณะที่ตลาดปูอลาสก้า มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงลบ คือ เมื่อราคาปรับตัวสูงขึ้น ปริมาณความต้องการสินค้าจะลดลง เป็นต้น

การนำเข้าสินค้าทุเรียนเปรียบเทียบกับตลาดต่าง ๆ



ราคาส่งออกที่เพิ่มขึ้น ยังไม่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกไปตลาดจีนและฮ่องกง



สินค้าทุเรียน	ค่า Coefficient
โลก	0.0022
จีน	0.0047
ฮ่องกง	0.0023
เวียดนาม	-0.0030
สิงคโปร์	-0.0161
ไต้หวัน	-0.0482

การนำเข้าสินค้าทุเรียนของโลกเปรียบเทียบกับตลาดต่างๆ 5 อันดับแรก พบว่า ตลาดจีน มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด รองลงมา คือ ตลาดฮ่องกง แสดงถึง ราคาทุเรียนที่สูงขึ้นของตลาดจีนและฮ่องกง เป็นทิศทางเดียวกันปริมาณความต้องการของตลาดที่มีมากขึ้น ขณะที่ตลาดไต้หวัน สิงคโปร์ และเวียดนาม มีค่าสัมประสิทธิ์ติดลบ แสดงถึง ราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นของตลาด มีผลต่อปริมาณความต้องการสินค้าที่ลดลง

วิเคราะห์ผู้ส่งออกทุเรียนโลก



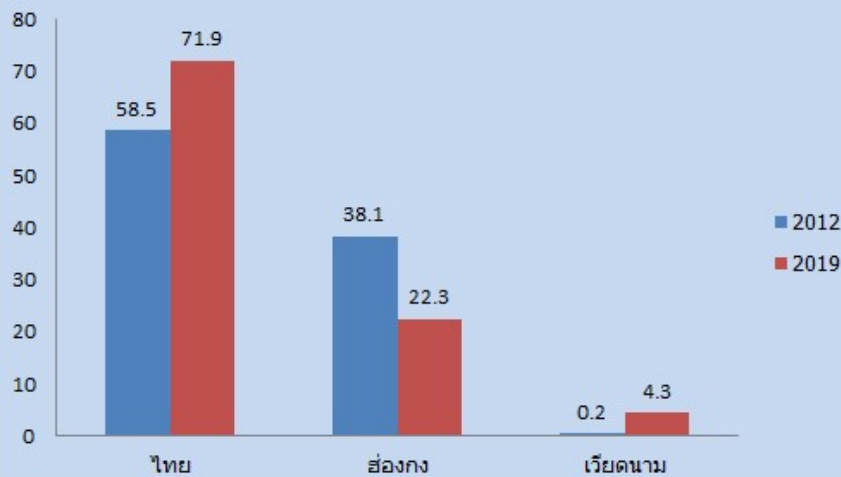
ผู้ส่งออกทุเรียน



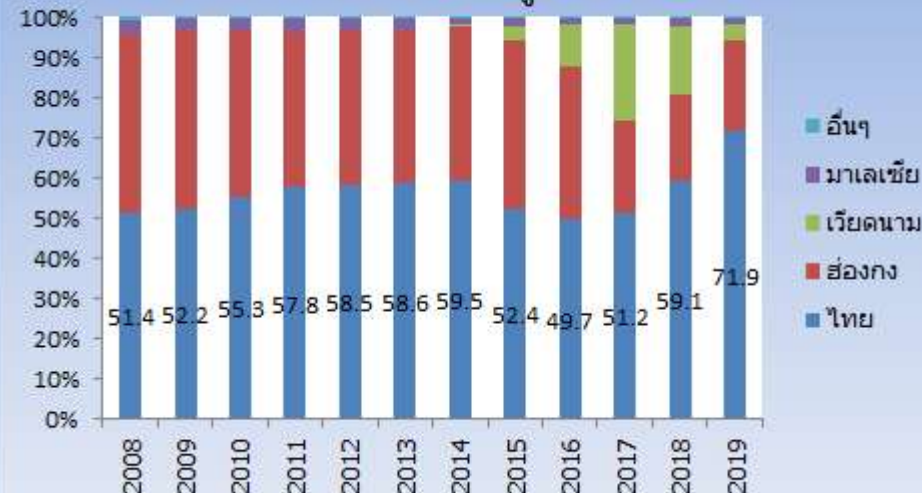
ไทยเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายสำคัญของโลก และมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การส่งออกทุเรียนของโลกปี 2019 มีมูลค่าทั้งหมด 2039.7 ล้านดอลลาร์ โดยประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญประกอบด้วย (1) ประเทศไทยส่งออกมีมูลค่า 1465.6 ล้านดอลลาร์ และมีสัดส่วนร้อยละ 71.85 ในปี 2019 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 58.5 ในปี 2012 (2) ประเทศฮ่องกง ส่งออกมีมูลค่า 455.6 ล้านดอลลาร์ และมีสัดส่วนร้อยละ 22.3 ในปี 2019 ซึ่งลดลงจากร้อยละ 38.1 ในปี 2012 (3) ประเทศเวียดนาม มูลค่า 87.6 ล้านดอลลาร์ มีสัดส่วนร้อยละ 4.30 ในปี 2019 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.2 ในปี 2012 รวม 3 ประเทศ มีสัดส่วนการส่งออกรวมกันถึงร้อยละ 98.4

สัดส่วนประเทศผู้ส่งออกปี 2019 เทียบกับ ปี 2012



สัดส่วนประเทศผู้ส่งออก



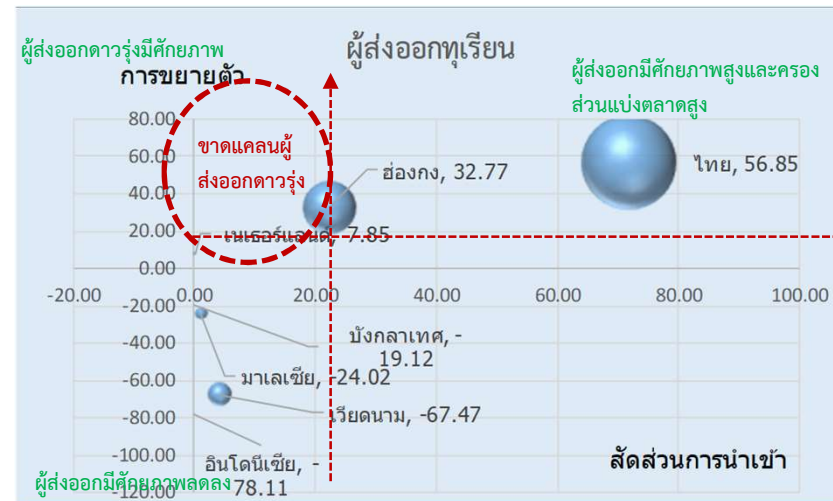
วิเคราะห์ผู้ส่งออกทุเรียนโลก



ในระยะสั้น ความเป็นไปได้มีน้อยมากที่ผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ จะเจาะตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดทุเรียนโลกจากไทย

วิเคราะห์การขยายตัวร่วมกับส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกของผู้ส่งออกรายสำคัญ สามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ (1) ผู้ส่งออกที่มีส่วนแบ่งในตลาดโลกสูงและขยายตัวสูง ถือเป็น ผู้ส่งออกมีศักยภาพสูง มีภูมิคุ้มกันในการรักษาส่วนแบ่งตลาดสูง ทำให้การแข่งขันจากผู้ส่งออกรายอื่นๆ มีความยากลำบาก (2) ผู้ส่งออกที่มีส่วนแบ่งในตลาดโลกสูงแต่การขยายตัวอยู่ในระดับต่ำ จัดเป็นผู้ส่งออกที่เริ่มอึดตัว (3) ผู้ส่งออกที่ขยายตัวสูงแต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดยังต่ำ ถือว่าเป็นผู้ส่งออกดาวรุ่งที่มีศักยภาพ และ (4) ผู้ส่งออกที่มีการขยายตัวต่ำหรือหดตัวและมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ เป็นผู้ส่งออกมีศักยภาพลดลง

จากการวิเคราะห์พบว่า (1) ผู้ส่งออกมีศักยภาพสูงและครองส่วนแบ่งตลาดสูง มีเพียงประเทศไทย และ (2) ผู้ส่งออกดาวรุ่งมีศักยภาพ มีเพียงฮ่องกง ส่วนที่เหลือเป็นผู้ส่งออกที่มีศักยภาพลดลง สะท้อนถึงตลาดการส่งออกทุเรียนยังขาดแคลนผู้ส่งออกดาวรุ่ง ทำให้ไทยอาจจะยังไม่ต้องกังวลต่อการแข่งขันการส่งออกทุเรียนจากประเทศต่างๆ



วิเคราะห์ตลาดการส่งออกทุเรียนไทย



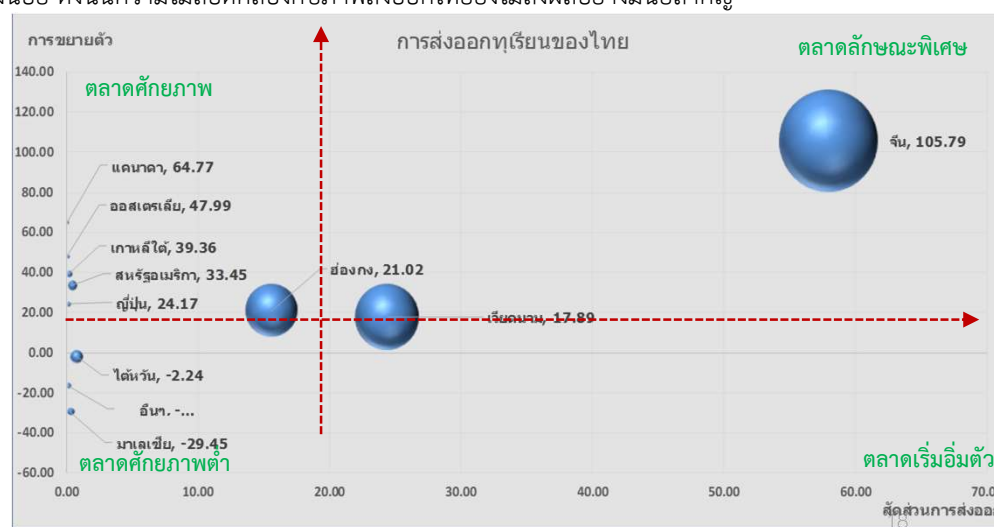
วิเคราะห์ตลาดส่งออกทุเรียนไทย



ตลาดส่งออกทุเรียนของไทยมีความสอดคล้องกับศักยภาพตลาดนำเข้าทุเรียนของโลก

ตลาดการส่งออกทุเรียนของไทยเมื่อวิเคราะห์การขยายตัวคู่กับส่วนแบ่งตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย สามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ (1) ตลาดส่งออกทุเรียนของไทยที่มีส่วนแบ่งในตลาดสูง และขยายตัวสูง จัดเป็นตลาดส่งออกมีศักยภาพสูง (2) ตลาดส่งออกทุเรียนที่ขยายตัวสูงแต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดยังต่ำ ถือว่าเป็นตลาดดาวรุ่งที่มีศักยภาพ (3) ตลาดส่งออกที่มีส่วนแบ่งในตลาดไทยสูงแต่การขยายตัวของตลาดอยู่ในระดับต่ำ จัดเป็นตลาดส่งออกที่เริ่มอืดตัว และ (4) ตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวต่ำหรือหดตัวและมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ เป็นตลาดส่งออกมีศักยภาพลดลง จากการวิเคราะห์พบว่า (1) ตลาดส่งออกมีศักยภาพสูงและครองส่วนแบ่งตลาดสูง มีเพียงประเทศจีนกับเวียดนาม และ (2) ตลาดส่งออกดาวรุ่งมีศักยภาพ มีเพียงฮ่องกง สหรัฐอเมริกา ขณะที่ประเทศ มาเลเซียและไต้หวันเป็นตลาดที่ศักยภาพการส่งออกลดลง

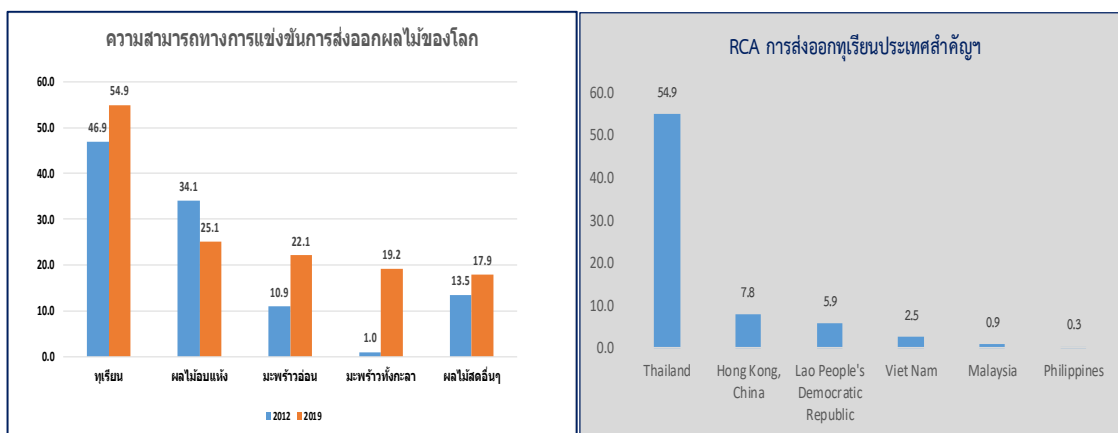
เปรียบเทียบความสอดคล้องศักยภาพตลาดการนำเข้าทุเรียนโลก และแหล่งส่งออกไทย ในภาพรวมแล้วมีความสอดคล้องกัน อาจมีเพียงไต้หวันที่เป็นผู้นำเข้าดาวรุ่งในตลาดโลก แต่ไทยส่งออกไต้หวันมีการหดตัว ทั้งนี้การนำเข้าทุเรียนของไต้หวันมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย ดังนั้นความไม่สอดคล้องกับภาพส่งออกไทยยังไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ



วิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันผลไม้



ความสามารถทางการแข่งขันการส่งออกทุเรียนไทยมีความได้เปรียบจากประเทศคู่แข่งค่อนข้างสูง



วิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันของทุเรียนไทย ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) พบว่า ไทยมีความสามารถทางการแข่งขันลำดับที่ 1 ของโลกรองลงมา คือ ฮองกง ลาว เวียดนาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ตามลำดับ ซึ่งความสามารถทางการแข่งขันระหว่างไทยและอันดับรองๆ ลงมา ยังมีความแตกต่างสูง สะท้อนถึง การแข่งขันการส่งออกทุเรียนของโลก ไทยยังมีความได้เปรียบสูงและมีโอกาสการครองตลาดส่งออกต่อเนื่อง

เมื่อเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันการส่งออกทุเรียนของไทย กับผลไม้อื่นๆ โดยเรียงลำดับ พบว่า 1) ทุเรียน 2) ผลไม้อบแห้ง (ลูกพีช ลูกแพร์ มะละกอ มะขาม รวมถึงผลไม้กินได้อื่นๆ) 3) มะพร้าวอ่อนทั้งที่มีเปลือกและไม่มีเปลือก 4) มะพร้าวทั้งกะลา (เอนโตคาร์ป) 5) ผลไม้สดอื่นๆ (ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ ลางสาด ขนุน มะขาม มะเฟือง สละ แก้วมังกร ละครุด ทับทิม) เป็นต้น สะท้อนถึงการส่งออกทุเรียนของไทยมีจุดแข็งทั้งการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ และกับผลไม้อื่นๆ ของไทย

