

ตลาดไก่สด (Chicken Markets)

ในสมัยก่อนผู้ที่ละบริโภคไก่สด ก็สามารถที่จะไปหาซื้อได้ที่ตลาดข้างบ้านหรือฆ่าไก่ที่เลี้ยงไว้บริโภคเอง และในด้านราคาก็มีราคาถูก เพราะการเลี้ยงยังไม่ดีพอ เทคนิคการเลี้ยงยังไม่ทันสมัย ไก่ถึงโตช้า ปริมาณการตายมากจึงทำให้ปริมาณการผลิตไม่สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ฉะนั้นการที่จะรับประทานไก่จากตลาดได้จะต้องมีฐานะดีพอสมควรปริมาณการบริโภคจากตลาดจึงน้อย

ในปัจจุบันการเลี้ยงไก่ได้ก้าวหน้าไปมาก มีเทคนิคและวิชาการเลี้ยงที่ได้มาตรฐาน มีอาหารไก่ พันธุ์ไก่ การดูแลสุขภาพ และการป้องกันโรคที่ดีพอ การเลี้ยงไก่ได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาทั้งจากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนทำให้ปริมาณการเลี้ยงมีมากขึ้น มีเป้าหมายไปในทางการค้าและแข่งขันกัน ทำให้ไก่มีราคาถูกลง ผู้บริโภคจึงหันมาบริโภคกันมากขึ้นแทนอาหารเนื้อหรือโปรตีนชนิดอื่น ไก่สดจึงเป็นอาหารเนื้อ หรือโปรตีนที่แพร่หลายและนิยมบริโภคกันทั่วไป

3.1 ผลิตภัณฑ์ (Chicken Products)

ไก่สดเป็นไก่ที่ได้จากไก่พันธุ์เนื้อหรือไก่กระตัง ซึ่งถูกฆ่าเพื่อให้เป็นไก่สด ซึ่งส่วนใหญ่ไก่เนื้อหรือไก่กระตังจะถูกทำเป็นไก่สดเมื่อมีอายุประมาณ 45-56 วัน

3.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ไก่สดที่จำหน่ายในตลาดมีดังนี้

- 1) ไก่สดขายเป็นตัว คือไก่พันธุ์เนื้อหรือไก่กระตังที่ถูกฆ่าทำเป็นไก่สด แล้วถูกนำมายายโดยยายทั้งตัวรวมทั้งเครื่องใน ซึ่งราคาขายย่อมแตกต่างกัน
- 2) ไก่สดชนิดแยกเป็นชิ้นส่วน คือ ไก่สดทั้งตัวถูกชำแหละแยกขายเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เช่น เนื้อล้วน สันใน น่อง น่องติดสะโพก ปีกเต็ม ปีกบน ปีกล่าง ขาไก่ สะโพก เป็นต้น

- 3) ผลลัพธ์ที่ได้จากไส้กรองอื่น ๆ เช่น เสียด เครื่องใน กะเพาะ ไครง กระตุก แอ้ง ฝับล้วน ฆ่า. มันสด เป็นต้น

3.1.2 การหีบห่อไส้กรอง มี 2 ลักษณะคือ

- 1) ขยายกันสด ๆ วางขายโดยไม่มีหีบห่อ ซึ่งโดยทั่วไปขยายกันสด ๆ มีทั้งเป็นตัวหรือแยกเป็นชิ้นส่วนอย่างสิ้นหนอยก็เก็บไว้ในตู้เย็น เพื่อให้รักษาความสดได้นาน และเป็นระเบียบเรียบร้อยดีขึ้น
- 2) หีบห่อโดยใส่ถุงพลาสติก โดยมากแล้วจะเป็นไส้กรองที่ถูกแยกเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ และมักจะผลิตจากโรงงานฆ่าไก่ที่ทันสมัย ซึ่งมีการหีบห่อที่ใส่ถุงพลาสติกแยกเป็นจำหน่ายเป็นถุงแยกตามชิ้นส่วนและน้ำหนักตามที่ตลาดต้องการ และส่งไปจำหน่ายที่จลขายในประเทศและต่างประเทศ

คุณสมบัติของไส้กรองที่ผลิตจากโรงงานฆ่าไก่ที่ทันสมัยมีดังนี้

- ก. ไส้กรองห้มาจากไก่พันธุ์เนื้อที่ดีเป็นไก่ซึ่งมีคุณภาพมาตรฐานและเนื้อนุ่ม
- ข. ไม่มีเชื้อโรค มีการคัดเลือกลจากไก่เป็นที่ดี มีสัตว์แพทย์ควบคุมการผลิต และคอยให้คำแนะนำการเลี้ยงไก่กระทง
- ค. ฆ่าและฆ่าแผละโดยกรรมวิธีที่ทันสมัยจากเครื่องมืออัตโนมัติ มีห้องเย็นเก็บไส้กรองเพื่อรักษาคุณภาพไก่ให้สดอยู่เสมอ
- ง. ถูกอนามัยกรรมวิธีสะอาดไก่จะไม่ตกถึงพื้นดิน และบรรจุในถุงพลาสติกสุญญากาศที่ป้องกันเชื้อโรคได้ดี แอ้งและเก็บรักษาอยู่ในห้องเย็นที่ีความเย็นที่ไม่สามารถจะทำให้เชื้อแบคทีเรียเจริญเติบโตได้
- จ. ไม่มีการแต่ง เติมหหรือเพิ่มเติบบางสิ่งบางอย่างในตัวไส้กรอง บางรายที่ใช้วิธีการฆ่าในวิธีการที่ทันสมัย เช่น บางรายมีการทายมัน หรือฉีดน้ำเข้าไปเพื่อเพิ่มน้ำหนัก
- ฉ. ขนาดและน้ำหนักของไส้กรองแน่นอนไม่มีการเอาเปรียบผู้บริโภค จะมีการแจ้งน้ำหนักของไส้กรองไว้ให้ทราบ
- ช. ในการบรรจุเป็นถุงพลาสติก ก่อให้เกิดความสะดวกในการซื้อขาย

3.2 ราคาไก่สด (Price)

ไก่สดในตลาดปัจจุบันมีราคาถูกกว่าเนื้อหมู เนื้อวัว จึงทำให้มีผู้นิยมบริโภคกันมาก แต่อย่างไรก็ตาม ราคาของไก่สดเมื่อเปรียบเทียบกับราคาในอดีตก็มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มและลดลงมากตามภาวะตลาดโดยทั่วไป ทั้งนี้เพราะปัจจัยที่มีอิทธิพลคือ ราคาไก่สดมีหลายประการด้วยกัน

3.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อราคาของไก่สด

1) จำนวนลูกไก่และปริมาณไก่ เมื่อมีการผลิตลูกไก่ออกมามาก และมีการเลี้ยงไก่มากก็ย่อมจะทำให้ปริมาณไก่มีมาก ยิ่งถ้ามีเกินความต้องการมากก็ย่อมจะทำให้ราคาไก่เป็นถูกลง ก็จะมีผลทำให้ได้ราคาไก่สดมีราคาถูกลงด้วย แต่ในกรณีที่ไก่เป็นมีราคาถูกลง จะมีผลทำให้ราคาไก่สดถูกลงหรือไม่ในปริมาณการมากน้อยเท่าใดนัก ก็ย่อมจะขึ้นอยู่กับผู้ผลิตไก่สดด้วย (ผู้ฆ่าหรือโรงฆ่าไก่) ว่าเขาจะยอมลดราคาลงเท่าใด แต่อาจจะมีการเอาผลประโยชน์จากการทำไก่เป็นเริ่มลดราคาลง โดยยังไม่ยอมลดราคาไก่สดลง แต่ก็ เป็นระยะเวลาชั่วคราวเท่านั้น แต่การที่ผู้ผลิตไก่สดจะเพิ่มหรือลดราคาไก่สดจากราคาไก่เป็นนั้น เขาก็จะต้องพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตของเขาและราคาไก่สดจากตลาดด้วย และเนื่องจากการผลิตไก่สด (ฆ่าไก่) ไม่มีระเบียบหรือข้อจำกัด เช่น การฆ่าหมู ฆ่าวัว จึงทำให้ไม่เกิดการผูกขาดในการผลิตไก่สด เช่น การผลิตเนื้อหมู และเนื้อวัว ผู้ผลิตไก่สดจึงต้องคำนึงถึงตลาดทั่วไปด้วย จะกำหนดราคาเพื่อค้ากำไรมากย่อมจะเป็นไปไม่ได้

2) ปริมาณไก่ที่ถูกฆ่า ถ้าปริมาณการฆ่าที่ถูกฆ่ามีมากเกินความต้องการของตลาด ก็อาจทำให้ไก่สดมีราคาถูกลงได้

3) ราคาอาหารสัตว์ ราคาอาหารสัตว์ย่อมมีอิทธิพลต่อราคาไก่เป็นและไก่สดเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ได้กล่าวมาแล้วว่าต้นทุนการเลี้ยงไก่จะมีอาหารสัตว์อยู่ถึง 70-80 เปอร์เซ็นต์ เมื่อราคาอาหารสัตว์สูงก็ย่อมจะทำให้ต้นทุนไก่เป็นสูง ก็ย่อมจะทำให้ราคาไก่เป็นมีราคาสูง และส่งผลถึงราคาไก่สดก็ย่อมจะสูงด้วย ทั้งนี้อาจจะมีบางเวลาหรือบางเหตุการณ์ที่ราคาอาหารสัตว์สูง ต้นทุนการผลิตสูง แต่ราคาไก่เป็นอาจสูงกว่าต้นทุนการเลี้ยง ทั้งนี้เพราะปริมาณไก่เป็นอาจจะมีมากกว่าปริมาณความต้องการก็เป็นได้

ในบางครั้งในระยะเวลาที่อาหารสัตว์มีราคาสูง ราคาไก่เป็นชิ้นไม่ทันจะ ทำให้ผู้เลี้ยงเล็กเลี้ยงและนำไก่ออกขาย ถ้าให้มีปริมาณไก่ออกมามากแทนที่ราคาจะสูงขึ้น ราคาไก่เป็นจะตกลงอีก ทั้งนี้เพราะปริมาณไก่เป็นที่ออกตลาดมีมากขึ้น

4) จำนวนผู้เลี้ยงไก่ ผู้เลี้ยงไก่ส่วนใหญ่โดยทั่ว ๆ ไป แล้วยังไม่แน่นอน ไม่ยึดการเลี้ยงไก่เป็นอาชีพ จึงทำให้การเลี้ยงและการผลิตไม่แน่นอน ผู้เลี้ยงจะเลี้ยงในระยะที่มีราคาดี หรือเลี้ยงตามอย่างเพื่อนบ้าน จนบางครั้งถึงกับล้มตลาด และเลิกเลี้ยงทันที ในระยะที่มีราคาตกหรือต้นทุนการเลี้ยงสูง ทำให้ปริมาณไก่ที่ออกสู่ตลาดไม่แน่นอน

5) ต้นทุนการเลี้ยงไก่เป็น ต้นทุนการเลี้ยงไก่เป็นจะเป็นตัวกำหนดหรือ ศัพท์ราคาไก่เป็น และไก่สดด้วยประการหนึ่ง เมื่อต้นทุนการผลิตสูง ก็จะทำให้ราคาไก่เป็นและไก่สดจะมีราคาสูงด้วย แต่ถ้าต้นทุนการเลี้ยงถูกก็จะทำให้ราคาไก่เป็นมีราคาถูกลงและย่อมมีผลถึงราคาไก่สดด้วย

6) โรงงานฆ่าไก่ โรงงานฆ่าไก่จะมีบทบาทสำคัญมากในการกำหนดราคาไก่ อาจจะมีการบิหรือกำหนดราคารับซื้อไก่เป็น ทั้งนี้เพราะโรงฆ่าจะเป็นแหล่งตลาดของไก่เป็น ก็ย่อมจะมีบทบาทอยู่บ้างในการกำหนดราคาซื้อไก่ให้สูงหรือต่ำได้ โดยเฉพาะโรงงานฆ่าไก่ที่ทันสมัย ปริมาณที่จะรับซื้อไก่เป็นและผลิตไก่สดออกจำหน่ายมีมาก ก็ย่อมจะมีอิทธิพลต่อราคาทั้งไก่เป็นและไก่สดมาก ยิ่งถ้าปริมาณโรงงานฆ่าไก่ที่ทันสมัยมีน้อยด้วยแล้ว โรงฆ่าไก่เหล่านี้ย่อมจะมีอิทธิพลมาก ประกอบกับโรงฆ่าไก่ที่ทันสมัยมีมีหน่วยงานหรือเครือข่ายของตนเองที่ผลิตและจำหน่ายเกี่ยวกับการเลี้ยงไก่ ได้แก่ อาหารไก่ ยาไก่ พันธุ์ไก่ ส่งเสริมและนำเทคนิคการเลี้ยงไก่ที่ทันสมัยด้วยแล้วย่อมจะทำให้โรงงานฆ่าไก่หรือกลุ่มบริษัทของตนเองมีบทบาทในการรับซื้อไก่เป็นและขายไก่สดได้มากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ยังมีโรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็กอยู่ซึ่งมาซึ่งในบางครั้งเรียกว่าตลาดกลาง ที่รับซื้อไก่เป็นและฆ่าไก่เป็นไก่สดออกขาย จึงทำให้เป็นดุลย์ถ่วงอำนาจในการกำหนดราคาไก่เป็นและไก่สดจากโรงงานฆ่าไก่ที่ทันสมัยได้

7) ความต้องการของต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศที่ต้องการไก่สดจากประเทศไทยย่อมมีผลกระทบต่อจนถึงราคาไก่เป็นและไก่สดในประเทศไทยด้วย โรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ก็มีเป้าหมายในการส่งออกเป็นสำคัญ และโดยที่โรงงานขนาดใหญ่ก็จำเป็นต้องมีการ

เตรียมการด้านวัตถุดิบ (ไก่เป็น) เป็นอย่างดีจะขาดแคลนไม่ได้ สิ่งทำให้เกิดการสั่งเสริมการเลี้ยงไก่ การทำสัญญาสั่งซื้อไก่ทั้งในประเทศและนอกประเทศ เพื่อสกัดต้นทุนไก่สดให้ทันและพอกับความต้องการของต่างประเทศ แต่ถ้าความต้องการไก่สดจากต่างประเทศน้อยลง ก็จะทำให้หน้าไก่สดส่งออกไม่ได้ จำนวนในประเทศมีมากขึ้นเกินปริมาณความต้องการ บ่อจะทำให้ไก่สดมีราคาถูกลงได้ และในขณะเดียวกันอาจจะมีการลดราคาไก่เป็นหรือลดปริมาณการสั่งซื้อ ก็ย่อมจะทำให้ผู้เลี้ยงไก่ลดปริมาณการเลี้ยงไก่ไม่ทันเพราะกำลังค่าเงินการเลี้ยงอยู่ ปริมาณไก่เป็นก็จะมากมีผลทำให้ไก่เป็นมีราคาถูกลง ไก่สดก็ย่อมจะถูกลงด้วยเช่นเดียวกัน

แต่ถ้าปริมาณความต้องการตลาดต่างประเทศมีมากโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ก็จะเร่งผลิตและส่งออก เป็นสำคัญ อาจจะทำให้ปริมาณไก่สดภายในไม่พอเพียงกับความต้องการของผู้บริโภคก็ย่อมจะทำให้ราคาไก่สดภายในประเทศสูงขึ้นด้วย

นอกจากมีกำหนดราคาต่างประเทศมีราคาถูก แต่ต้นทุนและราคาภายในมีราคาสูงก็ย่อมที่จะทำให้โรงงานฆ่าไก่จะไม่ส่งไก่ไปให้ขาดทุน จะทำให้ปริมาณไก่สดภายในมีมากและมีราคาถูกลง มิใช่แต่เท่านั้นโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าห้องเย็นที่จะเก็บไก่สดหรือส่วนที่เหลือจำหน่ายไปต่างประเทศไม่ได้ก็จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ในบางครั้งตลาดต่างประเทศต้องการซื้อไก่สดในบางเทศกาลมาก เช่น คริสต์มาสและปีใหม่ ต้องมีการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากพอเต็มสต็อกก็หยุด ผู้เลี้ยงไก่และโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ เห็นว่าได้ราคาดีก็ผลิตกันใหญ่พอหมดฤดูกาล เหล่านี้ไปแล้วไก่เป็นและไก่สดก็จะเหลืออยู่มากมายก็จะผลลกระทบกระเทือนต่อราคาไก่เป็นและไก่สดเป็นอย่างมากจนทำให้ผู้เลี้ยงบางคนแทบสิ้นเนื้อประดาตัวไปทีเดียว

8) ฤดูหรือเทศกาล ความต้องการที่จะบริโภคอาหารอื่นแทนการบริโภคไก่ ภาวะการค้าไก่จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายรูป หลายแบบไปตามแต่ละฤดูกาลที่หมุนเวียนเปลี่ยนไป เช่น

- ก. ฤดูกาลขึ้นปีใหม่หรือตรุษจีน ไก่จะขายได้ราคาดี
- ข. ฤดูผลไม้ ออก เช่น มะม่วง ลำไย เงาะ ทุเรียน เหล่านี้ล้วนเป็นฤดูที่ผลไม้อื่นกระทบต่อผู้บริโภคทั้งสิ้น ไก่จะขายได้ต่ำลง และ

มีราคาถูก

- ค. ฤดูเปิดภาคเรียน ฤดูร้อน ความต้องการของผู้บริโภคจะลดลง ไก่จะมีราคาถูก
- ง. ฤดูร้อน ระหว่างเดือนมีนาคม เมษายน พฤษภาคม อากาศร้อน สัตว์จะขี้ลดปริมาณไก่ที่มีอยู่ในฟาร์มลดลง ด้วยไก่ล้มตายเป็นจำนวนมากตั้งแต่พ่อพันธุ์แม่พันธุ์ไปจนถึงไก่รุ่น และที่ล่ามารถจะมีไข่ออกมา ก็จะทำให้การฟักของลูกไก่ลดน้อยลงด้วยไข่ไก่ไม่มีเชื้อ และการเลี้ยงไก่รุ่นจะต้องโตไม่ได้ จะทำให้ไก่มีเนื้อน้อยลง จากเดือนมิถุนายน กรกฎาคม ไก่จะมีราคาดีขึ้นแต่ได้ไม่เท่าเสีย
- จ. ฤดูฝน ฤดูน้ำ เป็นช่วงที่มีสัตว์น้ำประเภทบ ปลา กุ้ง หอย ฟู ปลา มาก ทำให้ผู้บริโภคหันไปบริโภคสัตว์น้ำเหล่านี้แทนการบริโภคไก่ จึงทำให้ไก่มีราคาถูกลง

9) การเปลี่ยนแปลงราคาและปริมาณของอาหารโปรตีนชนิดอื่น ถ้าราคาและปริมาณของอาหารโปรตีนชนิดอื่น ๆ เช่น เบ็ด ไก่ วัว หมู และปลา เป็นต้น เปลี่ยนแปลงไปก็ย่อมจะมีผลกระทบต่อปริมาณและราคาของไก่สดได้ ถ้าอาหารประเภทเนื้ออื่น ๆ มีราคาสูง ผู้บริโภคก็จะหันมาบริโภคไก่ซึ่งถูกกว่า ถ้าปริมาณการเลี้ยงไก่ไม่ทันกับปริมาณความต้องการแล้วก็ย่อมจะทำให้ไก่มีราคาสูง แต่ถ้าวราคารอาหารโปรตีนชนิดอื่นมีราคาถูกลง ผู้บริโภคก็ย่อมจะหันไปบริโภคอาหารประเภทเนื้อชนิดอื่นบ้าง ก็ย่อมจะทำให้ราคาไก่ราคาถูกลง เป็นอย่างแน่นอน

10) จำนวนประชากรและรายได้ ถ้าประชากรมีจำนวนมากไป ปริมาณความต้องการอาหารโปรตีนย่อมจะมีมากขึ้น ความต้องการที่จะบริโภคไก่ก็จะมีมากขึ้น ยิ่งถ้าประชากรมีรายได้ดีก็จะเป็นการง่ายที่จะบริโภคไก่จะทำให้ไก่มีราคาดี

3.2.2 ค่าใช้จ่ายในการผลิตไก่สด ในการผลิตไก่สดมีค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังนี้

- 1) ราคาของวัตถุดิบ (ไก่เป็น)
- 2) ค่าใช้จ่ายในการผลิต
- 3) ค่าใช้จ่ายในการตัดจำหน่าย

1) ราคาวัตถุดิบ ไม้เป็นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเป็นไม้สัด ซึ่งราคาไม้เป็นจะมีผลต่อการผลิตและคำนวณราคาไม้สัดเป็นอย่างมาก ราคาไม้เป็นจะมีประมาณ 60-70% ของราคาไม้สัด ยิ่งถ้าเป็นโรงฆ่าไม้ขนาดเล็กด้วยแล้ว ก็ย่อมจะทำให้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับไม้เป็นจะมีมูลค่า 80-85%

2) ค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการผลิตไม้เป็นให้เป็นไม้สัด ได้แก่

ก. ค่าค้ำค้ำ ในกรณีที่มีการค้ำค้ำไม้สัดที่จำหน่ายภายในและต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายจะมีประมาณ 10-15% ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกี่ยวกับคุณภาพสัด และกลองกระตาดสูงมาก

ข. ค่าแรงงาน ในกรณีโรงฆ่าขนาดเล็ก ค่าใช้จ่ายที่สำคัญประการหนึ่งคือค่าแรงงาน แต่เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้วย่อมจะไม่สูงนักคงไม่เกิน 5-10% ถ้าเป็นโรงงานขนาดใหญ่ค่าแรงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะไม่เกิน 5%

ค. ค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่น ๆ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าน้ำมัน ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา ฯลฯ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นแล้วไม่มากนัก มีปริมาณไม่เกิน 30% ของกิจการโรงฆ่าไม้ขนาดใหญ่ ส่วนโรงฆ่าไม้ขนาดเล็กก็คงจะไม่เกิน 15-20%

3) ค่าใช้จ่ายในการตัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการตัดจำหน่ายที่สำคัญ ได้แก่

ก. ค่าขนส่ง ในกิจการโรงฆ่าขนาดเล็ก ๆ และขนาดใหญ่ที่จะต้องออกค่าขนส่งให้กับลูกค้า (ถ้ามีการตกลงกัน) ค่าขนส่งก็จะมีมูลค่าสูงเหมือนกัน ประมาณไว้ว่า 10-15% ของค่าใช้จ่ายในการผลิตทั้งสิ้น

ข. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและตัดจำหน่ายต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายประเภทนี้มักจะตกแก่โรงงานฆ่าไม้ขนาดใหญ่ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผลิตมากก็ย่อมที่จะต้องหาวิธีการที่จะขายให้ได้มาก ๆ เช่น ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ ส่วนลดให้กับลูกค้า เป็นต้น แต่เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย ทั้งสิ้นแล้วคงจะไม่เกิน 5%

3.3 ช่องทางการจำหน่ายไก่สด (Channel of Distribution of Fresh Chicken)

ช่องทางการจำหน่ายไก่สดของผู้ผลิตหนึ่งย่อมจะแตกต่างกัน ดังนี้ย่อมจะขึ้นอยู่กับว่าลูกค้าของใคร อยู่ที่ไหน เป็นอย่างไร แต่ผลสุดท้ายก็จะไปสิ้นสุดที่คน ๆ เดียวกันก็คือผู้บริโภค ซึ่งช่องทางการจำหน่ายระหว่างโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ที่ทันสมัยกับโรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็กก็จะแตกต่างกัน เพราะโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่มีกำลังปริมาณและความสามารถมากกว่า ซึ่งทำให้สามารถขยายขอบเขตของตลาดได้มากกว่า ทำให้มีช่องทางการจำหน่ายได้หลายทางและยาวกว่า ส่วนโรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็กมีกำลังปริมาณและความสามารถในการผลิตไก่สดได้แคบกว่า ซึ่งขายเฉพาะลูกค้าภายใน (อาจจะภายในเขตของตน และในแถบใกล้เคียงเท่านั้น)

3.3.1 ช่องทางการจำหน่ายของโรงฆ่าไก่ขนาดใหญ่หรือผู้ผลิตขนาดใหญ่โดยมีตลาดที่สำคัญคือ

1) ตลาดต่างประเทศ การส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ ประเทศที่สำคัญคือ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮ่องกง ภูมิภาค และตะวันออกกลางราคาซื้อขายอาจจะเป็น F.O.B. C.I.F. แล้วแต่จะตกลงกัน โดยการขยายอาจผ่านบริษัทตัวแทนต่างประเทศ (Inter Trade Company) หรืออาจขยายโดยตรงกับบริษัทติดต่อภายในประเทศนั้น ๆ ก็ได้ และในบางกิจการก็อาจจะมีสาขาของคนในต่างประเทศก็ได้ เพื่อจำหน่ายในประเทศนั้น ๆ ต่อไป

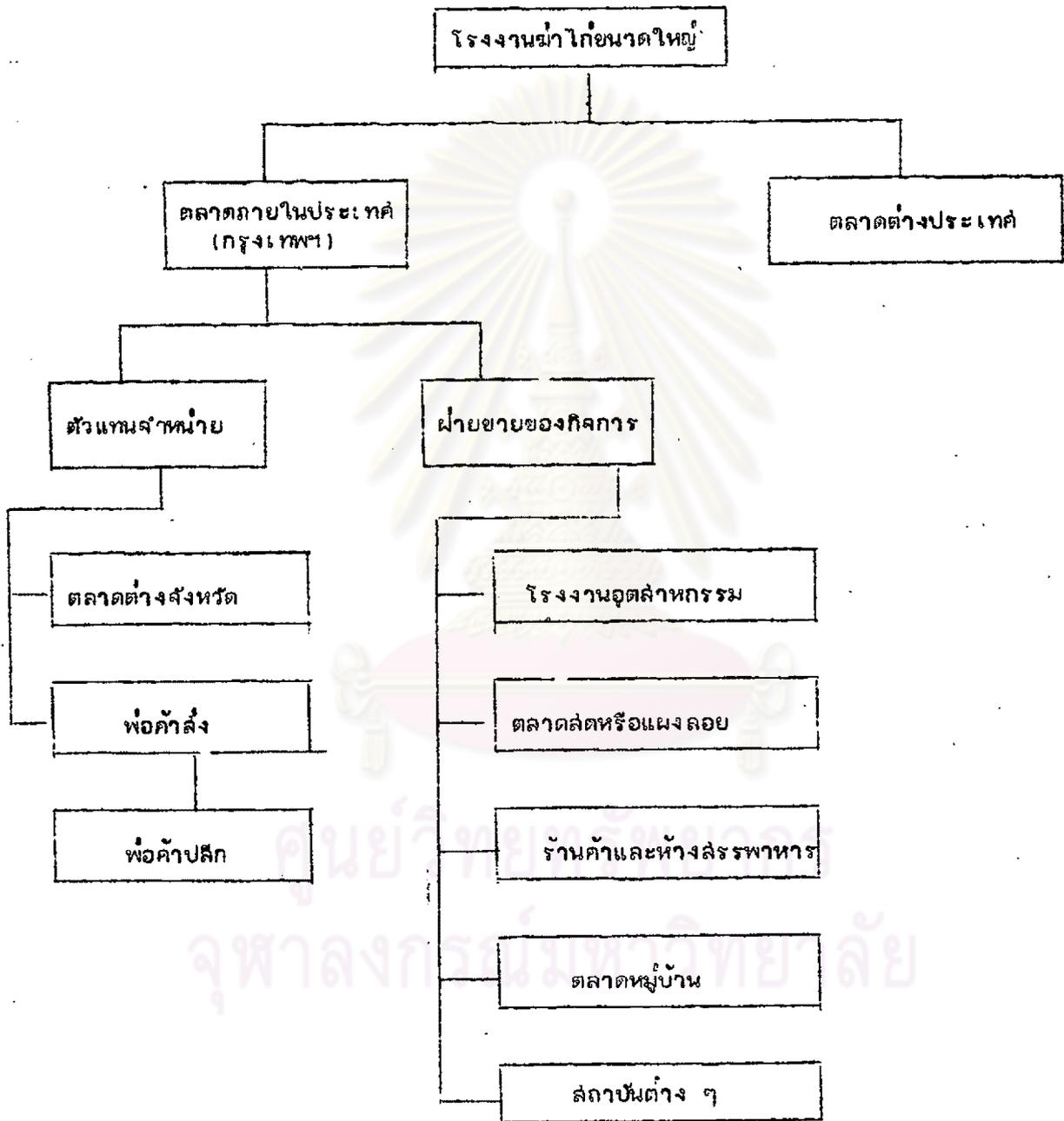
2) ตลาดภายในประเทศ (กรุงเทพฯ) สำหรับตลาดภายในประเทศก็อาจจะดำเนินงานได้ใน 2 กรณีคือ

ก. มีหน่วยงานขายทางโรงฆ่าไก่ขนาดใหญ่เอง โดยอาจจะมีหน่วยงานกลางที่สำนักงานหรือมีสาขาอยู่ในท้องที่ต่าง ๆ โดยหน่วยงานขายของกิจการนี้อาจจะทำหน้าที่ทั้งผู้ค้าส่งและค้าปลีกไปด้วยกันได้ด้วย โดยทำหน้าที่ขายให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

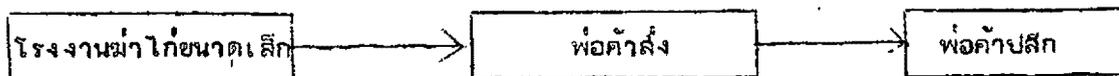
- โรงงานอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องทำอาหารเลี้ยง หรือขายให้กับพนักงานและคนงานก็มีความต้องการไก่สดเป็นจำนวนมาก สั่งซื้อจากโรงฆ่าไก่ขนาดใหญ่โดยตรง เพื่อผลในด้านราคาและปริมาณที่แน่นอน

แผนภูมิที่ 3

ช่องทางการจำหน่ายของโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ที่ทันสมัย



ช่องทางการจำหน่ายของโรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็ก



และโรงงานที่ทำไก่สดไปประกอบเป็นอาหารหรือสินค้าอื่นอีก
ทอดหนึ่งก็จะซื้อโดยตรงจากโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ เช่น โรงงาน
ทำอาหารไก่กระป๋อง โรงงานทำบะหมี่ (บะหมี่มามา) โรงงาน
แบรนด์ยอดคุกกี้ คุกกี้ไก่รอยไก่ โรงงานอาหารกระป๋อง อสิร.
ของบริโภค เป็นต้น ซึ่งลูกค้าประเภทนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่ง
ในการที่จะต้องมีราคาและปริมาณที่แน่นอนและมักจะนิยมซื้อในรูปแบบ
ของการทำสัญญาระยะยาว 3-12 เดือน

- ตลาดสดหรือแผงลอย ตลาดสดในที่นี้มักจะได้แก่ ตลาดภายใน
กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง เช่น ส้มทรปราการ
ส้มทรลำคร นนทบุรี ปทุมธานี อโยธยา สระบุรี เป็นต้น
ทั้งนี้เพราะโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่มักจะอยู่ในกรุงเทพมหานคร
และในต่างจังหวัดใกล้เคียง เมื่อขายภายในก็ขายได้ในกรุงเทพฯ
ซึ่งเป็นแหล่งใหญ่ของแต่ละภาคใกล้เคียง ในที่หรือจังหวัดอื่น ๆ ปริมาณ
ความต้องการกระจัดกระจายโดยทั่วไป และมีโรงฆ่าไก่เล็ก ๆ
ดำเนินการจำหน่ายไก่สดอยู่แล้วและการจำหน่ายไก่สดภายในมัก
มีลักษณะที่ว่า ฆ่าไก่คืนนี้ พรุ่งนี้เข้าวางขายได้เลย เพราะมี
ความสดไม่เนื้อมีใส่เก็บไว้ในตู้เย็น หรือห้องเย็นเพื่อขายได้หลาย ๆ
วัน ดังนั้นถ้าจะจำหน่ายให้รวดเร็วขนส่งเร็วก็จะทำได้ในระยะ
ทางสั้น ๆ ไม่ไกลนักในแถบใกล้เคียงเท่านั้น และเฉพาะ
กรุงเทพฯ เป็นแหล่งใหญ่ก็แทบจะผลิตจำหน่ายไว้ทั้งหมดแล้ว

- ตลาดสดในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงมีประมาณ 200 แห่ง
ทางโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ก็จะพิจารณาเลือกตลาดที่สำคัญเป็นตลาด
ใหญ่และอยู่ในเส้นทางที่สามารถจะขนส่งได้รวดเร็ว

แต่อย่างไรก็ตามการจำหน่ายให้กับตลาดสดหรือแผงลอย ก็มักจะมี
ปัญหาบางประการ เช่น

ปัญหาการขนส่ง ตามปกติตลาดสดจะเริ่มตั้งแต่ 05.00-08.00 น. ดังนั้นการส่งออกจะต้องเริ่มตั้งแต่ 02.00 น. เป็นต้นไปจนถึงสว่าง ค่าเป็นจะต้องส่งอย่างรีบเร่งถ้าพลาดเวลา ก็จะเสียหาย พ่อค้าอาจจะไม่รับสินค้า หรือถ้ารับแล้วก็จะต้องขายในวันต่อไป จะทำให้สินค้าสูญเสียดังกล่าวได้และถ้าส่งใกล้ค่ำให้พ่อค้าไม่ทันจะทำให้พ่อค้านั้นไม่มีใกล้ค่ำขาย จะทำให้เขาเสียตลาดได้

ปัญหาเรื่องรักษาคุณภาพ เนื่องจากไก่เป็นของสด จะต้องรักษาคุณภาพอยู่ตลอดเวลา ถ้าขาดน้ำแข็งไก่ก็จะเริ่มเสื่อมคุณภาพและส่งกลิ่นเหม็นเมื่อถึงปลายทาง พ่อค้าก็ไม่ยอมรับสินค้าเป็นอันขาด ซึ่งโรงงานจะต้องรับคืนหรือนำไปทำลายเสีย ก็จะทำให้เกิดความเสียหายได้ แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าสดน้ำแข็งให้มากเกินไปก็จะทำให้เปื่อยส่งค่าไปจ่ายเกินควร

ปัญหาเกี่ยวกับหนี้สูญ การขายในตลาดนี้จะมีภาระให้เครดิตกัน ซึ่งปกติอัตราส่วนหนี้สูญของตลาดประเภทนี้จะสูงมากเพราะพ่อค้าส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย ขาดความรับผิดชอบไม่มีหลักประกันทางการเงิน และขายวันต่อวันไม่มีแผนการที่ดีพอ

ปัญหาในด้านการแข่งขัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักไม่คำนึงถึงคุณภาพและอนามัย แม้บ้านยังนิยมซื้อของถูก เมื่อเป็นเช่นนี้จึงเปิดโอกาสให้พ่อค้ารายย่อยบางรายนำไก่ที่มีโรคไม่ส่งประกอบมีสีฟ้า หรือตายมาขายในตลาด ในราคาถูก ๆ จึงเกิดการเปรียบเทียบในเรื่องราคาว่าไก่ที่มาจากรองงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่มีราคาแพง ซึ่งข้อเท็จจริงแล้วอาจเป็นไปได้ที่ไก่เป็นโรค ไก่มีสีฟ้า ไม่ส่งประกอบหรือไก่ตาย พ่อค้าเหล่านั้นไปกว้านซื้อจากโรงงานซึ่งเป็นไก่คัดออกแล้ว เพราะไม่ผ่านมาตรฐานของ

สัตว์แพทย์ ซึ่งควบคุมการผลิตอยู่แล้ว

และในการแข่งขันอาจจะแข่งขันกับพ่อค้ารายย่อยอื่น ๆ ที่ไปซื้อไก่ที่มีคุณภาพดีจากโรงงานก็จะเป็นการแข่งขันกันเอง ทำให้แข่งตลาดกันเองโดยไม่จำเป็น

- ร้านค้าและร้านสรรพอาหาร (Super Market) ร้านค้าและร้านสรรพอาหาร หมายถึง ร้านขายของทั่วไป ที่อยู่ตามหมู่บ้าน เป็นตึกแถว หรือเป็นห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ เช่น เซ็นทรัล โดมมารู เป็นต้น เรียกว่าเป็นร้านสรรพอาหาร แม้แต่ในบราซิลมีภาษาไทยที่เรียกทับศัพท์เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต (Super Market) ซึ่งในบางครั้งก็อาจจะจัดในรูปแบบของสหกรณ์ เช่น สหกรณ์กรุงเทพฯ สหกรณ์บางเขน เป็นต้น ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ มีไม่ต่ำกว่า 20 แห่ง และร้านค้าทั่วไป ที่มีไก่สดจำหน่ายมีไม่ต่ำกว่า 500 แห่ง ร้านค้าประเภทนี้ทางโรงงานขนาดใหญ่เป็นผู้จัดสิ่งเอง โดยไม่ผ่านคนกลาง

ลักษณะของร้านค้าประเภทนี้ตามปกตินับได้ว่ามีหลักประกันดี และหลักประกันพอสมควร มีอาคารที่ทำการเป็นของตนเอง แต่อาจจะขายไม่ดีเท่าตลาดสด ทั้งนี้เพราะคนไทยยังนิยมซื้อสินค้าในตลาดสดมากกว่ามีของให้เลือกมากกว่า และราคาถูกกว่า แต่อย่างไรก็ตาม ร้านค้าเหล่านี้มีค่าใช้จ่ายสูงมาก ค่าตกแต่ง ค่าอาคาร ฯลฯ ล้วนแล้วแต่มีผลที่จะกระทบถึงราคา แต่ถ้างลงทุนมากก็ย่อมจะต้องขายในราคาแพง เป็นของธรรมดา

- ตลาดหมู่บ้าน หมายถึง ร้านค้าย่อยที่ขายของเล็ก ๆ น้อย ๆ ซึ่งปกติแม่บ้านที่อยู่ต่าง ๆ ต้องการจะหารายได้เพิ่มเติมจึงได้ลงทุนซื้อตู้เป็น และซื้อไม้จากโรงงานมาทำขนาดใหญ่จัดจำหน่ายต่อควบคู่กับการขายสินค้าอื่น ๆ อาจจะมีบริการพิเศษส่งถึงบ้านด้วย

สำหรับตลาดหมู่บ้านนี้ จะขายดีในกรณีที่มีหมู่บ้านอยู่ห่างไกลจากตลาดสด ผู้ที่อยู่อาศัยจะไปหาซื้อของสดรับประทานได้ยาก เช่น หมู่บ้านทุ่งเศรษฐีอยู่กิโลเมตรที่ 7 ถนนบางนา-ตราด อำเภอบางพลี ซึ่งบริเวณใกล้เคียงไม่มีร้านค้าใหญ่หรือตลาดสดเลย ก็มีผู้เปิดร้านค้าย่อยขายสินค้าทั่วไปและจำหน่ายของสด ๆ เช่น หมู ไก่ เป็ด ผัก เป็นต้น ซึ่งหมู่บ้านประเภทนี้มีอยู่มากในกรุงเทพฯ เพราะหมู่บ้านจัดสรร เริ่มขยายออกไปตามชานเมือง และบางแห่งอยู่ไกลคนก็เริ่มไปอาศัยอยู่น้อยสิ่งทำให้ในเริ่มแรกไม่มีใครไปลงทุนเปิดตลาดสดหรือร้านค้าขนาดใหญ่ได้ นอกจากนี้ผู้คิดทำร้านค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ รับซื้อมาขายต่ออีกอย่างหนึ่งเท่านั้น

- สถานีหรือกิจการต่าง ๆ ตลาดประเภทนี้ใช้หรือบริโภคได้เป็นจำนวนมากและค่อนข้างแน่นอน เช่น โรงพยาบาล หรือสายการบิน การซื้อขายก็จะขายในราคาไม่สูงนัก และอาจจะทำในรูปของการประกวดราคา

- ตัวแทนจำหน่าย นอกจากโรงงานมาทำขนาดใหญ่จะมีหน่วยงานขายของตนแล้ว ยังอาจจะมีการตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อจำหน่ายในต่างจังหวัดและกรุงเทพฯ ซึ่งผู้แทนจำหน่ายนี้ก็จะขายใกล้ให้แก่

- พ่อค้าส่ง

- พ่อค้าปลีก

แต่อย่างไรก็ตามในบางขณะผู้แทนจำหน่ายอาจจะทำหน้าที่ ทั้งพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก ไปในตัวด้วย โดยขายไก่สดให้แก่ ผู้บริโภคโดยตรงในกรณีที่ไม่มีแย่งลูกค้าหรือตลาดกัน พ่อค้าส่ง หรือพ่อค้าปลีก ที่คนจำหน่ายไก่สดให้ไป

3.3.2 ช่องทางจำหน่ายของโรงฆ่าไก่ขนาดเล็กหรือขนาดย่อมหรือที่เรียกว่าคนกลาง

โรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็กในกรุงเทพฯ มีประมาณ 100 โรง ซึ่งกำหนดความ สามารถผลิตไก่ได้แก่ ผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ถึง 50% ที่รวมเป็นกลุ่มแถวคลองตัน (สุขุมวิท 71 พระโขนง) และแถวคลองเตยทำให้เรียกว่าตลาดกลางไก่ และนอกนั้นก็กระจัดกระจายทั่วไป โรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็กนี้ ผลิตไก่สดเพื่อตลาดกรุงเทพฯ และตลาดใกล้เคียง เช่น บhumราณี นนทบุรี อยุธยา อ่างทอง สระบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร เป็นต้น ช่องทางจำหน่าย ส่วนใหญ่แล้วขายต่อให้แก่ผู้ค้าส่งเพื่อไปส่งตลาดหรือแผงลอยหรือร้านค้าทั่ว ๆ ไปอีกทอดหนึ่ง แต่ ก็มีบางรายที่แผงของตนเองก็ทำหน้าที่เป็นผู้ค้าปลีก ขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงแต่น้อยมาก

3.4 การส่งเสริมการจำหน่ายไก่สด (Promotion Strategy)

ในสมัยก่อนไม่มีโรงงานฆ่าสัตว์ขนาดใหญ่ มีแค่โรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็ก ซึ่งผลิตไก่สด เพียงให้พอกับความต้องการของตลาดไปวันหนึ่ง ๆ. ไม่กล้าผลิตรายมากเพราะยังไม่มีบริการรักษา ที่ดีพอ การส่งเสริมการจำหน่ายก็ไม่มีค่าเป็น เพราะผลิตรายขายไปวันหนึ่ง ๆ และไก่สด หรือคุณภาพของไก่ก็ไม่แตกต่างกันมากนัก ไม่ว่าจะฆ่าที่โรงฆ่าไก่โรงใด ก็เป็นไก่ชนิดเดียวกัน

แต่ปัจจุบันนี้มีโรงงานไก่ขนาดใหญ่ที่ทันสมัยสามารถฆ่าไก่ได้ชั่วโมงละหลายพันตัว และมีอยู่ หลายโรง ประกอบกับการมีระบบการเก็บไก่สดที่ดีพอ ซึ่งทำให้มีปริมาณไก่สดมากกว่าความต้องการ และมีการแข่งขันกันมากขึ้น คุณภาพของไก่ เนื้อไก่ หนังไก่ ฯลฯ ก็เริ่มที่จะมีข้อแตกต่าง กันในการบริโภคมากขึ้น ซึ่งทำให้เริ่มมีการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งมีอยู่หลายวิธี เช่น

3.4.1 มีการโฆษณา (Advertising) เพื่อโฆษณาให้ทราบถึงคุณภาพของความอร่อย เมื่อได้บริโภคไก่ชนิดนั้น ๆ และคุณสมบัติอื่น ๆ ของไก่ การถูกสุขลักษณะและอนามัยและความ สะดวกในการซื้อที่แยกเป็นอันส่วนต่าง ๆ และขนาดต่าง ๆ ตามที่ต้องการ ทั้งที่โดยคำนึงถึงความ

เจริญเติบโตของครอบครัว ซึ่งในสมัยก่อนคนไทยชอบอยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่ ถึงแม้ใครแต่งงานไปแล้วก็ยังไม่ยอมแยกที่อยู่หรือครอบครัวออกไป หรือบุตรหลายคนก็จะแยกตัวออกจากพ่อแม่ไปก็ใช้เวลาหลายปี การบริโภคอาหารจึงต้องจัดเตรียมอาหารให้เป็นจำนวนมากเพราะหลายคน ถ้าต้องการบริโภคก็ก็ต้องซื้อกันเป็นตัว ๆ หรือหลายตัว แต่ปัจจุบันนี้เริ่มนิยมแยกครอบครัวออกจากบ้านไปตามารดาหรือเริ่มมีครอบครัว (แต่งงาน) ก็แยกออกไป เมื่อคนในครอบครัวมีน้อยจะไปซื้อไก่ทั้งตัวก็อาจจะเหลือ จึงมีความต้องการที่จะซื้อไก่สดเพียงบางส่วน และเลือกซื้อในล้นที่คนชอบรับประทาน เช่น บางคนชอบเนื้อสัน บางคนชอบขา บางคนชอบปีก เป็นต้น เมื่อเป็นดังนี้ผู้ผลิตไก่จึงเริ่มแยกเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ ข่าย และมีน้ำหนักหรือขนาดต่าง ๆ กันตามความต้องการของผู้บริโภค ถ้าเป็นไก่สดจากโรงงานฆ่าไก่ขนาดใหญ่ก็จะมีการบรรจุถุงพลาสติกอย่างดี แต่ถ้าเป็นไก่สดจากโรงงานฆ่าสัตว์ขนาดเล็ก ผู้ค้าปลีกที่ซื้อมาขายก็จะแยกเป็นกอง ๆ เอาไว้ ซึ่งการโฆษณาคุณภาพไก่และแยกเป็นชิ้นส่วนเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มักจะมาจากโรงงานฆ่าสัตว์ขนาดใหญ่ซึ่งมีระบบงานซึ่งแน่นอน และดีกว่าโรงงานฆ่าไก่ขนาดเล็ก

สื่อที่ใช้ในการโฆษณา ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร และหนังสือต่าง ๆ เป็นต้น

3.4.2 มีการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขายที่หลายวิธี เช่น

1. การติดตั้งตัวแทนจำหน่ายจะมีการติดตั้งตัวแทนจำหน่ายให้ทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียกซื้อ และให้ใกล้ผู้บริโภคมากที่สุด โดยจะมีป้ายบอกไว้ข้างนอกว่าในร้านนี้มีไก่สดชนิดนี้จำหน่ายซึ่งจะพยายามจะให้ทั้งร้านเล็กและร้านใหญ่ เพื่อให้ครอบคลุมถึงลูกค้าทุกประเภท

2. ความสะดวกสบายในด้านอุปกรณ์การขาย สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งของ การขายไก่สด เพื่อจะได้ขายทั้งวันหรือเก็บไว้ขายหลายวัน ค่าเป็นอย่างไรที่จะต้องมีการเก็บรักษาไก่สดให้สดอยู่เสมอก็คืออยู่เย็นขนาดต่าง ๆ ไปวางไว้ตามร้านต่าง ๆ ที่ตนจะให้เขาจำหน่าย ทำให้ผู้จำหน่ายไม่ต้องลงทุนในอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้เพิ่มความสะดวกในการขายยิ่งขึ้น

3. ลดราคาไก่สด ในบางกรณีหรือบางเวลาอาจจะมีคำสั่งส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคบริโภคไก่ของตน

ซึ่งการลดราคาอาจจะไม่กระทำในรูปของไก่สด แต่จะกระทำในรูปของการทำไก่สดไปเป็นอาหารสำเร็จรูปสำเร็จเรียบร้อยแล้ว เช่น ไก่ย่าง ไก่กระป๋อง ไม้กระรอกไก่ ลูกชิ้นไก่ เป็นต้น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ม.ม.)

การเปลี่ยนแปลง/ก.ก.

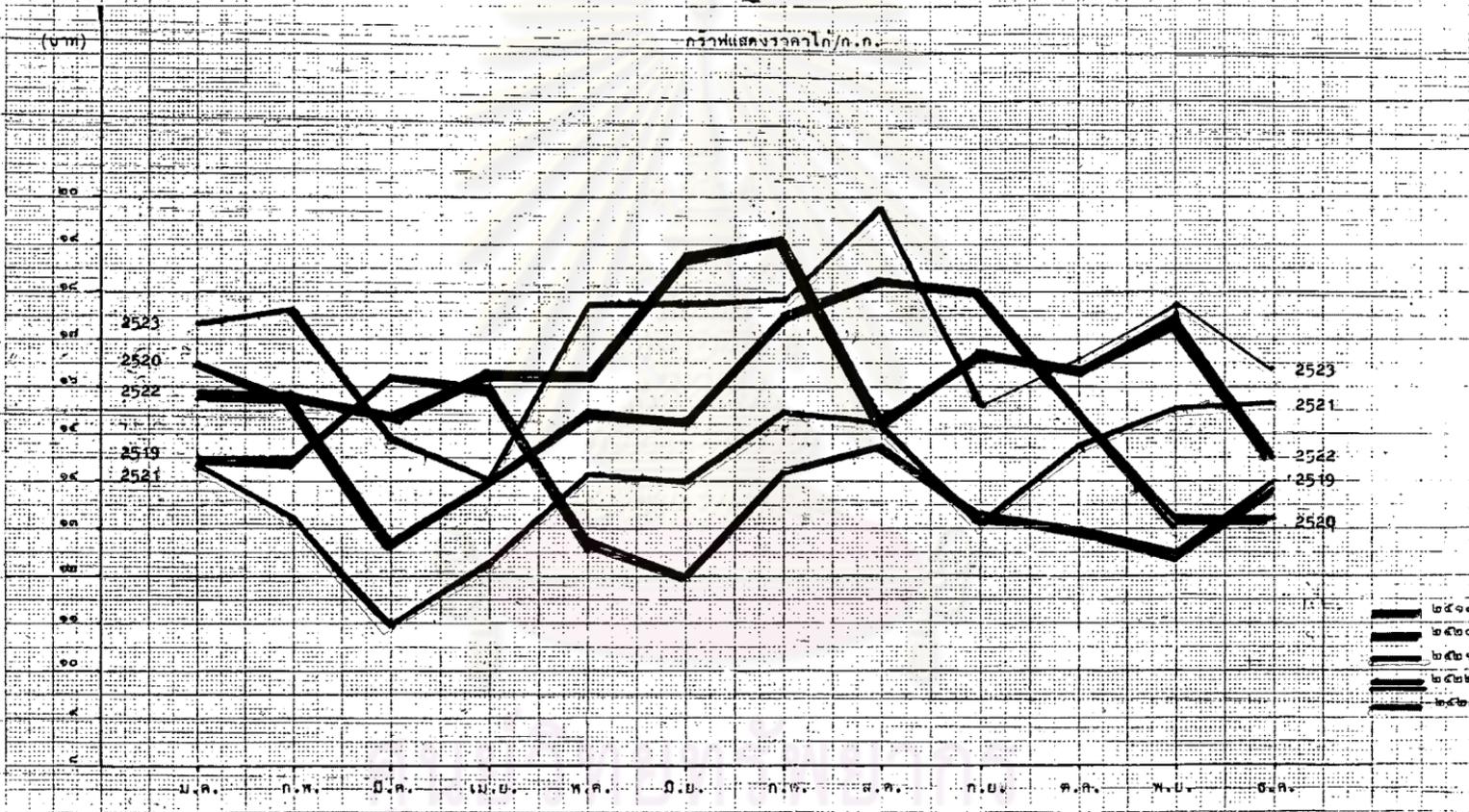
๓๐
๒๕
๒๐
๑๕
๑๐
๕
๐
๐
๐

2523
2520
2522
2519
2521

2523
2521
2522
2519
2520

๒๕๑๔
๒๕๑๐
๒๕๑๖
๒๕๑๒
๒๕๑๓

ม.ค. ก.พ. มี.ค. เม.ย. พ.ค. มิ.ย. ก.ค. ส.ค. ก.ย. พ.ย. ธ.ค.



Prices of Broiler Chicken

Baht:Kg

Average Price	1975 (2518)		1976 (2519)		1977 (2520)		1978 (2521)		1979 (2522)	
	Guarantee	Market	Guarantee	Market	Guarantee	Market	Guarantee	Market	Guarantee	Market
	Price	Price	Price	Price	Price	Price	Price	Price	Price	Price
January	16.30	17.83	13.90	14.50	14.59	16.50	14.75	14.35	14.60	15.90
February	16.30	17.75	13.82	14.50	14.75	15.80	14.75	13.30	14.60	15.80
March	16.10	14.61	13.65	16.30	14.83	12.70	14.75	11.00	14.60	15.60
April	15.75	13.33	13.90	16.00	14.90	14.00	14.75	12.30	14.60	16.25
May	15.15	13.21	13.60	12.80	14.98	15.50	14.75	14.10	15.10	16.25
June	15.25	11.67	13.60	12.00	15.15	15.30	14.75	14.00	15.10	18.75
July	15.25	13.98	13.60	14.30	15.05	17.50	14.75	15.50	15.10	19.00
August	15.25	16.00	14.30	14.80	14.95	18.25	14.68	15.25	15.10	15.25
September	15.07	13.06	14.30	13.40	14.85	18.00	14.60	13.10	15.10	16.75
October	14.70	14.30	14.30	13.00	14.75	15.50	14.60	14.75	15.10	16.40
November	14.70	13.38	14.30	12.50	14.75	13.25	14.60	15.50	15.10	17.40
December	14.52	13.22	14.72	14.00	14.75	13.20	14.60	15.60	15.00	14.50
Average Price Per Kg	15.37	14.35	14.00	14.01	14.86	15.46	14.69	14.06	14.93	16.49

Guarantee Price : The contract price between the slaughter house and the farms