

กลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย Production and Marketing Strategies of Hen Egg Business in Thailand

จิตติมา กันตนามัลลกุล¹ และ อัจฉรา โพธิ์ดี¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจไข่ไก่ และพัฒนากลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไข่ไก่ โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิมารจากการสัมภาษณ์เจ้าของฟาร์มและการจัดสนทนากลุ่ม ข้อมูลทุติยภูมิจากการสืบค้นสารสนเทศทางวิชาการจากแหล่งต่างๆ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกประเภทข้อมูล การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการกำหนดกลยุทธ์โดยเทคนิค TOWS matrix

ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่สำคัญ อาทิ ที่ตั้งฟาร์มส่วนใหญ่อยู่ในเขตเกษตรเศรษฐกิจ ต้นทุนการผลิตสูง ปริมาณความต้องการบริโภคไข่ไก่ขยายตัวตามจำนวนประชากร และความผันผวนของราคาไข่ไก่ ตามลำดับ และกลยุทธ์การผลิตและการตลาดที่สำคัญ อาทิ การปรับปรุงระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน การจัดทำระบบเตือนภัย การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ให้ได้มาตรฐาน จัดตั้งกองทุนพัฒนาธุรกิจไข่ไก่ การปรับโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ และการณรงค์บริโภคไข่ไก่

คำสำคัญ : กลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด ธุรกิจไข่ไก่

Abstract

The objectives of this research were to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of egg business; and to develop production and marketing strategies for egg business. This was qualitative research. Primary and secondary data were collected. Primary data came from in-depth interviews and focus group discussions. Secondary data were from academic information from various sources. The data analysis was typological analysis, SWOT analysis, and TOWS matrix.

The results showed that SWOT analysis found that the important strength, weakness, opportunity and threat were farm location in an Agricultural Economics Zone, high cost of production, increasing of egg consumption according to population and fluctuation of egg prices, respectively. The recommended strategies for the egg business are: improvement of production following GAP standard, establishment of a warning system, research and development of egg products, establishment of a fund for developing the egg business, reengineering of the Egg Board structure and role, producer registration, and promotion of egg consumption.

Keywords: production strategies, marketing strategies, egg business

¹สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ถนนแจ้งวัฒนะ ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

คำนำ

ไข่ไก่เป็นผลผลิตจากสัตว์ปีกที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยมากกว่า 30,000 ล้านบาทต่อปี ปริมาณการผลิตไข่ไก่ของประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 10,580 ล้านฟอง ในปี 2552 เป็น 13,519 ล้านฟอง ในปี 2556 (สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้า และส่งออกไข่ไก่, 2557) อย่างไรก็ตาม ร้อยละ 95-99 ของปริมาณผลผลิตไข่ไก่ทั้งหมดมีไว้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และผลผลิตส่วนที่เหลือเพื่อการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ เหตุผลหลักของการส่งออกเพื่อการระบายผลผลิตส่วนเกินในประเทศ และเพื่อรักษาระดับราคาไข่ไก่ภายในประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557ก)

จากปริมาณการผลิตไข่ไก่ที่มากเกินไปทำให้เกิดปัญหาความผันผวนของราคาไข่ไก่ในระดับต่างๆ ของตลาด ซึ่งจากรายงานของกรมการค้าภายใน (2557ก และ 2557ข) พบว่า ในช่วง 10 ปี (2547-2556) ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่งไข่ไก่ และราคาขายปลีกไข่ไก่มีความเคลื่อนไหวอยู่ระหว่าง 1.70-3.03, 1.83-3.15 และ 2.17-3.44 บาทต่อฟอง ตามลำดับ นอกจากนี้ เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไข่ไก่อังต้องประสบกับปัญหาอื่นๆ เช่น การแข่งขันทางการค้าภายในประเทศ นโยบายทางการค้าระหว่างประเทศ ทักษะคนและความเชื่อเชิงลบต่อการบริโภคไข่ไก่ ภัยพิบัติ ภาวะโลกร้อน การอุบัติซ้ำและอุบัติใหม่ของโรคระบาด การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต และการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ เป็นต้น (มนิสา, 2556 และสถาบันสุวรรณวาทกสิกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, 2556) ซึ่งทุกปัญหาล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจไข่ไก่ของประเทศไทย แนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาในระยะยาว คือ การพัฒนากลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างเสถียรภาพของราคาไข่ไก่ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตไข่ไก่ เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ และพัฒนารูขี้อยู่ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิมาจากการสัมภาษณ์เจาะลึกและการจัดสนทนากลุ่ม จำนวนผู้ที่สัมภาษณ์เจาะลึกมี 4 ราย ได้แก่ ตัวแทนสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไข่ไก่ ตัวแทนสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ และผู้ประกอบการค้าไข่ไก่ ประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจไข่ไก่ ระบบการผลิต ระบบการตลาด และปัญหาธุรกิจไข่ไก่ ส่วนการจัดสนทนากลุ่มกับผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 10 ราย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ นักวิชาการ ตัวแทนบริษัท และเจ้าหน้าที่จากกรมปศุสัตว์ กรมการค้าภายใน และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจไข่ไก่ กลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไข่ไก่

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการจำแนกประเภทข้อมูล การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคตามกรอบ SWOT analysis และการกำหนดกลยุทธ์โดยเทคนิค TOWS matrix

ผลการทดลองและวิจารณ์

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย

จากข้อมูลปฐมภูมิซึ่งเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกและการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทุติยภูมิซึ่งรวบรวมจากเอกสาร วารสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจไข่ไก่ตามกรอบ SWOT analysis ดังนี้

1.1 จุดแข็ง (S) ของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย ได้แก่

S1 ที่ตั้งฟาร์มส่วนใหญ่อยู่ในเขตเกษตรเศรษฐกิจตามนโยบายของภาครัฐ โดยในปี 2556 สิบจังหวัดที่มีการเลี้ยงไก่ไข่มากที่สุด คือ ฉะเชิงเทรา นครนายก พระนครศรีอยุธยา นครปฐม เชียงใหม่ สุพรรณบุรี ขอนแก่น

กาญจนบุรี ปราจีนบุรี และนครสวรรค์ (กรมปศุสัตว์, 2557) สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้จังหวัดดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการเลี้ยงไก่ไข่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต พัฒนาคุณภาพและคุณค่าสินค้า (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2557 และกรมปศุสัตว์, 2558)

S2 การพัฒนาการเลี้ยงไก่ไข่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการและใช้เทคโนโลยีการผลิตทันสมัย ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตไข่ไก่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน (คณะอนุกรรมการเตรียมความพร้อมภาคการเกษตรสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)

S3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ไก่เพื่อเพิ่มมูลค่า โรงงานอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปขยายตัวเพื่อรองรับผลผลิตไข่ไก่โดยแปรรูปไข่ไก่ให้มีลักษณะต่างๆ (อรรถัย, 2556) ตามความต้องการของผู้บริโภค (ยูเรศ, 2556) และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไข่ไก่

1.2 จุดอ่อน (W) ของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย ได้แก่

W1 ต้นทุนการผลิตสูง จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557ข) พบว่า ต้นทุนการผลิตไข่ไก่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นระหว่างปี 2547-2556 ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร ต้นทุนดังกล่าวมักแปรเปลี่ยนตามต้นทุนผันแปร โดยเฉพาะค่าอาหารสัตว์ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555) เนื่องจากราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามทิศทางของราคาพลังงานโลก

W2 ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้ไม่อิงตามต้นทุนการผลิต ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้จำแนกได้ 2 กรณี กรณีเกษตรกรรายอิสระอ้างอิงตามราคาประกาศของสหกรณ์ในท้องที่ และสมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้ส่งออกไข่ไก่ ซึ่งพิจารณาตามปริมาณไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาดและปริมาณความต้องการของผู้บริโภค เมื่อใดที่ปริมาณไข่ไก่ออกสู่ตลาดมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค ราคาไข่ไก่อ่มตกต่ำลงจนบางครั้งเกษตรกรประสบภาวะขาดทุน ส่วนเกษตรกรแบบมีพันธะสัญญาจะได้รับราคาตามข้อตกลง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

W3 การรวมกลุ่มของฟาร์มไข่แบบอิสระค่อนข้างน้อย การรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ดำเนินกิจการฟาร์มแบบอิสระในรูปสหกรณ์ค่อนข้างน้อย (สถาบันสุวรรณจากกลกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, 2556) ซึ่งข้อดีของการรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ คือ การให้ความช่วยเหลือด้านการผลิตและการตลาดต่อเกษตรกร โดยเฉพาะช่วงไข่ไก่ล้นตลาด

W4 ฟาร์มไข่แบบอิสระลดจำนวนลง การทำฟาร์มไข่แบบอิสระมีแนวโน้มลดลงระหว่างปี 2553-2556 เนื่องจากตลาดมีการแข่งขันสูง ราคาไข่ไก่ขึ้น-ลงอย่างรวดเร็ว เกษตรกรรายใดไม่มีตลาดรองรับผลผลิตไข่ไก่ที่แน่นอนย่อมเสี่ยงต่อการขาดทุน โดยเฉพาะฟาร์มขนาดเล็กและขนาดกลางต้องแบกรับภาระต้นทุนสูง ประสบภาวะขาดทุนและเลิกกิจการหรือเข้าสู่ระบบฟาร์มที่มีพันธะสัญญาแทน (สถาบันสุวรรณจากกลกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, 2556) ซึ่งภายใต้ข้อตกลงระหว่างเกษตรกรกับบริษัท ระบุให้บริษัทเป็นผู้จัดหาพันธุ์สัตว์ วัตถุดิบอาหารสัตว์ ยาและเวชภัณฑ์ให้กับเกษตรกร (สุภาพร และคณะ, 2551) ทำให้เกษตรกรขาดความเป็นอิสระในการเลือกซื้อปัจจัยการผลิต นอกจากนี้ ฟาร์มขนาดใหญ่และฟาร์มในเครือบริษัทเพิ่มปริมาณการผลิตไข่ไก่ ด้วยข้อได้เปรียบหลายประการเมื่อเทียบกับฟาร์มขนาดเล็ก

W5 เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่สามารถจำหน่ายไข่ไก่ให้ผู้บริโภคโดยตรง เกษตรกรรายย่อยที่ดำเนินกิจการฟาร์มแบบอิสระจำหน่ายไข่ไก่ให้กับพ่อค้าเพื่อความสะดวกในการจัดการ ขณะที่เกษตรกรที่ดำเนินกิจการฟาร์มแบบมีพันธะสัญญาต้องจำหน่ายไข่ไก่ให้กับบริษัทคู่สัญญา (สุภาพร และคณะ, 2551 และยูเรศ, 2556) ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายให้กับพ่อค้าหรือบริษัทคู่สัญญาย่อมต่ำกว่าราคาไข่ไก่ที่ผู้บริโภคซื้อ (ราคาขายปลีกไข่ไก่) ผู้ได้รับประโยชน์จากส่วนต่างระหว่างราคาทั้งสองระดับหรือส่วนเหลือจากการตลาดก็คือ พ่อค้าหรือบริษัท นอกจากนี้ การจำหน่ายไข่ไก่ตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าสมัยใหม่พบเฉพาะผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจครบวงจร ด้วยเงื่อนไขค่าใช้จ่ายด้านบรรจุภัณฑ์และการติดฉลาก ค่าใช้จ่ายแรกเข้าของสินค้า และการขอเครดิตชำระเงินระยะยาว (สถาบันสุวรรณจากกลกิจ

เพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, 2556)

W6 การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ฟาร์มไก่ไข่จำนวนมากมักประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะ เนื่องจากผู้ใช้แรงงานในฟาร์มต้องมีประสบการณ์ ชยัน อดทน และไม่มีวันหยุด ทำให้ผู้ให้แรงงานโดยเฉพาะคนไทยไม่นิยมทำงานฟาร์ม ขณะเดียวกันบุตรหลานหรือทายาทของเกษตรกรมีแนวคิดที่จะประกอบอาชีพอื่นมากกว่าการสืบทอดกิจการ

W7 การสูญเสียและการเปลี่ยนแปลงคุณภาพไข่ไก่จากฟาร์มถึงแหล่งจำหน่าย ไข่ไก่จากฟาร์มก่อนถึงมือผู้บริโภคต้องผ่านการจัดการในหลายขั้นตอนและต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว เพื่อลดการสูญเสีย การปนเปื้อน และรักษาคุณภาพไข่ไก่ อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติมักใช้แรงงานคน และดำเนินการโดยขาดความระมัดระวัง ส่งผลต่อการสูญเสียไข่ นอกจากนี้ ไข่ไก่เป็นอาหารที่เสี่ยงต่อการปนเปื้อนจุลินทรีย์ และเปลี่ยนแปลงคุณภาพอย่างรวดเร็วจากการวิจัยของ อิศริ (2555) พบว่า ไข่ไก่จากฟาร์ม ศูนย์รวบรวมไข่ ศูนย์กระจายสินค้า และแหล่งจำหน่ายมีคุณภาพลดลงตามลำดับ ส่วนการปนเปื้อนเชื้อซัลโมเนลลา (*Salmonella* spp.) และ อี โคไล (*E. coli*) บนเปลือกไข่และภายในฟองไข่พบตลอดเส้นทางการผลิตตั้งแต่ฟาร์มถึงแหล่งจำหน่าย จึงจำเป็นต้องมีการจัดการด้านความปลอดภัยและควบคุมการผลิตไข่ไก่ เพื่อให้ได้ไข่ไก่ที่มีคุณภาพและมีความเหมาะสมต่อผู้บริโภค

1.3 โอกาส (O) ของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย ได้แก่

O1 ปริมาณความต้องการบริโภคไข่ไก่ขยายตัวตามจำนวนประชากร การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในประเทศไทยและประชากรโลก ย่อมส่งผลดีต่อการเพิ่มปริมาณความต้องการบริโภคไข่ไก่

O2 การจัดทำฐานข้อมูลการนำเข้าฟอส-แมพันธุ์กรรมปศุสัตว์จัดทำฐานข้อมูลปริมาณการนำเข้าฟอส-แมพันธุ์รายเดือน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการคาดการณ์ปริมาณการเลี้ยงแม่ไก่ไข่และผลผลิตไข่ไก่ในอนาคต

O3 กำลังซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคแม้ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว เนื่องจากไข่ไก่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับเนื้อสัตว์ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว เกิดภาวะเงินฝืด อำนาจการซื้อของผู้บริโภคลดลง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคก็ยังคงเลือกซื้อไข่ไก่เพื่อนำไปปรุงเป็นอาหารรับประทาน เนื่องจากไข่ไก่เป็นแหล่งอาหารโปรตีนราคาถูกเมื่อเทียบกับเนื้อสัตว์ และมีวิธีการปรุงให้สุกที่ไม่ยุ่งยาก

1.4 อุปสรรค (T) ของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย ได้แก่

T1 ความผันผวนของราคาไข่ไก่ ราคาไข่ไก่เคลื่อนไหวตามแนวโน้ม ฤดูกาล วัฏจักร และเหตุการณ์ผิดปกติ (นิภาพร, 2539; สรรพชูดา, 2548 และสถาบันสุวรรณจากกลกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, 2556) ความผันผวนของราคาไข่ไก่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เกษตรกรจำนวนไม่น้อยประสบกับภาวะขาดทุนสะสมจนไม่สามารถดำเนินกิจการฟาร์มและเลิกกิจการไปในที่สุด หรือจำเป็นต้องเข้าร่วมโครงการการเลี้ยงไก่ไข่แบบมีพันธะสัญญากับบริษัท (มนิสรา, 2556 และสถาบันสุวรรณจากกลกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, 2556)

T2 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน การเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศไทยต้องนำเข้าพันธุ์ไก่จากต่างประเทศ คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์เป็นผู้กำหนดโควตาและจัดสรรให้กับบริษัทผู้นำเข้าไม่กี่ราย เข้าช่วยการผูกขาดโดยผู้นำเข้าพันธุ์ไก่ และเกิดความไม่เป็นธรรมต่อเกษตรกรรายย่อย (กิตติพัฒน์, 2553 และกฤติกร, 2555) ขณะที่ประเทศอื่นในสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย และเอเชีย พบว่า การจัดตั้งองค์การที่เกี่ยวข้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการด้านการผลิตและการตลาด (สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่, 2550)

T3 โครงสร้างคณะกรรมการที่ปรึกษาของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะสม องค์ประกอบของคณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งมาจากภาคเอกชนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำหน้าที่ โดยเป็นผู้ขอโควตานำเข้าพันธุ์ไก่ เข้าช่วยการผูกขาดโดยผู้นำเข้าพันธุ์ไก่ และเกิดความไม่เป็นธรรมต่อเกษตรกรรายย่อย (กิตติพัฒน์,

2553 และกฤติกร, 2555)

T4 รัฐบาลไม่มีข้อกำหนดการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ กฎและระเบียบที่บังคับใช้ในปัจจุบันไม่มีบทบัญญัติกำหนดให้ผู้ประกอบการนำเข้าพันธุ์ไก่ไข่และเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ และรายงานปริมาณการเลี้ยงไก่พันธุ์และไก่ไข่แก่หน่วยงานภาครัฐ มีเพียงแต่ข้อกำหนดให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรคระบาดสัตว์และกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมิได้กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องดำเนินการรายงานข้อมูลไก่ไข่หลังจากที่ได้รับใบอนุญาตแล้ว ทำให้ไม่ทราบจำนวนไก่ไข่ที่เลี้ยงในประเทศอย่างแท้จริง ส่งผลให้การกำหนดราคา หรือปริมาณจำหน่ายไข่ไก่ถูกบิดเบือนจากกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่หรือกลุ่มพ่อค้าคนกลาง (กิตติพัฒน์, 2553)

T5 ระบบการค้าพันธุ์ไก่ไข่ไม่ชัดเจน การนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่จากต่างประเทศระหว่างปี 2549-2553 เป็นการจัดสรรโควตาโดยคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ภายใต้เงื่อนไข 8 ข้อ ซึ่งเป็นเพียงข้อตกลงของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ จึงไม่มีบทบังคับหรือแนวทางที่ชัดเจนให้แก่เกษตรกรอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม แม้วันที่ 13 กรกฎาคม 2553 คณะรัฐมนตรีมีมติให้มีการนำเข้าพันธุ์ไก่จากต่างประเทศโดยเสรี เพื่อเปิดโอกาสให้เกษตรกรทุกรายมีสิทธิในการนำเข้าอย่างเท่าเทียมกัน เกิดการกระจายพันธุ์สัตว์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยเกษตรกรต้องยื่นคำร้องเพื่อขออนุญาตต่อกรมปศุสัตว์เพื่อตรวจสอบสัตว์ที่นำเข้า และต้องมีเอกสารยืนยันจากประเทศต้นทางที่นำเข้า อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาขอมส่งผลกระทบต่อนักเกษตรกร เนื่องจากปริมาณและเงื่อนไขการนำเข้าพันธุ์ไก่เป็นเพียงข้อตกลงของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ดังเช่นที่ผ่านมา (กิตติพัฒน์, 2553)

T6 พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ที่ว่าด้วยการป้องกันการตกลงร่วมกันของธุรกิจมีข้อบกพร่อง พระราชบัญญัตินี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2542 และได้ออกประกาศเกณฑ์ผู้มีอำนาจเหนือตลาดในปี 2550 แต่ไม่สามารถนำมาปรับใช้ในทางปฏิบัติ ทั้งที่พฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาดและการกีดกันการแข่งขันของคู่แข่งรายอื่นในธุรกิจไข่ไก่ยังคงมีอยู่ เช่น การบังคับขายฟองลูกไก่พันธุ์พร้อมอาหารสัตว์แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ อีกทั้งพฤติกรรมการตกลงร่วมกันของผู้นำเข้าพันธุ์ไก่จากต่างประเทศผ่านการจัดสรรโควตาโดยคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก (1) ธุรกิจที่เข้าข่ายมีอำนาจเหนือตลาดต้องมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 75 และยอดขายสินค้ามากกว่า 1,000 ล้านบาท ซึ่งไม่มีผู้นำเข้าพันธุ์ไก่รายใดมีโควตานำเข้าและมูลค่ามากกว่าที่กำหนด และ (2) พระราชบัญญัตินี้มุ่งกำกับพฤติกรรมของผู้ประกอบการเป็นหลัก โดยพฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาดมิได้อยู่ในตลาดไข่ไก่แต่เป็นตลาดลูกไก่ ซึ่งอยู่นอกตลาด (กฤติกร, 2555)

T7 อัตราการบริโภคไข่ไก่ของคนไทยอยู่ในระดับต่ำ ปริมาณการบริโภคไข่ไก่ของคนไทยอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเชื่อว่าการบริโภคไข่ไก่ในปริมาณมากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ฐานการบริโภคไข่ไก่อยู่ที่เด็กนักเรียนและเยาวชนในวัยศึกษา โดยปริมาณการบริโภคผันแปรตามช่วงเปิด-ปิดภาคการศึกษา (มินสา, 2556) ทำให้ไข่ไก่ล้นตลาดและราคาไข่ไก่ตกต่ำ

T8 ปัจจัยการผลิตต้องนำเข้าจากต่างประเทศและราคาแพง ประเทศไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าปัจจัยการผลิตหลายชนิดจากต่างประเทศ โดยเฉพาะพันธุ์สัตว์ภายใต้การดำเนินการของผู้ประกอบการในรูปบริษัท ซึ่งแต่ละปีประเทศไทยสูญเสียเงินตราจำนวนมาก (มินสา, 2556) นอกจากนี้ ราคาปัจจัยการผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง

T9 ไข่ไก่เป็นสินค้าควบคุมตามประกาศของรัฐบาล จากมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 มกราคม 2554 เห็นชอบการกำหนดไข่ไก่เป็นสินค้าควบคุมในปี 2554 ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2554) สร้างความไม่เป็นธรรมต่อเกษตรกร

T10 ภัยธรรมชาติ ภาวะโลกร้อน และโรคระบาด เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการผลิตและการตลาดไข่ไก่ เนื่องจากเกิดภาวะขาดแคลนวัตถุดิบอาหารสัตว์ แม้มີสุขภาพฟาร์มที่ดี และประสิทธิภาพการผลิตลดลง การขนส่งไข่

ไถ่จากฟาร์มผู้ตลาดยุ่งยาก ไช่ไถ่มีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน เกษตรกรต้องปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการฟาร์มและเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดูแลสัตว์ และผู้บริโภคมีความกังวลในความปลอดภัยของไช่ไถ่

T11 ค่าจ้างแรงงานสูง จากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2554 เห็นชอบประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่อง อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 7) เป็นวันละ 300 บาท โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2556 ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ต้องแบกรับต้นทุนเพิ่มขึ้น เกษตรกรหลายรายแก้ปัญหาด้วยการว่าจ้างแรงงานต่างด้าวซึ่งมีค่าแรงที่ถูกลงกว่า แต่ก็พบกับปัญหาการสื่อสารและกฎหมายว่าจ้างแรงงานต่างด้าว นอกจากนี้ เกษตรกรบางรายปรับเปลี่ยนระบบการผลิตโดยใช้เครื่องจักรอุปกรณ์อัตโนมัติทดแทนแรงงานคน ซึ่งต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก

T12 นโยบายการค้าระหว่างประเทศ ผู้ส่งออกของประเทศไทยส่งออกไช่ไถ่ในราคาต่ำกว่าทุน เพื่อให้สามารถแข่งขันประเทศอื่นได้ นอกจากนี้ ประเทศผู้นำเข้าไช่ไถ่หลายประเทศเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องสุขอนามัย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว วางมาตรการกีดกันทางการค้าเพื่อปกป้องอาชีพการเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศ ทำให้การแข่งขันในตลาดส่งออกค่อนข้างรุนแรง จึงเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดส่งออกไช่ไถ่ของประเทศไทย (มนิสสา, 2556)

T13 ผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2558 ส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน สามารถเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ ปัจจัยการผลิต การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีภายในอาเซียน รวมถึง ASEAN+3 (การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น และ เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่าง ASEAN+3 กับประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย) ซึ่งประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม AEC ต่างเพิ่มปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่เพื่อการบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออกโดยกลุ่มทุนจากประเทศอื่น เนื่องจากค่าแรงงานและต้นทุนการผลิตต่ำกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ อาจมีการนำเข้าไช่ไถ่ราคาถูกจากประเทศอื่น เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน (ผ่านสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) เข้ามาทุ่มตลาดในประเทศไทย ทำให้ราคาไช่ไถ่ในประเทศถูกลง (มนิสสา, 2556)

T14 รัฐบาลไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการตรวจสอบและออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับไช่ไถ่ การกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับไช่ไถ่เป็นเพียงมาตรฐานทั่วไป ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 ซึ่งมิได้มีการบังคับให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตาม ในการขอรับการตรวจสอบและขอใบรับรองตามมาตรฐานทั่วไปจากผู้ประกอบการตรวจสอบมาตรฐาน ตามบทบัญญัติมาตรา 31 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 หากแต่ขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ผลิตเป็นสำคัญ จึงมิได้มีจุดมุ่งหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ควรจะเป็น ซึ่งไช่ไถ่ที่จำหน่ายตามท้องตลาดมีทั้งไช่ไถ่ที่เป็นไปตามมาตรฐานทั่วไปและไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบว่าไช่ไถ่ที่มีคุณภาพอย่างไร มาจากแหล่งผลิตใด (กิตติพัฒน์, 2553)

2. กลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไช่ไถ่ในประเทศไทย

2.1 กลยุทธ์การผลิตของธุรกิจไช่ไถ่ในประเทศไทย ดังนี้

1) กลยุทธ์ S O ได้แก่ การปรับปรุงระบบการผลิตให้ได้มาตรฐานและกรมปศุสัตว์ให้การสนับสนุน (S1 S2 O1) โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ควรปรับปรุงฟาร์มให้ได้มาตรฐานภายใต้การสนับสนุนของกรมปศุสัตว์ เช่น ลดขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินการขึ้นทะเบียนมาตรฐานฟาร์ม บวกราคาไช่ไถ่ที่เกษตรกรขายได้ร้อยละ 5 ต่อฟอง และจัดลำดับกลุ่มผู้ควรได้รับความช่วยเหลือเมื่อเกิดวิกฤต

2) กลยุทธ์ W O ได้แก่ การจัดทำระบบเตือนภัยให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ (W2 W4 O2) เนื่องจากกรมปศุสัตว์จัดทำฐานข้อมูลปริมาณการนำเข้าฟอง-แม่พันธุ์รายเดือน ฐานข้อมูลดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการแจ้งเตือนเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ช่วยให้เกษตรกรคาดการณ์ปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่และผลผลิตไช่ไถ่ เพิ่มความระมัดระวังในการวางแผนการผลิต และปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์

3) กลยุทธ์ S T ได้แก่ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ให้ได้มาตรฐาน (S3 T12 T13) โดยโรงงานแปรรูปควรพัฒนากระบวนการให้ได้มาตรฐาน และสถาบันการศึกษาทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ไก่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ อีกทั้งป้องกันปัญหาการลักลอบนำเข้าไข่ไก่จากประเทศเพื่อนบ้านเข้าสู่ประเทศไทย

4) กลยุทธ์ WT ได้แก่

(1) การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลต้นทุนการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่โดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (W1 W2 T8 T11) เพื่อติดตามราคาปัจจัยการผลิตและค่าแรงงาน กำหนดโครงสร้างต้นทุนการผลิตให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และให้ข้อเสนอแนะเกษตรกรในการลดต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

(2) การรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรเพื่อจัดหาปัจจัยการผลิต (W1 W3 T5 T6 T8) เกษตรกรที่ดำเนินกิจการฟาร์มแบบอิสระควรกลุ่มหรือสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในการจัดหาปัจจัยการผลิตตามปริมาณที่เพียงพอและราคาที่เป็นธรรม ภายใต้การสนับสนุนของกรมส่งเสริมสหกรณ์ เช่น จัดอบรมให้ความรู้หลักการสหกรณ์ ปลูกจิตสำนึกการมีส่วนร่วม สร้างระบบสหกรณ์ให้เข้มแข็ง ติดตามและให้ข้อเสนอแนะเมื่อมีปัญหา

(3) การปรับแผนการผลิตของเกษตรกรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ (W2 T1 T9) เช่น ช่วงที่ไข่ไก่ล้นตลาด ราคาไข่ไก่ตกต่ำ หรือราคาไข่ไก่ผันผวน โดยปรับลดปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ ปลดแม่ไก่เร็วขึ้นและให้ผลผลิตต่ำ

(4) การจัดตั้งกองทุนพัฒนาธุรกิจไข่ไก่เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เมื่อเกิดปัญหา (W2 W3 T1 T10) กรมปศุสัตว์และคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ควรผลักดันการจัดตั้งกองทุนพัฒนาธุรกิจไข่ไก่ และแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุน เพื่อให้มีอำนาจหน้าที่ร่างระเบียบว่าด้วยหลักเกณฑ์การเรียกเก็บการเก็บรักษา การใช้จ่ายเงินกองทุน และบริหารเงินกองทุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ แหล่งที่มาของกองทุนเป็นการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้นำเข้าพันธุ์ไก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ และผู้ประกอบการค้าไข่ไก่ เงินช่วยเหลือจากรัฐบาล และเงินบริจาคหรือเงินช่วยเหลืออื่นๆ ส่วนมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร เช่น ให้เงินชดเชยที่เรียกเก็บจากค่าธรรมเนียมแก่เกษตรกรเมื่อปลดแม่ไก่ไข่

(5) การปรับโครงสร้างและอำนาจหน้าที่คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ (W3 T2 T3 T5) โดยองค์ประกอบของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์มาจากสามภาคส่วน ที่มาของผู้แทนจากภาคเอกชนควรเป็นผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการนำเข้าพันธุ์ไก่ และควรยกเลิกคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อป้องกันอำนาจหน้าที่ซ้ำซ้อนกับคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ ส่วนอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ควรมุ่งส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจไข่ไก่เช่นเดียวกับประเทศอื่นในสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย และเอเชีย ซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งองค์การเพื่อการจัดการด้านการผลิตและการตลาดไข่ไก่

(6) การปรับแก้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ที่ว่าด้วยการป้องกันการตกลงร่วมกัน (W3 W4 T6) กระทรวงพาณิชย์ควรปรับแก้พระราชบัญญัตินี้เกี่ยวกับประกาศว่าด้วยหลักเกณฑ์ผู้มีอำนาจเหนือตลาด โดยลดสัดส่วนส่วนแบ่งตลาดที่กำหนดไว้ร้อยละ 50 สำหรับผู้ประกอบการรายเดียว และร้อยละ 75 สำหรับผู้ประกอบการสามรายแรก ให้มีสัดส่วนลดน้อยลง รวมทั้งปรับลดเกณฑ์ยอดขายของผู้มีอำนาจเหนือตลาดที่กำหนดไว้ 1,000 ล้านบาท

(7) การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลข้อตกลงระหว่างผู้เลี้ยงไก่ไข่กับบริษัทผู้สัญญา (W4 T6) กระทรวงพาณิชย์ควรจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลข้อตกลงระหว่างผู้เลี้ยงไก่ไข่กับบริษัทผู้สัญญา เพื่อมิให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบ

(8) การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (W4 T4 T5 T6) โดยกรมปศุสัตว์ควรกำหนดให้ผู้นำเข้าพันธุ์ไก่ไข่ และเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง ผู้นำเข้าพันธุ์ไก่ไข่ต้องนำเสนอแผนการผลิตและการตลาดในการ

ขออนุญาตนำเข้าพันธุ์ไก่ ในลักษณะรายงานแสดงปริมาณการนำเข้าพันธุ์ไก่ ปริมาณการผลิตลูกไก่ ปริมาณการจำหน่ายลูกไก่หรือไก่สาวทุก 6 เดือน ส่วนเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ต้องรายงานปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ทุก 6 เดือน

(9) การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (W6 T11) กระทรวงแรงงานควรให้ความช่วยเหลือเกษตรกรโดยจัดอบรมพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

(10) การวิจัยและพัฒนาระบบการจัดการไข่ไก่จากฟาร์มถึงแหล่งจำหน่าย (W7 T14) สถาบันการศึกษาคควรวิจัยและพัฒนาระบบการจัดการไข่ไก่จากฟาร์มถึงแหล่งจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตไข่ไก่คุณภาพดีและปลอดภัยต่อผู้บริโภค กระทรวงเกษตรและสหกรณ์และกระทรวงสาธารณสุขควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่พ่อค้าและผู้จัดจำหน่ายในการจัดการไข่ไก่ให้มีคุณภาพดีและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2.2 กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย ดังนี้

1) กลยุทธ์ ST ได้แก่

(1) การพัฒนาระบบการตลาดให้เข้มแข็งเพื่อรองรับทุกขั้นตอนการผลิตไข่ไก่ (S2 S3 T1) โดยกระทรวงพาณิชย์ควรพัฒนาระบบการตลาดให้เข้มแข็งเพื่อรองรับทุกขั้นตอนการผลิตไข่ไก่ เช่น เชื่อมโยงตลาดรองรับผลผลิตไข่ไก่ระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และภูมิภาค จัดหาห้องเย็นสำหรับเก็บรักษาคุณภาพไข่ไก่ในสภาวะไข่ไก่ราคาตกต่ำและไว้รอจำหน่ายเมื่อสภาวะราคาไข่ไก่ดีขึ้น จัดหาโรงฆ่าและตลาดรองรับแม่ไก่ปลด เพื่อกระตุ้นการปลดแม่ไก่เร็วขึ้นเมื่อเกิดภาวะไข่ไก่ล้นตลาดและราคาไข่ไก่ตกต่ำ สนับสนุนการสร้างแบรนด์ไข่ไก่และผลิตภัณฑ์คุณภาพดีของผู้ประกอบการค้าไข่ไก่แต่ละราย เพื่อให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพมากกว่าราคา กำหนดราคาไข่ไก่ให้ยืดหยุ่นตามฤดูกาลหรือเทศกาลเพื่อกระตุ้นการบริโภคไข่ไก่

(2) การจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อตรวจสอบรับรองคุณภาพไข่ไก่ และตรวจสอบย้อนกลับ (S2 S3 T14) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติควรจัดตั้งหน่วยงานกลางในการตรวจสอบรับรองคุณภาพพร้อมกับแสดงเครื่องหมายและฉลากบนเปลือกไข่ เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งข้อความบนฉลากยังเป็นประโยชน์ต่อการตรวจสอบย้อนกลับ

(3) การรณรงค์และประชาสัมพันธ์การบริโภคไข่ไก่ (S2 S3 T1 T7) ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไข่ไก่ควรร่วมกันรณรงค์และประชาสัมพันธ์การบริโภคไข่ไก่อย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทย โดยผู้ผลิตปัจจัยการผลิต ผู้นำเข้าปัจจัยการผลิต เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พันธุ์ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ โรงงานแปรรูป และผู้ประกอบการค้าไข่ไก่ ควรส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ของลูกหลานและคนรอบข้าง ขณะที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ และคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ ควรร่วมกันจัดตั้งคณะทำงานรณรงค์บริโภคไข่ไก่ โดยมีบทบาทหน้าที่นำเสนอแผนงานและโครงการต่างๆ เพื่อกระตุ้นการบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทย เช่น โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์บริโภคไข่ไก่ ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ (เอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์) คลิปวิดีโอ สไลด์เล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์และโฮมเพจของหน่วยงานต่างๆ) วัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคไข่ไก่ เล็งเห็นคุณประโยชน์ของไข่ไก่ และบริโภคไข่ไก่เป็นประจำทุกวัน โครงการจัดเสวนาและงานเทศกาลรณรงค์บริโภคไข่ไก่ ภายในงานควรจัดกิจกรรมให้ความรู้คุณประโยชน์ของไข่ไก่ วิธีการบริโภคไข่ไก่ที่ถูกต้อง และเมนูอาหารไข่ไก่เพื่อสุขภาพ โครงการไข่ไก่โรงเรียน โดยผู้ปกครองได้รับการจัดสรรไข่ไก่จากโรงเรียนสัปดาห์ละ 7 ฟอง เพื่อนำไปปรุงอาหารให้นักเรียนระดับประถมศึกษา-มัธยมศึกษา โครงการไข่ไก่เพื่ออาหารกลางวันของเด็กนักเรียนตามชนบท โดยประกอบอาหารจากไข่ไก่ให้นักเรียนรับประทานทุกวันในช่วงเปิดภาคเรียน

(4) การส่งเสริมการส่งออกไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ (S2 S3 T12 T13) ผู้ประกอบการค้าไข่ไก่และกระทรวงพาณิชย์ควรศึกษากฎ ระเบียบ เงื่อนไขและข้อตกลงของประเทศคู่ค้าเพื่อให้ปฏิบัติได้ถูกต้อง และกระทรวงพาณิชย์ควรศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประเทศคู่ค้าและประเทศเพื่อนบ้าน จัดทำแผนการตลาดเชิงรุกเพื่อการ

ส่งออกไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ เช่น ไข่เหลวรวมไข่แดงเหลว ไข่ผงรวม และไข่ขาวผง ไปประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2) กลยุทธ์ W T ได้แก่

(1) การลดบทบาทของรัฐบาลในการควบคุมราคาจำหน่ายไข่ไก่ (W2 T9) กระทรวงพาณิชย์ควรลดบทบาทในการควบคุมราคาจำหน่ายไข่ไก่ โดยปล่อยให้ราคาไข่ไก่เป็นไปตามกลไกการตลาด

(2) การตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลราคาไข่ไก่ (W2 T1) กระทรวงพาณิชย์ควรตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลราคาไข่ไก่ เพื่อกำหนดราคาแนะนำอ้างอิงตามต้นทุนการผลิต เช่น ราคาไข่คละที่เกษตรกรขายได้ชั้นสูง = ต้นทุนการผลิต + ร้อยละ 15-20 ของต้นทุนการผลิต ราคาไข่คละที่เกษตรกรขายได้ชั้นต่ำ = ต้นทุนการผลิต + ร้อยละ 5 ของต้นทุนการผลิต ควรกำหนดราคา แนะนำไข่ไก่ในร้านค้าสมัยใหม่ที่สมเหตุสมผล เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ค้ามากเกินไป

(3) การรวมกลุ่มจำหน่ายไข่ไก่แก่พ่อค้าและผู้บริโภคโดยตรง (W2 W3 W5 T1) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ควรรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายไข่ไก่แก่พ่อค้า และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไข่ไก่แก่ผู้บริโภคโดยตรง เช่น จำหน่ายเองหน้าฟาร์ม หรือรวมกลุ่มกับเกษตรกรรายอื่นจำหน่ายตามตลาดสดและตลาดนัด โดยสมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ และกระทรวงพาณิชย์ควรให้การสนับสนุนสถานที่จัดจำหน่ายไข่ไก่รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน และขอความร่วมมือหรือใช้มาตรการเชิญชวนให้ร้านค้าสมัยใหม่จำหน่ายไข่ไก่ในราคาที่เหมาะสมตามส่วนราคาที่ได้รับเพื่อเพิ่มยอดขายจำหน่าย

(4) การสนับสนุนบุคลากรของเกษตรกรให้มีความรู้และประสบการณ์ดำเนินกิจการฟาร์มเชิงธุรกิจ (W6 T1) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ กระทรวงพาณิชย์ และสมาคมที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนบุคลากรของเกษตรกรให้มีความรู้และประสบการณ์ดำเนินกิจการฟาร์มเชิงธุรกิจ เช่น จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์การดำเนินกิจการฟาร์มเชิงธุรกิจ ระหว่างเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จกับคนรุ่นใหม่ จัดกิจกรรมทัศนศึกษาดูงานฟาร์มไก่ไข่ที่ประสบความสำเร็จ

สรุปผลการทดลอง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาวะแวดล้อมของธุรกิจไข่ไก่ พบว่า จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจเกี่ยวข้องกับหน้าที่และทรัพยากรทางธุรกิจด้านการผลิต โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่และโรงงานแปรรูปมีข้อได้เปรียบในบางประเด็น แต่มีข้อเสียเปรียบค่อนข้างมาก ส่วนโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจเกี่ยวข้องกับสภาวะแวดล้อมมหภาคและจุลภาค ซึ่งสภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจมีน้อย ขณะที่สภาวะแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจมีค่อนข้างมาก จากปัจจัยสภาวะแวดล้อมต่างๆ นำมาสู่การสร้างกลยุทธ์การผลิตและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจไข่ไก่ พบว่า มีทั้งกลยุทธ์ SO กลยุทธ์ WO กลยุทธ์ ST และกลยุทธ์ WT

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในการสนับสนุนทุนวิจัย และนายสัตวแพทย์กิตติ ทรัพย์ชุกกุล ผู้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กฤติกร เณติมเกื้อกุลพงศ์. 2555. พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 และการผูกขาดในภาคเกษตร: กรณีศึกษาตลาดไข่ไก่. ชุดหนังสือ การสำรวจองค์ความรู้เพื่อการปฏิรูปประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ openworlds. 55 น.

- กรมการค้าภายใน. 2557ก. ราคาขายส่งสินค้าเกษตร ไข่ไก่-คละ ณ แหล่งผลิต. แหล่งที่มา: <http://www.dit.go.th/pricestat/report2.asp?mode=B&product=214>, 4 กรกฎาคม 2557.
- กรมการค้าภายใน. 2557ข. สถิติราคาขายส่ง-ขายปลีก ไข่ไก่. แหล่งที่มา: http://agri.dit.go.th/web_dit_sec7/admin/uploadfiles/upload_files/, 4 กรกฎาคม 2557.
- กรมปศุสัตว์. 2557. ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ รายอำเภอ ปีงบประมาณ 2556. แหล่งที่มา: http://ict.dld.go.th/th2/images/stories/stat_web/yearly/2556/aumpher/6.chick_aumpher.pdf, 18 กรกฎาคม 2557.
- กรมปศุสัตว์. 2558. บัญชีแนบท้ายประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง การกำหนดเขตเหมาะสมสำหรับการเลี้ยงสัตว์. แหล่งที่มา: http://zoning.dld.go.th/images/announce/region_area_livestock.pdf, 18 กรกฎาคม 2557.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2557. คู่มือการบริหารจัดการการผลิตสินค้าเกษตรตามแนวทาง การบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning). แหล่งที่มา: http://www.opsmoac.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8611, 4 กรกฎาคม 2557.
- กิตติพัฒน์ แสงภักดีโยธิน. 2553. ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับระบบการผลิตและการค้าไข่ไก่และผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- คณะอนุกรรมการเตรียมความพร้อมภาคการเกษตรสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 2555. โอกาสสินค้าเกษตรไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- นิภาพร ประดิษฐ์อาชีพ. 2539. การวิเคราะห์ราคาและการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- มินสา นวลเต็ม. 2556. บทวิเคราะห์สถานการณ์ไข่ไก่. สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. แหล่งที่มา: <http://tpsso.moc.go.th/img/news/925-img.pdf>, 30 กรกฎาคม 2556.
- ยุวเรศ เรื่องพานิช. 2556. หน่วยที่ 8 การจัดการผลผลิตไข่และการตลาด. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลผลิตและการตลาดสินค้าปศุสัตว์. นนทบุรี: สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สถาบันสุวรรณวาทกสิกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์. 2556. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างการผลิต การตลาด และโครงสร้างต้นทุนการผลิตไข่ไก่. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม.
- สรรพสุดา มาสขาว. 2548. การวิเคราะห์การเคลื่อนไหวราคาและความเชื่อมโยงราคาไข่ไก่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้า และส่งออกไข่ไก่. 2550. สถานการณ์ไข่ไก่โลก. แหล่งที่มา: http://www.egg-thailand.com/upload/images/Document/สถานการณ์ไข่ไก่โลกและต่างประเทศ/สถานการณ์ไข่ไก่โลก_2550.pdf, 1 สิงหาคม 2557.
- สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้า และส่งออกไข่ไก่. 2557. รายงานการประชุม คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 3/2557, 30 กันยายน 2557 ณ ห้องประชุม 135 ชั้น 3 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. การศึกษาด้านต้นทุนของการเลี้ยงไก่ไข่แบบอิสระและแบบประกันราคา. แหล่งที่มา: http://www.oae.go.th/download/resech/2556/8.55_research-henegg_05072556.pdf, 1 สิงหาคม 2557.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2557ก. สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2557. กรุงเทพมหานคร: อักษรสยามการพิมพ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2557ข. ต้นทุนการผลิตไข่ไก่. กรุงเทพมหานคร: อักษรสยามการพิมพ์.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. 2554. ประมวลข้อมูลมติคณะรัฐมนตรีมาตรการแก้ไขปัญหาราคาไข่ไก่. แหล่งที่มา: http://www.cabinet.thaigov.go.th/acrobat/price_of_egg_2.pdf, 1 สิงหาคม 2557.
- สุภาพร อธิริโยดม, จำรัส ไรจนสโรช, วราภรณ์ ทองซึ้ง, ศิริพันธ์ โมราภบ, ศิริพร ตงศิริ, และ ทิพย์รัตน์ ดนตรี. 2551. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง การศึกษาระบบตลาดข้อตกลงสินค้าสัตว์ปีกในประเทศไทย กรณีศึกษา: ไก่เนื้อ-ไก่ไข่. ชุดโครงการ การพัฒนาธุรกิจสินค้าเกษตรและตลาดต่างประเทศ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรุงเทพมหานคร.
- อรทัย จินตสถาพร. 2556. หน่วยที่ 9 การแปรรูปไข่และการตลาดผลิตภัณฑ์ไข่. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลผลิตและการตลาดสินค้าปศุสัตว์. นนทบุรี: สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อิสริ สายรวมญาติ. 2555. คุณภาพและความปลอดภัยของไข่ไก่เพื่อการบริโภค: การสำรวจตั้งแต่ฟาร์มถึงแหล่งจำหน่าย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.