

เมื่อเนื้อและนมวัวไม่พอขายตลาดจีน

หนังสือพิมพ์เช้าที่ไชน่ามอร์นิ่งโพสต์ (South China Morning Post) ฉบับวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ตีพิมพ์บทความชื่อ “Feeding a Hunger for Meat” สะท้อนการเติบโตของอุปสงค์เนื้อและผลิตภัณฑ์นมของจีน ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

๑. พฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนเปลี่ยนแปลงไปมาก ฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและกระแสการขยายตัวของชุมชนเมือง (คนในชุมชนเมืองมีอัตราการบริโภคเนื้อสัตว์ต่อหัวสูงกว่าคนในชนบทเกือบเท่าตัว) ทำให้ความต้องการบริโภคเนื้อและผลิตภัณฑ์นมของจีนเพิ่มขึ้นมาก จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Bureau of Statistics) ของจีนระบุว่า ในช่วง ๓๐ ปีที่ผ่านมาการบริโภคเนื้อสัตว์ต่อหัวของจีนเพิ่มขึ้น ๒ เท่าตัว ขณะที่การบริโภคผลิตภัณฑ์นมต่อหัวเพิ่มขึ้นถึง ๓ เท่าตัว



๒. อุปทานเนื้อสัตว์ในจีนโดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากไม่ถึง ๕๕ ล้านตันในปี ๒๕๔๐ เป็นราว ๘๕ ล้านตันในปี ๒๕๕๖ โดยเป็นเนื้อสุกรราวร้อยละ ๗๐ ของทั้งหมด รองลงมาได้แก่เนื้อไก่ ราวร้อยละ ๒๐ ของทั้งหมด ขณะเดียวกัน นับแต่ต้นปี ๒๕๔๓ ราคาขายปลีกของเนื้อสุกรและเนื้อไก่กลับเพิ่มขึ้นน้อยมาก โดยอยู่ที่ราว ๒๕ และ ๑๘ หยวนต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ขณะที่เนื้อแกะและเนื้อวัวมีราคาเพิ่มขึ้นไปราว ๔ เท่าตัว โดยอยู่ที่ราว ๖๐ หยวนต่อกิโลกรัมในปัจจุบัน

๓. ความกังวลใจเกี่ยวกับคุณภาพของเนื้อสัตว์ในประเทศทำให้เนื้อสัตว์นำเข้าขายดีเป็นเทน้ำเทท่า ข้อมูลยังระบุอีกว่า จีนพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารหลายประเภทจากต่างประเทศ โดยในปี ๒๕๕๖ จีนนำเข้าเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสหภาพยุโรปในมูลค่าราว ๒,๘๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นถึง ๒



เท่าตัวในระยะเวลาเพียง ๓ ปี ขณะที่นิวซีแลนด์ก็ใช้ประโยชน์จากความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีกับจีน ซึ่งกำหนดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าดังกล่าวไว้ที่ร้อยละ ๕ ซึ่งต่ำกว่าของประเทศอื่น (สินค้าเนื้อสัตว์ของออสเตรเลียถูกเรียกเก็บร้อยละ ๑๐) และสามารถส่งสินค้าเจาะเข้าตลาดจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ผลจากการให้ความสำคัญของรัฐบาล

ออสเตรเลียกับตลาดจีน ทำให้การนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากออสเตรเลียขยายตัวถึง ๓ เท่าตัวในช่วงเวลาดังกล่าว และมีมูลค่าราว ๑,๖๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

๔. ออสเตรเลีย ซึ่งเลี้ยงวัวเพียง ๑.๕ ล้านตัวในแต่ละปี กลายเป็นแหล่งซัพพลายเนื้อและผลิตภัณฑ์นมวัวรายใหญ่ของจีนในปัจจุบัน อุปสงค์ของจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้กิจการในออสเตรเลียไม่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้อย่างทันการณ์ อาทิ **Landmark Global Exports Co., Ltd.** กิจการรับจัดการส่งออกวัวและผลิตภัณฑ์รายใหญ่ของออสเตรเลีย เพียงบริษัทเดียวส่งออกวัวที่มีชีวิตจำนวนถึง ๔๕,๐๐๐ ตัวสู่ตลาดจีน คิดเป็นกว่าครึ่งหนึ่งของปริมาณการส่งออกสินค้าดังกล่าวของออสเตรเลียทั้งประเทศสู่จีนเลยทีเดียว

๕. นางโซฟีหวัง (Sophie Wang) กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทดังกล่าว ซึ่งมุ่งหวังจะขายในปริมาณที่มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ให้สัมภาษณ์ในเรื่องนี้ว่า “สาเหตุไม่ใช่เป็นเพราะไม่มีอุปสงค์ แต่เป็นเพราะอุปทานไม่เพียงพอ” เกษตรกรออสเตรเลียเลี้ยงวัวเฉลี่ยฝูงละ ๒๐๐-๓๐๐ ตัวเท่านั้น คนเหล่านี้ไม่ต้องการลงทุนขยายฝูงวัวเพราะเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องจากสภาพอากาศที่แห้งแล้งและยากที่จะคาดเดา ดังนั้น การระดมผลผลิตจำนวนมากเช่นนี้จึงนับเป็นความท้าทายอย่างมากของบริษัท



๖. เดวิด ธอร์น (David Thorn) หัวหน้าทีมส่วนงานผู้บริโภคแห่ง **National Australia Bank** ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ปล่อยสินเชื่อแก่ธุรกิจการเกษตรรายใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของออสเตรเลีย เห็นว่า “Mining Boom ที่เกิดขึ้นในออสเตรเลียในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กำลังมี Dining Boom มาร่วมด้วย” ธนาคารฯ ยังมีแผนที่จะขยายการดำเนินธุรกิจในส่วนนี้เพื่อสนับสนุนธุรกรรมการค้าในภูมิภาคนี้ให้มากขึ้น

๗. ปัจจุบัน จีนอนุญาตให้นำเข้าวัวที่มีชีวิตจากออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอูรุกวัยเท่านั้น ข้อมูลจากสมาพันธ์ส่งออกเนื้อสัตว์ของสหรัฐฯ (US Meat Export Federation) ระบุว่า ในปี ๒๕๕๖ ตลาดจีนมีสัดส่วนคิดเป็น ๑ ใน ๓ ของปริมาณการส่งออกเนื้อของอูรุกวัยโดยรวม และมีกระแสข่าวว่า จีนพยายามเพิ่มรายชื่อประเทศเหล่านี้ โดยอยู่ระหว่างการพิจารณาลงนามในความตกลงอนุญาตให้นำเข้าวัว ๐.๕ ล้านตัว และสุกรอีก ๓ ล้านตัวจากโรมาเนีย



๘. นอกจากนี้ ความสนใจในการนำเข้าสัตว์มีชีวิตยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจ

ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ที่กำลังเปลี่ยนจากฟาร์มขนาดเล็กที่ไม่มีระบบเป็นสหกรณ์และธุรกิจการเกษตรขนาดใหญ่ ซึ่งจะมี ความประหยัดอันเนื่องจากขนาดและสามารถเข้าสู่แหล่งสินเชื่อของสถาบันการเงินได้ อันจะส่งผลให้สามารถขยาย การลงทุนในเครื่องจักรเครื่องมือและระบบการจัดการที่ ทันสมัยได้ ทั้งนี้ ส่วนนี้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลจีน

ในเรื่องอาหารปลอดภัยและความพยายามในการลดการแพร่กระจายของโรคสัตว์และยกระดับมาตรฐานด้าน
สุขอนามัยอีกด้วย

๙. ปัจจุบัน จีนมีธุรกิจด้านการเกษตรขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น **Muyuan Foodstuff Co., Ltd.** และ **Jiangxi Zhengbang Technology** ซึ่งต่างขึ้นทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์
เซินเจิ้น (Shenzhen Stock Exchange) มีฟาร์มเลี้ยงสุกรขนาด ๐.๕ ล้านตัว ขณะที่ Cofco รัฐวิสาหกิจใหญ่
ของจีนก็มีฟาร์มสุกรขนาด ๐.๑ ล้านตัว

๑๐. จากรายงานของ **Rabobank** กลุ่มธุรกิจใหญ่ที่เติบโตจากด้าน
การเงินและขยายต่อไปยัง ด้านการเกษตร อสังหาริมทรัพย์ และอื่น ๆ แห่ง
เนเธอร์แลนด์ ทำให้สามารถประเมินได้ว่า ฟาร์มเลี้ยงสุกรขนาดเล็กของจีนมีส่วน
ผลผลิตลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ ๗๔ ในปี ๒๕๔๔ เหลือเพียงร้อยละ ๓๕ ในปี
๒๕๕๖ ขณะที่จำนวนสหกรณ์การเกษตรที่หันมาทำฟาร์มขนาดสุกรใหญ่เพิ่มขึ้นจาก
๗๔,๐๐๐ รายในปี ๒๕๕๑ เป็นราว ๗๐๐,๐๐๐ รายในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะทำธุรกิจครบวงจรด้วย
เครื่องมือที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจของ
ผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของเนื้อสัตว์ได้ นักวิเคราะห์ที่เฝ้าระวังต่างคาดว่า กระแสการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ
ดังกล่าวในจีนจะดำเนินไปเช่นนี้อีกอย่างน้อย ๒๐ ปี



Rabobank

๑๑. นักวิเคราะห์ของ **Rabobank** ยังเขียนในรายงานอีกว่า ในช่วง ๑๐ ปีข้างหน้า ตลาด
เนื้อสัตว์ของจีนคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ ๒ ต่อปีในเชิงปริมาณ และเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๐ ต่อปีในเชิงมูลค่า
เนื่องจากความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์ปลอดภัยที่มีคุณภาพของชาวจีนที่คาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่เรายังไม่สามารถปลดล็อกการนำเข้าเนื้อสุกรและเนื้อไก่ได้อันเนื่องจากโรคปากเท้า
เปื่อยและไข้หวัดนก ผู้ประกอบการไทยอาจต้องเรียนรู้จากธุรกิจการเกษตรรายใหญ่อย่างซีพี กระโดดเข้ามา
ประกอบการฟาร์มเพาะเลี้ยงสุกร ไก่ และอื่น ๆ เพื่อเข้าสู่ตลาดจีนที่ยังคงเติบโตใหญ่ทั้งในเชิงปริมาณและ
คุณภาพ อย่างต่อเนื่องในระยะยาว ...

รวบรวมและเรียบเรียงโดย

ดร. ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร

อัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์)

สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง

๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗