

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยไปสู่ประเทศญี่ปุ่น
Analysis of Export Competitiveness of Thai Swine Product to Japan

ของ
นายปรพล เงินเชื้อ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2546

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

โอบอล สุวรรณเมฆ 21 / 3 / 46
(ดร. โอบอล สุวรรณเมฆ)

กรรมการปัญหาพิเศษ

สม ฐ 21 / 3 / 46
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ โนชัย)

หัวหน้าภาควิชาฯ

อภิสิทธิ์ แก้วฉา 21 / 3 / 46
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยไปสู่ประเทศญี่ปุ่น

Analysis of Export Competitiveness of Thai Swine product to Japan

โดย



T097970

นายปรพล เงินเชื้อ

เสนอ

๒๗.

๑ 167 ก

9546

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....97970

วัน,เดือน,ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยไปสู่ประเทศญี่ปุ่น

โดย: นาย พรพล เงินเชื้อ

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: โอบอล สุวรรณเมฆ 21 / 46

(โอบอล สุวรรณเมฆ)

ปัจจุบันประเทศที่นำเข้าสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรในตลาดโลกนั้นมี 3 ประเทศหลักๆ คือ ญี่ปุ่น รัสเซีย และ ฮังการี ในตลาดญี่ปุ่นนั้นไทยสามารถส่งออกได้เพียงเนื้อสุกรสุกเท่านั้นแต่ตลาดสุกรในประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสุกรในทวีปเอเชียที่น่าสนใจอย่างมากในแต่ละปี ญี่ปุ่นมีการนำเข้าไม่ต่ำกว่าปีละ 7 แสนตันต่อปี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาศักยภาพการส่งออกของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ จีน สหรัฐอเมริกา และได้หวั่น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงภาวะการตลาดผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศญี่ปุ่น โดยทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกา จีน และได้หวั่น โดยใช้เครื่องมือ 2 ชนิดในการวิเคราะห์คือ ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ โดยในส่วนของ ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนั้น ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2543

ผลการศึกษาเมื่อทำการวิเคราะห์ในสองด้าน ทั้งดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศแล้วจะเห็นได้ว่าประเทศจีนนั้นมีแนวโน้มความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สัดส่วนของการส่งออกของประเทศจีนก็ยิ่งสูงกว่าการนำเข้าอีกด้วย เช่นกัน ในขณะที่สหรัฐอเมริกาที่ถึงแม้จะมีสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรในตลาดประเทศญี่ปุ่นสูงก็ตาม แต่สหรัฐก็ยังมีการนำเข้าสุกรในประเทศมากกว่าการส่งออกจึงถือเป็นการขาดดุลการค้า เช่นกัน แต่ในส่วนของประเทศไทยแม้ว่าจะมีแนวโน้มความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏลดลง แต่ค่าสัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศของไทยมีค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงให้เห็นถึงการที่ประเทศไทยยังไม่เสียดุลการค้าส่งออก คือ ประเทศไทยยังนับเป็นประเทศที่มีการส่งออกในสัดส่วนที่มากกว่าการนำเข้าอยู่ นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ทางภาครัฐควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โรคปากและเท้าเปื่อยให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร ให้การสนับสนุนภาคเอกชนในเรื่องการจัดการมาตรฐานฟาร์ม และโรงฆ่า และร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสุกรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยในตลาดญี่ปุ่นให้มากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
วิธีการศึกษา	6
การเก็บรวบรวมข้อมูล	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	7
การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดทางทฤษฎี	8
ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	8
บทที่ 3 ภาวะการผลิต ภาวะการตลาดสุกรและการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทย	12
ภาวะการผลิตสุกร	12
แหล่งผลิต	12
ปริมาณการผลิต	13
ต้นทุนการผลิต	14
ภาวะการตลาดสุกร	15
โครงสร้างการตลาดสุกรภายในประเทศ	15
วิธีการตลาด	16
การบริโภค	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	(2)
ราคา	17
การส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย	18
การนำเข้า	19
การส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย	19
ปัญหาที่สำคัญกับการส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย	19
ตลาดผลิตภัณฑ์สุกรประเทศญี่ปุ่น	23
ราคา	24
ช่องทางจัดจำหน่าย	24
การนำเข้า	24
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	28
ผลการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	28
ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ	29
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	30
สรุป	30
ข้อเสนอแนะ	32
เอกสารอ้างอิง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การส่งออกสุกร ปี พ.ศ. 2535-2544 ของประเทศไทย	2
2	ปริมาณการนำเข้าและส่งออกเนื้อสุกรของประเทศไทยที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2541-2545	3
3	การนำเข้าเนื้อสุกรของประเทศไทย	4
4	มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย	4
5	ปริมาณการผลิตและการบริโภคของไทย ปี พ.ศ. 2540-2544	13
6	ต้นทุนการผลิตสุกรและราคาที่เกี่ยวข้องที่เกษตรกรขายได้ ปี พ.ศ. 2542-2544	14
7	การส่งออกสุกรมีชีวิตแสดงเป็นรายประเทศ	20
8	สถิติการส่งออกเนื้อสุกรแช่แข็งของไทยแยกเป็นรายประเทศ	21
9	สถิติการส่งออกเนื้อสุกรสุกของไทยแยกเป็นรายประเทศ	22
10	การนำเข้าสุกร ปี พ.ศ. 2535-2544	23
11	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุกรต่อครอบครัวเฉลี่ยเป็นรายปี	24
12	ราคาขายส่งและขายปลีกผลิตภัณฑ์สุกร	25
13	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากเนื้อ ปี พ.ศ. 2542-2544	26
14	มูลค่าการนำเข้าไส้กรอกของประเทศไทยแยกเป็นรายประเทศ ปี พ.ศ. 2543-2544	26
15	มูลค่าการนำเข้าแฮมและเบคอนของประเทศไทยแยกเป็นรายประเทศ ปี พ.ศ. 2543-2544	27
16	ตารางแสดงค่าคำนวณ RCA	28
17	ตารางแสดงค่าคำนวณ ICC	29

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิธีการตลาดสุกรในประเทศไทย	16
2	แนวโน้มราคาลูกสุกรขุน ปี พ.ศ. 2540-2544	17
3	ช่องทางการนำเข้าผลิตภัณฑ์สุกร	25
4	ช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์สุกรที่ผลิตภายในประเทศ	25



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันสินค้าปศุสัตว์นับเป็นสินค้าที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะแทบทุกประเทศในโลก ต้องใช้สัตว์ต่างๆ ในการบริโภค ใช้เป็นพาหนะ หรืออาจเลี้ยงไว้เพื่อการค้า ในประเทศไทยนี้ทางรัฐบาลก็ได้มีการส่งเสริมและการพัฒนาการเลี้ยงปศุสัตว์ ทั้งเพื่อการค้าภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายนอกประเทศ เนื่องจากปศุสัตว์มีแนวโน้มที่จะมีการส่งออกเพิ่มได้มากขึ้น เนื่องจากความต้องการของตลาดโลกมีเพิ่มมากขึ้นและความต้องการในการบริโภคของประชากรโลกที่มากขึ้นเป็นลำดับ การส่งเสริมการเลี้ยงปศุสัตว์จะช่วย เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรไทย เป็นการลดความเสี่ยงด้านการปลูกพืชเกษตรที่มีปัญหาด้านการตลาด ปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของราคา ฉะนั้นการส่งเสริมให้เกษตรกรประกอบอาชีพเลี้ยงปศุสัตว์ จึงเป็นแนวทางหนึ่งของการแก้ปัญหา ด้านการตลาดสินค้าเกษตรของประเทศ

สุกรเป็นสัตว์เลี้ยงที่ใช้เป็นอาหารที่สำคัญของคนเกือบทั้งโลก โดยเฉพาะประชากรในแถบเอเชีย เช่น คนไทย จีน ญี่ปุ่น นิยมใช้สุกรเป็นอาหารมากกว่าเนื้อสัตว์ประเภทอื่นๆ การเลี้ยงสุกรของไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงพันธุ์ โดยการใช้สายพันธุ์ที่ดีแทนพันธุ์พื้นเมืองมีการใช้อาหารผสมสำเร็จรูป มีวิธีการเลี้ยงและการจัดการฟาร์มที่ดี แต่ในส่วนของการส่งออกสุกร รวมถึงผลิตภัณฑ์จากสุกรของไทยยังอยู่ในวงจำกัด ดังนั้นการขยายตลาดส่งออกจึงต้องศึกษาความต้องการของตลาดต่างประเทศด้วย

การส่งออกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์สุกร มีโอกาสขยายตัวสูง แต่การส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์ไปต่างประเทศมีขีดจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าสุกรและผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันและการกีดกันทางการค้าที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น จำเป็นที่ประเทศไทยต้องหาทางเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตและการตลาดเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ให้มากขึ้น โดยในตลาดโลกนั้นมี 3 ประเทศหลักๆ ที่นำเข้าสุกร คือ ญี่ปุ่น รัสเซีย และ ฮองกง (ตารางที่ 1) ใน 3 ประเทศนี้จะเห็นได้ว่ามีถึง 2 ใน 3 อยู่ในแถบเอเชียซึ่งนับเป็น โอกาสที่ดีของคนไทยในการผลิตเพื่อการส่งออกสู่ประเทศเหล่านี้

การส่งออกของประเทศไทยส่วนใหญ่ เป็นการส่งออกเนื้อสุกรชำแหละแช่เย็น แช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ของเนื้อสุกร (ตารางที่ 2) เนื้อสุกรชำแหละแช่เย็น แช่แข็ง เกือบทั้งหมดส่งออกไปยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฮ่องกงซึ่งนับเป็น 1 ใน 3 ประเทศที่นำเข้าสุกรเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามการกระจายการตลาดในฮ่องกงของผลิตภัณฑ์สุกรของไทยยังน้อยมากโดยมีต่ำกว่าร้อยละ 3 ของปริมาณนำเข้าเนื้อสุกรนำเข้าทั้งหมดของฮ่องกง ในปี 2544 ไทยส่งออกเนื้อสุกรไปฮ่องกง 10,276 ตันมูลค่า 842.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ซึ่งส่งออก 5,218 ตันตัน มูลค่า 417.33 ล้านบาท ร้อยละ 96.93 และ 1.02 ตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรส่งออกปริมาณ 1,329 ตันมูลค่า 187.28 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2543 ซึ่งส่งออก 1,063 ตันมูลค่า 209.71 ล้านบาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.02 แต่มูลค่าลดลงร้อยละ 10.7 โดยส่งออกไปยังญี่ปุ่นและฮ่องกง ประมาณร้อยละ 72 และ 25 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 การส่งออกสุกรปี พ.ศ.2535 – 2544 ของประเทศไทย

ปี	สุกรพันธุ์		สุกรมิซิวิต		เนื้อสุกรชำแหละ ¹		ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร ²	
	ตัว	ล้านบาท	ตัว	ล้านบาท	ตัว	ล้านบาท	ตัว	ล้านบาท
2535	40	0.35	-	-	288	15.53	272	34.21
2536	20	0.1	-	-	318	17.12	667	79.85
2537	45	0.45	220	0.15	205	11.53	666	92.48
2538	-	-	118	0.29	585	40.55	1,823	214.48
2539	561	4881	71	0.11	142	10.57	1,279	143.3
2540	192	1.06	1,490	3.02	1,082	94.65	1,896	217.81
2541	347	3.24	1915	2.25	2184	189.28	2,445	281.58
2542	1,748	5.85	3952	3.69	703	49.26	2,536	283.84
2543	875	7.01	4294	5.03	5218	417.33	1,063	209.71
2544	604	2.77	13,783	10.79	10,276	842.6	1,329	187.28

หมายเหตุ: ¹เนื้อสุกรทุกส่วน ครึ่งตัว ขึ้นส่วน มีและไม่มีกระดูกติด แช่เย็นและแช่แข็ง

²ชิ้นส่วนของเนื้อท้อง ขาหน้า ขาหลัง เนื้ออื่นๆ ใส่สารปรุงแต่งใส่เกลือ ทำแห้ง รรมควัน

*ไม่รวมส่งออกไปเมียนมาร์ 1,210 ตัว มูลค่า 241,000 บาท

ที่มา: (กรมศุลกากร, 2545)

ตารางที่ 2 ปริมาณการนำเข้าและส่งออกเนื้อสุกรของประเทศ ที่สำคัญปีพ.ศ. 2541 – 2545 (พันตัน)

ประเทศ	2541	2542	2543	2544 ¹	2545 ²
การนำเข้า					
ญี่ปุ่น	777	919	995	920	945
รัสเซีย	725	800	470	600	630
สหรัฐอเมริกา	319	375	439	415	435
ฮ่องกง	252	260	300	335	360
เกาหลีใต้	66	156	173	120	140
เม็กซิโก	144	190	276	300	310
สหภาพยุโรป	39	52	54	60	65
แคนาดา	64	65	68	75	85
โปแลนด์	72	54	48	33	45
อื่นๆ	191	298	397	309	305
รวม	2,649	3,169	3,220	3,167	3,320
การส่งออก					
สหรัฐอเมริกา	558	580	592	699	649
สหภาพยุโรป	1,002	1,388	1,470	1,220	1,320
แคนาดา	432	631	656	710	730
โปแลนด์	232	241	164	110	130
จีน	143	75	73	110	145
ฮังการี	104	114	120	120	125
บราซิล	103	112	163	240	290
ไต้หวัน	3	-	-	-	-
อื่น	264	275	219	309	373
รวม	2,841	3,415	3,457	3,518	3,762

หมายเหตุ: ¹ ข้อมูลเบื้องต้น

² ข้อมูลคาดคะเน

ที่มา: (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากความสำเร็จดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตลาดสุกรในประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสุกรในทวีปเอเชียที่น่าสนใจอย่างมาก ในแต่ละปี ญี่ปุ่นมีการนำเข้าไม่ต่ำกว่าปีละ 10,000 ล้านบาท (ตารางที่ 3 และ ตารางที่ 4) ซึ่งในการศึกษานี้จะศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น และเพื่อวัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับคู่แข่งต่างๆ

ตารางที่ 3 การนำเข้าเนื้อสุกรของประเทศญี่ปุ่น (พันเหรียญสหรัฐ)

ปี	1996	1997	1998	1999	2000
สหรัฐอเมริกา	880,461	795,253	733,286	815,253	960,137
แคนาดา	231,907	293,868	270,707	435,073	555,443
เดนมาร์ก	649,396	731,869	525,683	802,803	1,048,177
อื่นๆ	2,144,243	933,333	673,609	806,924	690,097
รวม	3,876,007	2,754,323	2,203,279	2,806,035	2,253,854

ที่มา: (Japan External Trade Organization: Marketing Guidebook for major Import Product, 2001)

ตารางที่ 4 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย (ล้านบาท)

	1997	1998	1999	2000	2001
แฮมและเบคอน	2,893	3,108	2,852	3,430	3,841
ไส้กรอก	7,169	8,431	8,327	8,453	10,438
รวม	10,062	11,539	11,179	11,883	14,279

ที่มา: (Japan External Trade Organization: Marketing Guidebook for major Import Product, 2001)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยไปตลาดญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงภาวะการตลาดผลิตภัณฑ์สุกรในประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบความสามารถทางการแข่งขันของการส่งออกสุกรไปประเทศญี่ปุ่นของประเทศไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ได้แบ่งขอบเขตของการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ คือ ส่วนที่หนึ่งในส่วนของการวิเคราะห์ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนั้น จะทำการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกแฮมปรุงแต่ง (other prepared or preserved ham of swine) และ สันหลังหมูปรุงแต่ง (other prepared or preserved shoulder of swine) ของประเทศไทยเทียบกับประเทศ จีน สหรัฐอเมริกา และ ไต้หวัน โดยข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์นั้นจะใช้ข้อมูลสถิติรายปีจาก กรมศุลกากรประเทศญี่ปุ่นและ ส่วนที่สอง คือ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ จะวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกร (preparation Pigs) โดยจะใช้ข้อมูลสถิติรายปี จากองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nation : FAO) โดยที่ทั้งสองส่วนจะศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2538 – 2543

นิยามศัพท์

ผลิตภัณฑ์สุกร (Swine Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากสุกร เช่น แฮม เบคอน ไส้กรอก และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากสุกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ แบบอนุกรมเวลาโดยศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2538 – 2543 ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงาน การศึกษา หนังสือ วารสาร บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติการนำเข้าและส่งออกจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น Japan External Trade Organization องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nation : FAO) กรมศุลกากรและ กรมปศุสัตว์ของประเทศไทย เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

จะเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับการส่งออกสุกรของไทยไปญี่ปุ่นและตลาดสุกรในประเทศญี่ปุ่น โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ที่สำคัญสองชนิด คือ การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และ สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ (International Competitive Coefficient : ICC)

บทที่ 2

โครงร่างทฤษฎี

ในการศึกษาความสามารถทางการแข่งขันส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยในตลาดญี่ปุ่นนั้น ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) กับการศึกษาสัมประสิทธิ์การแข่งขัระหว่างประเทศ (International Competitive Coefficient: ICC) เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของประเทศไทยเทียบกับประเทศคู่แข่งต่างๆ

การตรวจเอกสาร

สมพร อิศวิลานนท์ (2535) ได้ศึกษาองค์ประกอบของการขยายตัวของการส่งออกผักและผลไม้แปรรูป และน้ำผลไม้ของประเทศไทย โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการส่งออกของ 2 ช่วงเวลา คือ 2519-2521 และ 2524-2526 เมื่อพิจารณาในแง่ความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) พบว่าในกรณีผลไม้กระป๋องประเทศไทยมีความได้เปรียบสัมพัทธ์อย่างมากและมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบสัมพัทธ์ดังกล่าวเพิ่มขึ้น ซึ่งสำหรับฟิลิปปินส์แล้วก็มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันในกรณีน้ำผลไม้ได้เปลี่ยนจากความเสียเปรียบสัมพัทธ์ในปี 2521 มาเป็นความได้เปรียบสัมพัทธ์ในปี 2528 แต่ความได้เปรียบดังกล่าวยังมีขนาดที่ไม่มากนัก ส่วนผักกระป๋องนั้นประเทศไทยยังคงเสียเปรียบสัมพัทธ์ในช่วงปี 2521-2528 แต่ความเสียเปรียบสัมพัทธ์ลดลง จนคาดว่าน่าจะจะได้เปรียบสัมพัทธ์ในอนาคต

* ฐะปะณี มะลิซ้อน (2539) ได้ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด วิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ วิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออก โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งของไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษาความได้เปรียบที่ปรากฏ ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลใน 3 ช่วงเวลา คือ ปี 2525 – 2529 , 2530 – 2534 และ 2535 – 2536 ปรากฏว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ สำหรับไทยมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่มีอัตราการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มที่ลดลงในทำนองเดียวกันกับ เวียดนาม เอกวาดอร์ และอินเดีย ขณะที่อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีนมีความได้เปรียบดังกล่าวลดลง

สมภพ (2540) ชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคอาหารกึ่งปรุง (Semi-cooked) และปรุงสำเร็จมากขึ้นเรื่อยๆ ในครัวเรือน เพราะเหตุผลบางประการ เช่น การขยายตัวของครอบครัวเชิงเดี่ยว (Nucleus Family) การที่แม่บ้านต้องทำงานนอกบ้านทำให้เวลาปรุงน้อยลง และเกิดจากพัฒนาการของการผลิตการแปรรูป การถนอมอาหาร การเก็บรักษา การขนส่ง รวมตลอดถึงการปรุงอาหารหรือเตรียมอาหาร ซึ่งมีพัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่เพิ่มสูงขึ้นมาก ซึ่งไม่เพียงเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารที่บริโภคเท่านั้น หากแต่ยังเร่งความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมทางการบริโภคด้วย และพฤติกรรมดังกล่าว ก็มีความถี่ของการเปลี่ยนแปลงมากเป็นพิเศษหลังจากมีการประดิษฐ์คิดค้นเตาไมโครเวฟซึ่งเริ่มแพร่หลายขึ้นราวๆปี 1990-1991 เป็นต้นมาเทคโนโลยีการผลิต การเก็บรักษา และระบบการขนส่งที่ก้าวหน้ามากขึ้น ยังทำให้ตลาดของอาหารแปรรูปขยายตัวเติบโต และมีลักษณะข้ามพรมแดนหรือไร้พรมแดน เพราะสามารถผลิตอาหารแปรรูปจากมุมหนึ่งของโลกส่งไปยังอีกมุมหนึ่งได้อย่างคล่องตัว ในด้านการบริโภคนอกบ้านก็เช่นกัน เป็นที่นิยมที่เพิ่มมากขึ้นและถือเป็นสถานการณ์ที่สำคัญและเป็นที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มชาวญี่ปุ่น และปรุงสำเร็จ ไปบริการลูกค้ามากขึ้น โดยที่เรานำเข้ามีระดับที่ต่ำกว่าภายในประเทศ เทคโนโลยีการแปรรูป การเก็บรักษา และการขนส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคโนโลยีการแช่แข็ง ที่พัฒนาไปเป็นอย่างมาก ได้เร่งกระบวนการนำเข้าอาหารแปรรูปจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ แม้ว่าปริมาณการบริโภคเนื้อสุกรต่อคนต่อปีจะไม่เพิ่มสูงขึ้น แต่ก็เกิดการกระจายชนิดของผลิตภัณฑ์อาหาร (Diversification) และการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของอาหารแปรรูปที่ใช้เนื้อสุกรเป็นวัตถุดิบ เพื่อใช้บริโภคในกลุ่มชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ชาวญี่ปุ่นมีพฤติกรรมการบริโภคซึ่งเปลี่ยนแปลงบ่อยมาก เช่น ร้านอาหารต้องเปลี่ยนรายการอาหารถึง 4 – 5 ครั้งในแต่ละปี ชิ้นส่วนของเนื้อสุกรที่เป็นที่นิยมบริโภคในญี่ปุ่นมากๆ คือ เนื้อสันใน และสันนอก ซึ่งมีไขมันน้อย

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Reveal Comparative Advantage Index : RCA)

ตามหลักของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น เนื่องจากประเทศต่างๆผลิตสินค้าได้ในจำนวนไม่เท่ากัน ด้วยปัจจัยผลิตที่เท่าเทียมกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าได้อย่างเดียวกัน ด้วยปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกัน หรือต้นทุนที่ต่างกัน ทั้งนี้เพราะปัจจัยผลิตของแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตเชิงสัมพัทธ์ ไม่เท่ากัน ประเทศที่สามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับอีกประเทศอื่นก็จะทำการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าที่ตนมีต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่น และปล่อยให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตามทฤษฎีนี้ ทางปฏิบัติกระทำได้ค่อนข้างยากเนื่องจากประสบปัญหาด้านข้อมูลต้นทุนสินค้าในประเทศต่างๆ ในโลกซึ่งหาได้ยาก

ดังนั้น การพิจารณาถึงความสามารถในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งอาจวัดได้หลายวิธีและค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏก็เป็นค่าหนึ่งที่สามารถชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกได้ โดยมีนักเศรษฐศาสตร์ ชื่อ เบลลา บาลาสซา (Balassa Bela, 1997) ได้ศึกษาถึงบทบาทของการส่งออกสินค้าโดยพิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ภายในประเทศต่อสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นของโลก

เครื่องมือที่ใช้วัดความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เรียกว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Reveal Comparative Advantage: RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่ RCA คือ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k โลก

X_w = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

ถ้าค่า RCA ที่คำนวณได้เป็นดังนี้ คือ

ถ้า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลกหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า ประเทศ i อยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

ถ้า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลกหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า ประเทศ i อยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

ถ้า RCA เท่ากับ 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อดีของ RCA คือ ทำให้เห็นภาพกว้างๆ ของการส่งออกสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้า k ของทั่วโลก

ข้อจำกัดของ RCA มีอยู่หลายประการคือ

1. ขนาดของประเทศที่นำมาพิจารณาถ้าประเทศเล็กมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของประเทศจะมีค่าน้อยกว่าประเทศที่มีขนาดใหญ่กว่า ดังนั้น RCA ของประเทศที่มีขนาดใหญ่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศที่เล็กแล้วมักจะน้อยกว่า จึงไม่สามารถสรุปลงไปได้แน่ชัดว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกมากกว่ากัน

2. RCA ของการส่งออกสินค้า k ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลักจะมีค่าสูงกว่า RCA ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมจะสูงกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม

3. การที่ค่า RCA มากกว่า 1 หรือ RCA น้อยกว่า 1 ไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่าเกิดปัญหาจากปัจจัยใด

ถึงแม้ว่าค่า RCA จะมีข้อจำกัดมากกว่าข้อดีแต่ค่า RCA ก็ยังแสดงการเปลี่ยนแปลงทิศทางการส่งออกสินค้า k ของประเทศหนึ่งได้โดยคำนวณค่า RCA ของหลายช่วงเวลาแล้วนำมาเปรียบเทียบกัน แต่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดต่างๆ ของ RCA

และเพื่อแก้ปัญหาดูอ่อนของการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่จะวิเคราะห์ในด้านการส่งออกเพียงด้านเดียว จึงได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ (International Competitive Coefficient : ICC) การวิเคราะห์ ICC เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การแข่งขันระหว่างประเทศโดย ICC จะเป็นเครื่องมือวัดดุลการค้าต่างประเทศของสินค้านั้นๆ(JETRO)

จากที่กล่าวมาแล้ว ICC มีสูตรการวิเคราะห์ดังนี้

$$ICC = (E_i - I_i) / (E_i + I_i)$$

โดยที่ ICC คือ ค่าสัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ

E_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศ i

I_i = มูลค่าการนำเข้าสินค้าของประเทศ i

การวิเคราะห์ค่า ICC นั้นค่า ICC จะอยู่ในช่วง -1.0 ถึง 1.0 ซึ่งทำการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ถ้า ICC มีค่าเท่ากับ 0 ประเทศนั้นๆจะมีลักษณะเป็นประเทศที่มีการค้าระหว่างประเทศที่สมดุลกล่าวคือ มีการส่งออก และนำเข้าในอัตราส่วนที่เท่ากัน

ถ้า ICC มีค่ามากกว่า 0 แสดงว่า ประเทศนั้นเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่าการนำเข้าจึงถือเป็นประเทศผู้ส่งออก

ในกรณีที่ ICC น้อยกว่า 0 แสดงว่า ประเทศนั้นเป็นประเทศผู้นำเข้าเนื่องจากมีอัตรานำเข้าสูงกว่าการส่งออก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ภาวะการผลิต การตลาดสุกรและการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทย

ภาวะการผลิตสุกร

การเลี้ยงสุกรเป็นอาชีพดั้งเดิมทางการเกษตรด้านหนึ่งคู่กับชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยมาช้านาน บางครัวเรือนก็เลี้ยงไว้บริโภคในครัวเรือน บางครัวเรือนก็เลี้ยงเป็นงานอดิเรก เป็นการเลี้ยงตามธรรมชาติ อาหารที่ใช้ก็เป็นปัจจัยที่หาได้ในพื้นที่ จนในระยะต่อมาได้มีการพัฒนามากขึ้นจนกลายเป็นการเลี้ยงที่เป็นธุรกิจเพื่อการค้าและขยายตัวถึงอุตสาหกรรม โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้มากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการผลิตขยายตัวตามลำดับ ทำรายได้ให้เกษตรกรและผู้เลี้ยงปีละไม่น้อยทีเดียว

การเลี้ยงสุกรในประเทศไทยนั้นแม้ว่าจะมีการพัฒนาตามลำดับจนถึงขั้นการส่งออกแล้วก็ตาม การผลิตก็ยังคงเป็นไปในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับภาวะการตลาดที่เป็นอยู่มากนักโดยเฉพาะการตัดสินใจเลี้ยงสุกรของเกษตรกรรายย่อยที่ยึดตามราคาสุกรในช่วงสั้นๆ เป็นเครื่องตัดสินใจในการเลี้ยงสุกรจนก่อให้เกิดภาวะมีสุกรล้นตลาดทำให้ราคาสุกรตกต่ำนั่นเอง

แหล่งผลิต

การเลี้ยงสุกรกระจายไปในทุกภาคทั่วประเทศและมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แหล่งเลี้ยงสุกรแหล่งใหญ่ๆ ของประเทศ ได้แก่

1. ภาคกลาง ประมาณ ร้อยละ 58 ของการผลิตทั้งประเทศ เลี้ยงมากในจังหวัด ราชบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณร้อยละ 17 ของการเลี้ยงทั้งประเทศ โดยเลี้ยงมากในจังหวัด นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ เพชรบูรณ์ ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี ขอนแก่น มหาสารคาม เป็นต้น
3. ภาคเหนือ ประมาณร้อยละ 16 ของการเลี้ยงทั้งประเทศทั้งหมดโดยมีเลี้ยงมากที่จังหวัด เชียงใหม่ ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน พิจิตร อุตรดิตถ์ พะเยา สุโขทัย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ภาคใต้ ตั้งแต่เขตจังหวัดชุมพร ลงไป ถือเป็นเขตปลอดโรคปากและเท้าเปื่อยโดยจังหวัดที่มีการเลี้ยงมากในจังหวัด นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี สงขลา พัทลุง ชุมพร ตรัง นราธิวาส และมีจำนวนหลายฟาร์มที่จดทะเบียนผลิตเพื่อการส่งออก

ปริมาณการผลิต

ปริมาณการผลิตในปี 2544 มีจำนวนสุกรรวม 16.537 ล้านตัว เป็นสุกรต้นปี 6.689 ล้านตัว และสุกรที่ผลิตได้ระหว่างปี 9.668 ล้านตัว เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 ซึ่งมีจำนวนสุกรที่ผลิตได้ระหว่างปี 9.493 ล้านตัว ปริมาณการผลิตสุกรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.84 เนื่องจากมีการขยายการผลิตในฟาร์มขนาดใหญ่ประกอบกับการใช้ระบบโรงเรือนปิดมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต อย่างไรก็ตามโรคระบาดในลูกสุกร และสุกรขุนทำให้ปริมาณการผลิตโดยรวมเพิ่มขึ้นไม่มากนัก

ตารางที่ 5 ปริมาณการผลิตและการบริโภคสุกรของไทยปี พ.ศ. 2540 – 2545

ปี	สุกรต้นปี	ปริมาณการผลิต ระหว่างปี	รวมสุกรทั้งปี	ปริมาณการ บริโภค
2540	6.894	10.660	17.554	10.460
2541	7.082	9.379	16.641	10.067
2542	6.370	9.075	15.445	8.879
2543	6.558	9.493	16.051	9.304
2544 ¹	6.689	9.668	16.357	9.472
อัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ	-1.36	-1.82	-1.65	-2.73
2545 ²	6.774	9.797	16.571	9.578

หมายเหตุ¹ ข้อมูลเบื้องต้น

² ข้อมูลภาคคะเน

ที่มา: (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2544)

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตสุกรขุนในปี 2544 เฉลี่ยประมาณกิโลกรัมละ 32.70 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2543 1.68 บาท หรือร้อยละ 5.42 เนื่องจากค่าพันธุ์(ค่าลูกสุกร) และค่าอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.34 และ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ต้นทุนการผลิตสุกรและราคาที่เกี่ยวข้องที่เกษตรกรขายได้ปี พ.ศ.2542 – 2544

เดือน	2542		2543		2544	
	ต้นทุน	ราคา	ต้นทุน	ราคา	ต้นทุน	ราคา
มกราคม	34.77	44.04	31.01	33.85	30.54	31.05
กุมภาพันธ์	34.55	45.16	30.24	33.56	31.38	30.78
มีนาคม	36.91	47.12	32.42	31.64	31.85	32.09
เมษายน	37.99	49.02	32.98	33.46	31.93	34.92
พฤษภาคม	38.31	49.95	33.14	33.72	32.06	39.83
มิถุนายน	38.27	48.45	33.12	33.50	32.02	40.58
กรกฎาคม	39.14	46.23	31.38	33.64	32.33	38.96
สิงหาคม	40.36	42.16	30.07	33.71	33.62	38.60
กันยายน	40.69	36.61	29.84	33.07	34.36	38.35
ตุลาคม	40.16	29.62	28.57	33.37	34.35	36.55
พฤศจิกายน	37.32	35.40	29.53	32.10	34.16	36.29
ธันวาคม	34.23	35.58	29.98	31.72	33.78	37.32
เฉลี่ย	37.73	42.45	31.02	33.20	32.70	36.28

ที่มา: (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะการตลาดสุกร

โครงสร้างการตลาดสุกรภายในประเทศ

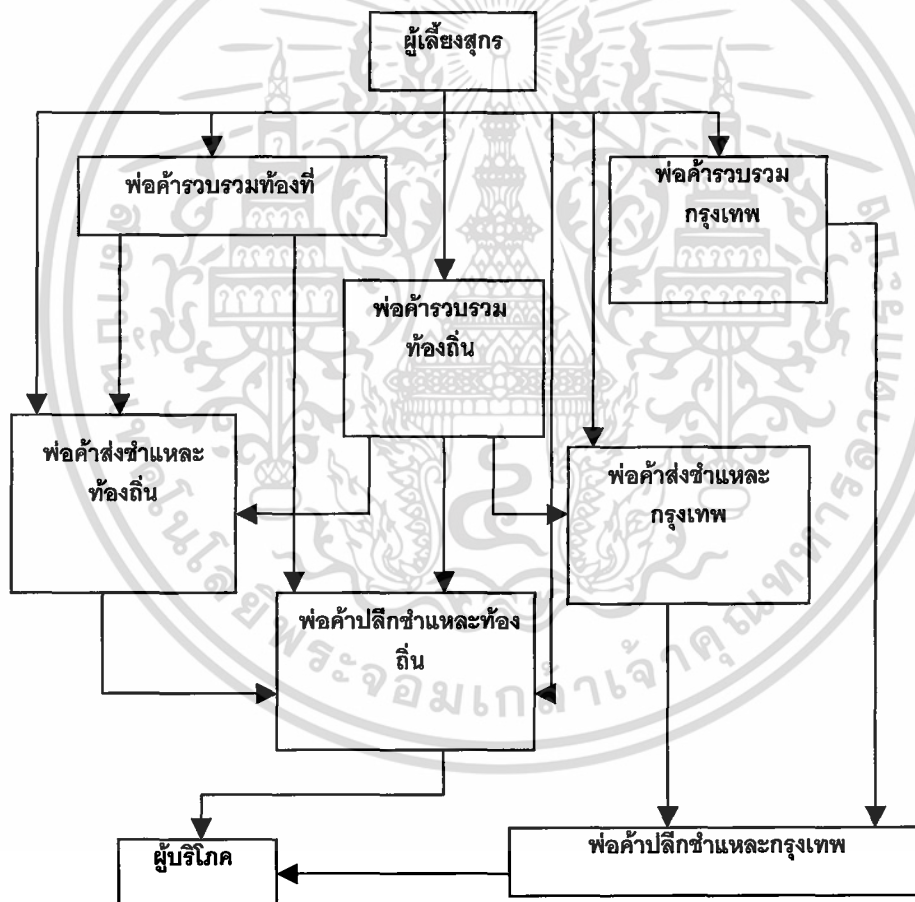
โครงสร้างตลาดสุกรภายในประเทศนั้น ราคามักจะมีบทบาทสำคัญเนื่องจากราคาสุกรจะมีความเคลื่อนไหวตามวัฏจักร ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวในรูปวงจรซ้ำๆ กัน 4 วงจร คือ ระดับต่ำสุด ระดับฟื้นฟู ระดับรุ่งเรือง และระดับลดถอยลง รัฐบาลจึงเข้ามามีบทบาทโดยใช้ราคาเป็นเครื่องกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการผลิตและขยายการค้า มีการควบคุมทางด้านการค้า และจัดตั้งหน่วยงานของรัฐบาลหรือ รัฐวิสาหกิจเข้าดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาการค้าสุกร นโยบายต่างๆ เหล่านี้จะ เป็นกลไกที่สำคัญที่จะทำให้ระบบตลาดสุกรเกิดเสถียรภาพทางด้านราคามากขึ้น และยังก่อให้เกิดผลดีต่อผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตลาดทุกฝ่ายอีกด้วย สำหรับผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสุกรประกอบด้วย

1. พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าประเภทนี้จะมีเงินทุนไม่มากนักส่วนใหญ่จะทำหน้าที่รวบรวมสุกรจากผู้เลี้ยงสุกรแบบครอบครัว เพราะผู้เลี้ยงไม่ประสงค์จะนำสุกรของตนไปขายต่อกับพ่อค้าในตัวเมือง เพราะมีความเสี่ยงทางด้านราคาสูง เนื่องจากการไม่ชำนาญในการขนส่งทำให้สุกรเกิดโรคทำให้โดนตัดราคาได้ง่าย ดังนั้นผู้รวบรวมสุกรในท้องถิ่นจึงเข้ามารับภาระเสี่ยงภัยอันนี้ จากนั้นพ่อค้ารวบรวมสุกรในท้องถิ่นจึงจะนำสุกรที่รวบรวมได้นี้ไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าโรงงานแปรรูปอีกต่อหนึ่ง
2. นายหน้าและตัวแทน ทำหน้าที่ติดต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงแบบครอบครัวและเกษตรกรผู้เลี้ยงระดับฟาร์มให้นำสุกรมาจำหน่ายแก่พ่อค้ารวบรวมในเมือง หรือพ่อค้าเตา ในเมืองเพื่อนำไปชำแหละจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง
3. พ่อค้ารวบรวมในเมือง ตามปกติพ่อค้าประเภทนี้จะมีทุนค่อนข้างมาก และมีอยู่เฉพาะในจังหวัดที่มีการเลี้ยงสุกรจำนวนมากโดยรวบรวมสุกรในจังหวัดนั้นๆ ถ้าเลี้ยงส่งให้พ่อค้าโรงงานแปรรูป เพื่อทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรประเภทต่างๆ เช่น หมูแผ่น และกุนเชียง เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าเตาในเขตสุขภาพิบาลและเทศบาลเพื่อทำการชำแหละขายให้แก่พ่อค้าเชิงในเมืองอีกต่อหนึ่ง เนื่องจากพ่อค้าประเภทนี้ต้องรวบรวมสุกรส่งพ่อค้าเตาในตลาดกรุงเทพมหานครด้วย ดังนั้น ผู้รวบรวมสุกรประเภทนี้จึงมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง เพื่อสะดวกต่อการกว้านซื้อสุกรแล้วส่งมาขายในตลาดกรุงเทพฯ
4. พ่อค้าส่งชำแหละ พ่อค้าประเภทนี้จะพอมิทุนอยู่บ้างเพื่อ ไปรับหมูจากผู้เลี้ยงสุกรมาเพื่อชำแหละจำหน่าย ต่อพ่อค้าปลีกชำแหละ หรือลูกค้าที่มาซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการตลาดสุกร

วิธีการตลาดสุกรก็จะเหมือนกับตลาดสัตว์ที่บริ โภคเนื้อ โดยทั่วไป คือ ผู้เลี้ยงสุกรอาจนำเอาสุกรไปขายให้แก่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นด้วยตนเอง หรืออาจมีนายหน้าและตัวแทนมาติดต่อขอซื้อจากผู้เลี้ยงสุกร โดยตรง และอาจมีพ่อค้าท้องถิ่นบางรายเข้าไปรับซื้อจากผู้เลี้ยง แล้วนำไปขายให้กับพ่อค้าโรงงานแปรรูป หรือพ่อค้ารวบรวมในเมืองเพื่อส่งขายให้กับพ่อค้าเตาและพ่อค้าเชียง (พ่อค้าปลีก) ตามลำดับ จากนั้นจึงจะส่งถึงมือผู้บริโภค (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 วิธีการตลาดสุกรในประเทศไทย

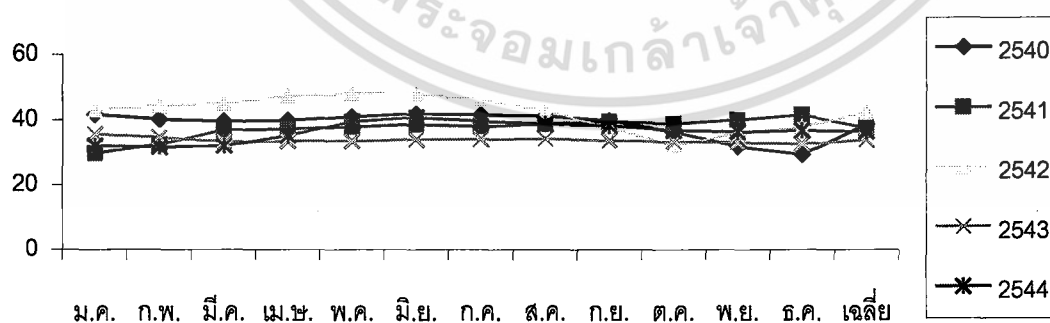
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริโภค

ในปีพ.ศ. 2544 มีปริมาณการบริโภคเนื้อสุกรเฉลี่ยประมาณ 9.47 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจาก 9.30 ล้านตัวในปี 2543 ร้อยละ 1.83 เนื่องจากราคาขายปลีก เนื้อสุกร โดยเฉลี่ยสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับราคาอาหารโปรตีนอื่นๆ ได้แก่ เนื้อไก่ เนื้อโค และ ไข่ไก่ ซึ่งสูงขึ้น เช่นเดียวกันทำให้ความต้องการบริโภคสุกรเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยมีอัตราการบริโภคเฉลี่ยคนละ 13.5 กิโลกรัมต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)

ราคา

ราคาสุกรมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยทั้งประเทศในปีพ.ศ. 2544 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 36.49 บาท สูงขึ้นจากเฉลี่ยกิโลกรัมละ 33.88 บาท ในปี 2543 ร้อยละ 7.70 ทั้งนี้ราคาสุกรได้เริ่มปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่เดือน เมษายน ซึ่งเป็นการปรับตัวสูงขึ้นตามฤดูกาลประกอบกับเกิดโรคระบาดด้วย ทำให้ปริมาณสุกรที่ออกสู่ตลาดน้อยลง โดยราคาสูงขึ้นจากเฉลี่ยกิโลกรัมละ 32.04 บาทในเดือนมีนาคม เป็น 40.77 บาท ในเดือนมิถุนายน แต่ราคาได้อ่อนตัวลงในช่วงปลายปีในระดับกิโลกรัมละ 36 – 37 บาท เนื่องจากการระบาดของโรคปากและเท้าเปื่อยทำให้ผู้เลี้ยงสุกรต้องระบายสุกรที่เป็นโรคออกจากฟาร์ม ส่วนราคาลูกสุกรขุน (น้ำหนัก 12 กก.) เฉลี่ยตัวละ 870 บาท สูงขึ้นจากราคาเฉลี่ยตัวละ 715 บาท ในปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 21.68 เนื่องจากมีความต้องการซื้อลูกสุกรเข้าเลี้ยงขุนเพิ่มขึ้นตามราคาภาวะสุกร(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)



ภาพที่ 2 แนวโน้มราคาลูกสุกรขุนปีพ.ศ. 2540 – 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย

การส่งออกสุกรไปจำหน่ายต่างประเทศของไทยมีหลายประเภททั้งสุกรมีชีวิต เพื่อใช้สำหรับทำพันธุ์ และสุกรมีชีวิต เพื่อใช้สำหรับบริโภค เนื้อสุกร และผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆที่แบ่งได้ดังนี้

1. สุกรมีชีวิต

สุกรมีชีวิตที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเพื่อใช้บริโภคในแต่ละปีมีปริมาณและมูลค่าที่ไม่แน่นอนเนื่องจากต้องประสบกับการแข่งขันด้านราคา ตลาดที่ไทยส่งออกสำคัญ คือ ลาว และกัมพูชา ซึ่งแนวโน้มการส่งออกสุกรมีชีวิตของไทยในประเทศลาวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ส่วนในกัมพูชานั้น ตลาดสุกรมีชีวิตยังมีปริมาณการส่งออกที่ไม่แน่นอนแต่ก็ถือเป็นตลาดส่งออกสุกรมีชีวิตที่สำคัญของประเทศไทยเช่นกัน (ตารางที่ 7)

2. เนื้อสุกร

เนื้อสุกรที่มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ คือ เนื้อสุกรแช่เย็น โดยมีตลาดหลักได้แก่ฮ่องกง ซึ่งนำเข้าเนื้อสุกรแช่เย็นจากไทย ส่วนในตลาดประเทศอื่นๆนั้น หลายๆแห่งยังไม่ยอมรับเนื้อสุกรแช่เย็นจากไทยเกี่ยวเนื่องด้วยปัญหาโรคระบาดคือ โรคปากและเท้าเปื่อย (ตารางที่ 8)

3. เนื้อสุกรสุก

ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยได้ส่งออกเนื้อสุกรสุกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศมีตลาดหลัก คือ ญี่ปุ่น ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 100 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย (ตารางที่ 9)

4. ผลิตภัณฑ์สุกร

ผลิตภัณฑ์สุกรที่ไทยส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้แก่ แฮม เบคอน ไส้กรอก ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในแต่ละปี ไม่ต่ำกว่าปีละ 100 ล้านบาท (ตารางที่ 1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเข้า

ในส่วนของการนำเข้านั้นประเทศไทยจะนำเข้า สุกรมี่ชีวิต จำพวก สุกรพ่อแม่พันธุ์ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของสุกร จำพวก น้ำเชื้อ เครื่องใน ขนสุกร หนังสุกร (ตารางที่ 10)

การส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์สุกรหลักๆที่ไทยส่งออก ไปจำหน่ายต่างประเทศคือ แสม เบคอน ไข่กรอก และผลิตภัณฑ์อื่นๆจากสุกร โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2535 เท่ากับ 34.21 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆจนปี 2544 มูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 187.28 ล้านบาท ล้านบาท (ตารางที่ 1) โดยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น และ สิงคโปร์

ปัญหาที่สำคัญกับการส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทย

1. ปัญหาที่จัดได้ว่าเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดสำหรับการส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทยคือ ปัญหาโรคระบาดและ โรคระบาดที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งคือ โรคปากและเท้าเปื่อยซึ่งปัจจุบันนี้ประเทศไทยได้ถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ไม่ปลอด โรคปากและเท้าเปื่อยจึงทำให้ประเทศต่างๆรวมทั้งประเทศญี่ปุ่นจะยอมรับสุกรหรือผลิตภัณฑ์สุกรของไทยที่ต้องผ่านกระบวนการผ่านความร้อนจากโรงงานที่รับรองโดยประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านความร้อนแล้วจะทำให้รสชาติบางอย่างเสียไปกับการความร้อน

2. ปัญหาขาดแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการผลิตและการตลาดที่ถูกต้อง ที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจวางแผน ในการกำหนดนโยบาย ร่วมกันทั้งกับภาครัฐและภาคเอกชน ได้ เช่น ข้อมูล เขตปลอดโรค มาตรฐานฟาร์ม และโรงฆ่าสัตว์ต่างๆ ข้อมูลการแปรรูป การส่งออก เป็นต้น

ตารางที่ 7 การส่งออกสุกรมี่ชีวิตแสดงเป็นรายประเทศ

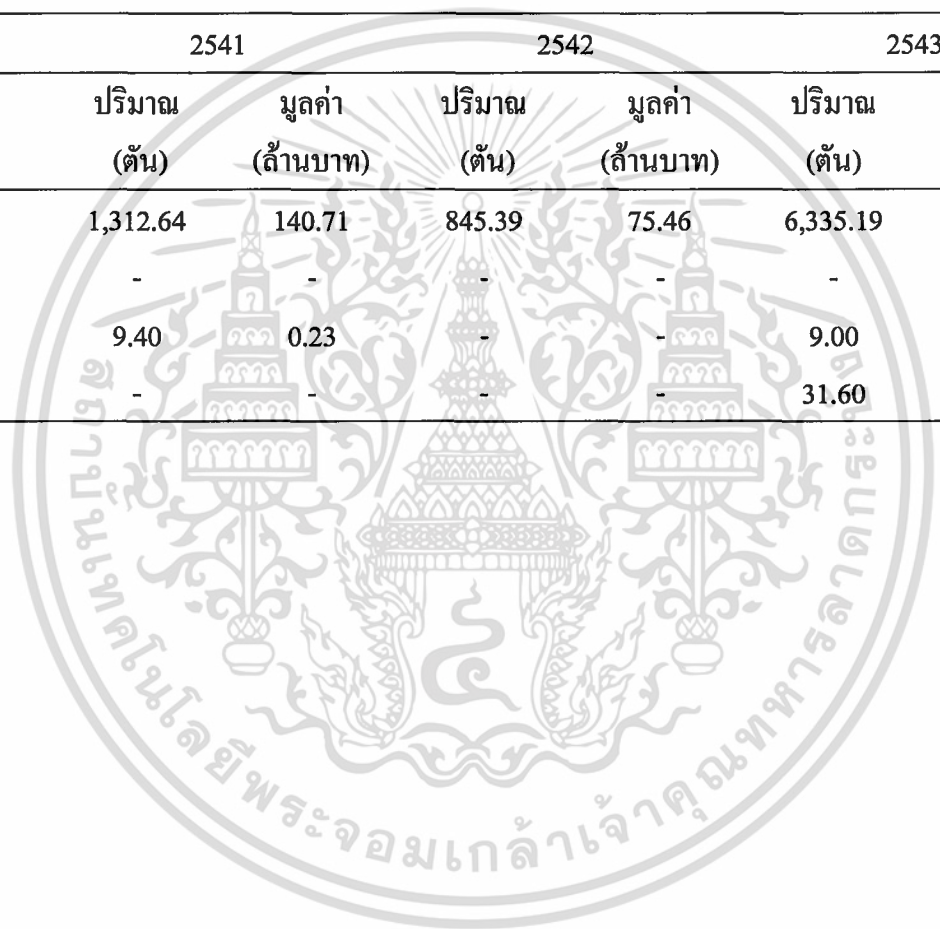
ประเทศ	2540		2541		2542		2543		2544	
	ปริมาณ (ตัว)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัว)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัว)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัว)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัว)	มูลค่า (ล้านบาท)
กัมพูชา	72	119,000	2,225	7,569,460	12,776	47,940,900	6,839	2,311,3200	524	2,756,000
ลาว	1,647	4,609,000	1,849	3,201,980	3,016	3,678,900	2,337	2,514,500	10,411	13,976,300
เวียดนาม	8	264,200	93	5,955,375	274	3,630,059	620	8,309,760	98	1,456,911
พม่า	-	-	113	565,000	73	365,000	-	-	845	2,762,500

ที่มา : (กรมปศุสัตว์, 2545)

ตารางที่ 8 สถิติการส่งออกเนื้อสุกรแช่แข็งของประเทศไทย แยกเป็นรายประเทศ

ปี	2540		2541		2542		2543		2544	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ฮ่องกง	787.23	71.95	1,312.64	140.71	845.39	75.46	6,335.19	571.76	8,258.83	725.97
ศรีลังกา	11.00	0.01	-	-	-	-	-	-	-	-
มาเลเซีย	-	-	9.40	0.23	-	-	9.00	0.45	76.00	4.70
กัมพูชา	-	-	-	-	-	-	31.60	1.30	-	-

ที่มา : (กรมปศุสัตว์, 2545)



ตารางที่ 9 สถิติการส่งออกเนื้อสุกรสุกของประเทศไทย แยกเป็นรายประเทศ

ปี	2540		2541		2542		2543		2544	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ญี่ปุ่น	761.06	86.22	1,115.46	139.53	2,547.91	304.12	2,503.83	331.88	2,397.48	317.89
สิงคโปร์	-	-	-	-	19.60	2.57	-	-	-	-
มาเลเซีย	39.70	5.56	43.40	5.01	-	-	-	-	-	-

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2545)

ตารางที่ 10 การนำเข้าสุกรปี 2535 – 2544

ปี	สุกรพันธุ์		สุกรมิชีวิต		เนื้อสุกรชำแหละ		ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร	
	ตัว	ล้านบาท	ตัว	ล้านบาท	ตัว	ล้านบาท	ตัว	ล้านบาท
2535	793	19.421	-	-	101	5.320	5	1.362
2536	1,685	55.798	-	-	*	*	22	2.854
2537	774	18.877	6	0.018	1.5	0.238	6	1.185
2538	874	26.448	100	0.113	*	*	10	1.500
2539	1,315	40.602	-	-	*	*	17	2.711
2540	1,424	49.948	-	-	*	*	8.5	1.241
2541	128	5.274	-	-	-	-	14.1	1.100
2542	920	39.768	-	-	9.5	1.094	47.4	2.015
2543	62	3.125	-	-	6.88	0.377	27.7	2.970
2544	-	-	-	-	4.0	0.120	41.9	5.280

ที่มา: (กระทรวงการคลัง, 2545)

ตลาดผลิตภัณฑ์สุกรประเทศญี่ปุ่น

จากการสำรวจของสมาคมผู้ประกอบการประเทศญี่ปุ่น(JETRO) สัดส่วนการบริโภคผลิตภัณฑ์สุกรของชาวญี่ปุ่น นั้นร้อยละ 60 จะเป็นการบริโภคภายในครัวเรือน ส่วนอีก ร้อยละ 40 นั้นจะถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ

จากการสำรวจค่าใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์สุกรของครัวเรือนในประเทศญี่ปุ่นพบว่า มีอัตราที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 จากปกติมีรายจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์สุกรเฉลี่ยครอบครัวละ 11,529 เยนต่อเดือน จนปี พ.ศ. 2541 จะอยู่ที่ 16,676 เยนต่อเดือน(ตารางที่ 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุกรต่อครอบครัวเฉลี่ย เป็นรายปี

ปี	1975	1980	1985	1990	1995	1998
แฮม	6,587	8,872	8,985	8,672	7,615	7,119
เบคอน	1,115	1,903	2,477	2,392	2,355	2,410
ไส้กรอก	3,827	4,772	5,524	6,651	6,760	7,147
รวม	11,529	15,547	16,986	17,715	16,730	16,676

ที่มา: (JETRO, 2538)

ราคา

แนวโน้มราคาผลิตภัณฑ์สุกร สูงขึ้นเรื่อยจากปีพ.ศ.2533 ราคาขายปลีก แฮมอยู่ที่ 2,129 เยนต่อกิโลกรัม จนปีพ.ศ.2541 ราคาขายปลีกแฮมจะอยู่ที่ 2,150 เยนต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 12)

ช่องทางจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์สุกรจะจำหน่ายตามร้านค้าปลีก ตามร้านอาหาร อุตสาหกรรมอาหารต่างๆ โดยส่วนมากผลิตภัณฑ์สุกรที่มีจำหน่ายนั้นจะนำเข้ามาผ่านทางบริษัทนำเข้า (ภาพที่ 3) และในส่วนของผลิตภัณฑ์สุกรที่ผลิตได้ภายในประเทศก็จะขายผ่านทาง ผู้ค้าส่งต่างๆ ไป (ภาพที่ 4)

การนำเข้า

การนำเข้าผลิตภัณฑ์จากเนื้อได้เพิ่มขึ้น ไปอยู่ที่ 25,644 ตัน(เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.6 จากปี พ.ศ. 2543) และมีมูลค่าถึง 14.75 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2544 อย่างไรก็ตามการเกิดโรคปากและเท้าเปื่อยในอังกฤษในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2544 นั้น ทำให้ญี่ปุ่นสั่งยกเลิกการรับผลิตภัณฑ์สุกรจากสหภาพยุโรป ขณะที่ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าตลอดปีของญี่ปุ่นก็ยังคงมีปริมาณเพิ่มขึ้นเหมือนปกติ

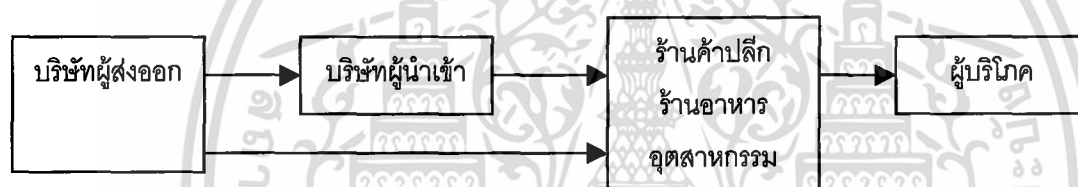
ในปัจจุบันนี้ไส้กรอกมีปริมาณการนำเข้าต่อปีสูงที่สุด คือมีถึงร้อยละ 83.5 (เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 14.7) ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด ส่วนการนำเข้าของ แฮมและเบคอน ก็เพิ่มขึ้นมากกว่า 3,000 ตันเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2542 และเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ราคาขายส่งและขายปลีกผลิตภัณฑ์สุกร

ปี	แฮม		เบคอน		ไส้กรอก	
	ราคาส่ง	ราคาปลีก	ราคาส่ง	ราคาปลีก	ราคาส่ง	ราคาปลีก
1995	2,129	3,540	1,453	2,360	1,113	1,980
1996	2,140	3,640	1,459	2,350	1,111	1,980
1997	2,150	3,790	1,493	2,410	1,149	2,000
1998	2,150	3,710	1,501	2,450	1,149	2,030

ที่มา : (JETRO, 2538)



ภาพที่ 3 ช่องทางการนำเข้าผลิตภัณฑ์สุกร

ที่มา: (JETRO)



ภาพที่ 4 ช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์สุกรที่ผลิตภายในประเทศ

ที่มา: (JETRO, 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากเนื้อ ปี พ.ศ.2542-2544

ปี	2542		2543		2544	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
แฮม และเบคอน	2,428	2,852	3,105	3,430	3,131	3,841
ไส้กรอก	17,765	8,327	18,683	8,453	21,421	10,438
คอร์น บีฟ	910	416	1,190	435	1,092	471

ที่มา: (JETRO, 2538)

ประเทศหลักๆที่ส่งออกไส้กรอก แฮม และเบคอน ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา จีน เดนมาร์ก เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นประเทศที่ส่งออกมายังมีมูลค่าต่อปีไม่ต่ำกว่าปีละ 1,000 ล้านบาท

ตารางที่ 14 มูลค่าการนำเข้าไส้กรอกของประเทศญี่ปุ่นแยกเป็นรายประเทศปี 2543 – 2544

ปี	2543		2544			
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	10,615	4,915	11,505	53.7	5,926	56.8
จีน	2,080	909	3,232	15.1	1,499	13.9
ออสเตรเลีย	993	439	2,278	10.6	1,043	10.0
เดนมาร์ก	2,976	1,240	1,479	6.9	612	5.9
แคนาดา	1,060	409	1,365	6.4	576	5.5

ที่มา: (JETRO, 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 มูลค่าการนำเข้าแฮมและเบคอนของญี่ปุ่นแยกเป็นรายประเทศปี 2543 – 2544

ปี	2000		2001			
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	1,139	1,118	1,180	37.7 %	1,327	34.6 %
อิตาลี	737	1,052	695	22.2 %	1,156	30.1 %
ไต้หวัน	222	203	429	13.7 %	419	10.9 %
จีน	322	315	269	8.6 %	297	7.7 %
เดนมาร์ก	175	164	182	5.8 %	173	4.5 %

ที่มา: (JETRO, 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาระดับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในสินค้าผลิตภัณฑ์สุกรส่งออกไปญี่ปุ่นของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ จีน ใต้หวัน และ สหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลในการส่งออกรายปี เฉลี่ยระหว่างปี 2538-2540 และปี 2541-2543

ตารางที่ 16 ตารางแสดงค่าคำนวณ RCA

ปี	ประเทศไทย	จีน	ใต้หวัน	สหรัฐอเมริกา
2538-2540	.481	.189	.343	1.147
2541-2543	.205	.614	.225	1.106

จากตารางการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนั้นแสดงให้เห็นถึงอัตรา ส่วนของแต่ละประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งพิจารณาเป็นสองส่วนได้ดังนี้

ช่วงที่หนึ่ง (ช่วงปี พ.ศ. 2538 – 2540) จากค่าที่แสดงออกมาเห็นได้ว่า จีนมีค่า 0.189 ใต้หวันมีค่า 0.343 ไทยมีค่า 0.481 และสหรัฐอเมริกา มีค่า 1.147 จาก 4 ประเทศนี้เห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศเดียวที่มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งตามทฤษฎีของการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนั้นจะแสดงให้เห็นว่าสัดส่วนผลิตภัณฑ์สุกรจะสูงกว่าสัดส่วนของการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรทั้งหมด

ช่วงที่สอง (ช่วงปี พ.ศ. 2541 – 2543) ค่าที่คำนวณออกมาได้ดังนี้ประเทศไทย 0.205 ใต้หวัน 0.225 จีน 0.614 และสหรัฐอเมริกา 1.106 ซึ่งจากค่าที่คำนวณได้จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีค่าที่คำนวณได้ลดลงจาก 0.481 เป็น 0.205 นอกจากไทยแล้ว ใต้หวันและสหรัฐอเมริกาก็มีค่าที่ลดลง ตามลำดับดังนี้ ใต้หวัน ลดลงจาก 0.343 เป็น 0.225 และสหรัฐอเมริกา จาก 1.147 เป็น 1.106 ส่วนของประเทศจีนนั้นค่าที่จะเพิ่มขึ้นคือ จาก 0.189 เป็น 0.614 ซึ่งค่าแนวโน้มจากการวิเคราะห์นี้ได้แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทย และ ใต้หวันซึ่งมีค่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับช่วงแรก มีแนวโน้มการส่งออก ไปญี่ปุ่นที่ลดลง ส่วนสหรัฐอเมริกานั้นมีแนวโน้มที่ลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนประเทศจีนนั้นจะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ตารางแสดงค่าคำนวณ ICC

ประเทศ	2538	2539	2540	2541	2542	2543
จีน	0.993	0.987	0.976	0.977	0.976	0.973
สหรัฐอเมริกา	-0.741	-0.648	-0.588	-0.556	-0.565	-0.576
ไทย	0.988	0.951	0.991	0.994	0.992	0.967

จากตารางแสดงค่าคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างประเทศจะเห็นได้ว่าประเทศไทยนั้นมีค่าอยู่ในช่วง 0.95 – 0.99 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์นี้จะแสดงให้เห็นถึงอัตราส่วนระหว่างการส่งออกและการนำเข้า ค่าที่คำนวณได้ของประเทศไทยนั้นมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่าอัตราส่วนการส่งออกมีค่ามากกว่าการนำเข้าจึงจัดได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกเนื้อสุกรประเทศหนึ่งของโลก

ส่วนจีนนั้น ค่าที่ได้ก็จะอยู่ในช่วง 0.97 – 0.99 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตราส่วนระหว่างการส่งออกที่มากกว่าการนำเข้าเช่นเดียวกับประเทศไทย จึงจัดได้ว่าประเทศจีนก็เป็นประเทศส่งออกเนื้อสุกรเช่นกัน

ในส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นจะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณออกมาได้นั้นมีค่า(-0.74) – (-0.55) ซึ่งเป็นค่าที่ติดลบตลอดในทุกปี แสดงให้เห็นว่า สหรัฐอเมริกามีสัดส่วนของการนำเข้าที่มากกว่าการส่งออก ซึ่งเมื่อดูจากการส่งออกและการนำเข้าแล้วก็จะเห็นได้ว่า สหรัฐเป็นประเทศที่มีการนำเข้ามากกว่าการส่งออก ดังนั้นสหรัฐอเมริกาจึงจัดเป็นประเทศนำเข้าเนื้อสุกรประเทศหนึ่ง

จากการวิเคราะห์ผลโดยรวมทั้งจากค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏกับค่าสัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศ แล้วจะเห็นได้ว่า ประเทศจีนจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสูงที่สุดคือ ทั้งในส่วนของ ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแล้ว ในส่วนของ สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ลดลงแต่ยังมีอัตราการส่งออกที่มากกว่าการนำเข้า การค้าของประเทศก็ยังถือว่ามียาได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรเข้าสู่ประเทศจีนอยู่ดี ส่วนของไทยแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ก็ยังถือว่าประเทศไทยยังไม่เสียดุลการส่งออกไป แต่ในส่วนของประเทศสหรัฐที่ แม้ว่าในตลาดญี่ปุ่นนั้นสหรัฐจะครองส่วนแบ่งตลาดหลักไว้ก็ตามแต่ค่าสัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศติดลบแสดงให้เห็นว่าประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเป็นประเทศนำเข้ามากกว่าประเทศส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

สุกรเป็นสัตว์เลี้ยงที่ใช้เป็นอาหารที่สำคัญของคนเกือบทั้งโลก โดยเฉพาะประชากรในแถบเอเชีย เช่น คนไทย จีน การเลี้ยงสุกรของไทยมีการพัฒนามาเรื่อยๆ มีการปรับปรุงพันธุ์ โดยการใช้สายพันธุ์ที่ดีแทนพันธุ์พื้นเมืองมีการใช้อาหารผสมสำเร็จรูป มีวิธีการเลี้ยงและการจัดการฟาร์มที่ดี การส่งออกสุกรรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสุกรของไทยยังอยู่ในวงจำกัด การขยายตลาดส่งออกจึงต้องศึกษาความต้องการของตลาดต่างประเทศด้วย โดยในตลาดโลกนั้นมี 3 ประเทศหลักๆ ที่นำเข้าสุกรคือ ญี่ปุ่น รัสเซีย และ ชองกง (ตารางที่ 1) ใน 3 ประเทศนี้จะเห็นได้ว่ามีถึง 2 ใน 3 ที่อยู่ในแถบเอเชียซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีของคนไทยในการผลิตเพื่อการส่งออกสู่ประเทศเหล่านี้

จากความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตลาดสุกรในประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสุกรในทวีปเอเชียที่น่าสนใจอย่างมาก ผู้ทำวิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาถึงตลาดสุกรประเทศญี่ปุ่น รวมถึงจากการที่ประเทศไทยก็ได้ส่งผลิตภัณฑ์สุกรออกไปญี่ปุ่นอยู่แล้ว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ กับสัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศเพื่อดูแนวโน้มของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง คือ จีน สหรัฐอเมริกา และ ไต้หวัน ผลการวิเคราะห์ที่ได้คือ ในขณะที่แนวโน้มผู้บริโภคประเทศญี่ปุ่นนั้นนิยมบริโภค ผลิตภัณฑ์สุกรในครัวเรือนมากถึงร้อยละ 60 ส่วนในอุตสาหกรรมนั้นใช้เพียงร้อยละ 40 เท่านั้น ในตัวผลิตภัณฑ์นั้น ผลิตภัณฑ์หลักๆที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นนิยม จะเป็นจำพวก แฮม เบคอน ไส้กรอก ส่วนในด้านของราคารัสนั้นราคาขายปลีก แฮมในประเทศญี่ปุ่นนั้นจะอยู่ที่ 2,150 เยนต่อกิโลกรัม ราคาขายปลีกเบคอนอยู่ที่ 1,501 เยนต่อกิโลกรัม ราคาขายปลีกไส้กรอกอยู่ที่ 1,149 เยนต่อกิโลกรัมและมีแนวโน้มราคาที่คงที่

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยในส่วนของการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏพบว่า แนวโน้มของประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏจากการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรไปญี่ปุ่น เนื่องจากค่าที่คำนวณได้นั้น ในช่วงแรกนั้น มีค่าเท่ากับ 0.481 ส่วนในช่วงหลังมีค่าที่ลดลงเท่ากับ 0.205 ซึ่งค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงให้เห็นถึงการไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์สุกรที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นของประเทศไทย นอกจากนี้ในส่วนของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไต้หวัน ก็มีค่าลดลงเช่นเดียวกับประเทศไทย คือ ลดลงจาก 0.343 เป็น 0.225 จึงเห็นได้ว่า ไต้หวันมีแนวโน้มเช่นเดียวกับประเทศไทยรวมถึงค่าดัชนีที่ได้มีค่าไม่ถึง 1 แสดงว่า ไต้หวันก็ไม่มี ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเช่นกัน นอกจากนี้ในส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น แม้ว่าค่าที่คำนวณ ได้มีค่ามากกว่า 1 ทั้งสองช่วงคือ ค่าในช่วงแรก เท่ากับ 1.147 และ ค่าในช่วงที่ สองเท่ากับ 1.106 แต่ก็มีแนวโน้มที่ลดลงเช่นเดียวกับไทยและไต้หวันแต่อย่างไรก็ตามสหรัฐ อเมริกา นั้นก็ยังมี ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรไปสู่ตลาด ประเทศญี่ปุ่น ตรงกันข้ามกับในส่วนของประเทศจีน แม้ว่า ในช่วงแรกนั้นจะมีค่า เพียง 0.189 เท่า นั้นแต่ว่า ในช่วงที่สองกลับมีค่าเพิ่มขึ้นถึง 0.641 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความได้เปรียบที่เพิ่มขึ้น ของการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของจีนนั่นเอง

ในส่วนสุดท้ายนั้นจะเป็นการศึกษาถึงสัมประสิทธิ์ของการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยใน การศึกษารั้งนี้จะทำการเปรียบเทียบใน 3 ประเทศด้วยกันคือ ไทย จีน และ สหรัฐอเมริกา ซึ่ง ประเทศไทยนั้นค่าที่คำนวณ ได้จะอยู่ในช่วง 0.95 – 0.99 ซึ่งมาค่าใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงให้เห็นว่า แนวโน้มของการส่งออกของไทยนั้นมีค่ามากกว่า รวมถึงในส่วนของประเทศจีนด้วยเช่นกัน ที่มีค่า ที่คำนวณ ได้อยู่ระหว่าง 0.97 – 0.99 แสดงให้เห็นว่า ทั้งสองประเทศมีการส่งออกมากกว่าการนำเข้า จึงเป็นประเทศส่งออกมากกว่า แต่ในทางตรงกันข้ามจะเห็น ได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์การแข่งขัน ระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกานั้นมีค่าติดลบในช่วง - 0.741 - - 0.55 แสดงให้เห็นว่าสหรัฐมี อัตราการนำเข้าในอัตราที่มากกว่าการส่งออกนั่นเอง

เมื่อทำการวิเคราะห์ในสองด้านทั้ง ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏกับ สัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศแล้วจะเห็น ได้ว่าประเทศจีนนั้นมีแนวโน้มความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สัดส่วนของการส่งออกของประเทศจีนก็ยิ่งสูงกว่าการ นำเข้าอีกด้วย เช่นกัน ตรงกันข้ามกับสหรัฐอเมริกาที่แม้จะมีสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรใน ตลาดประเทศญี่ปุ่นสูงก็ตาม แต่สหรัฐก็ยังมีการนำเข้าสุกร ในประเทศมากกว่าการส่งออกจึงถือเป็น การขาดดุลการค้า เช่นกัน แต่ในส่วนของประเทศไทยแม้ว่าจะมีแนวโน้มความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏลดลง แต่ค่าสัมประสิทธิ์การแข่งขันระหว่างประเทศของไทยมีค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงให้เห็นถึงการที่ประเทศไทยเรายังไม่เสียดุลการส่งออก คือ ประเทศไทยยังนับเป็นประเทศที่มี การส่งออกในสัดส่วนที่มากกว่าการนำเข้าอยู่

สรุปแล้วแม้ว่าจีนจะมีค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏที่คำนวณ ได้ไม่ถึง 1 ก็ตามแต่ถ้าวิเคราะห์ทั้งในด้าน การนำเข้าและการส่งออกแล้วจีนนับเป็นประเทศที่มีรายได้จากการ ส่งออกเข้าประเทศมากที่สุด สำหรับในตลาดญี่ปุ่น และในส่วนของประเทศไทยนั้นถ้าดูจากแนว โโน้มการบริโภคและการผลิตแล้วจะเห็นได้ว่าปริมาณการผลิตจะมีค่ามากกว่าปริมาณการบริโภคอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลอดในทุกๆปี ซึ่งผลต่างส่วนนี้จะเป็นส่วนเพิ่มที่ไทยสามารถส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น ถ้าไทยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สุกรให้เป็นที่ยอมรับในตลาดญี่ปุ่นได้ และในส่วนของสหรัฐอเมริกาแม้ว่าจะมีค่า ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 แต่ว่าเมื่อวิเคราะห์ในด้านการนำเข้าแล้วสหรัฐอเมริกาก็ยังถือเป็นประเทศที่ขาดดุลการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรอยู่ด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถให้ข้อเสนอแนะที่จะใช้เป็นแนวทางที่จะพัฒนาทางธุรกิจผลิตภัณฑ์สุกร เพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น โดยแบ่งเป็นข้อเสนอในส่วนของข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา กับ ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ทางภาครัฐควรให้ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับโรคปากและเท้าเปื่อยซึ่งเป็นโรคระบาดที่รุนแรงและนับเป็นปัญหาหลักในการเลี้ยงสุกรอย่างยิ่งซึ่งเป็นปัญหาที่ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกเนื้อสุกรสุก หรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องผ่านความร้อนแล้วเท่านั้นเข้าสู่ประเทศญี่ปุ่นได้ โดยรายละเอียดควรบอกถึงสาเหตุของโรค และวิธีป้องกันให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรเพื่อเป็นการลดปัญหาด้านโรคระบาด
2. รัฐบาลและภาคเอกชนของประเทศควรร่วมมือกัน สนับสนุนให้มีการเลี้ยงเพื่อการส่งออกญี่ปุ่นมากขึ้น เนื่องจากตลาดสุกรประเทศญี่ปุ่นนั้นเป็นตลาดที่สามารถรองรับผลผลิตของไทยได้และจากตัวเลขผลการศึกษานั้นจะเห็นได้ว่ายอดการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอีกนอกจากนี้ยังเป็นการขยายฐานลูกค้าผลิตภัณฑ์สุกรที่สำคัญอีกด้วย
3. จากผลการศึกษาที่ประเทศไทยมีแนวโน้มการผลิตที่มากกว่าการบริโภคนี้ ทำให้ประเทศไทยมีจะเหลือส่วนต่างจากการบริโภคที่สามารถส่งออกได้ ดังนั้นถ้าทางภาครัฐบาลและเอกชน ร่วมมือกันพัฒนา มาตรฐานการผลิต มาตรฐานฟาร์ม มาตรฐานสินค้า ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดประเทศญี่ปุ่น ก็อาจจะทำให้ประเทศไทยเราสามารถขยายฐานการส่งออกในตลาดญี่ปุ่นให้เพิ่มขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารังต่อไป

1. ควรศึกษาในรายละเอียดจากผลการศึกษาที่เกิดขึ้นว่าทำไมประเทศ จีน จึงมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทั้งที่เมื่อพิจารณาจากปัญหาด้าน โรคระบาดจีนก็จะประสบปัญหาเดียวกับไทย เช่นกัน คือ อยู่ในเขตที่จำกัดการนำเข้าจากการแบ่งประเทศตามเขตโรคปากและเท้าเปื่อยของญี่ปุ่น
2. ทำการสัมภาษณ์ บริษัทผู้ส่งออกในประเทศไทย ต่างๆ เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์สุกรที่ส่งออกประเทศญี่ปุ่น ในรายละเอียดต่างๆ ปริมาณการส่งออกของแต่ละบริษัท จนถึงแนวโน้มการขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น เพื่อเป็นข้อมูลให้กับภาครัฐ และภาคเอกชนร่วมมือกันหาแนวทางพัฒนาการผลิต และการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกร และ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไทยมีแนวโน้มจะส่งออกไปญี่ปุ่นได้
3. นอกจากนี้ควรระวังในรายละเอียดของการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของไทยทางภาครัฐ ควรมีการติดต่อสอบถามกับทางรัฐบาลญี่ปุ่น เนื่องด้วยปัญหาที่ ในรหัสกรมศุลกากร ซึ่งเป็นรหัสเดียวกันนั้น ตัวเลขการส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรของประเทศไทยในรหัส 1602.42 มีตัวเลขที่ไม่ตรงกับทางกรมศุลกากรประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนับเป็นข้อบกพร่องประการหนึ่งของแหล่งข้อมูลของผู้ที่สนใจในประเทศ
4. เนื่องจากในการศึกษาเกี่ยวกับการส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สุกรในตลาดญี่ปุ่นยังมีปริมาณยังไม่ค่อยมีผู้ศึกษาดังนั้นทางภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือกันส่งเสริมให้มีศึกษาในด้านนี้ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะทำการส่งออกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง. 2538-2543. สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. กรุงเทพมหานคร.

(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กรมศุลกากร. 2545. “สถิติการนำเข้า – ส่งออก”. <http://www.customs.go.th>.

ฐะปะนี มะลิซ้อน. 2539. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดวงฤดี ศิริเสถียร. 2539. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมพร อิศวิลานนท์. 2535. การศึกษาการขยายตัวของ การส่งออกผักและผลไม้แปรรูป และน้ำผลไม้ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมภพ โชคสุวรรณ และคณะ. 2540. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านเนื้อสุกรชำแหละและผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรแปรรูปที่สำคัญในประเทศไทยญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์.

กรุงเทพมหานคร (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2545. สถานการณ์ปศุสัตว์ ปี 2544 และแนวโน้มปี 2545.

กรุงเทพมหานคร (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

Balassa , B. 1997. **Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage**. Manchester : The Manchester school of Economic and Social Studies.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. 1995-2000. **FAO Trade Yearbook**. Italy.

Japan External Trade Organization.1998. **Agro-Trade Handbook 1998**.

Japan External Trade Organization.2001. **Agro-Trade Handbook 2001**.

Japan External Trade Organization.1998. “Japan Market Report”. <http://www.jetro.go.jp>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Japan External Trade Organization.2002. “Japan Market Report”. <http://www.jetro.go.jp>.

Japan External Trade Organization.1997. **Marketing Guidebook for Major Import Product 1997.**

Japan External Trade Organization.2000. **Marketing Guidebook for Major Import Product 2000.**

Japan External Trade Organization.2002. “Marketing Information”. <http://www.jetro.go.jp>.

Japan External Trade Organization.1998. **Trade Procedure Guide For Export to Japan 1997.**

Japan External Trade Organization.2002. “Market Report”. <http://www.jetro.go.jp>.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2002. “Statistic database”.
<http://www.fao.org>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้