



บทสรุปผู้บริหาร
โครงการศึกษาแนวทางการเปิดตลาดเนื้อเป็ดและสัตว์ปีกอื่นๆ ที่สำคัญ
ในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

Executive Summary
Market Access Opportunities for Thai Duck Meat and
Other Poultry Products in Australia and New Zealand

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงแคนเบอร์รา
เครือรัฐออสเตรเลีย
พฤศจิกายน ๒๕๖๐

บทสรุปผู้บริหาร

อุตสาหกรรมสัตว์ปีกไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วหลังจากผ่านวิกฤตการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดนก และประกาศสถานะเขตประเทศปลอดจากโรคไข้หวัดนกนับตั้งแต่ปี ๒๕๕๑ รวมทั้งมีการพัฒนามาตรการป้องกันและควบคุมโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกของไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยคงสถานะเขตปลอดโรคไข้หวัดนกมาเป็นระยะเวลากว่า ๙ ปี และเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกที่ใหญ่เป็นอันดับ ๔ ของโลก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงพบอุปสรรคในการเปิดตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อเป็ดและสัตว์ปีกอื่นๆ ที่สำคัญในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

โครงการนี้จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเปิดตลาดเนื้อเป็ดและสัตว์ปีกอื่นๆ ที่สำคัญในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การผลิต การนำเข้า การส่งออก รูปแบบการจำหน่ายสินค้า และแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกในตลาดประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ รวมทั้งศึกษากฎระเบียบ มาตรฐาน และข้อกำหนดด้านมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมสัตว์ปีกไทย นำไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริม และแก้ไขข้อบกพร่องสำหรับภาครัฐและเอกชน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

๑. ภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกในประเทศออสเตรเลีย

๑.๑ การผลิตและการส่งออก

สัตว์ปีกที่พบการผลิตในประเทศออสเตรเลียที่สำคัญ ได้แก่ ไก่ ไก่วง และเป็ด ซึ่งอุตสาหกรรม การผลิตและแปรรูปไก่นับเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อสัตว์ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ตั้งแต่ปี ๒๕๕๕ ถึง ๒๕๖๐ การผลิตและแปรรูปไก่เนื้อของออสเตรเลียได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง พบว่าในปี ๒๕๕๙ ปริมาณการผลิต ผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อรวมทั้งประเทศประมาณ ๑.๒ ล้านตัน ผลผลิตกว่าร้อยละ ๗๐ มาจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่ดำเนิน ธุรกิจแบบครบวงจร ได้แก่ บริษัท Ingham's Enterprises และ Baiada Poultry โดยปริมาณผลผลิตกว่า ร้อยละ ๙๕ ถูกบริโภคภายในประเทศ ซึ่งในปี ๒๕๕๙ ที่ผ่านม่ออสเตรเลียมีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ย ๔๖.๑ กิโลกรัม/คน/ปี และคาดว่าจะการบริโภคจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น ๔๙.๒ กิโลกรัม/คน/ปี ภายในปี ๒๕๖๓ นอกจากนี้ทั้งภาครัฐและเอกชนได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มปริมาณการผลิตและการส่งออกเพื่อรองรับการบริโภคเนื้อไก่ ของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย สำหรับสัตว์ปีกชนิดอื่นที่พบการผลิตมากรองลงมา คือ การผลิตและแปรรูปเนื้อไก่วง ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ ๒๐๐ ล้านเหรียญออสเตรเลีย การบริโภคเนื้อไก่วงในประเทศเฉลี่ยประมาณ ๑ กิโลกรัม/คน/ปี ขณะที่การบริโภคเนื้อเป็ดภายในประเทศมีเพียง ๐.๕ กิโลกรัม/คน/ปี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าปริมาณความต้องการเนื้อเป็ดในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการเพิ่มขึ้น ของจำนวนประชากรชาวเอเชีย รวมถึงจากผู้บริโภคชาวออสเตรเลียที่นิยมท่องเที่ยวในประเทศแถบภูมิภาค เอเชียจึงมีความคุ้นเคยกับการบริโภคอาหารเอเชีย นอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตเป็ดที่สำคัญในประเทศมีเพียง ๒ ราย เท่านั้น คือ บริษัท Pepe's duck Limited และ Luv-a-Duck Proprietary Limited ซึ่งทั้ง ๒ บริษัทมี

ปริมาณการผลิตรวมกันประมาณ ๑๘๐,๐๐๐ ตัว/สัปดาห์ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เปิดของ ออสเตรเลียรายหนึ่งซึ่งชี้แจงว่า ยินดีสนับสนุนการนำเข้าผลิตภัณฑ์เปิดปรุงสุกจากประเทศไทยและได้เตรียมความพร้อมที่จะร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยในการนำเข้าและจัดจำหน่าย เนื่องจากการสร้างโรงงานแห่งใหม่ในประเทศออสเตรเลียมักค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิตสูงกว่าในประเทศไทย ทั้งค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงานค่า รวมถึงค่าเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิต

ด้านการส่งออก ประเทศออสเตรเลียส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เฉลี่ยร้อยละ ๕ ของปริมาณการผลิต โดยมีประเทศในหมู่เกาะแปซิฟิกเป็นตลาดที่สำคัญ เช่น ปาปัวนิวกินี หมู่เกาะโซโลมอน และวานูอาตู และส่งออกผลิตภัณฑ์บางส่วนไปยังตลาดในทวีปเอเชีย เช่น ฟิลิปปินส์ และฮ่องกง ในปี ๒๕๕๙ ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อไก่รวมของออสเตรเลียคิดเป็นมูลค่า ๓๗.๙๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ส่วนผลิตภัณฑ์ไก่วงนั้นพบการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น แอฟริกาใต้ ซามัว นาอูรู และฮ่องกง เป็นหลัก ในปี ๒๕๕๙ ออสเตรเลียได้ส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่วงรวมมูลค่า ๓.๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ยังส่งออกผลิตภัณฑ์เปิดจำนวนเล็กน้อยไปยังฮ่องกงและสหรัฐอเมริกา ส่วนมากเป็นผลิตภัณฑ์เปิดตัดแต่งและเครื่องใน ส่วนที่บริโภคได้ มูลค่าการส่งออกรวมในปี ๒๕๕๙ ประมาณ ๔๖๙,๐๐๐ เหรียญสหรัฐ

๑.๒ มาตรการการนำเข้าผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก

ประเทศออสเตรเลียได้อนุญาตนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ปรุงสุกจากประเทศไทย สหรัฐอเมริกา และ เดนมาร์ก ตั้งแต่ปี ๒๕๕๑ โดยกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเข้าได้ต้องผ่านการให้ความร้อนที่อุณหภูมิไม่ต่ำกว่า ๘๐ องศาเซลเซียส เป็นเวลาอย่างน้อย ๑๒๕ นาที ทำให้ปัจจุบันไม่มีผู้ส่งออกรายใดสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวได้โดยที่ผลิตภัณฑ์ยังเหมาะสมต่อการบริโภค จึงไม่พบการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่ปรุงสุกจากทั้ง ๓ ประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์ไก่จากประเทศนิวซีแลนด์สามารถนำเข้ามายังประเทศออสเตรเลียได้ทั้ง ผลิตภัณฑ์ไก่สดและไก่แปรรูปด้วยมาตรการนำเข้าที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ การกำหนดมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชสำหรับผลิตภัณฑ์ไก่ที่เข้มงวดของออสเตรเลียนั้น ส่วนหนึ่งเชื่อว่าเป็นการปกป้องเกษตรกรและอุตสาหกรรมภายในประเทศ

ตั้งแต่ช่วงต้นปี ๒๕๖๐ คณะทำงานด้านความมั่นคงทางชีวภาพของออสเตรเลียได้ดำเนินการพิจารณาข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อร่าง Import Risk Analysis สำหรับผลิตภัณฑ์ไก่วงจากสหรัฐอเมริกา ที่ได้กำหนดอุณหภูมิในการให้ความร้อนผลิตภัณฑ์ไม่ต่ำกว่า ๗๖.๖ องศาเซลเซียส เป็นเวลาอย่างน้อย ๓๐ นาที รวมทั้งได้ประกาศเริ่มพิจารณาการประเมินความเสี่ยงในผลิตภัณฑ์เปิดปรุงสุกจากประเทศไทยอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๖๐ ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาอย่างน้อย ๒ ปี ในการจัดทำ Import Risk Analysis ฉบับร่างแล้วเสร็จ ประเทศไทยจะสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศออสเตรเลียได้ก็ต่อเมื่อมีการประกาศใช้มาตรการตาม Import Risk Analysis อย่างเป็นทางการ

๑.๓ การสำรวจตลาดและแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมและพบวางจำหน่ายในตลาดประเทศออสเตรเลียมากที่สุดคือผลิตภัณฑ์ไก่สด และไก่แปรรูป รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ไก่วง และผลิตภัณฑ์เปิดได้รับความนิยมเป็นลำดับสุดท้าย ทั้งนี้ พบการคาดการณ์ว่าปริมาณความต้องการบริโภคเนื้อไก่วงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากกลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้สูงอายุที่หันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนผลิตภัณฑ์เป็ดนั้นพบการจำหน่ายไม่มาก เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกอื่นๆ และมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์น้อย โดยมากพบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็ดบริเวณแหล่งชุมชนชาวเอเชีย เนื่องจากผู้บริโภคชาวออสเตรเลียไม่คุ้นเคยกับการประกอบอาหารจากเนื้อเป็ด ดังนั้นผลิตภัณฑ์เป็ดสดจึงถูกจำหน่ายโดยตรงให้กับร้านอาหารจีน รวมทั้งธุรกิจบริการอาหารอื่นๆ นอกจากนี้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าส่งจำนวน ๓ ราย และผู้ประกอบการร้านอาหารไทยจำนวน ๖ ราย ในนครซิดนีย์ นครเมลเบิร์น กรุงแคนเบอร์รา และเมืองบริสเบน พบว่าผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เป็ดปรุงสุกจากไทย รวมทั้งมีความประสงค์ที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากไทยอีกด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยได้ให้ข้อมูลว่า ปริมาณการใช้เนื้อเป็ดของร้านอาหารไทยเฉลี่ยแต่ละร้านประมาณ ๒๐ - ๘๐ กิโลกรัม/สัปดาห์ ปัจจุบันในประเทศออสเตรเลียมีร้านอาหารไทยตั้งอยู่มีประมาณ ๓,๐๐๐ ร้าน ดังนั้นปริมาณการใช้เนื้อเป็ดของร้านอาหารไทยทั้งประเทศเฉลี่ยอาจสูงถึง ๖๐ - ๒๔๐ ตัน/สัปดาห์

๒. ภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกในประเทศนิวซีแลนด์

๒.๑ การผลิตและการส่งออก

อุตสาหกรรมสัตว์ปีกในประเทศนิวซีแลนด์มีความคล้ายคลึงกับที่พบในประเทศออสเตรเลีย กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตไก่เป็นอุตสาหกรรมสัตว์ปีกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ มีอัตราเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี ๒๕๕๖ ถึง ๒๕๕๙ ประมาณร้อยละ ๗.๕ ต่อปี ผลผลิตเนื้อไก่กว่าร้อยละ ๙๙ มาจากผู้ผลิตรายใหญ่จำนวน ๔ ราย ได้แก่ Tegel Food, Inghams Enterprises, PH Van den Brink และ Turk's Poultry ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศร้อยละ ๙๕ และเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ ๕ โดยมีประเทศใกล้เคียงเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ปาปัวนิวกินี และสาธารณรัฐฟีจี ในปี ๒๕๕๙ นิวซีแลนด์มีปริมาณการบริโภคเนื้อไก่ในประเทศเฉลี่ย ๓๙ กิโลกรัม/คน/ปี ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าปริมาณการผลิตเนื้อไก่จะเพิ่มสูงขึ้นเป็น ๒๒๐,๐๐๐ ตัน ภายในปี ๒๕๖๔

ในปี ๒๕๕๙ ปริมาณการผลิตเนื้อไก่รวมทั้งประเทศประมาณ ๒๑๔,๐๐๐ ตัน ขณะที่การผลิตไก่วงมีปริมาณเพียง ๑,๐๐๐ ถึง ๑,๕๐๐ ตัน ซึ่งมีผู้ผลิตไก่วงรายใหญ่ที่สำคัญ ๔ ราย ได้แก่ Tegel Food, Canter Valley, Turk's Poultry, Crozier's Turkey และผู้ผลิตเป็ดที่สำคัญมีเพียง ๑ รายเท่านั้น คือ บริษัท Canter Valley ปริมาณการบริโภคเนื้อไก่วงเฉลี่ยน้อยกว่า ๑ กิโลกรัม/คน/ปี และการบริโภคเนื้อเป็ดน้อยกว่า ๐.๕ กิโลกรัม/คน/ปี

๒.๒ มาตรการการนำเข้าผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก

ปัจจุบันนิวซีแลนด์อนุญาตนำเข้าเพียงผลิตภัณฑ์ไก่ปรุงสุกจากประเทศออสเตรเลียเท่านั้น และไม่พบการจัดทำ Import Health Standard สำหรับผลิตภัณฑ์ไก่ปรุงสุกจากประเทศอื่น อย่างไรก็ตามนิวซีแลนด์ได้จัดทำ Import Risk Analysis ฉบับร่างสำหรับการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะของผลิตภัณฑ์ไก่และเป็ดเพื่อการบริโภค^๑ขึ้นเมื่อปี ๒๕๕๖ ซึ่งกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ไก่ต้องผ่านการให้ความร้อนที่อุณหภูมิไม่ต่ำกว่า ๘๐ องศาเซลเซียส เป็นเวลาอย่างน้อย ๑,๓๖๔ นาที ซึ่งมาตรการดังกล่าวไม่สามารถปฏิบัติได้ในเชิงพาณิชย์

^๑ Import Risk Analysis : Chicken and duck meat for human consumption (Draft for public consultation) August 2013

ทำให้ความเป็นไปได้สำหรับประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ในการเปิดตลาดผลิตภัณฑ์ไก่ในประเทศนิวซีแลนด์ เป็นไปได้ยาก อย่างไรก็ตาม นิวซีแลนด์ได้อนุญาตนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่วงปรงสุกจากสหรัฐอเมริกาและ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากประเทศไทยแล้วเมื่อต้นปี ๒๕๖๐

๒.๓ การสำรวจตลาดและแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก

ผลิตภัณฑ์ไก่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุด พบการวางจำหน่ายทั่วไป ในประเทศ แต่จากการสำรวจตลาดพบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่วงและผลิตภัณฑ์แปรรูปเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งในนครโอ๊คแลนด์และกรุงเวลลิงตันพบเพียงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากบริษัท Canter Valley วางจำหน่าย ในซูเปอร์มาร์เก็ต Countdown แม้ว่าประเทศนิวซีแลนด์จะอนุญาตนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่วงจากสหรัฐอเมริกา แล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่พบผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายทั่วไปในเมืองที่สำรวจ สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไทยนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้นำเข้าได้รับทราบข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าเป็นครั้งแรกเมื่อเดือนมิถุนายน ๒๕๖๐ เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปบรรจุในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ (Bulk packaging) จำหน่ายให้กับกลุ่มธุรกิจ บริการอาหารเป็นช่องทางแรก แต่ผลการตอบรับยังไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่ม ดังกล่าวไม่คุ้นเคยกับกลิ่นเครื่องเทศของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ต้องมีการปรับลดกลิ่นเครื่องเทศเพื่อให้ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม สถานเอกอัครราชทูตไทยได้จัดโครงการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์อาหารไทยในประเทศนิวซีแลนด์ขึ้นในนครโอ๊คแลนด์และกรุงเวลลิงตันเมื่อเดือนสิงหาคม ๒๕๖๐ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่เข้าร่วมงานดังกล่าวมีความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไทยอย่างมากด้วย เช่นกัน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในประเทศนิวซีแลนด์จำนวน ๙ ราย พบว่าในแต่ละ ร้านมีปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์เนื้อแปรรูปประมาณ ๒๐ - ๖๐ กิโลกรัม/สัปดาห์ นอกจากนี้บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปใหญ่ของไทยได้วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แปรรูปรูปแบบอื่นๆ ในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกเพิ่มอีกภายในปี ๒๕๖๐

๓. การวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมสัตว์ปีกของไทย

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมสัตว์ปีกไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ปัจจัยภายใน	<p>ภาคเอกชน</p> <ul style="list-style-type: none"> อุตสาหกรรมสัตว์ปีกในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกรายสำคัญของโลก ผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกของประเทศไทยได้รับการยอมรับจากหลายประเทศว่ามีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผู้ผลิตมีประสบการณ์และเชี่ยวชาญในการผลิต รวมทั้งมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมการบริโภคของชาวเอเชีย 	<ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยพบการระบาดของโรค Infectious Bursal Virus Disease ที่ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ให้ความกังวล การเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาส่วนใหญ่เป็นการเฝ้าติดตาม ควบคุมโรค หรือป้องกันโรคที่เคยพบประวัติการระบาดในประเทศ หรือพบการระบาดในประเทศใกล้เคียงเท่านั้น ดังนั้น รายงานการเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาของโรคอุบัติใหม่น้อย ทำให้ไม่มีข้อมูลเพียงพอต่อการคัดค้านมาตรการนำเข้า มาตรฐานบางมาตรฐานถูกกำหนดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ปัจจัยภายใน	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ผลิตส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร เป็นเจ้าของฟาร์มพ่อแม่พันธุ์ โรงฟัก รวมทั้งธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ และโรงงานแปรรูป ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ และผลิตภัณฑ์สามารถสอยย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มา • ผู้ผลิตให้การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต จึงสามารถสร้างโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศได้ • ผู้ผลิตมีความสามารถและศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องตามข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้า • ผู้ผลิตมีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อป้องกันโรคระบาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ • ผู้ผลิตบางรายได้ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน • ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำกว่าในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ <p>ภาครัฐ</p> <ul style="list-style-type: none"> • มาตรการ ข้อกำหนด และหลักปฏิบัติในการผลิตของไทยมีมาตรฐานเทียบเท่ามาตรฐานระดับสากล • ภาครัฐให้การสนับสนุน พัฒนา และส่งเสริมการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน • ภาครัฐได้กำหนดนโยบายการป้องกันโรคไข้หวัดนกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประเทศไทยปลอดจากการระบาดของโรคไข้หวัดนกมาเป็นเวลากว่า ๙ ปี 	<ul style="list-style-type: none"> • แม้ว่าจะมีการกำหนดมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานรัฐบาล ตั้งแต่ในระดับฟาร์มจนถึงกระบวนการแปรรูป แต่มาตรฐานเหล่านั้นไม่ได้เป็นมาตรฐานบังคับ • งานวิจัยที่จัดทำขึ้นไม่ถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เนื่องจากไม่ตรงตามสภาพปัญหาที่ต้องการการแก้ไข รวมทั้งอาจไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน • การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการที่มีเงินทุนในการผลิตสูง • อุตสาหกรรมสัตว์ปีกไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์และอาหารสัตว์จากต่างประเทศ • อุตสาหกรรมการผลิตไก่วงยังคงต้องการการพัฒนาส่งเสริมมาตรฐานการผลิตตั้งแต่ระดับฟาร์ม

	โอกาส	อุปสรรค
ปัจจัยภายนอก	ผลิตภัณฑ์ไก่	
	<ul style="list-style-type: none"> • คณะทำงานด้านความปลอดภัยทางชีวภาพของประเทศออสเตรเลียได้ประกาศขอความคิดเห็นต่อการทบทวนบทความทางวิชาการของ Buckow et al (2017)^๒ เรื่อง เทคโนโลยีการแปรรูปไก่ด้วยระบบความดันสูง (High Pressure Processing: HPP) ซึ่งวิธีดังกล่าวอาจเป็นมาตรการในการลดความเสี่ยงของเชื้อก่อโรคให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการคุ้มครอง • HPP เป็นเทคโนโลยีที่มีการใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในหลายประเทศ โดยเทคโนโลยีดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อประเมิณคุณภาพทางประสาทสัมผัสอย่างมีนัยสำคัญ • ผลิตภัณฑ์ไก่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์มากกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่น • อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> • อุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปไก่ในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เติบโตอย่างต่อเนื่อง • ผู้ผลิตทั้งสองประเทศมีแนวโน้มเพิ่มปริมาณการผลิตและการส่งออก • รัฐบาลประเทศออสเตรเลียให้การสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมสัตว์ปีกในประเทศด้านการวิจัยและพัฒนา • ประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เป็นเขตประเทศปลอดโรคในสัตว์ปีกที่สำคัญ ทำให้ทั้งสองประเทศสามารถกำหนดมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชที่เข้มงวด • วิธีการแปรรูปแบบ HPP ใช้ต้นทุนในการผลิตสูงมาก • ประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์มีผลิตภัณฑ์ไก่หลากหลายรูปแบบวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก •
	ผลิตภัณฑ์ไก่วง	
	<ul style="list-style-type: none"> • ปริมาณความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่วงในประเทศมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้นจากกลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ • ผลิตภัณฑ์ไก่วงในประเทศยังมีจำหน่ายน้อย • รัฐบาลออสเตรเลียและนิวซีแลนด์พิจารณาการนำเข้าไก่วงปรุงสุกจากต่างประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมาตรการนำเข้าที่กำหนดขึ้นเป็นมาตรการที่ประเทศไทยสามารถปฏิบัติได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ผลิตไก่วงที่ใหญ่ที่สุดของโลกจึงเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย และมีความได้เปรียบประเทศไทยทั้งด้านต้นทุนและเทคโนโลยีการผลิต • ความต้องการผลิตภัณฑ์ไก่วงในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ยังอยู่ในระดับต่ำ
ผลิตภัณฑ์เป็ด		
<ul style="list-style-type: none"> • ผลิตภัณฑ์เป็ดที่วางจำหน่ายในประเทศมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เลือกน้อย จึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค • ปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์เป็ดในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์มีอยู่สูง 	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่สามารถคาดคะเนชนิดและจำนวนโรคที่อยู่ระหว่างการพิจารณาจัดทำ Import Risk Analysis และความเป็นไปได้ที่จะสามารถปฏิบัติตามมาตรการที่รัฐบาลออสเตรเลียกำหนดเพื่อลดความเสี่ยงในการนำเข้า 	

^๒ Buckow et al (2017). High pressure inactivation of selected avian viral pathogens in chicken meat homogenate (แหล่งข้อมูล <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956713516304200>)

ปัจจัยภายนอก	โอกาส	อุปสรรค
	ผลิตภัณฑ์เปิด	
	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ผลิตที่สำคัญในประเทศออสเตรเลียมีเพียง ๒ ราย และประเทศนิวซีแลนด์มีเพียง ๑ ราย ซึ่งไม่ผลิตผลิตภัณฑ์เปิดแปรรูป ผู้ผลิตท้องถิ่นบางรายสนับสนุนการนำเข้าผลิตภัณฑ์เปิดปรุงสุกของไทย ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยนิยมผลิตภัณฑ์เปิดอย่างจากประเทศไทย มากกว่าผลิตภัณฑ์เปิดอย่างจากร้านอาหารจีน ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยขึ้นชื่อรสชาติและมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากไทย 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์เปิดอย่างจากร้านอาหารจีนสามารถพบได้ทั่วไปในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้ประกอบการร้านอาหารในการเลือกซื้อเป็นวัตถุดิบ บริษัท Luv-a-Duck Proprietary Limited เป็นผู้ผลิตสำคัญของประเทศที่มีการจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศออสเตรเลีย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในประเทศ กระบวนการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าบางชนิดที่มีศักยภาพ ไม่สามารถผลิตให้สอดคล้องตามข้อกำหนดของ Import Health Standard ได้ เช่น เบ็ดรมควัน พาสตรามี (Pastrami) หรือผลิตภัณฑ์เนื้อเปิดชนิดอื่นๆ ที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากต้องใช้อุณหภูมิในการผลิตต่ำ
	ทั่วไป	
		<ul style="list-style-type: none"> ผู้บริโภคทั้งในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยประเทศของตน

๔. ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนา

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพในการเปิดตลาดผลิตภัณฑ์เปิดและสัตว์ปีกอื่นๆ ที่สำคัญในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกจากประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพเพียงพอสำหรับการส่งออก แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมสัตว์ปีกไทยยังคงต้องการการพัฒนาเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องที่เป็นอุปสรรค โดยอาศัยความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้การเปิดตลาดผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้เสนอแนะแนวทางสำหรับภาครัฐและเอกชนดังต่อไปนี้

๔.๑ ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล

๑) ให้การสนับสนุนด้านงานวิจัยหรือการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาดในสัตว์ปีก เนื่องจากอุปสรรคที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปิดตลาดทั้งในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์รวมทั้งประเทศอื่นๆ ทั่วโลกคือการที่ประเทศไทยเป็นเขตประเทศที่พบการระบาดของโรคในสัตว์ปีกที่สำคัญ ดังนั้นการศึกษาวินิจฉัยเพื่อหาแนวทางการป้องกันโรคหรือวิธีการยับยั้งโรคที่มีความน่าเชื่อถือจะช่วยให้ประเทศไทยมีข้อมูลเพียงพอต่อการเจรจาเพื่อป้องกันให้มีการกำหนดมาตรการที่เข้มงวดเกินความจำเป็น

๒) ดำเนินการเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาที่ครอบคลุมโรคที่สำคัญและมีความเสี่ยงต่อการระบาดในประชากรสัตว์ปีกของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันการเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาที่จัดทำทั่วไปเน้นเฉพาะโรคที่ระบุในพระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เท่านั้น ทำให้ประเทศไทยขาดข้อมูลด้านการเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาของโรคอุบัติใหม่ เช่น โรคเทมบูซี ที่พบการระบาดในประเทศไทยตั้งแต่ปี ๒๕๕๓ แต่ก็ยังไม่มีข้อมูลทางระบาดวิทยาเพียงพอ

๓) กำหนดมาตรฐานบังคับสำหรับการผลิตหรือการแปรรูปสัตว์ปีกที่เป็นมาตรฐานพื้นฐานตามหลักความปลอดภัยอาหาร ซึ่งได้แก่หลัก GMP และ HACCP สำหรับฟาร์มเลี้ยง โรงฆ่าสัตว์ และโรงงานแปรรูป รวมทั้งส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักความปลอดภัยทางชีวภาพในทุกฟาร์มเลี้ยงเพื่อลดโอกาสการเกิดโรคระบาดในประชากรสัตว์ปีกของประเทศ

๔) ปัจจุบันไก่วงเริ่มเป็นที่ต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน แต่การเลี้ยงไก่วงในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงนอกโรงเรือนของเกษตรกร ซึ่งยังขาดมาตรการการป้องกันโรคและการจัดการฟาร์มที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนามาตรฐานฟาร์มเลี้ยงไก่วงตั้งแต่ฟาร์มพ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มฟักไข่ รวมทั้งมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงไก่วง

๕) สนับสนุนด้านการวิจัยด้านเทคโนโลยีการพัฒนาพันธุ์สัตว์ และอาหารสัตว์ เพื่อลดการนำเข้าจากต่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

๖) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมสัตว์ปีกด้านอื่นๆ เช่น หลักการด้านสวัสดิภาพสัตว์ การใช้แรงงานควบคู่ไปกับหลักการด้านมาตรฐานการผลิต เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นในระดับนานาชาติ

๔.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน

๑) ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ หรือมาตรฐานที่ทางรัฐบาลกำหนดอย่างเคร่งครัด และคงไว้ซึ่งมาตรฐานการผลิตที่ดี

๒) ควรแจ้งขอข่ายผลิตภัณฑ์ที่ต้องการส่งออกกับทางรัฐบาลอย่างชัดเจน ก่อนการเสนอขอเปิดตลาดผลิตภัณฑ์ เพื่อหลีกเลี่ยงความล่าช้าในการพิจารณาความเสี่ยงสำหรับมาตรการนำเข้าของประเทศปลายทาง

๓) ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสู่ความยั่งยืน นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับการผลิตอาหารให้ได้มาตรฐานปลอดภัยเพียงอย่างเดียว

๔) ศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในประเทศที่ต้องการส่งออก เพื่อให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการและวัฒนธรรมการบริโภคของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ

๕) ศึกษากฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของประเทศปลายทาง รวมทั้งให้ความร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้มาตรการด้านภาษี

Executive Summary

Thailand's poultry industry has grown rapidly after recovery from avian influenza outbreak and declared free of the disease in 2008. Since then, poultry farming standards and disease control programs have been developed to ensure that Thai products remain free from diseases and possess high quality and safety. As a result, Thailand has been free from Avian Influenza for almost 9 years and becomes the fourth largest poultry exporter in the world. However, there are some obstacles for Thailand to access Australia and New Zealand's poultry markets.

The objective of this study was to determine market access opportunities for cooked duck meat and other poultry products from Thailand for Australia and New Zealand. The study gathered information relating to poultry products which included trade, the current market situation, market trends, Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS Measures) and concerned regulations. SWOT analysis was used to evaluate strengths, weaknesses, opportunities and threats of Thailand's poultry industry. Also, the appropriate strategies to access Australia and New Zealand poultry market were derived from the analysis. The results of this study are the following:

1. Australia's Poultry Industry Overview

1.1 Production and Exportation

There are three major poultry industries in Australia which are chicken meat, turkey meat and duck meat. The chicken meat is the largest industry compared with other Australian livestock productions. The study found that Australia's chicken meat industry has been growing continuously for the last 5 years. The total production was about 1.2 million tons in 2016. Approximately 70% of Australian chicken meat is supplied by two large integrated national companies which are Inghams Enterprise and Biada Poultry. Approximately 95% of total production is consumed domestically. Per capita consumption of chicken meat was 46.1 kg in 2016 and expected to reach 49.2 kg in 2020. In addition, the production and exportation have been projected to increase in response to the world consumption trend. The second largest poultry industry in Australia is Turkey which is valued at \$AUD 200 million. In 2016, the total consumption of turkey meat was 1 kg per capita while per capita consumption of duck meat was only 0.5 kg. The study found a strong demand for cooked duck meat products in Australia as a result of growing Asian population. Australian consumers are also versatile and becoming more familiar with Asian food since Asia is their common tourism destination. There are only 2 duck processing companies who dominate the

poultry market in Australia which are Pepe's Duck Limited and Luv-a-Duck Proprietary Limited. The production capacities of both companies totaled 180,000 ducks per week. One of the companies was interviewed during the study. The company expressed its strong support for Thai cooked duck meat products in Australia market. The company is interested in being a partnership with one of the Thai exporters in order to import and distribute the products in Australia. This is due to the fact that production cost in Australia is much higher in terms of raw materials, wages, equipment and technologies.

Around 5% of Australian chicken meat is exported. Countries in the Pacific islands such as Papua New Guinea, Solomon Islands, and Vanuatu are Australia's major export markets. Some of the products are exported to the Philippines and Hong Kong as well. The value of chicken meat exports from Australia rose to \$US 37.94 million in 2016.

Australian exports a few turkey meat products to Japan, South Africa, Samoa, Nauru and Hong Kong. The export value of turkey meat was \$US 3.5 million in 2016. Apart from that, Australia also exports a few duck meat products mainly frozen cuts and edible offal to Hong Kong and United States of America. The export value of duck products in 2016 was \$US 469,000.

1.2 Import conditions and SPS measures

Although Australia has permitted the importation of cooked chicken meat products from the United States of America, Thailand and Denmark since 2008, these imported chicken products from approved countries have not been found in Australia. The reason is that the SPS measures are impractical for commercial production. The products must be heated to a minimum core temperature of 80°C for at least 125 minutes. Thus, the chicken products from approved countries are not able to meet the specified temperature and time requirements of Australia's import conditions. Only chicken products from New Zealand can be imported to Australia with different import conditions. Australia could be seen as using SPS measures to protect its own agricultural sector.

Since early 2017, Department of Agriculture and Water Resources has been considering the stakeholders' comments on a draft review of cooked turkey meat from the United States. According to the Import Risk Analysis for such products, the minimum core temperature requirement is 76.6°C for a minimum of 30 minutes. The Department also announced a commencement of a review for market access for cooked duck meat from Thailand into Australia on 28th June 2017. The Australian government will probably take

at least 2 years to release the draft Import Risk Analysis for public comment. After that the final report will be recommended and then the importation may occur.

1.3 Australia's Poultry Market

The study found that the most popular poultry meat in Australia is chicken, followed by turkey meat and then ducks meat. The demand for turkey products was forecasted to increase among health conscious consumers, particularly aging population. Another finding is that there are a few varieties of duck meat products in Australia market. The duck meat products were mostly found in Asian community areas because Australian consumers are not accustomed to cooking with duck meat. So that fresh duck meat products are directly distributed to Chinese restaurants and other food services. According to the interview with 3 distributors and 6 Thai restaurant owners in Sydney, Melbourne, Canberra and Brisbane, they were all interested in cooked duck meat products from Thailand and desired to support Thai products. The Thai restaurant owners stated that 20 - 80 kilograms of roasted duck are used in the restaurant per week. There are approximately 3,000 Thai restaurants in Australia. The demand for roasted ducks could be estimated as 60 – 240 tons/week.

2. New Zealand's Poultry Industry Overview

2.1 Production and Exportation

Poultry industry in New Zealand is similar to Australia. Chicken meat production is the largest industry. The average annual growth rate of chicken meat industry from 2013 to 2016 is 7.5%. Almost 99% of New Zealand's chicken meat products is produced by four large companies which are Tegel Food, Inghams Enterprises, PH Van den Brink and Turk's Poultry. 95% of the chicken production is domestically consumed, whereas 5% is exported to neighboring countries such as Papua New Guinea and Republic of Fiji. The average chicken meat consumption in 2016 was 39 kg per capita. The production of New Zealand chicken meat products was forecasted to reach 220,000 tons in 2021.

In 2016, New Zealand produced 214,000 tons of chicken meat. At the same time, only 1,000 to 1,500 tons of Turkey meats were produced. Four largest turkey producers in New Zealand are Tegel Food, Canter Valley, Turk's Poultry and Crozier's Turkey. There is only one company, Canter valley, who dominates the duck market in New Zealand. The turkey consumption in the country is less than 1 kg per capita and the duck consumption is less than 0.5 kg per capita.

2.2 Import conditions and SPS measures

New Zealand has allowed the importation of cooked chicken meat products from Australia. For other countries, New Zealand has not commenced Import Health Analysis for chicken meat products yet, but the draft Import Risk Analysis¹ was issued in 2013. The analysis recommended that the chicken meat products must be heated to minimum core temperature of 80°C for at least 1,364 minutes. The recommendation is impractical for commercial production. Therefore, it is unlikely that Thailand and other countries will gain access the New Zealand's chicken meat market. However, cooked turkey meat products from USA and cooked duck meat products from Thailand have been recently allowed to import into New Zealand.

2.3 New Zealand's Poultry Market

Chicken meat products are the most popular in New Zealand as they were easily found in the market, whereas there were a few turkey and duck meat products from local producers. In Wellington and Auckland, only fresh duck meats from Canter Valley were sold in Countdown supermarket. Moreover, the market survey did not find any poultry products from United States of America. A New Zealand Importer interviewed that the first consignment of cooked duck meat products in bulk packaging from Thailand arrived in June 2017 was distributed to food services but sales volume did not meet their expectation. The product flavors may not be satisfactory to some consumers. To meet the customer preference, the products should contain less herbs and spices. However, Thai restaurant owners shown great interest in these products during the promotions of cooked duck meat from Thailand in Auckland and Wellington which were organized by Royal Thai embassy in August 2017. According to the interview with 9 Thai restaurant owners in New Zealand, 20 - 60 kilograms of duck meat are used in the restaurant per week. In addition, a large Thai producer, CPF (Thailand) Public Company Limited, will launch new cooked duck meat products in supermarkets by the end of 2017.

¹ Import Risk Analysis : Chicken and duck meat for human consumption (Draft for public consultation) August 2013

3. SWOT Analysis of Thailand's poultry industry

The results of the analyses are given in the table below.

	<u>Strengths</u>	<u>Weaknesses</u>
<u>Internal factors</u>	<p>Entrepreneur sector</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thailand's poultry industry has been growing continuously and has become one of the largest poultry exporters in the world. • Thai poultry products are internationally recognized as high quality and safe. • Thai producers possess vast experiences and good understanding of Asian culture and consumer preference. • Most of Thai producers are integrated companies. They own breeders, hatcheries, feed mills and processing plants. So that they can control and minimize production costs. Moreover, their products are traceable to sources of raw materials. • Thai producers are dedicated to research and development of new technologies and innovations. These can increase opportunities to export their products to overseas countries. • Thai producers have abilities to ensure that their product qualities are in compliance with the regulations of importing countries. 	<ul style="list-style-type: none"> • Infectious Bursal Disease has been found in Thailand. • Epidemiological surveillances are usually conducted to monitor the diseases that have been detected in country. Thailand does not have sufficient information and reported incidents of emerging diseases to oppose unjustified import conditions • There are various government agencies having jurisdiction and many regulations are enforced. • A number of good farming practices, managements and standards are available but not mandatory. • Researches conducted are not demand driven or not applicable for actual production nor market investment. • New advanced technologies and innovations are only affordable by larger business. • Thailand needs to import breeders and animal feeds from overseas. • Turkey industry in Thailand needs to be developed.

	<u>Strengths</u>	<u>Weaknesses</u>
<u>Internal factors</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Thai producers have abilities to develop the effective preventions and managements of poultry diseases. • Thai producers also place importance on social responsibility to sustainability. • Production costs in Thailand are much lower than in Australia and New Zealand <p>Government sector</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thai standards and regulations are equivalent to international standards. • The government encourages entrepreneurs to implement voluntary standard and strictly comply with concerned regulations. • The government successfully enforced laws and regulations of poultry diseases control. Thus, Thailand has been free from Avian Influenza for almost 9 years. 	
	<u>Opportunities</u>	<u>Threats</u>
<u>External factors</u>	Chicken Products	
	<ul style="list-style-type: none"> • Department of Agriculture and Water Resources has invited stakeholder to provide comments on High Pressure Processing of chicken meat² as an equivalent risk management measure to the requirements in Import Risk Analysis for chicken meat product. 	<ul style="list-style-type: none"> • Australia and New Zealand's chicken meat industries are growing. • Production and exportation are expected to increase in both countries. • Australia government supports their poultry industry in terms of funds, research and development.

² Buckow et al (2017). High pressure inactivation of selected avian viral pathogens in chicken meat homogenate (Source : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956713516304200>)

		<u>Opportunities</u>	<u>Threats</u>
<u>External factors</u>	Chicken Products (Continued)		
	<ul style="list-style-type: none"> • High pressure processing has been used in meat processing in some countries and does not adversely affect sensory properties of the products. • Chicken meat is the most popular meat in Australia and New Zealand. • Demand for ready-to-eat products is significantly increased in Australia and New Zealand. 	<ul style="list-style-type: none"> • Australia and New Zealand are free from many poultry diseases, and tend to regulate more restricted SPS measures. • High Pressure Processing technologies are expensive. • There are a wide variety of chicken meat products available in Australia and New Zealand Markets. 	
	Turkey Products		
<ul style="list-style-type: none"> • The demand for turkey meat is forecasted to increase from consumers who concern about health benefits. • There are very few turkey producers in Australia and New Zealand. • Australia and New Zealand have allowed the importation of cooked turkey meat from USA. Thailand is likely to meet the import conditions set force by these countries. 	<ul style="list-style-type: none"> • USA is the world's largest turkey producer and allowed to export its products into Australia and New Zealand. USA has advantages over Thailand in terms of production cost and technologies. • The demand for turkey meat in Australia and New Zealand is still very low. 		
Duck Products			
<ul style="list-style-type: none"> • Existing duck products available in the market are not diversified. There are opportunities to introduce new and innovative products to better suit consumer's lifestyle. • There is a strong demand for cooked duck meat products in Australia and New Zealand. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseases of critical concern and import conditions are still unknown pending the Australia's 2-year risk analysis time frame. The condition imposed may not be practical eventually. • There are many Chinese roasted duck suppliers in Australia and New Zealand. 		

	<u>Opportunities</u>	<u>Threats</u>
<u>External factors</u>	Duck Products (Continued)	
	<ul style="list-style-type: none"> • There are very few duck processing companies who dominate the poultry market in Australian and New Zealand. • A local duck processing company in Australia supports the importation of cooked duck meat products from Thailand. • Thai restaurant owners in New Zealand prefer Thai roasted duck to the Chinese one. • Thai restaurant owners trust in the quality of Thai products. 	<ul style="list-style-type: none"> • Luv-a-duck Proprietary Limited has been dominating cooked duck meat supplier in Australia. Luv-a-duck's products are easily found in Australia's market. • Some potential and high value products cannot be offered to New Zealand market due to impractical time and temperature requirements such as smoked duck breast, cooked duck breast in sauce, pastrami duck, etc.
	In general	
		<ul style="list-style-type: none"> • Australia and New Zealand's consumers prefer local products to imports.

4. Australia and New Zealand' Poultry Market Access Strategies

The results of SWOT analysis, as mentioned above, showed that Thailand has the potential and the opportunity to export its products to Australia and New Zealand but that there were obstacles and weaknesses that could be eliminated and improved upon by the cooperation between governments and entrepreneurs. The appropriate strategies are provided in the following:

4.1 Suggestions for Thai government

1. The government should support academic researches or scientific researches relating to concerned poultry diseases. The main obstacle for Thai poultry products to access Australia and New Zealand is that Thailand has experienced some outbreaks of major poultry diseases. Research studies on inactivation of some pathogens in poultry products do not available. Thus, Thailand is not likely to have sufficient scientific evidences to counteract unjustified SPS measures if enforced.

2. Surveillance should be conducted for the poultry diseases that will possibly affect Thai poultry population. In these day, only the diseases listed in Animal Epidemics ACT, B.E. 2558 (2015) have a surveillance report while the surveillance report of emerging diseases including Tembusu Virus is not available.

3. GMP and HACCP for poultry farming, abattoir and processing plant should be mandatory. Poultry producers should be convinced to implement biosecurity system or compartmentalization in their farming management.

4. The demand for turkey meat has slightly increased especially from neighboring countries. In Thailand, most turkeys are grown in backyard without proper disease control and farm management. The government should improve the turkey farming standards including breeding farms, hatcheries, and grow-out farms.

5. The government should support the research and development in genetic improvement and animal feed, in order to reduce the importation and production costs

6. The government should promote the implementation of animal welfare standards and labour practices to promote the image of poultry farming in Thailand.

4.2 Suggestions for Thai entrepreneurs

1. Entrepreneurs should strictly implement food safety standards and comply with concerned regulations to maintain high quality of the products.

2. Entrepreneurs should discuss with the government to confirm and finalize the scope of the product prior to launching market access request. This is to prevent unnecessary delay in negotiation and prolonged consideration.

3. Entrepreneurs should concern not only about the quality and safety of the product, but also the environmental issue, animal welfare and social responsibilities.

4. Entrepreneurs should study the market trend in importing countries and develop the products suitable for individual country's culture and preference.

5. Entrepreneurs should keep abreast with updated information on laws, regulations, standards and requirements of importing countries and work closely with the Thai government to prevent non-tariff trade barriers.