

รู้เขารู้เรา สร้างโอกาสทองทุเรียนไทยไปจีน

ปรากฏการณ์ "ทุเรียนไทยขายเกลี้ยง 80,000 ลูก ใน 1 นาที" หลังจากมีการประกาศความร่วมมือระหว่างรัฐบาลไทยกับ แจ็ค หม่า แห่งอาลีบาบา เจ้าพ่อค้าปลีกจากแดนมังกรที่จะนำสินค้าท้องถิ่นของบ้านเราสู่ตลาดออนไลน์หรืออีคอมเมิร์ซในประเทศจีน โดยมี "ทุเรียน" ราชาแห่งผลไม้ที่ชาวจีนชื่นชอบอยู่แล้วเป็นหัวหอม



หลายคนอาจตั้งคำถามว่าดีมานด์หรือความต้องการที่เกิดขึ้นเป็นเพียงดีมานด์เทียมหรือเกิดจากความต้องการที่แท้จริง เมื่อมีโอกาสได้พูดคุยกับ คุณธีระทัศน์ รัชสิริโรจน์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Treasure Trading & Distribution, Ltd ในงานเสวนา "การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprise 4.0" ที่จัดขึ้นโดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสภาเกษตรกรแห่งชาติ จึงได้สอบถามถึงมุมมองที่มีต่อการค้าระหว่างไทย-จีนที่เกิดขึ้น รวมถึงแนวทางพัฒนาผลผลิตทุเรียนไทยสู่ตลาดจีน จากผู้มีประสบการณ์ในการซื้อขายทุเรียนทั้งผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปกับคนจีนมานานมากกว่า 10 ปี

คุณธีระทัศน์ให้ข้อมูลว่า คนจีนนั้นชื่นชอบทุเรียนอย่างจริงแท้แน่นอน แต่ไม่ใช่ทุเรียนอะไรก็ได้ ปัจจุบันคนจีนนิยมบริโภคทุเรียน "นิ่ม" กว่าที่เราบริโภคกัน แต่ไม่ถึงกับสุกจนและหรือที่เรียกว่าทุเรียนปลาร้า ซึ่งเดิมเคยเชื่อว่าคนจีนชอบกินทุเรียนประเภทนี้

"คนไทยเองก็จะชื่นชอบทุเรียนแตกต่างกัน บางคนชอบห่าม ๆ หวานน้อย บางคนกินสุกพอดี ข้างนอกกรอบนิ่มหนึ่ง ข้างในนิ่ม บางคนกินนิ่มหน่อยสำหรับคนสูงอายุ ซึ่งคนจีนจะกินนิ่มมากกว่านี้แต่ไม่ถึงกับเป็นทุเรียนปลาร้าต่อไปก็อาจเปลี่ยนอีก เพราะคนจีนจะเข้ามาถามตลอดว่าคนไทยบริโภคทุเรียนอย่างไรถึงจะเรียกว่าอร่อย เขาก็ต้องการบริโภคทุเรียนเช่นนั้นเหมือนกัน เพราะท้ายที่สุดไม่ว่าจะเป็นคนชาติไหน ๆ เมื่อเราบริโภคสินค้าของอีกประเทศ สิ่งที่ต้องการคือรสชาติท้องถิ่นที่คนประเทศนั้นบริโภคจริง ๆ ไม่ต้องการรสชาติที่ปรับมาให้เขา"

ความนิยมในทุเรียนของคนจีนยังไม่จำกัดอยู่ที่ทุเรียนสด ผลิตภัณฑ์แปรรูปก็ได้รับการตอบรับที่ดีกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ มีเพียงไม่กี่ประเภทที่ไม่นิยม เช่น ทุเรียนทอด เพราะคนจีน

คาดหวังว่าหากขึ้นชื่อว่าทุเรียนกินแล้วจะต้องมีกลิ่น แต่เมื่อทุเรียนทอดไม่มีกลิ่น บางครั้งจึงถูกเข้าใจผิดว่าเป็นมันฝรั่งทอดถึงจะแก้ด้วยการใส่กลิ่นก็ไม่นิยมอยู่ดี เพราะผู้บริโภคชาวจีนต้องการรสชาติที่เป็นธรรมชาติไม่ต้องการการปรุงแต่ง

"อีกมุมหนึ่งที่ต้องทำความเข้าใจคือรสนิยมเรื่องความอร่อยของคนในแต่ละภูมิภาคนั้นไม่เหมือนกัน ด้วยความเป็นประเทศที่ใหญ่ ประชากรมาก ความหลากหลายของชาติพันธุ์ก็สูง ยกตัวอย่าง คนจีนทางใต้จะชอบกินรสหวาน ทางเหนือกินรสเค็ม และทางตะวันตกก็จะชอบกินรสเผ็ด ดังนั้นการแปรรูปทุเรียนส่งจำหน่ายต้องทำการบ้านในเรื่องนี้ รวมถึงประเภทด้วย อย่างทอดฟรุ๊ทุเรียน ทางเหนือ เช่นที่ปักกิ่งขายดีมาก แต่ทางใต้ไม่กินเลย"

คุณธีระทัศน์แบ่งตลาดการซื้อขายทุเรียนและผลิตภัณฑ์จากทุเรียนออกเป็น 2 ตลาด คือ ตลาดส่งออกที่คนจีนต้องเลือกซื้อกันทุกวัน ตลาดนี้รวมทั้งสั่งซื้อออนไลน์ด้วย กับตลาดทัวร์จีนที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ทั้ง 2 ตลาดพฤติกรรมการซื้อจะไม่เหมือนกันโดยสิ้นเชิง ดังนั้นเกษตรกรที่มีการแปรรูปเองต้องเข้าใจตรงนี้จึงจะทำผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง โดยต้องไม่ลืมว่า รูปแบบหรือความนิยมในการบริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ยิ่งตลาดใหญ่ก็ยิ่งเปลี่ยนแปลงเร็ว การจะคงมูลค่าของผลผลิตทุเรียนไทย สิ่งที่ต้องเริ่มสร้างในวันนี้ คือการเพิ่มเรื่องราวและรูปแบบการนำเสนอใหม่ ๆ

"ทุกวันนี้เวลาเราโฆษณาขายทุเรียน เรายังบอกกันแต่ว่าเป็นทุเรียนจากประเทศไทยมีรสชาติหวานมัน ซึ่งเราสามารถเพิ่มมูลค่าได้ด้วยการใส่สตอรี่ลงไปเพิ่ม เช่นผมเห็นตัวอย่างจากการประมูลทุเรียนนันทผ่านเฟซบุ๊กว่าเป็นทุเรียนจากต้นทุเรียนอายุ 100 ปี ฟังเท่านั้นมันก็ดูว่ามีอะไรน่าสนใจมากแล้ว หรือการมองหาคุณสมบัติพิเศษเพิ่มเติมและอธิบายให้กลุ่มคนที่ไม่กินเพราะกลัวอ้วนจากน้ำตาล

ในทุเรียนได้หันมาบริโภค ส่วนการนำเสนอผลผลิตตัวอย่างต่างโมที่ทำเป็นรูปร่างต่าง ๆ ที่จีนขายกันลูกละ 5,000 บาท ขณะที่บ้านเราขายทุเรียนเป็นกิโลกรัมในราคาหลักร้อย"

อยากทำการค้าเหมือนจีนให้รับสื่อเหมือนจีน

คุณธีระทัศน์มองว่าการเข้ามาของอาลีบาบานั้นเป็นเรื่องที่ดี เพราะเป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันเกษตรกรก็สามารถที่จะขายผลผลิตของตนเองแก่คนจีนได้โดยตรงเช่นเดียวกับที่ขายผ่านเฟซบุ๊กหรือไลน์ให้ลูกค้าในประเทศ เพียงแค่ว่าแอปพลิเคชันที่นิยมใช้ในไทยและจีนนั้นต่างกัน ดังนั้นการลงขายในเฟซบุ๊กหรือไลน์จึงไม่มีทางที่คนจีนจะเห็น แต่ต้องลงในโซเชียลมีเดียของจีน

"คนจีนจะใช้ We Chat เหมือนกับคนไทยใช้ไลน์ และใช้ "เว่ยป๋อ (Weibo)" เช่นเดียวกับคนไทยใช้เฟซบุ๊ก และที่สำคัญคนจีนทุกระดับอายุ แม้แต่คนอายุ 70-80 ปี ใช้สมาร์ตโฟนเก่งมากและใช้ทำทุกอย่างในชีวิตประจำวัน เพราะฉะนั้นจะซื้อขายกับคนจีนก็ต้องเรียนรู้ที่จะใช้โซเชียลมีเดียที่คนจีนนิยม"

ในส่วนของภาษาที่อาจจะเป็นอุปสรรค คุณธีระทัศน์แนะนำว่าหากต้องการทำตลาดครั้งนี้จริงจังให้จ้างคนรู้ภาษาจีนมาทำให้ได้ ที่เหลือก็ถือทำผลผลิตให้มีคุณภาพที่สุด เพราะคนจีนทุกวันนี้เป็นคนมีเงินที่ต้องการให้รางวัลชีวิตแก่ตนเอง จะถูกหรือแพงไม่เกี่ยวข้องให้คิดจริงและถูกใจคามรสนิยมการบริโภค เพียงเท่านั้นปรากฏการณ์ทุเรียนไทยไปจีน 80,000 ลูกใน 1 นาที ก็เป็นเพียงการออกสตาร์ทของโอกาสทองที่ทุเรียนจากเกษตรกรจะไปถึงผู้บริโภคในแดนมังกรที่ยืนค้ำยให้อย่างงาม ...มากขึ้นและมากขึ้น ๑