

การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่

โดย

นายสัตวแพทย์สมชวน รัตนมังคลานนท์  
รองอธิบดีกรมปศุสัตว์  
กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๒ - ๒๕๖๓

## หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่” ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ ของนายสัตวแพทย์สมชวน รัตนมังคลานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒ ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๒ – ๒๕๖๓

พลโท

(พิสิษฐ์ ปรุ้มเอม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

## บทคัดย่อ

**เรื่อง** การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่  
**ลักษณะวิชา** การเศรษฐกิจ  
**ผู้วิจัย** นายสัตวแพทย์สมชวน รัตนมังคลานนท์ **หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ ๖๒

จากการที่อุตสาหกรรมไข่ไก่ของประเทศไทยเติบโตขึ้น แต่ยังมีปัญหาทั้งทางด้านการผลิต การตลาด และความผันผวนของราคาไข่ไก่ ส่งผลให้ราคาไม่มีเสถียรภาพ วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ วิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา อุปสรรค ในอุตสาหกรรมไข่ไก่ เสนอแนวทาง มาตรการในการผลิตไข่ไก่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากแหล่งต่างๆ และข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า ด้านการเลี้ยงและการผลิตไข่ไก่ ประเทศไทย ต้องนำเข้าลูกไก่ไข่พันธุ์จากต่างประเทศมาเลี้ยงและผลิตเป็นลูกไก่ไข่ โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และ ๒๕๖๒ มีปริมาณการนำเข้าไก่ไข่พันธุ์ และการเลี้ยงไก่ไข่ลดลงเมื่อเทียบกับในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๐ ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐในการปรับสมดุลการผลิตไข่ไก่ให้เพียงพอกับการบริโภค ด้านการตลาด มีส่วนเหลือการตลาดของผู้รวบรวมไข่ไก่กับผู้ค้าปลีก มากกว่าส่วนเหลือการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่กับผู้รวบรวมไข่ไก่ เนื่องจากมีพ่อค้าคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้านการบริโภค ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ผลผลิตไข่ไก่ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศถึงร้อยละ ๙๘.๑๖ นอกนั้น ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ อัตราการบริโภคไข่ไก่ของประชาชนไทยอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่น สาเหตุมาจากความเชื่อ การบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้นจากเดิม อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จะประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ปัญหาด้านราคาไข่ไก่ มีการเคลื่อนไหวขึ้นลงอย่างรวดเร็ว ไม่มีเสถียรภาพ ส่งผลให้รายได้จากการขายไข่ไก่ไม่แน่นอน สาเหตุมาจากปริมาณไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาดและฤดูกาล ปัญหาด้านโรคระบาดในคน โรคโควิด ๑๙ เกิดการกักตุนสินค้า ไข่ไก่ขาดตลาด มีราคาสูงขึ้น ภาครัฐได้เข้ามาแทรกแซงกลไกการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ ผลการสัมภาษณ์พบว่า มาตรการที่ภาครัฐ ดำเนินการอยู่มีความเหมาะสม โดยเฉพาะการกำหนดปริมาณการนำเข้าปุ๋ยพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ มีความสำคัญมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานของไข่ไก่ในประเทศไทย พัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและถูกต้อง นำมาวิเคราะห์ ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ รวมถึง ปรับปรุงกฎหมาย เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ให้สามารถลดต้นทุนการผลิต สำหรับเกษตรกรควรปรับแผนการเลี้ยงและการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ สร้างเครือข่ายระหว่างกัน ปรับปรุงและพัฒนาฟาร์มให้ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ เพื่อให้ไข่ไก่มีคุณภาพ ปลอดภัย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

คำสำคัญ : เสถียรภาพ, ราคา, ไข่ไก่, ไก่ไข่,

## Abstract

**Title** Egg price stabilization  
**Field** Economics  
**Name** Dr.Somchuan Rattanamungklanon **Course** NDC **Class** 62

As the egg industry in Thailand has displayed strong growth, but there are still problems in production, marketing and price fluctuation of eggs. The objective of the research is to analyze the situation and problems, propose guidelines for measures in the production of eggs in accordance with the needs of consumers. Using secondary data compiled from various sources and primary data from interviews with relevant parties. The results of the research showed that regarding the raising and production of eggs, Thailand has to import grand parent stock (GP) and parent stock (PS) from foreign countries to be raised and produced as laying hen. In the year 2018 and 2019, there is import volumes of GP, PS and the laying hen decreased compared to during the year 2010-2017, which is a result of the government policy to balance the production of eggs to be sufficient for consumption. In marketing, there is a marketing margin between the egg collecting center and the retailers, more than the marketing margins of farmers and egg collecting center, because there are middlemen involved. For consumption, in the year 2017, the majority of the eggs produced for domestic consumption reached 98.16 percent, while others were exported to foreign countries. The eggs consumption rate of the Thai people is low when compared to other countries, caused by the belief that consumption of eggs increased from the original may be adversely affect health. Farmers have the problem of high production costs (feed ingredients). The problem with the price of eggs is movement quickly. Price is unstable due to the amount of eggs released into the market and seasoning. Human epidemic problems especially the Covid-19 disease, cause by stockpiling of goods. The interview results show that the measures taken by the government are appropriate, especially determining the import quantity of GP and PS is the most important. However, the government should consider the factors that affect the demand and supply of eggs in Thailand. Develop database system to get current and accurate information, analyze in order to make a decision, revise the law to be able to proceed efficiently and help farmers to reduce production costs. For farmers, should be adjusted the raising and marketing plans, build a network, improve and develop the farm to be certified. In order to provide quality and safety respond to the needs of consumers.

**Keywords:** Stability, price, hen eggs, laying hen

## คำนำ

ไข่ไก่เป็นสินค้าพิเศษที่มีผู้นิยมบริโภค เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโปรตีนสูง ให้ประโยชน์ในด้านสุขภาพต่อร่างกาย ไข่ไก่จึงถูกจัดเป็นความมั่นคงทางอาหารของประเทศ แต่ยังมีประสบปัญหาทั้งทางด้านการผลิต และการตลาด อาทิ ปัญหาการขาดแคลนพันธุ์ไข่ไก่ จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาหารสัตว์มีราคาแพง และความผันผวนของราคาไข่ไก่ ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ไม่มีเสถียรภาพ ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการวางแผน การผลิต และการตลาดรองรับ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบาย วางแผน และพัฒนา ในด้านการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ซึ่งจะทำให้ระดับของราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานของภาครัฐบาลและภาคเอกชน นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีแรงจูงใจส่วนหนึ่งที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้รับผิดชอบรายสินค้าไก่เนื้อและไข่ไก่ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เอกสารการวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอบรมในหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจทั่วไป และสามารถนำไปใช้ในการพิจารณากำหนดแนวทางในการรักษาเสถียรภาพราคาของสินค้าเกษตรชนิดอื่น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ที่มีความครอบคลุมทั้งประเด็นยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ที่มีเป้าหมายพัฒนาให้ประชาชนมีความสุขและสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน รวมถึงประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในเชิงเกษตรปลอดภัยให้ไข่ไก่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และเกษตรแปรรูป เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้แก่สินค้า

(นายสัตวแพทย์สมชวน รัตนมังคลานนท์)  
นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๒  
ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ช
<b>บทที่ ๑ บทนำ</b>	<b>๑</b>
ความเป็นมาและความสำคัญปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
ขอบเขตของการวิจัย	๔
วิธีดำเนินการวิจัย	๕
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๕
คำจำกัดความ	๕
<b>บทที่ ๒ การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>๗</b>
ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)	๗
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	๑๐
ทฤษฎีว่าด้วยการแข่งขันโดยเสรี	๑๒
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า	๑๓
ทฤษฎีอรรถประโยชน์	๑๕
แนวคิดเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตร	๑๖
แนวคิดเกี่ยวกับราคาสินค้าเกษตร	๒๔
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๓๑
กรอบแนวคิดของการวิจัย	๓๕
สรุป	๓๖
<b>บทที่ ๓ ห่วงโซ่การผลิตไข่ไก่ในประเทศไทย</b>	<b>๓๗</b>
โครงสร้างธุรกิจไข่ไก่	๓๗
การผลิตไข่ไก่	๓๙
การตลาดไข่ไก่	๔๒
ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดไข่ไก่	๔๖
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๔๗
วิธีการสร้างแบบสอบถาม	๔๘

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ ๔ ปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่</b>	<b>๔๙</b>
อุปสงค์และอุปทานของไข่ไก่	๔๙
นโยบายของภาครัฐปรับสมดุลการผลิตและการบริโภค	๖๒
กฎหมายที่เกี่ยวกับการค้า และการผลิตไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ของไทย	๗๓
ปัญหาและอุปสรรค	๗๗
การสังเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง	๘๐
สรุป	๘๑
<b>บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>๘๓</b>
สรุป	๘๓
ข้อเสนอแนะ	๘๖
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>๘๙</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>๙๔</b>
แบบสัมภาษณ์งานวิจัย การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่	๙๕
<b>ประวัติย่อผู้วิจัย</b>	<b>๙๖</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๑ - ๑	อัตรากาการบริโภคไข่ไก่ในแต่ละประเทศ	๓
๒ - ๑	การเปรียบเทียบลักษณะและโครงสร้างของตลาดแต่ละประเภท	๑๘
๒ - ๒	ความแตกต่างของสินค้าเกษตรกับสินค้าอุตสาหกรรม	๒๑
๔ - ๑	ปริมาณปุ๋ยาพันธ์และพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ที่นำเข้าและเลี้ยง ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๔๙
๔ - ๒	ปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๐
๔ - ๓	ปริมาณการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรง ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และ ๒๕๖๒	๕๑
๔ - ๔	ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๑
๔ - ๕	ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๒
๔ - ๖	แสดงราคาไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๓
๔ - ๗	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไข่ไก่สดและผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๔
๔ - ๘	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๕
๔ - ๙	ปริมาณผลผลิต การส่งออก และอัตรากาการบริโภคไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒	๕๖
๔ - ๑๐	ชั้นคุณภาพไข่ไก่	๕๘
๔ - ๑๑	ขนาดของไข่ไก่ตามน้ำหนัก	๕๙
๔ - ๑๒	ผลการดำเนินการปรับลดปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรง	๖๓
๔ - ๑๓	ผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ “PS Support”	๖๓
๔ - ๑๔	กิจกรรมและผลการดำเนินงานของโครงการฯ	๖๔
๔ - ๑๕	กำหนดปริมาณนำเข้าปุ๋ยาพันธ์ไข่ไก่ การนำเข้าและเลี้ยง พ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๓	๖๕
๔ - ๑๖	ผลการดำเนินการปรับลดพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่	๖๕
๔ - ๑๗	ระยะเวลาปรับเปลี่ยนเข้าสู่การบังคับที่แตกต่างกัน ในแต่ละขนาดฟาร์มไข่ไก่	๖๗
๔ - ๑๘	ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ตามกรอบยุทธศาสตร์ไข่ไก่ ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๖)	๖๘
๔ - ๑๙	องค์ประกอบของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์	๗๑



## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
๒ - ๑	ยุทธศาสตร์ชาติ	๘
๒ - ๒	ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ในการพัฒนาประเทศ	๑๐
๒ - ๓	เส้นอุปสงค์	๒๔
๒ - ๔	เส้นอุปทาน	๒๕
๒ - ๕	กรอบแนวคิดของการวิจัย	๓๕
๓ - ๑	โครงสร้างระบบธุรกิจไข่ไก่ของประเทศไทย	๓๙
๓ - ๒	วงจรธุรกิจไข่ไก่ของประเทศไทย	๔๔
๓ - ๓	วิถีตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย	๔๕
๔ - ๑	กราฟราคาไข่ไก่คละ ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒	๖๐
๔ - ๒	แผนผังคณะอนุกรรมการ คณะกรรมการ และการประชุมอื่น ที่อยู่ภายใต้คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์	๗๒

## บทที่ ๑ บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม สินค้าหลักที่มาจากภาคเกษตรกรรมมีทั้งจากการเพาะปลูกและการปศุสัตว์ ซึ่งการเกษตรกรรมในสมัยก่อนนั้นจะทำการเกษตรแบบพอเพียง และพึ่งพาอาศัยกัน แต่ในยุคปัจจุบันเป็นแบบการแข่งขันทางการค้าสูง อีกทั้งต้องเผชิญกับข้อจำกัดหลายอย่าง อันเป็นอุปสรรคที่เป็นปัญหาต่อการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการตลาดและราคา เช่น ปริมาณผลผลิตที่ได้ไม่แน่นอน รวมทั้งคุณภาพของผลผลิตก็ไม่ได้มาตรฐาน จึงทำให้ถูกกดราคา และเกษตรกรไม่สามารถต่อรองราคาได้ เป็นต้น การเลี้ยงไก่ไข่และการผลิตไข่ไก่นั้นถือว่าเป็นสินค้าหลักทางการเกษตรอย่างหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะทำการผลิตเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนแล้ว ยังสามารถเลี้ยงเพื่อประกอบเป็นอาชีพได้ (ศิวาภรณ์ ยาวิระ, ๒๕๖๐ : ๑)

โครงสร้างการเลี้ยงไก่ไข่และการผลิตไข่ไก่ของประเทศไทย เริ่มจากบริษัทผู้ประกอบการทำการนำเข้าป้อนพันธุ์ และ/หรือ พ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ มาผลิตลูกไก่ไข่ เพื่อกระจายลูกไก่ไข่ไปยังฟาร์มเลี้ยงลูกไก่ ซึ่งจะทำให้การเลี้ยงลูกไก่จนเป็นไก่สาว จากนั้นจะมีการจำหน่ายไก่สาวให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เพื่อผลิตไข่ไก่ ซึ่งการเลี้ยงไก่ไข่ในปัจจุบันมี ๓ รูปแบบ คือ การเลี้ยงแบบปล่อยในโรงเรือน การเลี้ยงแบบปล่อยอิสระ และการเลี้ยงไก่ไข่แบบขังกรง ซึ่งการเลี้ยงไก่ไข่เชิงอุตสาหกรรมของไทยจะนิยมเลี้ยงแบบขังกรง (กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และ กรรณิกา แซ่ลิว, ๒๕๖๒ : ๘๙๐) สามารถแบ่งประเภทของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้เป็น ๓ ประเภท คือ ผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ (Independent Layer Farmer) ผู้เลี้ยงไก่ไข่ครบวงจร (Layer Integrator) และผู้เลี้ยงไก่ไข่พันธสัญญา (Contract Farm) (สถาบันสุวรรณวาทกสิกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, ๒๕๕๕: ๒๙) โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย รายเล็ก และรายกลาง มักเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระที่เลี้ยงไก่ไข่หรือเกษตรกรที่เป็นฟาร์มพันธสัญญา ในขณะที่เกษตรกรรายใหญ่และรายใหญ่มาก มักเป็นผู้เลี้ยงไก่ไข่ครบวงจรหรือฟาร์มในเครือบริษัท โดยอุตสาหกรรมการตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย มีการกระจุกตัวค่อนข้างสูง เพราะมีผู้ผลิตรายใหญ่ครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ ๕๐ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทครบวงจรทำให้มีความพร้อมในด้านการจัดจำหน่ายผลผลิต โดยนิยมจำหน่ายไข่ไก่ผ่านผู้ค้าปลีกไข่ไก่ เช่น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าของตนเอง (กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และ กรรณิกา แซ่ลิว, ๒๕๖๒ : ๘๙๐)

การเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศไทย มีการเลี้ยงอย่างแพร่หลายทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย แหล่งที่เลี้ยงไก่ไข่มากที่สุด คือ ภาคกลาง ร้อยละ ๖๑.๑๘ ของจำนวนไก่ไข่ทั่วประเทศ รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๑๕, ๑๑.๒๖ และ ๑๐.๔๑ ตามลำดับ โดยจังหวัดที่มีการเลี้ยงมากที่สุด คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา ร้อยละ ๑๒.๗๖ ของจำนวนไก่ไข่ทั่วประเทศ รองลงมา ได้แก่ จังหวัดนครนายก นครปฐม ชลบุรี และพระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓๐, ๗.๕๒, ๖.๑๙ และ ๕.๘๖ ตามลำดับ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์, ออนไลน์,

๒๕๖๒) ในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑) มีการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรงเพิ่มจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตไข่ไก่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๖.๗๐ ต่อปี ผลผลิตไข่ไก่ที่ผลิตได้ในแต่ละปี ใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก ประมาณร้อยละ ๙๘.๕ ของผลผลิตทั้งหมด มีเพียงส่วนน้อยที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ (กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๒) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ตลาดส่งออกของไทยส่วนใหญ่อยู่ที่ประเทศฮ่องกง และสิงคโปร์ มูลค่า ๘๔๓.๒๗ ล้านบาท และ ๓๗.๙๗ ล้านบาท ตามลำดับ (สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๒) ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ในแต่ละปีจะมากขึ้นเพียงใด ขึ้นอยู่กับปริมาณไก่ไข่พันธุ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งสภาพภูมิอากาศในประเทศ หากเอื้ออำนวยก็จะช่วยให้อัตราการสูญเสียน้อย แต่หากเกิดโรคระบาดก็ส่งผลให้ไก่ตายจำนวนมากและผลผลิตลดลง ตลอดจนการควบคุมปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดตามนโยบายของภาครัฐ (อัจฉรา โพธิ์ดี และจิตติมา กันตนามลกุล, ๒๕๕๗ : ๑)

แนวทางการตลาดไข่ไก่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมค่อนข้างมาก เป็นผลมาจากมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการผลิต และรูปแบบการเลี้ยงไก่ไข่ ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบการตลาดได้ ๒ รูปแบบ คือ ตลาดไข่ไก่จากเกษตรกรอิสระ มีการเคลื่อนย้ายสินค้าผ่านคนกลาง อาทิ เคลื่อนย้ายไข่ไก่ผ่านผู้รวบรวมไข่ไก่ (ล้ง) ซึ่งจะคัดขนาดไข่ออกเป็นขนาดต่างๆ แล้วจึงนำไข่ไก่ไปขายให้กับผู้ค้าปลีก ไข่ไก่ในตลาดสดหรือตลาดนัดทั่วไป หรือเคลื่อนย้ายไข่ไก่ผ่านสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ ซึ่งจะคัดแยกขนาดไข่แล้วจัดส่งให้ผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นผู้กระจายสินค้า รูปแบบการตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง คือ ตลาดไข่ไก่จากบริษัท ซึ่งจะกระจายไข่ไก่ไปหลายช่องทาง อาทิ ส่งไปจำหน่ายยังร้านจำหน่ายตนเอง (Own Channel) เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค จำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ขายให้กับผู้ค้าปลีก ไข่ไก่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูป และส่งออกไข่ไก่ไปยังต่างประเทศ (กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และกรรณิกา แซ่ลิว, ๒๕๖๒ : ๘๙๐)

ด้านการบริโภคไข่ไก่ จากตารางที่ ๑ - ๑ ข้อมูลในปี ๒๕๕๗ พบว่าอัตราการบริโภคไข่ไก่ของคนไทยยังต่ำมากเฉลี่ยอยู่ที่ ๒๑๔ ฟอง/คน/ปี เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในปีเดียวกัน (คณะกรรมการนโยบายไข่ไก่และผลิตภัณฑ์, ๒๕๕๘ : ๓๔) อย่างไรก็ตามข้อมูลในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๑ พบว่า คนไทยได้บริโภคไข่ไก่ในอัตราเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ ๒๑๔ ฟอง/คน/ปี, ๒๓๒ ฟอง/คน/ปี, ๒๔๗ ฟอง/คน/ปี และ ๒๕๗ ฟอง/คน/ปี ตามลำดับ (กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๒) อาจเนื่องมาจากคนไทยได้เห็นถึงความสำคัญของการบริโภคไข่ไก่ ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไข่ไก่ของไทย ควรเน้นการส่งเสริมบริโภคไข่ไก่ของคนไทยให้เพิ่มขึ้นมากกว่านี้ เช่น มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนบริโภคไข่ไก่ โดยเน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ให้เห็นถึงคุณค่าทางโภชนาการในการรับประทานไข่ไก่ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น และทัศนคติต่อการบริโภคไข่ไก่ที่ถูกต้อง (ณภัคอร ปุณยภักดิ์สร, ๒๕๕๓ : ๒)

### ตารางที่ ๑ - ๑ อัตราการบริโภคไข่ไก่ในแต่ละประเทศ

ประเทศ	จำนวน (ฟอง/คน/ปี)
ญี่ปุ่น	๓๒๔
จีน	๒๙๕
สหรัฐอเมริกา	๒๔๗
บราซิล	๒๔๐
เยอรมัน	๒๓๖
แคนาดา	๒๒๕
ฝรั่งเศส	๒๑๖
ไทย	๒๑๔

ที่มา : คณะกรรมการนโยบายไข่ไก่และผลิตภัณฑ์, ๒๕๕๘ : ๓๔.

จากการที่ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณการบริโภคยังน้อยกว่าปริมาณที่ผลิตได้ ส่งผลให้ไข่ไก่มีปริมาณเกินความต้องการ ปริมาณการผลิตไข่ไก่ที่ไม่สอดคล้องกับปริมาณความต้องการบริโภคในประเทศขึ้นอยู่กับหลายสาเหตุ เช่น ปริมาณการนำเข้าไข่ไก่พันธุ์ ปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่ในฟาร์มปริมาณผลผลิตไข่ไก่ในตลาด ภัยพิบัติ อุบัติการณ์ของโรคระบาด การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล เทศกาล ความไม่แน่นอนทางการเมือง และนโยบายของรัฐบาล เป็นต้น เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึง พ่อค้า บริษัทเอกชน สมาคมผู้เลี้ยงไข่ไก่แห่งประเทศไทย สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้า และส่งออกไข่ไก่ และหน่วยงานภาครัฐร่วมกันแก้ไขปัญหาด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ (Egg Board) เพื่อการพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ทั้งระบบ รวมถึงกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหาค่าขึ้นราคาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ทั้งหมด การจำกัดโควตาการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ และการรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวเป็นเพียงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความผันผวนของราคาไข่ไก่ยังเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไข่ไก่โดยเฉพาะเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่อจำนวนมาก ต้องประสบกับภาวะขาดทุนและเลิกกิจการไปในที่สุด (จิตติมา กันทนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑)

นอกจากนี้ราคาไข่ไก่ในแต่ละปีจะผันผวนไปตามปริมาณอุปสงค์และอุปทานของไข่ไก่ในประเทศ และราคาไข่ไก่มีลักษณะการเคลื่อนไหวเป็นฤดูกาล ราคาไข่ไก่จะตกต่ำในช่วงที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ท้องตลาด ก่อให้เกิดปัญหาความผันผวนของราคาไข่ไก่ในระดับต่างๆ ของตลาด โดยในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒) ราคาขายส่งไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต และราคาขายปลีกไข่ไก่เบอร์ ๓ มีความเคลื่อนไหวอยู่ระหว่าง ๑.๙ - ๓.๕ และ ๒.๓๕ - ๔.๑ บาทต่อฟอง ตามลำดับ (กรมการค้าภายใน, ออนไลน์, ๒๕๖๒) ในขณะที่ต้นทุนการผลิตไข่ไก่เมื่อคิดคำนวณต้นทุนการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ต่อไข่ ๑ ฟอง ๑๐ ปีย้อนหลัง (พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒) เฉลี่ย ๒.๗๔ บาท โดยในปี ๒๕๖๒ เฉลี่ย ๒.๖๘ บาท (คณะอนุกรรมการต้นทุนการผลิตไข่ไก่และไข่ไก่ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๖๒ : ๔)

การซื้อขายภายในตลาดไข่ไก่ของประเทศไทย ระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่กับผู้รวบรวมไข่ไก่ เป็นแบบผูกขาดกันระหว่างผู้ค้า เกษตรกรไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาขายไข่ไก่ แต่ผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นผู้กำหนดราคา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไปตามกลไกตลาด คือ เมื่อใดที่มีปริมาณไข่ไก่ออกสู่ตลาดน้อย

ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ราคาไข่ไก่จะสูงขึ้นทำให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ไม่มีกำไร แต่เมื่อใดที่ปริมาณไข่ไก่ออกสู่ตลาดมากเกินไปเกินความต้องการ ราคาไข่ไก่ก็จะตกต่ำ จนทำให้เกษตรกรต้องประสบปัญหาการขาดทุน ดังปรากฏบ่อยครั้งที่เกษตรกรขายไข่ไก่ได้ในราคาที่ไม่คุ้มกับค่าอาหารเลี้ยงสัตว์ และค่าจ้างแรงงานที่ผ่านมาราคาไข่ไก่จึงถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้บริโภค และปริมาณไข่ไก่ ที่ออกสู่ตลาดในช่วงเวลานั้นเป็นหลัก แต่ไม่ได้ถูกกำหนดโดยต้นทุนการผลิตที่แท้จริงของเกษตรกร จึงส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่ไม่สามารถหาตลาดจำหน่ายได้เองมัก ต้องอยู่ในฐานะเสียเปรียบ และประสบปัญหาการขาดทุนสะสม จนบางรายถึงขนาดต้องเลิกกิจการไป (สรพชชช มาสขาว, ๒๕๔๘ : ๗๙ และ สถาบันสุวรรณวาทกสิกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, ๒๕๕๕: ๗๐)

ปัจจุบัน ธุรกิจการเลี้ยงไก่ไข่ได้พัฒนาก้าวหน้าไปมาก แต่ยังมีปัญหาทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด อาทิ ปัญหาการขาดแคลนไก่ไข่อพันธ์ จึงต้องนำเข้าพ่อแม่พันธุ์จากต่างประเทศ อาหารสัตว์มีราคาแพง และความผันผวนของราคาไข่ไก่ ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ไม่มีเสถียรภาพ ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการวางแผน การผลิต และการหาตลาดรองรับ นอกจากนี้ ยังขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และยังมีผู้ประกอบการรายย่อยอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งได้ ทำให้ขาดอำนาจในการต่อรองราคา ได้ราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษารักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบาย วางแผน และพัฒนา ในด้านการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ซึ่งจะทำให้ระดับของราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานของภาครัฐบาลและภาคเอกชน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาสถานการณ์อุตสาหกรรมไข่ไก่ อาทิ การเลี้ยง การผลิต การตลาด การบริโภค
๒. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในอุตสาหกรรมของการผลิตไข่ไก่
๓. เพื่อเสนอ แนวทาง มาตรการ ในการวางแผนการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และส่งผลให้ราคาสินค้าไข่ไก่มีเสถียรภาพ

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ มุ่งศึกษาการบริหารจัดการสินค้าไข่ไก่ทั้งระบบในประเทศไทย โดยมีขอบเขตเนื้อหาของการวิจัยดังนี้

๑. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** โดยการศึกษา วิเคราะห์ แนวคิด รูปแบบ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนโยบายของภาครัฐ
๒. **ขอบเขตด้านประชากร** กลุ่มเป้าหมายของการศึกษาวิจัย เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ไข่ และการผลิตไข่ไก่ คือ ตัวแทนสมาคมประกอบธุรกิจไข่ไก่ ตัวแทนสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ และผู้ค้าปลีกไข่ไก่ อย่างน้อย ๕ ราย
๓. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาวิจัยเป็นระยะเวลา ๗ เดือน (พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๒ – พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๓)

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

### ๑. การรวบรวมข้อมูล

นำข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ มาทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการอธิบายประกอบ

**๑.๑ ข้อมูลทุติยภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลปริมาณปุ๋ยฆ่าพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ที่นำเข้าและเลี้ยง ปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่ ต้นทุนการผลิต ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้และราคาขายปลีก การบริโภคไข่ไก่ในประเทศ การส่งออกไข่ไก่ไปจำหน่ายต่างประเทศ ฤดูกาล สถานการณ์โรคระบาด นโยบายปรับสมดุลของรัฐ การกำหนดนโยบายของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งได้จากการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร หนังสือ ตำราวิชาการ วารสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารงานวิจัย ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รายงานการประชุม สถิติ และข้อมูลอื่น

**๑.๒ ข้อมูลปฐมภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลสถานการณ์การเลี้ยงไก่ไข่และการขายไข่ไก่ในปัจจุบัน ปริมาณไข่พันธุ์และแม่ไก่ไข่ยืนกรง ปัจจัยที่มีผลต่อราคาขายไข่ไก่ สถานการณ์โรคระบาดที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคของประชาชน การรณรงค์การบริโภคไข่ไก่ ความเหมาะสมของมาตรการที่ภาครัฐดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคการเลี้ยงไก่ไข่และการผลิตไข่ไก่ เป็นต้น ซึ่งได้มาจากการนัดหมายและสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อบันทึกข้อมูลเป็นรายบุคคล โดยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม การเลี้ยงไก่ไข่และการผลิตไข่ไก่ อาทิ ตัวแทนสมาคมธุรกิจไข่ไก่ สหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ อย่างน้อย ๕ ราย

### ๒. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ข้อมูลที่ได้จากการสืบค้น รวบรวม และสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Qualitative Approach) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานทั่วไป นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่างง่าย แล้วนำมานำเสนอในรูปแบบของค่าผลรวม (Total) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Average) รวมทั้งแปลผลการศึกษาของข้อมูล และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ได้รับทราบถึงสภาพทั่วไป โครงสร้างธุรกิจไข่ไก่ การผลิตไข่ไก่ การตลาดไข่ไก่ การบริโภคไข่ไก่ รวมถึง นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับไข่ไก่
๒. ได้รับทราบถึงปัญหา อุปสรรค ในอุตสาหกรรมของการผลิตไข่ไก่
๓. ได้แนวทาง มาตรการ ในการวางแผนการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และส่งผลให้ราคาสินค้าไข่ไก่มีเสถียรภาพ

## คำจำกัดความ

ไก่ไข่	หมายถึง	ไก่ที่มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า <i>Gallus gallus</i> ซึ่งเป็นไก่สายพันธุ์ที่ให้ไข่สม่ำเสมอเพื่อการบริโภค ครอบคลุมทั้งไก่รุ่นและไก่ระยะไข่
ไก่ไข่พันธุ์	หมายถึง	ปู่ย่าพันธุ์ไก่ไข่ (Grand Parent Stock : GP) หรือพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ (Parent Stock : PS)
แม่ไก่ไข่ยืนกรง	หมายถึง	ไก่ไข่ที่อายุประมาณ ๑๘ - ๘๐ สัปดาห์ ที่ให้ผลผลิตไข่ไก่
ไข่ไก่	หมายถึง	ไข่มีเปลือกหุ้มทั้งฟอง ที่เป็นผลผลิตและมีลักษณะตามพันธุ์ของแม่ไก่ไข่
เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่	หมายถึง	ผู้เลี้ยงไก่ไข่เป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม
ผู้รวบรวมไข่ไก่	หมายถึง	ล้ง หรือ พ่อค้าคนกลางที่รวบรวมรับซื้อไข่ไก่จากหน้าฟาร์มหรือที่ร้านของตนเอง แล้วนำไปจำหน่ายแก่ผู้ซื้อต่อไป
ผู้ค้าปลีกไข่ไก่	หมายถึง	ผู้ที่ดำเนินธุรกิจค้าจำหน่ายไข่ไก่สู่ผู้บริโภค
อุปสงค์ (Demand)	หมายถึง	ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง โดยมีอำนาจซื้อหรือมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการนั้นๆ
อุปทาน (Supply)	หมายถึง	ความต้องการเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ขาย ณ ระดับราคาใดราคาหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่

## บทที่ ๒

### การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ จำเป็นที่จะต้องศึกษา ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีหัวข้อที่จะศึกษาดังต่อไปนี้

๑. ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐)
๒. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)
๓. ทฤษฎีว่าด้วยการแข่งขันโดยเสรี
๔. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า
๕. ทฤษฎีอรรถประโยชน์
๖. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตร
๗. แนวคิดเกี่ยวกับราคาสินค้าเกษตร
๘. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
๙. กรอบแนวคิดของการวิจัย
๑๐. สรุป

### ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐)

#### ๑. ความเป็นมา

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการ การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ การติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้งกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วน ให้ดำเนินการสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยเมื่อวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑ ได้มีราชกิจจานุเบกษาเล่ม ๑๓๕ ตอนที่ ๘๒ ก ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๐ เป็นยุทธศาสตร์ฉบับแรกของประเทศไทยที่ถือได้ว่ามีความสำคัญยิ่งต่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศไทย ความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชน ในอนาคต และจะต้องมีการนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ตามยุทธศาสตร์ (วาระฯ จันทรศร, ๒๕๖๒)



## ๒. วิสัยทัศน์ประเทศไทย

“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อสนองต่อต่อผลประโยชน์แห่งชาติ ประสานสอดคล้องกันด้านความมั่นคงในประชาคมอาเซียนและประชาคมโลกอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี

## ๓. ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และเป้าหมายการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาวที่จะทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศในทุกมิติทุกรูปแบบและทุกระดับ ประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ แต่ละยุทธศาสตร์มีเป้าหมายและประเด็นการพัฒนา ดังนี้ (ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐), ๒๕๖๑)

### แผนภาพที่ ๒ - ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ



ที่มา : สำนักข่าวเอซีนิวส์, ๒๕๖๒

**๓.๑ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง** มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคงปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

**๓.๒ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ

**๓.๒.๑ “ต่อยอดอดีต”** โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้ง ความสำเร็จเปรียบเทียบกับของประเทศในด้านอื่นๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

**๓.๒.๒ “ปรับปรุงจจุบัน”** เพื่อปูทางสู่ออนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต

**๓.๒.๓ “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต”** ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับปรุงแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจจุบัน

**๓.๓ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์** มีเป้าหมายการพัฒนาคนให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่รอบด้านและมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคม และผู้อื่น เป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ ๓ อนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

**๓.๔ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม** มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และความพร้อมของประชากรไทยให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ

**๓.๕ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** มีเป้าหมายการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกัน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

**๓.๖ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ** มีเป้าหมายการพัฒนาเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับ หรือให้บริการ ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย พร้อมทั้งจะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ไข่ไก่เป็นสินค้าพิเศษที่มีผู้นิยมบริโภค มีคุณค่าทางโปรตีนสูง ให้ประโยชน์ในด้านสุขภาพต่อร่างกาย แต่ยังมีประเด็นปัญหาความผันผวนของราคา ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ไม่มีเสถียรภาพ ไข่ไก่จึงถูกจัดเป็นความมั่นคงทางอาหารของประเทศ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ถ้าราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพ เกษตรกรขายได้โดยไม่ขาดทุน ผู้บริโภคได้ซื้อไข่ไก่ในราคาที่เป็นธรรม จะส่งผลให้ประชาชนมีความสุขและสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน อีกทั้ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในเชิงเกษตรปลอดภัยให้ไข่ไก่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเกษตรแปรรูป เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้แก่สินค้า

## แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

### ๑. ความเป็นมา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ซึ่งเมื่อวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๕๙ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๓ ตอนที่ ๑๑๕ ก เป็นแผนที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนการปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ (ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔), ๒๕๕๙ : ๑) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย ๔.๐ ตลอดจนการปฏิรูปประเทศ และได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน

### ๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ มีทั้งหมด ๑๐ ยุทธศาสตร์ โดยมี ๖ ยุทธศาสตร์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และอีก ๔ ยุทธศาสตร์ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

แผนภาพที่ ๒ - ๒ ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ในการพัฒนาประเทศ



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๒

#### ๒.๑ การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้คนไทยมีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล และสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง มีสุขภาวะที่ดีขึ้น คนทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น รวมทั้งสถาบันทางสังคมมีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศเพิ่มขึ้น

**๒.๒ ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม**  
มุ่งลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกัน แก้ไขปัญหาความยากจน เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาครัฐ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง

**๒.๓ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน** เน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ผลผลิตภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น

**๒.๔ ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน** มุ่งเน้นการรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างความมั่นคงด้านน้ำ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพ การสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี การเพิ่มประสิทธิภาพการลดก๊าซเรือนกระจก และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ และลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินที่เกิดจากสาธารณภัย

**๒.๕ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่ง และยั่งยืน** ปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ให้เป็นสถาบันหลัก สังคมมีความสมานฉันท์ ประชาชนมีส่วนร่วมป้องกันแก้ไขปัญหาความมั่นคง ประเทศไทยมีความสัมพันธ์และความร่วมมือด้านความมั่นคงกับนานาประเทศในการป้องกันภัยคุกคาม และรักษาผลประโยชน์ของชาติ

**๒.๖ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ** ปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และการให้บริการของภาครัฐ เพิ่มประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของประเทศ การบริหารจัดการที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ปรับคณะมนตรีการรับรู้การทุจริตให้ดีขึ้น ลดจำนวนการดำเนินคดีกับผู้ได้กระทำความผิด

**๒.๗ ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์** เน้นการลดความเข้มของการใช้พลังงาน และลดต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศ การพัฒนาระบบขนส่งทางรางและทางน้ำ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และการอำนวยความสะดวกทางการค้า การพัฒนาด้านพลังงาน การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล และการพัฒนาด้านสาธารณสุขการ

**๒.๘ ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม** เพิ่มความเข้มแข็งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ และเพิ่มความสามารถในการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

**๒.๙ ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ** เน้นการลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาคและมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมากขึ้น การเพิ่มจำนวนเมืองศูนย์กลางของจังหวัดเป็นเมืองนำอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม และการเพิ่มมูลค่าการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ บริเวณชายแดน

**๒.๑๐ ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา** มุ่งเน้นการมีเครือข่ายเชื่อมโยงตามแนวระเบียงเศรษฐกิจที่ครอบคลุม และใช้ประโยชน์ได้เต็มศักยภาพ เพิ่มระบบห่วงโซ่มูลค่าในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียน เป็นฐานเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนที่สำคัญในอนุภูมิภาคและภูมิภาคในอาเซียนและเอเชีย รวมทั้งพัฒนาส่วนขยายจากแนวระเบียงเศรษฐกิจให้ครอบคลุมภูมิภาคอาเซียน เอเชียตะวันออก และเอเชียใต้ และเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาที่สำคัญในทุกระดับ

การสร้างความสะดวกระหว่างการผลิตไข่ไก่กับความต้องการการบริโภค จะทำให้ไข่ไก่มีราคาเสถียรภาพ ไม่เกิดความผันผวน ยกเว้นมาตรฐานการผลิตไข่ไก่ให้มีคุณภาพ มีตลาดรองรับที่ชัดเจน เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่มีความมั่นคงในอาชีพและมีความเข้มแข็ง สามารถรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ ส่งผลดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ปลูกพืชวัตถุดิบอาหารสัตว์ ผู้ประกอบการแปรรูปไข่ ผู้จำหน่ายไข่ไก่ ตลอดจนผู้บริโภคไปสู่ความยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน

## ทฤษฎีว่าด้วยการแข่งขันโดยเสรี (Free Competition)

ประพจน์ คณาวิทยา (๒๕๔๑ : ๗ – ๑๔) ได้กล่าวถึงหลักการแข่งขันโดยเสรี หรือระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม หรือระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม หรือระบบเศรษฐกิจแบบตลาด เป็นระบบที่เกิดขึ้นมานานแล้ว และเป็นที่ยอมรับของหลายประเทศส่วนมากทางยุโรปตะวันตกและอเมริกา

### ๑. ลักษณะทั่วไปของการแข่งขันโดยเสรี

**๑.๑ กรรมสิทธิ์ทรัพย์สิน** ทุกคนมีสิทธิ์เป็นเจ้าของทรัพย์สินและทรัพยากรได้ตามกฎหมาย บุคคลที่มีกรรมสิทธิ์หรือเป็นเจ้าของทรัพย์สินย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะใช้ หรือแจกจ่ายทรัพย์สินในลักษณะใดก็ได้ ตราบที่ไม่ขัดต่อกฎหมายหรือระเบียบแบบแผน ศีลธรรมอันดี หรือกระทบถึงบุคคลอื่น

**๑.๒ เสรีภาพในธุรกิจ** ประชาชนมีเสรีภาพในการประกอบอาชีพหรือเลือกอาชีพตามความถนัด เพื่อให้ผลตอบแทนแก่ตนมากที่สุด เอกชนมีอิสระในการเลือกวิธีการผลิต และเสนอขายหรือไม่เสนอขายสินค้าที่ตนผลิต ถ้าการกระทำเช่นนั้นไม่ทำความเดือดร้อนให้แก่คนส่วนใหญ่

**๑.๓ ระบบราคา** เป็นตัวควบคุมให้ดำเนินการถูกต้อง เช่น การแก้ปัญหาพื้นฐานเศรษฐกิจ กลไกราคาจะกำหนดว่าควรผลิตสินค้าอะไร ถ้าสินค้าใดมีคนต้องการมากที่สุด ผลิตแล้วขายได้ราคาดี ก็จะเลือกผลิตสินค้านั้น ส่วนจะเลือกผลิตด้วยวิธีใด กลไกราคาจะช่วยตัดสินใจ โดยวิธีที่ผลิตแล้วต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด และการตัดสินใจว่าจะขายให้ผู้ใดกลไกราคาก็จะกำหนดอีกว่า ผู้ที่ให้ราคาดีที่สุดในตลาดก็ควรจะได้รับสินค้านั้น กลไกราคาช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ

**๑.๔ การแข่งขัน** เป็นสิ่งสำคัญที่จะป้องกันการแสวงหากำไรเกินควร เนื่องจากทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพที่จะเข้าหรือออกจากระบบตลาด ถ้าเกิดมีผู้ผลิตรายใดหรือกลุ่มใดคิดจะผูกขาดหรือรวมหัวกันขึ้นราคาสินค้าเพื่อหวังกำไรเกินปกติ ผู้ผลิตรายใหม่ก็จะเข้ามาตั้งกิจการเพื่อผลิตแข่งขัน เพราะเห็นว่าสินค้านั้นขายได้ราคาดี ผลที่สุดเมื่อจำนวนผู้ผลิตของสินค้านั้นมีมาก ปริมาณสินค้าที่เสนอขายในตลาดก็จะมีมากขึ้น เกิดการแย่งกันขาย แย่งกันลดราคา

**๑.๕ รัฐไม่เข้าแทรกแซงทางเศรษฐกิจ** รัฐมีหน้าที่เพียงรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อย และความยุติธรรมระหว่างหน่วยเศรษฐกิจ เพื่อให้เอกชนมั่นใจในการทำธุรกิจต่างๆ

## ๒. ความบกพร่องของการแข่งขันโดยเสรี

หลักการแข่งขันโดยเสรี รัฐบาลจะไม่เข้าไปควบคุมและแทรกแซงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเอกชน ปล่อยให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวและเจริญรุ่งเรือง แต่ความเป็นจริงได้พบความบกพร่องหลายประการ คือ

**๒.๑ การกระจายรายได้ของประชาชนไม่เท่าเทียมกัน** ประชาชนในสังคมต่างมีทรัพย์สินไม่เท่าเทียมกัน ผู้ที่มีทรัพย์สินมากย่อมแสวงหารายได้มากกว่า โอกาสความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของคนในสังคมจึงมีมากขึ้น ซึ่งหากผู้ที่มีทรัพย์สินมากหรือนายทุนเป็นบุคคลที่ขาดจริยธรรมแล้ว โอกาสที่นายทุนจะเอารัดเอาเปรียบผู้อื่นย่อมมีมาก เพราะมักจะคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและกำไร ลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความระส่ำระสายทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จึงมีผลทำให้เศรษฐกิจต้องเสื่อมลง

**๒.๒ บางสถานการณ์ไม่สามารถจะนำมาใช้แก้ไขได้** ในภาวะฉุกเฉินหรือภาวะสงคราม หากรัฐบาลปล่อยให้เอกชนดำเนินการโดยเสรี สถานการณ์ทางเศรษฐกิจอาจจะเลวลงกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ประเทศอังกฤษในสมัยสงครามโลกครั้งที่ ๑ รัฐบาลต้องแทรกแซงเศรษฐกิจของเอกชน เพราะกลไกราคาใช้ไม่ได้ผล ทำให้เกิดความขาดแคลนสินค้าและบริการต่างๆ จนต้องมีการปันส่วนสินค้าและบริการต่างๆ

**๒.๓ การรวมตัวของผู้ผลิต** หากมีผู้ผลิตสินค้าและบริการน้อยราย โอกาสที่จะรวมตัวกันเพื่อผูกขาดย่อมเป็นไปได้ง่าย เพราะรัฐบาลไม่สามารถจะเข้ามาแทรกแซงกิจการทางเศรษฐกิจ ผลเสียจะตกกับผู้บริโภคและผู้ใช้แรงงาน โดยการขึ้นราคาสินค้าให้สูงและกดค่าจ้าง ค่าแรงงาน ให้ต่ำลง

เมื่อปี ๒๕๕๓ ประเทศไทยได้มีการเปิดนำเข้าไก่ไข่เสรี ส่งผลให้มีการขยายการเลี้ยงไก่ไข่เพิ่มขึ้น ผลผลิตไข่ไก่ออกสู่ตลาดมากอย่างต่อเนื่อง ทำให้ราคาตกต่ำ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วประเทศต้องประสบกับภาวะขาดทุนมาตลอด แม้เกษตรกรจะพยายามแก้ปัญหาตนเอง ด้วยการปรับลดการผลิตหรือปลดแม่ไก่ยืนกรงให้เร็วขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถดึงระดับราคาให้สูงขึ้นได้ เพราะจำนวนแม่ไก่ยืนกรงที่มีมาก

## ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า (Trade Competition)

ศักดา ธนิตกุล (๒๕๕๓ : ๕๑ - ๖๒) ระบุว่า มีสำนักทางความคิดเกี่ยวกับเรื่องการแข่งขันทางการค้าที่สำคัญอยู่ ๓ สำนัก คือ สำนักความคิดพหุนิยม สำนักความคิดเสรีนิยม และสำนักความคิดเสรีนิยมใหม่ โดยคณาจารย์ต่างๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น หรือสหภาพยุโรป จะเขียนหนังสือเกี่ยวกับกฎหมายป้องกันการผูกขาดและการแข่งขันทางการค้า โดยนำแนวความคิดของทุกสำนักข้างต้นมาเขียนรวมกัน

### ๑. สำนักความคิดพหุนิยม

สาระสำคัญทางความคิดของสำนักนี้เคยมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในอดีต มีบทบาทต่อกฎหมายป้องกันการผูกขาดและการแข่งขันทางการค้าอย่างมาก คือ เป็นโครงสร้างในกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และของไทยบางส่วน แนวคิดนี้ได้ถูกนักวิชาการหลายคนนำไปพัฒนาต่อ จนได้รับการยอมรับในวงกว้าง มีกรอบความคิดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาด ดังนี้

**๑.๑ ผลการดำเนินงานของตลาด** ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขาย ราคาสินค้าหรือบริการ การกำหนดราคา แผนโฆษณา โครงสร้างตลาดขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐาน และรวมถึงกฎหมายทั่วไปที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติ

**๑.๒ พฤติกรรมและโครงสร้างของตลาดสามารถถูกแทรกแซงได้โดยรัฐ** จากการใช้ภาษี การอุดหนุนโดยรัฐ การให้ข้อมูล การควบคุมราคา การแทรกแซงโดยกฎหมายต่างๆ เช่น กฎหมายโทรคมนาคม การลดอัตราภาษีศุลกากรขาเข้า และการออกกฎหมายป้องกันการผูกขาด เป็นการกำหนดไม่ให้เกิดการเปลี่ยนโครงสร้างตลาดให้มีการแข่งขัน เพื่อแก้พฤติกรรมตลาดให้ดีขึ้น

**๑.๓ การแข่งขันในความจริงนั้นไม่สมบูรณ์และมีผู้ขายไม่กี่ราย** ควรให้ตลาดมีการแข่งขันกันให้มากที่สุด เพราะพฤติกรรมของผู้ซื้อผู้ขายเป็นตัวกำหนดโครงสร้างตลาด การพิจารณาว่าตลาดมีการแข่งขันกันหรือไม่ ดูจากพฤติกรรมของผู้ขายว่ามีการแข่งขันกันหรือไม่

**๑.๔ การจำกัดอำนาจของผู้ขายที่มีอิทธิพล** ก่อและขึ้นทำให้เกิดระบบตลาดที่มีการแข่งขัน ให้โครงสร้างทางอุตสาหกรรมและการดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพ และให้การเข้าสู่ตลาดของผู้ขายรายใหม่และการแข่งขันมีความเป็นธรรม ผู้ซื้อที่มีความหลากหลายในการบริโภคจากราคา คุณภาพบริการ และคงไว้ซึ่งกลไกของการแข่งขันในตลาด การที่รัฐจะมีนโยบายใดๆ ก็จะมีผลกระทบต่อสภาพและโครงสร้างการแข่งขันในตลาด ซึ่งจะเป็ปัจจัยให้การแข่งขันในตลาดลดลงอย่างมากได้

**๑.๕ เน้นโครงสร้างตลาดมากกว่าพฤติกรรมของผู้ขาย** เศรษฐกิจเกิดมาจากโครงสร้างตลาด เน้นปรับปรุงผู้ขายที่มีอำนาจเหนือตลาดให้มีขนาดของกิจการที่เล็กลง หรือควบคุมทางอ้อมไม่ให้ผู้ขายใช้อำนาจ เพราะเห็นว่าอำนาจเหนือตลาดผิดกฎหมายและเป็นภัย

## ๒. สำนักความคิดเสรีนิยม

สาระสำคัญทางความคิดของสำนักนี้ ผู้ขายรายเล็กไม่ควรได้รับการปกป้อง ควรเน้นที่ประสิทธิภาพของตลาด หากผู้ขายใดไม่มีประสิทธิภาพก็ต้องออกจากตลาดไป การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพควรถูกกำหนดโดยกลไกของตลาดให้เป็นไปตามแรงของเศรษฐกิจ สำนักนี้เชื่อว่าการแข่งขันมีในตลาดส่วนใหญ่อยู่แล้ว แม้จะเป็นตลาดที่มีผู้แข่งขันน้อยรายก็ตาม และการปรับตัวให้เหมาะสมย่อมมีในตลาดที่มีการผูกขาดอยู่แล้ว ดังนั้น แม้รัฐไม่เข้ามาแทรกแซงตลาดก็มีประสิทธิภาพได้อยู่แล้ว ระดับสวัสดิการของสังคมหรือผู้ซื้อจะถูกกำหนดโดยประสิทธิภาพ เมื่อไม่มีการแทรกแซงก็จะเกิดตลาดแข่งขันสมบูรณ์ สำนักนี้ไม่เห็นชอบการที่จะให้รัฐเข้ามาแทรกแซงโครงสร้างตลาด เพราะเชื่อว่าจะเป็นเหตุให้ไม่มีประสิทธิภาพ และยังเป็นการลดสวัสดิการโดยรวมอีกด้วย และมองว่ากฎเกณฑ์ที่รัฐสร้างขึ้นเป็นตัวขัดขวางการเข้าสู่ตลาดของผู้ขาย ผู้ขายย่อมแสวงหากำไรสูงสุดให้ธุรกิจของตนจากการเข้าสู่ตลาด และการกำจัดคู่แข่ง โดยหลักการจึงไม่ควรถูกควบคุมหรือการแทรกแซงมีให้น้อยที่สุด

## ๓. สำนักความคิดเสรีนิยมสมัยใหม่

เป็นแนวคิดที่มีบทบาทในการวินิจฉัยคดีป้องกันการผูกขาดหลายคดี ได้รับอิทธิพลเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับองค์กรอุตสาหกรรมใหม่ มีรากฐานจากทฤษฎีเกมส์ เน้นที่พฤติกรรมกลยุทธ์ของผู้ขายในโครงสร้างต่างกัน จุดคิดอยู่ที่ผลทางเศรษฐกิจของพฤติกรรมทางธุรกิจในระยะไกล บางครั้งมีแนวคิดตรงข้ามกับสำนักความคิดเสรีนิยม ผู้ขายใช้วิธีกีดกันไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด เช่น การตั้งราคาเพื่อกำจัดคู่แข่ง ซึ่งแนวทางนี้สำนักเห็นว่า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นสิ่งที่ไม่มีเหตุผล อย่างไรก็ตาม

ก็ตามการพิจารณาผลกระทบทางเศรษฐกิจเกี่ยวกับการควบรวมกิจการ ผู้บังคับใช้กฎหมายยังคงพิจารณาจากการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพของสำนักความคิดเสรีนิยมอยู่

สำหรับการแข่งขันในตลาดไข่ไก่ ประกอบไปด้วยผู้เล่นรายใหญ่จำนวนน้อยรายที่มีส่วนแบ่งตลาดจำนวนมาก ทำให้การผลิตหรือยุทธศาสตร์ทางการตลาดของผู้ผลิตรายใหญ่ สามารถส่งผลกระทบต่อราคาไข่ไก่ในตลาดได้ ในขณะที่เกษตรกรรายย่อยจำนวนมากมีส่วนแบ่งในตลาดน้อยและเป็นเพียงผู้รับราคา (price taker) ในตลาดไข่ไก่เท่านั้น

## ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory)

กิตติพัฒน์ แสงภักดีโยธิน (๒๕๕๔ : ๑๔ – ๑๖) ได้กล่าวถึงทฤษฎีอรรถประโยชน์เป็นปรัชญาเชิงจริยธรรมที่เชื่อว่าสิ่งที่จะถือว่าเป็นความดีหรือความชั่วอันแท้จริง อยู่ที่ว่าสิ่งนั้นสร้างความทุกข์หรือความสุขแก่มนุษย์ ความสุขก็คือบรรดาความพึงพอใจทั้งหมด ดังนั้น หัวใจของอรรถประโยชน์ก็คือความสุข

### ๑. สารสำคัญของหลักอรรถประโยชน์

อรรถประโยชน์เป็นความพอใจของผู้บริโภค ที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ ชนิดใดชนิดหนึ่งภายใต้งบประมาณที่มีจำกัดเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด ซึ่งเป็นการวัดที่เป็นนามธรรม อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับมากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าและบริการนั้น ในการบำบัดความต้องการแต่ละคน

### ๒. คุณสมบัติของสินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์

๒.๑ อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ จะมากหรือน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภคแต่ละคน ดังนั้น ในการบริโภคสินค้าและบริการชนิดเดียวกัน อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคแต่ละคนจะได้อาจจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นจะแตกต่างกัน

๒.๒ ผู้บริโภคต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่งมากกว่าอีกอย่างหนึ่ง ย่อมอธิบายว่าสินค้าที่เขาต้องการบริโภคมากกว่านั้น ให้อรรถประโยชน์แก่เขามากกว่าสินค้าอีกอย่างหนึ่ง

๒.๓ สินค้าและบริการที่ให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภค ไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติดังนั้น สินค้าประเภทยาเสพติดและผิดกฎหมาย เช่น เฮโรอีน กัญชา หรือยาบ้า และสินค้าที่เป็นพวกอบายมุข เช่น อาบอบนวด และสุรา จึงเป็นสินค้าที่มีอรรถประโยชน์แก่กลุ่มที่พอใจบริโภคสินค้านี้ดังกล่าว ไม่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม กฎหมาย หรือประโยชน์ด้านสุขภาพแต่อย่างใด

### ๓. การวัดอรรถประโยชน์

ในการวัดอรรถประโยชน์สามารถทำได้ด้วยกัน ๒ ทาง คือ

๓.๑ การวัดตัวเลขที่แน่นอน บอกได้ว่าความพอใจที่มีต่อสินค้าแตกต่างกันเท่าใด โดยเปรียบเทียบเชิงตัวเลข การวัดจะกระทำได้เมื่อเงื่อนไข ๒ อย่าง โดยเงื่อนไขสำหรับผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง สามารถรวมความพอใจที่มีต่อสินค้าแต่ละอย่างได้ เงื่อนไขที่ ๒ คือ สามารถเปรียบเทียบระดับความพอใจต่อสินค้าของแต่ละคนได้ โดยมีสมมติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีรสนิยมเช่นเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

๓.๒ การวัดความพอใจเป็นลำดับมากขึ้น วัดลำดับจากความชอบที่มีต่อสินค้าว่าชอบอันไหนมากกว่ากัน แต่ไม่ได้วัดว่ามากหรือน้อยกว่ากันเท่าใด เพราะความพอใจเป็นเรื่องของจิตใจของแต่ละบุคคล ไม่อาจวัดออกมาเป็นปริมาณที่แน่นอนได้ เพียงแต่รู้ว่าชอบอะไรมากกว่ากันเท่านั้น



#### ๔. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออรรถประโยชน์ของผู้บริโภค

วันดี หิรัญสถาพร (๒๕๖๐) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออรรถประโยชน์ คือ

**๔.๑ รายได้ของผู้บริโภคหรือราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง** ส่งผลให้อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าเปลี่ยนแปลง เช่น ผู้บริโภคมีรายได้ ๕๐ บาท มีสินค้าให้เลือก ๒ ชนิด คือน้ำอัดลมราคา ๒๐ บาท และลูกชิ้น ๑๐ บาท ถ้าผู้บริโภคซื้อน้ำอัดลม ๑ กระป๋อง จะซื้อลูกชิ้นได้ ๓ ไม้

**๔.๒ รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงขณะที่ราคาสินค้าเท่าเดิม** เช่น รายได้เพิ่มเป็น ๘๐ บาท เขาอาจจะบริโภคน้ำอัดลม ๒ กระป๋อง และลูกชิ้น ๔ ไม้ นั่นคือเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

**๔.๓ ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงขณะที่รายได้เท่าเดิม** เช่น ลูกชิ้นราคาลดลงเหลือไม้ละ ๖ บาท เขาอาจจะบริโภคน้ำอัดลม ๑ กระป๋อง และลูกชิ้น ๕ ไม้ นั่นคือเมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าได้มากขึ้น

ความพอใจที่บุคคลได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือพฤติกรรมบริโภค เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ในสินค้าและบริการ คนไทยยังมีการบริโภคไข่ไก่ในอัตราต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับชาติอื่น แม้ว่าไข่ไก่จะมีราคาถูก สาเหตุดังกล่าวเกิดจากปัจจัยหลายด้านรวมทั้งความเข้าใจผิดว่าการบริโภคไข่ไก่เป็นอาหารอาจเป็นสาเหตุให้เกิดโรคบางประเภท

### แนวคิดเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตร

#### ๑. ตลาดทางเศรษฐศาสตร์

กิตติพัฒน์ แสงภักดิ์โยธิน (๒๕๕๔ : ๒๑) ให้ความหมายของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ กลุ่มของหน่วยผลิตซึ่งแต่ละหน่วยเสนอขายสินค้าที่ใช้ทดแทนกันแก่ผู้ซื้อกลุ่มเดียวกัน ตลาดประกอบด้วยบุคคลสองฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขาย และสินค้าที่นำมาซื้อขายกันในตลาด ในทางเศรษฐศาสตร์คำว่าตลาดไม่ได้หมายถึงสถานที่ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันเท่านั้น ยังรวมถึงการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการให้แก่กัน แม้อยู่ห่างกันคนละประเทศ ตลอดจนหมายถึงสภาวะของราคาสินค้าและของตลาด

#### ๒. การกำหนดราคาและผลผลิตในตลาด

วันดี หิรัญสถาพร (๒๕๖๐) ได้กล่าวถึงการกำหนดราคาและผลผลิตในตลาด โดยได้แบ่งตลาดออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ การแบ่งประเภทของตลาดพิจารณาจากลักษณะและเงื่อนไข คือ จำนวนผู้ผลิต หรือผู้ขาย ความยากง่ายในการหาสินค้าอื่นมาทดแทน และความยากง่ายในการเข้าออกจากการผลิต

**๒.๑ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์** เป็นตลาดที่ราคาสินค้าเกิดจากแรงผลักดันของอุปสงค์และอุปทานโดยแท้ ไม่มีสิ่งใดมากดดันหรือกีดกัน ลักษณะที่สำคัญของตลาด คือ

**๒.๑.๑ มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากแข่งขันกันในตลาด** ผู้ผลิตแต่ละรายเป็นผู้ผลิตรายย่อย ไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้า ขายสินค้าตามราคาตลาดหรือเป็นผู้รับราคา การเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายจึงไม่ส่งผลกระทบต่อตลาด ในทำนองเดียวกัน ผู้บริโภคแต่ละรายก็เป็นเพียงผู้ซื้อรายเล็ก เมื่อเทียบกับผู้บริโภคทั้งตลาด จึงไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้า และต้องยอมรับราคาที่ตลาดกำหนดขึ้น

**๒.๑.๒ สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะและคุณภาพใกล้เคียงกันมาก** สามารถใช้แทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ราคาสินค้าจึงมีเพียงราคาเดียว ถ้าผู้ผลิตรายใดเพิ่มราคาสินค้า ผู้บริโภคจะไปซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นแทน สิ่งที่มีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจของผู้ซื้อ คือ ราคาเท่านั้น

**๒.๑.๓ ผู้ผลิตสามารถเข้าหรือออกจากตลาดได้อย่างเสรี** ไม่มีข้อจำกัด ปราศจากเครื่องกีดขวางในการประกอบธุรกิจใหม่ ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น กำไรที่เพิ่มขึ้นจะเป็นแรงจูงใจให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาด ถ้าราคาสินค้าลดลงจนทำให้ผู้ผลิตขาดทุน ผู้ผลิตบางรายอาจเลิกกิจการและออกจากตลาด

**๒.๑.๔ สินค้าสามารถโยกย้ายได้เต็มที่** สินค้าสามารถเคลื่อนย้ายไปยังที่ต่างๆ ได้สะดวก ไม่เสียค่าใช้จ่ายมาก จึงไม่ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า

**๒.๑.๕ ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้สถานการณ์ของตลาดอย่างสมบูรณ์** ต้องติดตามเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในตลาดตลอดเวลา ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น จะได้ทราบทันทีและปฏิบัติได้ถูกต้อง ทั้งในเรื่องราคาสินค้าคุณภาพของสินค้า

**๒.๑.๖ ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยอิสระ** ไม่มีข้อตกลงพิเศษหรือสัญญาระหว่างผู้ซื้อ เพื่อปฏิบัติต่อผู้ขายหรือระหว่างผู้ขายปฏิบัติต่อผู้ซื้อ

ตลาดที่มีลักษณะครบถ้วนตามข้อสมมติข้างต้นนี้ เป็นตลาดในอุดมคติซึ่งเป็นไปได้ยากมาก มีเพียงสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงเท่านั้น ได้แก่ ตลาดหุ้น ตลาดผลผลิตการเกษตรบางอย่าง เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง เป็นต้น ตลาดนี้ถือเป็นแบบจำลองที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของสภาพตลาด มีสภาพเป็นกลาง ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเกินไป และสามารถนำไปใช้กับกรณีทั่วไปได้

**๒.๒ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์** ตลาดในความเป็นจริงเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ เนื่องจากจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดมีจำนวนไม่มากพอ จึงอาจทำให้เกิดอิทธิพลเหนือราคาสินค้า ความพยายามของผู้ผลิตสินค้าแต่ละยี่ห้อ โฆษณาชี้ชวนให้เห็นว่าสินค้าของตนเหนือกว่าสินค้านี่ห้ออื่น เป็นผลให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าสินค้าแต่ละยี่ห้อต่างกัน ประเภทของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์พิจารณาจากจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายเป็นเกณฑ์ แบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภท คือ

**๒.๒.๑ ตลาดผูกขาด** เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตเพียงรายเดียว สินค้าในตลาดหาสินค้าอื่นทดแทนได้ยาก ผู้บริโภคไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาใช้แทนสินค้าของผู้ผูกขาด ผู้ผลิตรายเดิมสามารถกีดกันผู้ผลิตรายอื่นในการเข้าสู่ตลาด อาจเกิดจากรัฐบาลให้สัมปทาน ได้ลิขสิทธิ์จากรัฐบาล หรือสิทธิผูกขาด รวมถึงรัฐเป็นผู้ผูกขาดเอง เช่น ขสมก. โรงงานยาสูบ และรถไฟฟ้ามหานคร เป็นต้น นอกจากนี้ อาจเกิดจากสภาพของธรรมชาติธุรกิจ ธุรกิจที่ลงทุนจำนวนมากจนรายอื่น ไม่สามารถลงทุนได้ ราคาสินค้าในตลาดผูกขาดจะสูงกว่า ขณะที่ปริมาณสินค้าที่เสนอขายจะน้อยกว่าตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ตลาดผูกขาดแบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ การผูกขาดที่ไม่มี การควบคุม และการผูกขาดที่รัฐบาลควบคุม โดยทั่วไปผู้ผลิตในตลาดผูกขาดมักจะได้รับกำไรเกินปกติ ถ้าผู้ผลิตกำหนดราคาจนทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน รัฐบาลอาจเข้าควบคุมการผูกขาด โดยการกำหนดราคายุติธรรม

**๒.๒.๒ ตลาดผู้ขายน้อยราย** คือ ตลาดที่มีผู้ขายตั้งแต่ ๒ รายขึ้นไป แต่มีไม่มากพอที่จะทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาขายในตลาด ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตแต่ละรายค่อนข้างสูง เมื่อผู้ผลิตรายหนึ่งเปลี่ยนแปลงราคาและจำนวนผลผลิต จะส่งผลกระทบต่อ

ต่อผู้ผลิตรายอื่นที่อยู่ในตลาดเดียวกัน ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมหนัก เช่น ซีเมนต์ รถยนต์ เหล็กกล้า เครื่องจักร ผู้ผลิตในตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายไม่นิยมแข่งขันกันในด้านราคา แต่จะแข่งขันกันในด้านคุณภาพของสินค้าและการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากการลดราคาสินค้าไม่ช่วยให้สามารถขายสินค้าเพิ่มขึ้นได้มาก เพราะคู่แข่งอื่นสามารถโต้ตอบการลดราคาได้ทันที

**๒.๒.๓ ตลาดกึ่งแข่งขัน กึ่งผูกขาด** ลักษณะหลายประการเหมือนตลาดที่มีการแข่งขันจริง คือ จำนวนผู้ผลิตค่อนข้างมากแต่น้อยกว่าตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตแต่ละรายไม่มาก การเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อตลาด สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันในความรู้สึกของผู้บริโภค ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้าแข่งขันในตลาดได้ ผู้ผลิตแต่ละรายมีอำนาจผูกขาดอยู่บ้างในสินค้าของตน ยิ่งผู้ผลิตสามารถทำให้สินค้าแตกต่างจากของผู้ผลิตอื่นได้มากเพียงไร อำนาจผูกขาดก็มีมากขึ้นเท่านั้น

ตารางที่ ๒ - ๑ การเปรียบเทียบลักษณะและโครงสร้างของตลาดแต่ละประเภท

ลักษณะแข่งขัน	ตลาดแข่งขันสมบูรณ์	ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด	ตลาดผู้ขายน้อยราย		ตลาดผูกขาด
			สินค้าเหมือนกัน	สินค้าแตกต่างกัน	
ตัวอย่างสินค้า	ไม่มี แต่ที่ใกล้เคียงคือสินค้าเกษตร เช่น ข้าว ผลไม้ปลา ไข่ไก่	สินค้าทั่วไป เช่น สบู่ ผงซักฟอก เสื้อผ้า แวนดา	สินคาราคาถูกไม่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ เช่น น้ำอัดลม สังกะสี ปูนซีเมนต์ น้ำมัน	สินคาราคาแพงต้องใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ เช่น เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ คอมพิวเตอร์	กิจการที่เป็นสาธารณูปโภค เช่น โทรศัพท์ น้ำ ไฟ สลากกินแบ่ง รถไฟ รถเมล์
จำนวนผู้ผลิต	ผู้ผลิตมีจำนวนมาก (ทุกรายเป็นรายย่อย)	ผู้ผลิตมีจำนวนมาก	ผู้ผลิตมีจำนวน ๒ - ๓ ราย		ผู้ผลิตมีเพียง ๑ ราย
ลักษณะสินค้าในสายตาของผู้บริโภค	ผลิตสินค้าเหมือนกันทุกประการ	สินค้าแตกต่างกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	สินค้าเหมือนกันใช้แทนกันได้ดี	สินค้าแตกต่างกันใช้แทนกันได้ยาก	สินค้าไม่เหมือนใครหายากและใช้แทนกันไม่ได้
อำนาจการตั้งราคา	ไม่มี ต้องกำหนดราคาตามตลาด ถ้ากำหนดราคาสูงกว่าตลาดจะขายไม่ได้เลย	มีอยู่พอสมควร ถ้าตั้งราคาสูงกว่าของคู่แข่งมากไป จะเสี่ยงกับการสูญเสียลูกค้า	มีอยู่บ้าง โดยรวมหัวกันตั้งราคา หรือตั้งราคาตามผู้นำ	มีอยู่บ้าง แต่ควรสอดคล้องกับราคาของคู่แข่ง	มีอำนาจเต็มที่เพราะขาดคู่แข่งหรือรัฐบาลควบคุมราคา
การส่งเสริมการขาย	ไม่มีความจำเป็นต้องจูงใจผู้ซื้อด้วยการโฆษณาหรือส่งเสริมการขาย	เพิ่มการจำหน่าย นิยมใช้วิธีการโฆษณาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้ามากกว่าการลดราคา	เพิ่มการจำหน่าย ใช้วิธีการโฆษณาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าแทนการลดราคา	เพิ่มการจำหน่าย ใช้วิธีการโฆษณาและพัฒนาคุณภาพของสินค้าแทนการลดราคา	เพิ่มการจำหน่ายโดยไม่ลดราคา ด้วยการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือโฆษณา
การตั้งหรือเลิกกิจการกระทำได้	เสรี	เสรี	ถูกกีดกัน		ไม่เสรี
ระดับราคาสินค้า	ต่ำกว่าตลาดแบบอื่นๆ	สูงกว่าตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์	สูงกว่าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด	สูงกว่าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด	สูงกว่าตลาดแบบใดๆ
กำไร ณ ระดับผลผลิต	กำไรเกินปกติ จะหมดในระยะยาว	ในระยะยาว จะมีกำไรปกติ	มีกำไรเกินปกติในระยะยาว	มีกำไรเกินปกติในระยะยาว	มีกำไรเกินปกติในระยะยาว

ที่มา : วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, ๒๕๕๑

### ๓. ขอบเขตทางการตลาด (The Scope of Marketing)

จิระเสกข์ (๒๕๕๔) กล่าวว่า การตลาด คือ งานที่เกี่ยวข้องในการสร้าง การส่งเสริม และการส่งสินค้าและบริการไปถึงผู้บริโภคและองค์กร การตลาดที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ประกอบด้วย ๑๐ อย่าง คือ

**๓.๑ สินค้า (Goods)** หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, ๒๕๕๖ : ๓๕๐) ซึ่งหลายประเทศมีความพยายามในผลิตและการตลาดจำนวนมาก เช่น อาหารสด อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง รถตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องจักร และสินค้าสมัยใหม่ เช่น สินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**๓.๒ บริการ (Services)** หมายถึง กิจกรรมที่เน้นไปที่การผลิตการบริการ ได้แก่ การทำงานในสายการบิน บริษัทรถเช่า ช่างเสริมสวย ช่างซ่อมและบำรุงรักษา ตลาดหลายแห่งมีการเสนอทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น ที่ร้านอาหารจานด่วน ผู้บริโภคได้ทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ

**๓.๓ เหตุการณ์ (Events)** หมายถึง นักการตลาดจะทำการส่งเสริมการตลาดโดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เช่น ช่วงที่มีการแข่งขันกีฬา วันครบรอบในการตั้งบริษัท หรือมีงานแสดงสินค้าใหญ่ เป็นต้น (Kotler, 2003 : 7) สิ่งเหล่านี้วางแผนจะต้องทำรายละเอียดของเหตุการณ์เพื่อให้แน่ใจว่าเหตุการณ์เหล่านี้จะทำให้มีความสมบูรณ์แบบที่สุด

**๓.๔ ประสบการณ์ (Experiences)** หมายถึง การประสานหลายสิ่งของบริการและผลิตภัณฑ์ องค์กรสามารถสร้างละครและประสบการณ์ทางการตลาด เช่น วอลดิสเนียนีย์ ใช้ตลาดประสบการณ์ผู้บริโภคมาใช้บริการในเรือต่อสู้อ หรือบ้านผีสิง เป็นต้น

**๓.๕ บุคคล (Persons)** หมายถึง การตลาดที่อาศัยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่จะสร้างความสัมพันธ์ต่อสาธารณชน ดารา นักดนตรี ผู้บริหาร และอาชีพอื่นที่สามารถใช้การตลาดชื่อเสียง

**๓.๖ สถานที่ (Place)** หมายถึง เมือง รัฐ ภูมิภาค และชาติทั้งหมดซึ่งจะต้องมีการแข่งขันกันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรม บริษัทที่มาตั้งสำนักงานใหม่ และผู้ที่มาอยู่อาศัยใหม่ๆ (Kotler, 2003 : 7) เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม สถานที่ที่เป็นฮับทางสุขภาพ การขนส่ง การเงิน เป็นต้น

**๓.๗ หลักทรัพย์ (Properties)** หมายถึง เป็นสิทธิซึ่งไม่มีตัวตนที่แสดงความเป็นเจ้าของในทรัพย์สินประเภทอสังหาริมทรัพย์ เช่น ที่ดิน หุ่น หรือพันธบัตรซึ่งสามารถซื้อหรือขายได้ตามความต้องการทางการตลาด (Kotler, 2003 : 7) หลักทรัพย์ที่เป็นนามธรรมที่มีสิทธิทั้งในหลักทรัพย์จริง เช่น อสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

**๓.๘ องค์กร (Organizations)** หมายถึง องค์กรที่ต้องทำงานให้เกิดผล เกิดความแข็งแกร่ง ความพอใจ และความเป็นหนึ่งเดียวในใจของกลุ่มเป้าหมายของตลาด ทุกองค์กรก็มีการใช้การตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์สำหรับผู้บริโภคหรือผู้บริจาคทุนด้วย

**๓.๙ ข้อมูล (Information)** หมายถึง ข้อมูลที่สร้างขึ้นมาและทำการตลาดในรูปของผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ในการสร้างและกระจายข้อมูลเรื่องค่าเล่าเรียนให้กับพ่อแม่ นักศึกษาและชุมชน หรือแม้กระทั่งในหน่วยงานอื่นๆ

**๓.๑๐ ความคิด (Ideas)** หมายถึง ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจมองเห็นช่องทางหรือความเป็นไปได้ที่จะนำเสนอเข้าสู่ตลาด (Kotler, 2003 : 7) โดยตลาดต้องเสนอความคิดพื้นฐาน

## ๔. ความหมายและลักษณะของตลาดสินค้าเกษตร

**๔.๑ ความหมายของสินค้าเกษตร** มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (๒๕๔๓ : ๕๓ - ๕๖) ให้ความหมายของคำว่าตลาดอย่างกว้าง ไม่ว่าจะป็นสินค้าเกษตรกรรมหรือสินค้าอุตสาหกรรม และอาจหมายถึงปริมาณที่ซื้อขาย หรือภาวะราคา อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ที่ถูกต้อง ตลาดจึงหมายถึง พื้นที่ หรืออาณาเขตที่ผู้ซื้อหรือผู้ขายพบกัน ทั้งจากการพบปะกันหรือการ ติดต่อกันในทางอื่นเพื่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนและการกำหนดราคาสินค้าที่ซื้อขายกัน

**๔.๒ ลักษณะของสินค้าเกษตร** เนื่องจากผู้บริโภคมีลักษณะความต้องการต่างกัน การตลาดจำเป็นต้องดำเนินไปเพื่อสนองความต้องการผู้บริโภคในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ

๔.๒.๑ เพื่อตอบสนองความต้องการตามเวลา การตลาดจำเป็นต้องทำหน้าที่ เก็บรักษาไว้รอขายในเวลาของผู้บริโภคต้องการ กิจกรรมคือ เก็บรักษาไว้ในโกดังสินค้าเพื่อรอการจำหน่าย

๔.๒.๒ เพื่อตอบสนองความต้องการตามสถานที่ ผู้บริโภคต้องการความสะดวก ที่จะซื้อสินค้า ผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกลไม่สามารถซื้อสินค้าในแหล่งผลิตได้ แต่ต้องการสินค้าและยินดีจะจ่าย การตลาดจึงต้องมีกิจกรรมการรวบรวมสินค้าและขนส่งสินค้าไปจำหน่ายตามสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ

๔.๒.๓ เพื่อตอบสนองความต้องการตามรูปลักษณะ เช่น สินค้าที่ยังไม่ได้ แปรรูป สินค้าที่แปรรูปแล้ว สินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อในลักษณะพิเศษ สินค้าที่ไม่บรรจุหีบห่อ กิจกรรม ทางการตลาด การแปรรูป การบรรจุหีบห่อ รวมทั้งการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคพอใจและยินดีจ่ายเงิน

๔.๒.๔ เพื่อตอบสนองความต้องการบริการที่ทำให้สินค้าเปลี่ยนมือ กิจกรรม ให้บริการในการซื้อขาย เช่น ตัวแทน นายหน้า เอเยนต์ เป็นต้น คอยตอบสนองหรือให้บริการเพื่อการ เปลี่ยนมือสินค้า โดยที่ผู้ซื้อผู้ขายไม่ต้องดำเนินการแต่ยินดีจะจ่ายค่าบริการจากการบริการซื้อขายดังกล่าว

โดยหลักแล้ว กิจกรรมทางการตลาดสินค้าเกษตรไม่ได้แตกต่างไปจากกิจกรรม ทางการตลาดสินค้าประเภทอื่น แต่ปัญหาและลักษณะการดำเนินการอาจมีจำเพาะสินค้า นอกจากนั้น กิจกรรมทางการตลาดเกษตรมิได้ครอบคลุมเฉพาะผลิตผลทางการเกษตร แต่รวมถึงการตลาดในปัจจุบัน การผลิต เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช และเครื่องมือทางการเกษตรอีกด้วย

## ๕. ลักษณะการตลาดสินค้าเกษตร

ไพฑูรย์ รอดวินิจ (๒๕๓๗ : ๑๒ - ๑๓) กล่าวว่าประเด็นสำคัญของการตลาด คือ การนำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคตามที่ต้องการ ดังนั้น การตลาดถือว่าการผลิตลักษณะ หนึ่ง เพราะได้สร้างประโยชน์เพิ่มให้กับตัวสินค้า ทั้งในด้านเวลา รูปร่าง สถานที่ และการครอบครอง

**๕.๑ สินค้าอุตสาหกรรม** มีผู้ผลิตจำนวนน้อยราย สามารถควบคุมการผลิต ทั้งปริมาณ รูปร่าง ลักษณะ และคุณภาพของสินค้า การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมจึงตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคได้เกือบสมบูรณ์ สิ่งที่บ่งชี้ความแตกต่าง เช่น การบรรจุหีบห่อ เครื่องหมายทางการค้า ปกติแล้วหน่วยธุรกิจจะดำเนินงานด้านการตลาดควบคู่ไปด้วย เป็นแบบการรวมธุรกิจหลายอย่าง

**๕.๒ สินค้าเกษตร** ประกอบด้วยหน่วยธุรกิจที่ทำหน้าที่การผลิต หรือเป็น ผู้ผลิตรายเล็กจำนวนมาก ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยธรรมชาติเป็นสำคัญ การตลาดสินค้าเกษตรเป็นเรื่องความไม่แน่นอนและไม่สมดุล การตัดสินใจอาศัยกลไกของราคาเป็นสำคัญ เน้นการทำหน้าที่หรือกิจกรรมการตลาด ทำให้สินค้าเคลื่อนจากมือผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคตามที่ต้องการ

ตารางที่ ๒ - ๒ ความแตกต่างของสินค้าเกษตรกับสินค้าอุตสาหกรรม

ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	ตลาดสินค้าเกษตร
สามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณการผลิต	ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณได้เนื่องจากต้องอาศัยปัจจัยและข้อจำกัดทางธรรมชาติ
โดยส่วนใหญ่มีทำเลในแหล่งเดียวกันมีการรวมกลุ่มเป็นนิคมอุตสาหกรรมเพื่อการสนับสนุนของภาครัฐและอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ	ผู้ผลิตคือเกษตรกรส่วนใหญ่มีการผลิตกระจายอยู่ทั่วประเทศ
มีระบบการวางแผนการผลิตและการตลาดภายใต้การจัดการในหน่วยงานหรือในรูปองค์กร	การจัดการส่วนใหญ่ของผู้ผลิตในตลาดแยกกันโดยสิ้นเชิงทำให้การประกอบการมีข้อเสียเปรียบด้านต้นทุน
มีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างของสินค้าอย่างชัดเจนและมักมีแบรนด์ในสินค้านั้นๆ	ลักษณะกายภาพที่มีความแตกต่างในตัวสินค้ายังมีน้อยมักไม่มีตราหรือเครื่องหมายการค้า
ลักษณะสินค้าสามารถเก็บรักษาได้นาน คงทน และมีการซ่อมบำรุงได้ตามระยะ	สินค้าไม่สามารถเก็บรักษาได้นานและมักมีต้นทุนการจัดการเพื่อดูแลเก็บรักษามาก
ความสามารถทางการเงินและศักยภาพของผู้ผลิตในการจัดการมีสูงกว่า	ความสามารถทางการเงินและศักยภาพการจัดการส่วนใหญ่มีน้อยกว่า
กำหนดราคาได้ง่ายจากต้นทุนคำสั่งซื้อ	กำหนดราคาได้ค่อนข้างยากเนื่องจากมีความอ่อนไหวต่อราคา

ที่มา : เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล, ออนไลน์, ๒๕๖๒

## ๖. การพิจารณาปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร

ไพฑูรย์ รอดวินิจ (๒๕๓๗ : ๘๔ - ๘๙) กล่าวว่าปัญหาการตลาดสินค้าเกษตรมีความสำคัญและยุ่งยากซับซ้อน ผลกระทบเป็นไปอย่างกว้างขวาง เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่ายเป็นจำนวนมาก ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ทำหน้าที่การตลาด ทำให้ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตรเป็นปัญหาที่ไม่อาจแก้ไขให้ยุติหรือสิ้นสุดลงได้ เช่น เมื่อราคาสินค้าบริโภคแพงขึ้น ผู้บริโภคต่างเรียกร้องให้รัฐบาลเข้าแก้ไข เมื่อรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาก็ทำให้ราคาสินค้าผู้บริโภคลดต่ำลง ราคาสินค้าที่ผู้ผลิตหรือเกษตรกรได้รับก็จะลดต่ำลงไปด้วย ผู้ผลิตหรือเกษตรกรต่างร้องเรียนให้รัฐบาลแก้ไขปัญหามarket ข้นมาบ้าง เป็นเช่นนี้ไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อเรื่องของปัญหาการตลาดมีผลกระทบโดยกลุ่มคนและปัจจัยต่างๆ อย่างกว้างขวางเช่นกัน ผู้ที่ทำการวิเคราะห์หรือศึกษาปัญหาการตลาดสินค้าเกษตรต้องมีจิตใจที่เป็นกลาง และมีความรอบรู้ในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การบริโภค และการตลาดของสินค้าเป็นอย่างดี จึงสามารถเข้าใจและวินิจฉัยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ว่าเป็นปัญหาการตลาดหรือไม่ และมีสาเหตุมาจากอะไร หากไม่เป็นเช่นนี้แล้ว การวิเคราะห์และการแก้ปัญหาการตลาดจะไม่สามารถบรรลุความสำเร็จได้ และยังเป็นการสร้างปัญหาและความยุติธรรมให้มากขึ้นไปอีก สำหรับวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาการตลาดเพื่อชี้ให้เห็นถึงสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหามarket ข้น มีวิธีที่สามารถทำได้ อาทิเช่น วิธีวิเคราะห์หน้าที่การตลาด วิธีวิเคราะห์สถาบันการตลาด วิธีวิเคราะห์ตัวสินค้า วิธีวิเคราะห์โครงสร้างตลาด

## ๗. โครงสร้างของตลาดสินค้าเกษตร

ไพฑูรย์ รอดวินิจ (๒๕๓๗ : ๘๔ – ๘๙) กล่าวว่า การตลาดสินค้าเกษตรต้องพิจารณาว่า ระบบตลาดประกอบขึ้นด้วยตลาดในระดับใด มีลักษณะอย่างไร มีคนกลางประเภทใดบ้าง ได้ทำหน้าที่ การตลาดอย่างไร อย่างไรก็ตามการพิจารณาดังกล่าวอาจไม่เป็นจริงหรือไม่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงเสมอไป สำหรับสินค้าเกษตรบางชนิดหรือบางระยะเวลา เพราะเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป ระบบการตลาดสินค้า ย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการคมนาคม สภาพการผลิต และความก้าวหน้าทางด้านการตลาด

**๗.๑ ระดับของตลาดสินค้าเกษตร** แบ่งตลาดสินค้าเกษตรเป็น ๓ ระดับ คือ

**๗.๑.๑ ตลาดในแหล่งผลิต** เป็นตลาดที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตร ที่เกิดขึ้นและดำเนินธุรกิจอยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้า แบ่งได้เป็น ๒ ระดับ คือ

**๗.๑.๑.๑ ตลาดท้องถิ่น** เป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เกษตรที่เกิดขึ้นเป็นลำดับแรก รวบรวมสินค้าเกษตรจากมือเกษตรกรผู้ผลิตที่อยู่กระจัดกระจายทั่วไป ในแหล่งผลิตต่างๆ เพื่อให้ได้จำนวนสินค้าในปริมาณที่มีมากพอหรือเหมาะสมจะทำการซื้อขาย และ จัดทำบริการการตลาดอย่างอื่นตามความเหมาะสมจำเป็นเพื่อขายสินค้าให้กับผู้ซื้อในตลาดระดับอื่น

**๗.๑.๑.๒ ตลาดกลางท้องถิ่น** เป็นตลาดที่ซื้อขายแลกเปลี่ยน สินค้าเกษตรที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมสินค้าเกษตรจากเกษตรกร ตลอดจนจากผู้ค้าปลีกไซโกใน ตลาดท้องถิ่นและในตลาดระดับเดียวกัน เพื่อนำมาให้บริการการตลาดเพิ่มเติม เช่น การเก็บรักษา รวมทั้ง การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า หรือแปรรูปสินค้า เป็นต้น เพื่อจะขายให้กับตลาดในระดับต่อไป

**๗.๑.๒ ตลาดกลางปลายทาง** เป็นตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรระดับสุดท้าย ที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมสินค้า แล้วจึงจัดสรรหรือกระจายสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป การประกอบธุรกิจในตลาดระดับนี้มีความซับซ้อนมากกว่าตลาดในระดับอื่น การพิจารณาเพื่อกำหนดราคา สินค้าเกษตรหลายชนิด จึงถูกกำหนดขึ้นในตลาดปลายทางนี้เอง เป็นผลมาจากความต้องการของผู้บริโภค และอุปทานของสินค้าเป็นสำคัญ

**๗.๑.๓ ตลาดขายปลีก** เป็นตลาดขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรระดับสุดท้าย ในระบบการตลาด จัดสรรสินค้าเกษตรไปสู่มือผู้บริโภคคนสุดท้าย อาจทำหน้าที่ในการบรรจุหีบห่อ และจัดชั้นคุณภาพสินค้าอีกด้วย ตลาดสินค้าระดับนี้ ได้แก่ ร้านค้า และตลาดซื้อสินค้าในชุมชนผู้บริโภค

**๗.๒ หน้าที่การตลาด** สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์ (๒๕๔๒ : ๑๗ – ๒๕) กล่าวว่า หน้าที่การตลาด คือ กิจกรรมที่เกิดจากการกระทำของนักการตลาดในกระบวนการตลาด เพื่อที่จะทำให้ สินค้านั้นมีลักษณะและรูปร่างอยู่ในช่วงของเวลาและสถานที่ที่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ประโยชน์ต้องการ หน้าที่ การตลาดมี ๙ อย่าง คือ

**๗.๒.๑ หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน (Exchange Functions)** เป็น หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการโอนย้ายกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า ทำให้ทุกคนผลิตหรือทำธุรกิจเฉพาะอย่างที่ชอบ หรือที่ถนัดได้ เป็นจุดเริ่มต้นของการกำหนดราคาสินค้าที่เข้าสู่ตลาด

**๗.๒.๒ หน้าที่ทางกายภาพ (Physical Functions)** เป็นกิจกรรม ที่นักการตลาดกระทำกับตัวสินค้าในขณะที่กำลังครอบครองสินค้านั้น เพื่อให้สินค้าอยู่ในลักษณะตรงกับ ความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้

**๗.๒.๓ การแปรรูป (Processing)** เป็นกิจกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นการสร้างอรรถประโยชน์ทางด้านรูปร่างและการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า เกษตรทุกชนิดจะต้องมีการแปรรูปอย่างน้อยขั้นต้น ก่อนจะนำไปบริโภคหรือใช้ประโยชน์

**๗.๒.๔ การเก็บรักษา (Storage)** เป็นกิจกรรมในการเก็บรักษาสินค้าไว้ในเวลาที่ใช้ในการแปรรูป และในเวลาที่ผู้บริโภคต้องการใช้บริโภค เป็นการสร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา เพราะการผลิตสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เป็นฤดูกาล อาจต้องใช้เทคโนโลยีปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสินค้าเกษตรในแต่ละฤดูกาล หรือตามความต้องการของตลาด โดยเฉพาะที่เป็นอาหารหลักจะต้องบริโภคตลอดทั้งปี ต้องมีการเก็บรักษาสินค้าเกษตรให้เพียงพอกับความต้องการ

**๗.๒.๕ การขนส่ง (Transportation)** เป็นกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ประโยชน์ เป็นการสร้างอรรถประโยชน์ในด้านสถานที่ เพราะการผลิตสินค้าเกษตรส่วนใหญ่อยู่ที่ชนบท ในขณะที่แหล่งบริโภคอยู่ในตัวเมืองและอยู่ต่างประเทศ สำหรับสินค้าเกษตรที่ส่งออกจะต้องมีการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ เพราะสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เน่าเสียง่าย

**๗.๒.๖ มาตรฐานและการจัดชั้นคุณภาพสินค้า (Standardization and Grading)** กิจกรรมในการวัดด้านปริมาณ เช่น น้ำหนักของการตวง และการวัดด้านคุณภาพ เช่น ขนาดของสินค้า ความสะอาด สิ่งเจือปน ความชื้น ความแก่ และอื่นๆ ที่ใช้ระบุคุณภาพสินค้า ถ้ามาตรฐานและการจัดชั้นคุณภาพสินค้าเป็นที่ยอมรับของผู้ทำธุรกิจ การกำหนดและการตกลงราคาก็จะเป็นไปได้โดยง่ายและกระทำได้รวดเร็ว ทำให้ตลาดสินค้าชนิดนั้นกว้างขวางขึ้น

**๗.๒.๗ การเงิน (Financing)** เป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เช่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด ต้องอาศัยเงินกู้ยืม ซึ่งส่วนใหญ่ได้มาจากสถาบันการเงินที่ทำให้ระบบการตลาดมีประสิทธิภาพดีขึ้น

**๗.๒.๘ การยอมรับความเสี่ยงภัย (Risk – Bearing)** ความเสี่ยงภัยต่อการขาดทุนจากการทำธุรกิจเกิดขึ้นได้ ๒ อย่าง คือ ความเสี่ยงทางกายภาพ เกิดจากการเน่าเสียและการสูญเสียตัวสินค้าที่ทำธุรกิจในขณะที่ครอบครองสินค้าอยู่ เช่น การสูญเสียด้านคุณภาพ การสูญเสียน้ำหนัก หรือเกิดจากไฟไหม้ ภัยธรรมชาติ อีกประการหนึ่ง คือ ความเสี่ยงทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงมูลค่าสินค้านั้น เมื่อรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมในการดำเนินงานของคู่ต่อสู้ที่จะเปลี่ยนแปลงไป หรืออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลง ผู้ทำธุรกิจจะต้องติดตามสิ่งแวดล้อมภายนอกตลอดเวลา เพื่อที่จะให้สามารถปรับตัวได้ทันตามสถานการณ์

**๗.๒.๙ ข่าวสารทางการตลาด (Market Intelligence)** เป็นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับทุกคน ต้องติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารการตลาดตลอดเวลา เพื่อการปรับตัวของธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

**๗.๓ ผู้ทำหน้าที่การตลาด** การศึกษาผู้หน้าที่การตลาด เป็นการวิเคราะห์สถาบันตลาด เพื่อให้ทราบว่าใครทำหน้าที่การตลาด เรียกบุคคลเหล่านี้ว่า นักการตลาด หรือคนกลาง เพราะทำหน้าที่การตลาดที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต กับผู้บริโภค

**๗.๓.๑ ผู้รวบรวม (Assembler or Collector)** ผู้ค้าแบบนี้ซื้อสินค้าจากเกษตรกรโดยตรง แล้วขายในลักษณะขายส่งให้กับผู้ค้าปลีก โรงงานแปรรูป หรือผู้ส่งออก



**๗.๓.๒ พ่อค้าเร่หรือพ่อค้าจร** ในอดีตมีจำนวนมาก โดยเฉพาะในแหล่งกันดาร พ่อค้าแบบนี้เข้าไปไม่ค่อยถึง ปัจจุบันไม่ค่อยมีความสำคัญ เพราะการคมนาคมสะดวก จึงทำให้ผู้รวบรวมหรือผู้ค้าส่งสามารถติดต่อกับเกษตรกรได้ง่ายขึ้นอีก

**๗.๓.๓ ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)** มีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ลักษณะที่แตกต่างจากผู้รวบรวม คือ สินค้าส่วนใหญ่ซื้อจากผู้รวบรวมมีส่วนน้อยที่รับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง ผู้ค้าส่งขายสินค้าที่รับซื้อกับผู้ค้าส่งในตลาดระดับถัดไป หรือตลาดปลายทางโรงงานแปรรูปและผู้ส่งออก

**๗.๓.๔ ผู้ค้าปลีก (Retailer)** ซื้อสินค้าจากเกษตรกรและผู้ค้าส่งหรือผู้แปรรูป แล้วขายต่อไปให้กับผู้บริโภคในตลาดระดับปลายทาง

**๗.๓.๕ ผู้ส่งออก (Exporters)** อาจซื้อสินค้าจากผู้รวบรวมหรือผู้ค้าส่งในตลาดระดับใดระดับหนึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า ตัวแทนหรือโรงงานแปรรูปเพื่อการส่งออกเป็นหลัก การซื้อขายระดับเกษตรกรกับผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นการผูกขาดระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรจะขายผลผลิตไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่เจ้าประจำ และมีส่วนเหลือมทางการตลาดของผู้รวบรวมไข่ไก่ถึงผู้ค้าปลีกไข่ไก่ ตลาดผลผลิตส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ มีการส่งออกในช่วงที่ภายในประเทศมีปริมาณผลผลิตล้นตลาด ซึ่งการส่งออกมีปริมาณน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคภายในประเทศ

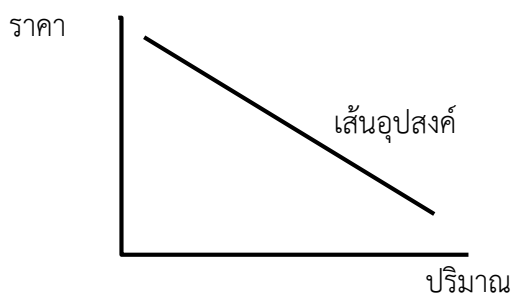
## แนวคิดเกี่ยวกับราคาสินค้าเกษตร

### ๑. อุปสงค์ (Demand)

**๑.๑ อุปสงค์หรือการเสนอซื้อ** หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดหนึ่งของผู้บริโภคต้องการและสามารถซื้อที่ระดับราคาต่างๆ ในเวลาและสถานที่หนึ่งโดยให้ปัจจัยอื่นคงที่ ความต้องการในที่นี้ต้องมีอำนาจซื้อ ถ้าบุคคลใดมีแต่ความต้องการในตัวสินค้าโดยไม่มีเงินจ่ายซื้อ เรียกความต้องการไม่ใช่อุปสงค์ ดังนั้น องค์ประกอบของอุปสงค์ คือ ความต้องการและอำนาจซื้อ

**๑.๒ กฎของอุปสงค์ (The Law of Demand)** เมื่อราคาสินค้าต่ำลงผู้ซื้อจะเสนอซื้อสินค้ามากขึ้น และเมื่อราคาสินค้าแพงขึ้นผู้ซื้อจะซื้อสินค้าน้อยลง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาสินค้า ปริมาณและราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามภายใต้กฎของอุปสงค์

แผนภาพที่ ๒ - ๓ เส้นอุปสงค์



ที่มา : นราทิพย์ ชูติวงศ์, ๒๕๓๙

### ๑.๓ สาเหตุที่ทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลง

๑.๓.๑ **ระดับรายได้และการกระจายรายได้ของผู้บริโภค** เมื่อประชากรมีรายได้เปลี่ยนแปลงไป จะมีผลกระทบต่อปริมาณเสนอซื้อสินค้าให้เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

๑.๓.๒ **ราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้บริโภคทดแทนกันหรือร่วมกัน** เมื่อราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกับสินค้าที่บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จะมีผลให้ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าที่บริโภคอยู่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย กล่าวคือสินค้าบางชนิดสามารถใช้แทนกันได้ หรือสินค้าบางชนิดต้องใช้ร่วมกัน

๑.๓.๓ **ขนาดและการกระจายของประชากรตามอายุและสภาพภูมิศาสตร์** โดยปกติถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น อุปสงค์ของสินค้าแทบทุกชนิดย่อมเพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างประชากร ซึ่งมีผลให้อุปสงค์ของสินค้าบางชนิดเพิ่มขึ้นและบางชนิดลดลง

๑.๓.๔ **รสนิยมและความเคยชิน** รสนิยมของบุคคลจะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี ระดับการศึกษา บุคลิกส่วนตัว และตามกาลเวลา ยุคสมัย

๑.๓.๕ **การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต** เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนของผู้บริโภคแต่ละคน

๑.๓.๖ **ปัจจัยอื่น** เช่น การโฆษณา ระดับการศึกษา อุปนิสัยในการใช้จ่าย ลักษณะการจัดเก็บภาษีของรัฐ อัตราดอกเบี้ย สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

ปัจจัยเหล่านี้ คือ ตัวกำหนดอุปสงค์ (Determinant of Demand) ณ ระดับอุปสงค์หนึ่ง ซึ่งจะคงที่อยู่เสมอ ถ้าปัจจัยหนึ่งปัจจัยใดเปลี่ยนแปลง ก็จะทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลง

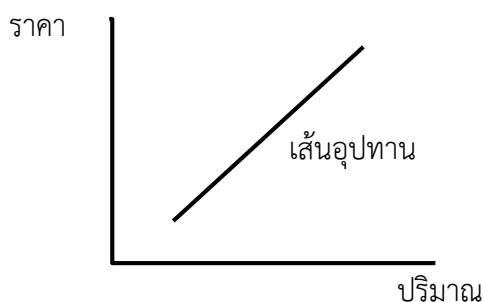
๑.๔ **การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อ (Change in Quality Demand)** เป็นการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นคงที่

๑.๕ **การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ (Change in Demand)** เป็นการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ เช่น รายได้ ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้อง

## ๒. อุปทาน (Supply)

๒.๑ **ความหมายของอุปทาน** หมายถึง ปริมาณเสนอขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายนำเสนอขายที่ราคาต่างๆ กัน ในเวลา และสถานที่ที่กำหนด โดยปัจจัยอื่นคงที่ ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้าเป็นไปในทิศทางเดียวกันตามกฎของอุปทาน (Law of supply)

แผนภาพที่ ๒ - ๔ เส้นอุปทาน



จากความหมายของอุปทาน จะเห็นได้ว่าอุปทานประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ

**๒.๑.๑ ความเต็มใจที่จะเสนอขายหรือให้บริการ** ณ ระดับราคาที่ตลาดกำหนดมาให้ ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการมีความยินดีหรือเต็มใจที่จะเสนอขายสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการซื้อของผู้บริโภค

**๒.๑.๒ ความสามารถในการจัดหาเสนอขายหรือให้บริการ** ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องจัดทำให้มีสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ ที่จะตอบสนองความต้องการซื้อของผู้บริโภค ณ ระดับราคาของตลาดในขณะนั้น ในทางเศรษฐศาสตร์ความสัมพันธ์ของราคาสินค้าที่มีต่ออุปทานของสินค้าจะเป็นไปตามกฎของอุปทาน

**๒.๒ กฎของอุปทาน (Law of Supply)** ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้ผลิตในการแสวงหากำไรสูงสุด ปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้ผลิตเต็มใจจะนำออกขาย จะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกันกับราคา ถ้าสินค้าหรือบริการขายได้ในราคาสูง อุปทานของสินค้านั้นจะมีมาก เนื่องจากผู้ผลิตมีความต้องการที่จะเสนอขายมากขึ้นเพราะคาดการณ์ว่าจะได้กำไรสูงขึ้น แต่ถ้าสินค้าหรือบริการขายได้ในราคาต่ำ อุปทานของสินค้าก็จะมีน้อย เนื่องจากคาดการณ์ว่ากำไรที่ได้จะลดลง

**๒.๓ ชนิดของอุปทาน** อุปทานของสินค้าสามารถแบ่งออกได้ ๓ ชนิด คือ

**๒.๓.๑ อุปทานในระยะตลาด** หมายถึง อุปทานของสินค้าชนิดหนึ่งทีพิจารณาในระยะเวลาน้อยมาก จนไม่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการผลิตได้ และมีสินค้าเป็นจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ปริมาณการเสนอขายสินค้ามีจำนวนหนึ่งเท่านั้น ไม่สามารถเพิ่มจำนวนขึ้นได้ทันทีเมื่อผู้บริโภคมีความต้องการมากขึ้น

**๒.๓.๒ อุปทานในระยะสั้น** หมายถึง อุปทานของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งทีพิจารณาในระยะเวลานานพอที่จะปรับปรุงการผลิต ให้มีผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปได้ในจำนวนจำกัด เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยผันแปร ดังนั้น ปริมาณการเสนอขายสินค้าในระยะสั้นจะเป็นเท่าใดย่อมขึ้นอยู่กับราคาสินค้า ตลอดจนราคาของปัจจัยผันแปรด้วย

**๒.๓.๓ อุปทานในระยะยาว** หมายถึง อุปทานของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งทีพิจารณาในระยะเวลายาวนาน จนผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงการผลิตได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น ปริมาณการเสนอขายสินค้าในระยะยาวจะเป็นเท่าใด จึงขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและราคาของปัจจัยการผลิต

## ๒.๔ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปทานของผลผลิตเกษตร

การที่ผู้ผลิตจะนำสินค้าออกมาเสนอขายมากน้อยเพียงใด นอกจากราคาของสินค้าจะเป็นปัจจัยที่กำหนดแล้ว ยังมีอีกหลายปัจจัย ดังนี้

๒.๔.๑ พื้นที่ที่ใช้ในการปลูก หรือจำนวนปศุสัตว์ของแต่ละบุคคล

๒.๔.๒ การชลประทานในท้องที่ และปริมาณปัจจัยการผลิตชนิดอื่นที่มีอยู่

๒.๔.๓ ผลกำไรของพืช (สัตว์) อื่นที่สามารถปลูก (หรือเลี้ยง) ทดแทนกันได้

๒.๔.๔ ต้นทุนของปัจจัยการผลิต เช่น ราคาน้ำมัน หรือค่าแรงสูงขึ้น ผู้ผลิตอาจลดการผลิตลง จึงทำให้อุปทานลดลง

๒.๔.๕ เทคโนโลยีการผลิต การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและปริมาณผลผลิตด้วย

๒.๔.๖ อุณหภูมิ ปัจจัย และธรรมชาติต่างๆ ซึ่งรวมทั้งโรคและแมลงศัตรูพืช (หรือสัตว์) สภาพดินฟ้าอากาศ มีผลกระทบต่อปริมาณการเสนอขายสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกษตร

๒.๔.๗ นโยบายการผลิต ปริมาณเสนอขายสินค้าอาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย เช่น ถ้าจัดเก็บภาษีเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตอาจลดการผลิต เนื่องจากต้นทุนในการผลิตสูง

๒.๔.๘ ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าชนิดหนึ่งอาจมีผลกระทบต่อปริมาณเสนอขายสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ขึ้นกับความสัมพันธ์ของวัตถุดิบในการผลิต

**๒.๕ การเปลี่ยนแปลงปริมาณขาย** เป็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายยินดีขายเมื่อราคาของสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงโดยที่ปัจจัยอื่นคงที่

**๒.๖ การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน** เป็นการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากปัจจัยอื่นมีอิทธิพลต่ออุปทาน เช่น ต้นทุนการผลิต เทคโนโลยีการผลิตเปลี่ยนแปลง ภายใต้ข้อสมมุติราคาสินค้าชนิดนั้นคงที่ นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายยินดีนำออกวางขาย ในขณะที่ราคาสินค้าชนิดนั้นไม่เปลี่ยนแปลง และส่งผลให้เส้นอุปทานเกิดการเคลื่อนย้ายไปจากเส้นเดิม

### ๓. ราคาสินค้าเกษตร

ราคา คือ มูลค่าแห่งการแลกเปลี่ยนของสินค้าชนิดหนึ่งที่วัดได้ด้วยหน่วยเงินตรา

**๓.๑ การกำหนดราคาสินค้าเกษตร** ราคาจะเกิดขึ้นต่อเมื่อเส้นอุปสงค์และอุปทานตัดกัน ณ จุดใดจุดหนึ่ง เรียกว่า จุดสมดุลหรือจุดดุลยภาพ (Equilibrium) จากหลักเศรษฐศาสตร์กล่าวว่า ปริมาณซื้อและปริมาณขายถูกกำหนดโดยราคา นั่นคือ ปริมาณซื้อจะสูงขึ้นเมื่อราคาลดลง และปริมาณขายจะสูงขึ้นเมื่อราคาลดลง จึงมีระดับราคาหนึ่งที่ปริมาณซื้อเท่ากับปริมาณขายพอดี ณ ระดับราคานี้ เรียกว่า “ราคาดุลยภาพ (Equilibrium Price)”

**๓.๒ เสถียรภาพของราคา** สินค้าชนิดใดมีเสถียรภาพของราคาหรือไม่ ให้ศึกษาว่าราคาของสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงบ่อยครั้งไหม และการเปลี่ยนแปลงของราคาแต่ละครั้งเป็นจำนวนมากหรือน้อย ถ้าสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงของราคาเกิดขึ้นบ่อยมาก และราคาที่เปลี่ยนแปลงก็สูงด้วย แสดงว่าสินค้านั้นไม่มีเสถียรภาพของราคา ในทางตรงข้ามถ้าสินค้านั้นราคาไม่ค่อยจะเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงบ้าง ราคาที่เปลี่ยนแปลงก็ไม่มากนัก แสดงว่าสินค้านั้นมีเสถียรภาพของราคา

**๓.๓ ราคาเสมอภาค** ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยของสินค้านั้น ต้องเท่ากับต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของสินค้านั้น แล้วบวกด้วยกำไรอีกบางส่วน จึงจะทำให้ผู้ผลิตดำเนินกิจการอยู่ได้

**๓.๔ การเกิดราคาสินค้าเกษตร** จำแนกลักษณะออกได้เป็น ๓ ระยะ ดังนี้

**๓.๔.๑ ระยะตลาด** การผลิตสินค้าเกษตรได้สิ้นสุดลงแล้ว มีจำนวนผลิตที่แน่นอน การเกิดราคาสินค้าเกษตรในระยะนี้ ถูกกำหนดโดยอุปสงค์ของสินค้าเป็นสำคัญ

**๓.๔.๒ ระยะสั้น** การผลิตสินค้าเกษตรดำเนินการไปแล้ว การเปลี่ยนแปลงจำนวนผลผลิตที่จะเสนอขายออกสู่ตลาดทำได้เพียงเล็กน้อย ราคาสินค้าในระยะนี้ถูกกำหนดโดยปัจจัยด้านต้นทุนการผลิต นอกเหนือไปจากด้านอุปสงค์ของราคาสินค้า หากราคาสินค้าคุ้มกับต้นทุนผันแปรที่ได้ลงทุนไปหรือที่จะลงทุนเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตก็จะยังทำการผลิตหรือขยายการผลิตออกไป

**๓.๔.๓ ระยะยาว** การผลิตสินค้ายังไม่ดำเนินการ ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงจำนวนผลผลิตได้อย่างสมบูรณ์ อุปทานจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับราคาสินค้า และต้นทุนการผลิตเป็นสำคัญ

### ๓.๕ ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตร

**๓.๕.๑ การเคลื่อนไหวในระยะสั้น** เปลี่ยนแปลงเป็นรายชั่วโมง รายวัน หรือรายสัปดาห์ เช่น สินค้าประเภทผักสด อาหารทะเลสด เก็บไว้ไม่ได้นาน ในตอนเช้าราคาจะแพง พอตกเย็นอาจลดราคาลง หรือบางวันมีผลผลิตเข้าสู่ท้องตลาดมากราคาก็จะถูกลง

**๓.๕.๒ การเคลื่อนไหวตามฤดูกาล** ในช่วงที่ผลผลิตเกษตรออกสู่ท้องตลาด ราคาสินค้าเกษตรชนิดนั้นจะมีราคาต่ำลง เพราะมีปริมาณผลผลิตเข้าสู่ท้องตลาดมาก เมื่อระยะเวลาเก็บเกี่ยวผ่านไปแล้วราคาจะเริ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามราคาที่เคลื่อนไหวขึ้นลงนั้นไม่จำเป็นต้องเท่ากันทุกปี ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น อุปสงค์ของตลาดในประเทศและตลาดโลก สภาพธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการผลิต

**๓.๕.๓ การเคลื่อนไหวแบบวัฏจักร** โดยราคาจะเคลื่อนไหวขึ้นลงตลอดวัฏจักรหนึ่งจะกินเวลานานเท่าไรนั้น ขึ้นอยู่กับชนิดของพืชและสัตว์ที่ทำการศึกษา ซึ่งบางครั้งอาจจะใช้เวลานานถึง ๑๕ - ๒๐ ปี ถึงจะครบรอบครั้งหนึ่ง

**๓.๕.๔ การเคลื่อนไหวแบบแนวโน้มในระยะยาว** เกิดจากการเพิ่มขึ้นของประชากร การเปลี่ยนแปลงในรสนิยมและรายได้ รูปแบบการใช้สอย การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนสภาพธรรมชาติที่มีส่วนกระทบต่อปริมาณการผลิต ฯลฯ

**๓.๕.๕ การเคลื่อนไหวแบบผิดปกติ** เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดถึง เช่น การเกิดสงคราม ฝนแล้ง น้ำท่วม โรคระบาด หรือเกิดจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลอย่างฉับพลัน ทำให้ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าเกษตรอย่างฉับพลัน

### ๔. มาตรการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

บทบาทของรัฐบาลที่เข้าไปแทรกแซงตลาด เป็นการที่รัฐบาลยื่นมือให้ความช่วยเหลือ เพื่อให้ราคาสินค้ามีเสถียรภาพ เมื่อปริมาณการผลิตเปลี่ยนแปลงไปมักทำให้ราคาเปลี่ยนแปลงไปด้วย จนทำให้ผู้บริโภคหรือผู้ผลิตได้รับความเดือดร้อน รัฐบาลจึงเข้ามาช่วยเหลือ วัตถุประสงค์ของการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร คือ เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร เพื่อให้ราคาสินค้าเกษตรและรายได้ของเกษตรกรมีเสถียรภาพ และขายได้ในราคาที่เป็นธรรม เป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรเพิ่มการผลิตตอบสนองการส่งออกของประเทศ ช่วยเหลือผู้บริโภคไม่ให้เดือดร้อนจากราคาสินค้าประเภทอาหารสูงขึ้น เพื่อให้ระบบการตลาดของสินค้าเกษตรมีประสิทธิภาพขึ้น และเพื่อความเสมอภาคในระหว่างสาขาอาชีพในด้านรายได้และฐานะทางสังคม แบ่งประเภทของมาตรการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตรได้ ดังนี้

**๔.๑ การพยุงราคา** เป็นการกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยการที่รัฐบาลเข้าไปเกี่ยวข้องในตลาดสินค้าเกษตร เพื่อกระตุ้นให้ราคาสินค้าเกษตรสูงขึ้น และป้องกันการกดราคารับซื้อของผู้รวบรวมไปไกล ในช่วงเวลาที่สินค้านั้นราคาตกต่ำ ซึ่งส่วนมากจะเป็นสินค้าเกษตรกรรม เมื่อรัฐกำหนดราคาพยุงแล้วก็จะรับซื้อสินค้านั้นไว้ การกำหนดราคานี้จะต้องสูงกว่าราคาตลาด ณ ขณะนั้น หลังจากที่มีการปรับราคาตลาด รัฐบาลจะหยุดการรับซื้อปล่อยให้กลไกตลาดทำงานต่อไป

**๔.๒ การประกันราคา** การที่รัฐบาลจะประกาศราคาขั้นต่ำของสินค้าไว้เป็นที่แน่นอน ทำให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกสามารถรู้ได้ล่วงหน้าว่าพืชผลที่ปลูกนั้น จะทำรายได้เป็นจำนวนเท่าใดตลอดปี การประกันราคาจะได้ผลก็ต่อเมื่อรัฐบาลสามารถควบคุมเนื้อที่เพาะปลูกได้ด้วย

**๔.๓ การแทรกแซงตลาด** องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) จะศึกษาว่ามีสินค้าใดบ้างที่ราคาตลาดเริ่มเคลื่อนไหวในทางลดลง เมื่อพบสินค้าที่แนวโน้มของราคาเริ่มตก อตก. จะตั้งราคาซื้อให้สูงกว่าราคาตลาดขณะนั้น และเข้าทำการรับซื้อแทรกแซงตลาดทันที โดยไม่ปล่อยให้ราคาตลาดตกลงมาก วิธีนี้รัฐบาลจะใช้ในช่วงเวลาสั้นที่เห็นว่าราคาสินค้าเกษตรบางชนิดเริ่มตกต่ำ

**๔.๔ โครงการคลังสินค้า** รัฐบาลสามารถใช้โครงการคลังสินค้าเพื่อทำให้ราคาสินค้าเกษตรมีเสถียรภาพขึ้น สามารถควบคุมปริมาณผลผลิตให้สมดุลกับความต้องการของตลาด เป็นการช่วยผู้ผลิตไม่ทำให้ราคาสินค้าตกต่ำจนเกินไป เมื่อผลผลิตออกมาจนล้นตลาด และช่วยผู้บริโภคไม่ต้องซื้อสินค้าราคาแพงจนเกินไปเมื่อสินค้านั้นขาดแคลน วิธีการดำเนินการ ได้แก่ จะซื้อสินค้าเข้าเก็บไว้ในคลังเมื่อราคาสินค้านั้นต่ำ และจะจำหน่ายสินค้าออกจากคลังเมื่อราคาสินค้านั้นสูงขึ้น

**๔.๕ การจ่ายเงินช่วยเหลือ** เป็นอีกมาตรการหนึ่งที่รัฐสามารถนำมาใช้ได้ รัฐบาลจะใช้มาตรการนี้ในกรณีที่ต้องการช่วยเหลือผู้ผลิตไม่ให้ออกประสบกับปัญหาราคาสินค้าโดยส่วนรวมตกต่ำ

**๔.๖ ตลาดประมูล** เป็นวิธีการที่รัฐจะใช้ป้องกันการกดราคารับซื้อของผู้รวบรวมไข่ไก่ได้โดยการจัดให้มีเขตตลาดประมูลในท้องที่หนึ่ง ทำให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างรู้ราคาตลาดดี ผู้ซื้อจึงกดราคารับซื้อไม่ได้เพราะผู้ขายรู้ราคาสินค้าจะไม่ยอม

สินค้าเกษตรต้องประสบปัญหาภาวะราคาขึ้นลงอยู่เป็นประจำ เนื่องจากการปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ มีปัจจัยในแง่ของสิ่งแวดล้อม สภาพอากาศ ความร้อน ความชื้น ตลอดจนภัยธรรมชาติ ซึ่งส่งผลต่อปริมาณผลผลิตที่เข้าสู่ตลาด หากสอดคล้องกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ย่อมทำให้ระดับราคาสินค้าเกษตรมีความเหมาะสม เกษตรกรอยู่ได้ ผู้บริโภคซื้อในราคาที่รับได้ แต่หากไม่สอดคล้องผลผลิตน้อยกว่าความต้องการมาก หรือผลผลิตมากกว่าความต้องการน้อย ระดับราคาที่สูงขึ้นหรือต่ำลงย่อมกระทบแน่นอน ตามหลักการอุปสงค์และอุปทาน มาตรการที่รัฐบาลใช้มากที่สุด คือ การประกันราคา การแทรกแซงตลาด การพยุงราคา

## ๕. พฤติกรรมการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตร

โดยทั่วไปสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ที่สามารถเก็บรักษาได้ ราคาจะเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล แต่สินค้าบางประเภท เช่น เนื้อหมู เนื้อวัว ไข่ และผัก ที่มีพฤติกรรมในรูปแบบเป็นไปตามวัฏจักร (Tomek and Robinson, 1990 : 157)

### ๕.๑ วัฏจักรราคาสินค้าเกษตร

ทองโรจน์ (๒๕๒๖: ๑๗๓) กล่าวถึงวัฏจักรราคาสินค้าเกษตร สามารถแบ่งได้เป็น ๔ รูปแบบ คือ

**๕.๑.๑ การเคลื่อนไหวของราคาตามแนวโน้มในระยะยาว** เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์และอุปทานในระยะยาว ทำให้ราคาค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไป เป็นระยะเวลายาวนานที่จะเห็นแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลในอนาคต

**๕.๑.๒ การเคลื่อนไหวของราคาแบบที่เป็นวัฏจักร** ราคามีการเปลี่ยนแปลง ตามลำดับเวลารอบเส้นแนวโน้ม ช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงอาจใช้เวลา ๑ ปี ๒ ปี ก็ได้ โดยไม่มีกำหนดเวลา ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของสินค้าเกษตรโดยเฉพาะ เนื่องจากการผลิตทางเกษตรไม่สามารถเพิ่มราคาในทันที ต้องอาศัยเวลาในการเปลี่ยนแปลงการผลิต

**๕.๑.๓ การเคลื่อนไหวของราคาแบบตามฤดูกาล** ราคามีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามฤดูกาล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงคล้ายกันในช่วงเวลาเดียวกันของแต่ละปี เวลาของฤดูกาล อาจเป็น ๑ เดือน หรือ ๖ เดือน หรือเป็นชั่วโมงในแต่ละวัน หรือเป็นวันในแต่ละเดือน เนื่องจากราคาสินค้าเกษตรต้องผลิตตามฤดูกาล ฉะนั้นจึงส่งเข้าสู่ตลาดตามฤดูกาล

**๕.๑.๔ การเคลื่อนไหวของราคาแบบผิดปกติ** บางครั้งราคาสินค้าเกษตรชนิดหนึ่ง หรือระยะหนึ่งเปลี่ยนแปลงผิดปกติ ไม่สามารถจัดอยู่ในลักษณะการเคลื่อนไหวทั้ง ๓ แบบข้างต้น เนื่องจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหรืออยู่นอกการควบคุม เช่น ระยะเวลาที่เกิดภัยธรรมชาติ น้ำท่วม หรือฝนแล้ง เวลาสงคราม หรือนโยบายทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้น การเคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตรที่ปรากฏอยู่ในอนุกรมเวลา สามารถอธิบายได้ในลักษณะของแนวโน้ม ฤดูกาล วัฏจักร และความผิดปกติ ลักษณะการเคลื่อนไหว ๔ อย่างนี้รวมเป็นลักษณะที่สามารถพบเห็นได้ในอนุกรมของข้อมูลทางเศรษฐกิจ (Kohls and Uhl, 1998 : 183)

## **๕.๒ แนวคิดการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของราคาในตลาด**

Wyeth (1992) กล่าวว่าความเชื่อมโยงของตลาด เป็นสถานการณ์ในระบบตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตลาดอื่น โดยมีราคาเป็นข้อมูลผลกระทบระหว่างตลาด และความสามารถเก็บรวบรวมจากตลาดได้ง่าย ผลกระทบนี้จะอยู่ในระดับราคา ดังนั้นการพิจารณาความเชื่อมโยงของตลาด จะพิจารณาได้จากการเปลี่ยนแปลงราคาระหว่างตลาด คือ เมื่อราคาในตลาดแห่งหนึ่งเปลี่ยนแปลง จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงราคาระหว่างตลาดแห่งอื่นด้วย เช่น ระหว่างตลาดระดับฟาร์มกับตลาดขายส่งและกับตลาดขายปลีกในท้องถิ่นที่กำหนด

## **๕.๓ ความเคลื่อนไหวของราคาไข่ไก่ในประเทศ**

กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และ กรรณิกา แซ่ลิ้ว (๒๕๖๒ : ๘๙๐ - ๘๙๑) กล่าวว่าราคาไข่ไก่คัดขนาดจะแตกต่างกันไปตามขนาดของไข่ไก่ อาทิ ไข่ไก่เบอร์ ๐ ราคาสูงที่สุด เนื่องจากเป็นไข่ไก่ขนาดใหญ่ ตามด้วยไข่ไก่เบอร์ ๑ เบอร์ ๒ เบอร์ ๓ เบอร์ ๔ และเบอร์ ๕ โดยราคาไข่ไก่ในแต่ละปีจะผันผวนตามปริมาณอุปสงค์ที่เป็นฤดูกาล คือ ราคาไข่ไก่เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์จะค่อนข้างสูง มีการบริโภคไข่ไก่เป็นจำนวนมากเพราะเป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลหลายวัน เดือนมีนาคมเป็นช่วงเวลาที่โรงเรียนปิดภาคเรียนทำให้อัตราการบริโภคไข่ไก่ปริมาณลดลง ราคาจะขยับขึ้นเล็กน้อยในเดือนเมษายน เพราะอากาศร้อนทำให้ผลผลิตไข่ไก่ลดลง เดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคมราคาไข่ไก่จะลดลงเพราะเมื่อเข้าสู่ฤดูฝนจะมีอาหารตามธรรมชาติออกสู่ตลาดมาก เดือนตุลาคมซึ่งเป็นช่วงเทศกาลกินเจ อีกทั้งโรงเรียนปิดภาคเรียนทำให้ปริมาณการบริโภคไข่ไก่มีค่อนข้างน้อย ราคาไข่ไก่จะถูกลง และราคาไข่ไก่จะปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปี เนื่องจากมีเทศกาลวันหยุดจำนวนมาก จึงควรมีวิธีรองรับกับผลผลิตในฤดูกาลผลิตที่มีอุปทานผลผลิตมากเกินไปกว่าอุปสงค์เพื่อการบริโภคโดยทั่วไป

ไข่ไก่เป็นสินค้าเกษตรที่ราคาจะแปรผันขึ้นอยู่กัอุปสงค์-อุปทาน โดยราคาได้ปรับขึ้นลงตลอดทั้งปีตามสถานการณ์ พบว่าในแต่ละปีจะมีช่วงที่ราคาไข่ไก่สูงเพียง ๔ - ๕ เดือน ขณะที่ช่วงราคาตกต่ำมีมากถึง ๗ - ๘ เดือน โดยมีระดับของอุปสงค์-อุปทาน หรือกลไกตลาด เป็นตัวกำหนด เมื่อใดที่ปริมาณไข่มีน้อย ความต้องการบริโภคมีมาก ราคาจะสูง เมื่อใดที่ไข่มีปริมาณมากเกินไปกว่าความต้องการ ราคาไข่ไก่ก็จะตกต่ำลง และยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดราคาในแต่ละช่วง ทั้งด้านต้นทุนการผลิต ปริมาณการเลี้ยงแม่พันธุ์ไข่ไก่ ภาวะโรค ฤดูกาล สภาวะอากาศ และช่วงเทศกาลต่างๆ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่อย่างยั่งยืน ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าและศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงกับเนื้อหาการศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทำให้ผู้ศึกษามีแนวคิดในการศึกษาเพิ่มขึ้น โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

อภิวิทย์ ต้นชู (๒๕๕๕) ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ไข่ไก่ในประเทศไทย คือ ราคาขายปลีกไข่ไก่ ราคาขายปลีกไข่เป็ดเล็ก จำนวนประชากรไทยในประเทศ และสถานการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดนกในไก่ไขอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย คือ ราคาขายไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้ในปีที่แล้ว ราคาขายไข่เป็ดที่เกษตรกรขายได้ ราคาไก่พันธุ์ไข่ระยะออกไข่ จำนวนไก่ไข่ระยะออกไข่ และสถานการณ์การเกิดโรคระบาดในไก่ไขอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของการพยากรณ์แบบจำลองสมการอุปสงค์และอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทยพบว่า ในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ปริมาณความต้องการบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔.๕๘ และปริมาณผลผลิตไข่ไก่ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ ๙.๗ จะเห็นได้ว่าในอนาคตอาจเกิดอุปทานส่วนเกินได้ ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาอุปทานส่วนเกินของไข่ไก่ในอนาคต รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนหันมาบริโภคไข่ไก่มากขึ้น

สรรเพชุดา มาสขาว (๒๕๔๘) ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์การเคลื่อนไหวราคาและความเชื่อมโยงราคาไข่ไก่ ผลการศึกษาพบว่า ไข่ไก่ส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตอยู่ในภาคกลาง ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าอาหาร ด้านวิธีการตลาดชี้ให้เห็นว่า ในการซื้อขายระดับเกษตรกรกับผู้รวบรวมเป็นแบบผูกขาดระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรจะขายผลผลิตให้กับผู้รวบรวมเจ้าประจำและมีส่วนเหลือมทางการตลาดของผู้รวบรวมถึงพ่อค้าขายปลีก มากกว่าส่วนเหลือมทางการตลาดจากเกษตรกรถึงผู้รวบรวม นอกจากนี้ ในการค้าไข่ไก่ยังพบว่าเกษตรกรได้รับผลตอบแทนมากที่สุด รองลงมา คือ พ่อค้าส่ง และผู้รวบรวมตามลำดับ ผลผลิตส่วนใหญ่อาศัยตลาดภายในประเทศเป็นหลัก มีการส่งออกในช่วงที่มีปริมาณผลผลิตล้นตลาด ซึ่งการส่งออกมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับการบริโภคภายในประเทศ เมื่อเวลาผ่านไป การเคลื่อนไหวของราคาทุกระดับมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ราคาไข่ไก่ในประเทศไทยทุกระดับ จะมีดัชนีราคาตามฤดูกาลต่ำในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนพฤษภาคม แต่ราคาส่งออกไข่ไก่ จะมีดัชนีราคาตามฤดูกาลสูงในช่วงเดือนมกราคม เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลจึงมีความต้องการไข่ไก่มาก และราคาตลาดในประเทศทุกระดับจะมีการเคลื่อนไหวในลักษณะเดียวกัน คือ มี ๒ วัฏจักร แต่ราคาส่งออกมี ๑ วัฏจักร ราคาทุกระดับในประเทศมีความเชื่อมโยงกัน และในระยะยาวการเปลี่ยนแปลงราคาขายปลีกจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาไข่ไก่ในตลาดทุกระดับ แสดงว่าราคาขายปลีกจะมีพฤติกรรมความเป็นผู้นำราคา และเมื่อราคาในตลาดใดตลาดหนึ่งเกิดความผันผวน ราคาในตลาดระดับอื่นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

สถาบันสุวรรณจากกลกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์ (๒๕๕๕) ทำการศึกษา เรื่อง โครงการศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างการผลิต การตลาด และโครงสร้างต้นทุนการผลิตไข่ไก่ ผลการศึกษาพบว่า ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้มีดัชนีราคาตามฤดูกาลในเดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ ต่ำกว่าเดือนอื่นในรอบปี โดยดัชนีราคาตามฤดูกาลมีค่าลดลงต่ำที่สุดในช่วงเดือนมกราคม ทั้งนี้ ช่วงเดือนมกราคมของทุกปี อัตราการไข่ของไก่จะสูง เนื่องจากเป็นช่วงที่มีสภาพอากาศเย็นสบาย ไก่กินอาหารได้มากและไม่เครียด จึงให้ไข่มากกว่าช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน ซึ่งมีสภาพอากาศร้อนชื้น



ส่งผลให้ดัชนีราคาไข่ไก่ในช่วง ๒ เดือนหลังนี้สูงกว่าช่วง ๒ เดือนแรกของปี อย่างไรก็ตาม แม้ในช่วง มีนาคม - เมษายน เป็นช่วงที่ความต้องการไข่ไก่มีปริมาณลดลงเนื่องจากเป็นช่วงที่สถาบันการศึกษา ปิดภาคเรียน รวมทั้งเป็นฤดูที่ผลไม้หลายชนิดออกสู่ตลาด ทำให้ความต้องการใช้ไข่ไก่ในการทำอาหาร และขนมหวานลดลง ราคาไข่ไก่จึงยังคงค่อนข้างต่ำ แต่ดัชนีราคาจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนสูงที่สุดในเดือน มิถุนายน ซึ่งสถาบันการศึกษาเปิดภาคเรียนแล้ว จากนั้นค่อยๆ ลดระดับในเดือนกรกฎาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ เข้าสู่ฤดูฝนจะมีอาหารธรรมชาติออกมามาก ขณะที่สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย จะมีผลต่อสุขภาพของ ไข่ไก่และการให้ผลผลิตไข่ไก่ด้วย นอกจากนี้ ตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ไม่ได้เป็น ผู้กำหนดราคาขายไข่ไก่ แต่พ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคาซึ่งส่วนใหญ่เป็นไปตามกลไกตลาด คือเมื่อใด ที่มีปริมาณไข่ไก่ออกสู่ตลาดน้อย ไม่เพียงพอับความต้องการของผู้บริโภค ราคาไข่จะสูงขึ้นทำให้ผู้เลี้ยง ไข่ไก่ไม่มีกำไร แต่เมื่อใดที่ปริมาณไข่ไก่ออกสู่ตลาดมากเกินไปเกินความต้องการ ราคาไข่ก็จะตกต่ำจนทำให้ผู้เลี้ยง ต้องประสบปัญหาการขาดทุน ปรากฏอยู่บ่อยครั้งที่ผู้เลี้ยงไข่ไก่ ขายไข่ไก่ได้ในราคาที่คุ้มกับค่าอาหาร และค่าแรงงานที่เลี้ยง ที่ผ่านมาราคาขายไข่ไก่จึงถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณไข่ไก่ ที่ออกสู่ตลาดในช่วงนั้นๆ เป็นหลัก แต่ไม่ได้ถูกกำหนดโดยต้นทุนการผลิตที่แท้จริงของผู้เลี้ยงไข่ไก่ จึง ส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่อิสระ ที่ไม่สามารถหาตลาดจำหน่ายได้เอง มักต้องอยู่ในฐานะเสียเปรียบ และประสบปัญหาการขาดทุนสะสม จนบางรายถึงขนาดต้องเลิกกิจการไป นอกจากนี้ ไข่ไก่ที่เกษตรกร ขายได้หน้าฟาร์ม จะมีราคาผันแปรขึ้น - ลง ตามภาวะความต้องการของตลาด เมื่อราคาไข่ไก่หน้าฟาร์ม มีราคาสูง ผู้บริโภคก็ต้องซื้อไข่ไก่ในราคาสูงขึ้นเช่นกัน แต่บ่อยครั้งที่เกิดภาวะไข่ไก่หน้าฟาร์มมีราคาตกต่ำ แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังต้องซื้อไข่ไก่ในราคาค่อนข้างสูงอยู่ แม้ราคาจะลดลงบ้างแต่ก็ไม่เป็นไปตามสัดส่วน ราคาหน้าฟาร์มที่ลดลง ซึ่งอาจเนื่องจากส่วนต้นทุนการผลิตของ ผู้จำหน่ายที่ไม่ได้ลดลง หรือเป็นการ ฉวยโอกาสของผู้จำหน่ายก็ตาม โดยเฉพาะราคาอาหารที่ปรุงโดยใช้ไข่ไก่เป็นวัตถุดิบ เมื่อขึ้นราคาแล้ว มักไม่ค่อยลงมา แม้ว่าไข่ไก่จะเป็นสินค้าควบคุมโดยประกาศของกระทรวงพาณิชย์ ราคาไข่ไก่ในตลาดลดลง และภาครัฐจะมีราคาแนะนำออกมา แต่ไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาในส่วนนี้ได้มากนัก จึงทำให้ธุรกิจไข่ไก่ทำกำไร ได้ค่อนข้างยากและมีแนวโน้มที่จะลดลง ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมเท่าที่ควร หน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมปศุสัตว์ และกรมส่งเสริมสหกรณ์ รวมทั้ง กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน และกรมการค้าต่างประเทศ ควรเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ ในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต การตลาดและต้นทุนการผลิต โดยมีการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สถาบันการศึกษาระดับสูงของประเทศ ให้การสนับสนุนด้านสถิติ ข้อมูลทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตและการตลาด เพื่อลด การทำงานที่ซ้ำซ้อน และลดความขัดแย้งของข้อมูลที่เผยแพร่เข้าสู่สาธารณชน โดยคณะกรรมการ นโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ต้องมีบทบาทและทำหน้าที่อย่างครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง

จิตติมา กันตนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี (๒๕๕๘) ทำการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ๑) ปริมาณการนำเข้า พันธุ์ไก่และปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่เพิ่มขึ้นและลดลงในบางปี ปริมาณการผลิต การบริโภคในประเทศ การส่งออก และการนำเข้าไข่ไก่เพิ่มขึ้นระหว่างปี ๒๕๕๒ - ๒๕๕๖ ๒) ค่าแนวโน้มของราคาไข่ไก่ที่เกษตรกร ขายได้ ราคาขายส่ง และราคาขายปลีก ค่าดัชนีฤดูกาลของราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่ง และราคาขายปลีกสูงสุดในเดือนมิถุนายน สิงหาคม และมิถุนายน ตามลำดับ ราคาไข่ไก่ทั้ง ๓ ระดับมีค่า

ต่ำสุดในเดือนมกราคม ค่าความผันแปรตามวัฏจักรของราคาไข่ไก่ทั้ง ๓ ระดับ มีลักษณะเพิ่มขึ้นและลดลง พอที่จะระบุได้ว่ามีความผันแปรตามวัฏจักร ค่าความผันแปรเนื่องจากเหตุการณ์ผิดปกติของราคาไข่ไก่ทั้ง ๓ ระดับ ปรากฏในบางปี (๓) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่สำคัญ อาทิ ที่ตั้งฟาร์มส่วนใหญ่ อยู่ในพื้นที่เกษตรกรรม ต้นทุนการผลิตสูง ปริมาณ ความต้องการบริโภคไข่ไก่ขยายตัวตามจำนวนประชากร และความผันผวนของราคาไข่ไก่ตามลำดับ และ ๔) กลยุทธ์การผลิตและการตลาดที่สำคัญ อาทิ การปรับปรุงระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน การจัดทำระบบเตือนภัย การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ให้ได้มาตรฐาน จัดตั้งกองทุนพัฒนาธุรกิจไข่ไก่ การปรับโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ และการรณรงค์บริโภคไข่ไก่

กิตติพัฒน์ แสงภักดิ์โยธิน (๒๕๕๔) ทำการศึกษา เรื่อง ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับระบบการผลิตและการค้าไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า กฎหมายไทยที่ใช้บังคับควบคุมการค้าและการผลิตไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีหลายฉบับ ส่งผลให้เกิดจำกัดการแข่งขันทางการประกอบอาชีพของประชาชน มีประเด็นที่ควรปรับปรุงให้เหมาะสม เช่น ด้านองค์การที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลธุรกิจไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ ด้านระบบการค้าไข่ไก่ ด้านการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ แนวทางจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำหรับข้อเสนอแนะควรบัญญัติกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับการควบคุมและส่งเสริมธุรกิจการค้าเลี้ยงไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ กำหนดให้มีองค์การที่มีหน้าที่กำกับดูแล คือ คณะกรรมการไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ ควบคุมการนำเข้าปุ๋ยาพันธ์ุไข่ไก่และพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่จากต่างประเทศ โดยกำหนดเงื่อนไขและปริมาณการนำเข้าในลักษณะกำหนดเพดานขั้นสูงสำหรับผู้ที่จะประสงค์จะนำเข้า เพื่อให้มีการกระจายไข่ไก่พันธุ์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงอย่างทั่วถึง กำหนดให้ผู้นำเข้าปุ๋ยาพันธ์ุหรือพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่และผู้เลี้ยงไข่ไก่ต้องขึ้นทะเบียนการค้าเลี้ยง นอกจากนี้ กำหนดให้มีการแสดงข้อความหรือเครื่องหมายบนเปลือกไข่ไก่ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถทราบถึงแหล่งผลิตไข่ไก่ และวันเดือนปีที่ควรบริโภค และกำหนดให้มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจไข่ไก่และผลิตภัณฑ์

อินทัช วิสุทธิแพทย์ (๒๕๕๔) ทำการศึกษา เรื่อง ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลราคา ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ : ศึกษาเฉพาะราคาขายปลีกไข่ไก่ ผลการศึกษาพบว่า มาตรการที่นำมาใช้ในการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ นอกจากมาตรการทางกฎหมายแล้ว รัฐยังมีเครื่องมืออีกชนิด คือ มาตรการทางบริหารซึ่งการฝ่าฝืนก็อาจเข้าข่ายเป็นการกระทำความผิดตามมาตรา ๒๙ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ เมื่อการบังคับใช้มาตรการกำกับดูแลด้านราคา มีผลเป็นการแทรกแซงการทำงานของกลไกราคาในการกำหนดราคาขายปลีกสินค้า ทำให้กลไกตลาดถูกบิดเบือนมิได้สะท้อนสภาวะการแข่งขันที่แท้จริง แต่อย่างไรก็ดี แม้การแทรกแซง จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดสินค้าไข่ไก่ก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันการแทรกแซงก็เกิดความจำเป็นในเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม ผู้บริโภคมีรายได้ต่ำและขาดอำนาจต่อรอง จำเป็นที่รัฐต้องเข้ามาดูแล และมาตรการดังกล่าวยังส่งผลดีต่อผู้บริโภค แม้ในระยะเวลาอันสั้นก็ตาม สำหรับข้อเสนอแนะกฎหมายฉบับนี้ ยังมีความจำเป็นสำหรับสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่ควรใช้ให้น้อยลง และกำหนดกรอบการบังคับใช้ให้ชัดเจน โดยเฉพาะมาตรา ๒๙ เพื่อให้การบังคับใช้อยู่ในขอบเขตที่จำกัดที่สุด ใช้ในช่วงเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสม เพราะเป็นบทบัญญัติที่ทำลายการแข่งขัน ความเชื่อมั่น และบรรยากาศในการลงทุนของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก

กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และ กรรณิกา แซ่ลี้ว (๒๕๖๒) ทำการศึกษา เรื่อง การผลิตและการตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การผลิตไข่ไก่ แบ่งได้เป็น ๓ ประเภท คือ การเลี้ยงไข่แบบขังกรง การเลี้ยงแบบปล่อยในโรงเรือน และการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระ โดยผู้เลี้ยงไก่ส่วนใหญ่เป็นผู้เลี้ยงแบบพันธะสัญญา และแบบครบวงจร โดยอุตสาหกรรมการตลาดไข่ไก่ในประเทศไทยในช่วงปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๐ มีการกระจุกตัวค่อนข้างสูง มีผู้ผลิตรายใหญ่จำนวน ๘ ราย ครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ ๕๐ ปริมาณไข่ไก่ที่ผลิตได้ในประเทศประมาณร้อยละ ๙๘ เป็นการใช้อัตราภายในประเทศ โดยช่องทางการจำหน่ายที่ได้รับความนิยมคือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าของผู้ผลิตรายใหญ่ โดยราคาไข่ไก่มีผันผวนตามปริมาณอุปสงค์ที่มีความเป็นฤดูกาล ราคาไข่ไก่มักจะสูงในช่วงเทศกาล นอกจากนี้ ตลาดไข่ไก่ในประเทศไทยสามารถจำแนกได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน และกลุ่มผลิตภัณฑ์พิเศษ เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า ผู้ผลิตสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์โดยการใช้วิธีการเลี้ยงแบบปล่อย เลี้ยงแบบอินทรีย์ หรือเพิ่มสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย การผลิตไข่ไก่ลักษณะพิเศษทำให้ต้นทุนการผลิตไข่ไก่เพิ่มขึ้น จึงจำหน่ายราคาไข่ไก่พิเศษสูงกว่าราคาไข่ไก่มาตรฐาน

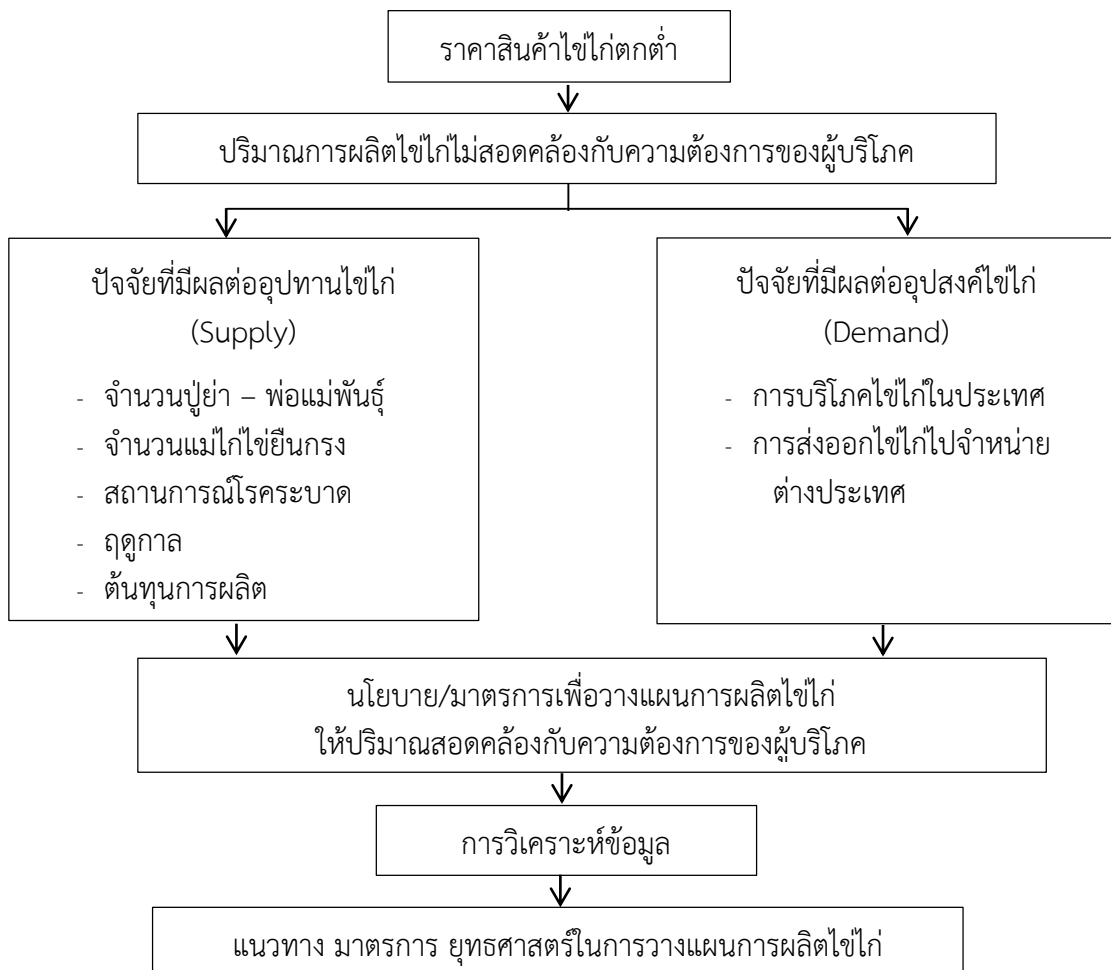
กฤษณะ กุลศิริ (๒๕๕๖) ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของราคาปัจจัยการผลิต ต้นทุนการผลิต และราคาไข่ไก่ในระดับต่างๆ ของตลาด ผลการศึกษาพบว่า การเลี้ยงไข่ไก่ในปัจจุบันจะทำโดยผู้เลี้ยงรายใหญ่มากขึ้น รวมทั้งการเลี้ยงแบบที่เกษตรกรมีการทำสัญญากับบริษัทที่ประกอบธุรกิจไข่ไก่แบบครบวงจรหรือเอเยนต์อาหารสัตว์ ในกรณีที่เกษตรกรเลี้ยงไข่ไก่แบบประกันราคาหรือทำสัญญากับบริษัท บริษัทเหล่านั้นจะสามารถกำหนดราคาได้ทั้งหมด ตั้งแต่ราคาอาหารสัตว์ ค่าพันธุ์สัตว์ จนถึงราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้ ทำให้สามารถกำหนดราคาไข่ไก่ขายส่งได้ ดังนั้น ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้ ราคาไข่ไก่ขายส่ง และราคาไข่ไก่ขายปลีกทั้ง ๓ ระดับมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยราคาไข่ไก่ขายส่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้และราคาไข่ไก่ขายปลีก ขณะเดียวกันราคาไข่ไก่ขายปลีกก็สามารถกำหนดราคาที่เกษตรกรขายได้ นอกจากนี้ นโยบายเปิดเสรีการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่เข้ามาแบบไม่มีการควบคุม ทำให้มีการขยายการผลิตไข่ไก่มีปริมาณมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำลงได้อีกหรือทำให้ราคาไข่ไก่ขาดเสถียรภาพ

จิรประภา สุขดี (๒๕๕๕) ทำการศึกษา เรื่อง วิเคราะห์ภาวะการแข่งขันธุรกิจฟาร์มไข่ไก่ในจังหวัดพะเยาโดย Five Force Model ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ในจังหวัดพะเยาจะประสบปัญหาและความต้องการที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ฟาร์มแต่ละขนาดมักประสบปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบมีราคาสูงและมีความขาดแคลน ขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม อันเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่มีอำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย และยังประสบกับปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียน และการรับภาระหนี้สินจากดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนกิจการ อีกทั้งปัญหาที่ทุกกิจการประสบ คือ ปัญหาด้านราคาไข่ไก่ที่ไม่เสถียรภาพปรับตัวสูงขึ้นและลดลง มีความผันผวนและเกิดขึ้นเร็ว จนเกษตรกรบางรายที่มีทุนน้อยต้องเลิกกิจการ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจฟาร์มไข่ไก่ในจังหวัดพะเยาคือ การรวมกลุ่มเป็นชมรม หรือสหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่ในพะเยา เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองและการดำเนินงานให้มีความมีประสิทธิภาพ จากข้อเสนอแนะดังกล่าวของเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ในจังหวัดพะเยาอยากให้อาภากรรัฐลงมาช่วยในเรื่องราคาไข่ไก่และให้องค์ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจฟาร์มไข่ไก่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อนุพันธ์ สุทธิพานิช (๒๕๕๓) ทำการศึกษา เรื่อง แนวทางในการแก้ไขปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำในเขตเทศบาลตำบลหนองคล้า อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำกับปัจจัยต่างๆ คือ พื้นที่ ปริมาณ ตลาด และคุณภาพของผลผลิต เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำ หน่วยงานของรัฐไม่มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเท่าที่ควร และพบว่าการจัดตั้งกลุ่มหรือการลงทะเบียนเกษตรกร เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหา ราคาผลผลิตตกต่ำ ทั้งนี้ แนวทางในการแก้ไขปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ เป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายควรร่วมมือกัน โดยเฉพาะเกษตรกรควรช่วยเหลือและพัฒนาตนเองให้มากขึ้นในทุกๆ ด้าน โดยไม่มุ่งหวังให้รัฐช่วยเหลือเพียงฝ่ายเดียว

## กรอบแนวคิดของการวิจัย

แผนภาพที่ ๒ - ๕ กรอบแนวคิดของการวิจัย



## สรุป

หลายปีที่ผ่านมาเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้ขยายการเลี้ยงเพิ่มขึ้น ผลผลิตไข่ไก่ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ราคาตกต่ำ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วประเทศต้องประสบปัญหาภาวะขาดทุนมาตลอด อันเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยได้มีการเปิดนำเข้าไข่ไก่เสรี ประกอบกับมีการแข่งขันในตลาดไข่ไก่ของผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่ระดับบริษัท ส่งผลกระทบถึงราคาไข่ไก่ในตลาดมีภาวะขึ้นลงอยู่เป็นประจำ อีกทั้ง ปริมาณไข่ไก่ในรอบปีมีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ภาวะของสิ่งแวดล้อม สภาพอากาศ ความร้อน ความชื้น ตลอดจนภัยธรรมชาติ มีผลต่อปริมาณไข่ไก่ที่เข้าสู่ตลาด ซึ่งมักไม่สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ส่งผลทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนไข่ไก่ หากสอดคล้องกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ตามหลักของอุปสงค์ – อุปทาน ย่อมทำให้ระดับราคาไข่ไก่มีความเหมาะสม เกษตรกรไม่ขาดทุน ผู้บริโภคสามารถซื้อในราคาที่เป็นธรรม โดยการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ให้ประสบผลสำเร็จ จะต้องยึดหลักแนวคิด ทฤษฎี และมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาประยุกต์ใช้

## บทที่ ๓

### ห่วงโซ่การผลิตไข่ไก่ในประเทศไทย

"ไข่ไก่" เป็นสินค้าเกษตรที่ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ ธุรกิจไข่ไก่จึงจำเป็นต้องวางแผนทั้งระบบ พิจารณาปัจจัยต่างๆ ร่วมกันตลอดห่วงโซ่การผลิตทั้งประเทศ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อาทิ การนำเข้าไข่ไก่พันธุ์ การเลี้ยงไข่ไก่ การผลิตไข่ไก่ การตลาดไข่ไก่ เพื่อนำไปสู่ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ที่สอดคล้องกับปริมาณการบริโภค ส่งผลให้ระดับราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพ

#### โครงสร้างธุรกิจไข่ไก่

ธุรกิจไข่ไก่เป็นธุรกิจปศุสัตว์ ที่มีการผลิตทั้งในระดับเกษตรกรรายย่อย และผู้ผลิตรายใหญ่เชิงอุตสาหกรรม องค์ประกอบของระบบธุรกิจไข่ไก่ ประกอบด้วย ฝ่ายดำเนินการ และฝ่ายสนับสนุน ฝ่ายดำเนินการเป็นฝ่ายที่ดำเนินงานด้านปัจจัยการผลิต การผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่าย ฝ่ายสนับสนุนเป็นหน่วยงานและองค์การที่เกี่ยวข้อง (จิตติมา กันตนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๕)

##### ๑. ฝ่ายดำเนินการ

ฝ่ายดำเนินการ คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินเกี่ยวกับธุรกิจไข่ไก่โดยตรง ประกอบด้วยระบบย่อยต่างๆ ดังนี้

**๑.๑ ระบบย่อยปัจจัยการผลิต** หมายถึง ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายปัจจัยการผลิตประเภทพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยาและเวชภัณฑ์ และอุปกรณ์การเลี้ยง ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ เช่น บริษัทค้าพันธุ์สัตว์ ฟาร์มผลิตลูกไก่ระดับพ่อแม่พันธุ์ ฟาร์มผลิตลูกไก่ไข่ โรงฟักไข่พันธุ์ และโรงงานผลิตอาหารสัตว์ แหล่งที่มาของปัจจัย การผลิตอาจนำเข้าจากต่างประเทศและผลิตขึ้นเองภายในประเทศ

**๑.๒ ระบบย่อยการผลิต** หมายถึง เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ซึ่งผลิตไข่ไก่จากปัจจัยต่างๆ ตามกระบวนการผลิต การดำเนินกิจการฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่นี้มี ๓ รูปแบบ คือ ฟาร์มไข่แบบอิสระ ฟาร์มไข่แบบมีพันธสัญญา และฟาร์มไข่ที่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร กรณีฟาร์มไข่แบบอิสระในบางจังหวัดอาจรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และชมรมเกษตรกร

**๑.๓ ระบบย่อยการแปรรูป** หมายถึง โรงงานแปรรูปไข่ไก่ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แทนไข่สดทั้งฟอง และผลิตภัณฑ์ไข่ที่เป็นอาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป ตามความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

**๑.๔ ระบบย่อยการจัดจำหน่าย** หมายถึง ผู้รวบรวมไข่ไก่ ศูนย์รวบรวมไข่ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกไข่ไก่ ทำหน้าที่เคลื่อนย้ายไข่ไก่จากฟาร์มเข้าสู่โรงงานแปรรูปหรือตลาด และเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไข่ไก่จากโรงงานสู่ตลาด เพื่อจำหน่ายไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ตามตลาดสด ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ให้แก่ผู้บริโภคในประเทศ รวมทั้งการส่งออกไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

## ๒ ฝ่ายสนับสนุน

ฝ่ายสนับสนุน หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับฝ่ายดำเนินการในธุรกิจไข่ไก่ ทำให้ฝ่ายดำเนินการสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

**๒.๑ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์** มีหลายหน่วยงานที่สนับสนุนธุรกิจไข่ไก่ เช่น กรมปศุสัตว์เกี่ยวข้องกับการกำหนดยุทธศาสตร์ไข่ไก่เพื่อเพิ่มการบริโภคและขยายตลาดส่งออกไข่ไก่ สร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพผู้เลี้ยงไข่ไก่ และสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค ด้วยมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้าไข่ไก่ นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับการออกใบรับรองมาตรฐานฟาร์มไข่ไก่ และมาตรฐานฟาร์มไข่ไก่พันธุ์ ส่วนสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เข้ามาเกี่ยวข้องในการกำหนดมาตรฐานฟาร์มไข่ไก่ และไข่ไก่ ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไข่ไก่ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไข่ไก่พันธุ์ และการปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์รวบรวมไข่

**๒.๒ กระทรวงอุตสาหกรรม** เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและการดำเนินงานของโรงงานแปรรูปไข่ไก่

**๒.๓ กระทรวงสาธารณสุข** เกี่ยวข้องกับการกำกับ ดูแล ควบคุม ตรวจสอบ ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๓๐ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ และพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕

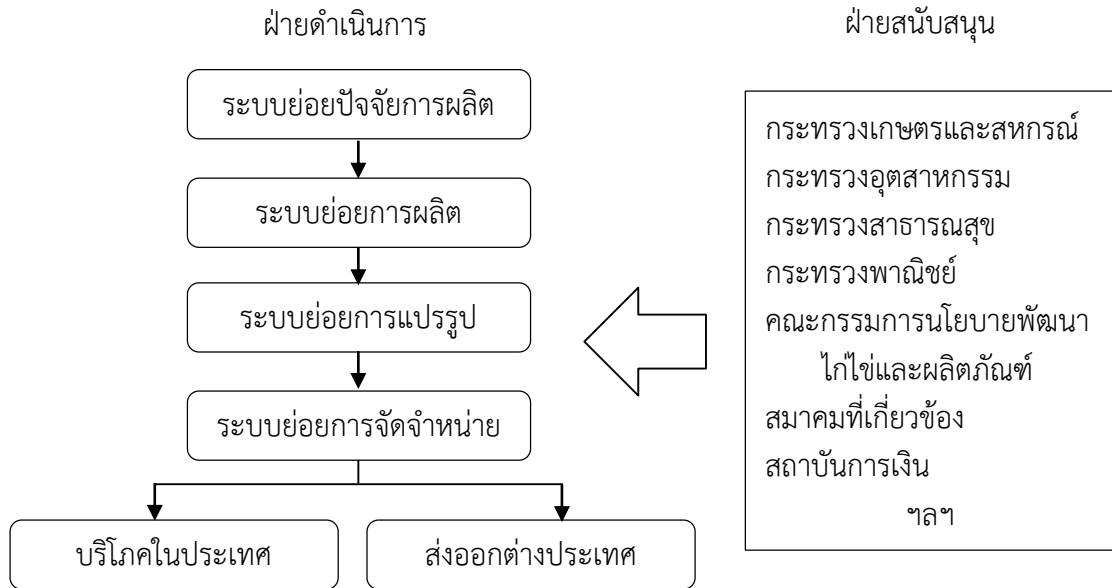
**๒.๔ กระทรวงพาณิชย์** เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒

**๒.๕ คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ (Egg Board)** แต่งตั้งขึ้นตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ พ.ศ. ๒๕๔๙ มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ทั้งระบบ และกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหาคูเปอร์โรคประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนในการกำหนดมาตรฐาน ปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนในการรวมกลุ่ม ประสานการจัดทำแผนและโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน แต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อปฏิบัติการ

**๒.๖ สมาคมที่เกี่ยวข้อง** เช่น สมาคมผู้เลี้ยงไข่ไก่แห่งประเทศไทย สมาคมผู้ผลิตผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ เป็นต้น มีบทบาทส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการเลี้ยงไข่ไก่ สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการประกอบธุรกิจการเลี้ยงไข่ไก่ สอดส่องติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดไข่ไก่ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการผลิตไข่ไก่ให้ได้มาตรฐานที่ดี และสอดคล้องกับนโยบายของราชการ ส่งเสริมการผลิตไข่ไก่ให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการทั้งภายในและภายนอกประเทศ แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นระหว่างสมาชิกของสมาคม เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจการเลี้ยงไข่ไก่ นอกจากนี้ ยังมีสมาคมอื่นๆ เช่น สัตวแพทย์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย สมาคมผู้ค้าเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ สมาคมสัตวบาลแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ฯ

**๒.๗ สถาบันการเงิน** เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารพาณิชย์ เพื่อการปล่อยสินเชื่อสำหรับการลงทุนกิจการในธุรกิจไข่ไก่

แผนภาพที่ ๓ - ๑ โครงสร้างระบบธุรกิจไข่ไก่ของประเทศไทย



ที่มา : จิตติมา กันตนามัลลกุล และ อัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๗

การผลิตไข่ไก่

๑. ปัจจัยการผลิต ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ พันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ โรงเรือน และอุปกรณ์การเลี้ยง

๑.๑ พันธุ์สัตว์ ไข่ไก่พันธุ์ที่นิยมเลี้ยงในปัจจุบันมี ๘ สายพันธุ์ ได้แก่ พันธุ์อีซาบราวน์ (Isa Brown) พันธุ์ไฮเซก บราวน์ (Hisex Brown) พันธุ์บับค็อก บราวน์ (Babcock Brown) พันธุ์โบเวนบราวน์ (Bovans Brown) พันธุ์เฮชแอนด์เอ็น บราวน์ (H&N Brown) พันธุ์โนโวเจน บราวน์ (NOVOGEN Brown) พันธุ์ไฮไลน์ บราวน์ (Hy-line Brown) และพันธุ์โลห์มันน์ บราวน์ (Lohmann Brown) (กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และกรรณิกา แซ่ลิว, ๒๕๖๒ : ๘๙๐) ซึ่งได้รับการพัฒนาสายพันธุ์ให้มีเปอร์เซ็นต์การฟักไข่สูง ไข่เร็ว ไข่ทน และเปลือกไข่มีสีน้ำตาล ไข่ไก่สายพันธุ์ทางการค้านำเข้าจากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ โดยนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ และปู่ย่าพันธุ์ ซึ่งการนำเข้าไข่ไก่พันธุ์จะส่งผลต่อปริมาณการผลิตไข่ไก่ใน ๑ ถึง ๑ ปีครึ่งถัดไป

๑.๒ อาหารสัตว์ อาหารไก่ไข่มีหลายชนิดแบ่งตามช่วงอายุตั้งแต่ระยะลูกไก่จนถึงระยะไข่ และมีหลายรูปแบบ เช่น อาหารผง อาหารเม็ดขบ และอาหารอัดเม็ด เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายอิสระอาจผสมอาหารใช้เองภายในฟาร์มหรือสั่งซื้ออาหารสำเร็จรูป แต่กรณีผู้ประกอบการธุรกิจไข่ครบวงจร และผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่มีพันธะสัญญากับบริษัท ใช้อาหารสำเร็จรูปจากบริษัท

๑.๓ โรงเรือน โรงเรือนเลี้ยงไก่ไข่มี ๒ แบบ คือ โรงเรือนระบบเปิด และโรงเรือนระบบปิด โรงเรือนระบบเปิดเป็นโรงเรือนที่มีผาผนังด้านข้างโปร่ง กันด้วยตาข่ายรอบโรงเรือนเพื่อป้องกันพาหะนำโรค มีหลังคาป้องกันความร้อนจากแสงแดด ติดตั้งพัดลมระบายอากาศขนาดใหญ่ในโรงเรือน



เพื่อลดอุณหภูมิในโรงเรือนและเพิ่มการถ่ายเทอากาศ ส่วนโรงเรือนระบบปิดเป็นโรงเรือนที่ควบคุมอุณหภูมิ โดยการระเหยไอน้ำเย็น หรือโรงเรือนอีแวป (Evaporative Cooling System, EVAP) เป็นโรงเรือน ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะฟาร์มขนาดใหญ่ที่เลี้ยงไก่จำนวนมาก การก่อสร้าง โรงเรือนมีค่าใช้จ่ายสูงแต่ให้ผลคุ้มค่า เนื่องจากอุณหภูมิภายในต่ำกว่าภายนอกโรงเรือน ช่วยลดปัญหา สภาวะเครียดจากความร้อนของอากาศ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสัตว์

**๑.๔ อุปกรณ์การเลี้ยง** มีหลายประเภท เช่น เครื่องกก และแผงล้อมกก กระตักน้ำหรือกระปุกน้ำแบบนิปปิล รางน้ำอัตโนมัติทำด้วยสแตนเลส ถาดอาหาร รางอาหาร อุปกรณ์ให้อาหารอัตโนมัติ เป็นต้น การเลือกใช้อุปกรณ์มักคำนึงถึงช่วงอายุไก่ ความทนทาน ความสะดวกต่อ การใช้งาน น้ำหนักเบา และราคาไม่แพง นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยการผลิตอื่น เช่น ยาและเวชภัณฑ์ ฝ้าย่านบังลมและแดด โซลาร์บอร์ดอาหาร พัดลมระบายอากาศ หลอดไฟฟ้า เครื่องตัดปากไก่ และ พาหนะเคลื่อนย้ายอาหาร

## ๒. ต้นทุนการผลิตไข่ไก่

ต้นทุนการผลิต (Cost of Production) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัย การผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต แบ่งตามประเภทของปัจจัยการผลิต ออกเป็น ๒ ประเภท คือ ปัจจัย คงที่ กับปัจจัยผันแปร (จันทิมาภรณ์ คำมัน, ๒๕๕๐ : ๓๓) ต้นทุนการผลิตไข่ ประกอบด้วย

**๒.๑ ต้นทุนคงที่** หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณ ผลผลิต ไม่ว่าจะผลิตในปริมาณมาก ปริมาณน้อย หรือไม่ผลิตเลย ก็จะไม่เสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่คงที่ เช่น ค่าเช่าที่ดิน ค่าภาษีที่ดิน ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ และค่าใช้ที่ดิน เป็นต้น แบ่งได้ ๒ ประเภท คือ ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสด และต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด

**๒.๒ ต้นทุนผันแปร** หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่เปลี่ยนแปลงไปตาม ปริมาณผลผลิต ถ้าผลิตปริมาณมากก็จะเสียต้นทุนมาก ถ้าผลิตปริมาณน้อยจะเสียต้นทุนน้อย และจะ ไม่ต้องจ่ายเลยถ้าไม่มีการ ต้นทุนผันแปรแบ่งได้ ๒ ประเภท คือ ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด และต้นทุน ผันแปรที่ไม่เป็นเงินสด เช่น ค่าพันธุ์สัตว์ ค่าอาหารสัตว์ ค่ายาและเวชภัณฑ์ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง ค่าซ่อมแซมเครื่องมือวัสดุ ค่าแรงงานชั่วคราว ค่าอุปกรณ์อื่นๆ เป็นต้น

## ๓. วงจรการผลิตไข่ไก่

จิตติมา กันทนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี (๒๕๕๘ : ๘) กล่าวถึงการผลิตไข่ไก่ใน ประเทศไทย เริ่มจากนำเข้าไข่ไก่พันธุ์อายุ ๑ - ๒ วัน จากบริษัทผู้ผลิตในต่างประเทศ นำเข้าปุ๋ยพันธุ์ เพื่อผลิตพ่อแม่พันธุ์ หรือนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ เพื่อผลิตลูกไก่ แล้วเลี้ยงเป็นแม่ไก่ไข่ในกรงเพื่อให้ได้ไข่ไก่

หากจำแนกเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย รายเล็ก และ รายกลาง มักเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระ หรือเกษตรกรที่เป็นฟาร์มพันธะสัญญา ในขณะที่เกษตรกรรายใหญ่ และรายใหญ่มาก ส่วนใหญ่เป็นผู้เลี้ยงไก่ไข่ครบวงจรหรือฟาร์มของบริษัท รวมทั้งฟาร์มเกษตรกร จำนวนหนึ่งที่ขยายขนาดของฟาร์มเพิ่มขึ้น ซึ่งจำนวนผู้เลี้ยงไก่อิสระในประเทศไทยลดลง เนื่องจาก ด้านการตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง ทำให้ราคาไข่ไก่มีความผันผวนค่อนข้างมาก ราคาไข่ไก่จะแพงขึ้น หรือลดลงค่อนข้างเร็วและรุนแรง ส่งผลให้เกษตรกรบางรายที่ไม่มีตลาดที่แน่นอน อาจมีความเสี่ยงที่จะ ขาดทุน ดังนั้นผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย รายเล็ก และรายกลางบางส่วน จึงปรับตัวเข้าสู่ระบบฟาร์มแบบ พันธะสัญญากับผู้ประกอบการไก่ไข่ครบวงจร เพื่อลดความเสี่ยงด้านการตลาด

## ๔. รูปแบบการทำฟาร์มไก่ไข่

จำแนกได้ ๓ รูปแบบตามลักษณะการดำเนินกิจการฟาร์ม คือ การทำฟาร์มไก่ไข่แบบอิสระ การทำฟาร์มไก่ไข่แบบมีพันธะสัญญา และการดำเนินธุรกิจไก่ไข่แบบครบวงจร

### ๔.๑ การทำฟาร์มไก่ไข่แบบอิสระ (Independent Layer Farmer)

เป็นการดำเนินกิจการโดยเกษตรกร ทำการเลี้ยงไก่ไข่ที่ไม่มีข้อผูกพันใดๆ กับผู้ใดผู้หนึ่งหรือกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ซึ่งมีอิสระในการตัดสินใจเลือกซื้อปัจจัยการผลิตและขายผลผลิต อาจเป็นฟาร์มรายย่อยจนถึงรายใหญ่ และมีแหล่งเงินทุนในการจัดตั้งฟาร์ม ก่อสร้างโรงเรือนและอาคารสำนักงาน จัดหาอุปกรณ์การเลี้ยงและแรงงานเลี้ยงไก่ไข่ ทั้งนี้ เกษตรกรต้องหาซื้อไก่ไข่พันธุ์จากบริษัทค้าพันธุ์สัตว์ ส่วนอาหารสัตว์ ยาและเวชภัณฑ์ หาซื้อจากบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายรายใดก็ได้ การจำหน่ายผลผลิตเกษตรกรต้องเป็นผู้หาตลาดเองโดยขายให้กับแหล่งรับซื้อตามราคาในท้องตลาด รวมทั้งไก่ปลด โดยเกษตรกรจะซื้อลูกไก่อายุ ๑ วัน หรือไก่สาวอายุ ๑๘ สัปดาห์ จากบริษัทค้าพันธุ์สัตว์มาเลี้ยง เพื่อผลิตไข่ไก่ขายให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่หรือผู้บริโภคต่อไป โดยจะเผชิญกับความเสี่ยงในด้านต้นทุนและผลตอบแทนที่ไม่แน่นอน

### ๔.๒ การทำฟาร์มไก่ไข่แบบมีพันธะสัญญา (Contract Farm) เป็นการ

ดำเนินกิจการฟาร์มภายใต้ข้อตกลงระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่กับบริษัทหรือตัวแทนบริษัท โดยบริษัทหรือตัวแทนบริษัท จัดทำโครงการการเลี้ยงไก่ไข่แบบมีสัญญาผูกพัน มีข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างบริษัทกับผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ไข่ครบวงจร ระบุเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดไข่ไก่ เกษตรกรที่สนใจ สามารถเข้าร่วมโครงการในฐานะลูกเจ้าของบริษัท หรือตัวแทนบริษัทในพื้นที่ โครงการการเลี้ยงไก่ไข่แบบมีพันธะสัญญา จำแนกได้ ๒ กรณี คือ การเลี้ยงไก่สาวแบบประกันราคา และการเลี้ยงไก่สาวแบบรับจ้างเลี้ยง

### ๔.๓ การทำฟาร์มไก่ไข่ที่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร (Layer Integrator)

สถาบันสุวรรณวาทกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์ (๒๕๕๕ : ๓๙ - ๔๐) ได้กล่าวว่า เป็นการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่องโดยกลุ่มผู้ประกอบการหลายราย หรือผู้ประกอบการรายเดียว ซึ่งอาจจัดตั้งบริษัทเดียวหรือบริษัทในเครือ ดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตไข่ไก่ครบวงจร ประกอบด้วย บริษัทผู้นำเข้าพ่อแม่พันธุ์หรือปู่ย่าพันธุ์ เพื่อผลิตลูกไก่ไข่ ฟาร์มไก่ไข่ซึ่งอาจเป็นฟาร์มในเครือบริษัทหรือฟาร์มที่มีสัญญาผูกพัน บริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์ บริษัทผู้ค้าเวชภัณฑ์ และบริษัทแปรรูปไข่ไก่

ปัจจุบัน การเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศไทย จำนวนผู้เลี้ยงไก่ไข่แบบอิสระน้อยลง สาเหตุสำคัญน่าจะเนื่องจากปัญหาตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง ทำให้ราคาขึ้นลงค่อนข้างเร็วและรุนแรง หากเกษตรกรไม่มีตลาดที่แน่นอนก็มีความเสี่ยงต่อการขาดทุนค่อนข้างสูง ผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย รายเล็ก และรายกลางบางส่วน ต้องเข้าสู่ระบบฟาร์มที่มีพันธะสัญญากับผู้ประกอบการไก่ไข่ครบวงจร ซึ่งแม้จะมีข้อเสียเปรียบอยู่หลายประการ แต่ลดความเสี่ยงต่อการขาดทุนได้มากกว่าและอย่างน้อยก็ทำให้เกษตรกรมีรายได้ระดับหนึ่งที่พอเลี้ยงครอบครัวได้

สำหรับผู้ประกอบการครบวงจร และเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่ ยังมีแนวโน้มเพิ่มปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่อยู่ แม้ในสถานการณ์ที่ราคาตกต่ำ ซึ่งเกษตรกรรายย่อย และรายเล็ก ประสบปัญหาขาดทุน เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง จนไม่สามารถเลี้ยงไก่ไข่ต่อไปได้ แต่ผู้ประกอบการ

ครบวงจรจะใช้โอกาสนี้ในการเพิ่มจำนวนไก่ไข่ที่เลี้ยง เนื่องจากมีความได้เปรียบด้านต้นทุน ค่าอาหาร พันธุ์ไก่ไข่ที่ผลิตได้เอง สภาพโรงเรือนระบบปิดที่สามารถเพิ่มจำนวนไก่ไข่ได้มากกว่าโรงเรือนระบบเปิด รวมทั้งการทำการตลาดไข่ไก่เองเต็มระบบ หรือการทำบางส่วน ทั้งนี้การเลี้ยงไก่ไข่ในโรงเรือนระบบปิด จะทำให้ได้ ผลผลิตไข่ไก่ที่มีคุณภาพโดยรวมดีกว่า ส่งผลให้ขายไข่ไก่ได้ราคาที่ดีกว่าเกษตรกรทั่วไป จึงสามารถขยายกิจการต่อไปได้แม้ในสภาวะวิกฤติของการเลี้ยงไก่ไข่

## ๕. ระบบการเลี้ยงไก่ไข่

ระบบการเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศไทยมี ๓ ระบบ คือ

**๕.๑ การเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยพื้น** เป็นการเลี้ยงไก่ไข่ในโรงเรือนที่มีลักษณะ เปิดโล่งหรือปิด พื้นโรงเรือนมีทั้งพื้นดิน พื้นคอนกรีต พื้นสแลท ข้อดีของการเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยพื้น คือ ไก่แต่ละตัวสามารถเดินไปมาภายในโรงเรือน แต่จะยุ่งยากต่อการจัดการ และกรณีที่เลี้ยงไก่ไข่ระยะไข่ อาจพบปัญหาเปลือกไข่สกปรกและแตกเสียหายได้ง่าย

**๕.๒ การเลี้ยงไก่ไข่ในกรงยกพื้น** เป็นการเลี้ยงไก่ไข่โดยขังไว้ในกรงตลอดเวลา ลักษณะกรงมีหลายแบบ เช่น กรงขังเดี่ยว กรงขังรวม กรงชั้นเดียว กรงหลายชั้น หรือกรงแขวนลอยเหนือพื้น การเลือกใช้กรงแบบใดขึ้นอยู่กับลักษณะโรงเรือน การระบายอากาศ ความสะดวกในการทำงาน และต้นทุน การเลี้ยงไก่ไข่ในกรงยกพื้นได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะแม่ไก่ระยะไข่ เนื่องจากมีประสิทธิภาพดีกว่าการเลี้ยงแบบปล่อยพื้น เช่น น้ำหนักตัว ความสม่ำเสมอ อัตราการตาย สุขภาพ ประสิทธิภาพการใช้อาหาร ประสิทธิภาพการไข่ การแตกตัวของฟองไข่ และความสกปรกของฟองไข่

**๕.๓ การเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยอิสระ** เป็นการเลี้ยงไก่ไข่ที่ปล่อยให้ออกมา ภายนอกกรง หรือโรงเรือนได้อย่างอิสระ โดยเป็นพื้นที่ที่มีหญ้าปกคลุม ทำให้ได้แสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ เช่น การคลุกฝุ่น การไชรั้น การจิก กินพืช ผัก แมลง ทำให้ไก่มีความสุข อารมณ์ดี

## การตลาดไข่ไก่

จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการผลิต และรูปแบบการเลี้ยงไก่ไข่ ทำให้แนวทางการตลาดไข่ไก่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมค่อนข้างมาก ทั้งเรื่องของรูปแบบและวิธีการทางการตลาด โดยจิตติมา กันตนามัลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี (๒๕๕๘ : ๑๑) กล่าวว่าผลผลิตไข่ไก่ อาจมาจากฟาร์มของบริษัทและเกษตรกรภายใต้พันธสัญญาของบริษัท ผลผลิตไข่ไก่ส่วนใหญ่จำหน่ายในประเทศ โดยจำหน่ายในลักษณะไข่ไก่สดและผลิตภัณฑ์ไข่แปรรูป ทั้งที่ใช้เป็นวัตถุดิบแทนไข่สดทั้งฟอง และใช้เป็นอาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป เช่น ไข่เหลว ไข่ผง ไข่ต้ม ไข่เยี่ยวม้า เต้าหู้ไข่ และลูกธัญ สามารถแบ่งรูปแบบการตลาดได้ ๒ รูปแบบ คือ

### ๑. ตลาดไข่ไก่จากเกษตรกรอิสระ

ตลาดไข่ไก่จากเกษตรกรอิสระ (ขนาดย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่) และตลาดไข่ไก่จากบริษัท (ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่มาก) โดยตลาดไข่ไก่จากเกษตรกรอิสระมีการเคลื่อนย้ายสินค้าผ่านกลไกหลัก คือ คนกลาง ซึ่งสามารถแบ่งช่องทางการตลาดได้เป็น ๓ ช่องทาง คือ

**๑.๑ เกษตรกรอิสระขายไข่ไก่ให้แก่ผู้รวบรวมไข่ไก่** ในรูปของไข่คละขนาด จากนั้นผู้รวบรวมไข่ไก่จะทำการคัดขนาดไข่เป็นขนาดต่างๆ แล้วจึงนำไข่ไก่ไปขายให้กับผู้ค้าปลีกไข่ไก่ในตลาดสดหรือตลาดนัดทั่วไป

**๑.๒ เกษตรกรอิสระขายไข่ไก่ให้กับสหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่** โดยสหกรณ์จะทำการคัดแยกขนาดไข่ไก่ แล้วจัดส่งให้ผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นผู้กระจายสินค้า และไข่ไก่บางส่วนจะจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่และจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น

**๑.๓ เกษตรกรขายไข่ไก่ให้กับผู้ใช้ในอุตสาหกรรมโดยตรง** ซึ่งสามารถแบ่งผู้ใช้ในอุตสาหกรรมได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้ขนาดเล็ก ประเภท ร้านเบเกอรี่ ร้านขนมหวาน ร้านขนมไทย โดยมีปริมาณการใช้ไข่ไก่ประมาณวันละ ๘๐ - ๑๕๐ ฟอง และกลุ่มผู้ใช้ไข่ไก่ขนาดใหญ่ อาทิ ผู้ผลิตเต้าหู้ไข่ บะหมี่สด แผ่นก๊วย มีปริมาณการซื้อไข่ไก่ประมาณวันละ ๔,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ ฟอง

## **๒. ตลาดไข่ไก่จากบริษัท**

สามารถแบ่งเส้นทางการกระจายไข่ไก่ไปยังผู้บริโภคได้ ๖ ช่องทาง คือ

**๒.๑ บริษัททำการคัดแยกขนาดไข่ไก่และตรวจสอบคุณภาพไข่ไก่** จากนั้นส่งไปจำหน่ายยังร้านจำหน่ายตนเอง (Own Channel) เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

**๒.๒ บริษัทที่มีความสามารถในการคัดแยกขนาดไข่** มีสถานที่เก็บรักษาและบรรจุไข่ไก่ในบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีการผลิตไข่ไก่มากและมีความสามารถที่จะยอมรับเครดิตเทอมของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ จะจำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใต้ House Brand เช่น Makro, Top Supermarket, Food Land, Tesco Lotus, Big C, 7 Eleven เป็นต้น การจำหน่ายไข่ไก่ของตลาดลักษณะนี้อาจขายส่งและขายปลีก (จิตติมา กันทนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑๑)

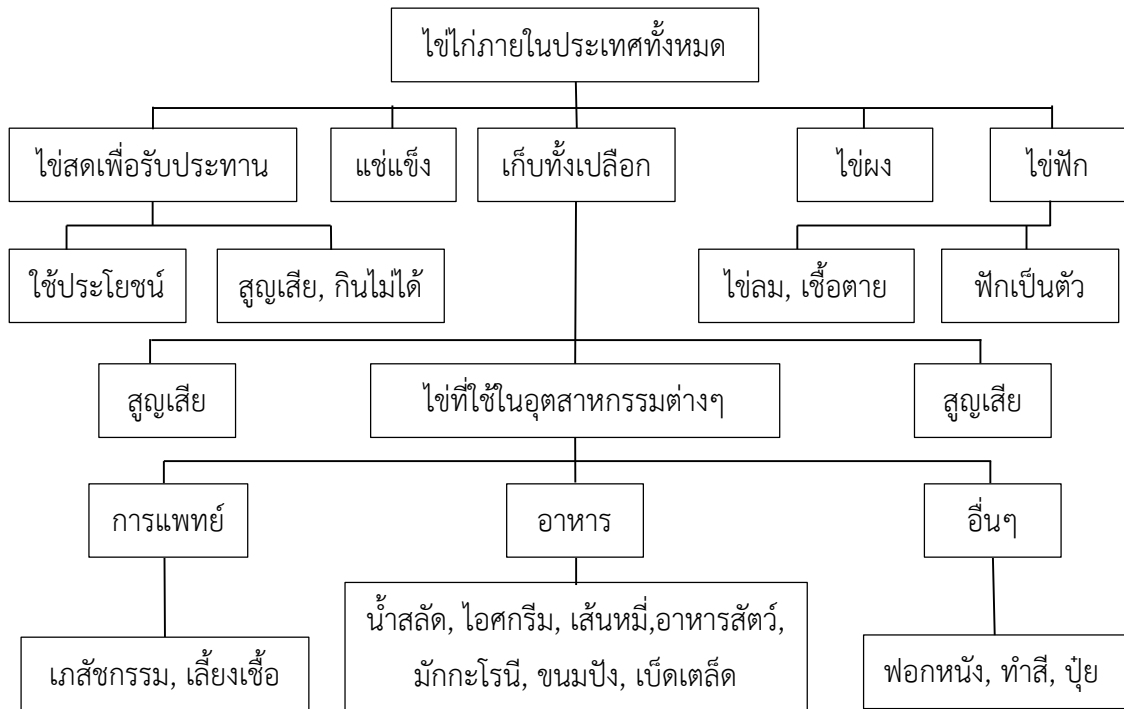
**๒.๓ ขายให้กับตลาดสดหรือผู้ค้าปลีกไข่ไก่** เพื่อจำหน่ายไปยังผู้บริโภค ซึ่งเป็นตลาดหลักของผู้บริโภคไข่ไก่ วัตถุประสงค์การซื้อขายไข่ไก่ของผู้บริโภคในตลาดสดเพื่อการบริโภคในครัวเรือน การประกอบอาหารคาวและขนมหวานเพื่อจำหน่าย ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ในตลาดสดจัดหาไข่ไก่จากผู้รวบรวมไข่ไก่หรือฟาร์มไข่ไก่ในพื้นที่ (จิตติมา กันทนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑๑)

**๒.๔ ขายให้ตลาดเฉพาะซึ่งเป็นผู้ใช้ในอุตสาหกรรม** เช่น โรงงานอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศ ตลาดเบเกอรี่ ตลาดการผลิตมายองเนส ตลาดอาหารแปรรูปอื่นๆ เป็นตลาดที่มีศักยภาพในการขยายตัว เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของผลผลิตไข่ไก่ในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากสามารถแปรรูปไข่ให้มีลักษณะต่างๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค และวิถีการดำเนินชีวิตของคน ในปัจจุบันเป็นอย่างดี (จิตติมา กันทนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑๑)

**๒.๕ ขายให้ผู้รวบรวมไข่ไก่** ซึ่งผู้รวบรวมไข่ไก่จะจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค

**๒.๖ บริษัทส่งออกไข่ไก่ไปยังต่างประเทศ** มีทั้งไข่ไก่สดและผลิตภัณฑ์ เช่น ไข่เหลวรวม ไข่แดงเหลว ไข่ผงรวม และไข่ขาวผง ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกไข่ไก่มีไม่มากนักเมื่อเทียบกับปริมาณการบริโภคภายในประเทศ เนื่องจากราคาส่งออกต่ำกว่าต้นทุนการผลิต นโยบายส่งเสริมและอุดหนุนการส่งออก การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ข้อกำหนดและมาตรฐานต่างๆ ของประเทศคู่ค้า และอุปบัติการณ์ของโรคระบาด (จิตติมา กันทนามัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑๑)

### แผนภาพที่ ๓ - ๒ วงจรธุรกิจไข่ไก่ของประเทศไทย



ที่มา : ณิชกอร์ ปุณยภาภัสสร, ๒๕๕๓ : ๑๘

ปัจจุบันการจำหน่ายไข่ไก่มีช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น จากอดีตผู้เลี้ยงไข่ไก่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่อิสระ ทำให้ต้องหาช่องทางในการจัดจำหน่ายไข่ไก่เอง ทั้งจำหน่ายหน้าฟาร์มและจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่ โดยจะจัดจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกไข่ไก่ ผู้ค้าส่ง หรือรถเรขายตามชุมชนต่างๆ แต่ปัจจุบันโครงสร้างผู้เลี้ยงไข่ไก่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมผลผลิตไข่ไก่ในประเทศจำนวนมากเป็นผลผลิตจากผู้เลี้ยงขนาดใหญ่ที่มีจำนวนน้อยราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทครบวงจร ทำให้มีความพร้อมในการจัดจำหน่ายผลผลิต โดยช่องทางการตลาดที่ได้รับความนิยมมากขึ้น คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าของตนเอง

นอกจากนี้ กฎหมาย รัฐ กิจวิวงศ์ และ กรรณิกา แช่ลิว (๒๕๖๒ : ๘๙๐ - ๘๙๑) สามารถแบ่งตลาดไข่ไก่ตามความแตกต่างกันทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจำหน่าย ได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียม และกลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน โดยทั้ง ๒ กลุ่ม มีความแตกต่างกันทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจำหน่าย โดยในกลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียม ผู้ประกอบการแต่ละรายจะสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยมีการเสริมสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย เช่น โอเมก้า ๓ หรือใช้วิธีการเลี้ยง เช่น การเลี้ยงไข่ไก่แบบปล่อย หรือการเลี้ยงไข่ไก่อินทรีย์ ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐานจะสร้างความหลากหลายในขนาดของไข่ไก่ที่ต่างกัน อย่างไรก็ตาม ทั้ง ๒ กลุ่มผลิตภัณฑ์ จะให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยทางอาหาร เนื่องจากได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์เกี่ยวกับความปลอดภัยเป็นจุดเด่นของสินค้า เช่น ปลอดภัยไร้เชื้อแบคทีเรีย ปลอดภัยไร้สารเร่งสุก ปลอดภัยไร้ฮอร์โมน เป็นต้น

### ๓. วิธีการตลาดไข่ไก่

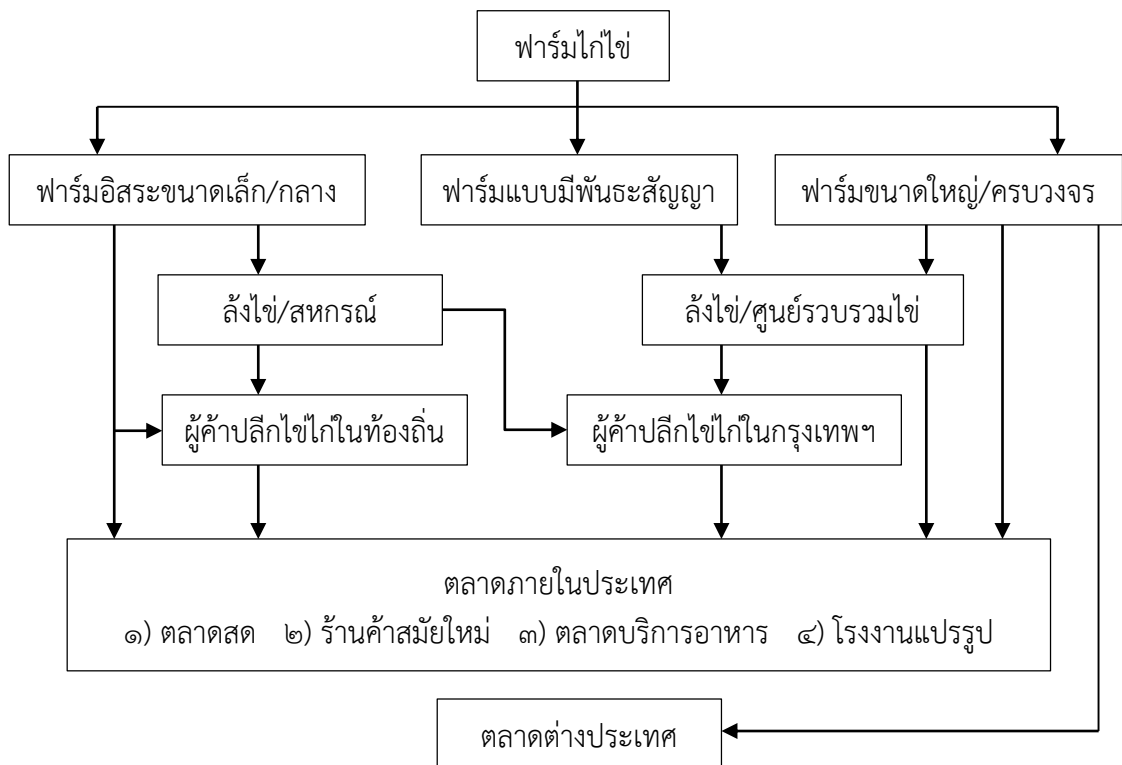
วิธีการตลาดไข่ไก่ จำแนกได้ ๓ ลักษณะ คือ

**๓.๑ ฟาร์มไข่แบบอิสระขนาดเล็กและกลาง** โดยมากจำหน่ายไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่ ในลักษณะไข่คละหรือไข่ที่ผ่านการคัดขนาด ตามความต้องการของผู้รวบรวมไข่ ทำการเกรดและคัดไข่ก่อนจำหน่ายให้สหกรณ์ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่และเข้าสู่ตลาดประเภทต่างๆ

**๓.๒ ฟาร์มไข่แบบมีพันธะสัญญา** จำหน่ายให้กับบริษัทหรือผู้ประกอบการคู่สัญญาตามข้อตกลง จากนั้นจำหน่ายไข่ไก่บางส่วนให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่ และบางส่วนจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านจำหน่ายของตนเอง

**๓.๓ ฟาร์มไข่ขนาดใหญ่และฟาร์มไข่แบบครบวงจร** อาจเป็นฟาร์มที่มีศูนย์รวบรวมไข่ของตนเองหรือไม่ก็ได้ กรณีฟาร์มที่ไม่มีศูนย์รวบรวมไข่ของตนเอง มักจำหน่ายไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่และผู้ค้าปลีกไข่ไก่ก่อนเข้าสู่ตลาด ส่วนฟาร์มที่มีศูนย์รวบรวมไข่ของตนเอง ไข่ไก่จะถูกรวบรวมเข้าสู่ศูนย์รวบรวมไข่เพื่อผ่านกระบวนการและจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้ ไข่ไก่บางส่วนอาจจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ และผู้บริโภคในตลาดประเภทต่างๆ

แผนภาพที่ ๓ - ๓ วิธีตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย



ที่มา : จิตติมา กันตนามัลลกุล และ อัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑๕

## ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดไข่ไก่

การจำหน่ายไข่ไก่จากฟาร์มผู้บริโภคมียหลายวิธีและหลายช่องทาง ได้แก่ (จิตติมา กันตนาวัลลกุล และอัจฉรา โพธิ์ดี, ๒๕๕๘ : ๑๑ ; สถาบันสุวรรณวาจกสิกิจเพื่อการค้นคว้าและ พัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, ๒๕๕๕ : ๓๙ - ๔๐)

**๑. เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่** มีทั้งจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่ บริษัทคู่สัญญา และจำหน่ายเอง โดยวางขายหน้าฟาร์มให้กับผู้บริโภคโดยตรง จำหน่ายให้ร้านอาหารและผู้ค้าปลีกไข่ไก่ในพื้นที่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจไข่ไก่แบบครบวงจรและฟาร์มไข่ไกขนาดใหญ่ อาจจำหน่ายไข่ไก่ให้กับร้านค้าสมัยใหม่ภายใต้ข้อตกลง ซึ่งมี ๒ ลักษณะ คือ

**๑.๑ จำหน่ายไข่ไก่ภายใต้ตราของผู้ผลิต** ผู้ผลิตคิดราคาไข่ไก่ตามเบอร์บวก ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายดำเนินการ และค่าตอบแทนหรือกำไร แล้วกำหนดเป็นราคาขายไข่ไก่ โดยจ่ายค่าตอบแทนให้กับร้านค้าสมัยใหม่ตามข้อตกลง

**๑.๒ จำหน่ายไข่ไก่ภายใต้ตราของร้านค้าสมัยใหม่** โดยส่งบรรจุภัณฑ์พร้อมฉลากตราของร้านไปให้ผู้ผลิตดำเนินการ แล้วจ่ายค่าไข่ไก่ตามเบอร์ บวกกับค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าดำเนินการ และกำไรให้ผู้ผลิต จากนั้นบวกร้อยละ ๓๐ เพื่อกำหนดเป็นราคาจำหน่าย

**๒. ผู้รวบรวมไข่ไก่ (ล้ง)** เป็นผู้ที่เก็บรวบรวมไข่ไก่จากฟาร์มเกษตรกรอิสระ ทั้งฟาร์มขนาดย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยทั่วไปรวบรวม ในรูปของไข่คละ จากนั้นผู้รวบรวมไข่ไก่จะทำการคัดขนาดไข่ออกเป็นเบอร์หรือขนาดต่างๆ แล้วจึงขายต่อให้กับแม่ค้าขายปลีกไข่ไก่ในตลาดสด หรือตลาดนัดทั่วไป

**๓. ศูนย์รวบรวมไข่** เป็นสถานประกอบการที่รับและรวบรวมไข่จากฟาร์มสำหรับจัดการตามหลักสุขลักษณะก่อนส่งแหล่งจำหน่ายไข่หรือโรงงาน ซึ่งครอบคลุมอาคารปฏิบัติงาน รวบรวมและคัดไข่ สถานที่เก็บรักษา บริเวณกำจัดสิ่งปฏิกูล โดยเฉพาะไข่เน่าหรือ ไข่ที่ไม่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค การจัดการไข่ที่ศูนย์รวบรวมไข่มีหลายขั้นตอน เช่น การรับไข่ไก่ การจำแนกไข่จากแหล่งต่างๆ การคัดแยกไข่ การทำความสะอาดไข่สกรปรก การตรวจคุณภาพไข่ การคัดขนาดไข่ การบรรจุไข่ลงภาชนะ การส่งมอบ และการขนส่งไข่ไปยังแหล่งจำหน่าย ทุกขั้นตอนต้องจัดเก็บบันทึกข้อมูล ซึ่งระยะเวลาในการจัดการไข่ไก่ที่ศูนย์รวบรวมไข่นาน ๑ - ๓ วัน

**๔. ผู้ค้าปลีกไข่ไก่** ซื้อไข่ไก่จากผู้รวบรวมไข่ไก่หรือฟาร์มแล้วนำมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ส่วนใหญ่วางแผงจำหน่ายในตลาดสด ซึ่งมีในทุกอำเภอ ทุกจังหวัด นอกจากนี้เป็นร้านค้าย่อยในหมู่บ้านและชุมชน รวมทั้งรถเร่ที่ขับไปขายตามหมู่บ้าน/ชุมชน ตลาดนัด

**๕. ผู้ส่งออกไข่ไก่** ไข่ไก่ที่ส่งออกตลาดต่างประเทศโดยมากเป็นการดำเนินการของบริษัทหรือฟาร์มขนาดใหญ่

**๖. ร้านค้าสมัยใหม่** รับซื้อไข่ไก่จากผู้ประกอบการธุรกิจไข่ไก่แบบครบวงจรและฟาร์มไข่ไกขนาดใหญ่ ที่มีความสามารถในการคัดแยกขนาดไข่ มีสถานที่เก็บรักษาและบรรจุไข่ไก่ลงในบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีปริมาณการผลิตไข่ไก่มากและมีความสามารถที่จะยอมรับเครดิตของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ได้ ซึ่งมีความผันแปรตั้งแต่ ๙๐ - ๑๘๐ วัน

## ๗. ผู้ใช้ไข่ไก่ในอุตสาหกรรม แบ่งเป็น ๒ ระดับ คือ

**๗.๑ ผู้ใช้ไข่ไก่ขนาดเล็ก** อาทิ ร้านขนมหวาน ขนมไทย เบเกอรี่ ปริมาณการซื้อไข่ไก่ ๘๐ - ๑๕๐ ฟองต่อวัน ซึ่งนิยมซื้อไข่จากตลาดสดหรือฟาร์มเลี้ยงไข่โดยมักซื้อไข่คละ (รวมทุกเบอร์) โดยบางรายซื้อทุกวัน บางรายซื้อ ๒ - ๓ ครั้งต่อสัปดาห์ ขึ้นกับความสะดวกของผู้ใช้ ส่วนคุณภาพไข่ไก่ที่ร้านเบเกอรี่ต้องการ คือ ความสดใหม่ สำหรับร้านขนมไทย เน้นสีของไข่แดงและความสด ราคาไข่ไก่ที่ซื้อมีความเหมาะสมแล้ว แต่ถ้าราคาขึ้นไปมากกว่านี้อาจต้องปรับขึ้นราคาของสินค้าซึ่งไม่สามารถขึ้นได้มากนัก เนื่องจากเกรงว่าจะมีผลกระทบต่อยอดขาย

**๗.๒ ผู้ใช้ไข่ไก่อายใหญ่** อาทิ ผู้ผลิตเต้าหู้ไข่ บะหมี่สด แผ่นก๊วย มีปริมาณการซื้อไข่ไก่ ๔,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ ฟองต่อวันหรือมากกว่า นิยมซื้อจากฟาร์มเลี้ยงไข่โดยตรงซึ่งซื้อเป็นไข่คละ และซื้อไข่ทุกวัน ส่วนคุณภาพที่ต้องการทั้งความสด ใหม่ ไข่ขาวข้น เปลือกไข่หนา ไม่ได้เน้นสีของไข่แดงมากนัก ถ้าราคาไข่ไก่สูงขึ้นจะมีผลกระทบ ไม่สามารถปรับราคาขึ้นได้ เนื่องจาก มีการแข่งขันในตลาดสูง อาจทำให้ยอดขายลดลง

ไข่ไก่ เป็นสินค้าเกษตรที่ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ ธุรกิจไข่ไก่จึงจำเป็นต้องวางแผนทั้งระบบ ต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ร่วมกันตลอดห่วงโซ่การผลิตทั้งประเทศ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อาทิ การนำเข้าไข่ไก่พันธุ์ การเลี้ยงไข่ไก่ การผลิตไข่ไก่ การตลาด รวมถึงการบริโภคไข่ไก่ เพื่อนำไปสู่ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ที่สมดุลกับปริมาณการบริโภค ส่งผลให้ระดับราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพ

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากหลายแหล่ง และเป็นแบบสัมภาษณ์ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นของประชากร ประกอบด้วยหัวข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และมีลักษณะที่ให้ประชากรได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นแบบคำถามเปิด (Open - Ended Questions) มีลักษณะคำถามที่ผู้ตอบมีโอกาสที่จะตอบคำถามได้โดยอิสระ แบ่งออกเป็น ๓ ส่วน คือ

### ๑. ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่

- ๑.๑ ชื่อ - นามสกุล ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
- ๑.๒ ชื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไข่ไก่
- ๑.๓ ชื่อ - นามสกุล ของผู้สัมภาษณ์
- ๑.๔ วันเดือนปี เวลา และสถานที่ ที่เก็บข้อมูล
- ๑.๕ วิธีการสัมภาษณ์

### ๒. ส่วนที่ ๒ ข้อมูลการสัมภาษณ์

เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลข้อคิดเห็นในการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ได้แก่

๒.๑ สถานการณ์การเลี้ยงไข่ไก่/การขายไข่ไก่ในปัจจุบันเป็นอย่างไร เมื่อเทียบกับหลายปีที่ผ่านมา

๒.๒ ปัจจุบันปริมาณไข่ไก่ในท้องตลาดเพียงพอหรือไม่ ปริมาณเท่าไรถึงจะเหมาะสม



- หรือไม่ว่า
- ๒.๓ ปัจจุบันปริมาณปุ๋ยฟอสฟอรัส โพแทสเซียม และแมกนีเซียมในดิน มีความเหมาะสมหรือไม่
- ๒.๔ มีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อราคาไข่ไก่
- ๒.๕ อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำ
- ๒.๖ สถานการณ์โรค COVID – 19 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมไข่ไก่หรือไม่อย่างไร
- ๒.๗ ทำอย่างไรให้คนบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น
- ๒.๘ ทราบหรือไม่กรมปศุสัตว์มีมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ (ถ้าไม่ทราบให้ไปตอบข้อ ๒.๑๒)
- ๒.๙ ถ้าทราบมีมาตรการอะไรบ้าง
- ๒.๑๐ จากข้อ ๒.๙ มาตรการอะไรที่สำคัญที่สุด
- ๒.๑๑ มาตรการของกรมปศุสัตว์ในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- ๒.๑๒ ภาครัฐและภาคเอกชน ควรจะทำอะไรเพิ่มเติม เพื่อให้ไข่ไก่มีราคาที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น
- ๒.๑๓ ปัญหาและอุปสรรคการเลี้ยงไข่ไก่/การขายไข่ไก่ มีอะไรบ้าง
- ๓. ส่วนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**
- เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

## วิธีการสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาแบบสอบถามตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

๑. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยต่างๆ และเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นต่างๆ แล้วกำหนดเป็นข้อคำถามในการสร้างเครื่องมือ เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาและตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด
๒. ศึกษาสภาพสถานการณ์ ข้อมูล สถิติ ของการเลี้ยง การผลิต การขาย ในปัจจุบัน และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่
๓. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะทำการวิจัย
๔. นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

## บทที่ ๔

### ปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่

การศึกษาการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ งานวิจัยฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ รวมถึงข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ อุปสงค์และอุปทานของไข่ไก่ นโยบายของภาครัฐปรับสมดุลการผลิตและการบริโภค กฎหมายที่เกี่ยวกับการค้าและการผลิตไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ของไทย ปัญหาและอุปสรรค และการสังเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

#### อุปสงค์และอุปทานของไข่ไก่

##### ๑. ปริมาณปุ๋ยาพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ไก่ที่นำเข้าและเลี้ยง

ประเทศไทยมีผู้ประกอบการ ๑๖ บริษัท นำเข้าหรือเลี้ยงไก่ไข่พันธุ์ โดยมี ๑ บริษัท นำเข้าลูกปุ๋ยาพันธุ์ไก่ไข่และเลี้ยงเพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นลูกพ่อแม่พันธุ์ จากนั้นได้เลี้ยงลูกพ่อแม่พันธุ์ต่อไป หรือขายให้บริษัทอื่นเลี้ยงเพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นลูกไก่ไข่ ส่วนอีก ๑๕ บริษัท ได้นำเข้าลูกพ่อแม่พันธุ์ หรือซื้อจากบริษัทแรกเพื่อผลิตลูกไก่ไข่ จากตารางที่ ๔ - ๑ พบว่าปริมาณการนำเข้าปุ๋ยาพันธุ์ในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖๔.๑๙ เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๘ และไม่มีการนำเข้าในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๕ ส่วนปริมาณลูกพ่อแม่พันธุ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ จนถึงปัจจุบัน มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีปริมาณลูกปุ๋ยาพันธุ์และลูกพ่อแม่พันธุ์ ๓,๘๐๐ ตัว และ ๔๓๙,๘๔๙ ตัว ตามลำดับ

ตารางที่ ๔ - ๑ ปริมาณลูกปุ๋ยาพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ไก่ที่นำเข้าและเลี้ยง ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

ปี พ.ศ.	ปุ๋ยาพันธุ์ไก่ที่นำเข้า (ตัว)	พ่อแม่พันธุ์ไก่ที่นำเข้าและเลี้ยง (ตัว)
๒๕๕๓	* -	๔๙๒,๑๘๙
๒๕๕๔	* -	๕๘๕,๘๔๔
๒๕๕๕	* -	๕๓๕,๒๓๐
๒๕๕๖	๔,๒๙๐	๖๓๒,๒๑๒
๒๕๕๗	๔,๙๙๒	๖๒๗,๓๔๒
๒๕๕๘	๔,๔๒๖	๕๓๕,๘๗๗
๒๕๕๙	๗,๒๖๗	๖๑๙,๕๑๓
๒๕๖๐	๕,๙๙๘	๖๐๔,๖๗๓
๒๕๖๑	๔,๔๗๔	๕๔๑,๘๒๙
๒๕๖๒	๓,๘๐๐	๔๓๙,๘๔๙

หมายเหตุ : \* ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๕ ปุ๋ยาพันธุ์ไก่ไข่ ไม่มีการนำเข้าและเลี้ยง

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า ในปัจจุบันปริมาณปุ๋ยพันธ์และพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ มีความเหมาะสม เพียงพอแล้ว แต่มีข้อเสนอแนะให้กรมปศุสัตว์ควบคุมให้ผู้นำเข้าหรือเลี้ยงไก่ไข่พันธ์ จัดสรร การขายลูกไก่ไข่ให้แก่เกษตรกร ไม่ควรเก็บไว้เลี้ยงเองแต่เพียงรายเดียว

## ๒. ปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่

ไก่ไข่ในประเทศไทยมีการเลี้ยงเพิ่มมากขึ้น จากตารางที่ ๔ - ๒ พบว่าในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒ ไก่ไข่เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๘.๓๔ เฉลี่ยร้อยละ ๔.๒๖ ต่อปี ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ ๕๗.๘๘ ล้านตัว ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยภาคกลางมีจำนวนไก่ไข่ มากที่สุดของประเทศ คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๑๘ รองลงมาภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๑๕ ๑๑.๒๖ และ ๑๐.๔๑ ตามลำดับ แสดงว่าแหล่งผลิตไข่ไก่ส่วนใหญ่มีการกระจุกตัว อยู่ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศ

จังหวัดที่มีปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่มากที่สุด ๑๐ อันดับแรกในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา นครนายก นครปฐม ชลบุรี พระนครศรีอยุธยา สุพรรณบุรี เชียงใหม่ อุดรดิตถ์ ปราจีนบุรี และเชียงราย ตามลำดับ ซึ่งมีจำนวนไก่ไข่รวมกันคิดเป็นร้อยละ ๖๐.๐๖ ของจำนวนไก่ไข่ ทั้งประเทศ

ตารางที่ ๔ - ๒ ปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

หน่วย: พันตัว

ปี พ.ศ.	ภาค				รวม
	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	
๒๕๕๓	๓,๖๕๑	๕,๙๘๙	๒๙,๔๒๓	๒,๗๗๗	๔๑,๘๔๐
๒๕๕๔	๔,๔๙๐	๖,๗๘๒	๓๔,๖๙๘	๓,๔๓๒	๔๙,๔๐๓
๒๕๕๕	๖,๒๖๒	๗,๔๖๒	๓๓,๕๕๗	๓,๘๔๐	๕๑,๑๒๑
๒๕๕๖	๖,๗๘๐	๖,๓๐๙	๓๓,๘๓๔	๔,๑๐๕	๕๑,๐๒๘
๒๕๕๗	๗,๑๓๖	๖,๒๒๐	๓๕,๑๘๖	๔,๔๐๘	๕๒,๙๕๐
๒๕๕๘	๙,๗๒๔	๗,๘๕๙	๓๔,๕๔๔	๔,๙๐๘	๕๗,๐๓๕
*๒๕๕๙	-	-	-	-	-
๒๕๖๐	๙,๖๕๔	๗,๙๐๕	๓๕,๓๘๑	๖,๐๕๗	๕๘,๙๙๗
๒๕๖๑	๑๐,๐๗๒	๖,๖๐๕	๓๔,๗๘๙	๕,๘๕๖	๕๗,๒๖๒
๒๕๖๒	๙,๙๒๙	๖,๕๑๕	๓๕,๔๑๕	๖,๐๒๔	๕๗,๘๘๓

หมายเหตุ : \* ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ กรมปศุสัตว์ไม่ได้ประมวลผลข้อมูล

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

สำหรับไก่ไข่ที่อยู่ในระยะให้ผลผลิต (อายุระหว่าง ๑๘ - ๘๐ สัปดาห์) จากตารางที่ ๔ - ๓ พบว่าในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มีจำนวนฟาร์ม ๑,๔๖๓ ฟาร์ม แม่ไก่ไข่ยืนกรง ๕๗.๒๗ ล้านตัว และในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีจำนวนฟาร์ม ๑,๓๘๕ ฟาร์ม แม่ไก่ไข่ยืนกรง ๔๘.๖๖ ล้านตัว เมื่อเทียบกันแล้ว มีจำนวน ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่และแม่ไก่ไข่ยืนกรงลดลง ๗๘ ฟาร์ม และ ๘.๖ ล้านตัว ตามลำดับ

## ตารางที่ ๔ - ๓ ปริมาณการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรง ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และ ๒๕๖๒

ขนาดการเลี้ยง (ตัว)	ปี พ.ศ. ๒๕๖๑		ปี พ.ศ. ๒๕๖๒	
	จำนวนฟาร์ม (แห่ง)	จำนวนแม่ไก่ไข่ ยืนกรง (พันตัว)	จำนวนฟาร์ม (แห่ง)	จำนวนแม่ไก่ไข่ ยืนกรง (พันตัว)
รายย่อย (๑ - ๙,๙๙๙ ตัว)	๗๔๐	๓,๒๖๘	๗๗๕	๓,๓๑๑
รายกลาง (๑๐,๐๐๐ - ๙๙,๙๙๙ ตัว)	๕๙๗	๑๔,๘๗๓	๕๐๔	๑๓,๑๒๖
รายใหญ่ (๑๐๐,๐๐๐ ตัวขึ้นไป)	๑๒๖	๓๙,๑๒๕	๑๐๖	๓๒,๒๒๓
รวม	๑,๔๖๓	๕๗,๒๖๖	๑,๓๘๕	๔๘,๖๖๐

ที่มา : สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒) จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๔ พบว่า มีการขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ ๓.๖๗ ต่อปี แต่ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ มีปริมาณลดลงในอัตราร้อยละ ๐.๕๗ ต่อปี ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒ มีปริมาณการผลิตไข่ไก่ ๑๕,๔๖๔ และ ๑๔,๗๓๘ ล้านฟอง ตามลำดับ ลดลงจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ ๑.๘๘ และ ๔.๖๙ ตามลำดับ

## ตารางที่ ๔ - ๔ ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

ปี พ.ศ.	ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ (ล้านฟอง/ปี)
๒๕๕๓	๑๐,๘๐๐
๒๕๕๔	๑๑,๓๖๓
๒๕๕๕	๑๓,๓๒๐
๒๕๕๖	๑๓,๕๑๙
๒๕๕๗	๑๔,๒๖๕
๒๕๕๘	๑๕,๑๐๓
๒๕๕๙	๑๕,๕๖๐
๒๕๖๐	๑๕,๗๖๐
๒๕๖๑	๑๕,๔๖๔
๒๕๖๒	๑๔,๗๓๘

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า ในสถานการณ์ปกติ ปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรง ๕๐ ล้านตัว และปริมาณไข่ไก่ ๔๐ ล้านฟอง มีความเหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการต่อทุกภาคส่วน สำหรับปริมาณไข่ไก่ที่เหมาะสมสำหรับผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายใหญ่ต้องไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านฟอง/วัน อย่างไรก็ตาม ในช่วงโรคระบาด COVID-19 พบว่าสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ บางรายให้ข้อมูลว่า แต่ละเดือนมีการนำลูกไก่ไข่เข้าเลี้ยงและปลดแม่ไก่ไข่ยืนกรงในปริมาณที่ไม่แน่นอน และความต้องการซื้อของผู้บริโภคในแต่ละเดือนก็เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

### ๓. ต้นทุนการผลิตไข่ไก่

ต้นทุนการผลิตไข่ไก่มีต้นทุนที่แยกได้ อาทิ โรงเรือน พันธุ์ไก่ไข่ อุปกรณ์การให้น้ำ การให้อาหาร กรงไข่ไก่ อาหารไก่ไข่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัคซีน ค่าแรงงาน เป็นต้น โดยหลักต้นทุนการผลิตจะประกอบด้วย ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร จากตารางที่ ๔ - ๕ พบว่า ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๗ ต้นทุนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยร้อยละ ๗.๙ ต่อปี และในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๑ ต้นทุนมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ระหว่าง ๒.๘๔ - ๒.๘๙ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ อยู่ที่ ๒.๖๘ บาท/ฟอง เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มีอัตราลดลงร้อยละ ๖.๒๙

#### ตารางที่ ๔ - ๕ ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

หน่วย : บาท/ฟอง

ปี พ.ศ.	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย	ต้นทุนรวมทั้งหมด
๒๕๕๓	๐.๕๓	๒.๒๒	๒.๒๗
๒๕๕๔	๑.๒๒	๒.๕๑	๒.๖๑
๒๕๕๕	๑.๐๖	๒.๔๘	๒.๕๗
๒๕๕๖	๑.๑๒	๒.๗๕	๒.๘๔
๒๕๕๗	๑.๑๔	๒.๘๙	๒.๙๙
๒๕๕๘	๑.๐๙	๒.๗๕	๒.๘๔
๒๕๕๙	๑.๐๙	๒.๘๐	๒.๘๙
๒๕๖๐	๑.๐๘	๒.๗๘	๒.๘๗
๒๕๖๑	๑.๐๘	๒.๗๗	๒.๘๖
๒๕๖๒	๑.๐๖	๒.๕๙	๒.๖๘

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๖๓

### ๔. ราคาไข่ไก่ระดับต่างๆ

ราคาซื้อขายไข่ไก่ระดับต่างๆ จำแนกได้ ๓ ระดับ คือ

**๔.๑ ราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต** (ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้) หมายถึง ราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรขายได้หน้าฟาร์ม ซึ่งใช้ราคาแนะนำตามประกาศของสมาคมผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ส่งออกไข่ไก่ แต่ในบางท้องที่ใช้ราคาอ้างอิงตามประกาศของสหกรณ์ ราคาตามประกาศมีทั้งราคาไข่ไก่คละ และราคาไข่ไก่เบอร์ ส่วนเกษตรกรแบบมีพันธสัญญาจะได้รับราคาตามที่ตกลงกันไว้กับบริษัทคู่สัญญา

**๔.๒ ราคาไข่ไก่ขายส่ง** หมายถึง ราคาไข่ไก่ที่ผู้รวบรวมไข่ไก่ ขายให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ เพื่อนำไปขายต่อให้ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

**๔.๓ ราคาไข่ไก่ขายปลีก** หมายถึง ราคาไข่ไก่ที่ผู้บริโภคซื้อที่แหล่งรับซื้อ เช่น ตลาดสด และซูเปอร์มาร์เก็ต

ส่วนเหลือมการตลาด เป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการทำหน้าที่การตลาด ตั้งแต่การรวบรวมไข่จากฟาร์มไปจนถึงการจำหน่ายไข่ไก่ให้ผู้บริโภค ประกอบด้วย ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษา ค่าจ้างแรงงาน ค่าจ้างยานพาหนะในการขนส่ง ค่าคัดขนาดไข่ ค่าทำความสะอาดไข่ ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าภาษี รวมทั้งกำไรที่ผู้ประกอบการได้รับ เป็นส่วนต่างระหว่างราคาจากผู้บริโภคสุดท้ายจ่าย (ราคาไข่ไก่ขายปลีก) กับราคาต่อหน่วยของผลผลิตไข่ไก่ที่เกษตรกรได้รับ (ราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต)

จากตารางที่ ๔ - ๖ พบว่าส่วนเหลือมการตลาด ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๒.๔๐ ต่อปี โดยในปี ๒๕๖๒ ส่วนเหลือมการตลาดไข่ไก่ ๐.๔๕ บาทต่อฟอง ราคาไข่ไก่ทั้ง ๓ ระดับ มีความผันผวน อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงในบางช่วงเวลา แต่เมื่อคิดคำนวณในภาพรวมพบว่า ราคาไข่ไก่ทั้ง ๓ ระดับ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๐.๘๗ ๐.๘๒ และ ๑.๐๗ ต่อปี ตามลำดับ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต ราคาไข่ไก่ขายส่ง และราคาไข่ไก่ขายปลีก มีราคาเฉลี่ยฟองละ ๒.๗๕ ๒.๙ และ ๓.๒ บาท ตามลำดับ

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า การขายไข่ไก่ในปัจจุบันจะประสบปัญหาในด้านค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายในการทำเอกสารที่ต้องทำเพิ่มขึ้น ค่าแรงงาน แต่ราคาไข่ไก่ยังเท่าเดิม มีผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายใหม่ทำการตลาดด้วยวิธีการขายต่ำกว่าต้นทุน ทำให้ราคาไข่ไก่ขายปลีกในภาพรวมต่ำไปด้วย นอกจากนี้ ควรปรับโครงสร้างราคาไข่ไก่ขายปลีกของกลุ่มโมเดิร์นเทรดให้สูงขึ้น เนื่องจากกลุ่มโมเดิร์นเทรดได้ขายไข่ไก่ในราคาเท่ากับที่ขายในตลาดสดหรือในราคาที่ต่ำกว่า ทำให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ในตลาดสดต้องลดราคา เพื่อให้สามารถอยู่ได้

ตารางที่ ๔ - ๖ แสดงราคาไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

หน่วย : บาท/ฟอง

ปี พ.ศ.	°ราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต		°ราคาไข่ไก่ขายส่ง เบอร์ ๓		°ราคาไข่ไก่ขายปลีก เบอร์ ๓		ส่วนเหลือมการตลาด
	ราคาต่ำสุด - สูงสุด	ราคาเฉลี่ย	ราคาต่ำสุด - สูงสุด	ราคาเฉลี่ย	ราคาต่ำสุด - สูงสุด	ราคาเฉลี่ย	
๒๕๕๓	๒ - ๒.๘	๒.๕๕	๒.๑ - ๓	๒.๗	๒.๕ - ๓.๒	๒.๙๒	๐.๓๗
๒๕๕๔	๒.๑ - ๓.๔	๒.๘๙	๒.๓ - ๓.๗	๓.๐๖	๒.๖ - ๔.๑	๓.๓๑	๐.๔๒
๒๕๕๕	๑.๙ - ๒.๗	๒.๓๙	๒.๐๕ - ๒.๙	๒.๕๓	๒.๓๕ - ๓.๒	๒.๘๓	๐.๔๔
๒๕๕๖	๒.๕ - ๓.๕	๓.๐๓	๒.๕๕ - ๓.๗	๓.๑๕	๒.๘๕ - ๔	๓.๔๔	๐.๔๑
๒๕๕๗	๒.๒ - ๓.๓	๒.๘๘	๒.๓ - ๓.๕	๓.๐๓	๒.๖ - ๓.๘	๓.๓๓	๐.๔๕
๒๕๕๘	๒ - ๓	๒.๕๗	๒.๑ - ๓.๒	๒.๗๒	๒.๔ - ๓.๕	๓.๐๒	๐.๔๕
๒๕๕๙	๒.๔ - ๓.๓	๒.๘๙	๒.๕ - ๓.๕	๓.๐๔	๒.๘ - ๓.๘	๓.๓๔	๐.๔๕
๒๕๖๐	๒.๑ - ๒.๘	๒.๔๖	๒.๒ - ๓	๒.๖๑	๒.๕ - ๓.๓	๒.๙๑	๐.๔๕
๒๕๖๑	๒.๑ - ๒.๘	๒.๕๖	๒.๒ - ๓	๒.๗๑	๒.๕ - ๓.๓	๓.๐๑	๐.๔๕
๒๕๖๒	๒.๓ - ๓	๒.๗๕	๒.๔ - ๓.๒	๒.๙	๒.๗ - ๓.๕	๓.๒	๐.๔๕

ที่มา : °/ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, ออนไลน์, ๒๕๖๓

๒/ ข้อมูลจากการคำนวณ ราคาเฉลี่ยไข่ไก่ขายปลีกเบอร์ ๓ - ราคาเฉลี่ยไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต

## ๕. การส่งออกไข่ไก่ไปจำหน่ายต่างประเทศ

ประเทศไทยส่งออกไข่ไก่ในลักษณะไข่ไก่สด และผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่ เช่น ไข่เหลวรวม ไข่แดงเหลว ไข่ผงรวม และไข่ขาวผง ซึ่งการส่งออกเป็นการระบายผลผลิตไข่ไก่ส่วนเกิน เพื่อรักษา ระดับราคาในประเทศ

**๕.๑ การส่งออกไข่ไก่สด** จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๗ พบว่า ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ การส่งออกไข่ไก่สดมีปริมาณ ๒๗๑.๓๗ ล้านฟอง คิดเป็นมูลค่า ๗๖๕.๕๑ ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ตลาดส่งออกที่สำคัญในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ คือ ฮองกง และสิงคโปร์ โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ ๙๕.๓๙ และ ๓.๖๖ ตามลำดับ ของปริมาณไข่ไก่สดทั้งหมด รองลงมา คือ จีน มาเก๊า มัลดีลฟ์ เกาหลีใต้ บาเรน การ์ตาร์ UAE และในบางช่วงปี เช่น ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ ๒๕๕๙ และ ๒๕๖๐ มีการชะลอการส่งออก

**๕.๒ การส่งออกผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่** จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๗ พบว่าในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ การส่งออกผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่มีปริมาณ ๔,๔๖๓.๒๕ ตัน คิดเป็นมูลค่า ๔๘๗.๔๒ ล้านบาท ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ที่ส่งออกมากที่สุด คือ ไข่เหลวรวม ตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ ๔ - ๗ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไข่ไก่สดและผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

ปี พ.ศ.	ไข่ไก่สด		ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่	
	ปริมาณ (ล้านฟอง)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
๒๕๕๓	๑๔๓.๘๐	๓๗๕.๑๒	๓,๔๗๘.๙๐	๒๗๙.๑๘
๒๕๕๔	๗๑.๗๑	๒๒๑.๙๙	๓,๔๘๑.๔๐	๒๖๕.๖๙
๒๕๕๕	๑๔๙.๗๒	๓๙๕.๔๑	๓,๓๕๘.๔๙	๒๗๓.๓๖
๒๕๕๖	๑๗๗.๙๑	๔๙๑.๗๓	๓,๙๗๑.๑๔	๓๒๒.๓๙
๒๕๕๗	๒๒๗.๙๓	๗๐๘.๔๙	๔,๐๖๓.๘๕	๓๕๙.๑๑
๒๕๕๘	๒๘๕.๐๖	๙๓๖.๐๑	๔,๕๖๓.๑๗	๔๑๑.๒๐
๒๕๕๙	๑๕๒.๐๐	๕๔๖.๓๙	๔,๖๐๖.๒๘	๔๔๖.๖๗
๒๕๖๐	๑๕๙.๖๐	๕๐๒.๖๘	๓,๗๓๘.๐๓	๓๘๔.๘๕
๒๕๖๑	๒๙๗.๔๙	๑,๐๐๗.๔๘	๕,๑๒๒.๗๒	๕๓๔.๕๐
๒๕๖๒	๒๗๑.๓๗	๗๖๕.๕๑	๔,๔๖๓.๒๕	๔๘๗.๔๒

ที่มา : กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, ออนไลน์, ๒๕๖๓

**๕.๓ ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่** จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๘ พบว่าในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๒ มีการขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ ๒๐.๐๙ ต่อปี โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่ ๒,๑๘๑.๔๙ ตัน คิดเป็นมูลค่า ๒๐๗.๙๐ ล้านบาท ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่นำเข้า ได้แก่ ไข่แดงผง ไข่ขาวผง ไข่ผงรวม และไข่เหลวรวม โดยผลิตภัณฑ์ที่ นำเข้ามาจะใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอาหารต่างๆ เพื่อใช้ในประเทศและส่งออก เช่น ลูกชิ้นปลา กุ้งชุบแป้งทอด ไอศกรีม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องสำอางบางประเภท เป็นต้น รวมทั้งใช้ใน อุตสาหกรรมอาหารสัตว์

ตารางที่ ๔ - ๘ ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
๒๕๕๓	๑,๕๕๔.๘๖	๓๗๓.๒๑
๒๕๕๔	๑,๕๖๕.๗๕	๓๓๓.๘๖
๒๕๕๕	๑,๙๔๒.๙๐	๕๑๙.๐๙
๒๕๕๖	๑,๙๒๗.๒๕	๕๒๘.๕๔
๒๕๕๗	๘๘๑.๒๘	๒๐๐.๗๙
๒๕๕๘	๑,๔๓๙.๔๗	๓๒๗.๑๑
๒๕๕๙	๑,๒๐๙.๔๖	๒๑๕.๔๔
๒๕๖๐	๑,๖๒๐.๒๑	๑๙๗.๔๙
๒๕๖๑	๑,๙๘๔.๗๑	๒๒๙.๗๙
๒๕๖๒	๒,๑๘๑.๔๙	๒๐๗.๙๐

ที่มา : กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, ออนไลน์, ๒๕๖๓

ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามากที่สุด คือ ไข่ขาวผง โดยนำเข้าจากประเทศอิตาลีมากที่สุด เพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร โดยสหภาพยุโรปมีข้อกำหนดให้อาหารแปรรูปที่จะส่งออกไปนั้น หากมีส่วนผสมของไข่ด้วย จะต้องนำส่วนผสมของไข่มาจากแหล่งที่สหภาพยุโรปให้การรับรองเท่านั้น

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า ภาครัฐควรมีมาตรการส่งเสริมผู้ผลิตให้มีการแปรรูปไข่ไก่ให้อยู่ในรูปแบบของอาหารพร้อมทานมากขึ้น โดยอาศัยกระบวนการแปรรูปไข่เพื่อเพิ่มมูลค่าของไข่ไก่ และรองรับผลผลิตไข่ไก่ส่วนเกิน โดยการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไข่ไก่สด อาทิเช่น ไข่ต้ม ไข่ตุ๋น ไข่เหลว ไข่ปรุงสำเร็จ หรือผลิตภัณฑ์ไข่สำหรับทำไข่คน ไข่ดาวน้ำ ไข่หวานญี่ปุ่น เต้าหู้ไข่ เป็นต้น

## ๖. การบริโภคไข่ไก่ในประเทศ

จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๙ พบว่าปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒) กรมปศุสัตว์ได้คำนวณจากส่วนต่างระหว่างปริมาณผลผลิตไข่ไก่กับปริมาณการส่งออกไข่ไก่ ผลผลิตไข่ไกร้อยละ ๙๘.๑๑ - ๙๙.๓๗ ใช้บริโภคภายในประเทศ โดยโดยเฉพาะในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ บริโภคภายในประเทศสูงถึงร้อยละ ๙๙.๓๗ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศ ๑๔,๔๖๖.๖๓ ล้านฟอง/ปี คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๑๖ ของผลผลิตไข่ไก่ทั้งหมด

อัตราการบริโภคไข่ไก่ของประชากรไทย กรมปศุสัตว์ได้คำนวณจากสัดส่วนระหว่างจำนวนประชากรไทยต่อปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศ ซึ่งในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๐ อัตราการบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ ๕.๙ ต่อปี สอดคล้องกับปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ และปริมาณปุ๋ยาพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ที่นำเข้าและเลี้ยงภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามปริมาณการบริโภคยังน้อยกว่าปริมาณที่ผลิตได้ ส่งผลให้ไข่ไก่มีปริมาณเกินความต้องการ แต่ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และ ๒๕๖๒ อัตราการบริโภคไข่ไก่จากการคำนวณได้ลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ภาครัฐมีมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ เพื่อปรับสมดุลการผลิตไข่ไก่ให้เพียงพอต่อการบริโภค และแก้ไขปัญหาไข่ไก่ล้นตลาด



ตารางที่ ๔ - ๙ ปริมาณผลผลิต การส่งออก และอัตราการบริโภคไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒

ปี พ.ศ.	ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ (ล้านฟอง/ปี)	ปริมาณการส่งออกไข่ไก่ (ล้านฟอง/ปี)	ปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศ (ล้านฟอง/ปี)	จำนวนประชากรไทย (ล้านคน)	อัตราการบริโภคไข่ไก่ (ฟอง/คน/ปี)
๒๕๕๓	๑๐,๘๐๐	๑๔๓.๘๐	๑๐,๖๕๖.๒๐	๖๓.๘๘	๑๖๗
๒๕๕๔	๑๑,๓๖๓	๗๑.๗๑	๑๑,๒๙๑.๒๙	๖๔.๐๘	๑๗๖
๒๕๕๕	๑๓,๓๒๐	๑๔๙.๗๒	๑๓,๑๗๐.๒๘	๖๔.๕๖	๒๐๔
๒๕๕๖	๑๓,๕๑๙	๑๗๗.๙๑	๑๓,๓๔๑.๐๘	๖๔.๗๙	๒๐๖
๒๕๕๗	๑๔,๒๖๕	๒๒๗.๙๓	๑๔,๐๓๗.๐๗	๖๕.๑๒	๒๑๖
๒๕๕๘	๑๕,๑๐๓	๒๘๕.๐๖	๑๔,๘๑๗.๙๔	๖๕.๗๓	๒๒๕
๒๕๕๙	๑๕,๕๖๐	๑๕๒.๐๐	๑๕,๔๐๘.๐๐	๖๕.๙๓	๒๓๔
๒๕๖๐	๑๕,๗๖๐	๑๕๙.๖๐	๑๕,๖๐๐.๔๐	๖๖.๑๙	๒๓๖
๒๕๖๑	๑๕,๔๖๔	๒๙๗.๔๙	๑๕,๑๖๖.๕๑	๖๖.๔๑	๒๓๐
๒๕๖๒	๑๔,๗๓๘	๒๗๑.๓๗	๑๔,๔๖๖.๖๓	๖๖.๕๖	๒๑๗

ที่มา : ๑/ กองส่งเสริมและพัฒนากิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

๒/ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, ๒๕๖๓

๓/ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ๒๕๖๓

๔/ ข้อมูลจากการคำนวณ ปริมาณการผลิตไข่ไก่ - ปริมาณการส่งออกไข่ไก่

๕/ ข้อมูลจากการคำนวณ ปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศ ÷ จำนวนประชากรไทย

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า สถานการณ์การบริโภคไข่ไก่มีแนวโน้มสูงขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากไข่ไก่ยังคงเป็นแหล่งโปรตีนที่มีคุณภาพและราคาถูก ประกอบกับภาครัฐและภาคเอกชนมีการรณรงค์ส่งเสริมให้บริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในสถานที่ที่มีคนเยอะ เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน โรงพยาบาล เพิ่มการบริโภคแฝงในรูปแบบอื่น เช่น การทานขนมที่ผลิตจากไข่ การทานอาหารที่ใช้ไข่เป็นวัตถุดิบหลัก การขอความร่วมมือให้ไข่ไก่เป็นส่วนประกอบหลักในอาหารกลางวันของนักเรียนทั่วประเทศและของหน่วยราชการ เช่น ทหาร นักโทษในเรือนจำ เป็นต้น รวมทั้งต้องให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในด้านประโยชน์ของไข่ไก่ว่า สามารถทานได้ทุกวัย มีประโยชน์ต่อร่างกาย ไม่ส่งผลกระทบต่อระดับคอเลสเตอรอล

## ๗. คุณภาพ การแบ่งชั้นคุณภาพ ขนาด และการเก็บรักษาไข่ไก่

### ๗.๑ คุณภาพของไข่ไก่

กานดา ล้อแก้วมณี (๒๕๖๐ : ๖) กล่าวว่า คุณภาพของไข่ไก่มีความสำคัญในการเพิ่มจำนวนการบริโภคของผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ ซึ่งอาจจะมาจากความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึงลักษณะของไข่ไก่ เช่น สี กลิ่น รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการจัดการ เกรดบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย คุณภาพของไข่นั้นได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ เช่น พันธุกรรม การจัดการ สุขภาพ สิ่งแวดล้อม อายุของสัตว์ และอาหาร สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยก่อนที่ไข่จะออกไข่

### ๗.๑.๑ ขนาดของไขไก่ ได้รับอิทธิพลมาจาก

๗.๑.๑.๑ พันธุกรรม การปรับปรุงพันธุ์และรักษาพันธุ์ที่ดีของไขที่มีขนาดที่ต้องการ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว โดยการคัดเลือกพันธุ์

๗.๑.๑.๒ โภชนะอาหารมีอิทธิพลต่อขนาดไข่ หากแม่ไก่ไข่ได้รับอาหารที่โปรตีนสูงจะส่งผลให้ไขไก่มีขนาดใหญ่ ส่วนพลังงานที่มีอยู่ในสูตรอาหารจะส่งผลต่อน้ำหนักไข่

๗.๑.๑.๓ อื่นๆ เช่น อายุของสัตว์ อุณหภูมิของสิ่งแวดล้อม ขนาดของไข่จะลดลงเมื่ออยู่ที่อุณหภูมิมากกว่า ๑๘ องศาเซลเซียส

๗.๑.๒ รูปร่างของไข่ รูปร่างปกติมีความสำคัญต่อทัศนคติของตลาด ไข่ที่มีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มจะถูกคัดออก รูปร่างที่ผิดปกติ เช่น เปลือกขรุขระ

๗.๑.๒.๑ พันธุกรรม โดยทั่วไปแล้วแม่ไก่ไข่แต่ละตัวจะออกไข่ที่มีรูปร่างลักษณะแตกต่างกัน เพราะฉะนั้น การปรับปรุงและคัดเลือกสายพันธุ์ไก่ไข่ให้ไข่รูปร่างดีจึงสำคัญ

๗.๑.๒.๒ สุขภาพของสัตว์ เป็นสาเหตุทำให้ไม่มีรูปร่างผิดปกติได้

๗.๑.๓ คุณภาพเปลือกไข่ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อไข่ไก่ เปลือกไข่จะต้องมีความสวยงาม ไม่สกปรก ไม่บุบร้าว และไม่บุบแตก

๗.๑.๓.๑ สีของเปลือกไข่ ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของสัตว์และไม่มีความสัมพันธ์กับรสชาติ คุณค่าทางโภชนะ หรือการเก็บรักษาที่มีคุณภาพ

๗.๑.๓.๒ ความหนาของเปลือกไข่ และความแข็งแรงของเปลือกไข่สามารถถ่ายทอดทางพันธุกรรมจึงควรเลือกสายพันธุ์ไก่ไข่ที่ดี ความแข็งแรงและพื้นผิวมีผลต่อการรวบรวมไข่

๗.๑.๓.๓ โภชนาการ แคลเซียม ฟอสฟอรัส แมงกานีส และวิตามินดี เป็นปัจจัยในการสร้างเปลือกไข่ ในการผลิตไข่ที่มีระยะเวลาให้ไข่เป็นเวลานาน

๗.๑.๓.๔ อื่นๆ เช่น อายุสัตว์ สุขภาพของฝูง อุณหภูมิของสิ่งแวดล้อม อุณหภูมิภายในโรงเรือนที่สูงขึ้น จะทำให้เปลือกไข่คุณภาพลดลงและลดความหนาของเปลือก

### ๗.๑.๔ คุณภาพไข่ขาว

๗.๑.๔.๑ อุณหภูมิ ไข่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน่าเสียได้ง่าย จึงต้องเก็บรักษาไว้ในที่เย็น การรักษาอุณหภูมิสูงเวลานาน เป็นการเร่งให้ไข่เสื่อมคุณภาพเร็วขึ้น

๗.๑.๔.๒ ความชื้นสัมพัทธ์ มีผลน้อยหรือไม่มีผลต่อการทำให้คุณภาพไข่ขาวเสื่อมลง แต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ๗๐ เปอร์เซ็นต์ในการควบคุมการระเหยของน้ำในไข่

๗.๑.๔.๓ ปฏิกริยาทางฟิสิกส์เคมี ไข่สดควรมีค่าพีเอช (pH) ๗.๖ แต่จะมากกว่าถ้าเก็บเป็นระยะเวลานาน ถ้าค่าพีเอชสูงขึ้นเป็น ๙.๕ หรือมากกว่านั้น แสดงว่าไข่เสื่อมคุณภาพ

๗.๑.๕ คุณภาพไข่แดง สีของไข่แดงขึ้นอยู่กับอาหาร จุดต่างดำเกิดในไข่ที่เก็บไว้หลายๆ วัน จุดเลือด และจุดเนื้อ

## ๗.๒ การแบ่งชั้นคุณภาพของไขไก่ (Grading)

ไขไก่แบ่งชั้นคุณภาพตามลักษณะภายนอกและภายในเป็น ๓ ชั้นคุณภาพ ได้แก่ ชั้นคุณภาพระดับเอเอ (AA) ชั้นคุณภาพระดับเอ (A) และชั้นคุณภาพระดับบี (B) (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, ๒๕๖๓ : ๓ - ๔) รายละเอียดตามตารางที่ ๔ - ๑๐

## ตารางที่ ๔ - ๑๐ ชั้นคุณภาพไข่ไก่

คุณลักษณะ	ระดับชั้นคุณภาพ		
	คุณภาพเอเอ (AA)	คุณภาพเอ (A)	คุณภาพบี (B)
๑. เปลือกไข่ ๑.๑ ภายนอก	- ไข่บุบ ร้าว - สะอาด ปราศจากรอยเปื้อน - ผิวเปลือกไข่ลื่น เรียบ โดยไม่มีรอยหยาบ เป็น คลื่นหรือปุม	เช่นเดียวกับ เอเอ	- ไข่บุบ ร้าว - สะอาดหรือมีรอยเปื้อนบ้าง หาก รอยเปื้อนกระจายตัวต้องไม่เกิน ๑/๑๖ ของพื้นที่หากรอยเปื้อนจุด เดียวต้องไม่เกิน ๑/๓๒ ของพื้นที่ และไม่เป็นคราบติดแน่น - ผิวเปลือกไข่อาจหยาบเป็นคลื่น หรือปุม
๒. การส่องไข่ ๒.๑ เปลือก	สะอาด ไม่มีรอยร้าวภายใน	เช่นเดียวกับ เอเอ	ไม่มีรอยร้าวภายใน
๒.๒ ช่องอากาศ	อยู่ด้านบนของไข่ มีความ สูงไม่เกิน ๐.๓ cm และไม่ เคลื่อนที่ตามเมือหมุนไข่	อยู่ด้านบนของไข่ มีความ สูงไม่เกิน ๐.๕ cm และไม่ เคลื่อนที่ตามเมือหมุนไข่	อยู่ด้านบนของไข่ มีความสูงไม่ เกิน ๐.๘ cm และไม่เคลื่อนที่ ตามเมือหมุนไข่
๒.๓ ไข่ขาว	ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	อาจพบจุดเลือด จุดเนื้อ*
๒.๔ ไข่แดง	เห็นขอบเงาไข่แดงไม่ชัดเจน และลอยอยู่กลางฟองไข่ ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	เห็นขอบเงาไข่แดงชัดเจนขึ้น และลอยเกือบชิดเปลือกไข่ ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	เห็นขอบเงาไข่แดงชัดเจน และชิด เปลือกไข่ อาจพบจุดเลือด จุดเนื้อ
๓. การตอกไข่ ๓.๑ ไข่แดง	นูน อยู่กลางไข่ขาวส่วนชั้น ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	นูน ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	ไข่แดงไม่นูน อาจพบจุดเลือด จุดเนื้อ
๓.๒ ไข่ขาว	ไข่ขาวส่วนชั้น มีความหนืด นูน และไข่ขาวส่วนใสไม่กระจายตัว ไม่พบจุดเลือด จุดเนื้อ	เหมือน เอเอ แต่ไข่ขาว ส่วนชั้นหนืดน้อยลง	ไข่ขาวส่วนชั้นและส่วนใส ไม่มี ความหนืด เหลว และกระจายตัว แบนราบ อาจพบจุดเลือด จุดเนื้อ
๔. เกณฑ์ความ คลาดเคลื่อน ๔.๑ ระดับชั้น คุณภาพ	ต้องมีระดับชั้นต่ำของชั้น คุณภาพเอเอ ๘๕% และยอม ให้มีไข่ไปตามมาตรฐานระดับ ชั้นคุณภาพเอ รวมอยู่ได้ไม่ มากกว่า ๑๕% โดยจำนวน	ต้องมีระดับชั้นต่ำของชั้น คุณภาพเอ ๘๕% และยอมให้ มีไข่ไปตามมาตรฐานระดับชั้น คุณภาพบี รวมอยู่ได้ไม่ มากกว่า ๑๕% โดยจำนวน	ยอมให้มีลักษณะที่เป็นไปตาม เกณฑ์ที่กำหนดในชั้นคุณภาพนี้ เท่านั้น
๔.๒ ขนาด	ไข่ไก่ทุกขนาด จะมีจำนวนไข่ไก่ที่มีขนาดเล็กกว่าถัดไปหนึ่งขนาดปนมาได้ไม่เกิน ๓.๔% โดยจำนวน		
๔.๓ อื่นๆ	ต้องไม่มีไข่บุบร้าว ยกเว้นอันเกิดจากการขนส่ง ต้องไม่มากกว่า ๕% โดยจำนวน		

หมายเหตุ \* จุดเลือด จุดเนื้อ ที่อาจพบในไข่แดงและไข่ขาว ในชั้นคุณภาพบี ขนาดรวมกันแล้วเส้นผ่าน  
ศูนย์กลางต้องไม่เกิน ๐.๓ cm

ที่มา : สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๖๓ : ๓ - ๔

### ๗.๓ ขนาดของไข่ไก่

ขนาดของไข่ไก่จะพิจารณาจากน้ำหนักต่อฟอง หากไม่กำหนดเป็นอย่างอื่น ในทางการค้าขนาดของไข่ไก่ให้เป็นไปตามน้ำหนัก ตามตารางที่ ๔ - ๑๑

ตารางที่ ๔ - ๑๑ ขนาดของไข่ไก่ตามน้ำหนัก

เบอร์	ขนาด	น้ำหนักขั้นต่ำต่อฟอง (กรัม)
๐	จัมโบ้ (jumbo)	มากกว่า ๗๐
๑	ใหญ่พิเศษ (extra - large)	มากกว่า ๖๕ ถึง ๗๐
๒	ใหญ่ (large)	มากกว่า ๖๐ ถึง ๖๕
๓	กลาง (medium)	มากกว่า ๕๕ ถึง ๖๐
๔	เล็ก (small)	มากกว่า ๕๐ ถึง ๕๕
๕	จิ๋ว (peewee)	มากกว่า ๔๕ ถึง ๕๐

ที่มา : สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๖๓ : ๔

### ๗.๔ การเก็บรักษาไข่

วิธีการเก็บรักษาไข่ ควรเริ่มจากการเก็บไข่ในเล้าให้บ่อยครั้ง เพื่อป้องกันการแตกร้าวและลดการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ เก็บในที่อุณหภูมิต่ำ ๑๑.๖ - ๑๔.๔ องศาเซลเซียส สำหรับไข่เพื่อการค้า และ ๑๗.๒ - ๒๐ องศาเซลเซียสสำหรับไข่พันธุ์ ความชื้นสัมพัทธ์ประมาณ ๗๕ - ๘๐ เปอร์เซ็นต์ เก็บไข่ในสภาพที่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ประมาณ ๐.๕๕ - ๒.๕๐ เปอร์เซ็นต์ เคลือบผิวไข่ด้วยน้ำมันแร่และแปรรูปเป็นไข่เค็มหรือไข่เยี่ยวม้า (กานดา ล้อแก้วมณี, ๒๕๖๐ : ๖)

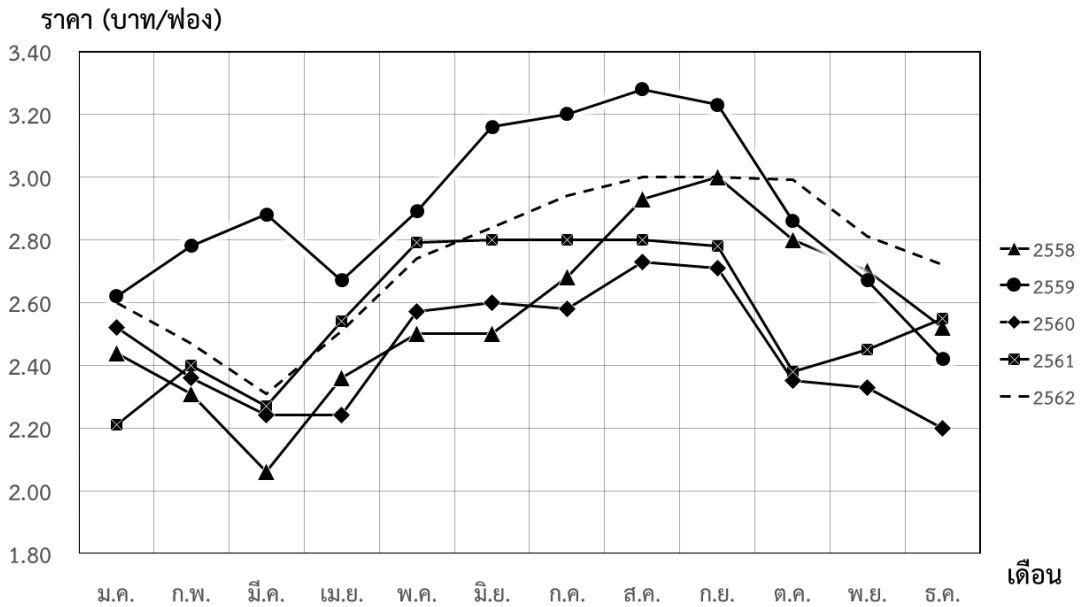
### ๘. ฤดูกาล

ราคาไข่ไก่ในประเทศทุกระดับมีราคาตามฤดูกาล สภาพอากาศที่แปรปรวน ซึ่งมีผลต่อสุขภาพของไข่ไก่ อาจทำให้มีภูมิคุ้มกันลดลง และเป็นโรคได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้อัตราการให้ไข่ลดลง จากแผนภาพที่ ๔ - ๑ พบว่าในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒) ราคาไข่ไก่จะเริ่มลดลง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ที่สภาพอากาศร้อนขึ้น ประกอบกับเป็นช่วงปิดภาคเรียนของโรงเรียนทั่วประเทศ ทำให้ปริมาณความต้องการไข่ไก่เพื่อการประกอบอาหารและขนมหวานลดน้อยลง อีกทั้งมีอาหารชนิดอื่น เช่น ผลไม้ที่มีหลากหลายชนิดและจำนวนมากออกสู่ตลาด ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ยังอยู่ในระดับต่ำ

ราคามีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมจนถึงกันยายน เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่ปริมาณความต้องการไข่ไก่ค่อยๆ เพิ่มขึ้น โรงเรียนเปิดภาคเรียน ประกอบกับสภาพอากาศแปรปรวนในช่วงฤดูฝน ทำให้แม่ไก่มีสภาพร่างกายอ่อนแอและประสิทธิภาพการให้ไข่ไม่ดีพอ ผลผลิตไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาดจึงมีปริมาณน้อยช่วงอื่นๆ ของปี ราคาจึงสูงขึ้น

ราคาไข่ไก่ลดลงอีกครั้งจนถึงปลายปี เนื่องจากมีสภาพอากาศเย็น แม่ไก่ไข่ยืนกรง กินอาหารได้มากและไม่เครียด จึงให้ผลผลิตไข่ไก่ออกสู่ตลาดค่อนข้างมาก ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ต่ำกว่าช่วงเวลาอื่น

แผนภาพที่ ๔ - ๑ กราฟราคาไข่ไก่แต่ละ ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒



ที่มา : กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, ๒๕๖๓

### ๙. สถานการณ์โรคระบาด

สถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อไข่ไก่ นอกจากโรคระบาดในไก่ไข่ที่ส่งกระทบโดยตรงแล้ว ยังมีโรคระบาดในคนที่ส่งผลกระทบโดยอ้อม มีรายละเอียดดังนี้

#### ๙.๑ โรคระบาดในไก่ไข่

โรคที่ทำความเสียหายให้กับการผลิตไข่ ได้แก่

- ๙.๑.๑ โรคนิวคาสเซิล เป็นโรคติดต่อที่ร้ายแรงที่สุดของไก่ในประเทศไทย
- ๙.๑.๒ โรคหลอดลมอักเสบติดต่อ เป็นโรคทางเดินหายใจที่แพร่หลายที่สุด
- ๙.๑.๓ โรคคอหิวตืดไก่ เป็นโรคติดต่อที่ร้ายแรงชนิดหนึ่ง
- ๙.๑.๔ โรคฝีดาษไก่ เป็นโรคที่มักเป็นกับลูกไก่และไก่รุ่น
- ๙.๑.๕ โรคหวัดติดต่อหรือหวัดหน้าบวม เป็นโรคทางเดินหายใจ
- ๙.๑.๖ โรคกล่องเสียงอักเสบติดต่อ เป็นโรคทางเดินหายใจ มักเป็นกับไก่ใหญ่
- ๙.๑.๗ โรคมาร์ริกซ์ เป็นโรคที่มักเป็นกับไก่รุ่น ไก่สาว
- ๙.๑.๘ โรคไข้หวัดนก ในประเทศไทยเกิดการระบาดในปลายปี พ.ศ. ๒๕๕๖

#### ๙.๒ โรคระบาดในคน เช่น โรค COVID - 19 (โรคติดเชื้อ Coronavirus 2019)

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ เนื่องจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ในช่วงเวลาก่อนและหลังมีประกาศ สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ข้อมูลจากการตอบแบบสัมภาษณ์ คือ ช่วงแรกที่มีการระบาดของโรคในประเทศไทย นักท่องเที่ยวลดลงโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประมาณเดือนละ ๑ ล้านคน ซึ่งยังไม่รวมนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ส่งผลกระทบให้ปริมาณการบริโภคไข่ไก่หายไป ประกอบกับประชาชนก็จับจ่ายใช้สอยน้อยกว่าปกติ เดินทางน้อยลง ไม่ค่อยใช้บริการห้างสรรพสินค้าและผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายใหญ่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต อีกทั้ง การที่

ภาครัฐออกมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด เป็นการเพิ่มต้นทุนต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่และผู้ประกอบการ ส่งผลให้มาตรการของกรมปศุสัตว์ปรับสมดุลการผลิตและการบริโภคอาจไม่เห็นผล เพราะสถานการณ์ มีการเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์รายอื่นให้ข้อมูลว่า การเกิดโรค COVID – 19 จะไม่ส่งผลต่อการบริโภคไข่ไก่ ผู้บริโภคยังคงซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ตามปกติ ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง สินค้าไข่ไก่ที่เคยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว จะกระจายไปในแหล่งชุมชน ผู้บริโภคจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไม่เดินทางไปซื้อของผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายใหญ่ แต่จะเลือกซื้อผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายย่อยในชุมชนมากขึ้นร้อยละ ๒๐ – ๓๐

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ของไทยเริ่มยกระดับขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ ที่ผ่านมา ทำให้มาตรการของรัฐเข้มข้นขึ้น ส่งผลกระทบให้ประชาชนตื่นตระหนก และมีกระแสข่าวการกักตุนสินค้าหลายประเภทเป็นระยะๆ และเมื่อวันที่ ๒๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ มีประกาศสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ติดตามสถานการณ์ราคาไข่ไก่พบว่า หลังจากเผยแพร่ประกาศ ประชาชนไทยเกิดความตื่นตระหนก ไม่มั่นใจในสถานการณ์ จึงออกไปซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค มากักตุนไว้ ซึ่งไข่ไก่ก็เป็นสินค้าที่ประชาชนนิยมไปซื้อมากักตุนไว้ ยอดการขายไข่ไก่ของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นกว่า ๕ เท่า จากที่ประชาชนหาซื้อไข่เพิ่มขึ้น เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ และผู้รวบรวมไข่ไก่ ส่งไข่เข้าสู่ตลาดต่อเนื่อง ยืนยันสามารถผลิตไข่ได้เพียงพอ (ไข่แดง ๒๐ สตางค์ ซีพี-คน.ยันมีพอ, ออนไลน์, ๒๕๖๓) ทำให้เมื่อวันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๓ ราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต ปรับตัวสูงขึ้น ๒.๘๐ บาท/ฟอง ต่อมาเกิดสถานการณ์ไข่ไก่ขาดตลาด ประชาชนหาซื้อได้ยาก และมีราคาไข่ไก่ขายปลีกที่สูงมาก เกิดความเดือดร้อนกับประชาชน และเมื่อวันที่ ๔ เมษายน ๒๕๖๓ สถานการณ์ไข่ไก่ขาดตลาดและราคาแพง ได้เริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ โดยราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต ยังคงราคา ๒.๘๐ บาท/ฟอง ซึ่งเป็นราคาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่พอมีกำไรและอยู่ได้ ราคาไข่ไก่ขายปลีกกลับเข้าสู่ภาวะปกติ เนื่องจากกรมการค้าภายในได้ออกประกาศห้ามส่งออกไข่ไก่สดไปนอกราชอาณาจักร และบังคับใช้กฎหมายดำเนินการปราบปรามและจับกุมดำเนินคดีกับผู้ฉกฉวยโอกาสขายไข่ไก่เกินราคาและค้ากำไรเกินควร (ทราบหรือยัง...สถานการณ์ไข่ไก่กลับสู่ภาวะปกติ, ออนไลน์, ๒๕๖๓) ผลที่ตามมามีไข่ไก่ตกค้างอยู่ในระบบ และได้เกิดภาวะไข่ไก่ล้นตลาดทำให้เมื่อวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๓ ราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต อยู่ที่ฟองละ ๒.๖๐ บาท และลดราคาลงอีกครั้งเมื่อวันที่ ๑๒ พฤษภาคม ๒๕๖๓ อยู่ที่ฟองละ ๒.๔๐ บาท (จาก “ไข่ไก่” ร่วงดิ่งเหว เหลือ ๒.๔๐ บาท/ฟอง, ออนไลน์, ๒๕๖๓)

### ๑๐. ปัจจัยอื่น

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า เมื่อก่อนได้มีการวิเคราะห์และสรุปว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาไข่ไก่มากที่สุด คือ เทศกาลกินเจ เทศกาลวันหยุดยาว และการปิดเทอมของนักเรียน ทำให้การซื้อขายน้อยลง แต่จากสถานการณ์ในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาไข่ไก่ คือ ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ การจัดการส่งเสริมการขายสินค้าไข่ไก่ต่ำกว่าทุนของผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายใหญ่ บริษัทรายใหญ่ทุ่มตลาด ผู้รวบรวมไข่ไก่บางรายมีการกักตุนไข่ไก่ไว้และขายออกมากจำนวนมากในราคาที่ต่ำกว่าตลาด ผู้รวบรวมไข่ไก่ซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลางกดราคารับซื้อไข่ไก่จากผู้เลี้ยง รายได้ของประชากรไทย ความต้องการซื้อของผู้บริโภค ราคาถูกไข่ไก่ ราคาไก่สาว ราคาอาหารสัตว์ สินค้าอื่นที่ทดแทนกันได้ เช่น ไข่เป็ด ไข่นกกระทา นอกจากนี้ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศฮ่องกง ส่งผลกระทบต่อการส่งออกไข่ไก่ของประเทศไทย เนื่องจากเป็นตลาดหลักในการส่งออกไข่ไก่ของไทยถึงร้อยละ ๙๕ – ๙๖ ต่อปี สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย

## นโยบายของภาครัฐปรับสมดุลการผลิตและการบริโภค

ตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ให้เร่งแก้ปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำอย่างยั่งยืน ซึ่งไข่ไก่เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีปริมาณผลผลิตจำนวนมากเกินความต้องการของตลาดในประเทศ ทำให้ราคาตกต่ำ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ขาดทุนสะสม โดยให้กรมปศุสัตว์เป็นเจ้าภาพขับเคลื่อนจัดทำโครงการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ใช้หลักการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่การผลิต และการตลาดนำการผลิต เน้นการสำรวจข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำอย่างรอบด้าน ทั้งด้านปริมาณการผลิต โครงสร้างราคา รวมถึงปริมาณความต้องการบริโภคของตลาดในประเทศ การแปรรูป และการส่งออก แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์วางแผนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด จนนำมาสู่การขับเคลื่อนในภาคปฏิบัติ

กรมปศุสัตว์จึงได้ดำเนินโครงการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่มาต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ จนถึงปัจจุบัน มีเป้าหมายปรับสมดุลปริมาณการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคและส่งออก (Demand – Supply) ให้ราคามีเสถียรภาพในราคาที่เกษตรกรมีความพึงพอใจอย่างยั่งยืน โดยไม่เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค สำหรับมาตรการที่ใช้ดำเนินการ มีทั้งระยะสั้น ระยะยาว และในสถานะฉุกเฉิน โดยข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดทราบว่า มาตรการที่กรมปศุสัตว์ได้ดำเนินการปรับสมดุลการผลิตให้เพียงพอกับการบริโภคมีความเหมาะสมแล้ว แต่มีข้อเสนอแนะเพื่อขับเคลื่อนมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอยากให้เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ในพื้นที่ให้การส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ให้คำแนะนำแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ในการปรับปรุงฟาร์มเพื่อให้สามารถเข้าสู่มาตรฐานฟาร์มไก่ไข่เช่น มาตรฐานฟาร์มไก่ไข่บังคับ (GAP) มาตรฐานปศุสัตว์อินทรีย์ มาตรฐานฟาร์มไก่ไข่แบบเลี้ยงปล่อยอิสระ เป็นต้น การกำกับดูแล ควบคุม ติดตาม ตรวจสอบผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องทุกราย ทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงปศุสัตว์พันธุ์ไก่ไข่ พ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ แม่ไก่ไข่รุ่น แม่ไก่ไข่ยืนกรง ศูนย์รวบรวมไข่ไก่ สถานที่จำหน่ายไข่ไก่ ให้ปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด และต้องเข้มงวดกวดขันให้มากกว่านี้ เพราะบางครั้งพบว่าเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ไม่เคยเข้าไปสถานประกอบการเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการ

รายละเอียดการดำเนินการมีดังนี้

### ๑. มาตรการระยะสั้น

**๑.๑ ปรับลดปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรง** เพื่อให้ปริมาณการผลิตและการบริโภคเกิดความสมดุล ปริมาณไข่ไก่มีเพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ไม่เกิดสถานการณ์ไข่ไก่ล้นตลาด ราคาไข่ไก่ตกต่ำ จึงได้ดำเนินมาตรการปรับลดปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรงให้อยู่ที่ ๕๐ ล้านตัว เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ กรมปศุสัตว์จึงได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดร่วมกับเจ้าหน้าที่ด่านกักกันสัตว์ในพื้นที่ เข้าติดตามและตรวจสอบผลการดำเนินงานของฟาร์มในเป้าหมาย ให้ปฏิบัติตามมาตรการและระยะเวลาที่ขอความร่วมมือ และร่วมอำนวยความสะดวกให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ เช่น การออกใบเคลื่อนย้ายไข่ไก่ การประสานกับโรงฆ่าสัตว์ปีก เป็นต้น โดยมีผลการดำเนินงานตามตารางที่ ๔ - ๑๒

ตารางที่ ๔ - ๑๒ ผลการดำเนินการปรับลดปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรง

การดำเนินการ	จำนวน (ตัว)
ครั้งที่ ๑ เดือนมกราคม - มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๑	๘๐๐,๐๐๐
ครั้งที่ ๒ เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๑	๑,๐๐๐,๐๐๐
ครั้งที่ ๓ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๒	๓,๐๐๐,๐๐๐
<b>รวมทั้งสิ้นจนถึงปัจจุบัน</b>	<b>๔,๘๐๐,๐๐๐</b>

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

**๑.๒ PS Support** กรมปศุสัตว์กำหนดแผนปฏิบัติการ “PS Support” โดยขอความร่วมมือให้บริษัทผู้นำเข้าและเลี้ยงไก่ไข่พันธุ์ ๑๖ บริษัท ร่วมกันรวบรวมไข่ไก่จากฟาร์มส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ดำเนินการตามสัดส่วนปริมาณการนำเข้า เพื่อลดปริมาณไข่ไก่ที่ล้นตลาดภายในประเทศ จนกว่าราคาจะมีเสถียรภาพในระดับที่เกษตรกรมีความพึงพอใจ ผลการดำเนินงานตามตารางที่ ๔ - ๑๓

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า กรมปศุสัตว์ควรดูแลเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อยและรายกลางให้มากขึ้น โดยเฉพาะการรวบรวมไข่ไก่ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่ไม่กระทบ แต่รายกลางและรายย่อยอาจส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มขึ้น กรมปศุสัตว์ควรบริหารความเป็นธรรมกับทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดความมือมากขึ้น อีกทั้ง การรวบรวมไข่ไก่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ทำให้ผู้ส่งออกไข่ไก่ประสบปัญหาการแข่งขันราคากันเองในต่างประเทศ

ตารางที่ ๔ - ๑๓ ผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ “PS Support”

การดำเนินการ	จำนวน (ล้านฟอง)
ครั้งที่ ๑ เดือนเมษายน - มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๑	๔๖
ครั้งที่ ๒ เดือนกรกฎาคม - ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑	๕๒
ครั้งที่ ๓ เดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒	๑๓๐
ครั้งที่ ๔ เดือนกันยายน - พฤศจิกายน ๒๕๖๒	๗๘
ครั้งที่ ๕ เดือนธันวาคม ๒๕๖๒ - กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓	๖๕
<b>รวมทั้งสิ้นจนถึงปัจจุบัน</b>	<b>๓๗๑</b>

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

**๑.๓ ติดตามและเฝ้าระวังปริมาณไข่ไก่อย่างต่อเนื่อง** กรมปศุสัตว์ดำเนินการตรวจสอบปริมาณปูย่าพันธุ์ไข่ไก่ พ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ และแม่ไก่ไข่ยืนกรงทุกเดือน รวมถึง กำกับ ดูแลให้ปลดปูย่าพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ที่อายุไม่เกิน ๗๒ สัปดาห์ และปลดแม่ไก่ไข่ยืนกรงที่อายุไม่เกิน ๘๐ สัปดาห์ ตามที่ Egg Board ได้มีมติที่ประชุม กำหนดเพื่อใช้สำหรับการบริหารจัดการในภาพรวมการผลิตไข่ไก่ของประเทศไทย



**๑.๔ ขอบรับการสนับสนุนงบประมาณ** จัดทำโครงการขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร พ.ศ. ๒๕๓๔ มีหน้าที่ พิจารณาเสนอแนะนโยบายและมาตรการ เกี่ยวกับการวางระบบช่วยเหลือเกษตรกรต่อ คณะรัฐมนตรี กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการช่วยเหลือเกษตรกร กำหนดมาตรการและเงื่อนไขในการให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดสินค้าเกษตรและปัจจัยการผลิต พิจารณากำหนดสินค้าเกษตรและราคาเป้าหมายนำ พิจารณาอนุมัติการใช้เงินตามวัตถุประสงค์ของระเบียบนี้ รวมทั้งดำเนินการและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒) คณะกรรมการฯ มีมติที่เกี่ยวข้องกับไข่ไก่ จำนวน ๒ ครั้ง คือ เห็นชอบโครงการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ และ ๒๕๕๘ ตามที่กรมปศุสัตว์เสนอ มีรายละเอียดและสรุปผลการดำเนินงานได้ตามตารางที่ ๔ - ๑๔

ตารางที่ ๔ - ๑๔ กิจกรรมและผลการดำเนินงานของโครงการฯ

ปี พ.ศ.	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
๒๕๕๕	กิจกรรมที่ ๑ การชดเชยการลดกำลังการผลิตไข่ไก่ โดยปลดแม่ไก่ไข่ในกรง ๑๖๗,๑๖๖ ตัว และชดเชยเงินให้เกษตรกร	กรมปศุสัตว์
	กิจกรรมที่ ๒ การรวบรวมไข่ไก่ออกจากระบบ โดยเก็บไข่ออกจากระบบ ๑๕๖,๑๐๓,๒๘๐ ฟอง และชดเชยเงินให้เกษตรกร	กรมปศุสัตว์
	กิจกรรมที่ ๓ การรณรงค์บริโภคไข่ไก่ของสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่	กรมส่งเสริมสหกรณ์
๒๕๕๘	กิจกรรมที่ ๑ การชดเชยการลดกำลังการผลิตไข่ไก่ โดยปลดแม่ไก่ไข่ในกรงอายุไม่เกิน ๖๕ สัปดาห์ จำนวน ๖๒,๖๗๑ ตัว และชดเชยเงินให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมปศุสัตว์ และสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่จดทะเบียนไว้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ ทั้งนี้ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ร่วมโครงการฯ ต้องไม่นำแม่ไก่ไข่เข้าเลี้ยงหลังปลดเป็นเวลา ๓ เดือน	กรมปศุสัตว์
	กิจกรรมที่ ๒ การรวบรวมไข่ไก่ออกจากระบบ โดยเก็บไข่ออกจากระบบ ๗,๓๐๔,๐๙๐ ฟอง และชดเชยเงินให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมปศุสัตว์ สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ และสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่จดทะเบียนไว้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ ซึ่งเป็นการรวบรวมไข่ไก่ส่วนเกินของเกษตรกรออกจากระบบเพิ่มจากปกติเพื่อระบายจำหน่ายสู่โรงงานแปรรูปหรือเก็บสต็อกในท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายออกนอกตลาดปกติ	กรมปศุสัตว์

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

**๑.๕ โครงการธงฟ้าประชารัฐ** ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า โครงการธงฟ้าประชารัฐ ที่จำหน่ายไข่ไก่ราคาถูก เป็นมาตรการที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเลี้ยงไก่ไข่ และการขายไข่ไก่ ทำให้ราคาไข่ไก่ขายปลีกในท้องตลาดต้องขายตามราคานี้ ภาครัฐฯที่เกี่ยวข้องควรหารือร่วมกัน และหารือร่วมกับภาคเอกชน เพื่อวางแผนการผลิตการตลาดให้เหมาะสม

## ๒. มาตรการระยะยาว

**๒.๑ กำหนดปริมาณการนำเข้าปุ๋ยฟอสเฟต** การนำเข้าและเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ ซึ่งเป็นต้นทางการผลิตแม่ไก่ไข่ยืนกรง โดยลดปริมาณการนำเข้าเพื่อให้เหมาะสมกับผลผลิตไข่ไก่ที่ต้องการในท้องตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ตามตารางที่ ๔ - ๑๕ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์มีมติให้ลดการนำเข้าปุ๋ยฟอสเฟต จำนวน ๓,๘๐๐ ตัน พ่อแม่พันธุ์ ๔๖๐,๐๐๐ ตัว เพื่อให้มีการผลิตแม่ไก่ไข่ยืนกรง อยู่ที่ ๕๐ ล้านตัว มีผลผลิตไข่ไก่วันละ ๔๑ - ๔๒ ล้านฟองต่อวัน ซึ่งใกล้เคียงกับการบริโภคในปัจจุบัน ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มาตรการกำหนดปริมาณการนำเข้าปุ๋ยฟอสเฟตและพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่มีความสำคัญมากที่สุดในการดำเนินการปรับสมดุล อีกทั้ง มติของคณะกรรมการนโยบายฯ ข้างต้นมีความเหมาะสม ส่งผลให้ปริมาณลูกไก่ไข่และแม่ไก่ไข่ยืนกรงเพียงพอต่อความต้องการ

ตารางที่ ๔ - ๑๕ กำหนดปริมาณการนำเข้าปุ๋ยฟอสเฟต  
การนำเข้าและเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๓

ปี พ.ศ.	ปริมาณการเลี้ยงปุ๋ยฟอสเฟต (ตัน)	ปริมาณการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ (ตัน)
๒๕๕๓	-	๔๑๙,๗๒๑
๒๕๕๔	-	๗๐๐,๖๓๒
๒๕๕๕	๕,๒๐๐	๗๑๒,๓๗๒
๒๕๕๖	๔,๑๖๐	๖๕๙,๑๓๒
๒๕๕๗	๔,๐๐๐	๘๓๔,๗๕๒
๒๕๕๘	๔,๐๐๐	๖๘๔,๘๗๕
๒๕๕๙	๙,๐๐๐	๖๑๐,๓๖๐
๒๕๖๐	๖,๐๐๐	๖๐๕,๐๕๒
๒๕๖๑	๔,๕๐๐	๕๕๐,๐๐๐
๒๕๖๒	๓,๘๐๐	๔๖๐,๐๐๐
๒๕๖๓	๓,๘๐๐	๔๖๐,๐๐๐

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

**๒.๒ ปรับลดพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่** ตามมติคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ (Egg Board) ให้มีจำนวนที่เหมาะสม ตามหลัก “การตลาดนำการผลิต” ตามตารางที่ ๔ - ๑๖

ตารางที่ ๔ - ๑๖ ผลการดำเนินการปรับลดพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่

การดำเนินการ	จำนวน (ตัว)
ครั้งที่ ๑ เดือนมิถุนายน ๒๕๖๑	๙๕,๑๗๓
ครั้งที่ ๒ เดือนธันวาคม ๒๕๖๑	๑๐๐,๐๐๐

ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

### ๒.๓ ควบคุมการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรงไม่ให้เลี้ยงเกิน ๘๐ สัปดาห์ โดย

คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ที่มีมติที่ประชุมเมื่อวันที่ ๒๔ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ เห็นชอบกำหนดประสิทธิภาพการผลิตไข่ไก่ในปัจจุบัน ให้แม่ไก่ไข่ยืนกรงปลดที่อายุ ๘๐ สัปดาห์ ซึ่งถ้าผู้เลี้ยงไก่ไข่เลี้ยงเกินอายุที่กำหนด จะส่งผลให้ปริมาณไข่ไก่ในท้องตลาดเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้ จะเป็นอุปสรรคต่อการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ของตลาดในประเทศ กรมปศุสัตว์จึงต้องควบคุมการเลี้ยงไม่ให้เกินอายุที่คณะกรรมการนโยบายฯ ได้มีมติไว้

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์บางรายทราบว่า กรมปศุสัตว์มีมาตรการนี้ และเห็นด้วยว่ามาตรการนี้มีความสำคัญ อยากให้กรมปศุสัตว์ดำเนินการต่อไป แต่ต้องควบคุมอย่างเคร่งครัด และเข้มงวดอย่างจริงจัง โดยเฉพาะในผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่

### ๒.๔ ผลักดันการเปิดตลาดส่งออกไข่สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป ปี พ.ศ.

๒๕๖๒ กรมปศุสัตว์ได้เชิญหน่วยงาน Singapore Food Agency (SFA) ประเทศสิงคโปร์ มาตรวจรับรองฟาร์มไก่ไข่เพื่อการส่งออก ซึ่งขณะนี้ผ่านการตรวจรับรองและอนุญาตให้ฟาร์มไก่ไข่ของไทยจำนวน ๗ ฟาร์ม สามารถส่งออกไข่ไปจำหน่ายที่สิงคโปร์ โคเวต้ารวม ๕๘ ล้านฟองต่อเดือน ถือเป็นผลดีต่อภาพรวมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ทำให้เพิ่มช่องทางระบายผลผลิตไข่ไก่สดได้มากขึ้น

### ๒.๕ รณรงค์การบริโภคไข่ไก่ คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์

ได้แต่งตั้งคณะกรรมการรณรงค์เพิ่มการบริโภคไข่ไก่ เพื่อรณรงค์เพิ่มการบริโภคไข่ไก่ของประเทศให้ เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยคณะกรรมการฯ ได้จัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคไข่ไก่ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ จนถึงปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้คนไทยมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องคุณประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคไข่ไก่มากขึ้น กระตุ้นให้คนไทยเกิดความตื่นตัว และหันมาบริโภคไข่ไก่มากขึ้น เพิ่มอัตราบริโภคไข่ไก่ของ คนไทยร้อยละ ๕ ต่อปี และเพื่อให้คนไทยมีสุขภาพแข็งแรงจากการบริโภคไข่ไก่อาหารโปรตีน และ สารอาหารที่มีคุณภาพสูง

กิจกรรมรณรงค์บริโภคไข่ไก่ อาทิ การจัดงานวันไข่โลก การมอบไข่ไก่สดแก่ สถานสงเคราะห์ แจกไข่เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีแก่เด็กในงานวันเด็กแห่งชาติ จัดพิมพ์หนังสือ “Story of Eggs” จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ vdo Infographic เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สดิกเกอร์ติดรถยนต์และป้ายไว้นิตติ ตีรถชนส่งไข่ไก่ และแหล่งชุมชนที่สำคัญ ข้อความประชาสัมพันธ์ “กินไข่ทุกวัน กินได้ทุกวัน”

### ๒.๖ การประกาศให้ฟาร์มไก่ไข่เป็นมาตรฐานบังคับ กระทรวงเกษตรและ

สหกรณ์ได้ออกประกาศกฎกระทรวง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับฟาร์มไก่ไข่ เป็นมาตรฐานบังคับ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งกำหนดให้มาตรฐานสินค้าเกษตร เลขที่ มกษ. ๖๙๐๙ - ๒๕๖๒ เป็นมาตรฐานบังคับ และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาฟาร์มไก่ไข่ของไทย ให้เป็นที่ยอมรับยิ่งขึ้นในระดับประเทศ และระหว่างประเทศ (กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับฟาร์มไก่ไข่เป็นมาตรฐานบังคับ พ.ศ. ๒๕๖๓, ๒๕๖๓) โดยขอขยายการบังคับและระยะเวลา ปรับเปลี่ยนเข้าสู่การบังคับที่แตกต่างกันในแต่ละขนาดฟาร์มไก่ไข่ (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติ มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๖๒) มีรายละเอียดตามตารางที่ ๔ - ๑๗ มาตรฐานนี้

ไม่ครอบคลุมฟาร์มไก่ไข่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการเลี้ยงระบบอื่น ที่รับรองโดยกรมปศุสัตว์ อาทิเช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เล่ม ๒ : ปศุสัตว์อินทรีย์ (มกษ. ๙๐๐๐ เล่ม ๒) และฟาร์มสัตว์ปีกแบบเลี้ยงปล่อยอิสระเนื่องจากมีลักษณะการเลี้ยงและแนวปฏิบัติที่แตกต่างกัน และมีการกำหนดมาตรฐานและระเบียบเฉพาะไว้แล้ว

**ตารางที่ ๔ - ๑๗** ระยะเวลาปรับเปลี่ยนเข้าสู่การบังคับที่แตกต่างกันในแต่ละขนาดฟาร์มไก่ไข่

จำนวนไก่ไข่ที่เลี้ยง (ตัว)	การบังคับ	ระยะปรับเปลี่ยนหลังจากประกาศในราชกิจจานุเบกษา
๑ - ๙๙๙	ไม่บังคับ	-
๑,๐๐๐ - ๙๙,๙๙๙	บังคับ	๕ ปี
ตั้งแต่ ๑๐๐,๐๐๐ ขึ้นไป	บังคับ	๑ ปี

ที่มา : ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๖๒

ฟาร์มไก่ไข่ที่ขอรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ (GAP) จะต้องผ่านการตรวจประเมินตามข้อกำหนด มกษ ๖๙๐๙ - ๒๕๖๒ สรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

๒.๖.๑ สถานที่ตั้ง มีทำเลที่ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เสี่ยงจากการปนเปื้อนของอันตรายทางกายภาพเคมีและชีวภาพ ควรตั้งอยู่ห่างจากแหล่งรวมสัตว์ปีก อย่างน้อย ๕ กิโลเมตร

๒.๖.๒ แผนผังและลักษณะฟาร์ม ต้องมีพื้นที่เหมาะสมกับจำนวนโรงเรือน ไม่หนาแน่นจนก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม อาคารสำนักงานที่พักอาศัยต้องแยกเป็นสัดส่วน

๒.๖.๓ มีการวางผังโรงเรือนที่แสดงตำแหน่งอุปกรณ์ที่ใช้เลี้ยงไก่ไข่ โรงเรือนต้องมีลักษณะและขนาดที่เพียงพอ เหมาะสมกับจำนวนไก่ไข่

๒.๖.๔ การจัดการอาหารและน้ำที่ใช้เลี้ยงไก่ไข่ ต้องเป็นไปตามมาตรฐานตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์

๒.๖.๕ การจัดการโรงเรือนและอุปกรณ์ มีการตรวจสอบการทำงานของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ มีสัญญาณเตือนกรณีระบบขัดข้อง มีระบบการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรงเรือนอุปกรณ์และบริเวณโดยรอบอย่างมีประสิทธิภาพ ทัศนัยลักษณะ

๒.๖.๖ มีการจัดแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรอย่างชัดเจน มีจำนวนบุคลากรอย่างเพียงพอ มีการดูแลสุขลักษณะส่วนบุคคล

๒.๖.๗ การป้องกันและควบคุมโรค ไก่ไข่ที่นำมาเลี้ยงต้องมีหลักฐานระบุแหล่งที่มาได้ มีมาตรการป้องกัน ควบคุม และกำจัดเชื้อโรคเข้าสู่ฟาร์มจากบุคคล ยานพาหนะ และอุปกรณ์ รวมทั้งมีมาตรการควบคุมสัตว์พาหนะนำเชื้อ

๒.๖.๘ ดูแลไก่ไข่ให้มีความเป็นอยู่ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ มีการตรวจสอบสุขภาพไก่ไข้อย่างสม่ำเสมอ

๒.๖.๙ กำจัดขยะ น้ำเสีย ของเสีย โดยวิธีที่เหมาะสม เพื่อให้ไม่ให้เป็นแหล่งของกลิ่นและเชื้อโรค

**๒.๗ ยุทธศาสตร์ไก่ไข่** คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ไก่ไข่ ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๖) เพื่อทบทวน ยุทธศาสตร์เดิม และเพิ่มเติมในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การลดต้นทุนการผลิต การส่งเสริมการบริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงการบริหารจัดการปริมาณการเลี้ยงที่เหมาะสม ตลอดจน การจับคู่ระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงรายย่อยกับผู้ซื้อโดยตรง การสร้างแรงจูงใจเพิ่มเติม เช่น การประกันราคา รับซื้อให้กับเกษตรกรที่ปฏิบัติตาม เป็นต้น

๒.๗.๑ วิสัยทัศน์ สร้างความยั่งยืนแห่งอุตสาหกรรมไก่ไข่เพื่อคุณภาพชีวิตคนไทย

๒.๗.๒ ยุทธศาสตร์ไก่ไข่ มีกรอบยุทธศาสตร์ ๔ ยุทธศาสตร์ ๑๖ กลยุทธ์ มีรายละเอียดตามตารางที่ ๔ - ๑๘

**ตารางที่ ๔ - ๑๘ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ตามกรอบยุทธศาสตร์ไก่ไข่ ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๖)**

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
<b>ยุทธศาสตร์ที่ ๑</b> พัฒนาระบบการจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน	กลยุทธ์ที่ ๑ บริหารจัดการโดยใช้ฐานข้อมูล (Big Data) กลยุทธ์ที่ ๒ บริหารจัดการเชิงพื้นที่ (Area – based approach) กลยุทธ์ที่ ๓ เพิ่มสัดส่วนการแปรรูปไข่ไก่และเพิ่มมูลค่าไข่ไก่ กลยุทธ์ที่ ๔ เชื่อมโยงระบบตลาดครบวงจร
<b>ยุทธศาสตร์ที่ ๒</b> สร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันเกษตรกร	กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมสถาบันเกษตรกรให้มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น กลยุทธ์ที่ ๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้สถาบันเกษตรกร กลยุทธ์ที่ ๓ การส่งเสริมเกษตรกรเข้าสู่ระบบการเลี้ยงแบบมีมาตรฐาน กลยุทธ์ที่ ๔ ความมั่นคงด้านอาชีพ กลยุทธ์ที่ ๕ การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรรุ่นใหม่
<b>ยุทธศาสตร์ที่ ๓</b> สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคไข่ไก่และผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มอัตราการบริโภค	กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยทางอาหารในการบริโภคไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่และพัฒนาโภชนาการให้เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย กลยุทธ์ที่ ๓ รณรงค์/ส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ กลยุทธ์ที่ ๔ การสร้างการรับรู้ คุณประโยชน์ในการบริโภคไข่ไก่
<b>ยุทธศาสตร์ที่ ๔</b> พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม	กลยุทธ์ที่ ๑ ศึกษวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไก่ไข่ตลอดห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์ที่ ๒ สร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ กลยุทธ์ที่ ๓ สร้างและสนับสนุนนักวิจัยที่สามารถสร้างงานวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าไข่ไก่และผลิตภัณฑ์

ที่มา : สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

**๒.๘ โครงการส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ในเด็กนักเรียน** กรมปศุสัตว์มีแนวคิดจัดทำโครงการเพื่อเพิ่มอัตราการบริโภค โดยกลุ่มประชากรที่สำคัญที่ควรมีการเพิ่มอัตราการบริโภคไข่ไก่อย่างมากคือเด็กวัยเจริญเติบโต ให้การพัฒนาด้านโภชนาการของเด็กไทยผ่านทางโครงการส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ สำหรับการดำเนินการโครงการส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ในเด็กนักเรียนนั้นต้องการการดำเนินการร่วมกันอย่างใกล้ชิดของ ๖ หน่วยงาน ได้แก่ กรมปศุสัตว์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กรมอนามัย กรมการค้าภายใน และคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ สามารถจัดส่งไข่ไก่สู่โรงเรียนเป้าหมายได้อย่างเพียงพอ เหมาะสม ราคายุติธรรมและได้ประโยชน์สูงสุดกับทุกภาคส่วน แต่ปัจจุบันกรมปศุสัตว์ยังไม่ได้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการฯ

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า อยากให้กรมปศุสัตว์ขับเคลื่อนโครงการนี้อย่างเป็นรูปธรรมโดยเร็ว

**๒.๙ การจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมไข่ไก่** ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ควรเร่งรัดจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมไข่ไก่ ระหว่างสมาคมและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง โดยให้กรมปศุสัตว์เป็นเจ้าภาพในการประสานงาน เพื่อทำให้มีกองทุนไข่ไก่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม และเมื่อจัดตั้งกองทุนแล้ว อยากให้บริษัทอื่นเข้าร่วมในกองทุน เพื่อนำเงินมาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าไข่ไก่อย่างยั่งยืน และเกิดความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

**๒.๑๐ การจัดรายการส่งเสริมการขาย** กรมการค้าภายใน และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ควรเข้าไปแก้ไขปัญหาการทุ่มตลาดของผู้ค้าปลีก โดยเฉพาะผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายใหญ่ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการขาย บิดเบือนราคาสินค้า จัดรายการส่งเสริมการขายในสินค้าเพื่อการบริโภค (เนื้อสัตว์ ปลา น้ำมัน ไข่ไก่) ขายในราคาถูกและต่ำกว่าทุน เพื่อหวังผลให้ประชาชนเข้ามาซื้อสินค้าชนิดนั้น และจะได้เลือกซื้อสินค้ารายการอื่นไปด้วย ซึ่งเมื่อมีรายใดรายหนึ่งทำแบบนี้รายอื่นก็จะทำตามด้วย ส่งผลให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่รายย่อยในตลาด ต้องลดราคาลง และไปกดราคาไข่ไก่คละหน้าฟาร์ม ซึ่งเป็นการชี้นำตลาดให้เกิดการทุ่มตลาด ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั่วประเทศ ควรมีมาตรการไม่ให้ขายต่ำกว่าต้นทุนการผลิต จะทำให้ทุกอย่างมีเสถียรภาพ ราคายั่งยืน ทุกคนอยู่ได้ไม่เดือดร้อน

### ๓. มาตรการในสถานะฉุกเฉิน

จากสถานการณ์ที่เกิดการระบาดของโรค COVID-19 ภาครัฐได้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักร เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค ทำให้ประชาชนพยายามหาซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋อง น้ำดื่ม อาหารแห้ง โดยเฉพาะไข่ไก่ ประชาชนมีความต้องการสินค้าไข่ไก่มากขึ้น ๓ - ๕ เท่า จากภาวะปกติ ทำให้ขาดตลาดไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน และราคาไข่ไก่ขายปลีกได้ปรับตัวสูงขึ้น โดยภาครัฐได้เข้ามาจับตาทิศทางของตลาด เพื่อเพิ่มปริมาณไข่ไก่เข้าสู่ตลาด และเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าได้รายละเอียดมีดังนี้

**๓.๑ ให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ยึดอายุการเลี้ยงแม่ไข่ไก่ยืนกรง** จากเดิมปลดรวมที่อายุ ๘๐ สัปดาห์ ปรับเป็น ๙๐ สัปดาห์ หรือตามที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่เห็นว่าเหมาะสม โดยคาดว่าจะทำให้มีแม่ไข่ไก่ยืนกรงเพิ่มขึ้น ๑ ล้านตัว/สัปดาห์ มีไข่ไก่เพิ่มขึ้นประมาณ ๘ - ๙ แสนฟอง/วัน และ ณ สิ้นเดือนเมษายน จะมีแม่ไข่ไก่ยืนกรง ๕๓ ล้านตัว ให้ผลผลิตไข่ไก่ประมาณ ๔๔ ล้านฟอง/วัน

**๓.๒ การออกกฎ ระเบียบ ควบคุมสินค้า** คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ได้ออกประกาศที่เกี่ยวข้องกับไข่ไก่ ดังนี้

๓.๒.๑ ประกาศฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๓ ลงวันที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๓ ห้ามส่งออกไข่ไก่สดไปนอกราชอาณาจักร เป็นระยะเวลา ๗ วัน

๓.๒.๒ ประกาศฉบับที่ ๑๔ พ.ศ. ๒๕๖๓ ลงวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๓ ให้ผู้ประกอบการที่ครอบครองไข่ไก่สด แจ้างปริมาณ และสถานที่เก็บ ตามหลักเกณฑ์ ระยะเวลา และวิธีการแจ้างที่เลขาธิการกำหนด

๓.๒.๓ ประกาศฉบับที่ ๑๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๓ ขยายระยะเวลาห้ามส่งออกไข่ไก่สดไปนอกราชอาณาจักรเพิ่มเติม ๓๐ วัน ซึ่งจะสิ้นสุดในวันที่ ๓๐ เมษายน ๒๕๖๓ อย่างไรก็ตามหากสถานการณ์ดีขึ้น ไข่ไก่มีเพียงพอต่อการบริโภค อาจยกเลิกมาตรการดังกล่าว

๓.๒.๔ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๑๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ ให้ผู้ประกอบการที่เป็นฟาร์มไข่ ผู้รวบรวม ผู้ค้าส่ง ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ที่ครอบครองไข่ไก่สดปริมาณวันละตั้งแต่ ๑๐๐,๐๐๐ ฟองขึ้นไป แจ้างปริมาณการผลิต ปริมาณการซื้อ ปริมาณการจำหน่าย ปริมาณคงเหลือ และสถานที่เก็บไข่ไก่สด เป็นประจำทุกวัน ภายในเวลา ๑๒.๐๐ น. ของวันถัดไป โดยเริ่มแจ้างข้อมูลของวันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๓ เป็นต้นไป

**๓.๓ บังคับใช้กฎหมาย** โดยเจ้าหน้าที่พาณิชย์ดำเนินการปราบปรามและจับกุมดำเนินคดีกับผู้ฉวยโอกาสขายสินค้าเกินราคาและกำไรเกินควร ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ และเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ เข้าตรวจสอบฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ ศูนย์รวบรวมไข่ไก่ และสถานที่จำหน่ายไข่ไก่ทั่วประเทศ เพื่อสำรวจปริมาณไข่ไก่ การเคลื่อนย้ายและแหล่งที่มาของไข่ไก่ ตามพระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. ๒๕๕๘

**๓.๔ ระวังการส่งออก** กรมปศุสัตว์ได้ระวังการออกใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) สำหรับผู้ส่งออกไข่ไก่ชั่วคราว จนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น ซึ่งจะทำให้มีไข่ไก่ที่เคยส่งออกเฉลี่ยประมาณ ๖๒๐,๐๐๐ ฟอง/วัน ถูกนำมาจำหน่ายภายในประเทศแทน

## ๔. นโยบายของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์

### ๔.๑ อำนาจหน้าที่

คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ หรือ Egg Board เป็นคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ พ.ศ. ๒๕๔๙ มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาการพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ทั้งระบบ และกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหาอุปสรรคเพื่อเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรี และสนับสนุนให้ภาคเอกชนร่วมมือดำเนินการให้มีเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการกำหนดมาตรฐานปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์ และสถานที่เลี้ยงไข่ไก่ เพื่อให้การผลิตและการตลาดไข่ไก่และผลิตภัณฑ์เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐาน ส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนในการรวมกลุ่มหรือจัดตั้งองค์กรเพื่อให้มีบทบาทในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับไข่ไก่ รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในด้านต่างๆ เกี่ยวกับกิจการไข่ไก่ในระหว่างภาคเอกชนด้วยกัน ประสานกับหน่วยงานของรัฐและคณะกรรมการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการผลิตและการตลาดไข่ไก่รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่ และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับไข่ไก่ ประสานการจัดทำแผนและโครงการร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

ในเรื่องการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ แต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อปฏิบัติการตามระเบียบหรือตามที่คณะกรรมการมอบหมาย รวมถึงออกประกาศหรือคำสั่งเพื่อปฏิบัติการตามระเบียบ และปฏิบัติการอื่นใด เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบนี้ หรือตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

#### ๔.๒ องค์ประกอบของคณะกรรมการฯ

องค์ประกอบของคณะกรรมการฯ มี ๓ ส่วน คือ ภาคราชการ ๑๑ คน ภาคเอกชน ๔ คน และผู้ทรงคุณวุฒิ ๔ คน มีรายละเอียดตามตารางที่ ๔ - ๑๙ ดังนี้

ตารางที่ ๔ - ๑๙ แสดงองค์ประกอบของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบ	ตำแหน่ง
ภาคราชการ ๑๑ คน	๑. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานกรรมการ ๒. ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นรองประธานกรรมการ ๓. อธิบดีกรมปศุสัตว์ เป็นกรรมการและเลขานุการ ๔. กรรมการโดยตำแหน่ง ๘ คน ได้แก่ - อธิบดีกรมการค้าภายใน - อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ - เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา - เลขาธิการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร - ผู้อำนวยการสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - นายกษัตริย์ศึกพลเอกแห่งประเทศไทย - นายกสัตตแพทย์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
ภาคเอกชน ๔ คน	กรรมการผู้ได้รับการคัดเลือก ๔ คน ได้แก่ ๑. ผู้ค้า ๑ คน ๒. ผู้ประกอบการ ๑ คน ๓. สมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่ ๑ คน ๔. สหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่ ๑ คน
ผู้ทรงคุณวุฒิ ๔ คน	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ๔ คน คัดเลือกจากผู้ซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญเป็นที่ประจักษ์ในด้านการเกษตร ด้านกฎหมาย ด้านการเงินการคลัง ด้านการตลาด ด้านการบริหาร ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์

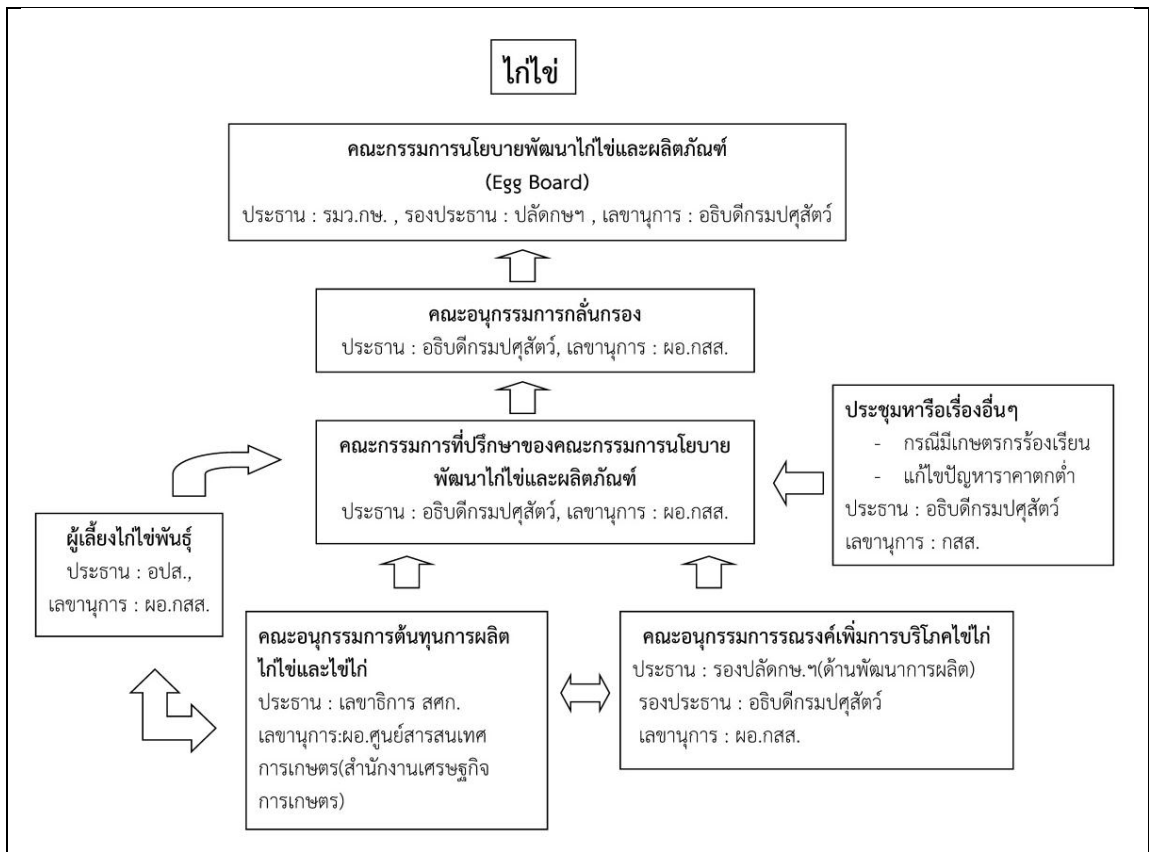
ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓



**๔.๓ คณะอนุกรรมการที่อยู่ภายใต้คณะกรรมการฯ**

- ๔.๓.๑ คณะอนุกรรมการกลั่นกรอง
- ๔.๓.๒ คณะกรรมการที่ปรึกษาของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณท์
- ๔.๓.๓ คณะอนุกรรมการต้นทุนการผลิตไข่ไก่และไข่ไก่
- ๔.๓.๔ คณะอนุกรรมการต้นทุนการผลิตไข่ไก่และไข่ไก่
- ๔.๓.๕ ผู้เลี้ยงไข่ไก่พันธุ์
- ๔.๓.๖ ประชุมหารือเรื่องอื่นๆ

**แผนภาพที่ ๔ - ๒ แผนผังคณะอนุกรรมการ คณะกรรมการ และการประชุมอื่น ที่อยู่ภายใต้คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไข่ไก่และผลิตภัณท์**



ที่มา : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, ๒๕๖๓

## กฎหมายที่เกี่ยวกับการค้า และการผลิตไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ของไทย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับไข่ไก่และผลิตภัณฑ์ จำแนกกลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

### ๑. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการเลี้ยงไข่ไก่

**๑.๑ พระราชบัญญัติเศรษฐกิจการเกษตร พ.ศ. ๒๕๒๒** วัตถุประสงค์เพื่อกำหนดหน้าที่ของส่วนราชการด้านการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์นโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ ตลอดจนการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่นำแผนแม่บทไปดำเนินการ และติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ ให้ได้ผลตามแผนที่วางไว้ หรือจัดอุปสรรคในทางปฏิบัติ เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อไป ซึ่งมีบทบาทในการขับเคลื่อนนโยบายเขตเศรษฐกิจที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงสัตว์ รวมถึงวิเคราะห์ต้นทุนการเลี้ยงไข่ไก่ ส่งผลต่อการกำหนดราคาขายไข่ไก่ของเกษตรกร (พระราชบัญญัติเศรษฐกิจการเกษตร พ.ศ. ๒๕๒๒, ๒๕๒๒)

**๑.๒ พระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. ๒๕๕๘** เป็นการปรับปรุงพระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. ๒๕๔๙ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้การป้องกันและควบคุมโรคระบาดที่เกิดกับสัตว์ และการทำงานของสัตวแพทย์ สารวัตร และพนักงานเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันเป็นการคุ้มครองความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน และเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งปรับปรุงบทกำหนดโทษและอัตราค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

การปรับปรุงกฎหมาย ส่งผลให้การควบคุมป้องกันและกำจัดโรคระบาดสัตว์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นการรักษาสวัสดิภาพความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนส่วนใหญ่ และเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจของประเทศ ได้กำหนดบทนิยามให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น กำหนดให้มีการป้องกันและควบคุมโรคระบาด หรือพาหะของโรคระบาด ให้ครอบคลุมถึงสัตว์ทุกชนิดทุกแห่ง โดยไม่มีข้อยกเว้น และให้อำนาจหรืออธิบดีหรือสัตวแพทย์ผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมาย มีอำนาจประกาศกำหนดเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ กำหนดเขตเฝ้าระวังโรคและควบคุมโรค มีอำนาจในการอนุญาตให้สัตว์หรือซากสัตว์เข้าในหรือผ่านเขตเฝ้าระวังโรคหรือเขตควบคุมโรค รวมทั้งกำหนดรูปแบบของพาหะที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสัตว์ หรือซากสัตว์ไปยังท้องที่ต่างจังหวัด เพิ่มอำนาจให้สัตวแพทย์สามารถตรวจพิสูจน์สัตว์หรือซากสัตว์ที่ตายโดยโรคระบาด หรือสัตว์หรือซากสัตว์ของกลางที่จับกุมไว้ได้และเพิ่มมาตรการในการควบคุมการเลี้ยงสัตว์ให้ปลอดภัยจากโรคระบาดสัตว์ ซึ่งการไข่ถือเป็นสัตว์ตามนิยาม จึงอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายฉบับนี้ (พระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. ๒๕๕๘, ๒๕๕๘)

**๑.๓ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕** เป็นกฎหมายที่คุ้มครองด้านสุขลักษณะและการอนามัยสิ่งแวดล้อมหรือ การสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมซึ่งครอบคลุมทั้งกิจกรรมการกระทำทุกอย่าง และกิจการประเภทต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม และสุขภาพอนามัยของประชาชนตั้งแต่ระดับชาวบ้าน คริวเรือน ชุมชน ตลอดจนกิจการขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ อันได้แก่หาบเร่ แผงลอย สถานที่จำหน่ายอาหาร ตลาดกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทต่างๆ ซึ่งการเลี้ยงไข่ถือเป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จึงอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายฉบับนี้ (พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕, ๒๕๓๕)

## ๒. กฎหมายที่เกี่ยวกับการค้าไปรษณีย์และผลิตภัณฑ์

**๒.๑ พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐** เป็นการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า โดยที่พระราชบัญญัติ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน และมีบทบัญญัติบางประการไม่สอดคล้องกับรูปแบบและพฤติกรรมประกอบการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบัน เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า จึงไม่มีความคล่องตัวและขาดความเป็นอิสระในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า ทำให้การกำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สมควรปรับปรุงมาตรการในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และมีองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าที่มีความคล่องตัวและมีความเป็นอิสระ เพื่อให้ทันต่อพัฒนาการของรูปแบบและพฤติกรรมประกอบการประกอบธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การปรับปรุงกฎหมาย ส่งผลให้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของไทยดีกว่าเดิม คือ มีความสมดุลมากกว่าเดิม มีความชัดเจนยิ่งขึ้น มีความสมเหตุสมผล และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้มากขึ้น แก้ไขเพิ่มเติมดำนิยามต่างๆ เพิ่มอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า กำหนดให้ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พิจารณาคดี กำหนดให้มีคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจอย่างกว้างขวางในการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดสินชี้ขาดการกระทำผิดตามกฎหมายใหม่ เป็นผู้ขับเคลื่อนการแข่งขันทางการค้าของไทยให้มีความเป็นธรรมและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค โดยที่แก้ไขถือเป็นสินค้าตามนิยามของกฎหมายฉบับนี้ (พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐, ๒๕๖๐)

**๒.๒ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒** เป็นการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด ที่มีความไม่เหมาะสม เพราะมีสาระเป็นสองส่วน คือ การกำหนดราคาสินค้าและการป้องกันการผูกขาด ซึ่งทั้งสองส่วนมีวัตถุประสงค์ในการบังคับใช้กฎหมายแตกต่างกัน แต่มีองค์กรที่ทำหน้าที่ตามกฎหมายฉบับนี้เพียงองค์กรเดียว

มีสาระสำคัญเป็นการเพิ่มความคุ้มครองให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น โดยมีผลเป็นการป้องกันการผูกขาดกำหนดราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำเกินควรหรือสูงเกินควร การกักตุนสินค้า แก้ไขปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภค จากการที่ผู้จำหน่ายไม่ปิดป้ายแสดงราคาสินค้าหรือบริการซึ่งผู้ค้าออนไลน์ทั้งหลาย รวมทั้งประชาชนทั่วไปควรทราบเพื่อการปฏิบัติที่ถูกต้องและรักษาสิทธิของตน และจากมติคณะรัฐมนตรีวันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๕๔ เห็นชอบการกำหนดแก้ไขเป็นสินค้าควบคุมในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ (พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒, ๒๕๔๒)

## ๓. กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการเลี้ยงไก่ไข่

**๓.๑ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ พ.ศ. ๒๕๔๙** มุ่งหมายให้มีการกำกับดูแลอาชีพการเลี้ยงไก่ไข่ทั้งระบบสอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคและการเปิดเสรีการค้าโลก เกิดประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผล และจำเป็นต้องพัฒนาการผลิตและการตลาดไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ทั้งระบบ ให้เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ (ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ พ.ศ. ๒๕๔๙, ๒๕๔๙)

## ๔. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐาน

**๔.๑ พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑** เนื่องจากประเทศไทยกำลังเร่งรัดพัฒนาสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน และโดยที่ในปัจจุบันสินค้าเกษตรหลายชนิดทั้งที่ผลิตขึ้นในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ยังไม่มีมาตรฐานใช้บังคับเป็นเหตุให้สินค้าเกษตรด้อยคุณภาพและไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคประชาชนขาดความเชื่อถือ และส่งผลกระทบต่อ การประกอบกิจการค้าสินค้าเกษตรของไทย ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ อันก่อให้เกิดความเสียหายแก่เศรษฐกิจของประเทศโดยรวม สมควรมีกลไกในการกำหนดมาตรฐานและการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรขึ้น เพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยหรือเพื่อป้องกันความเสียหายอันอาจเกิดแก่ประชาชนหรือแก่กิจการค้าสินค้าเกษตร หรือเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ ซึ่งการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับไก่ไข่และไข่ไก่ กฎหมายฉบับนี้ ก็ได้มีการประกาศกำหนดมาตรฐานขึ้น (พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๕๑)

ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับไก่ไข่ และไข่ไก่ ออกตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้แก่

**๔.๑.๑ ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก** ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ (มกษ. ๖๙๐๘ - ๒๕๖๐) มาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ ครอบคลุมข้อกำหนดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก เพื่อการผลิตลูกไก่และเปิดเท่านั้น ตั้งแต่องค์ประกอบของสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก น้ำที่ใช้ในสถานที่ฟักไข่ การจัดการสถานที่ฟักไข่ การรับไข่ฟัก การจัดการไข่ฟัก การฟักไข่ การจัดการลูกสัตว์ปีกหลังการฟัก การป้องกันและควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อโรค การใช้สารเคมี ยาสัตว์ การจัดการด้านสวัสดิภาพสัตว์ปีก การจัดการสิ่งแวดล้อม และการบันทึกข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตลูกสัตว์ปีกที่แข็งแรงและมีสุขภาพดีเพื่อการค้า

ประกาศฉบับนี้ ได้นิยามสถานที่ฟักไข่ (Hatchery) หมายถึง สถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก เพื่อวัตถุประสงค์ในการผลิตลูกสัตว์ปีก (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติที่ดีสำหรับสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๖๐)

**๔.๑.๒ ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์** ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ (มกษ. ๖๙๐๓ - ๒๕๕๘) มาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ครอบคลุมข้อกำหนดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์เพื่อการผลิตสัตว์ปีกประเภทไก่พันธุ์เนื้อและไก่พันธุ์ไข่ ตั้งแต่องค์ประกอบฟาร์มอาหาร น้ำ การจัดการฟาร์ม การจัดการสุขภาพสัตว์ การจัดการด้านสวัสดิภาพสัตว์ การจัดการสิ่งแวดล้อม และการบันทึกข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตลูกไก่ที่มีสุขภาพแข็งแรงและมีคุณภาพดี

ประกาศฉบับนี้ ได้นิยามไก่พันธุ์ (Chicken Breeder) หมายถึง ไก่ปู่ย่าพันธุ์ (Grandparent Stock) หรือไก่พ่อแม่พันธุ์ (Parent Stock) ที่สามารถผลิตไข่ให้ได้ลูกไก่พันธุ์เนื้อหรือพันธุ์ไข่ที่มีคุณภาพดี (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๕๘)

๔.๑.๓ ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ (มกษ. ๖๙๐๙ - ๒๕๖๒) ได้ยกเลิกประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร : การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ ลงวันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๕๓ และกำหนดให้ใช้มาตรฐานฉบับนี้ มีรายละเอียดกำหนดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ที่เลี้ยงไก่ไข่เพื่อการค้า จำนวนตั้งแต่ ๑,๐๐๐ ตัวขึ้นไป ครอบคลุมองค์ประกอบฟาร์ม การจัดการฟาร์ม อาหาร น้ำ การจัดการบุคลากร การจัดการสุขภาพสัตว์ การจัดการด้านสวัสดิภาพสัตว์ การจัดการไก่อุ่น ไก่อระยะไข่และไข่ไก่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การบันทึกข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ไข่ไก่ที่ปลอดภัย มีคุณภาพเหมาะสมในการนำไปบริโภค เป็นอาหาร ซึ่งมาตรฐานฉบับนี้ไม่ครอบคลุมฟาร์มไก่ไข่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการเลี้ยงระบบอื่นที่รับรองโดยกรมปศุสัตว์ เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เล่ม ๒: ปศุสัตว์อินทรีย์ (มกษ. ๙๐๐๐ เล่ม ๒) ฟาร์มไก่ไข่แบบเลี้ยงปล่อยอิสระ

ประกาศฉบับนี้ ได้นิยาม ไก่ไข่ (Layer) หมายถึง ไก่ที่มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Gallus gallus* ซึ่งเป็นไก่สายพันธุ์ที่ให้ไข่สม่ำเสมอเพื่อการบริโภค ครอบคลุมทั้งไก่อุ่นและไก่อระยะไข่ (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๖๒)

๔.๑.๔ ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: ไข่ไก่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ (มกษ. ๖๓๐๒ - ๒๕๕๓) มาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ เป็นมาตรฐานทั่วไป ใช้กับไข่ไก่ที่ได้จากแม่ไก่ มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Gallus domesticus* ซึ่งเป็นไข่ที่ได้จากฟาร์มไก่ไข่สำหรับการบริโภคเป็นอาหาร โดยยังไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปอื่นใด

ประกาศฉบับนี้ ได้นิยาม ไข่ไก่ (Hen Egg) หมายถึง ไข่มีเปลือกหุ้มทั้งฟอง ที่เป็นผลผลิตและมีลักษณะตามพันธุ์ของแม่ไก่ (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: ไข่ไก่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๕๓)

๔.๑.๕ ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์รวบรวมไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ (มกษ.๖๙๑๐ - ๒๕๕๕) กำหนดการปฏิบัติทางสุขลักษณะที่ดีสำหรับศูนย์รวบรวมไข่ ตั้งแต่การรับวัตถุดิบ ไข่ บรรจุ เก็บรักษาและขนส่ง เพื่อให้ได้ไข่จากสัตว์ปีก เช่น ไข่ไก่ ไข่เป็ด ไขนกกระทา ในลักษณะไข่ทั้งฟอง (Shell Egg) ที่มีคุณภาพเหมาะสมในการจำหน่าย ทั้งนี้ไม่รวมไข่สำหรับการผลิตลูกสัตว์ปีก

ประกาศฉบับนี้ ได้นิยามศูนย์รวบรวมไข่ (Egg Collecting Center) หมายถึง สถานที่ประกอบการที่รับและรวบรวมไข่จากฟาร์มสัตว์ปีกสำหรับจัดการตามหลักสุขลักษณะ ก่อนนำส่งสู่แหล่งจำหน่ายไข่ หรือโรงงาน ซึ่งครอบคลุม อาคารปฏิบัติงาน รวบรวมและคัดไข่ สถานที่เก็บรักษา บริเวณกำจัดสิ่งปฏิกูล โดยเฉพาะไข่เน่า หรือไข่ที่ไม่เหมาะสมสำหรับบริโภค (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์รวบรวมไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๕๕)

## ปัญหาและอุปสรรค

### ๑. ปัญหาด้านการเลี้ยงไก่ไข่และการผลิตไข่ไก่

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า สถานการณ์การเลี้ยงไก่ไข่โดยภาพรวมดีขึ้น รูปแบบการเลี้ยงได้เปลี่ยนไป ฟาร์มมีขนาดใหญ่ขึ้น เมื่อก่อนเป็นโรงเรือนระบบเปิดมากกว่าโรงเรือนระบบปิด ตอนหลังเป็นโรงเรือนระบบปิดมากกว่าโรงเรือนระบบเปิด ฟาร์มมีโรงเรือนที่มีขนาดใหญ่ ในขณะที่โรงเรือนมีจำนวนน้อยลง ประสิทธิภาพการเลี้ยงและการผลิตดีขึ้น สามารถเลี้ยงไข่ไก่ได้มากขึ้น ในส่วนของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อยเริ่มปรับตัว ปรับปรุงฟาร์มให้ได้การรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ของกรมปศุสัตว์ เพื่อให้ผลผลิตไข่ไก่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งผลให้ขายไข่ไก่ได้มากขึ้น และให้ความร่วมมือกับกรมปศุสัตว์ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ยังประสบปัญหาคุณภาพของพันธุ์สัตว์ บริษัทที่ผลิตลูกไก่ไข่ควรรักษาสายพันธุ์ให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ ก่อนส่งมอบลูกไก่ไข่ให้เกษตรกร

เกียรติพล ศรีประมงค์ (๒๕๕๙ : ๔) กล่าวว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ประสบปัญหาการขาดทุน มีรายได้จากการผลิตไข่ไก่ที่ไม่แน่นอน ราคาไข่ไก่มีความผันผวน ต้นทุนการผลิตไข่ไก่สูง เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน สาเหตุที่ต้นทุนการผลิตสูงเกิดจากราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ ค่าใช้จ่ายด้านวัคซีน ยา และเวชภัณฑ์สูง ฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อยไร้ประสิทธิภาพ และขาดมาตรฐาน ขาดแคลนเงินในการพัฒนาการเลี้ยงไก่ไข่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ จึงมีผลทำให้รายได้จากการเลี้ยงไก่ไข่ขาดเสถียรภาพ และทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้รับความเดือดร้อน จึงเป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหาทั้งระบบ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพการเลี้ยงไก่ไข่ และเกษตรกรยังคงสามารถยึดถืออาชีพการเลี้ยงไก่ไข่ต่อไปได้

สังคม แสนบุตดี (๒๕๕๗ : ๒๐ - ๒๖) กล่าวว่า แยกสภาพของปัญหาได้ ๒ ประเด็น คือ ปัญหาด้านการเลี้ยงไก่ไข่ และปัญหาด้านการผลิตไข่ไก่

**๑.๑ ปัญหาด้านการเลี้ยงไก่ไข่** อาทิ ไก่ให้ไข่ลดลงและฟองเล็กเมื่ออากาศร้อน ไก่ให้ไข่ต่ำกว่ามาตรฐาน ไก่สาวไม่ยอมไข่ในรัง ไก่จิกชนกัน ไข่เปลือกบาง การได้ลูกไก่หรือไก่สาวล่าช้า และไม่เพียงพอต่อความต้องการ ราคาลูกไก่/ไก่สาวสูงอย่างไม่เป็นธรรม การขยายตัวของฟาร์มไก่รายใหญ่ และฟาร์มในเครือบริษัท

### ๑.๒ ปัญหาด้านการผลิตไข่ไก่

๑.๒.๑ ขาดการวิจัยพันธุ์และการรับรองพันธุ์ ปัจจุบันไก่ไข่ที่เลี้ยงในเชิงการค้าภายในประเทศ จะต้องนำลูกไก่ไข่พันธุ์หรือไข่ฟักจากต่างประเทศเข้ามาเลี้ยงและขยายพันธุ์ทั้งสิ้น และการนำเข้ามาส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชนผู้เกี่ยวข้องภายในประเทศ โดยไม่ได้มีการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสายพันธุ์ไข่ขึ้นเอง อีกทั้งภาครัฐก็ไม่ได้รับรองและแนะนำว่าสายพันธุ์ดีและเหมาะสมควรที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยง

๑.๒.๒ ต้นทุนการผลิตสูง ส่วนใหญ่ร้อยละ ๗๐ เป็นค่าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ดังนั้น อาหารที่ใช้เลี้ยงไก่ไข่จึงเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญในการผลิตไข่ไข่ และมีผลต่อเกษตรกรที่จะมีกำไรหรือขาดทุน นอกนั้น จะเป็นค่าแรงงาน ค่ายา ค่าวัคซีนและเวชภัณฑ์ และอื่นๆ

๑.๒.๓ การลงทุนสูง ปัจจุบันราคาที่ดินและสิ่งก่อสร้าง เช่น โรงเรือนและอุปกรณ์มีราคาเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ดินที่ได้รับการพัฒนา จะเลิกกิจการและขายที่ดิน และเกษตรกรรายใหม่ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจไก่ไข่ต้องประสบปัญหาเงินลงทุน ต้องใช้เงินเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทั้งค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง ต้องไปหาแหล่งเลี้ยงที่อยู่ห่างไกลชุมชนและตัวเมือง ซึ่งจะประสบปัญหาด้านการคมนาคมขนส่งและสาธารณูปโภค

๑.๒.๔ ขาดแคลนแรงงาน แรงงานเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการเลี้ยงไก่ไข่ แต่ในปัจจุบันได้มีโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย แรงงานในชนบทหันไปทำงานในเมือง ทำให้แรงงานในภาคเกษตรกรรมขาดแคลน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ในขณะนี้มาก

## ๒. ปัญหาด้านการตลาด

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เริ่มขายไข่ไก่ได้ราคาตามประกาศของสมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ และตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ สถานการณ์ราคาไข่ไก่เริ่มมีเสถียรภาพ ไข่ไก่ขายดีขึ้น เป็นผลมาจากการที่กรมปศุสัตว์ได้ออกมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมปริมาณไข่ไก่พันธุ์และแม่ไก่ไข่นิกรง แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่บางส่วนมีการขยายฟาร์ม เพิ่มปริมาณการเลี้ยงโดยที่ไม่มีตลาดรองรับ ทำให้เกิดการเทขายไข่ไก่ในราคาต่ำกว่าราคาที่สมาคมฯ ประกาศ ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายอื่นต้องขายราคาต่ำตามไปด้วย นอกจากนี้ รูปแบบการเลี้ยงที่เปลี่ยนไปเป็นการเข้า-ออกไข่ไก่พร้อมกัน (All In - All Out) ให้ผลผลิตไข่ไก่พร้อมกัน ซึ่งจะได้ไข่ไก่เบอร์เดียวกันเป็นจำนวนมาก แต่ผู้ขายไข่ไก่ต้องการได้ไข่ไก่คณะเบอร์

จันทิมาภรณ์ คำมัน (๒๕๕๐ : ๓๓) และสังคม แสนบุตติ (๒๕๕๗ : ๒๐ - ๒๖) ได้กล่าวถึงปัญหาด้านการตลาด โดยแบ่งเป็นตลาดในประเทศและตลาดภายนอกประเทศ ดังนี้

### ๒.๑ ตลาดภายในประเทศ สำหรับปัญหาที่พบ คือ

๒.๑.๑ ราคาไข่ไก่ขายปลีกมีความเคลื่อนไหวขึ้นลง รวดเร็ว รุนแรง ไม่มีเสถียรภาพ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อยมีทุนทรัพย์น้อย ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เป็นอุปสรรคต่อการวางแผนการผลิตและหาตลาดรองรับ โดยมีสาเหตุมาจากปริมาณไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาดขาดความสม่ำเสมอ สถานการณ์ของราคาไข่ไก่ขายปลีกในตลาด ที่มีความผันผวนอย่างมากและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ตลาดรองรับไข่ไก่มีจำกัด ขาดความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อปริมาณไข่ไก่ที่มีมากขึ้น จนทำให้มีไข่ไก่เกินความต้องการจำนวนมาก

๒.๑.๒ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ขาดอำนาจต่อรองในการจำหน่าย โดยเฉพาะเกษตรกรที่มีฟาร์มขนาดเล็ก อีกทั้ง การจัดกลุ่มของผู้เลี้ยงในรูปแบบสมาคมยังไม่มีคามเข้มแข็งเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ยังอยู่ในลักษณะต่างคนต่างขาย ทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำกว่าระดับที่ควรจะเป็น

๒.๑.๓ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย ไม่สามารถต่อสู้แข่งขันกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่ได้ เนื่องจากรายใหญ่เป็นผู้ที่ควบคุมวงจรการตลาดไว้ทั้งหมด ทั้งการผลิตอาหารสัตว์ พันธุ์สัตว์ การเลี้ยงไก่ไข่ ศูนย์รวบรวมไข่ สถานที่จำหน่ายไข่ โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ โรงฆ่าสัตว์ ห้องเย็น รวมทั้งสามารถจัดหาตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๑.๔ ลักษณะโครงสร้างการตลาดมีความซับซ้อน การกำหนดราคามักจะเป็นอำนาจของผู้รวบรวมไข่ไก่โดยใช้อุปสงค์และอุปทานในขณะนั้น อีกทั้งการกำหนดราคาไข่ไก่ขายปลีกก็ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ด้วย

๒.๑.๕ การขายไข่ไก่ในปัจจุบัน ผู้ค้าปลีกไข่ไก่โดยเฉพาะกลุ่มโมเดิร์นเทรดพยายามทำราคาไข่ไก่ขายปลีกให้เท่ากับราคาที่ยขายในตลาดสดหรือต่ำกว่า ทำให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ในตลาดสดต้องลดราคาเพื่อให้สามารถขายได้ แต่ถ้าผู้ค้าปลีกไข่ไก่กลุ่มโมเดิร์นเทรดปรับราคาให้สูงขึ้น ก็จะทำให้ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ในตลาดสดสามารถขายได้ในราคาที่ไม่ว่ามาก

๒.๑.๖ การจัดชั้นมาตรฐานของไข่ไก่เป็นเกรดต่างๆ โดยน้ำหนักที่แตกต่างกัน ทำให้ไข่ไก่บางเกรดขายได้ยากโดยเฉพาะไข่ไก่ที่เล็กเกินไป

๒.๑.๗ คุณภาพไข่ไก่ของไทยไม่เป็นไปตามความต้องการของตลาด การบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษา ยังไม่ได้มาตรฐานและขาดประสิทธิภาพ

๒.๑.๘ อัตราการบริโภคไข่ไก่ของคนไทยอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศที่ใกล้เคียงทำให้ตลาดรองรับมีจำกัด

## ๒.๒ ตลาดภายนอกประเทศ

สำหรับปัญหาตลาดภายนอกประเทศที่พบ คือ

๒.๒.๑ การส่งออกต้องประสบกับปัญหาในการแข่งขัน เนื่องจากต้นทุนการผลิตไข่ไก่อยู่ในอัตราสูง และต้องประสบกับปัญหาการสนับสนุนส่งออกจากประเทศผู้ส่งออกรายอื่น

๒.๒.๒ ประเทศคู่แข่งได้เปรียบประเทศไทย เนื่องจากภาครัฐให้การอุดหนุน หรือชดเชยการส่งออกให้กับผู้ประกอบการ ทำให้มีการแข่งขันด้านราคา โดยเฉพาะไข่ไก่จากเนเธอร์แลนด์ซึ่งมีการชดเชยการส่งออก และจีนได้เปรียบด้านต้นทุนการขนส่ง ส่งผลให้การส่งออกไข่ไก่ของไทยไม่สามารถส่งออกได้มากเท่าที่ควร

๒.๒.๓ ประเทศผู้นำเข้าเข้มงวดด้านสุขอนามัยสินค้า และได้ใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า โดยอ้างเหตุผลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๒.๔ เป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดผู้ส่งออกไทย

๒.๒.๕ ตลาดการส่งออกไข่ไก่ ต้องพึ่งพาการจำหน่ายไปยังประเทศฮ่องกงเป็นตลาดหลัก เมื่อเกิดปัญหาทางด้านการเมือง ทำให้การส่งออกไข่ไก่ไปจำหน่ายลดลง

๒.๒.๖ รัฐบาลไม่มีนโยบายและแนวทางแก้ไขปัญหาที่แน่นอน ในการจัดหาตลาดต่างประเทศ และการสนับสนุนการส่งออกให้แก่เกษตรกร

## ๓. ปัญหาด้านอื่น

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า นอกจากปัญหาด้านการเลี้ยงไข่ไก่ การผลิตไข่ไก่ และการตลาดแล้ว ยังพบปัญหาด้านอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ดังนี้

๓.๑ กรมปศุสัตว์ได้ขอความร่วมมือพยุหะราคาไข่ไก่ โดยปฏิบัติเฉพาะผู้ค้าปลีกไข่ไก่ รายใหญ่เท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงผู้ค้าปลีกไข่ไกรายย่อย เช่น ตลาดสด รถขายเร่ เป็นต้น

๓.๒ การขออนุญาตเคลื่อนย้ายไข่ไก่ ต้องใช้เวลาการอนุมัติบางครั้งไม่ทันต่อคำสั่งซื้อด่วนที่เพิ่มเข้ามา ควรอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น อีกทั้ง ในกรณีเร่งด่วน วันหยุดราชการไม่สามารถดำเนินการได้ หรือดำเนินการได้ล่าช้า และการปฏิบัติงานตรวจสอบเอกสารระยะเวลาในการอนุมัติคำขอเคลื่อนย้ายไข่ไก่ของเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์แต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน

๓.๓ มาตรการระงับการส่งออกของภาครัฐ ทำให้ประเทศคู่ค้าเปลี่ยนไปซื้อจากประเทศอื่น ประเทศไทยสูญเสียตลาดในการส่งออก และต้องใช้เวลาในการเจรจาเปิดตลาดส่งออกอีกครั้ง



## การสังเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

การเลี้ยงไก่ไข่ถือเป็นอาชีพของเกษตรกรชาวไทยมาเป็นเวลายาวนาน ในจำนวนฟาร์มเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรง ๑,๓๘๕ ฟาร์มทั่วประเทศ มีเกษตรกรผู้เลี้ยงรายย่อยถึง ๗๗๕ ฟาร์ม รายกลางจำนวน ๕๐๔ แห่ง และอีก ๑๐๖ ฟาร์ม ที่เหลือเป็นผู้เลี้ยงรายใหญ่ ซึ่งผู้เลี้ยงในแต่ละกลุ่มเหล่านี้จะมีการรวมตัวกันในลักษณะของชมรม สหกรณ์ หรือสมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่ เพื่อคอยดูแลช่วยเหลือในการประกอบอาชีพการเลี้ยงไก่ไข่ซึ่งกันและกัน ช่วยสร้างความมั่นคงในอาชีพเป็นไปตามนโยบายของรัฐ การสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตไข่ไก่กับความต้องการการบริโภค จะทำให้ไข่ไก่มีราคาเสถียรภาพ ไม่เกิดความผันผวน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ถ้าราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพ เกษตรกรขายได้โดยไม่ขาดทุน ผู้บริโภคได้ซื้อไข่ไก่ในราคาที่เป็นธรรม จะส่งผลให้ประชาชนมีความสุขและสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ไข่ไก่จึงถูกจัดเป็นความมั่นคงทางอาหารของประเทศ อีกทั้งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในเชิงเกษตรปลอดภัยให้ไข่ไก่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และเกษตรแปรรูป เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้แก่สินค้า มีตลาดรองรับที่ชัดเจน เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่มีความมั่นคงในอาชีพและมีความเข้มแข็ง สามารถรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ ส่งผลดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ปลูกพืชวัตถุดิบอาหารสัตว์ ผู้ประกอบการแปรรูปไข่ ผู้จำหน่ายไข่ไก่ ตลอดจนผู้บริโภคไปสู่ความยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน

ตามหลักทฤษฎีว่าด้วยการแข่งขันโดยเสรี และการแข่งขันทางการค้า ประชาชนมีเสรีภาพและมีอิสระในการประกอบธุรกิจ รัฐต้องไม่เข้าไปควบคุมและแทรกแซงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเอกชน ปล่อยให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามบางธุรกิจก็ไม่สามารถนำมาใช้ได้ ดังจะเห็นได้จากมติที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๓ กรกฎาคม ๒๕๕๓ ให้มีการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่โดยเสรี เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลน โดยเชื่อว่าหากเมื่อเปิดเสรีนำเข้าแม่ไก่ จะส่งผลเชิงจิตวิทยาทำให้ราคาไข่ลดลง และจะทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๑ พบว่าปี ๒๕๕๓ - ๒๕๕๙ มีการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่เพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ผลจากการที่ประเทศไทยได้มีการเปิดนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่เสรี ทำให้มีการขยายการเลี้ยงแม่ไก่ไข่เพิ่มขึ้น ผลผลิตไข่ไก่ได้ออกสู่ตลาดมากอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๒ และตารางที่ ๔ - ๓ ปริมาณไข่ไก่มากกว่าความต้องการบริโภค ทำให้ราคาไข่ลดลงอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วประเทศต้องประสบกับภาวะขาดทุนมาตลอด แม้จะพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการปรับลดการผลิตหรือปลดแม่ไก่ยืนกรงให้เร็วขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถดึงระดับราคาให้สูงขึ้นได้ เพราะจำนวนแม่ไก่ยืนกรงที่มีมาก ต่อมาเมื่อวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๕๘ ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบให้อำนาจคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ (Egg Board) ในการกำหนดปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ และการนำเข้าไก่ไข่พ่อแม่พันธุ์ที่เหมาะสม จะไม่ทำให้ไข่ไก่ล้นตลาด โดยได้ดำเนินโครงการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่มาต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ปรับสมดุลปริมาณการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคและส่งออก ปัจจุบันมีผู้ประกอบการ ๑๖ บริษัท นำเข้าหรือเลี้ยงไก่ไข่พันธุ์ และมี ๑ บริษัท นำเข้าลูกไก่ไข่ปู่ย่าพันธุ์และเลี้ยง ซึ่งมีจำนวนน้อยรายที่มีส่วนแบ่งตลาด

จำนวนมาก ทำให้การผลิตหรือยุทธศาสตร์ทางการตลาดของรายใหญ่ สามารถส่งผลกระทบต่อราคาไข่ไก่ในตลาดได้ ในขณะที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อยจำนวนมากมีส่วนแบ่งในตลาดน้อย

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับราคาสินค้าเกษตร ไข่ไก่เป็นสินค้าเกษตรที่ราคาจะแปรผันขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทาน โดยราคาได้ปรับขึ้นลงตลอดทั้งปีตามสถานการณ์ เมื่อใดที่ปริมาณไข่มีน้อย ความต้องการบริโภคมีมาก ราคาก็จะสูง เมื่อใดที่ไข่ไก่มีปริมาณมากเกินกว่าความต้องการ ราคาไข่ไก่ก็จะตกต่ำลง สอดคล้องกับทฤษฎีอรรถประโยชน์ ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่ประชาชนได้รับจากการบริโภคไข่ไก่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ โดยไข่ไก่เป็นสินค้าอาหารสำคัญที่ประชาชนนึกถึง นิยมบริโภค สอดคล้องกับข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๙ พบว่า มีอัตราการบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ ๕.๙ ต่อปี และเมื่อเกิดเหตุการณ์โรคระบาด COVID-19 ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ รัฐบาลได้ประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ประชาชนเกิดภาวะตื่นตระหนก (Panic) จึงกักตุนของกินของใช้เพราะไม่รู้ว่าเหตุการณ์จะเข้าสู่ภาวะปกติวันไหน อาหารสำคัญที่ทุกบ้านนึกถึง คือ ไข่ไก่ ที่มีราคาถูกและเก็บได้นานกว่าโปรตีนชนิดอื่น ซื้อไข่ไก่ตุนเข้าบ้านกันมากกว่าปกติ กลายเป็น "ดีมานต์เทียม" ความต้องการของตลาดที่เกิดขึ้นแบบฉับพลันทันที โดยเพิ่มขึ้นมากถึง ๓ - ๕ เท่าตัวจากปกติ แต่อย่างไรก็ตามประชาชนไทยยังมีการบริโภคไข่ไก่ในอัตราต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับชาติอื่น แม้ว่าไข่ไก่จะมีราคาถูก สาเหตุดังกล่าวเกิดจากปัจจัยหลายด้าน รวมทั้งความเข้าใจผิดว่าการบริโภคไข่ไก่เป็นอาหารอาจเป็นสาเหตุให้เกิดโรคบางประเภท

ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตร ซึ่งไข่ไก่เป็นสินค้าในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก ขายสินค้าตามราคาในตลาด ในขณะที่เดียวกันประชาชนก็ต้องยอมรับราคาที่ตลาดได้กำหนดขึ้น การซื้อขายระดับเกษตรกรกับผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นการผูกขาดระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรจะขายผลผลิตไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่เจ้าประจำ จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๖ พบว่ามีส่วนเหลือมทางการตลาดในปี ๒๕๖๓ อยู่ที่ ๐.๔๕ และจากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๙ พบว่าตลาดผลผลิตส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ ร้อยละ ๙๘.๑๑ - ๙๙.๓๗ มีการส่งออกในช่วงที่ภายในประเทศมีปริมาณผลผลิตไข่ไก่ล้นตลาด ซึ่งการส่งออกมีปริมาณน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคภายในประเทศ สำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่ จากข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๘ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๒๐.๐๙ ต่อปี โดยนำมาใช้เป็นผสมของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่างๆ

## สรุป

ไข่ไก่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodities) เป็นสินค้าอ่อนไหว เนื่องจากแม่ไก่ไข่เป็นสิ่งมีชีวิต มีผลผลิตออกมาทุกวัน มีการขึ้นลงขึ้นของราคาตลอดทั้งปี เป็นไปตาม “กลไกตลาด” ที่ถูกกำหนดโดยปริมาณผลผลิตและความต้องการบริโภค (อุปสงค์และอุปทาน) ในขณะนั้น เมื่อใดที่มีปัจจัยกระทบยอมส่งผลถึงปริมาณไข่ไก่ทันที ซึ่งแต่ละปีจะมีช่วงที่ราคาไข่ไก่สูงเพียง ๔ - ๕ เดือนในช่วงต้นปี เนื่องจากปริมาณไข่ไก่ลดลงเพราะได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศร้อน ประกอบกับปริมาณการบริโภคสูงขึ้นเพราะมีเทศกาลสำคัญหลายวัน ขณะที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ต้องแบกรับภาระช่วงราคาตกต่ำนานถึง ๗ - ๘ เดือน จากปริมาณไข่ไก่ที่มากขึ้นด้วยสภาพอากาศทั้งช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว มีความเหมาะสมแม่ไก่จึงให้ผลผลิตดีขึ้น สวนทางการบริโภคที่ลดลงเพราะมีอาหารตามธรรมชาติให้ประชาชนเลือกรับประทานอย่างมากมาย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการปรับขึ้นลงของราคา

อาทิ ปริมาณการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ สภาพอากาศ ภัยแล้ง ภาวะโรค ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ เป็นต้น ราคาไข่ไก่จึงมีความอ่อนไหวต่อทุกปัจจัยที่กระทบ การบริหารจัดการจึงต้องรวดเร็ว ฉับไว โดยมีคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ (Egg Board) เข้ามาดูแลภาพรวมของอุตสาหกรรมไข่ มีบทบาทแก้ปัญหาไข่ไก่ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มุ่งสร้างความยั่งยืนแก่เกษตรกรไทย โดยเฉพาะการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ด้วยการปรับสมดุลการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการบริโภคในประเทศ อาทิ การระบายไข่ไปส่งออกต่างประเทศ ปลดแม่ไก่ยืนกรงที่มีอายุมากให้เร็วขึ้น เพื่อให้ปริมาณผลผลิตกับความต้องการบริโภคเกิดความสมดุล ลดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไข่ไก่ของไทยจากปัญหาไข่ล้นตลาดหรือไข่ขาดตลาด ซึ่งที่ผ่านมาก็ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร ควรช่วยกันพัฒนาอุตสาหกรรมไข่ไก่อย่างจริงจัง ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหาจากข้อมูลจริงเพื่อวางแผนระยะยาว ด้วยการดูแลปริมาณนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ให้เหมาะสม การบริหารการผลิตให้มีผลผลิตเพียงพอกับการบริโภค เพื่อให้ไข่ไก่มีราคา ยุติธรรม ผู้บริโภคไม่เดือดร้อน ขณะเดียวกันเกษตรกรก็ไม่ขาดทุน

## บทที่ ๕

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ในอุตสาหกรรมไข่ไก่ อาทิ การเลี้ยง การผลิต การตลาด การบริโภค ปัญหาและอุปสรรค ในอุตสาหกรรมของการผลิตไข่ไก่ และเสนอแนวทาง มาตรการ ในการวางแผนการผลิตไข่ไก่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อันจะส่งผลให้ราคาสินค้าไข่ไก่มีเสถียรภาพ โดยการสืบค้น และรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากหลายแหล่ง รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งสามารถสรุปผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุป

สถานการณ์การเลี้ยงไก่ไข่และการผลิตไข่ไก่ ปัจจุบันการเลี้ยงไก่ไข่ยังต้องนำเข้าลูกไก่ไข่พันธุ์ จากต่างประเทศ สำหรับปริมาณปุ๋ยหมักที่นำเข้า พ่อแม่พันธุ์ที่นำเข้าและเลี้ยง แม่ไก่เขีนกรง ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และ ๒๕๖๒ มีการเลี้ยงลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๐ เนื่องจากนโยบาย ของภาครัฐในการปรับสมดุลการผลิตไข่ไก่ให้เพียงพอกับการบริโภคของประชากร ไม่ให้เกิดภาวะไข่ไก่ ล้นตลาด ทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำ การเลี้ยงไข่ไก่ในประเทศไทย แม้จะเป็นการเลี้ยงเพื่อการบริโภคภายใน ประเทศเป็นหลัก แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้พัฒนาการเลี้ยงให้มีความก้าวหน้า มีประสิทธิภาพการผลิต สูงขึ้น ในการใช้พันธุ์ไก่ไข่ที่ให้ผลผลิตสูง ให้อาหารที่มีประสิทธิภาพสูงครบตามความต้องการของไก่ไข่ เป็นฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ขนาดใหญ่ขึ้น เลี้ยงในโรงเรือนควบคุมอุณหภูมิหรือโรงเรือนระบบปิด (Evaporation) ขนาดใหญ่ ทำให้ไข่ไก่อยู่สบาย สามารถเลี้ยงได้เยอะ และให้ผลผลิตสูง ตามศักยภาพของพันธุ์กรรม ปรับเปลี่ยนวิธีบริหารจัดการฟาร์ม ปรับปรุงและพัฒนาระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity System) เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) จากกรมปศุสัตว์ เนื่องจากกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ได้ออกกฎกระทรวง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับ ฟาร์มไก่ไข่ เป็นมาตรฐานบังคับ พ.ศ. ๒๕๖๓ โดยกำหนดให้มาตรฐานสินค้าเกษตร เลขที่ มกษ. ๖๙๐๙ - ๒๕๖๒ เป็นมาตรฐานบังคับ ซึ่งฟาร์มไก่ไข่ที่เลี้ยงมากกว่า ๑,๐๐๐ ตัวขึ้นไป ต้องได้รับการรับรอง GAP จากกรมปศุสัตว์ ตามระยะเวลาที่กำหนด เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการปฏิบัติ ตามกฎระเบียบมากขึ้น ส่งผลให้ฟาร์มมีระบบการเฝ้าระวังและป้องกันโรคระบาดในสัตว์ปีกที่ดี ผลผลิต ไข่ไก่ที่ได้มีคุณภาพ สามารถจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกที่กำหนดหลักเกณฑ์ว่าต้องมาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรอง GAP ปริมาณไข่ไก่ที่ผลิตได้ ส่วนใหญ่ จำหน่ายที่ตลาดภายในประเทศ โดยปริมาณไข่ไก่ไข่มีการเปลี่ยนแปลง ตามฤดูกาล มักไม่สอดคล้องกับความต้องการบริโภค รวมทั้งปริมาณการผลิตไข่ไก่ในระยะยาวยังมีลักษณะ เป็นวัฏจักร จึงทำให้เกิดปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของราคาไข่ไก่ กล่าวคือ ในช่วงที่ไข่ไก่มีราคาสูง เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่และผู้รวบรวมไข่ไก่จะขายได้ราคาที่สูงขึ้น ทำให้เวลาต่อมาจะมีไข่ไก่ออกสู่ตลาดมาก ราคาไข่ไก่จึงต่ำลง ผู้รวบรวมไข่ไก่จะต่อราคาให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ เมื่อมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใด

รายหนึ่งยอมลดราคาขาย ส่งผลให้เกิดอำนาจต่อรองกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายอื่น จึงจำเป็นต้องขายในราคาที่ต่ำลง เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ขาดทุนจึงลดปริมาณการผลิตลงหรือบางรายอาจเลิกกิจการ

สถานการณ์ด้านการตลาด ไก่ไข่เป็นสินค้าที่มีความใกล้เคียงกับลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มีผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย ทำให้การซื้อขายในระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่กับผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นแบบผูกขาดกันระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จะขายผลผลิตไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมไข่ไก่เจ้าประจำ มีส่วนเหลือการตลาดของผู้รวบรวมไข่ไก่กับผู้ค้าปลีกมากกว่าส่วนเหลือการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่กับผู้รวบรวมไข่ไก่ เนื่องจากพ่อค้าคนกลางเข้ามามีบทบาท และบางพื้นที่อาจมีพ่อค้าคนกลางมากกว่า ๑ คน ผลผลิตไข่ไก่ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศ การส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ จะเกิดขึ้นเมื่อจำเป็นต้องระบายผลผลิตไข่ไก่ส่วนเกินที่มีปริมาณมาก ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค เพื่อช่วยรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ภายในประเทศ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้ส่งออกไข่ไก่ไปยังประเทศฮ่องกงเป็นหลัก อย่างไรก็ตามสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศฮ่องกงมีผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวน้อยลง เพราะหลีกเลี่ยงความไม่สงบภายในประเทศที่ยกระดับความรุนแรง ดังนั้น ไทยควรเร่งขยายตลาดส่งออกไข่ไก่ไปประเทศอื่น อาทิ ประเทศสิงคโปร์ เพื่อรองรับการส่งออกไข่ไก่ของไทยในอนาคต

ในช่วงเดือนมีนาคมและเมษายน ๒๕๖๓ รัฐบาลได้ออกพระราชกฤษฎีกาการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผลกระทบที่ตามมา คือ ประชาชนตื่นตระหนก เกิดการกักตุนสินค้าอุปโภคบริโภค เพราะไม่รู้ว่าจะเข้าสู่ภาวะปกติวันไหน อาหารสำคัญที่ทุกคนวิตกกังวลคือ ไข่ไก่ ซึ่งมีราคาถูกและเก็บได้นานกว่าอาหารชนิดอื่น ขณะเดียวกัน ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว ทำให้มีผู้ฉวยโอกาสซื้อไข่ไก่มากักตุนไว้ เพื่อหวังเก็งกำไร และเตรียมขายไข่ไก่ในช่วงที่ขาดแคลน จึงกลายเป็นความต้องการของตลาดเกิดขึ้นแบบฉับพลันทันที โดยเพิ่มขึ้นมากถึง ๓ - ๕ เท่าตัวจากปกติ สวนทางกับปริมาณไข่ไก่ที่ยังคงผลิตได้เท่าเดิม จึงเกิดปัญหาไข่ไก่ขาดตลาด ทำให้ภาครัฐต้องเข้ามาแทรกแซงด้านการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อประชาชน อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ ประชาชนเริ่มปรับตัวได้ อาจเกิดปัญหาภาวะไข่ล้นตลาดตามมาได้ ภาครัฐจึงจำเป็นต้องวางแผนปรับมาตรการตรึงนี้ด้วย

สถานการณ์ด้านการบริโภคไข่ไก่ ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๐ ประชาชนไทยบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น อัตราเฉลี่ยร้อยละ ๕.๙ ต่อปี อาจเนื่องมาจากประชาชนได้เห็นถึงความสำคัญของการบริโภค สอดคล้องกับปริมาณการเลี้ยงไก่ไข่ ปริมาณไข่ไก่พันธุ์ที่นำเข้าและเลี้ยง ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามปริมาณการบริโภคน้อยกว่าปริมาณที่ผลิตได้ ส่งผลให้ไข่ไก่มีปริมาณเกินความต้องการ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และ ๒๕๖๒ ภาครัฐจึงได้ออกมาตรการปรับสมดุลการผลิตไข่ไก่ ส่งผลให้ปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรงและไข่ไก่ลดลง เมื่อได้คำนวณจากสัดส่วนระหว่างจำนวนประชากรไทยต่อปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศ ทำให้ตัวเลขอัตราการบริโภคไข่ไก่ลดลง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน อัตราการบริโภคไข่ไก่ของประชากรไทยอยู่ในระดับต่ำสาเหตุหลักมาจากประชากรไทยส่วนใหญ่ของประเทศเชื่อว่าการบริโภคไข่ไก่ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพ จะทำให้มีปัญหาคอเลสเตอรอลเกินและไขมันอุดตันเส้นเลือด ซึ่งก่อให้เกิดโรคเรื้อรังต่างๆ นอกจากนี้แล้ว ยังมีเหตุผลจากความสะดวก ต้นทุน และราคาของไข่ไก่ เพราะถ้าไม่ได้ซื้อที่หน้าฟาร์มไข่ไก่ กระบวนการขนส่งในพื้นที่ที่ห่างไกลจะมีต้นทุนสูงกว่า ทำให้ความนิยมในการบริโภคไข่ไก่ในพื้นที่ห่างไกล เปลี่ยนไปสู่การหา

แหล่งโปรตีนที่มีราคาถูก หรือหาได้ง่ายกว่า เช่น ในพื้นที่ชนบทอาจทำการประมง เลี้ยงสัตว์ ปลุกผักผลไม้ เป็นอาหารเองได้ ไข่ไก่จึงไม่ใช่อาหารที่หาได้ง่ายเหมือนในเขตเมือง

ฐานการบริโภคส่วนใหญ่อยู่ที่เด็กนักเรียนและเยาวชน ผันแปรตามฤดูกาล และการเปิด - ปิดภาคเรียน ภาครัฐและภาคเอกชนควรรณรงค์การบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในสถานที่ที่มีคนเยอะๆ เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน โรงพยาบาล ส่งเสริมการบริโภคแก่ประชาชนทั่วไป เพิ่มการบริโภคแฝงในรูปแบบอื่น เช่น การทานขนมหรืออาหารที่ใช้ไข่เป็นวัตถุดิบ ขอความร่วมมือให้ไข่ไก่เป็นส่วนประกอบหลักในอาหารกลางวันของนักเรียนทั่วประเทศ และของหน่วยงานราชการ เช่น ทหาร นักโทษในเรือนจำ การแปรรูปไข่ไก่เพื่อใช้ในการเสริมสร้างสุขภาพ รวมทั้ง ต้องเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในประโยชน์ของไข่ไก่ ไม่ส่งผลกระทบต่อระดับคลอเรสเตอรอล

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่มักประสบปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูง โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๖๗ - ๖๘ จากต้นทุนการผลิตทั้งหมด รองลงมาเป็นค่าพันธุ์สัตว์ ร้อยละ ๑๔ - ๑๕ นอกนั้น เป็นค่าแรงงาน ค่าวัคซีนและยาป้องกันโรค และอื่นๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัญหาด้านราคาไข่ไก่มีความเคลื่อนไหวขึ้นลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง ผันผวน ไม่มีเสถียรภาพ ส่งผลให้มีรายได้ที่ไม่แน่นอน โดยมีสาเหตุมาจากปริมาณไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาด ขาดความสม่ำเสมอ รวมถึงตลาดที่รองรับไข่ไก่มีจำกัด ขาดความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อปริมาณไข่ไก่ ส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จะไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เนื่องจากขาดการวางแผนการผลิตและการตลาด รวมถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อยขาดอำนาจในการต่อรอง ไม่สามารถแข่งขันและต่อสู้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่รายใหญ่ครบวงจร นอกจากนี้ ในการดำเนินมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ภาครัฐได้ขอความร่วมมือเฉพาะเกษตรกรผู้เลี้ยงรายใหญ่ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ เท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย พ่อค้าปลีกในตลาดสด รถเร่ จึงควรปฏิบัติให้เท่าเทียมกันตามสัดส่วนการเลี้ยงและการผลิต

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจไข่ไก่ขาดการวางแผนการผลิตและการตลาด แต่หลังจากที่ภาครัฐได้มีการหารือกับกลุ่มผู้ประกอบการทุกภาคส่วน ทั้งสมาคม สหกรณ์ เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ เป็นต้นมา ทั้งมาตรการระยะสั้น ได้แก่ การปรับลดปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรง แผนปฏิบัติการ “PS Support” การติดตามและเฝ้าระวังปริมาณป้อนพันธุ์ไข่ไก่ พ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ และแม่ไก่ไข่ยืนกรงอย่างต่อเนื่อง ขอรับการสนับสนุนงบประมาณจาก คชก. โครงการธงฟ้าประชารัฐจำหน่ายไข่ไก่ราคาถูก เป็นต้น สำหรับมาตรการระยะยาว ได้แก่ การกำหนดปริมาณการนำเข้าป้อนพันธุ์ไข่ไก่ การนำเข้าและเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ การปรับลดพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ การควบคุมการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรงไม่ให้เลี้ยงเกิน ๘๐ สัปดาห์ ผลักดันการเปิดตลาดส่งออกไข่สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป การรณรงค์การบริโภคไข่ไก่ การประกาศให้ฟาร์มไก่ไข่เป็นมาตรฐานบังคับ การจัดทำยุทธศาสตร์ไข่ไก่ โครงการส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ในเด็กนักเรียน การจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมไข่ไก่ การแก้ไขปัญหาการทุบตลาดของผู้ค้าปลีก เป็นต้น โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกรายมีความเห็นว่า มาตรการกำหนดปริมาณการนำเข้าป้อนพันธุ์ไข่ไก่ และการนำเข้าและเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ มีความสำคัญที่สุด รวมถึงมาตรการในสถานการณ์ฉุกเฉิน กรณีเกิดสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ในประเทศไทย โดยภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทแทรกแซงกลไกตลาด เพื่อเพิ่มปริมาณไข่ไก่เข้าสู่ตลาดภายในประเทศ และเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าได้

โดยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ยึดอายุการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรง จากเดิมปลดระวางที่อายุ ๘๐ สัปดาห์ ปรับเป็น ๙๐ สัปดาห์ หรือตามที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เห็นว่าเหมาะสม การออกกฎ ระเบียบ ควบคุมสินค้าไม่ให้ส่งออกไข่ไก่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง บังคับใช้กฎหมาย เข้าปราบปรามและจับกุมดำเนินคดีกับผู้ฉกฉวยโอกาสขายสินค้าเกินราคาและกำไรเกินควร เป็นต้น ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาและปรับสมดุลการผลิตและการบริโภค จนทำให้ราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพราคามากขึ้น การผลิตและการตลาดเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่มีการวางแผนบริหารจัดการกันมากขึ้น ทิศทางการผลิตไข่ไก่มีความแน่นอน ทั้งนี้ การดำเนินการตามมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ เพื่อปรับสมดุลปริมาณการผลิตและการบริโภคประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี ก็ด้วยการช่วยเหลือ เอื้ออาทร จากเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่รายใหญ่สู่รายย่อย เพื่อให้ทุกฝ่ายอยู่ร่วมด้วยกันได้ โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่สามารถประกอบอาชีพได้ ก้าวผ่านช่วงเวลาวิกฤติ จนถึงปัจจุบัน ได้ดำเนินการแก้ปัญหาโดยไม่พึ่งพาเงินกองทุนจากคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) และงบประมาณจากภาครัฐมาอุดหนุน โดยไม่เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค นับเป็นแนวทางการแก้ปัญหาไข่ไก่ราคาตกต่ำที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อสร้างให้อุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่ของประเทศไทย พัฒนาไปอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

### ๑. ข้อเสนอแนะแนวทางในการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ สำหรับภาครัฐ

๑.๑ การนำมาตราการรักษาสถียรภาพราคาไข่ไก่มาใช้ ควรต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์และอุปทานตามสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยต้องนำข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันมาใช้วิเคราะห์อย่างละเอียด เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดมาตรการ เพราะการแก้ไขปัญหาด้านใดด้านหนึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาด้านอื่นตามมา เช่น การลดปริมาณไข่ไก่พันธุ์อาจทำให้เกิดภาวะขาดแคลนพันธุ์สัตว์ตามมา

๑.๒ มาตรการระงับการส่งออก ถือเป็นมาตรการที่ภาครัฐให้ความสำคัญกับผู้บริโภคในประเทศ เพื่อให้มีปริมาณสินค้าที่เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศ อย่างไรก็ตามควรพิจารณาด้วยว่าโดยสถานการณ์ปกติแล้ว ปริมาณสินค้าที่ส่งออกมีมากน้อยเพียงใด เนื่องจากเมื่อระงับการส่งออกแล้วทำให้ประเทศคู่ค้าเปลี่ยนไปซื้อจากประเทศอื่น ประเทศไทยสูญเสียตลาดในการส่งออกสินค้า และต้องใช้เวลาในการเจรจาเปิดตลาดส่งออกอีกครั้ง

๑.๓ พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน รวมถึงพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ความต้องการและปริมาณการผลิตไข่ไก่ มีการกระจายข้อมูลไปสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อย่างทั่วถึงและทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้เกษตรกรสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ในการวางแผนการผลิตให้สัมพันธ์กับสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภค และให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคให้เข้าใจสถานการณ์ของสินค้า

๑.๔ ปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย ให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้อำนาจในการกำกับดูแล ควบคุม และตรวจสอบได้ตลอดห่วงโซ่การผลิตไข่ไก่ ตั้งแต่การนำเข้าไข่ไก่พันธุ์ การผลิตลูกไก่ การควบคุมราคาขายลูกไก่และราคาขายไข่ไก่ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ และผู้ค้าปลีกไข่ไก่

๑.๕ ราคาไข่ไก่ขายปลีก เป็นสิ่งกำหนดราคาไข่ไก่ในระดับต่างๆ ของตลาด เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลันของราคาในตลาดระดับหนึ่ง จะส่งผลให้ราคาในตลาดระดับอื่น มีรูปแบบของปฏิกิริยาตอบสนองในทิศทางเดียวกัน ถ้าต้องการให้ราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพ ควรจะทำให้ราคาไข่ไก่ขายปลีกมีเสถียรภาพก่อน โดยประกาศกำหนดราคาไข่ไก่ขายปลีกในแต่ละเบอร์ ทั้งนี้ ต้องอยู่บนพื้นฐานของต้นทุนการผลิตไข่ไก่ ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่น

๑.๖ ให้ความช่วยเหลือเกษตรกรโดยลดต้นทุนการผลิต ซึ่งจะต้องมีการแก้ไขปัญหาดังแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง เช่น พันธุ์สัตว์ วัตถุดิบอาหารสัตว์ เป็นต้น เนื่องจากราคาสินค้าขึ้นอยู่กับปริมาณและความต้องการสินค้าในตลาด ซึ่งรัฐบาลควบคุมได้ยากและไม่สามารถจ่ายเงินอุดหนุนในจำนวนมากได้ ทั้งด้านการจัดการ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของไข่ไก่พันธุ์ การเพิ่มมูลค่าสินค้าเพิ่มช่องทางในการระบายสินค้าไข่ไก่ส่วนเกิน และการแปรรูปไข่ไก่เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายมากขึ้น

๑.๗ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการผลิตพันธุ์ไข่ไก่ ถึงแม้จะมีการนำเข้าปูย่าพันธุ์ไข่ไก่และพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่จากต่างประเทศทุกปี แต่หากในอนาคตประเทศผู้ผลิตเกิดปัญหา ไม่สามารถจำหน่ายไข่ไก่พันธุ์ให้ได้ ประเทศไทยก็จะมีไข่ไก่พันธุ์ในประเทศ

๑.๘ รมรณรงค์ ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การบริโภคไข่ไก่ของคนไทยให้มากขึ้น เนื่องจากอัตราการบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทยยังค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทำให้ตลาดในประเทศขาดความยืดหยุ่นในการรองรับผลผลิตที่เพิ่มขึ้น เช่น การจัดงานวันไข่โลกร่วมกับภาคเอกชน สนับสนุนโครงการไข่โรงเรียน เพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคไข่ไก่ในกลุ่มเด็กและเยาวชน

## ๒. ข้อเสนอแนะแนวทางในการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่

๒.๑ เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ควรปรับแผนการเลี้ยงไข่ไก่และการตลาด ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยเฉพาะในช่วงที่ไข่ไก่ล้นตลาด ราคาไข่ไก่ตกต่ำ หรือราคาผันผวนตามแนวโน้มฤดูกาล วัฏจักร และเหตุการณ์ผิดปกติ โดยการปรับลดปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่ ปลดแม่ไข่ไก่ยืนกรงให้เร็วขึ้น เป็นต้น

๒.๒ เร่งจัดตั้งกองทุน เพื่อมิให้รายได้มีความผันผวน ช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่เมื่อเกิดปัญหา เช่น สภาวะไข่ไก่ล้นตลาด ราคาไข่ไก่ตกต่ำ ภัยธรรมชาติ โรคระบาด โดยรวบรวมงบประมาณจากหลายแหล่ง แต่ที่สำคัญต้องมาจากผู้ประกอบการในช่วงที่สินค้ามีราคาสูง แล้วชดเชยในช่วงที่สินค้ามีราคาตกต่ำและระบายสินค้าออกสู่ตลาดโดยตรง

๒.๓ สนับสนุนให้เกิดการรวมตัว หรือสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่อย่างเข้มแข็ง เพื่อประโยชน์ในการร่วมมือกันจัดหาปัจจัยการผลิต กำหนดราคาไข่ไก่ละ ๓ แหล่งผลิต และสร้างอำนาจในการต่อรอง รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือตนเองในช่วงราคาไข่ไก่ตกต่ำ อาทิ การปลดไข่ไก่เพื่อลดปริมาณไข่ไก่ออกสู่ตลาด รวบรวมไข่ไก่ส่งออกไปต่างประเทศ เป็นต้น

๒.๔ เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่หรือกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ ควรสร้างช่องทางการจำหน่ายไข่ไก่แก่ผู้บริโภคโดยตรง ไม่ผ่านผู้รวบรวมไข่ไก่หรือพ่อค้าคนกลาง เช่น จำหน่ายเองหน้าฟาร์ม หรือรวมกลุ่มกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไกรายอื่น มาจำหน่ายตามตลาดสด ตลาดนัด เพื่อเพิ่มรายได้และเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแก่เกษตรกรเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



๒.๕ ปรับปรุงและพัฒนาฟาร์มให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์มไก่ไข่ (GAP) หรือฟาร์มที่มีระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม (GFM) หรือมาตรฐานปศุสัตว์อินทรีย์ (Organic) จากกรมปศุสัตว์ เพื่อยกระดับฟาร์มไก่ไข่เข้าสู่ระบบมาตรฐาน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการไข่ไก่คุณภาพดีจากฟาร์มมาตรฐาน มีคุณภาพเหมาะสมในการนำไปใช้บริโภคเป็นอาหาร และเป็นการส่งเสริมเปิดตลาดการค้าไข่ไก่ เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพ ในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ

๒.๖ สนับสนุนและส่งเสริมให้ทำการตลาดไข่ไก่ โดยเน้นการผลิตไข่ไก่ที่มีคุณภาพสามารถเสริมสารอาหารที่มีประโยชน์และจำเป็นต่อร่างกาย ดูแลรักษาความสดใหม่ของไข่ไก่อยู่เสมอ เพราะความสดใหม่ของไข่ไก่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงมาก รวมทั้งพัฒนาการแปรรูปไข่ไก่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่า

### ๓. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

๓.๑ ควรศึกษาในสินค้าเกษตรชนิดอื่นเพิ่มเติม เช่น เนื้อสุกร เนื้อไก่ นํ้านม กุ้ง ข้าว ผัก ผลไม้ เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบาย วางแผน และพัฒนา ในด้านการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ซึ่งจะช่วยให้ระดับของราคาในภาพรวมของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น

๓.๒ ศึกษาศักยภาพการผลิตไข่ไก่ ศักยภาพการตลาดไข่ไก่ ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจไข่ไก่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย และประเทศอื่น เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการแก้ไขปัญหาของธุรกิจไข่ไก่ระดับประเทศ

๓.๓ ศึกษาห่วงโซ่การผลิตไข่ไก่ ตั้งแต่ระดับการผลิตอาหารไก่ไข่ ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ ศูนย์รวบรวมไข่ไก่ ศูนย์กระจายสินค้า แหล่งจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงผู้บริโภคไข่ไก่ เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตไข่ไก่ที่มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

๓.๔ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นข้อมูลแบบรายปี และในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจจะใช้ข้อมูลรายไตรมาส หรือรายเดือน เพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้มีความชัดเจน และความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

๓.๕ ศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของพฤติกรรมหรือทัศนคติของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการซื้อขายไข่ไก่ ทั้งในสถานการณ์ปกติ หรือสถานการณ์เกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนก โรคระบาดในคน หรือสถานการณ์อื่น ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาปรับและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ทองโรจน์ อ่อนจันทร์. เศรษฐศาสตร์เกษตร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๖.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙.
- ไพฑูรย์ รอดวินิจ. การตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๓๗.
- วันดี หิรัญสถาพร. หลักเศรษฐศาสตร์ (Principle of Economic). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๖๐.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๑.
- ศักดิ์ดา ธนิกุล. คำอธิบายและกรณีศึกษาพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๔๒. กรุงเทพฯ : วิทยุชน, ๒๕๕๓.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, ๒๕๔๖.
- สมคิด ทักษิณวิสุทธิ. หลักการตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๒.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชา ตลาด สินค้าเกษตรกรรมกับเศรษฐกิจของไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๓.

#### วารสาร และหนังสือพิมพ์

- กัญญาณัฐ กิตติวงศ์ และ กรรณิกา แซ่ลิว. “การผลิตและการตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย”, แก่นเกษตร. เล่มที่ ๔๗ (ฉบับพิเศษ ๑), ๒๕๖๒. หน้า ๘๘๙-๘๙๔.
- กานดา ล้อแก้วมณี. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพไข่”, วารสารเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ปีที่ ๖๐ (ฉบับที่ ๒) ตุลาคม ๒๕๕๗ – มกราคม ๒๕๕๘. หน้า ๒-๓.
- คณะกรรมการนโยบายไข่ไก่และผลิตภัณฑ์. “อัตรากาบริโภคนไขไก่”, The Story of Eggs เรื่องราวไข่ไก่ที่สมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทย. ตุลาคม ๒๕๕๘. หน้า ๓๔.
- ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์. “ปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อนในการเมืองการปกครองท้องถิ่นไทย”, สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สมทส). ปีที่ ๒๑ (ฉบับที่ ๒), พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๘. หน้า ๑๔.
- ศิริพร ตันจ้อ. “คุณค่าทางโภชนาการของไข่ที่นิยมบริโภคและผลของการประกอบอาหาร”, วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. ปีที่ ๒๓ (ฉบับที่ ๔), ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘. หน้า ๖๕๓.

## วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารวิจัย

- กฤษณะ กุลศิริ. “การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของราคาปัจจัยการผลิต ต้นทุนการผลิต และราคาไข่ไก่ในระดับต่างๆ ของตลาด”. วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรเกษตร, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๖.
- กิตติพัฒน์ แสงภักดีโยธิน. “ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับระบบการผลิตและการค้าไข่ไก่และผลิตภัณฑ์”. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๔.
- เกียรติพล ศรีประมงค์. “รูปแบบการพัฒนาธุรกิจฟาร์มไข่ไก่ของไทยแบบยั่งยืน”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ๒๕๕๙.
- จันทิมาภรณ์ คำมัน. “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปทานและอุปสงค์ของไข่ไก่ในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๐.
- จิตติมา กันตนามัลลกุล และ อัจฉรา โพธิ์ดี. “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจไข่ไก่ในประเทศไทย”. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๘.
- จิรประภา สุขดี. “วิเคราะห์ภาวะการณ์แข่งขันธุรกิจฟาร์มไข่ไก่ในจังหวัดพะเยาโดย Five Force Model”. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา, ๒๕๕๕.
- ณภัคอร ปุณยภักดิ์สร. “โมเดลพฤติกรรมกรรมการบริโภคไข่ไก่ของคนไทย”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, ๒๕๕๓.
- ประพจน์ คณาวิทยา. “ประสิทธิภาพและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับ การกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดตามกฎหมายไทยในปัจจุบัน”. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๕๑.
- ศิวภรณ์ ยาวีระ. “การประยุกต์ใช้เครื่องมือคุณภาพในการผลิตไข่ไก่ในฟาร์มไข่ไก่ขนาดเล็ก”. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๖๐.
- สรพรเพชดา มาสขาว. “การวิเคราะห์การเคลื่อนไหวราคาและความเชื่อมโยงราคาไข่ไก่”. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๘.
- สังคม แสนบุตดี. “ความต้องการของเกษตรกรต่อการเลี้ยงไข่เชิงการค้าในจังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาทรัพยากรชนบท มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ๒๕๕๗.
- สุวรรณวาทกสิกิจเพื่อการค้นคว้าและพัฒนาปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์, สถาบัน. “โครงการศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างการผลิต การตลาด และโครงสร้างต้นทุนการผลิตไข่ไก่”. รายงานฉบับสมบูรณ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, ๒๕๕๕.
- อนุพันธ์ สุทธิพานิช. “แนวทางในการแก้ไขปัญหาราคามูลผลิตตกต่ำในเขตเทศบาลตำบลหนองคล้า อำเภอนำใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา”. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครองท้องถิ่น, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัย ขอนแก่น, ๒๕๕๓.

อภิวิทย์ ต้นซู้. “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย”. รายงานการศึกษาอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๕๕.

อัจฉรา โพธิ์ดี และ จิตติมา กันตนามัลลกุล. “การจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจไข่ไก่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา”. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๗.

อินทซ์ วิสุทธิแพทย์. “ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลราคา ตาม พรบ. ว่าด้วยสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ : ศึกษาเฉพาะราคาขายปลีกไข่ไก่”. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

## กฎหมาย

“กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ เป็นมาตรฐานบังคับ พ.ศ. ๒๕๖๓”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๗, ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓, หน้า ๓.

“ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๓, ๓๐ ธันวาคม ๒๕๕๙, หน้า ๑.

“ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๕, ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑, หน้า ๑.

“ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๖, ๓ เมษายน ๒๕๖๒, หน้า ๕๔.

“ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับฟาร์มไก่พันธุ์ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๒, ๔ สิงหาคม ๒๕๕๘, หน้า ๕.

“ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์รวบรวมไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๒๙, ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๕, หน้า ๑๕.

“ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: การปฏิบัติที่ดีสำหรับสถานที่ฟักไข่สัตว์ปีก ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๔, ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๐, หน้า ๕.

“ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: ไข่ไก่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๒๗, ๒๘ ธันวาคม ๒๕๕๓, หน้า ๑๗.

“ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: แนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๖, ๓ เมษายน ๒๕๖๒, หน้า ๕๕.

- “พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๔, ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐, หน้า ๒๒-๔๕.
- “พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕.”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๐๙, ๕ เมษายน ๒๕๓๕, หน้า ๒๗-๕๒.
- “พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๒๕, ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑, หน้า ๑-๒๓.
- “พระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. ๒๕๕๘”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๒, ๒ มีนาคม ๒๕๕๘, หน้า ๒๒-๔๑.
- “พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.๒๕๔๒”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๑๖, ๓๑ มีนาคม ๒๕๔๒, หน้า ๒๓-๓๖.
- “พระราชบัญญัติเศรษฐกิจการเกษตร พ.ศ. ๒๕๒๒”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๙๖, ๒๓ มีนาคม ๒๕๒๒, หน้า ๑๙-๒๘.
- “ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ พ.ศ. ๒๕๔๙”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๒๓, ๑ กันยายน ๒๕๔๙, หน้า ๒๔-๔๙.
- “รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๓๔, ๖ เมษายน ๒๕๖๐, หน้า ๕๒.

## เอกสารไม่ตีพิมพ์

- กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์. “ข้อมูลการเลี้ยงลูกไก่ไข่ PS การนำเข้าลูกไก่ไข่ GP ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ ปี ๒๕๕๓ – ๒๕๖๓”. รายงานสำหรับผู้บริหาร. ๒๕๖๓.
- กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์. “ข้อมูลพื้นฐานปัจจัยภายในอุตสาหกรรมไข่ไก่ ปี ๒๕๕๖-๒๕๖๑”. เอกสารประกอบการประชุม ร่าง ยุทธศาสตร์ไก่ไข่ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๖). ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๒.
- คณะอนุกรรมการต้นทุนการผลิตไก่ไข่และไข่ไก่ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. “ต้นทุนการผลิตไก่ไข่และไข่ไก่ อายุ ๑๘-๘๐ สัปดาห์ รายเดือน”. รายงานการประชุมคณะอนุกรรมการต้นทุนการผลิตไก่ไข่และไข่ไก่ ครั้งที่ ๔/๒๕๖๒ วันพฤหัสบดีที่ ๑๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ ณ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๒.
- จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร, ผู้ช่วยศาสตราจารย์. “การจัดการตลาด”. เอกสารประกอบการบรรยาย. ๒๕๕๕.
- พัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์, สำนัก กรมปศุสัตว์. “การส่งออกไข่ไก่และผลิตภัณฑ์”. รายงานสำหรับผู้บริหาร. ๒๕๖๓.
- วรเดช จันทรศร, ศาสตราจารย์. "ยุทธศาสตร์ชาติและการนำไปสู่ปฏิบัติ Putting Thailand's National Strategy into Action". เอกสารเสนอต่อที่ประชุมราชบัณฑิตและภาคีสมาชิก สำนักธรรมศาสตร์และการเมือง ราชบัณฑิตสภา. ๗ สิงหาคม ๒๕๖๒.

## ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

- การค้าภายใน, กรม กระทรวงพาณิชย์. “ราคาสินค้าเกษตร รายวัน รายปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [https://pricelist.dit.go.th/main\\_price.php](https://pricelist.dit.go.th/main_price.php), ๒๕๖๓.
- ข่าวไทย, สำนัก. “ทราบหรือยัง...สถานการณ์ไข่ไก่กลับสู่ภาวะปกติ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.mcot.net/viewtna/5e884dd4e3f8e40af44335fb>, ๒๕๖๓.
- คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ, สำนักงาน. “เอกสารการเรียนรู้: การเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมด้านการป้องกันการทุจริต”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://web62.sskru.ac.th/GEsskru/rege/ge.p2.pdf>, ๒๕๖๒.
- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. “บทเรียนวิชาเศรษฐศาสตร์ : ECON 1105 หลักเศรษฐศาสตร์ บทที่ ๒ อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://msci.chandra.ac.th/econ/ch2dseq.doc>, ๒๕๖๓.
- ฐานเศรษฐกิจ. “จาก “ไข่ไก่” ร่วงดิ่งเหว เหลือ ๒.๔๐ บาท/ฟอง”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [https://www.thansettakij.com/content/Macro\\_econ/433840](https://www.thansettakij.com/content/Macro_econ/433840), ๒๕๖๓.
- ไทยรัฐออนไลน์. “ไข่แพง 20 สตางค์ ซีพี - คน ยันมีพอ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1804129>, ๒๕๖๓.
- เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล. “การตลาดเกษตร (5014307) Agricultural Marketing”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://dspace.bru.ac.th/xmlui/handle/123456789/3877>, ๒๕๖๓.
- ศุลกากร, กรม กระทรวงการคลัง. “รายงานสถิติ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://www.customs.go.th/statistic\\_report.php](http://www.customs.go.th/statistic_report.php), ๒๕๖๒.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์. “ข้อมูลเกษตรกร/ปศุสัตว์ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๖๒”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://ict.dld.go.th/webnew/index.php/th/service-ict/report>, ๒๕๖๓.

## ภาษาต่างประเทศ

### Books

- Kohls, R. L. & Uhl, J. N. Marketing of Agricultural Products. New York : Macmillan Publishing Company, 1998.
- Kotler, P. Marketing management. New Jersey : Prentice-Hall, 2003.
- Tomek, William G. and Robinson, Kenneth L. Agricultural Product Prices. The United State of America : Cornell University Press, 1990.
- Wyeth, J. The Measurement of Market Integration and Application to Food Security Policies. England : Institution of Development Studies, 1992.

ภาคผนวก

## แบบสัมภาษณ์งานวิจัย การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่

### ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ-นามสกุลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ \_\_\_\_\_

เป็นผู้แทน  สมาคมประกอบธุรกิจไข่ไก่ (ชื่อ) \_\_\_\_\_

สหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่ (ชื่อ) \_\_\_\_\_

ผู้รวบรวมไข่ไก่ (ล้ง) (ชื่อ) \_\_\_\_\_

ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ (ชื่อ) \_\_\_\_\_

อื่นๆ (ชื่อ) \_\_\_\_\_

ชื่อ-นามสกุล ผู้สัมภาษณ์ \_\_\_\_\_

วัน/เดือน/ปี \_\_\_\_\_ สถานที่ \_\_\_\_\_ เวลา \_\_\_\_\_ ที่เก็บข้อมูล

### ส่วนที่ ๒ ข้อมูลการสัมภาษณ์

๑. สถานการณ์การเลี้ยงไข่ไก่/การขายไข่ไก่ในปัจจุบันเป็นอย่างไร เมื่อเทียบกับหลายปีที่ผ่านมา
๒. ปัจจุบันปริมาณไข่ไก่ในท้องตลาดเพียงพอหรือไม่ ปริมาณเท่าไรถึงจะเหมาะสม
๓. ปัจจุบันปริมาณปุ๋ยาพันธ์ุ พ่อแม่พันธุ์ และแม่ไก่ไข่ยืนกรง มีความเหมาะสมหรือไม่
๔. มีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อราคาไข่ไก่
๕. อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำ
๖. สถานการณ์โรค COVID-19 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมไข่ไก่หรือไม่อย่างไร
๗. ทำอย่างไรให้คนบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น
๘. ทราบหรือไม่กรมปศุสัตว์มีมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ (ถ้าไม่ทราบให้ไปข้อ ๑๒)
๙. ถ้าทราบมีมาตรการอะไรบ้าง
๑๐. จากข้อ ๙ มาตรการอะไรที่สำคัญที่สุด
๑๑. มาตรการของกรมปศุสัตว์ในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
๑๒. ภาครัฐและภาคเอกชนควรทำสิ่งใดเพิ่มเติม เพื่อให้ไข่ไก่มีราคาที่เสถียรภาพมากยิ่งขึ้น
๑๓. ปัญหาและอุปสรรคการเลี้ยงไข่ไก่/การขายไข่ไก่ มีอะไรบ้าง

### ส่วนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

---



---



---



---



## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ นายสัตวแพทย์สมชวน รัตนมังคลานนท์

วัน เดือน ปีเกิด วันที่ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๐๙

### การศึกษา

#### ระดับปริญญาตรี

สัตวแพทยศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

#### การฝึกอบรม

- หลักสูตร นักบริหารการพัฒนาการเกษตรระดับสูง รุ่นที่ ๕๒ (นบส. ๕๒) จัดโดยสถาบันเกษตรราธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- หลักสูตร การบริหารงานจัดการภาครัฐแนวใหม่ จัดโดยสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือนสำนักงาน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน
- หลักสูตร “นักปกครองระดับสูง รุ่นที่ ๖๕” จัดโดยสถาบันดำรงราชานุภาพ กระทรวงมหาดไทย
- หลักสูตร “นักบริหารการทูต รุ่นที่ ๙” จัดโดยสถาบันการต่างประเทศวิโรปกรณ์ กระทรวงต่างประเทศ
- หลักสูตร “โครงการพัฒนานักบริหารระดับสูง : ผู้บริหารส่วนราชการ (นบส. ๒) รุ่นที่ ๑๐” จัดโดยสำนักงาน กพ

### ประวัติการทำงานโดยย่อ

- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครพนม กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (นายสัตวแพทย์ ระดับ ๔) (พ.ศ. ๒๕๓๕ – ๒๕๓๙)
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการสัตวแพทย์ภาคตะวันออก จังหวัดชลบุรี (นายสัตวแพทย์ ระดับ ๔ – ๘) กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. ๒๕๓๙ – ๒๕๔๘)
- ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการสัตวแพทย์ภาคตะวันออก จังหวัดชลบุรี (นายสัตวแพทย์เชี่ยวชาญ) กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. ๒๕๔๘ – ๒๕๕๗)
- ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ (อำนวยการ ระดับสูง) กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. ๒๕๕๗ – ๒๕๖๐)

ตำแหน่งปัจจุบัน รองอธิบดี (นักบริหาร ระดับต้น) กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ปัจจุบัน)

# สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่  
ผู้วิจัย นายสัตวแพทย์สมชวน รัตนมังคลานนท์  
ตำแหน่ง รองอธิบดีกรมปศุสัตว์

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 62

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเลี้ยงไก่ไข่ มีการเลี้ยงอย่างแพร่หลายทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งเพื่อประกอบเป็นอาชีพขายลูกไก่ไข่ ขายเป็นไข่ และเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน ไข่ไก่เป็นสินค้าหลักทางการเกษตรที่ประชาชนนิยมซื้อมาบริโภค ปริมาณไข่ไก่จะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปริมาณไก่ไข่พันธุ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศและจำนวนแม่ไก่ไข่ยืนกรง นโยบายภาครัฐในการควบคุมปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สภาพภูมิอากาศในประเทศ รวมถึงสถานการณ์การเกิดโรคระบาดในสัตว์ โดยหากเกิดโรคระบาดจะส่งผลให้ไก่ป่วยตายเป็นจำนวนมาก และผลผลิตไข่ไก่จะลดลง ในภาพรวมของการซื้อขายไข่ไก่ระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่กับผู้รวบรวมไข่ไก่ เป็นแบบผูกขาดกันระหว่างคู่ค้า เกษตรกรไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาขายไข่ไก่ แต่ผู้รวบรวมไข่ไก่เป็นผู้กำหนดราคา ราคาไข่ไก่ในแต่ละปีจะผันผวนไปตามปริมาณอุปสงค์และอุปทานของไข่ไก่ในประเทศ โดยมีลักษณะการเคลื่อนไหวเป็นฤดูกาล ที่ผ่านมาราคาไข่ไก่ถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้บริโภค และปริมาณไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาดในช่วงเวลานั้นเป็นหลัก ไม่ได้ถูกกำหนดโดยต้นทุนการผลิตที่แท้จริงของเกษตรกร ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ไม่มีเสถียรภาพ จนทำให้เกษตรกรต้องประสบปัญหาการขาดทุน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาทั้งทางด้านการผลิต และการตลาด อาทิเช่น ปัญหาการขาดแคลนไก่ไข่พันธุ์ จึงต้องนำเข้าพ่อแม่พันธุ์จากต่างประเทศ วัตถุประสงค์อาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลให้ต้นทุนการเลี้ยงและการผลิตสูง เป็นอุปสรรคต่อการวางแผน การผลิต และการหาตลาดรองรับ นอกจากนี้ ยังขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และยังมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จำนวนมากที่ไม่สามารถรวมตัวกันได้อย่างเข้มแข็งได้ ทำให้ขาดอำนาจในการต่อรองราคาขายไข่ไก่

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบาย วางแผน และพัฒนา ในด้านการผลิตไข่ไก่ให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ซึ่งจะทำให้ระดับของราคาไข่ไก่มีเสถียรภาพมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานของภาครัฐบาล และภาคเอกชน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาสถานการณ์อุตสาหกรรมไข่ไก่ อาทิ การเลี้ยง การผลิต การตลาด การบริโภค
- เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในอุตสาหกรรมของการผลิตไข่ไก่
- เพื่อเสนอ แนวทาง มาตรการ ในการวางแผนการผลิตไข่ไก่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และส่งผลให้ราคาสินค้าไข่ไก่มีเสถียรภาพ

## ขอบเขตของการวิจัย

มีขอบเขตการศึกษา 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ศึกษา วิเคราะห์ แนวคิด รูปแบบ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนโยบายของภาครัฐ ด้านประชากร เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่ และการผลิตไข่ไก่ คือ ตัวแทนสมาคมประกอบธุรกิจไข่ไก่ ตัวแทนสหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ และผู้ค้าปลีกไข่ไก่ และด้านระยะเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาวิจัยเป็นระยะเวลา 7 เดือน (ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 – พฤษภาคม พ.ศ. 2563)

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับใช้การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

1. การรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ มาทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการอธิบายประกอบ

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลปริมาณปุ๋ยาพันธ์ุและพ่อแม่พันธุ์ไก่ที่นำเข้าและเลี้ยง ปริมาณการผลิต ราคาส่งไก่ที่เกษตรกรขายได้และราคาขายปลีก การบริโภคไข่ไก่ในประเทศ การส่งออกไข่ไก่ไปจำหน่ายต่างประเทศ ฤดูกาล สถานการณ์โรคระบาด นโยบายปรับสมดุลของรัฐ การกำหนดนโยบาย เป็นต้น ซึ่งได้จากการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร หนังสือ ตำราวิชาการ วารสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารงานวิจัย สถิติ และข้อมูลอื่น

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลสถานการณ์การเลี้ยงไก่และการขายไข่ไก่ในปัจจุบัน ปริมาณไก่พันธ์ุและแม่ไก่ไข่ยืนกรง ปัจจัยที่มีผลต่อราคาไข่ไก่ สถานการณ์โรคระบาด มาตรการที่ภาครัฐดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคการผลิตไข่ไก่และการผลิตไข่ไก่ เป็นต้น ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อบันทึกข้อมูล ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่ อาทิ ตัวแทนสมาคมธุรกิจไข่ไก่ สหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ อย่างน้อย 5 ราย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ ข้อมูลที่ได้จากการสืบค้น รวบรวม และสัมภาษณ์ จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานทั่วไป นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่างง่าย แล้วนำมานำเสนอในรูปของค่าผลรวม ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมทั้งแปรผลการศึกษาของข้อมูล และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

## ผลการวิจัย

สถานการณ์การเลี้ยงไก่และผลิตไข่ไก่ ปัจจุบันการเลี้ยงไก่ยังต้องนำเข้าลูกไก่พันธ์ุจากต่างประเทศ สำหรับปริมาณปุ๋ยาพันธ์ุที่นำเข้า พ่อแม่พันธุ์ที่นำเข้าและเลี้ยง แม่ไก่ไข่ยืนกรง ในปี พ.ศ. 2561 และ 2562 มีการเลี้ยงไก่ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2553 – 2560 เนื่องจากนโยบายของภาครัฐในการปรับสมดุลการผลิตไข่ไก่ให้เพียงพอกับการบริโภคของประชากร ไม่ให้เกิดภาวะไข่ไก่ล้นตลาด ทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำ การเลี้ยงไก่ในประเทศไทยเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ได้พัฒนาการเลี้ยงให้มีความก้าวหน้า มีประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น ในการใช้พันธ์ุไก่ที่ให้ผลผลิตสูง ให้อาหารที่มี

ส่วนประกอบครบถ้วนตามความต้องการของไผ่ เป็นฟาร์มเลี้ยงไผ่ขนาดใหญ่ขึ้น เลี้ยงในโรงเรือน ควบคุมอุณหภูมิหรือโรงเรือนระบบปิด (Evaporation) ที่มีขนาดใหญ่ สามารถเลี้ยงไผ่ได้เยอะ และให้ผลผลิตสูงตามศักยภาพของพันธุ์กรรม ปรับเปลี่ยนวิธีบริหารจัดการฟาร์ม ปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) จากกรมปศุสัตว์ เนื่องจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ออก กฎกระทรวง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไผ่เป็น มาตรฐานบังคับ พ.ศ. 2563 ส่งผลให้ฟาร์มมีระบบการเฝ้าระวังและป้องกันโรคระบาดในสัตว์ปีกที่ดี ผลผลิตไผ่ที่ได้มีคุณภาพ สามารถจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกที่กำหนดหลักเกณฑ์ว่าต้องมาจากฟาร์มที่ได้รับรอง GAP ปริมาณไผ่ที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จำหน่ายที่ตลาดภายในประเทศ โดยปริมาณไผ่ไผ่ได้มีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล มักไม่สอดคล้องกับความต้องการบริโภค รวมทั้งปริมาณการผลิตไผ่ ในระยะยาวยังมีลักษณะเป็นวัฏจักร จึงทำให้เกิดปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของราคาไผ่ กล่าวคือ ในช่วงที่ไผ่มีราคาสูง เกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่และผู้รวบรวมไผ่จะขายได้ราคาที่สูงขึ้น ทำให้เวลาต่อมา จะมีไผ่ออกสู่ตลาดจำนวนมาก ราคาไผ่จึงต่ำลง ผู้รวบรวมไผ่จะต่อราคาให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่ เมื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่รายใดรายหนึ่งยอมลดราคาขายไผ่ จะส่งผลให้เกิดอำนาจต่อรองกับเกษตรกร ผู้เลี้ยงไผ่รายอื่น จึงจำเป็นต้องขายในราคาต่ำลง เกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่เกิดภาวะขาดทุนจึงลดการเลี้ยง ไผ่ หรือปลดแม่ไผ่ก่อนอายุ หรือบางรายอาจเลิกกิจการ

สถานการณ์ด้านการตลาด ไผ่ไผ่เป็นสินค้าที่มีความใกล้เคียงกับลักษณะของตลาด แข่งขันสมบูรณ์ มีผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่รายย่อย ทำให้การซื้อขายในระดับเกษตรกร ผู้เลี้ยงไผ่ไผ่กับผู้รวบรวมไผ่ไผ่เป็นแบบผูกขาดกันระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่จะขาย ผลผลิตไผ่ไผ่ให้กับผู้รวบรวมไผ่ไผ่เจ้าประจำ มีส่วนเหลือการตลาดของผู้รวบรวมไผ่ไผ่กับผู้ค้าปลีก มากกว่าส่วนเหลือการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไผ่ไผ่กับผู้รวบรวมไผ่ไผ่ ผลผลิตไผ่ไผ่ส่วนใหญ่ใช้บริโภค ภายในประเทศ การส่งออกจำหน่ายต่างประเทศจะเกิดขึ้นเมื่อจำเป็นต้องระบายผลผลิตไผ่ไผ่ส่วนเกินที่มี ปริมาณมาก เพื่อช่วยรักษาเสถียรภาพราคาไผ่ไผ่ภายในประเทศ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้ส่งออกไผ่ไผ่ ไปยังประเทศฮ่องกงเป็นหลัก อย่างไรก็ตามสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศฮ่องกง มี ผลกระทบให้นักท่องเที่ยวทยอยน้อยลง และสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ภาครัฐได้ระงับการ ส่งออกในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทำให้สูญเสียตลาดการส่งออก ดังนั้น ควรเร่งเจรจาและผลักดันขยาย ตลาดส่งออกไผ่ไผ่ไปประเทศอื่น อาทิ ประเทศสิงคโปร์ เพื่อรองรับการส่งออกไผ่ไผ่ของไทยในอนาคต

ในช่วงเดือนมีนาคมและเมษายน 2563 รัฐบาลได้ออกพระราชกฤษฎีกาการบริหาร ราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผลกระทบที่ตามมา คือ ประชาชนตื่นตระหนก เกิดการกักตุนสินค้า อุปโภค บริโภค โดยเฉพาะไผ่ไผ่ ซึ่งมีราคาถูกและเก็บได้นานกว่าอาหารชนิดอื่น ขณะเดียวกัน ภายใต้ สถานการณ์ดังกล่าว ทำให้มีผู้ฉกฉวยโอกาสซื้อไผ่ไผ่มากักตุนไว้ เพื่อหวังเก็งกำไร และเตรียมขายไผ่ไผ่ ในช่วงที่ขาดแคลน จึงกลายเป็นความต้องการของตลาดเกิดขึ้นแบบฉับพลันทันที โดยเพิ่มขึ้น 3 – 5 เท่า จากปกติ สวนทางกับปริมาณไผ่ไผ่ที่ยังคงผลิตได้เท่าเดิม จึงเกิดปัญหาไผ่ไผ่ขาดตลาด ทำให้ภาครัฐต้อง เข้ามาแทรกแซงด้านการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อประชาชน อย่างไรก็ตามเมื่อ สถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ ประชาชนเริ่มปรับตัวได้ เกิดปัญหาภาวะไผ่ไผ่ล้นตลาด ภาครัฐจึงจำเป็นต้อง วางแผนปรับมาตรการ

สถานการณ์ด้านการบริโภคไข่ไก่ ในระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2560 ประชาชนไทยบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น อัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.9 ต่อปี อย่างไรก็ตามปริมาณการบริโภคน้อยกว่าปริมาณที่ผลิตได้ ส่งผลให้ไข่ไก่มีปริมาณเกินความต้องการ ในปี พ.ศ. 2561 และ 2562 ภาครัฐจึงได้ออกมาตรการปรับสมดุลการผลิตไข่ไก่ ส่งผลให้ปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรงและไข่ไก่ลดลง เมื่อได้คำนวณสัดส่วนระหว่างจำนวนประชากรไทยต่อปริมาณไข่ไก่ภายในประเทศ ทำให้ตัวเลขอัตราการบริโภคไข่ไก่ลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน อัตราการบริโภคไข่ไก่ของประชากรไทยอยู่ในระดับต่ำ สาเหตุหลักมาจากประชากรไทยส่วนใหญ่ของประเทศเชื่อว่าการบริโภคไข่ไก่ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ จะทำให้มีปัญหาคอเลสเตอรอลเกินและไขมันอุดตันเส้นเลือด ซึ่งก่อให้เกิดโรคเรื้อรัง นอกจากนี้แล้ว ยังมีเหตุผลจากความสะอาด ต้นทุน และราคาของไข่ไก่ เพราะถ้าไม่ได้ซื้อที่หน้าฟาร์มไข่ไก่ กระบวนการขนส่งในพื้นที่ที่ห่างไกลจะมีต้นทุนสูงกว่า ทำให้ความนิยมในการบริโภคไข่ไก่ในพื้นที่ห่างไกล เปลี่ยนไปสู่การหาแหล่งโปรตีนที่มีราคาถูก หรือหาได้ง่ายกว่า เช่น ในพื้นที่ชนบทยังมีการประมง เลี้ยงสัตว์ ปลูกผัก ผลไม้ เป็นอาหารเองได้ ไข่ไก่จึงไม่ใช่อาหารที่หาได้ง่ายเหมือนในเขตเมือง ภาครัฐและภาคเอกชนควรรณรงค์การบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้น ส่งเสริมการบริโภคแก่ประชาชนทั่วไป เพิ่มการบริโภคแฝงในรูปแบบอื่น เช่น การทานขนมหรืออาหารที่ใช้ไข่เป็นวัตถุดิบ ขอความร่วมมือให้ไข่ไข่ไก่เป็นส่วนประกอบหลักในอาหารกลางวันของนักเรียนทั่วประเทศ และของหน่วยงานราชการ เช่น ทหาร นักโทษในเรือนจำ การแปรรูปไข่ไก่เพื่อใช้ในการเสริมสร้างสุขภาพ รวมทั้ง ต้องเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในประโยชน์ของไข่ไก่ ไม่ส่งผลกระทบต่อระดับคอเลสเตอรอล

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจไข่ไก่ขาดการวางแผนการผลิตและการตลาด แต่หลังจากที่ภาครัฐได้มีการหารือร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการทุกภาคส่วน ทั้งสมาคม สหกรณ์ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ผู้รวบรวมไข่ไก่ ผู้ค้าปลีกไข่ไก่ เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา ทั้งมาตรการระยะสั้น ได้แก่ การปรับลดปริมาณแม่ไก่ไข่ยืนกรง แผนปฏิบัติการ “PS Support” การติดตามและเฝ้าระวังปริมาณปยุ่พันธุ์ไก่ไข่ พ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ และแม่ไก่ไข่ยืนกรงอย่างต่อเนื่อง ขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร โครงการธงฟ้าประชารัฐจำหน่ายไข่ไก่ราคาถูก เป็นต้น สำหรับมาตรการระยะยาว ได้แก่ การกำหนดปริมาณการนำเข้าปยุ่พันธุ์ไก่ไข่ การนำเข้าและเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ การปรับลดพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ การควบคุมการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรงไม่ให้เลี้ยงเกิน 80 สัปดาห์ ผลักดันการเปิดตลาดส่งออกไข่ไก่สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป การรณรงค์การบริโภคไข่ไก่ การประกาศให้ฟาร์มไก่ไข่เป็นมาตรฐานบังคับ การจัดทำยุทธศาสตร์ไข่ไก่ โครงการส่งเสริมการบริโภคไข่ไก่ในเด็กนักเรียน การจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมไข่ไก่ การแก้ไขปัญหาการทุ่มตลาดของผู้ค้าปลีก เป็นต้น โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกรายมีความเห็นว่าการกำหนดปริมาณการนำเข้าปยุ่พันธุ์ไก่ไข่ และการนำเข้าและเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ มีความสำคัญที่สุด รวมถึงมาตรการในสถานการณ์ฉุกเฉิน กรณีเกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในประเทศไทย โดยภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทแทรกแซงกลไกตลาด เพื่อเพิ่มปริมาณไข่ไก่เข้าสู่ตลาดภายในประเทศ และเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าได้ โดยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ยืดอายุการเลี้ยงแม่ไก่ไข่ยืนกรงจากเดิมปลดระวางไข่ไก่ที่อายุ 80 สัปดาห์ ปรับเป็น 90 สัปดาห์ หรือตามที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เห็นว่าเหมาะสม การออกกฎ ระเบียบ ควบคุมสินค้า ไม่ให้ส่งออกไข่ไก่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง บังคับใช้กฎหมาย เข้าปราบปรามและจับกุมดำเนินคดีกับผู้ฉวยโอกาสขายสินค้าเกินราคาและค้ากำไรเกินควร เป็นต้น

ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาและปรับสมดุลการผลิตและการบริโภค จนทำให้ไข่ไก่มีเสถียรภาพราคามากขึ้น มีการวางแผนบริหารจัดการด้านการผลิตและการตลาดเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่เพิ่มมากขึ้น ทิศทางการผลิตไข่ไก่มีความแน่นอน ทั้งนี้ การปรับสมดุลปริมาณการผลิตและการบริโภคตามมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี ก็ด้วยการช่วยเหลือ เอื้ออาทร จากเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่รายใหญ่สู่รายย่อย เพื่อให้ทุกฝ่าย อยู่ร่วมด้วยกันได้ โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่สามารถประกอบอาชีพต่อไป ก้าวผ่านช่วงเวลาวิกฤติ จนถึงปัจจุบัน (เดือนเมษายน พ.ศ. 2563) ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยไม่พึ่งพาเงินกองทุนจากคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร และงบประมาณจากภาครัฐมาอุดหนุน โดยไม่เกิดผลกระทบต่อประชาชน นับเป็นแนวทางการแก้ปัญหาไข่ไก่ราคาตกต่ำที่ไม่เคยมีมาก่อน เกษตรกรขายได้โดยไม่ขาดทุน ผู้บริโภคได้ซื้อไข่ไก่ในราคาที่เป็นธรรม ส่งผลให้ประชาชนมีความสุขและสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อสนองตอบต่อผลประโยชน์แห่งชาติ ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ การนำมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่มาใช้ ต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์และอุปทานตามสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยต้องนำข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันมาใช้วิเคราะห์อย่างละเอียด ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดมาตรการ ซึ่งต้องพัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน และเกษตรกรสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการวางแผนการผลิตให้สัมพันธ์กับสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรส่งเสริมและพัฒนาการลดต้นทุนการผลิต หรือเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เพิ่มมูลค่าสินค้า เพิ่มช่องทางในการระบายสินค้าไข่ไก่ส่วนเกินและการแปรรูปไข่ไก่ รวมถึง สร้างการรับรู้ประโยชน์จากการบริโภคไข่ไก่ รมรงค์ ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การบริโภคไข่ไก่ของคนไทยให้มากขึ้น เนื่องจากอัตราการบริโภคไข่ไก่ของประชาชนในประเทศไทยยังคงค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ ควรปรับแผนการเลี้ยงไข่ไก่และการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยเฉพาะในช่วงที่ไข่ไก่ล้นตลาด ราคาไข่ไก่ตกต่ำ หรือราคาผันผวน ตามแนวโน้ม ฤดูกาล วัฏจักร และสถานการณ์ที่ผิดปกติ รวมกลุ่มสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ และจัดตั้งกองทุนเพื่อร่วมกันจัดหาปัจจัยการผลิต กำหนดราคาไข่ไก่คละ ณ แหล่งผลิต สร้างอำนาจในการต่อรอง และช่วยเหลือในช่วงราคาไข่ไก่ตกต่ำ สร้างช่องทางการจำหน่ายไข่ไก่แก่ผู้บริโภคโดยตรง ไม่ผ่านผู้รวบรวมไข่ไก่หรือพ่อค้าคนกลาง ปรับปรุงและพัฒนาฟาร์มให้ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมปศุสัตว์

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดไข่ไก่ ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย และประเทศอื่น เพื่อเป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหาของธุรกิจไข่ไก่ระดับประเทศ ศึกษาเพิ่มเติมพฤติกรรมหรือทัศนคติของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อขายไข่ไก่ ทั้งในสถานการณ์ปกติ หรือสถานการณ์เกิดการระบาดของโรค หรือสถานการณ์อื่น ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อที่นำข้อมูลมาปรับและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งทำการศึกษาในสินค้าเกษตรชนิดอื่นเพิ่มเติม เช่น เนื้อสุกร เนื้อไก่ น้ำมัน กุ้ง ข้าว ผัก ผลไม้ เพื่อกำหนดนโยบายวางแผนและพัฒนา ในด้านการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ซึ่งจะทำให้ระดับราคาของสินค้าเกษตรในภาพรวมของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น