



## สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็น

### ความเป็นมา

อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในจำนวนปศุสัตว์ต่าง ๆ เนื่องจากเนื้อไก่กำลังเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดต่างประเทศ เพราะมีโปรตีนสูงและไม่ทำให้อ้วน อีกทั้งปริมาณการส่งออกได้มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี

อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นของไทยเริ่มขึ้นครั้งแรกโดยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์จำกัด ซึ่งในสมัยแรกยังไม่ได้เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ไม่มีการนำเอากระบวนการผลิตที่เป็นมาตรฐานพอที่จะส่งออกได้มาใช้ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2516 บริษัทได้จัดสร้างโรงงานขึ้นนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ผลิตเนื้อไก่แช่เย็นที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสำหรับส่งออก บริษัท เจริญโภคภัณฑ์จึงได้ส่งไก่สดแช่เย็นไปต่างประเทศครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2516 โดยบริษัทที่ทำกรนำเข้าและไก่และส่งออก คือ บริษัทกรุงเทพค้าสัตว์ ร่วมกับ บริษัท Union Enterprise Corp. ในประเทศญี่ปุ่น และบริษัท Meiji Milk Products Co., Ltd. สาขาประเทศไทย โดยเริ่มทดลองส่งไก่สดแช่เย็นจากประเทศไทยไปญี่ปุ่นเป็นครั้งแรกจำนวน 10 ตัน และจากนั้นมาบริษัทนี้และบริษัทอื่น ๆ ในประเทศญี่ปุ่นได้ติดต่อสั่งซื้อไก่สดแช่เย็นจากไทยโดยผ่านสำนักงานที่ปรึกษาพาณิชย์ ณ กรุงโตเกียว ทำให้อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นเพื่อการส่งออกของไทยเริ่มต้นขึ้น หลังจากนั้นก็มีบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับไก่สดแช่เย็นเกิดขึ้นมากมาย โดยบางบริษัทมีเพียงโรงงานชำแหละเท่านั้นและรับซื้อไก่เป็นจากผู้เลี้ยงอิสระมาเข้าโรงงาน บางบริษัททำเป็นธุรกิจขนาดใหญ่แบบครบวงจร ภาวะการส่งออกไก่สดแช่เย็นเป็นไปด้วยดี ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นเสมอมา จนทำให้ไก่สดแช่เย็นเป็นสินค้าออกที่มีความสำคัญของประเทศ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้ จึงได้ส่งเสริมการลงทุนโดยเน้นการลงทุนเพื่อการส่งออก

โรงงานที่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุนต้องมีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท ทั้งนี้ไม่รวมค่าที่ดินและเงินทุนหมุนเวียน และยังคงอยู่ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. บุคคลผู้มีสัญชาติไทย จะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน

2. เนื้อไก่ที่ผลิตได้จะต้องส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศทั้งสิ้น

3. จะอนุญาตให้จำหน่ายในประเทศได้เฉพาะส่วนที่เป็นเครื่องใน เลือด กระดูก ขน ขา และปีก ซึ่งเป็นส่วนที่ต่างประเทศไม่รับซื้อเท่านั้น

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตไก่สดแช่เย็นรายใหญ่ ๆ ซึ่งมีลักษณะการค้าเน้นธุรกิจ ดังตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตไก่สดแช่เย็นเพื่อการส่งออกขนาดใหญ่

บริษัท	ธุรกิจที่ประกอบ				
	อาหารสัตว์	ลูกไก่	ไก่เนื้อ	โรงงานชำแหละ	
				ดำเนินการ	สนับสนุนโดย
เจริญโภคภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	-
เซนทาโก	✓	✓	✓	✓	อิตาแมน
ศรีไทยปศุสัตว์	✓	✓	✓	✓	คันโต
เบทาโกร	✓	✓	✓	✓	โคโซกู
แหลมทองสหการ	✓	✓	✓	✓	-
ป. เจริญพันธุ์	✓	✓	✓	✓	-
สหพาร์ม		✓	✓	✓	อิตาแมน
เจเนอรัลฟู้ดส์โพลทรี (ไทย)		✓	✓	✓	-
เบทเทอร์				✓	-

ที่มา : ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย

## ลักษณะของอุตสาหกรรม

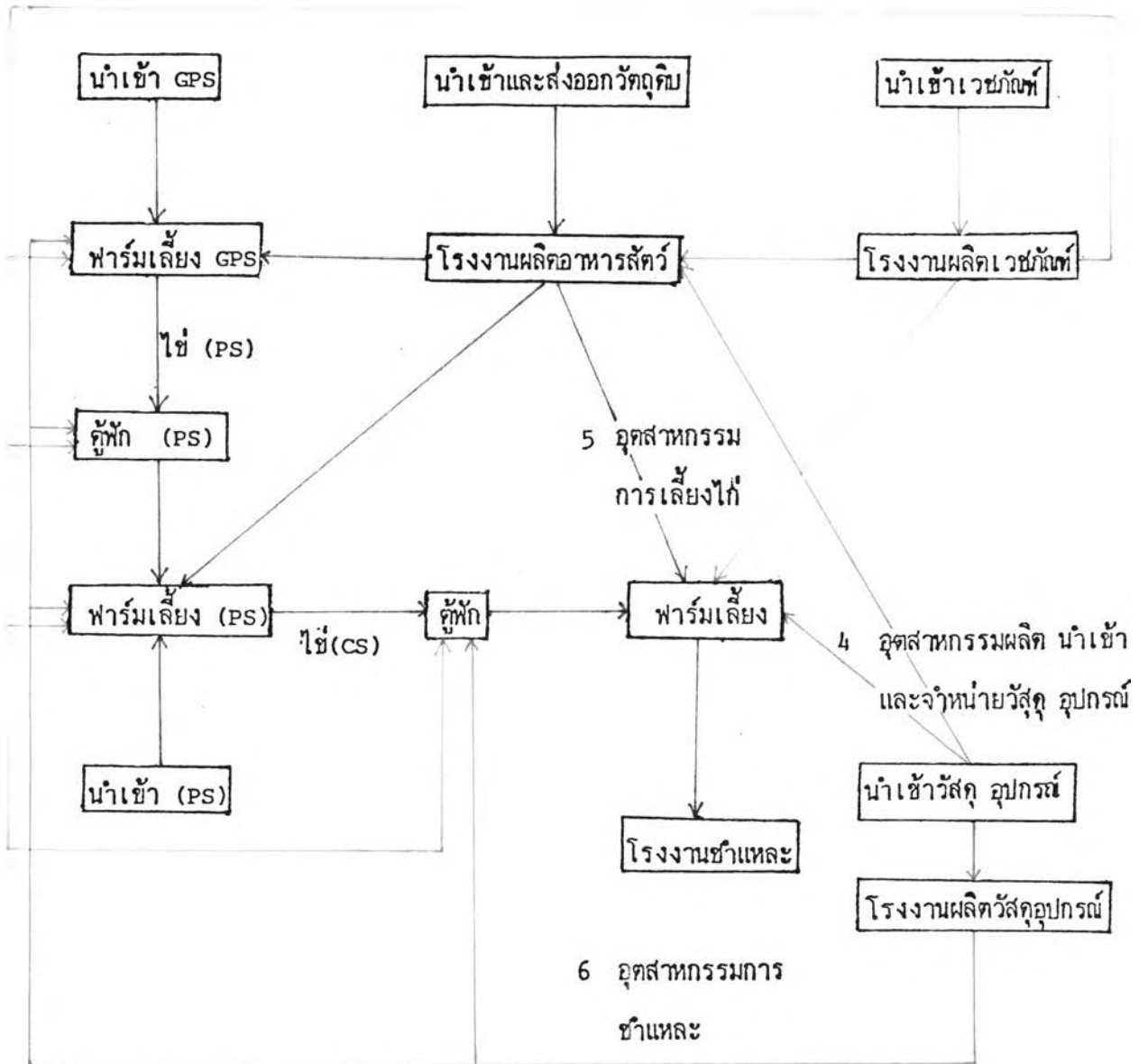
อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นเป็นผลมาจากการรวมตัวกันในแนวดิ่ง (Vertical Integration) ของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันโดยมีอุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์เป็นแกนกลาง (แผนภาพที่ 2.1)

อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์มีโครงสร้างการตลาดเป็นตลาดผู้ผลิตน้อยราย แต่มีได้หมายความว่า จะไม่มีการแข่งขัน หรือมีการแข่งขันกันน้อยตามลักษณะโครงสร้างตลาด แต่กลับมีการแข่งขันกันสูงมาก โดยการแข่งขันนั้นมิได้เป็นการแข่งขันในด้านราคา แต่เป็นการแข่งขันในด้านอื่น (Non-price Competition) เช่น การให้บริการด้านสัตวบาลและสัตวแพทย์ การให้สินเชื่อ ส่วนลด และการใช้ระบบการขายแบบผูกติด (Tie-in sale) การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาเหล่านี้ของผู้ผลิตอาหารสัตว์มีจุดมุ่งหมายเพื่อหวังจะเป็นผู้ยิ่งใหญ่ในตลาดอาหารสัตว์ และมีเหตุผลพื้นฐานมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า อาหารสัตว์ที่โรงงานต่าง ๆ ผลิตได้นั้นเป็นสินค้าที่เก็บไว้ได้ไม่นาน ประกอบกับเทคนิคการผลิตของโรงงานอาหารสัตว์นั้นจะต้องผลิตคราวละมาก ๆ เพื่อใช้ประโยชน์จากการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ฉะนั้นโรงงานอาหารสัตว์จึงต้องมีตลาดที่แน่นอนเพื่อรองรับผลผลิต และต้องแข่งขันเพื่อครอบครองตลาดให้ได้สัดส่วนที่สูงขึ้น และจากจุดนี้เองทำให้บริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์ทั้งหลายพยายามดำเนินกิจการอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความแน่นอนด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ โดยเริ่มด้วยการดำเนินกิจการจัดหาพันธุ์สัตว์ และส่งเสริมการเลี้ยงแก่เกษตรกรตามด้วยธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงสัตว์ ในปัจจุบันจะเห็นว่าอุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นอยู่ในรูปของการรวมตัวกันในแนวดิ่งของอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ อย่างน้อย 6 ประเภท ได้แก่

1. อุตสาหกรรมการผลิตลูกไก่
2. อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์
3. อุตสาหกรรมการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายเวชภัณฑ์สัตว์
4. อุตสาหกรรมการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการเลี้ยงสัตว์

ภาพที่ 2.1 แผนภาพการรวมตัวของอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในการผลิตไก่สดแช่เย็นแบบครบวงจร

- 1 อุตสาหกรรมการผลิตลูกไก่ 2 อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ 3 อุตสาหกรรมผลิต นำเข้า และจำหน่ายเวชภัณฑ์



- หมายเหตุ : 1. GPS = Grand Parents Stock หมายถึง ไก่พันธุ์ระดับปู่-ย่า  
 2. PS = Parents Stock หมายถึง ไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่  
 3. CS = Commercial Layer Stock หมายถึง ไข่ไก่เนื้อ

5. อุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่กระທ
6. อุตสาหกรรมการชำแหละ

ลักษณะการรวมตัวกันในแนวคั้งนี้ เรียกกันโดยทั่วไปว่า การดำเนินการธุรกิจครบวงจร ปัจจุบันมีกลุ่มบริษัทที่ดำเนินการธุรกิจแบบครบวงจรอยู่ 6 บริษัทคือ

1. กลุ่มบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
2. กลุ่มบริษัทศรีไทยปศุสัตว์ จำกัด
3. กลุ่มบริษัทเซนต์ทาโกฟาร์ม
4. กลุ่มบริษัทแหลมทองสหการ จำกัด
5. กลุ่มบริษัท ป. เจริญพันธุ์ จำกัด
6. กลุ่มบริษัท เบทาโกร จำกัด

อุตสาหกรรมทั้ง 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับการผลิตไก่สดแช่เย็นมีลักษณะการดำเนินการธุรกิจคั้งนี้คือ

1. อุตสาหกรรมการผลิตลูกไก่ เป็นอุตสาหกรรมที่ดำเนินการผลิตลูกไก่ออกสู่ตลาดโดยการนำเข้าลูกไก่พันธุ์ระดับปู่-ย่า (Grand Parents Stock = G.P.S.) และลูกไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่ (Parents Stock = P.S.) จากต่างประเทศ การกำหนดปริมาณนำเข้านี้จะต้องมีการวางแผนการนำเข้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิตที่จะต้องวางแผนให้สอดคล้องกับภาวะตลาดลูกไก่และไก่กระທในอนาคต อีกทั้งต้องให้สอดคล้องกับเป้าหมายของธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มบริษัทของตนด้วย เช่น การผลิตอาหารสัตว์ และโรงงานชำแหละ เพื่อมิให้เกิดภาวะวัตถุดิบขาดแคลนหรือมีล้นตลาดจนกลายเป็นปัญหาคั้งที่เคยเป็นมาในอดีต

การผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อของไทยในปัจจุบันยังต้องอาศัยเทคโนโลยีจากต่างประเทศโดยสิ้นเชิง ลูกไก่ที่ใช้ผลิตไก่กระທเพื่อป้อนสู่โรงงานชำแหละต้องเป็นลูกไก่พันธุ์ที่โตเร็ว มีอัตราการแปลงเนื้อสูง ซึ่งจะต้องอาศัยไก่พันธุ์พ่อ-แม่ที่ผสมและคัดเลือกพันธุ์มาจากปู่-ย่าและในทำนองเดียวกันไก่พันธุ์ปู่-ย่าก็ต้องได้มาจากไก่พันธุ์ทวด (Great Grand Parents Stock) ความรู้วิชาการเกี่ยวกับการผลิตไก่พันธุ์ระดับทวดนี้ เป็นความลับสุดยอดของบริษัทผู้ผลิตในต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการที่จะคัดเลือกพันธุ์ให้ได้ไก่ที่มีลักษณะที่ดีตามคั้งการนั้ต้อง

ใช้เวลานานอีกทั้งต้องลงทุนสูงด้วย ความจริงนักวิทยาศาสตร์ของไทยก็สามารถทำการผลิต ไก่พันธุ์ระดับทวิกันนี้ได้แต่ต้องใช้เวลาผสม คัดเลือก และทดสอบนานมาก อาจถึง 50 ปี ดังนั้นจึงยังไม่มีผู้ใดที่จะลงทุนในธุรกิจการผลิตไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่านี้

การนำเข้าไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่า และ/หรือไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่ นั้น พบว่าส่วนใหญ่จะนำเข้ามาในรูปที่เป็นลูกไก่อายุ 1 วัน เนื่องจากการนำเข้าเป็นลูกไก่นั้นสะดวกกว่าการนำเข้าเป็นไข่ เนื่องจากขนส่งง่ายกว่าและสามารถระบุเพศของไก่ได้ ทำให้การสูญเสียน้อยกว่า และบริษัทที่ส่งลูกไก่ออกย่อมคำนึงถึงคุณภาพของลูกไก่ของตน และการแข่งขันกับบริษัทอื่น ดังนั้นจึงจะคัดเลือกเฉพาะลูกไก่ที่แข็งแรงส่งมาให้ สำหรับการนำเข้ามาเป็นไข่ฟักนั้นยังคงมีอยู่บ้างแต่เป็นจำนวนน้อยและส่วนมากจะนำเข้ามาเพื่อประโยชน์ในการทดลองเท่านั้น ลักษณะของการนำเข้าลูกไก่ทั้งที่เป็นไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่า และไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่จะนำเข้ามาเป็นชนิด โดยถ้าเป็นการนำเข้าลูกไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่า จะนำเข้ามาแยกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของลูกไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่าที่จะนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์ตัวผู้ระดับพ่อ-แม่ หรือพันธุ์พ่อ สัดส่วนการนำเข้าของตัวผู้และตัวเมียในแต่ละชนิดจะเป็น 100 : 100 และส่วนที่สองที่เป็นลูกไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่าที่จะนำมาผลิตลูกไก่พันธุ์ตัวเมียระดับพ่อ-แม่หรือพันธุ์แม่ สัดส่วนการนำเข้าในแต่ละชนิดของตัวผู้ต่อตัวเมียคือ 40 : 100 สำหรับการนำเข้าไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่ ในแต่ละชนิดจะมีสัดส่วนของตัวผู้และตัวเมียคือ 15 : 100 การกำหนดปริมาณที่จะนำเข้านั้น บริษัทจะต้องวางแผนล่วงหน้าพอสมควร คือประมาณ 18 เดือน และให้สอดคล้องกับสภาพการตลาดในอนาคต และจุดมุ่งหมายของธุรกิจอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มบริษัทเดียวกันดังได้กล่าวแล้ว

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีบริษัทที่นำเข้าไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่าอยู่เพียง 3 บริษัท คือ

1. บริษัทอาร์เบอร์เอเคอร์ส ประเทศไทย จำกัด ซึ่งเป็นสาขาของบริษัทแม่ในต่างประเทศและเป็นบริษัทร่วมค้าของกลุ่มบริษัทเจเรนีโอคกัณฑ์ บริษัทนี้จะนำเข้าไก่พันธุ์ระดับปุ๋-ย่าชื่อพันธุ์ "ARBOR ACRES" จากบริษัทอาร์เบอร์เอเคอร์สในประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัทอาร์เบอร์เอเคอร์สประเทศไทยนี้ เป็นผู้ผลิตลูกไก่พันธุ์พ่อ-แม่รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย และประสบความสำเร็จอย่างมากจนสามารถส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศได้ เช่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และพม่า เป็นต้น

2. บริษัทแหลมทองสหการ เป็นผู้นำเข้าไก่พันธุ์ชื่อ "HUBBARD" จากประเทศสหรัฐอเมริกา

3. บริษัทเซนต์ทาโก เป็นผู้นำเข้าไก่พันธุ์ชื่อ "ROSS" จากประเทศอังกฤษ

บริษัทผู้นำเข้ารายอื่น ๆ จะเป็นการนำเข้าไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่ทั้งสิ้น

วิธีการในการผลิตลูกไก่ในอุตสาหกรรมการผลิตลูกไก่นี้ แบ่งได้เป็น 2 ช่วง คือ

1. ช่วงการนำเข้าไก่พันธุ์ระดับปู่-ย่ามาผลิตเป็นลูกไก่พันธุ์ระดับพ่อแม่

2. ช่วงการนำเข้าไก่พันธุ์ระดับพ่อ-แม่ หรือซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศซึ่งมี

3 บริษัทตั้งได้กล่าวแล้ว มาผลิตเป็นลูกไก่เนื้อ

บริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการผลิตลูกไก่นี้ จะทำธุรกิจเพียงช่วงการผลิตเดียว คือ ถ้าเป็นบริษัทที่ผลิตลูกไก่พันธุ์พ่อ-แม่ ก็จะไม่ผลิตลูกไก่เนื้อ บริษัทที่ผลิตลูกไก่เนื้อก็จะไม่ทำการผลิตลูกไก่พันธุ์พ่อ-แม่เองจึงต้องซื้อจากบริษัทอื่นในเครือเดียวกัน

2. อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ ธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ธุรกิจเกี่ยวกับการนำเข้าและส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์

2.2 ธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์จากวัตถุดิบภายในประเทศและจากต่างประเทศ

เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์มีความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมการขายของตนเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและต้นทุนการผลิตตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น จะเห็นได้ว่าช่องทางการจำหน่ายอาหารสัตว์จะมีลักษณะของการทำสัญญาผูกพันกับเกษตรกรรวมอยู่ด้วย ช่องทางการจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์มี 2 ทาง (ภาพที่ 2.2) คือ

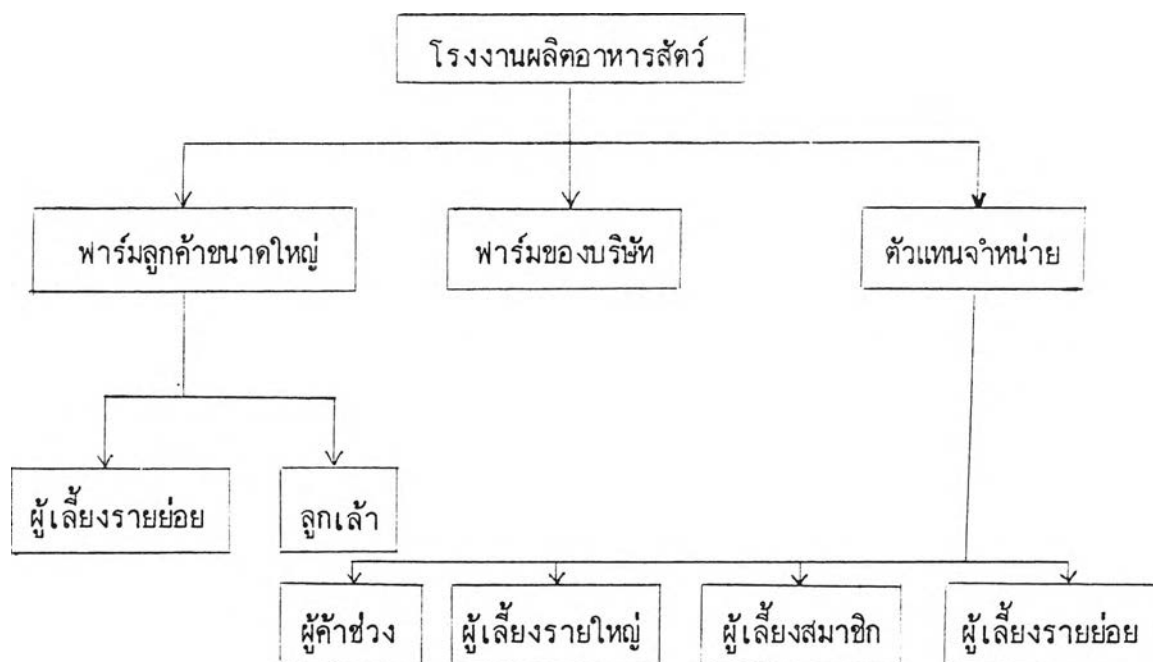
1. การขายให้กับฟาร์ม ซึ่งมีทั้งฟาร์มในเครือของบริษัทเอง และฟาร์มลูกค้าขนาดใหญ่ ฟาร์มลูกค้าขนาดใหญ่ จะมีการจำหน่ายต่อให้กับลูกเจ้าของตน และผู้เลี้ยงรายย่อย



2. การขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายจำหน่ายให้กับ ผู้เลี้ยงรายใหญ่ ผู้เลี้ยงซึ่งเป็นสมาชิกของบริษัท และผู้เลี้ยงรายย่อย ผู้ผลิตอาหารสัตว์รายใหญ่ ๆ ที่มีการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรนี้ ส่วนมากจะไม่มีจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรง แต่จะมีตัวแทนจำหน่ายของบริษัทแบ่งเป็นเขตรับผิดชอบ ปกติจะใช้เขตจังหวัดเป็นการแบ่งเขต การจำหน่าย

การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายนี้ ตัวแทนมักจะมีข้อตกลงกับเกษตรกรก่อน โดยตัวแทนมักจะกำหนดกับผู้ซื้อว่า ถ้าต้องการใช้พันธุ์สัตว์ของบริษัทจะต้องใช้อาหารและเวชภัณฑ์ของบริษัทด้วย โดยตัวแทนจะเป็นคนกลางจัดหาพันธุ์สัตว์มาให้ นอกจากนี้ตัวแทนเหล่านี้อาจเป็นผู้ทำสัญญาผูกพันกับเกษตรกรเพื่อผลิตไก่เป็นป้อนสู่โรงงานชำแหละของบริษัท โดยสัญญาผูกพันนี้จะมี 2 ลักษณะคือ การจ้างเลี้ยง และการประกันราคา ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป

แผนภาพที่ 2.2 ช่องทางการจำหน่ายอาหารสัตว์ผสมสำเร็จรูป



3. อุตสาหกรรมการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายเวชภัณฑ์ มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายกับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ คือมีทั้งการนำเข้าเวชภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายและนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อมาผลิตเวชภัณฑ์อื่น ๆ ออกจำหน่าย โดยลักษณะของการจำหน่ายมักจะทำในลักษณะมีข้อผูกพันกับเกษตรกรเช่นกัน

4. อุตสาหกรรมการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการเลี้ยงสัตว์ มีลักษณะการดำเนินธุรกิจและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาและผลิตได้เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ และเวชภัณฑ์สัตว์

5. อุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่กระตัง การเลี้ยงไก่กระตังของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรนี้อาจแยกได้เป็น 2 ประเภทคือ การเลี้ยงไก่กระตังของบริษัทเอง และการเลี้ยงไก่กระตังของเกษตรกรที่มีสัญญาผูกพันกับบริษัท

5.1 การเลี้ยงไก่กระตังของบริษัทเอง เกิดขึ้นเนื่องจากบริษัทต้องการความแน่ใจว่าจะมีไก่บ่มส่งโรงงานชำแหละของตนแน่นอนจึงทำการเลี้ยงไก่เอง การเลี้ยงไก่ประเภทนี้แบ่งได้เป็น 2 แบบคือ

5.1.1 จัดเป็นฟาร์มของบริษัทเอง โดยจัดหาพันธุ์ไก่ อาหาร เวชภัณฑ์และเครื่องมือเครื่องใช้จากบริษัทในเครือ เมื่อเลี้ยงไก่จนโตแล้วฟาร์มไก่จะขายไก่ให้กับโรงงานชำแหละของบริษัท การดำเนินงานของฟาร์ม จะแยกเป็นอิสระจากบริษัทอื่น ๆ ในเครือ การใช้ปัจจัยการผลิตของบริษัทในเครือก็ถือว่าเป็นการซื้อขายระหว่างกัน

5.1.2 จัดเป็นหมู่บ้านเกษตรกรพัฒนาอาชีพเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่\* โดยบริษัทเล็งเห็นว่า เกษตรกรมักจะประสบปัญหาเรื่องความผันแปรของตลาด อันมีผลทำให้ราคาไก่ขึ้น ๆ ลง ๆ ในช่วงใดไก่อราคาขึ้น เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ก็จะเก็งกำไร และในทางตรงกันข้ามถ้าราคาไก่อลดลงเกษตรกรจะขาดทุน บริษัทจึงจัดโครงการหมู่บ้านพัฒนาอาชีพเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์คือ

---

\* ปัจจุบันมีเพียงเครือบริษัท เจริญโภคภัณฑ์ เท่านั้นที่มีโครงการหมู่บ้านเกษตรกรพัฒนาอาชีพเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่

- เพื่อสร้างหลักประกันให้แก่เกษตรกรผู้มีอาชีพเลี้ยงไก่ให้มั่นคง
- เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตไก่กระทางอันเป็นผลให้สามารถแข่งขันกับผลผลิตจากประเทศอื่นในตลาดต่างประเทศ และให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพสูงเข้ามาตรฐานในการจำหน่ายต่างประเทศ
- เพื่อปฏิรูปและวางพื้นฐานความรู้ในการเลี้ยงไก่ อันเป็นการเสริมสร้างความชำนาญในการเลี้ยงไก่แก่เกษตรกรด้วยความถูกต้อง และเป็นไปตามหลักวิชาการ
- เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรในระยะยาว เป็นการกระจายรายได้ออกสู่ชนบท และเสริมสร้างความกินดีอยู่ดี ยกระดับฐานะของเกษตรกรให้ดีขึ้น มีหลักประกันในการสร้างฐานะ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ธนาคารผู้เป็นเจ้าของแหล่งเงินทุน

ลักษณะโครงการหมู่บ้านพัฒนาอาชีพเกษตรกรประกอบด้วย สถาบันการเงิน ธุรกิจเอกชน และเกษตรกร โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

- สถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารซึ่งจะให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุน เงินเชื่อเพื่อการเกษตรแก่เกษตรกรเพื่อสร้างโรงเรือนและอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ โดยจะให้ความร่วมมือและความสะดวกแก่สมาชิกในการมาติดต่อกับธนาคารในด้านการจดจำนองที่ดินเพื่อขอรับสินเชื่อ
- ธุรกิจเอกชนหรือบริษัท จะเป็นผู้จัดการแหล่งเงินทุนจากธนาคารให้แก่เกษตรกร และควบคุมการใช้จ่ายเงินกู้ให้เป็นไปตามเป้าหมายของการกู้ พร้อมทั้งจัดการให้คำแนะนำช่วยเหลืองานก่อสร้างโรงเรือนเลี้ยงไก่ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการให้แก่สมาชิกจนกว่าจะแล้วเสร็จ และจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเลี้ยงไก่ให้จนสามารถเลี้ยงไก่ได้โดยไม่คิดมูลค่า เมื่อถึงกำหนดก็จะจัดส่งลูกไก่ อาหารสัตว์ ยาและวัคซีนไปให้เกษตรกร อีกทั้งจัดส่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทเข้าไปให้ความช่วยเหลือแนะนำวิธีการเลี้ยงอย่างใกล้ชิด จัดการฝึกอบรมสมาชิกให้มีความรู้ ความสามารถในการเลี้ยงไก่จนยึดถือเป็นอาชีพได้
- เกษตรกรผู้เป็นสมาชิก มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการตามโครงการคือ จะต้องจัดเตรียมสถานที่เลี้ยงไก่ให้สะอาด พร้อมทั้งจะเข้าไก่ให้หลังจาก

ไก่อุ่นก่อนออกไปแล้ว จดบันทึกการเลี้ยง การให้อาหาร การคัดไก่ทิ้ง การทำวัคซีน และ ต้องเป็นผู้จัดการคัดปากไก่และการขนย้ายไก่เข้า/ออกด้วย และนอกจากนี้จะต้องรับผิดชอบต่อ ทรัพย์สินต่าง ๆ ของบริษัทที่ส่งไปอำนวยความสะดวกและต้องชดใช้หากเกิดเสียหาย ต้องทำ การประกันภัยทรัพย์สินและอาคารภายในฟาร์มไว้ทั้งหมด

สำหรับเงื่อนไขการคัดเลือกเกษตรกรเข้าร่วมโครงการนี้มีดังนี้คือ

- ต้องมีที่ดินเป็นของตนเอง โดยมีขนาดเพียงพอ และอยู่ในสภาพที่ เหมาะสมในด้านวิชาการที่จะใช้ในการเลี้ยงไก่ มีการคมนาคมสะดวก อยู่ในแหล่งที่มีน้ำ พอดีการใช้ได้ตลอดปีและไม่เป็นแหล่งโรคระบาดมาก่อน
- เป็นผู้มีความสัจย์ ซื่อสัตย์ และชอบการเลี้ยงไก่อย่าง จริงจัง
- มีความประพฤติและความรับผิดชอบดี ได้รับความเชื่อถือจากบุคคล ทั่วไป
- ไม่เป็นผู้ที่มีหนี้สินส่วนตัว และไม่เคยต้องคดีอาญามาก่อน

5.2 การเลี้ยงไก่กระหงของเกษตรกรที่มีสัญญาผูกพันกับบริษัท สัญญาเหล่านี้ จะทำเป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงกับคู่สัญญาซึ่งอาจเป็น ตัวแทนจำหน่าย อาหารสัตว์ โรงงานชำแหละ หรือตัวแทนจำหน่ายเวชภัณฑ์ก็ได้ การเลี้ยงประเภทนี้ สามารถแบ่งเป็นประเภทตามลักษณะของผลตอบแทนที่ผู้เลี้ยงจะได้รับซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การเลี้ยงแบบประกันราคา และการจ้างเลี้ยง

5.2.1 การเลี้ยงแบบประกันราคา\* ผู้เลี้ยงจะทำสัญญากับบริษัทผู้ ประกันไว้เป็นการล่วงหน้าเกี่ยวกับราคาไก่กระหง จำนวนไก่ และวันที่ที่จะซื้อไก่ซึ่งโดยปกติ จะจับไก่เมื่ออายุ 52 วัน ถ้าผู้ซื้อจับไก่อ่อนกำหนดผู้ซื้อต้องให้ราคาสูงกว่าราคาประกันซึ่ง แล้วแต่จะตกลงกัน สัญญาการเลี้ยงแบบประกันราคานี้มีระยะเวลาประมาณ 1 ปี ผู้เลี้ยงจะ

\* ดูรายละเอียดสัญญาการประกันราคาที่มาคผนวก ข. หน้า 276

ผูกพันในแง่ของการใช้พันธุ์ลูกไก่ อาหาร เวชภัณฑ์ที่จะต้องซื้อจากบริษัทที่รับประกันราคา และอาจมีการทำสัญญาระหว่างกันในการตกลงซื้อขายลูกไก่ อาหาร และเวชภัณฑ์ในราคาทั้งหมด 2 ฝ่ายพอใจ ผู้เลี้ยงประเภทนี้จะรับภาระการลงทุนและรับภาระความเสี่ยงด้านการผลิตทั้งหมด แต่ไม่มีความเสี่ยงด้านราคา ผู้เลี้ยงจะขาดทุนก็ต่อเมื่อเลี้ยงไม่ดี ทำให้อัตราแลกเปลี่ยนของอาหารสัตว์อยู่ในเกณฑ์ต่ำ ฉะนั้นรายได้ของเกษตรกรประเภทนี้จะค่อนข้างแน่นอนกว่าผู้เลี้ยงไก่อิสระ

การเลี้ยงไก่แบบนี้มีผลก็คือ ผู้เลี้ยงไม่ต้องเสี่ยงด้านความเปลี่ยนแปลงของราคาไก่ ไม่ต้องกังวลเรื่องภาวะตลาด แต่ก็มีผลเสียคือ เป็นการกำหนดราคาไก่ไว้ล่วงหน้า เมื่อราคาอาหารไก่สูงขึ้นในระหว่างการเลี้ยงในสัญญาระบุให้ปรับราคาซื้อตามไปด้วยได้เพียงสูงสุดไม่เกิน 15% ของราคาอาหารที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้ผู้เลี้ยงเสียเปรียบ และในกรณีที่ไก่ขาดตลาดและมีราคาสูง บริษัทมักจับไก่ก่อนกำหนดโดยให้เงินชดเชยแก่ผู้เลี้ยงบ้าง แต่ไม่คุ้มกับการจับไก่เมื่อโตแล้ว

5.2.2 การเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยง\* เกษตรกรประเภทนี้ไม่ต้องลงทุนด้านการเลี้ยงแต่ต้องลงทุนทรัพย์สินถาวร เช่น ที่ดิน โรงเรือน และอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายฟาร์ม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าแรงงานด้วย ส่วนค่าพันธุ์ไก่ อาหาร เวชภัณฑ์ ผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ออก การจับและขายไก่จะเป็นหน้าที่ของผู้ว่าจ้าง การทำสัญญาจะทำคราวละ 5 ปี

อัตราค่าจ้างเลี้ยงมีลักษณะ เป็นสูตรการคำนวณโดยนำร้อยละของไก่ที่เลี้ยงรอดกับอัตราการแปลงอาหารให้เป็นเนื้อ เข้ามาประกอบการกำหนดอัตราค่าจ้าง การเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยงนี้อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทตามลักษณะของผู้รับจ้างเลี้ยงคือ

5.2.2.1 การรับจ้างเลี้ยงแบบอิสระ การรับจ้างเลี้ยงแบบนี้ผู้เลี้ยงมักเป็นผู้เลี้ยงไก่อิสระมาก่อน มีปัจจัยการเลี้ยงพร้อมอยู่แล้ว เช่น โรงเรือน อุปกรณ์ต่าง ๆ น้ำ ไฟฟ้า และแรงงาน เพียงแต่ขาดแคลนเงินทุน หรือไม่ต้องการเสี่ยงกับผลกำไรขาดทุน

\* คุรรายละเอียดสัญญาการจ้างเลี้ยงที่ภาคผนวก ค. หน้า 282

### 5.2.2.2 บริษัทอาหารสัตว์จ้างเกษตรกรใหม่เลี้ยง การรับจ้าง

เลี้ยงแบบนั้นผู้เลี้ยงจะเป็นผู้ที่ไม่เคยเลี้ยงไก่มาก่อน แต่มีความสนใจในด้านนี้ บริษัทอาหารสัตว์จะเป็นผู้คัดเลือกผู้เลี้ยงเอง โดยผู้เลี้ยงต้องมีโรงเรือน และอุปกรณ์การเลี้ยงพร้อมอยู่แล้ว ในกรณีที่ผู้เลี้ยงขาดแคลนเงินทุนสำหรับสร้างโรงเรือนและอุปกรณ์ ผู้เลี้ยงอาจขอกู้จากธนาคารโดยบริษัทอาจค้ำประกันเงินกู้ให้บางส่วน ในด้านวิธีการเลี้ยง บริษัทจะจัดสัตวบาลและสัตวแพทย์ออกไปคอยให้คำแนะนำ ดูแล เกี่ยวกับการเลี้ยงไก่สมัยใหม่ การเลี้ยงประเภทนี้บริษัทจะกำหนดมาตรฐานการเลี้ยงดังนี้คือ

- ผู้เลี้ยงเลี้ยงไก่ได้รายละเอียด 1 โรงเรือน (10,000 ตัว)
- ทำการเลี้ยง 5 รุ่นต่อปี
- ระยะเวลาเลี้ยงรุ่นละประมาณ 50-60 วัน

และพักโรงเรือนเพื่อทำความสะอาดระหว่างรุ่นประมาณ 14 วัน

- น้ำหนักไก่เมื่อจับเฉลี่ยประมาณตัวละ 1.8

กิโลกรัม

- อัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อ 2:1

ความรับผิดชอบของผู้เลี้ยงคือ

- ต้องดูแลทรัพย์สินที่บริษัทจัดให้
- ต้องรับผิดชอบร้อยละ 30 ของจำนวนไก่ป่วย

และร้อยละ 30 ของเวชภัณฑ์ที่รักษาโรคไก่

- ต้องจดบันทึกการเลี้ยงทุกวัน
- ต้องออกค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงอื่น ๆ เช่น

ค่าแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าภาษีโรงเรือน เป็นต้น

ผลตอบแทนของผู้เลี้ยงขึ้นอยู่กับ

- อัตราการเลี้ยงรอด
- อัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อ
- น้ำหนักไก่เมื่อขาย

นอกจากนี้ยังได้รับผลตอบแทนจากบริษัทในรูปของเงินเคื่อนเงินช่วยเหลือในการคืนเงินต้นและดอกเบี้ยแก่ธนาคารในกำหนดเวลา 5 ปี ค่าล้างเล้า ค่าวัคซีน ค่าจับไก่ ค่าความสามารถในการเลี้ยง และเงินค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในฟาร์ม

การเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยงนี้มีผลดีคือ

1. ผู้เลี้ยงได้รับความช่วยเหลือทางด้านวิชาการจากบริษัท ทำให้ทราบวิธีการเลี้ยงที่ถูกต้องและการจัดการเลี้ยงที่เหมาะสม
2. ผู้เลี้ยงไม่ต้องเสี่ยงด้านการตลาด มีรายได้แน่นอน
3. บริษัทจัดส่งพันธุ์ อาหาร เวชภัณฑ์ และยาฆ่าเชื้อโรคตามกำหนดเวลา
4. เกษตรกรที่ขาดแคลนเงินทุน ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนเพื่อใช้ในการเลี้ยงโดยบริษัทช่วยค้ำประกันเงินกู้จากธนาคารบางส่วน

ส่วนผลเสียของการเลี้ยงแบบนี้คือ ถ้าลูกไก่ราคาดีบริษัทอาจไม่ส่งลูกไก่ครบตามสัญญา และเมื่อไก่ราคาตกบริษัทจะจับไก่ช้ากว่ากำหนด ทำให้ผู้เลี้ยงเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และการที่บริษัทเป็นผู้บริหารงานและจัดการด้านการตลาด ทำให้ผู้เลี้ยงไม่ทราบวิธีการดำเนินงานซึ่งเป็นประโยชน์ที่จะพัฒนาไปสู่ผู้เลี้ยงแบบอิสระ

สำหรับคุณภาพของไก่เนื่องจากเกษตรกรที่มีสัญญาผูกพันกับบริษัทนี้ จะต้องมีการควบคุมอย่างเข้มงวด โดยบริษัทจะจัดส่งสัตวแพทย์ไปคอยตรวจสุขภาพไก่เป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากไก่สดแช่เย็นที่ส่งไปจำหน่ายต่างประเทศจะต้องได้รับการตรวจด้านสุขภาพและความสะอาดอย่างเข้มงวด ไก่สดแช่เย็นที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานจะเป็นการเสี่ยงต่อการถูกส่งคืนจากประเทศผู้ซื้อได้

ในปัจจุบันแนวโน้มของอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่กระตังจะเป็นในลักษณะของการเลี้ยงแบบมีสัญญาผูกพันมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการเลี้ยงไก่แบบผู้เลี้ยงอิสระนั้นผู้เลี้ยงต้องรับภาระผลกำไรขาดทุนเอง เมื่อประสบผลขาดทุนหรือขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนแต่ละคราวผู้เลี้ยงแทบจะล้มละลายกันไป ผู้เลี้ยงอิสระเหล่านี้จึงไม่อาจเลี้ยง จึงหันมารับจ้างเลี้ยงแทนโดยพิจารณาเห็นว่าตนเองมีโรงเรือนและอุปกรณ์พร้อมอยู่แล้ว นอกจากผู้เลี้ยง

อิสระเหล่านี้แล้วยังมีผู้เลี้ยงรายใหม่ ๆ ที่มารับจ้างเลี้ยงและบริษัทให้การส่งเสริมโดยเห็นว่ามี ความสนใจในอาชีพนี้แต่ยังขาดแคลนทุนทรัพย์อยู่ หรือบางรายอาจขาดแคลนความรู้ ความชำนาญ และเทคนิคในการเลี้ยงที่ทันสมัย การส่งเสริมของบริษัทเอกชนเหล่านี้ทำให้มี ผู้ดำเนินอาชีพการเลี้ยงไก่มากขึ้นเรื่อย ๆ แนวโน้มของการเลี้ยงไก่จึงกลายเป็นการเลี้ยงไก่ ของเกษตรกรรายย่อยที่มีสัญญาผูกพันกับบริษัทและทำการเลี้ยงไก่เพื่อป้อนสู่โรงงานชำแหละ ขนาดใหญ่ในเครือของบริษัทที่ตนมีสัญญาการเลี้ยงอยู่

6. อุตสาหกรรมการชำแหละไก่ เป็นอุตสาหกรรมช่วงสุดท้ายของการผลิตไก่สด แช่เย็น เป็นตลาดที่รองรับไก่กระหนงที่บริษัทในเครือผลิตได้ โรงงานชำแหละของบริษัทที่ดำเนิน ธุรกิจครบวงจรจะเป็นโรงงานที่ลงทุนสูง มีกรรมวิธีและเทคนิคในการฆ่าและชำแหละที่ดัดเทียม ต่างประเทศ โรงงานชำแหละประเภทนี้จะมีเป้าหมายเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ นอกจากผลิตภัณฑ์ส่วนที่ต่างประเทศไม่ต้องการเท่านั้นจึงจะจำหน่ายในประเทศได้ ทั้งนี้เพราะ เป็นข้อกำหนดของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และโรงงานชำแหละไก่เพื่อการส่งออก เกือบทุกแห่งส่วนมากจะได้รับการส่งเสริมการลงทุนด้วย

โรงงานชำแหละไก่เพื่อการส่งออก เกือบทุกแห่งจะตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง ทั้งนี้เพราะกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นแหล่งเลี้ยงไก่ ขนาดใหญ่ของประเทศ ทำให้สะดวกในการขนส่งไก่เข้าสู่โรงงาน และเนื่องจากอยู่ ใกล้กับท่าเรือกรุงเทพมหานคร จึงทำให้สะดวกและประหยัดในการขนส่งไก่สดแช่เย็นไปยัง ท่าเรือเพื่อการส่งออกอีกด้วย

สำหรับแหล่งวัตถุดิบหรือไก่เป็นที่สำคัญของโรงงานชำแหละได้แก่

1. ฟาร์มไก่ของบริษัทเอง
2. ฟาร์มลูกแล้ว
3. ในกรณีที่ได้จากแหล่งที่ 1 และ 2 มีไม่เพียงพอกับการผลิต บริษัทก็จะติดต่อกับผู้รวบรวมไก่ ซึ่งบางทีก็เป็นตัวแทนจำหน่ายอาหารสัตว์ของบริษัทนั่นเอง ผู้รวบรวม ไก่นี้จะรวบรวมไก่จากผู้เลี้ยงอิสระมาให้ตามที่โรงงานต้องการโดยจะได้รับการผลประโยชน์เป็น ค่านายหน้าหรือได้รับผลประโยชน์จากการบวกราคาไก่เพิ่มขึ้นจากที่ตนซื้อมา



## การตลาด

อุตสาหกรรมการผลิตไก่สดแช่เย็นเพื่อการส่งออกมีลักษณะตลาดเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) มีผู้ขายหรือผู้ผลิตเพื่อส่งออกจำหน่ายมาก เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน อังการี บราซิล

ลักษณะสำคัญทางการตลาดของไก่สดแช่เย็นมีดังนี้คือ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ไก่สดแช่เย็นที่จำหน่ายในต่างประเทศมี 2 ประเภท คือ แบบมีกระดูก (Bone-In) กับแบบถอดกระดูก (Boneless) ไก่สดแช่เย็นแต่ละประเภทนั้น คุณภาพและการหีบห่อจะเป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าแตกต่างกัน

สำหรับประเทศไทย มีการส่งออกไก่สดแช่เย็นไปจำหน่ายต่างประเทศในลักษณะเดียวคือ ซ้ำทะเลและถอดกระดูกแยกเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยได้เปรียบคู่แข่งในด้านแรงงานที่ถูกกว่า การซ้ำทะเลและขายจะทำให้ไก่มีมูลค่าเพิ่มสูง ซึ่งจะทำให้ราคาส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยพอที่จะสู้ต่างประเทศได้ แต่ถ้าวการส่งออกเป็นตัวราคาส่งออกไก่สดแช่เย็นจะสูงกว่าคู่แข่งมาก เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพราะประเทศคู่แข่งมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมากกว่าผู้ผลิตในประเทศไทย

ไก่สดแช่เย็นที่ส่งไปจำหน่ายต่างประเทศจะซ้ำทะเลแยกเป็นส่วน ๆ เลาะกระดูกออกเหลือเป็นเนื้อล้วน ๆ จากมาตรฐานการผลิตของบริษัทตัวอย่างที่เฉลี่ยโดยใช้ปริมาณการส่งออกเป็นตัวถ่วงน้ำหนัก ไก่ 1 ตัวสามารถผลิตเป็นไก่สดแช่เย็นได้ประมาณร้อยละ 40.36 โดยแยกเป็นส่วน ๆ ดังนี้

- เนื้อหน้าอกประมาณร้อยละ	10.13
- น่องประมาณร้อยละ	20.10
- ปีกประมาณร้อยละ	7.40
- สันในประมาณร้อยละ	<u>2.73</u>
รวมทั้งสันร้อยละ	<u>40.36</u>

ไก่สดแช่เย็นที่ชำแหละเสร็จจะต้องนำมาคัดขนาดตามคำสั่งซื้อจากต่างประเทศก่อน เมื่อมีสินค้าเหลือหรือสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานที่ต่างประเทศกำหนดมาจึงขายในประเทศ โดยขายให้กับพ่อค้าส่งซึ่งจะมาติดต่อขอซื้อไปเพื่อจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีกในตลาดสด หรือนำมาบรรจุหีบห่อใส่ถุงส่งขายตามซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ และเนื่องจากไก่สดแช่เย็นเป็นสินค้าบริโภคของประชาชน ดังนั้นประเทศผู้นำเข้าจึงมีความเข้มงวดในเรื่องความสด คุณภาพ และการปลอดภัยของเนื้อไก่อีกมาก การส่งออกจึงต้องระมัดระวังในเรื่องเหล่านี้เช่นกัน โดยปกติก่อนที่บริษัทในต่างประเทศจะทำการสั่งซื้อนั้นผู้ซื้อมักจะมาเยี่ยมชมโรงงาน และตรวจเช็คเรื่องความสะอาด คุณภาพ และมาตรฐานการผลิตก่อนเสมอ ดังนั้นหลักสำคัญในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน จึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ ซึ่งประกอบด้วย

- การตรวจสอบจุลินทรีย์ที่จะเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- การตรวจสอบด้านสารพิษตกค้าง เช่น ยาฆ่าแมลง และสารปรอท
- การตรวจสอบคุณภาพทางอาหารของเนื้อไก่

นอกจากนี้ทางผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่นยังมีหลักเกณฑ์อื่น ๆ อีกดังนี้\*

- โรงงานฆ่าไก่ของผู้ผลิตจะต้องได้มาตรฐานตามระเบียบข้อบังคับของทางราชการญี่ปุ่น โดยมีการอนุญาตจากทางราชการของไทย
- โรงฆ่าสัตว์ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตให้ถูกสุขลักษณะจากเจ้าหน้าที่อยู่เสมอ
- อุณหภูมิในกรรมวิธีการผลิตต้องเป็น  $-45^{\circ}$  เซลเซียส
- การแช่เย็นระหว่างการขนส่งจะต้องมีอุณหภูมิ  $-25^{\circ}$  เซลเซียส
- การเก็บในโรงงานและที่ร้านจำหน่ายปลีกในญี่ปุ่นต้องมีอุณหภูมิ  $-15^{\circ}$  เซลเซียส

---

\* คู่มือละเอียดมาตรฐานไก่สดแช่เย็นที่นำเข้าประเทศญี่ปุ่นในภาคผนวก ง. หน้า 294

- ในการส่งออกกรมศุลกากรจะต้องรับรองว่าไม่มีโรคระบาดสัตว์เกิดขึ้นในประเทศไทยมากกว่า 90 วันก่อนสินค้าลงเรือ และจะต้องรับรองด้วยว่าปราศจากเชื้อโรคบาดินิวคาสเซลล์ โรคคหิวตักโรคนไก้ หรือโรคระบาดสัตว์ที่ร้ายแรงอื่น ๆ

ราคาจำหน่าย การกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าใด ๆ โดยทั่วไปขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิต และความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ส่วนราคาของคู่แข่งชั้น และราคาสินค้าทดแทนจะเป็นปัจจัยสำคัญรองลงมา

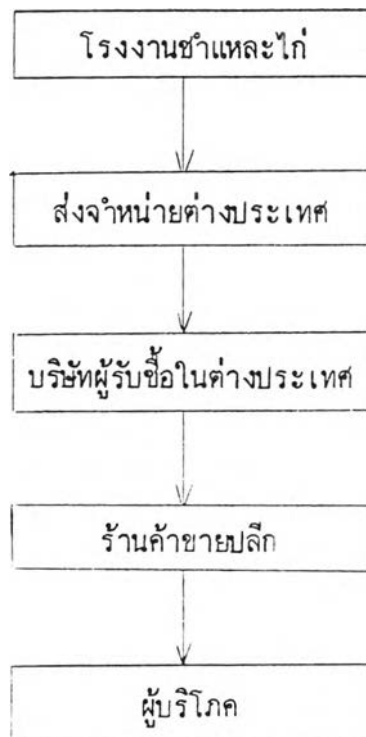
ไก่สดแช่เย็นของประเทศไทย มากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงอำนาจต่อรองแล้วปรากฏว่าประเทศไทยเป็นฝ่ายเสียเปรียบประเทศญี่ปุ่น เพราะญี่ปุ่นเป็นตลาดนำเข้าไก่สดแช่เย็นที่สำคัญของไทย แต่ไทยมิได้เป็นประเทศส่งออกไก่สดแช่เย็นที่สำคัญของญี่ปุ่นเพียงประเทศเดียวโดยยังมีประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่นอีก 3 ประเทศคือ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน และบราซิล ทำให้ตลาดไก่สดแช่เย็นของไทยเป็นตลาดของผู้ซื้อ และมีลักษณะคล้ายตลาดผูกขาดซื้อด้วย ประกอบกับบริษัทในประเทศญี่ปุ่นได้ให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจโรงงานชำแหละในประเทศไทยด้วยทำให้สามารถทราบต้นทุนการผลิตของประเทศไทย อันเป็นผลให้ญี่ปุ่นเป็นฝ่ายที่สามารถกำหนดราคาส่งออกไก่สดแช่เย็นของประเทศไทย ราคาไก่สดแช่เย็นจึงมิได้สอดคล้องกับราคาที่เกษตรกรขายไก่เนื้อได้ การกำหนดราคาส่งออกกำหนดเป็นเงินเยนในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ดังนั้นราคาส่งออกไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยนอกจากจะขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดญี่ปุ่นแล้ว ยังขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินเยนกับเงินดอลลาร์สหรัฐด้วย เมื่อเงินเยนมีค่าต่ำลง ราคาส่งออกต่อตันในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐก็ลดลง และเมื่อเงินเยนมีค่าสูงขึ้น ราคาส่งออกต่อตันในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐก็ย่อมสูงขึ้นด้วย

ช่องทางการจำหน่าย การส่งออกไก่สดแช่เย็นออกไปจำหน่ายต่างประเทศนั้นผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งออกเองโดยการเปิด Letter of Credit กับบริษัทผู้รับซื้อในต่างประเทศ จากนั้นจะส่งต่อร้านค้าปลีก และนำขายผู้บริโภคอีกช่วงหนึ่ง (แผนภาพที่ 2.3)

ปัจจุบันตลาดที่สำคัญของไก่สดแช่เย็นจากประเทศไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ และตะวันออกกลาง โดยการขายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

(Inter Trade Company) หรืออาจขายโดยตรงกับบริษัทในประเทศนั้น ๆ ก็ได้ และในบางกิจการอาจมีสาขาของตนในต่างประเทศด้วย

แผนภาพที่ 2.3 ขั้นตอนการจำหน่ายไก่สดแช่เย็น



### การส่งออก

ประเทศลูกค้าที่สำคัญ ประเทศที่นำเข้าไก่สดแช่เย็นจากประเทศไทยที่สำคัญ (ตารางที่ 2.2) ได้แก่

1. ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดไก่สดแช่เย็นที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยมีปริมาณการนำเข้าไก่สดแช่เย็นจากประเทศไทยในแต่ละปีเกินร้อยละ 90 ของปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทยทั้งหมด (ตารางที่ 2.3)

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ความต้องการบริโภคเนื้อไก่ของชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เนื่องจากการที่ราคาเนื้อสัตว์ชนิดอื่นมีราคาสูงขึ้นมากในขณะที่เนื้อไก่ภายใน

ประเทศมีระดับราคาที่ย่ำแย่โดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงมากนักในแต่ละปี ทำให้ประชากรหันมาบริโภคเนื้อไก่แทนมากขึ้น และจากการที่ประชากรหันมานิยมบริโภคเนื้อไก่เป็นปริมาณเพิ่มขึ้นมากในแต่ละปีที่ผ่านมา ทำให้การผลิตไก่เนื้อภายในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอ กับความต้องการ แม้ว่า การผลิตไก่สดภายในประเทศญี่ปุ่นเองจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากทุกปี แต่ญี่ปุ่นยังต้องนำเข้าเนื้อไก่แช่เย็นจากต่างประเทศเป็นปริมาณมาก ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นในประเทศญี่ปุ่นโดยทั่วไปจะอยู่ในรูปบริษัทการค้าระหว่างประเทศที่มีบริษัทแม่อยู่ในประเทศญี่ปุ่นเอง บริษัทเหล่านี้จะทำหน้าที่ตั้งแต่การนำเข้า การวางตลาดจำหน่ายในตลาดขายส่ง ตลาดขายปลีก การประสานงานระหว่างบริษัทในเครือ ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์แช่แข็งของญี่ปุ่น และเป็นบริษัทการค้าที่สำคัญในปัจจุบันได้แก่

- C. ITOH & CO (LIVESTOCK DEPT.)
- SUMITOMO SHOJI KAISHA LTD. (FEED AND LIVESTOCK DEPT.)
- TAIYO BUSSANKAISHA LTD. (FOOD DEPT.)
- TOKYO MARUICHI SHOJI CO. (LIVESTOCK DEPT.)
- NOZAKI & CO (LIVESTOCK DEPT.)
- MARUBENI CORPORATION (FEED AND LIVESTOCK DEPT.)
- MITSUI & CO (FEED AND LIVESTOCK DEPT.)

การนำเข้าไก่สดแช่เย็นของประเทศญี่ปุ่นมีทั้งประเภทไก่ถอดกระดูกและไก่มีกระดูก โดยญี่ปุ่นจะนำเข้าไก่ถอดกระดูกจากไทยเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ไก่มีกระดูกจะมีการนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกาในปริมาณที่มากกว่า แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ประเทศญี่ปุ่นจะมีการสั่งซื้อไก่เนื้อจากประเทศไทยและสหรัฐอเมริกาเป็นปริมาณมาก แต่ก็ยังมีการนำเข้าจากประเทศบราซิล และสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มขึ้นมากในระยะหลัง ๆ ทำให้การส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยไปยังญี่ปุ่นยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 2-3 ปีมานี้ ปริมาณการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณเพิ่มขึ้นมากซึ่งเป็นผลมาจากการที่ค่าเงินเยนสูงขึ้น และอัตราภาษีการนำเข้าไก่สดแช่เย็นประเภทถอดกระดูกได้ลดลงเหลือ 14% และเหลือ 10% ในปี พ.ศ. 2531 ประกอบกับประเทศญี่ปุ่นได้เปลี่ยนเป้าหมายการนำเข้าเนื้อไก่จากประเทศสหรัฐอเมริกา และหันมานำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นแทนเนื่องจากผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นมีความนิยมบริโภคเนื้อไก่จากประเทศไทยเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 2.2 สถิติการส่งไก่สดแช่เย็นไปจำหน่ายต่างประเทศแยกรายประเทศปี พ.ศ.  
2528-2530

ปริมาณ : ตัน      มูลค่า : ล้านบาท

ปี ประเทศ	2528		2529		2530	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	33,147	1,302	57,633	2,845.5	47,509	2,322.6
สิงคโปร์	3,611	126.4	4,314	159.5	2,481	95.5
ฮ่องกง	605	16.8	1,254	30	569	13.4
เยอรมนีตะวันตก	91	4.7	892	50.1	663	35
คูเวต	239	10.3	554	26.9	367	19.4
ประเทศอื่น ๆ	147	7.8	90	5.4	571	25.9
รวม	37,840	1,468	64,742	3,117.4	52,160	2,511.8

ที่มา : กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

- หมายเหตุ : 1. ประเทศอื่น ๆ หมายถึง ศรีลังกา เวียดนาม ซาอุดีอาระเบีย  
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูไล บรูไน การ์ตาร์ ฟิลิปินส์ อียิปต์  
เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน
2. สถิติปี พ.ศ. 2530 เป็นของเดือน มกราคม-สิงหาคม

ตารางที่ 2.3 สถิติการส่งเนื้อไก่สดแช่เย็นไปจำหน่ายที่ญี่ปุ่นเปรียบเทียบกับทั้งหมด ปี พ.ศ.  
2525-2530

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	การส่งออกทั้งหมด		การส่งไปญี่ปุ่น		ร้อยละ ของมูลค่า
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
2525	33,216	1,310.0	31,975	1,276.0	96.72
2526	22,926	946.3	20,862	875.1	92.48
2527	34,217	1,419.7	30,571	1,294.9	91.21
2528	37,840	1,468.0	33,147	1,302.0	88.69
2529	64,742	3,118.0	57,633	2,846.5	91.29
2530	52,160	2,511.8	47,509	2,322.6	92.47

ที่มา : กรมศุลกากร

หมายเหตุ : สถิติปี พ.ศ. 2530 เป็นยอดรวมของเดือน มกราคม-สิงหาคม

ตารางที่ 2.4 สถิติการนำเข้าเนื้อไก่แช่เย็นของประเทศไทยแยกรายประเทศปี พ.ศ. 2528-2530

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	ปี 2528		2529		2530	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ไทย	35,308	1,527.1	63,598	3,351.1	39,109	2,048.9
สหรัฐอเมริกา	46,566	1,511.7	75,472	2,374.4	38,291	1,275.2
บราซิล	12,935	537.8	17,258	762.6	6,756	326.7
จีน	3,332	146.4	14,232	655.2	3,089	143.3
ฝรั่งเศส	846	17.9	2,376	54.0	819	20.3
อื่น ๆ	1,468	44.9	1,493	58.0	735	28.7
รวม	100,455	3,785.8	174,429	7,255.3	88,799	3,843.0

ที่มา : องค์การการค้าต่างประเทศญี่ปุ่น (JETRO)

หมายเหตุ : สถิติปี พ.ศ. 2530 เป็นสถิติของเดือน มกราคม-มิถุนายน



2. สิงคโปร์ เป็นตลาดส่งออกประจำที่สำคัญของประเทศไทยรองลงมาเป็นอันดับสอง โดยมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากในระยะหลังนี้ เนื่องจากธุรกิจร้านอาหาร Fast Foods ในประเทศสิงคโปร์เริ่มยอมรับคุณภาพของไก่สดแช่เย็นจากประเทศไทยมากขึ้น จึงได้เห็นนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น

3. ฮ่องกง ประเทศไทยมีการส่งออกไก่สดแช่เย็นไปยังฮ่องกงมากเป็นอันดับ 3 รองจากญี่ปุ่นและสิงคโปร์ ฮ่องกงได้เริ่มนำเข้าไก่สดแช่เย็นจากไทยเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากผู้ส่งเข้าไก่สดแช่เย็นรายใหญ่ของฮ่องกง คือ สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ลดปริมาณการส่งออกลง ทำให้ผู้นำเข้าของฮ่องกงหันมานำเข้าไก่สดแช่เย็นจากไทยเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ตลาดส่งออกไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มี การขยายตัวเท่าที่ควร เนื่องจากมีประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดที่สำคัญมากเพียงแห่งเดียว การเพิ่มหรือลดการนำเข้าไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยมีผลกระทบต่อ การส่งออกของประเทศไทยโดยตรง ดังนั้นการหาช่องทางขยายตลาดส่งออกในภูมิภาคอื่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก การส่งออกไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยนั้น นอกจากตลาดญี่ปุ่นแล้วตลาดที่น่าสนใจในขณะนี้ได้แก่ ตลาดใน ตะวันออกกลาง และตลาดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง เป็นภูมิภาคหนึ่งที่ประชากรส่วนใหญ่นิยมบริโภคเนื้อไก่เป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากลักษณะภูมิอากาศที่ร้อนจัดไม่เอื้ออำนวยต่อภาวะการผลิต ประกอบกับการประสบภาวะสงครามระหว่างประเทศภายในกลุ่ม ทำให้การผลิตภายในประเทศมีไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค การนำเข้าไก่สดของกลุ่มประเทศเหล่านี้จึงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยมีการนำเข้าจากบราซิล ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกาตามลำดับ

สำหรับประเทศไทย การส่งออกไปยังภูมิภาคนี้ยังมีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณส่งออกรวม เนื่องจากขั้นตอนการผลิตไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยที่มีการส่งออกส่วนใหญ่ยังมีลักษณะไม่ตรงกับความต้องการของประชากรในกลุ่มประเทศดังกล่าว โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะส่งไปประเทศเหล่านี้จะต้องเป็นประเภทไก่สดแช่เย็นทั้งตัวซึ่งจะมีกรรมวิธีการ

ฆ่าโดยเฉพา ไม่ตัดควยะส่วนหนึ่งส่วนใดออกและล้างเอาเครื่องในออกผูกติดไว้ข้างตัวให้ เห็นรอยฆ่าน้อยที่สุด ดังนั้นลักษณะการฆ่าตลอดจนการรักษาความสะอาด และความสดของ ผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ประเทศผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึง

อย่างไรก็ตาม กล่าวได้ว่าโอกาสในการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยไปยังตลาดใน ตะวันออกกลางยังคงมีอยู่ แม้ว่าจะมีข้อจำกัดในด้านลักษณะของผลิตภัณฑ์ การแข่งขันด้าน ราคา และต้นทุนการขนส่ง แต่ถ้าผู้ผลิตของไทยให้ความสนใจกับสิ่งเหล่านี้ และสามารถ ผลิตไก่สดแช่เย็นได้ตรงตามรสนิยมของผู้บริโภคภายในประเทศเหล่านั้นได้แล้ว ผู้ทางการขยาย ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นของไทยก็จะมีมากขึ้นอีก

ตลาดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ประเทศในกลุ่มนี้ที่มีการนำเข้าไก่สดแช่เย็น จากประเทศไทยเป็นประจำได้แก่ เยอรมันตะวันตก โดยเริ่มนำเข้าไก่สดแช่เย็น จากประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา และมีการนำเข้าเป็นประจำทุกปี ส่วน ประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มนี้ยังมีการนำเข้าไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยในปริมาณไม่มากนัก

การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นไปยังประเทศเหล่านี้ ประเทศผู้นำเข้าส่วนใหญ่ มักจะพิถีพิถันกับเรื่องคุณภาพและความสดของผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงจำเป็น อย่างยิ่งที่ผู้ผลิตจะต้องรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกันก็ควรหาทางปรับปรุงวิธีการผลิต และรักษาความสะอาดให้ได้มาตรฐานตามที่ตลาดผู้ซื้อต่างประเทศต้องการ ซึ่งถ้าสามารถ ทำได้แล้วคาดว่าประเทศไทยจะสามารถขยายปริมาณการส่งออกได้อีกมากในตลาดนี้

#### ภาวะการส่งออกปี พ.ศ. 2530

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์กำหนดเป้าหมายการส่งออกไก่สดแช่เย็นไว้สำหรับปี พ.ศ. 2530 นี้ 70,000 ตัน มูลค่า 3,225.00 ล้านบาท ซึ่งเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้นจากปริมาณ การส่งออกในปีที่แล้ว ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยเกื้อกูลให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้นได้แก่

1. การที่รัฐบาลประเทศญี่ปุ่นกำหนดว่าจะลดอัตราภาษีนำเข้าไก่สดแช่เย็นประเภท ถอดกระดูกจากร้อยละ 14 เหลือร้อยละ 10 เนื่องในโอกาสครบรอบ 100 ปีของความ ร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น น่าจะมีผลต่อการกระตุ้นการส่ง ออกไปยังตลาดประเทศญี่ปุ่น

2. ผลของการเจรจาเปิดตลาดไก่สดแช่เย็นใหม่ ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นการเลี้ยงไก่และการส่งออกไก่สดแช่เย็นของประเทศไทย เช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ เยอรมันนี ตะวันตก

3. การเพิ่มปริมาณการส่งออกไปยังตลาดดั้งเดิมคือ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศสิงคโปร์ ในประเทศญี่ปุ่นปริมาณการส่งออกยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเนื่องจากค่าเงินเยนยังคงแข็งตัว และอีกส่วนหนึ่งเป็นเพราะไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยได้รับความนิยมมากในตลาดประเทศญี่ปุ่นโดยเฉพาะในเรื่องรสชาติ สำหรับตลาดประเทศสิงคโปร์นั้น ในประเทศสิงคโปร์มีการยกเลิกนโยบายการเลี้ยงสุกรภายในประเทศ ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งหันมาบริโภคเนื้อไก่ จึงคาดว่าความต้องการของตลาดนี้จะเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงสถานการณ์การส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยในปี พ.ศ. 2530 ที่ผ่านมา ก็พบว่าแจ่มใสมาก อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดรับซื้อไก่สดแช่เย็นที่สำคัญของไทยมีความมั่นใจในคุณภาพที่ผู้ผลิตของไทยสามารถพัฒนาการผลิตสินค้าได้ตามความต้องการและได้มาตรฐานที่ญี่ปุ่นกำหนด ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นติดใจในรสชาติไก่ไทยถึงกับยอมซื้อในราคาที่สูงกว่าไก่จากประเทศอื่น ๆ ประกอบกับค่าเงินเยนของญี่ปุ่นซึ่งทรงตัวอยู่ในระดับสูงถึง 17.00-18.00 บาท/ 100.00 เยน อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ทำให้เอื้ออำนวยต่อการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทย

ในส่วนของภาครัฐบาลได้มีความพยายามส่งเสริมให้มีการพัฒนาการส่งออกไปสู่ตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย เช่น การติดตามผลการตรวจสอบโรงงานไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยจากเยอรมันนี ตะวันตก จนมีการยอมรับในคุณภาพไก่สดแช่เย็นของประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้จากการสั่งซื้อในปริมาณที่สูงขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ ประเทศไทยได้เจรจาเพื่อขอลดภาษีไก่ถอดกระดูกซึ่งประเทศญี่ปุ่นเรียกเก็บร้อยละ 14 ลงเหลือร้อยละ 12 และร้อยละ 10 อยู่เป็นเวลานานจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2531 ญี่ปุ่นได้ยอมลดอัตราภาษีไก่ถอดกระดูกให้กับประเทศไทยเหลือในอัตราร้อยละ 10 ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยในอนาคตอย่างยิ่ง

การค้าไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยตลอดปี พ.ศ. 2530 นี้ นับว่าดีกว่าปีก่อน ๆ มาก โดยพิจารณาจากปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้น โดยมีประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์

เยอรมนี ตะวันตก กูเวต ซ่งกง และซาอุดีอาระเบีย เป็นลูกค้าที่สำคัญ (ตารางที่ 2.5) และถึงแม้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกา บราซิล และสาธารณรัฐประชาชนจีนจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในการส่งออกไก่แช่เย็นไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และซ่งกงก็ตาม แต่ในปี พ.ศ. 2530 พฤติกรรมการบริโภคของคนอเมริกันเริ่มเปลี่ยนแปลงไปมาก เนื่องจากผลกระทบจากการวิจัยของกระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกาที่ได้รายงานผลวิจัยว่า ในสัตว์ใหญ่ เช่น เนื้อวัว เนื้อหมูมีไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 30% แต่ในไก่เนื้อมีไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 7% ดังนั้นจึงทำให้คนอเมริกันหันไปบริโภคเนื้อไก่เพิ่มขึ้นจากเดิมถึง 3 เท่าตัว ส่งผลให้ราคาไก่เนื้อในสหรัฐอเมริกาสูงขึ้นมาก ทำให้ไก่เนื้อของสหรัฐอเมริกาส่งมาจำหน่ายในญี่ปุ่นน้อยลง นอกจากนั้นสาธารณรัฐประชาชนจีนก็ยังไม่สามารถพัฒนาสินค้าให้ขึ้นมาทัดเทียมของประเทศไทยได้แม้ค่าแรงงานจะถูกกว่าก็ตาม ส่งผลให้การนำเข้าทั้งตลาดญี่ปุ่น เยอรมนี ตะวันตก และคูเวตมีปริมาณเพิ่มขึ้นกว่าในช่วงที่ผ่านมา และทำให้ราคาไก่เนื้อของไทยขยับตัวสูงขึ้นมาตลอด

#### แนวโน้มการส่งออกในอนาคต

เนื่องจากญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดหลักของไก่สดแช่เย็นของไทย มีความเชื่อมั่นในคุณภาพที่ผู้ผลิตของไทยสามารถพัฒนาการผลิตสินค้าได้ตามความต้องการและได้มาตรฐานตามที่ญี่ปุ่นกำหนด กอปรกับการเลี้ยงไก่ในญี่ปุ่นขณะนี้เหลือน้อยเพราะเกษตรกรหันไปปลูกข้าวซึ่งได้ราคาดีกว่า การนำเข้าวัตถุดิบในการเลี้ยงสัตว์ก็มีราคาสูงขึ้น นอกจากนั้น ประเทศคู่แข่งชั้นในการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา บราซิล ก็ประสบปัญหาการค้าไก่เนื้อภายในประเทศสูงขึ้น ส่งผลให้มีการส่งออกน้อยกว่าในระยะที่ผ่านมา ส่วนสาธารณรัฐประชาชนจีนก็ยังไม่สามารถพัฒนาสินค้าให้ขึ้นมาทัดเทียมกับไทยได้ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ภาวะการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยอยู่ในเกณฑ์ดีมาก และปริมาณการส่งออกอาจเพิ่มขึ้นมากกว่าในปี พ.ศ. 2530 ซึ่งถือเป็นปีทองของการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทย และนอกเหนือจากตลาดญี่ปุ่น สิงคโปร์ ซ่งกง ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่ส่งออกเป็นประจำแล้ว ในปัจจุบัน ผู้ส่งออกของไทยได้ตั้งเป้าหมายบุกตลาดไก่สดแช่เย็นเพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะประเทศบรูไนซึ่งมีอำนาจซื้อสูงมากประเทศหนึ่งก็อยู่ในเป้าหมายการขยายตลาดด้วย ดังนั้นจึงเป็นที่คาดกันว่า อนาคตการส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยจะสดใสแน่นอน

ตารางที่ 2.5 สถิติการส่งออกไม้สักแช่เย็นออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2530

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : พันบาท

ประเทศ	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	47,509	2,322,557
สิงคโปร์	2,481	95,503
เยอรมันตะวันตก	663	34,981
คูเวต	367	19,444
ฮ่องกง	569	13,405
ซาอุดีอาระเบีย	139	7,392
เนเธอร์แลนด์	69	2,573
ศรีลังกา	27	1,930
สหรัฐอเมริกา	35	1,845
บรูไน	33	1,763
เบลเยียม	23	1,279
เวียดนาม	1	26
กาตาร์	-	-
รวม	52,160	2,511,827

ที่มา : กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

หมายเหตุ : เป็นตัวเลขเบื้องต้นของเดือนมกราคม-สิงหาคม พ.ศ. 2530



### ข้อเสียเปรียบในการส่งออก

1. ต้นทุนการผลิตไก่สดแช่เย็นของไทยยังสูงกว่าต่างประเทศ เนื่องจากการผลิตไก่สดแช่เย็นของไทยในปัจจุบันยังต้องอาศัยการนำเข้าปัจจัยบางอย่างจากต่างประเทศ เช่น เกลือแร่ วิตามิน หัวอาหารเสริม และการสั่งซื้อ พ่อ-แม่พันธุ์ หรือ ปุ๋ย-ยาพันธุ์ ราคาแพงเข้ามาเพื่อผลิตลูกไก่

2. การส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะการขยายตลาดในตะวันออกกลาง และในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป มักประสบกับปัญหาการแข่งขันอย่างรุนแรงจากประเทศผู้ส่งออกไก่สดแช่เย็นรายอื่น ๆ เป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะรัฐบาลของประเทศเหล่านั้นมีนโยบายช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ส่งออกของตนในหลายรูปแบบ เช่น การให้เงินช่วยเหลือ การให้เงินอุดหนุน Export Subsidies ของประเทศฝรั่งเศส การใช้นโยบายเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำของประเทศบราซิล การให้สินเชื่อบริหารจัดการแก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศของสหรัฐอเมริกา เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ได้ การส่งออกไก่สดแช่เย็นของไทยจึงมักประสบปัญหาการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงทำให้การส่งออกมีปริมาณน้อยและขยายตัวได้ยากกว่าที่ควรจะเป็น

ส่วนการส่งออกไปยังญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าญี่ปุ่นจะสั่งซื้อจากไทยในปริมาณและมูลค่าที่เพิ่มขึ้นทุกปีก็ตามแต่สภาพการส่งออกก็ยังไม่น่าไว้วางใจมากนัก เพราะสหรัฐอเมริกายังได้เปรียบประเทศไทยอย่างมากเนื่องจาก

1) ค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐลดต่ำลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับเงินเยนของญี่ปุ่นที่มีอัตราแลกเปลี่ยนไม่เกิน 150 เยน/ 1 ดอลลาร์ ทำให้สินค้าส่งออกของสหรัฐอเมริกาที่มีราคาถูกลง

2) อัตราดอกเบี้ยลดลง ทำให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกลดค่าใช้จ่ายได้มาก

3) น้ำมันเชื้อเพลิง และราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาถูกลง ต้นทุนการผลิตจึงถูกลงด้วย

4) ความสำเร็จของ USA POULTRY AND E66 EXPORT COUNCIL ในการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออก เพราะถึงแม้สหรัฐอเมริกาจะประสบปัญหาบางอย่าง เช่น การเรียกเก็บภาษีนำเข้าของบางประเทศ การห้ามนำผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกเข้าประเทศในบางประเทศ เช่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ใต้หวัน แต่ก็ยังประสบความสำเร็จโดยหน่วยงานดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการสร้างตลาดของสหรัฐอเมริกาเป็นอันมากเพราะทำให้อุตสาหกรรม การเลี้ยงไก่พื้นบ้าน และผลงานที่เห็นได้ชัดคือ การเปิดตลาดประเทศอียิปต์ และนอกจากนี้ สหรัฐอเมริกายังมีหน่วยงาน COMMODITY CREDIT CORPORATION ที่ทำหน้าที่จ่ายเงินชดเชย แก่ผู้ส่งออกในตลาดของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปอีกด้วย เพื่อชิงความเป็นเจ้าตลาดกลับคืนมา ซึ่งทำให้สหรัฐอเมริกาส่งออกได้มากขึ้น แต่ผู้ส่งออกปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ของไทย ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากราชการเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ต้องต่อสู้กับนโยบายการ ชดเชยการส่งออกของประเทศคู่แข่งที่นับวันจะเข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ

3. ในด้านการขนส่ง การขนส่งไก่สดแช่เย็นของประเทศไทยไปจำหน่ายใน ต่างประเทศนั้น เรายังเสียเปรียบด้านค่าขนส่ง เนื่องจากทำเลที่ตั้งของประเทศอยู่ไกล จากตลาดมากกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น

#### บทบาทของภาครัฐบาล

รัฐบาลได้ให้ความสนใจและช่วยเหลือต่ออุตสาหกรรมการผลิตไก่สดแช่เย็น โดย ให้การส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออกไก่สดแช่เย็นไปต่างประเทศ ดังนี้คือ

1. กำหนดให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นขึ้น และควบคุมดูแล ไก่สดแช่เย็นที่จะส่งออก จะต้องผ่านการตรวจสอบตัวอย่าง และได้รับใบรับรองจากกรม ปศุสัตว์ว่าเหมาะสมที่จะใช้บริโภคและปราศจากโรคติดต่อ เพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐานของ ไก่สดแช่เย็นจากประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ

2. คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการ อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งและแปรรูปเนื้อไก่ โดยเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่าย ต่างประเทศ

3. การขยายตลาดต่างประเทศ ได้เจรจากับประเทศต่าง ๆ เพื่อลดข้อกีดกันทางการค้าต่าง ๆ เช่น

ญี่ปุ่น ได้ดำเนินการเจรจาเพื่อให้ญี่ปุ่นลดอัตราภาษีนำเข้าเนื้อไก่ถอดกระดูกให้เท่าเทียมกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นได้ยอมลดอัตราภาษีนำเข้าเนื้อไก่ถอดกระดูกจากประเทศไทย จากอัตราร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 18 ในปี พ.ศ. 2527 และลดลงมาเป็นร้อยละ 14 ในปี พ.ศ. 2529 และจะลดลงเหลือร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2531

ฮ่องกง ได้ดำเนินการเจรจากับฮ่องกงในปัญหาการจำกัดโควตานำเข้าเนื้อสัตว์จากไทยโดยขอให้ฮ่องกงรวมไทยเข้าเป็นผู้ส่งเข้าโดยไม่จำกัดจำนวน ซึ่งผลการเจรจา คือ ประเทศไทยสามารถส่งไก่สดแช่เย็นเข้าฮ่องกงได้มากขึ้นกว่าเดิมและในปี พ.ศ. 2530 นี้ มีหลายบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ส่งสินค้าไก่สดแช่เย็นเข้าฮ่องกงได้โดยไม่จำกัดจำนวน\*

---

\* ภาวะเบียดในการอนุญาตนำเข้าสินค้าเนื้อสัตว์ของฮ่องกง คู่มือภาคผนวก จ.