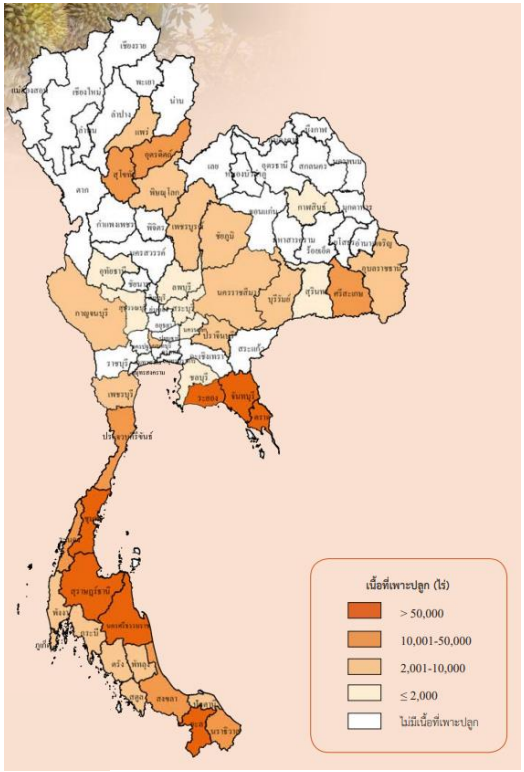
ประเทศผู้ผลิตทุเรียนที่สำคัญของโลก ปี 2564 ***
ไทย
อินโดนีเซีย
มาเลเซีย
เวียดนาม

ผู้ส่งออกทุเรียนที่สำคัญของโลก ปี 2563 **
ไทย
ฮ่องกง
เวียดนาม
มาเลเซีย

ผู้นำเข้าทุเรียนที่สำคัญของโลก ปี 2563 **
สาธารณรัฐประชาชนจีน
ฮ่องกง
ไต้หวัน
สิงคโปร์

ปริมาณการส่งออกของไทย *

	ปี 62	ปี 63	ปี 64
ปริมาณ (ตัน)	690,796	661,770	930,843
มูลค่า (ล้านบาท)	51,181	72,567	119,161



ทุเรียน

ชื่อไทย : ทุเรียน
ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Durian
ชื่อวิทยาศาสตร์ : *Durio zibethinus*
โดย : กลุ่มส่งเสริมไม้ผล
เบอร์โทรศัพท์ : 02 579 3816

ต้นทุนการผลิต / ผลตอบแทนสุทธิ (บาทต่อไร่) *

ต้นทุนการผลิต (ปี 64)
13,950 บาท/ตัน

ผลตอบแทน (บาท/ตัน)
100,030

ปริมาณการบริโภคภายในประเทศ *

	ปี 62	ปี 63	ปี 64
ปริมาณ (ตัน)	333,999	454,296	282,146

สถิติการผลิต *

การ)		ปี 62	ปี 63	ปี 64	ปี 65*(ประมาณ
	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	1,405	1,399	1,424	1,445
ผลผลิตรวม (ตัน)		1,024,860	1,116,068	1,212,989	1,321,648

(ราคาขาย (บาท/กิโลกรัม) *

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
61	-	-	120.00	73.46	88.36	78.43	76.42	62.52	78.63	-	-	-
62	-	137.50	121.13	89.77	113.63	121.85	95.46	73.38	85.44	85.61	-	-
63	-	125.00	138.64	115.92	92.52	97.63	90.95	100.30	100.00	120.98	-	-
64	-	158.00	165.18	130.09	117.95	140.98	99.10	72.10	78.20	-	-	-

ช่วงเวลาที่ผลผลิตออก (ร้อยละ) *

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
64	0.68	1.26	1.96	14.20	21.57	16.91	16.31	14.05	9.14	2.57	0.65	0.70

ที่มา : * สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
** Trade Map
*** กระทรวงพาณิชย์

ทุเรียน

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหาข้อจำกัด	แนวทางการพัฒนา/แก้ไข
1. เป็นประเทศส่งออกรายใหญ่ของโลก มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 76 2. ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ได้รับฉายาว่า King of Fruits 3. เกษตรกรและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความชำนาญและประสบการณ์สูง 4. พันธุ์ที่นิยมปลูกเพื่อการส่งออก คือ หมอนทอง ประมาณร้อยละ 90 และยังมีพันธุ์การค้าอื่น รวมถึงทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองคุณภาพดีจำนวนมาก 5. มีเทคโนโลยีการผลิตทุเรียนนอกฤดู และมีการวิจัยคุณสมบัติใหม่ของพันธุ์ เช่น ไร้กลิ่น บังคับการออกผลผลิตก่อน-หลังฤดู เนื้อสีชมพู 6. มีแนวทางการพัฒนาผลไม้ไทย 2565-2570 เพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการผลไม้ในการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้า พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งและเสมอภาคให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร บริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนแบะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาเครือข่ายการขนส่งและระบบโลจิสติกส์	1. ยังมีเกษตรกรจำนวนมาก ไม่เห็นถึงความสำคัญในการผลิตทุเรียนให้ได้คุณภาพ และพบการตัดทุเรียนอ่อนด้อยคุณภาพออกสู่ตลาด ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และทำให้ทุเรียนคุณภาพดีในช่วงเวลาเดียวกันราคาตกต่ำตามไปด้วย 2. เกษตรกรบางส่วนเป็นเกษตรกรรายใหม่ ซึ่งปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกจากพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นมาเป็นทุเรียน ทำให้ยังขาดความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในการผลิตทุเรียน 3. ปัญหาการขนส่งและระบบโลจิสติกส์การส่งออกทุเรียนสดทั้งผล ที่ยุ่งยาก ความไม่แน่นอนของการเปิด – ปิดด่าน ตู้คอนเทนเนอร์ไม่เพียงพอ การขนส่งต้องผ่านประเทศเพื่อนบ้าน มักเกิดปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ 4. มาตรการจากผู้นำเข้า เช่น จีนกำหนดให้ทุเรียนนำเข้าต้องมีมาตรฐาน GAP มาตรการ Zero Covid เป็นต้น สำหรับอินโดนีเซียใช้มาตรฐานที่มิใช่ภาษี(NTB_S)และ (NTM_S) เพิ่มขึ้น เช่น มาตรการสุขอนามัย คำรับรองการนำเข้า ข้อกำหนดทางเทคนิคการค้า การจำกัดโควตาการนำเข้า ระบบการรับรองคุณภาพความปลอดภัย เป็นต้น 5. มีทุเรียนจำนวนมากจากหลายพื้นที่ทั่วประเทศออกสู่ตลาดในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน 6. ขาดแคลนแรงงานในช่วงผลผลิตออกมาก โดยเฉพาะมือตัดทุเรียนที่มีความชำนาญในการดูทุเรียนอ่อน - แก่	1. ทุกภาคส่วนร่วมมือตรวจสอบ ป้องปรามผู้จำหน่ายทุเรียนอ่อน โดยบังคับใช้กฎหมายที่มีอย่างจริงจัง เพื่อแก้ปัญหาการตัดและจำหน่ายทุเรียนอ่อนให้หมดไป พร้อมรณรงค์ให้ตัดทุเรียนแก่ตามพันธุ์ของทุเรียนซึ่งอยู่ประมาณ 100 – 120 วันนับแต่ดอกบาน 2. ส่งเสริมเกษตรกรทุกพื้นที่ให้บริหารจัดการพัฒนาคุณภาพผลผลิตให้ได้ตามมาตรฐาน GAP และปลอดการปนเปื้อนเชื้อ Covid – 19 ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการเก็บเกี่ยว เน้นเพิ่มสัดส่วนผลผลิตคุณภาพเกรด A เพิ่มขึ้นถึงมือผู้บริโภค 3. สนับสนุนการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดต่างประเทศ และส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตสดมูลค่าสูงเพื่อการส่งออก (ทุเรียนแช่แข็ง) พร้อมกับส่งเสริมการบริโภคทุเรียนแปรรูป และผลิตภัณฑ์จากทุเรียนในตลาดต่างประเทศให้เพิ่มขึ้น 4. หาตลาดใหม่เพื่อการส่งออกเพิ่มเติม เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของนโยบายประเทศคู่ค้า 5. ส่งเสริมการทำทุเรียนอัตลักษณ์แต่ละพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าและดึงผลผลิตจากตลาดทั่วไปไปสู่ตลาดสินค้ามูลค่าสูง 6. ส่งเสริมการสร้างทักษะให้แรงงานมือตัดรุ่นใหม่ มีความชำนาญในการดูทุเรียนแก่ - อ่อน