

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของการผลิต การบริโภค และการตลาดไข่ไก่

การผลิตไข่ไก่

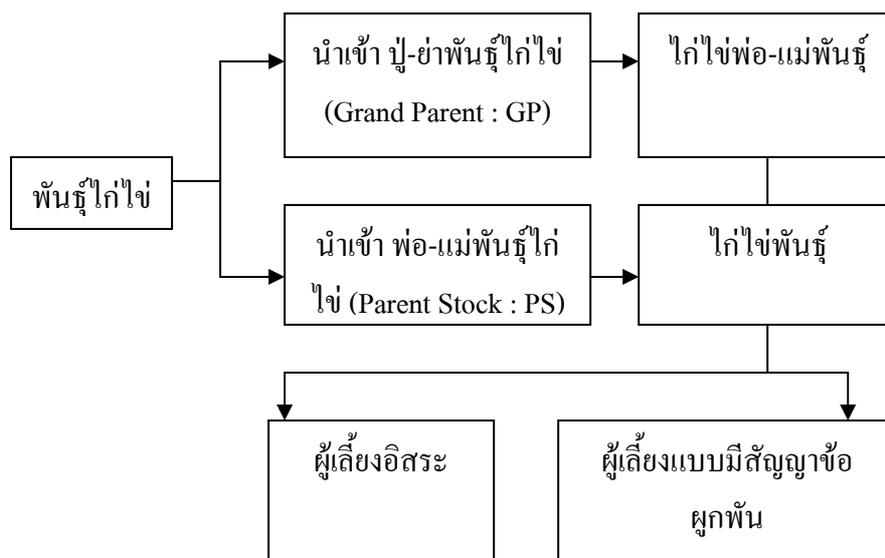
การผลิตไข่ไก่ในประเทศไทย

จากการสำรวจของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549) พบว่า การผลิตไข่ไก่ในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2531 – 2548 การเลี้ยงส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลางร้อยละ 60.35 รองลงมาเป็นภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 15.95 , 14.08 และ 9.62 ตามลำดับ (ตารางที่ 8) ซึ่งจังหวัดที่มีการเลี้ยงไข่ไก่มากที่สุด คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา รองลงมาเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ ชลบุรี ตามลำดับ

ปริมาณการผลิตไข่ไก่ในประเทศไทยจะมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่ในแต่ละปี ซึ่งจำนวนไข่ไก่ที่ผลิตไข่ในเชิงการค้าต้องผลิตจากพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ที่นำเข้าจากต่างประเทศเท่านั้น นอกจากนี้ปริมาณการผลิตไข่ไก่งยังขึ้นอยู่กับราคาลูกไก่ไข่ ราคาไข่ไก่ในตลาด จำนวนผู้เลี้ยงไข่ไก่ และราคาอาหารสัตว์ (กรมการค้าภายใน, 2548) โดยการนำเข้าพันธุ์ไข่ไก่จากต่างประเทศมี 2 ลักษณะ คือ การนำเข้าปู่ย่าพันธุ์และการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ (ภาพที่ 2) ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำเข้าพันธุ์ไข่ไก่จำนวน 9 ราย มีเพียงหนึ่งรายที่นำเข้าทั้งปู่ย่าพันธุ์ ส่วนอีก 8 ราย นำเข้าพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ไข่เป็นการค้า ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการที่นำเข้าพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ไข่ใช้ในฟาร์มเองเท่านั้นไม่มีการจำหน่าย 1 ราย และนำเข้าพ่อแม่พันธุ์ในรูปของสหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่อีก 1 ราย ในปี 2545 รัฐบาลได้นำมาตรการการจัดสรรการนำเข้าพันธุ์ไข่ไก่เพื่อจัดระเบียบการนำเข้าพันธุ์ไข่ไก่ ซึ่งเป็นมาตรการแก้ไขปัญหาระบบการผลิตและการตลาดไข่ไก่ โดยเฉพาะปัญหาไข่ไก่ล้นตลาด เนื่องจากปริมาณแม่ไก่ไข่มากจะส่งผลให้ไข่ไก่ล้นตลาดได้ รัฐบาลจึงมีมาตรการจัดสรรโควตาการนำเข้าพันธุ์ไข่ไก่ ทำให้เกิดภาวะลูกไก่ขาดแคลน ส่งผลให้ราคาลูกไก่และราคาไก่สาวมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับช่วงปี 2547 มีการระบาดของเชื้อไข้หวัดนก ซึ่งสัตว์ปีกที่อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร จากจุดที่เกิดโรคจะถูกทำลาย ในช่วงนี้พ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่และไก่สาวถูกทำลายไปจำนวนมาก ทำให้แม่ไก่ยืนกรงถูกทำลายไปเป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน ส่งผลให้ปริมาณการเลี้ยงไข่ไก่ลดลงตามไปด้วย การผลิตไข่ไก่ปี 2548 เริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ โดย

ในปี 2548 ประเทศไทย มีแม่ไก่ไข่ยืนกรงประมาณ 35.49 ล้านตัว ให้ผลผลิตไข่ไก่ได้ประมาณ 9,760 ล้านฟอง เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ปริมาณ 1,645 ล้านฟอง หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.27 สำหรับแนวโน้มการผลิตในปี 2549 คาดว่าจะมีแม่ไก่ไข่ยืนกรงประมาณ 35.97 ล้านตัว และให้ผลผลิตประมาณ 10,072 ล้านฟอง เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ที่ผ่านมามีประมาณร้อยละ 5 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2548)

ดังนั้น รัฐจึงมีการอนุญาตให้มีการนำเข้าพ่อแม่พันธุ์เพิ่มขึ้น ทดแทนพ่อแม่พันธุ์ที่ถูกทำลายไป อย่างไรก็ตาม การนำเข้าพ่อแม่พันธุ์จะใช้ระยะเวลาในการเพาะพันธุ์ หรือเลี้ยงต่อในฟาร์มเพื่อจำหน่ายให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ต่อไป ทำให้มีความล่าช้า (time lag) ของพันธุ์ไก่ไข่ที่ออกสู่ตลาด (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2549) ซึ่งจากการระบาดของเชื้อไข้หวัดนกทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ปรับเปลี่ยนลักษณะของโรงเรือนจากระบบเปิดมาเป็นระบบปิด ส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงบางรายต้องหยุดเลี้ยงไก่ไข่ชั่วคราว เพื่อทำการปรับปรุงโรงเรือน มีบางรายที่เลิกเลี้ยงไก่ไข่อย่างถาวร เนื่องจากไม่มีเงินในการลงทุน จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่า จำนวนผู้เลี้ยงไก่ไข่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยในปี 2546 มีจำนวนผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั่วประเทศ 3,182 ฟาร์ม แต่ในช่วงปี 2547 – 2548 จำนวนผู้เลี้ยงไก่ไข่ลดลงอย่างชัดเจน ลดลงเหลือเพียง 2,577 ฟาร์มเท่านั้น



ภาพที่ 2 โครงสร้างการนำเข้า – การผลิตพันธุ์ไก่ไข่

ที่มา: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2549)

ตารางที่ 8 จำนวนไก่ไข่ในประเทศไทย ณ วันที่ 1 มกราคมระหว่างปี พ.ศ. 2531 – 2548

(หน่วย : ตัว)

ปี	จำนวนไก่ไข่ ณ วันที่ 1 มกราคม				
	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ทั่วประเทศ
2531	3,642,461	2,647,913	14,717,572	2,579,856	23,587,802
2532	3,773,792	2,796,749	16,345,396	2,817,069	25,733,006
2533	5,379,866	3,617,815	21,936,586	3,576,823	34,511,090
2534	6,735,545	4,453,508	23,525,559	3,179,814	37,894,426
2535	6,759,010	5,008,737	23,710,409	3,534,430	39,012,586
2536	6,004,701	4,735,656	20,509,881	3,407,888	34,658,126
2537	5,748,547	4,791,730	22,316,788	3,197,569	36,054,634
2538	6,045,977	5,314,278	23,126,219	3,302,772	37,789,246
2539	6,146,788	5,782,564	25,486,227	3,635,600	41,051,179
2540	6,266,415	6,205,012	25,713,844	3,834,900	42,020,171
2541	6,709,495	6,337,179	24,708,970	3,911,828	41,667,472
2542	6,588,536	6,151,073	23,446,171	3,935,995	40,121,775
2543	6,631,847	6,276,561	24,063,459	4,000,849	40,972,716
2544	6,401,885	6,052,182	23,884,036	3,911,140	40,249,243
2545	6,499,030	6,112,331	24,124,081	3,945,710	40,681,152
2546	6,405,252	6,304,839	24,383,737	3,925,240	41,019,068
2547	6,383,673	6,458,891	24,690,128	3,980,858	41,513,550
2548	4,486,807	5,108,424	16,756,676	3,629,160	29,981,067
% จำนวนไก่ไข่	15.95	14.08	60.35	9.62	100.00

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

ตารางที่ 9 จำนวนผู้เลี้ยงไก่ไข่เป็นการค้าของประเทศไทย

ปี	จำนวนผู้เลี้ยงไก่ไข่				
	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ทั่วประเทศ
2531	227	192	822	166	1,407
2532	225	180	827	166	1,398
2533	211	171	755	142	1,279
2534	268	233	917	166	1,584
2535	291	282	975	182	1,730
2536	316	325	1,083	210	1,934
2537	318	307	1,344	133	2,102
2538	341	322	1,371	174	2,208
2539	347	368	1,303	229	2,247
2540	334	405	1,349	203	2,291
2541	363	504	1,131	301	2,299
2542	400	518	1,309	336	2,563
2543	408	515	1,442	278	2,643
2544	442	378	1,097	243	2,160
2545	406	514	1,075	136	2,131
2546	373	785	1,789	235	3,182
2547	541	657	1,429	286	2,913
2548	539	549	1,141	348	2,577
เฉลี่ย	360	413	1,196	222	2,191
การเปลี่ยนแปลงเฉลี่ย (ร้อยละต่อปี)	4.39	4.30	0.22	0.20	2.67

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการเลี้ยงไก่ไข่

ต้นทุนการผลิต (cost of production) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจากปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ กับปัจจัยผันแปร ดังนั้นต้นทุนการผลิตซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิต จึงแบ่งตามประเภทของปัจจัยการผลิต ออกเป็น 2 ประเภท เช่นเดียวกัน คือ

1. ต้นทุนคงที่ (fixed cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยคงที่ หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนคงที่เป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ไม่ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ไม่ว่าจะผลิตปริมาณมาก ปริมาณน้อย หรือไม่ผลิตเลย ก็จะเสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่ คงที่ ประกอบด้วย ค่าใช้ที่ดิน ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์

2. ต้นทุนผันแปร (variable cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยผันแปร หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนผันแปรเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ถ้าผลิตปริมาณมากก็จะเสียต้นทุนมาก ถ้าผลิตปริมาณน้อยก็จะเสียต้นทุนน้อย และจะไม่ต้องจ่ายเลยถ้าไม่มีการผลิต ประกอบด้วย ค่าพันธุ์สัตว์ ค่าอาหาร ค่าแรงงาน ค่ายาป้องกันและรักษาโรค ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอุปกรณ์อื่น ๆ น้ำมันเชื้อเพลิง ค่าซ่อมแซมเครื่องมือ

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ในระหว่างปี 2531 – 2548 พบว่า ต้นทุนในการผลิตไข่ไก่เฉลี่ยฟองละ 1.31 บาท มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.14 มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ยตัวละ 335.46 บาท มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.39 และต้นทุนคงที่เฉลี่ยตัวละ 11.06 บาท มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.48 รวมเป็นต้นทุนต่อการผลิตทั้งหมดเฉลี่ยตัวละ 346.80 บาท มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.39 (ตารางที่ 10) ทั้งนี้ ภายหลังจากประเทศไทยเกิดสถานการณ์โรคไข้หวัดนก ผู้ประกอบการ ผู้เลี้ยงไข่ไก่ ได้มีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การจัดการฟาร์ม ตลอดจนพัฒนาการเลี้ยงเพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐาน (Bio-security) ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยปี 2548 ฟองละ 1.76 บาท ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.51 และราคาไข่คละเฉลี่ยฟองละ 2.18 บาท

ตารางที่ 10 ต้นทุนการผลิตไข่ไก่และราคาอาหารผสมในประเทศไทย ณ วันที่ 1 มกราคม ระหว่างปี พ.ศ. 2531 – 2548

ปี	ต้นทุน ผันแปร (บาท/ตัว)	ต้นทุน คงที่ (บาท/ตัว)	ต้นทุนต่อการ ผลิตทั้งหมด (บาท/ตัว)	ต้นทุนผันแปร ต่อไข่ 1 ฟอง	ต้นทุนทั้งหมด ต่อไข่ 1 ฟอง	ราคาอาหาร ผสม (บาท/กก.)
2531	229.04	7.04	236.08	0.95	0.94	4.47
2532	269.83	8.34	278.17	1.17	1.71	5.49
2533	256.36	10.39	266.75	1.13	1.16	5.37
2534	261.04	12.92	273.96	1.14	1.14	5.16
2535	272.54	10.33	282.87	1.12	1.12	5.46
2536	250.76	9.84	260.6	1.04	1.04	5.14
2537	267.74	11.32	279.06	1.14	1.14	5.38
2538	294.52	10.5	305.02	1.2	1.20	5.88
2539	308.55	13.53	322.08	1.25	1.25	6.22
2540	327.13	10.36	337.49	1.3	1.30	6.68
2541	380.38	9.32	389.7	1.5	1.50	7.54
2542	360.88	12.25	373.79	1.45	1.45	6.4
2543	370.25	11.44	381.69	1.43	1.43	6.36
2544	390.11	11.76	401.87	1.48	1.48	7.04
2545	417.54	12.18	429.72	1.54	1.54	7.13
2546	403.9	12.19	421.50	1.5	1.50	7.19
2547	464.98	12.08	477.06	1.54	1.54	7.36
2548	512.64	13.32	525.06	1.7	1.76	6.79
เฉลี่ย	335.46	11.06	346.80	1.31	1.34	6.17
การเปลี่ยนแปลง						
เฉลี่ย (ร้อยละต่อปี)	1.22	1.21	1.29	1.31	2.13	1.41

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

ประเภทการเลี้ยง

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2541) ได้ทำการศึกษาประเภทการเลี้ยงไก่ไข่เพื่อผลิตไข่ไก่ เพื่อการพัฒนาเป็นธุรกิจ ซึ่งการเลี้ยงไก่ไข่ในเชิงการค้า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ธุรกิจการผลิตลูกไก่พันธุ์ไข่ ผู้ประกอบการ ได้แก่ บริษัทเอกชนที่นำพ่อแม่พันธุ์ไข่ไก่ (Parent Stock) จากต่างประเทศเพื่อผลิตลูกไก่สำหรับจำหน่ายให้แก่เกษตรกร บริษัทเอกชนเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีความพร้อมด้านเงินทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ธุรกิจการเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ ดำเนินการโดยเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เพื่อผลิตไข่ไก่จำหน่าย ซึ่งแบ่งลักษณะการเลี้ยงออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้เลี้ยงอิสระ อยู่ในลักษณะเลี้ยงเอง ขายผลผลิตเอง ส่วนมากเป็นผู้เลี้ยงรายใหญ่ โดยจะ ใช้เงินลงทุนของตนเองทั้งหมดในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ การสร้างคอกโรงเรือน อุปกรณ์ในการเลี้ยง ค่าพันธุ์ ยา อาหาร เป็นต้น มีอิสระในการขายผลผลิตไข่ไก่ โดยจะขายให้กับผู้ที่มาติดต่อซื้อในราคาตลาด โดยทั่วไปจะขายให้พ่อค้ารวบรวมจากกรุงเทพฯ มารับซื้อไข่ไก่ถึงฟาร์ม ส่วนใหญ่การเลี้ยงไก่ไข่ประมาณร้อยละ 80 ยังคงดำเนินงาน โดยเกษตรกรอิสระ โดยมีแหล่งเลี้ยงใหญ่อยู่ในแถบภาคกลาง เกษตรกรอิสระยังแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ

- เกษตรกรที่ซื้อไก่สาวมาเลี้ยง โดยซื้อไก่สาวอายุ 16 - 20 สัปดาห์ จากบริษัทมาเลี้ยงจนกระทั่งให้ไข่แล้วจึงขายให้กับพ่อค้าหรือผู้บริโภครต่อไป

- เกษตรกรที่ซื้อลูกไก่มาเลี้ยง จะซื้อลูกไก่ไข่อายุ 1 - 7 วัน จากบริษัทมาเลี้ยงจนกระทั่งให้ไข่ แล้วจึงขายไข่ให้พ่อค้าหรือผู้บริโภครต่อไป

2. ผู้เลี้ยงแบบมีสัญญาผูกพัน อยู่ในลักษณะเป็นลูกเจ้าของบริษัทหรือตัวแทนขายอาหารสัตว์ โดยผู้เลี้ยงจะเป็นผู้ลงทุนสร้างโรงเรือน อุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ส่วนค่าพันธุ์ อาหารสัตว์และยา บริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้ลงทุนให้ทั้งหมด ด้านการตลาดผู้ดำเนินธุรกิจจะมารับซื้อไข่ไก่ทั้งหมดถึงฟาร์มในราคาประกันที่ตกลงกันได้ โดยคิดค่าตอบแทนให้หลังจากหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แล้ว ข้อเสียของการเลี้ยงประเภทนี้ คือ เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรองราคา และไม่สามารถขยายการผลิตตามที่ต้องการได้ แต่ข้อดีก็คือ มีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอน ไม่มีไข่เหลือค้างไว้ในช่วงเวลาที่

ไข่ไก่มีปริมาณมาก มีเกษตรกรที่เลี้ยงประเภทนี้อยู่ประมาณร้อยละ 20 กระจายอยู่ในภาคเหนือ ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ดำเนินการโดยบริษัทที่ประกอบธุรกิจในลักษณะครบวงจร ซึ่ง เกษตรกรที่เลี้ยงไข่ไก่ที่มีสัญญากับบริษัทยังแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

- เกษตรกรที่เลี้ยงไข่ไก่ โดยรับเอาลูกไก่ไข่อายุ 1 – 7 วัน จากบริษัทผู้ผลิตลูกไก่ไข่มา เลี้ยงจนมีอายุครบ 16 -20 สัปดาห์ บริษัทจึงจะมาจับไก่สาวไปขายให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ต่อไป

- เกษตรกรที่เลี้ยงไข่ไก่ จะรับเอาลูกไก่ไข่อายุ 1 – 7 วัน จากบริษัทมาเลี้ยงจนกระทั่งให้ ไข่แล้วบริษัทจะมารับซื้อไข่ไก่ทั้งหมดไปจำหน่ายต่อไป

รูปแบบการเลี้ยงไข่ไก่

กรมการค้าภายใน (2547) ได้จำแนกรูปแบบการเลี้ยงไข่ไก่ ออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่ การ เลี้ยงของธุรกิจครบวงจร รูปแบบการเลี้ยงของผู้เลี้ยงอิสระ และรูปแบบการเลี้ยงของเกษตรกรราย เล็กซึ่งอาจจะเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยง แบบประกันราคารับซื้อและแบบเปิดบัญชี

1. การรับจ้างเลี้ยง การรับจ้างเลี้ยงไข่ไก่นั้นมี 2 รูปแบบ คือการรับจ้างเลี้ยงไข่ไก่อายุ 1 วัน ไป จนถึง 17 – 18 สัปดาห์หรือเรียกว่า ไก่รุ่น และการรับจ้างเลี้ยงไข่ไก่ที่ให้ไข่แล้วหรือเรียกว่า ไก่สาว สำหรับการรับจ้างเลี้ยงไก่รุ่นนั้น เกษตรกรผู้รับจ้างเลี้ยงจะรับไข่ไก่ อายุ 1 วัน จากบริษัทผู้ผลิต ลูกไก่โดยตรงหรือจากผู้ที่ทำหน้าที่ขายไข่ไก่รับช่วงต่อมาจากบริษัทใหญ่แล้วจ้างเกษตรกรเลี้ยงต่อ โดยในการเลี้ยงเกษตรกรจะต้องออกค่าใช้จ่ายในการสร้างโรงเรือน อุปกรณ์การเลี้ยงและแรงงาน ในการเลี้ยง ส่วนพันธุ์ไก่ อาหารและเวชภัณฑ์นั้น ทางบริษัทจะเป็นผู้จัดหาให้ เกษตรกรผู้รับจ้าง เลี้ยงจะได้รับค่าจ้างเลี้ยงตัวละ 0.03 บาทต่อวัน โดยเกษตรกรรายหนึ่งจะเลี้ยงไข่ไก่ได้ประมาณ 3,000 – 12,000 ตัวต่อรุ่น แต่ละรุ่นห่างกัน 10 – 15 วัน ปีหนึ่งจะเลี้ยงไก่ประมาณ 2.6 รุ่น ผู้รับจ้าง เลี้ยงจะได้รับค่าตอบแทนเมื่อได้เลี้ยงไก่จนครบอายุและได้รับเงินตามจำนวนไก่ที่เหลือ หากไก่อุด ตายมากก็ได้รับเงินมาก หากไก่อุดตายน้อยก็จะได้รับเงินน้อย ซึ่งการรับจ้างเลี้ยงไก่รุ่นนี้ผู้เลี้ยงจะ มีรายได้สูงในฤดูหนาว ช่วงเดือนตุลาคมถึงมีนาคม เนื่องจากไก่มีอัตราการตายน้อย ในฤดูร้อนและ ฤดูฝนไก่จะมีอัตราการตายมาก เกษตรกรก็จะได้รับเงินน้อย

ส่วนรูปแบบการรับจ้างเลี้ยงไก่ที่ไข่แล้วนั้น ผู้ทำธุรกิจในการจ้างเลี้ยงแบบนี้จะมีหลายประเภท เช่น เกษตรกรที่เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่ ผู้ค้าหรือผู้ประกอบการค้าอาหารสัตว์ บุคคลเหล่านี้จะติดต่อเกษตรกรมาเป็นลูกเล้า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่จะได้ค่าจ้างตัวละ 1.00 – 1.30 บาทต่อเดือน โดยขายไข่ไก่ให้ผู้จ้างเลี้ยงและคิดราคาไข่ไก่ตามราคาตลาด เมื่อหักค่าอาหารสัตว์ ค่าพันธุ์ไก่ และค่าเวชภัณฑ์ออกแล้ว เงินส่วนที่เหลือก็จะเป็นของเกษตรกรคู่สัญญา สำหรับสัญญาที่ทำมีทั้งสัญญาที่ตกลงด้วยวาจาและจัดทำเป็นเอกสาร โดยเกษตรกรผู้รับจ้างเลี้ยงจะจัดหาโรงเรือน อุปกรณ์การเลี้ยงและแรงงานในการเลี้ยงเอง

2. การเลี้ยงแบบเปิดบัญชี การเลี้ยงแบบเปิดบัญชื่อนั้นผู้ทำธุรกิจค้าส่งไข่ไก่ (ส่งไข่) หรือเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระที่มีทุนมาก ซึ่งทางบริษัทหรือผู้ทำธุรกิจเปิดบัญชีจะจัดหาพันธุ์ไก่ อาหารและเวชภัณฑ์ให้ ส่วนเกษตรกรผู้เลี้ยงจะจัดหาโรงเรือน อุปกรณ์การเลี้ยงและแรงงานในการเลี้ยง โดยทางบริษัทจะจัดจำหน่ายไข่ไก่ให้ เมื่อขายได้แล้วถ้ารายได้มากกว่ารายจ่ายก็หักบัญชีคืนให้แก่เกษตรกร แต่ถ้ารายจ่ายมากกว่ารายได้ ก็จะยกยอดไปรวมกับการเลี้ยงครั้งต่อไป การเลี้ยงไก่ไข่วิธีนี้เริ่มต้นโดยผู้เลี้ยงแจ้งความจำนงจะทำธุรกิจกับทางบริษัทหรือผู้ทำธุรกิจเปิดบัญชี เมื่อบริษัทไปตรวจสอบความพร้อมของโรงเรือนและอุปกรณ์การเลี้ยงของผู้เลี้ยงเรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งลูกไก่ อาหารสัตว์ และเวชภัณฑ์ให้ ในปัจจุบันผู้ทำธุรกิจเปิดบัญชื่อนี้ ส่วนใหญ่จะเลิกกิจการไปมาก เนื่องจากราคาไข่ไก่ตกลงติดต่อกันเป็นเวลานาน เมื่อหักบัญชีแล้วเกษตรกรมีภาระหนี้สินเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้ธุรกิจเปิดบัญชีต้องหยุดธุรกิจไปหรือหันไปเป็นผู้ค้าไข่อย่างเดียว

3. การเลี้ยงแบบประกันราคารับซื้อ การเลี้ยงไก่ไข่แบบประกันราคารับซื้อนี้ ผู้ประกันจะเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจไข่ไก่ครบวงจร ซึ่งผู้ประกันจะจัดหาพันธุ์ไก่ อาหารและเวชภัณฑ์ โดยให้เกษตรกรซื้อตามราคาที่ตกลงกัน ซึ่งจะขึ้นลงตามราคาตลาด และเกษตรกรจะเป็นผู้จัดหาโรงเรือน อุปกรณ์การเลี้ยงและแรงงานเอง บริษัทจะประกันราคารับซื้อไข่คละขนาด ในราคาฟองละประมาณ 1.20 – 1.21 บาท

4. การเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรอิสระ รูปแบบการเลี้ยงไก่ไข่ของผู้เลี้ยงอิสระนั้นจะแบ่งตามขนาดฟาร์ม ได้ 3 ขนาด คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ดังนี้

4.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระรายใหญ่ เกษตรกรกลุ่มนี้จะเลี้ยงไก่ไข่ตั้งแต่ 50,000 ตัวต่อรุ่นขึ้นไป บางรายเลี้ยงมากกว่า 100,000 ตัว โดยเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงที่มีความรู้ความเข้าใจ สถานการณ์

ตลาดและเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ มักจะมีที่คืนเป็นของตนเองจำนวนมาก จะผสมอาหารขึ้นใช้เอง บางรายอาจรับซื้อหรือรวบรวมไข่จากเกษตรกรรายอื่นด้วย ส่วนใหญ่เกษตรกรกลุ่มนี้จะไม่ลดปริมาณการเลี้ยง และไม่เลิกทำธุรกิจ โดยบางรายอาจจะขยายการเลี้ยงหากสภาพตลาดและราคาเอื้ออำนวย

4.2 เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระขนาดกลาง เกษตรกรกลุ่มนี้จะเลี้ยงไก่ไข่ตั้งแต่ 20,000 – 50,000 ตัว กลุ่มนี้การเข้าออกจากธุรกิจมีน้อย ยกเว้นบางรายที่ทำธุรกิจอย่างอื่นอยู่ด้วย หากเห็นว่าธุรกิจอื่นให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าและเสี่ยงน้อยกว่าก็อาจจะเลิกเลี้ยงไก่ไข่ ความมั่นคงของธุรกิจไก่ไข่ขนาดกลางจะเป็นรองธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดใหญ่มีลูกค้ารองรับสินค้าประจำการขายผลผลิตของเกษตรกรในกลุ่มนี้บางรายจะขายให้เฉพาะผู้ค้าในตลาดท้องถิ่นเท่านั้น บางรายจะขายให้ผู้ค้าในตลาดท้องถิ่น รวมทั้งผู้ค้าส่ง (ล้ง) ในตลาดกรุงเทพฯและในต่างจังหวัดด้วย การเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรขนาดใหญ่และขนาดกลางส่วนใหญ่จะซื้อลูกไก่อายุ 1 วัน มาเลี้ยง โดยจะเลี้ยงเป็นฝูงทดแทนไก่ปลดระวางประมาณร้อยละ 25 – 30 ของจำนวนไก่ไข่ที่เลี้ยงทั้งหมดเพื่อให้มีรายได้สม่ำเสมอ

4.3 เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระขนาดเล็ก เกษตรกรกลุ่มนี้จะเลี้ยงไก่ไข่ตั้งแต่ 20,000 ตัวลงมา โดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่ไข่อยู่ระหว่าง 3,000 – 12,000 ตัว กลุ่มนี้การเข้าออกจากธุรกิจจะมีมาก โดยเฉพาะกลุ่มที่เลี้ยงไก่ไข่ 3,000 – 7,500 ตัว วิธีการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรขนาดเล็กส่วนใหญ่จะซื้อไก่สาวอายุ 17 – 18 สัปดาห์มาเลี้ยง และเลี้ยงต่อไปอีกประมาณ 88 สัปดาห์ก็ปลดระวางแล้วนำไก่สาวรุ่นต่อไปมาเลี้ยงทดแทนได้ทันทีทำให้มีรายได้ต่อเนื่อง เกษตรกรในกลุ่มนี้มีจำนวนมากที่ไม่ต้องแบกรับภาระเรื่องเงินทุนดำเนินงานและลดภาระด้านการตลาดโดยการเลี้ยงแบบเปิดบัญชีกับคู่สัญญา คือ บริษัทที่ทำธุรกิจไก่ไข่ครบวงจร เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายใหญ่หรือกับล้งไข่ ซึ่งทำหน้าที่การจัดจำหน่ายไข่ไก่ให้แก่เกษตรกร เมื่อขายไข่ไก่ได้ก็หักบัญชีกัน ส่วนที่เหลือก็จะเป็รายได้ของเกษตรกร

5. การเลี้ยงไก่ไข่ของธุรกิจครบวงจร ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ทำธุรกิจครบวงจรหมายถึง ธุรกิจที่ประกอบด้วย ธุรกิจการนำเข้าพันธุ์ผู้ย่า พ่อแม่พันธุ์ไก่ไข่ การฟักไข่ การจัดจำหน่ายลูกไก่ การเลี้ยงไก่ไข่ การผลิตอาหารสัตว์ การซื้อขายไข่ไก่ การส่งเสริมการผลิต ธุรกิจการส่งออก และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการจัดจำหน่ายไข่ไก่รวมอยู่ด้วย จัดเป็นธุรกิจที่ครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตไข่ไก่ครบวงจร แม้ว่าจะขายธุรกิจการแปรรูปไข่ไก่คือการทำไข่ผง ซึ่งแยกเป็นธุรกิจอิสระต่างหากไปก็ตาม (กรมการค้าภายใน, 2547) ผู้ทำธุรกิจไก่ไข่ที่สำคัญในกลุ่มนี้คือ ซีพี

แหลมทอง เบทาโกร เซนทาโกร ซึ่งมีฟาร์มเป็นของตนเองกระจายตามภาคต่าง ๆ แต่ละฟาร์มจะเลี้ยงไก่ไข่ประมาณ 50,000 ตัวขึ้นไป นอกจากจะเลี้ยงเองแล้วอาจจะมีการส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยง โดยประกันราคาซื้อไข่ไก่ โดยเฉพาะบริษัทซีพี ซึ่งจะรับซื้อไข่ไก่ในราคาประกัน ฟองละ 1.20 บาท ซึ่งในกลุ่มนี้มีเพียงบริษัทซีพี เท่านั้นที่ เป็นผู้ส่งออกและขายส่ง

การบริโภคไข่ไก่

การบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทย

ในปี 2548 ประเทศไทยมีการบริโภคไข่ไก่ประมาณ 7,521 ล้านฟอง เพิ่มขึ้นจากปี 2531 ร้อยละ 2.09 ซึ่งประชากรไทยจะมีอัตราการบริโภคโดยเฉลี่ย 130.31 ฟอง/คน/ปี (ตารางที่ 11) แต่ในปี 2547 เกิดการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนก ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในการบริโภคไข่ไก่ทำให้ อัตราการบริโภคไข่ไก่ของประชาชนไทยลดลงอย่างเห็นได้ชัด ในปี 2548 ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อภาครัฐให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคให้เข้าใจมากขึ้นว่า การบริโภคสัตว์ปีก รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของสัตว์ปีกที่สูงแล้ว ไม่เป็นอันตราย ทำให้ผู้บริโภคหันกลับมาบริโภคกันมากขึ้น นอกจากสถานการณ์เกิดโรคไข้หวัดนกที่ทำให้การบริโภคไข่ไก่ลดลงแล้ว ยังมีผลมาจากโครงสร้างประชากรของไทยกำลังเปลี่ยนเข้าสู่ “สังคมสูงอายุ” หมายความว่าประชากรวัยสูงอายุจะมีสัดส่วนสูงกว่าในวัยอื่น ๆ อีกทั้งในอดีตคนไทยเชื่อว่า คนสูงอายุ เมื่อกินไข่มากจะทำให้เกิดคอเลสเตอรอลในร่างกายสูงขึ้น ไม่ดีต่อสุขภาพ ทำให้อัตราการบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทยน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ

ตารางที่ 11 ปริมาณการบริโภคไข่ไก่ทั้งประเทศ และการบริโภคไข่ไก่โดยเฉลี่ยของประชากรไทย
ในระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2548

ปี	ปริมาณการบริโภคไข่ไก่ (ล้านฟอง) ^{1/}	การบริโภคไข่ไก่โดยเฉลี่ย ของคนไทย (ฟอง/คน) ^{2/}	การบริโภคไข่ไก่โดยเฉลี่ย ของคนไทย (ฟอง/คน) ^{3/}
2531	4,374.00	80.20	114.00
2532	6,630.00	119.57	123.00
2533	8,080.00	143.41	125.00
2534	8,506.00	149.18	120.00
2535	8,112.00	140.59	117.00
2536	7,324.00	125.43	120.00
2537	7,711.00	130.50	121.00
2538	8,292.00	139.97	129.00
2539	8,534.00	142.35	135.00
2540	8,608.00	142.63	137.00
2541	8,470.00	137.10	133.00
2542	7,915.00	128.05	129.00
2543	8,624.00	138.18	133.00
2544	8,227.00	130.77	153.00
2545	8,928.00	140.75	147.00
2546	9,028.00	141.64	145.00
2547	6,502.00	101.20	125.00
2548	7,521.00	114.25	150.00
เฉลี่ย	7,855.00	130.32	130.39
การเปลี่ยนแปลงเฉลี่ย (ร้อยละต่อปี)	2.09	1.03	1.34

ที่มา: ^{1/} สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

^{2/} จากการคำนวณ

^{3/} สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้า และส่งออกไข่ไก่ (2549)

การตลาดไข่ไก่

อานนท์ (2542) กล่าวว่า การตลาดนับได้ว่ามีบทบาทสำคัญและเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการเลี้ยงไก่ไข่ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ว่า ธุรกิจการเลี้ยงไก่ไข่จะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ถ้าผู้เลี้ยงไก่ไข่สามารถขายไข่ไก่ได้ราคาดี มีผลกำไรมากเท่าไร ก็จะได้ประสบความสำเร็จเท่านั้น โดยทั่วไปแล้วตลาดไข่ไก่ แบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. การขายปลีก ลักษณะการขายแบบนี้มักเกิดจากฟาร์มไก่ไข่ที่อยู่ใกล้เมืองใหญ่ ใกล้แหล่งชุมชน หรืออยู่ใกล้ถนนใหญ่ ทั้งนี้เพราะว่าสามารถที่จะขายไข่ให้กับผู้บริโภคได้ และสามารถขายไข่ได้ในราคาที่สูง การขายไข่แบบนี้อาจทำได้โดยการนำไปวางขายในตลาดสด ขายตามบ้าน หรืออาจมีบางฟาร์มที่ตั้งร้านขายไข่ไว้ริมถนนที่มีรถยนต์วิ่งผ่านฟาร์ม

2. การขายส่ง ลักษณะการขายแบบนี้จะได้ราคาต่ำกว่าการขายปลีก การขายส่งอาจทำได้โดยการนำไปขายให้กับตลาดกลางไข่ไก่หรือส่งไข่ หรือส่งขายตามร้านค้าปลีกหรือร้านค้าขายส่งในท้องถิ่น ซึ่งอาจเป็นร้านขายอาหารสัตว์หรือร้านรวบรวมไข่ในท้องถิ่น ราคาที่ขายได้จะขึ้นอยู่กับราคาที่ส่งไข่ในกรุงเทพฯ เป็นผู้กำหนดราคา

3. การขายประกันราคา ผู้เลี้ยงไก่ไข่บางรายอาจขายไข่ในรูปของการทำสัญญากับบริษัทอาหารสัตว์ โดยที่บริษัทดังกล่าวจะขายพันธุ์ไก่ อาหาร และยาสัตว์ให้ แล้วทางบริษัทจะรับซื้อไข่ทั้งหมดในราคาประกันตลอดทั้งปีและผู้เลี้ยงมีกำไรพอสมควร และไม่ต้องเสี่ยงกับการขาดทุนเมื่อราคาไข่ตกต่ำ

วิธีการตลาดไข่ไก่

เกษตรกรขายผลผลิตไข่ไก่กว่าร้อยละ 40 ให้กับผู้รวบรวมรายใหญ่ หรือโดยทั่วไปเรียกว่า ลังไข่ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50 จะขายให้กับผู้รวบรวมรายย่อย ที่เป็นเจ้าประจำ ซึ่งมีลักษณะคล้าย ๆ ผู้รวบรวมรายใหญ่ แต่ไม่มีอำนาจในการกำหนดราคา ใช้ราคาประกาศของผู้เลี้ยงไก่ไข่แปดริ้ว จำกัดเป็นเกณฑ์ในการซื้อขายฟาร์มขนาดใหญ่ ที่ขายไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมเจ้าประจำรายใหญ่หรือผู้รวบรวมรายย่อยได้ในปริมาณที่จำกัดเท่าที่ผู้รวบรวมต้องการ ซึ่งต้องการไข่ขนาดใหญ่ ทำให้ไข่ขนาดเล็กเหลือขาย ซึ่งผู้เลี้ยงอาจจะขายปลีกเอง หรือบางครั้งผู้รวบรวมอาจจะรับซื้อที่เหลือทั้งหมด ในกรณี

ที่ผลิตไข่ไก่ไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงเห็นว่าผู้ซื้อมีอำนาจตลาดเหนือเกษตรกร วิธี การตลาดไข่ไก่ในประเทศไทย (ภาพที่ 3) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2547)

1. เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ มีทั้งผู้เลี้ยงรายใหญ่ (เลี้ยงเป็นอาชีพหลัก) และผู้เลี้ยงไข่ไก่รายย่อย ผู้เลี้ยงรายใหญ่จะขายไข่ให้ผู้รวบรวมเจ้าประจำโดยตรง ส่วนผู้เลี้ยงรายย่อยจะขายผลผลิตให้กับผู้ รวบรวมรายใหญ่ (ลิ่งไข่) เนื่องจากมีข้อตกลง ผู้รวบรวมรายใหญ่จะรับซื้อไข่ไก่ที่มีทั้งหมด แม้ ในช่วงเวลาที่ไข่ไก่มีปริมาณมาก นอกจากนี้เกษตรกรบางรายอาจจะขายปลีกโดยตรงให้กับผู้บริโภค ด้วย แต่ปริมาณไม่มากนัก จากภาพที่ 3 จะพบว่า เกษตรกรจะขายไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมรายย่อยเจ้า ประจำคิดเป็นร้อยละ 58.43 และขายให้กับผู้รวบรวมรายใหญ่ เป็นจำนวนร้อยละ 40.28 ส่วนที่เหลือ จะขายโดยตรงให้กับผู้บริโภคในปริมาณที่ไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 1.29 สาเหตุที่เกษตรกรขายไข่ ไก่ให้กับผู้รวบรวมรายย่อยเจ้าประจำเป็นจำนวนมากกว่าผู้รวบรวมรายใหญ่ เนื่องจากสามารถ ขายไข่ไก่ได้ในราคาที่สูงกว่า

2. ผู้รวบรวม เป็นผู้ซื้อไข่ไก่จากเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ แล้วนำไปขายต่อในลักษณะขายส่ง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) ผู้รวบรวมรายย่อย เป็นผู้ซื้อไข่ไก่จากเกษตรกร ในการขายผลผลิตให้รายใหญ่ ใน ลักษณะเจ้าประจำ ตามจำนวนที่ต้องการ ดังนั้นในบางขณะจึงมีไข่ไก่ขนาดเล็กเหลือให้กับผู้เลี้ยง ต้องขายเอง ผู้รวบรวมรายย่อยแยกตามแหล่งที่อยู่ออกได้เป็น ผู้รวบรวมต่างจังหวัด ผู้รวบรวม กรุงเทพฯ ผู้รวบรวมในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 26.24 , 20.60 และ 11.59 ตามลำดับ เมื่อรับซื้อไข่ไก่ จากเกษตรกรแล้วจะขายผลผลิตทั้งหมดให้แก่ผู้ค้าปลีกต่อไป

2) ผู้รวบรวมรายใหญ่ (ลิ่งไข่) มีบทบาทที่สำคัญในธุรกิจไข่ไก่ ในการกำหนดราคาและ ทำสัญญาซื้อกับเกษตรกรผู้เลี้ยงแบบ Contract Farming นอกจากขายส่งตลาดภายในประเทศแล้ว ยังเป็นผู้ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เมื่อผลผลิตไข่ไก่ล้นตลาดในบางขณะ จากภาพที่ 3 พบว่า ผู้รวบรวมรายใหญ่จะจำหน่ายให้กับพ่อค้าขายปลีก ในตลาดกรุงเทพฯ และตลาดต่างจังหวัดโดยคิด เป็นร้อยละ 39.21 แล้ว ที่เหลือจะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศในปริมาณไม่มากนัก คิดเป็นร้อย ละ 1.07 ผู้รวบรวมไข่ไก่เหล่านี้ จะขายส่งต่อไปให้ผู้ค้าปลีก ยกเว้นผู้รวบรวมรายใหญ่ที่ส่งออก เมื่อไข่ไก่ล้นตลาด

3. พ่อค้าขายปลีก เมื่อรับซื้อไข่ไก่จากผู้รวบรวมรายย่อย ผู้รวบรวมรายใหญ่ และเกษตรกร แล้วจะจำหน่ายผลผลิตทั้งหมดให้กับผู้บริโภค จากภาพที่ 3 พบว่าพ่อค้าขายปลีก เมื่อรับซื้อไข่ไก่จากผู้รวบรวมรายย่อย คิดเป็นร้อยละ 58.43 และผู้รวบรวมรายใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 39.21 แล้ว และจะจำหน่ายผลผลิตทั้งหมดให้กับผู้บริโภคคิดเป็นร้อยละ 97.64 จากวิธีการตลาดไข่ไก่ชี้ให้เห็นว่า ในการซื้อขายในระดับเกษตรกรกับผู้รวบรวมเป็นแบบผูกขาดกันระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรจะขายผลผลิตไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมเจ้าประจำ ไม่ว่าจะเป็นผู้รวบรวมรายย่อย อันได้แก่ ผู้รวบรวมต่างจังหวัด ผู้รวบรวมกรุงเทพฯ ผู้รวบรวมในท้องถิ่น และผู้รวบรวมรายใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่จะทำสัญญาซื้อขายกับเกษตรกรและผู้รวบรวมเหล่านี้ก็จะขายไข่ไก่ให้กับผู้ค้าปลีกเจ้าประจำ ซึ่งในการกำหนดราคานั้นจะเป็นอำนาจของผู้รวบรวม เนื่องจากผู้รวบรวมมีน้อยราย การกำหนดราคาใช้อุปสงค์และอุปทานในขณะนั้นและราคาส่งออกเป็นเกณฑ์ในการกำหนดการรับซื้อภายใน และตลาดผลผลิตส่วนใหญ่อาศัยตลาดภายในประเทศเป็นหลัก มีการส่งออกในช่วงที่มีปริมาณผลผลิตล้นตลาดในประเทศ ซึ่งการส่งออกมีปริมาณการส่งออกน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคภายในประเทศ

ส่วนเหลือการตลาดในการค้าไข่ไก่

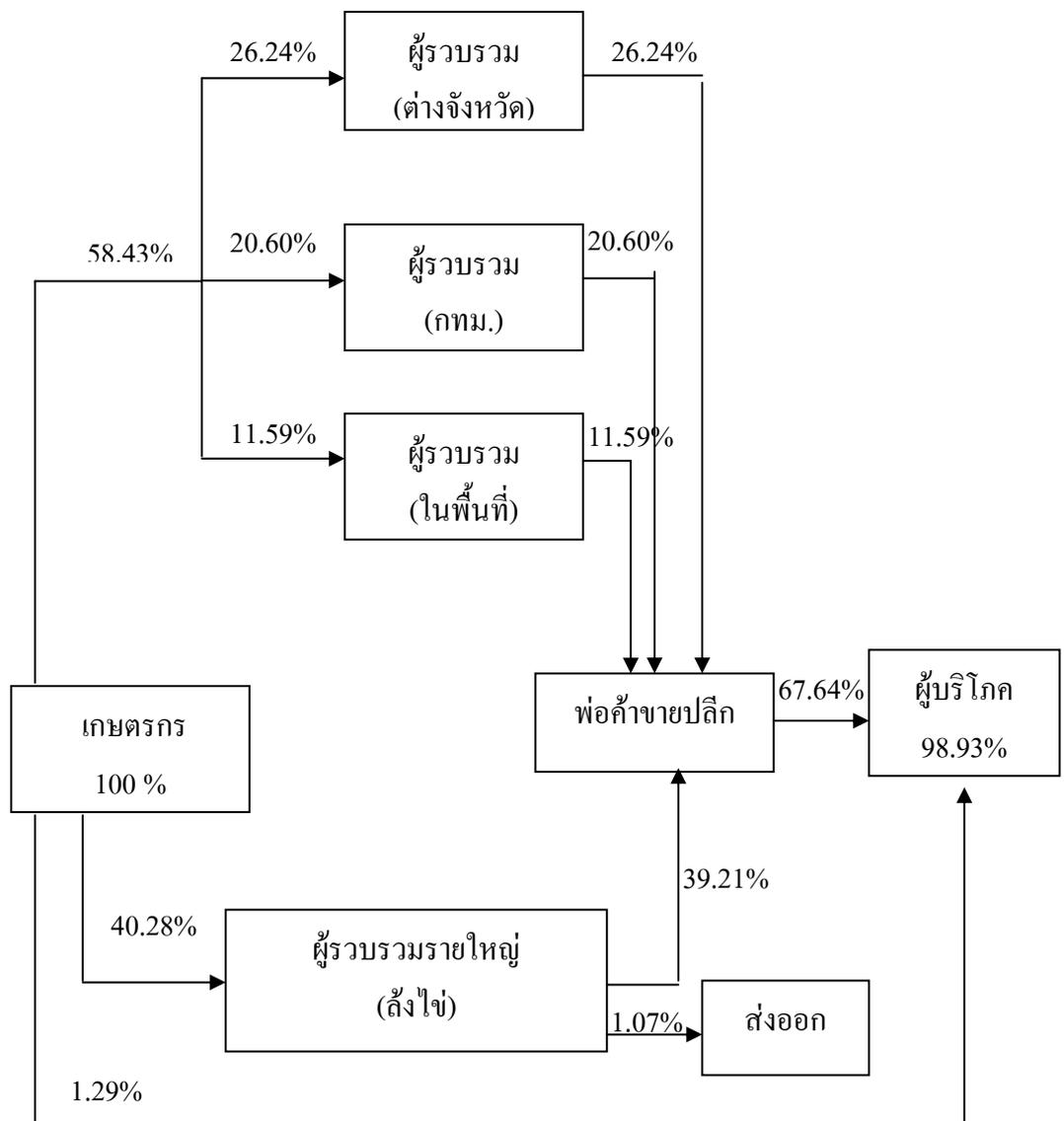
ส่วนเหลือการตลาดไข่ไก่ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ต้นทุนทางการตลาด และผลตอบแทนทางการตลาด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2548) กล่าวคือ

ต้นทุนทางการตลาด

จากการศึกษาส่วนเหลือทางการตลาดไข่ไก่ในแหล่งเลี้ยงภาคกลาง ในปี พ.ศ. 2548 โดยมีขั้นตอนจากการค้าจากเกษตรกรไปสู่ผู้รวบรวมและพ่อค้าขายปลีก ดังนี้

ค่าใช้จ่ายการตลาดที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของพ่อค้าทั้ง 2 ระดับ ได้แก่ ค่าขนส่ง และค่าแรงงาน กับค่าภาชนะบรรจุค่าเสียหาย (บุบ แตก และเน่าเสีย) และค่าเช่าแผง

ส่วนเหลือทางการตลาดจากเกษตรกรถึงผู้รวบรวม เฉลี่ยร้อยละ 12 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนทางการตลาด 4.06 บาท และกำไร 7.94 บาท ต้นทุนในการตลาดร้อยละ 4.06 บาท ประกอบด้วยเป็นค่าขนส่งและค่าแรงงานมากที่สุด ประมาณร้อยละ 3 บาท คิดเป็นร้อยละ



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดไข่ไก่ของประเทศไทยในปี 2546

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2547)

73.89 ของค่าใช้จ่ายของผู้รวบรวม รองลงมาได้แก่ค่าภาระบรรจุและค่าสูญเสีย เฉลี่ยร้อยละ 0.63 และ 0.43 คิดเป็นร้อยละ 15.52 และ 10.59 ของค่าใช้จ่ายของผู้รวบรวม ตามลำดับ

ส่วนเหลือมทางการตลาดของผู้รวบรวมถึงพ่อค้าขายปลีก เฉลี่ยร้อยละ 19 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนทางการตลาด 4.46 บาท และกำไร 14.54 บาท โดยพ่อค้าขายปลีกเสียค่าใช้จ่ายการตลาดร้อยละ 4.46 บาท เป็นภาระบรรจุมากที่สุด ประมาณร้อยละ 2.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.24 ของค่าใช้จ่ายของพ่อค้าขายปลีก รองลงมาได้แก่ ค่าเช่าแผง และค่าสูญเสีย เฉลี่ยร้อยละ 1.56 บาท และ 0.57 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.98 และ 12.78 ของค่าใช้จ่ายของพ่อค้าขายปลีก ตามลำดับ

สำหรับส่วนเหลือมการตลาดของผู้ประกอบการทั้ง 2 ระดับ เฉลี่ยร้อยละ 31 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนการตลาด 8.52 บาท และกำไร 22.48 บาท ในขณะที่ค่าใช้จ่ายการตลาด รวมเฉลี่ยร้อยละ 8.52 โดยเป็นค่าขนส่งและค่าแรงงานมากที่สุดเฉลี่ยร้อยละ 3.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.21 ของค่าใช้จ่ายการตลาดรวมทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ค่าภาระบรรจุ (ในกรณีของผู้รวบรวม ได้แก่ ค่าภาระบรรจุถาดไข่ ซึ่งมีทั้งถาดที่ทำด้วยกระดาษและพลาสติก ส่วนพ่อค้าขายปลีก ได้แก่ ค่าถ่วงพลาสติก) เฉลี่ยร้อยละ 2.96 บาท ค่าเช่าแผงเฉลี่ยร้อยละ 1.56 บาท และค่าสูญเสีย (แตก และเสีย) เฉลี่ยร้อยละ 1.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.74, 18.31 และ 11.74 ของค่าใช้จ่ายการตลาดรวม ตามลำดับ

ถ้ากำหนดให้ราคาขายปลีก เท่ากับ 100 พบว่าค่าขนส่งและค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 1.72 ในขณะที่ค่าภาระบรรจุ ค่าเช่าแผง และค่าสูญเสีย คิดเป็นร้อยละ 1.70, 0.90 และ 0.58 ตามลำดับ

ผลตอบแทน

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนในการค้าไข่ไก่ระหว่าง เกษตรกร ผู้รวบรวม และพ่อค้าปลีก พบว่า เกษตรกรได้รับผลแทน 23 บาทต่อ 100 ฟอง คิดเป็นร้อยละ 13.22 ของราคาขายปลีก ผู้รวบรวมและพ่อค้าขายปลีก ได้รับกำไรจากการค้า 7.94 บาทและ 14.54 บาทต่อ 100 ฟอง คิดเป็นร้อยละ 4.56 และ 8.36 ของราคาขายปลีก ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า เกษตรกรได้รับผลตอบแทนจากการค้ามากที่สุด รองลงมาคือพ่อค้าขายปลีก และผู้รวบรวม ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรที่ดำเนินธุรกิจการค้าไข่ไก่รายใหญ่และขายผลผลิตเอง

สามารถกำหนดราคาได้ โดยผ่านทางสถาบันเกษตรกรที่ได้รวมตัวกันจัดตั้งขึ้น ในขณะที่อดีตที่ผ่านมา ผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดราคาขาย คือ ผู้รวบรวมรายใหญ่ ผลประโยชน์ในการค้าจึงตกอยู่กับพ่อค้าเป็นส่วนใหญ่

มาตรการและนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับไข่ไก่ในประเทศไทย

กรมการค้าภายใน (2547) รายงานว่า ในอดีตที่ผ่านมา ภาครัฐบาลไม่ค่อยมีบทบาทเกี่ยวข้องกับธุรกิจการเลี้ยงไก่ไข่มากนัก นอกจากให้ความรู้ในด้านการส่งเสริมแนะนำแก่เกษตรกรทั่วไปเป็นครั้งคราว เช่น ด้านการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานอาหารสัตว์ ยาสัตว์ แต่หลังจากที่การเลี้ยงไก่ไข่ได้กลายเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวค่อนข้างมาก และมีการเลี้ยงกันอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิตและการตลาดขึ้นมากมาย รัฐบาลจึงได้เข้ามามีบทบาทในการแทรกแซงการผลิตและตลาดไข่ไก่ โดยได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน ดังนี้

ด้านการผลิต

1. พันธุ์ไก่ไข่ กรมปศุสัตว์ได้ทำการวิจัยพันธุ์ ปรับปรุงพันธุ์ รวมทั้งการขยายพันธุ์สัตว์ โดยส่วนของการวิจัยเกี่ยวกับสัตว์ปีกในปัจจุบันมีสถานีบำรุงพันธุ์สัตว์อยู่ 1 สถานี และ 1 สถาบันฯ คือ สถานีบำรุงพันธุ์สัตว์บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และสถานีวิจัยและพัฒนาสัตว์ปีกแห่งชาติ อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี อย่างไรก็ตามจากงบประมาณและบุคลากรที่มีจำกัด ทำให้การวิจัยพันธุ์ไก่ไข่ของไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร
2. อาหารสัตว์ กรมปศุสัตว์ทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพอาหารสัตว์ให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้สำหรับสัตว์แต่ละชนิด ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาหารสัตว์ พ.ศ. 2535
3. สุขภาพสัตว์ มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดในไก่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรคนิวคาสเซิล หลอดลมอักเสบในไก่ ฝีดาษไก่และอหิวาห์โรคไก่ ซึ่งดำเนินการโดยกรมปศุสัตว์ รวมทั้งมีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อผลิตวัคซีนสำหรับใช้ป้องกันโรคระบาดในไก่
4. ต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้เลี้ยงสัตว์ในแง่ของการลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ไม่ให้แพงจนเกินไป กระทรวงพาณิชย์โดย

คณะกรรมการนโยบายอาหารได้พิจารณากำหนดปริมาณโควตา อัตราภาษีนำเข้า และอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษในการนำเข้า กากถั่วเหลือง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปลาป่น เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ

ด้านการตลาด

กระทรวงพาณิชย์ได้เข้าแทรกแซงไข่ไก่ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา โดยกำหนดเป็น 2 แนวทางคือ

1. โครงการแทรกแซงตลาดไข่ไก่ คณะนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ได้อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย เพื่อให้สหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่แปดริ้ว จำกัด นำไปใช้รวบรวมไข่ไก่ส่วนเกินจากแหล่งผลิตเก็บเข้าห้องเย็น (รายละเอียดดังภาคผนวก ง)

2. โครงการช่วยเหลือการส่งออกไข่ไก่ คชก. ได้อนุมัติเงินช่วยเหลือค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง และการตลาดในการส่งออกไข่ไก่ เพื่อให้สมาคมส่งเสริมการเลี้ยงไก่แห่งประเทศไทยใช้รวบรวมไข่ไก่ส่วนที่เกินออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ โดยจ่ายเงินช่วยเหลือในอัตราฟองละ 0.30 เป้าหมาย 20 ล้านฟอง

- 1) ปี 2537 อนุมัติวงเงิน 6 ล้านบาท ระยะเวลาดำเนินการ 16 กุมภาพันธ์ – 31 ตุลาคม 2537
- 2) ปี 2538 อนุมัติวงเงิน 6 ล้านบาท ระยะเวลาดำเนินการเดือนมกราคม – เมษายน 2538
- 3) ปี 2539 อนุมัติวงเงิน 6 ล้านบาท ดำเนินการตั้งแต่นั้นเป็นต้นไป

3. มาตรการภายใต้องค์การการค้าโลก (WTO) ที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าไข่ไก่

ทุกประเทศสมาชิก WTO ต้องยกเลิกมาตรการการนำเข้าก่อนเป็นสมาชิก WTO ไทยมิได้ห้ามนำเข้าไข่ไก่ แต่มีมาตรการทางด้านภาษีนำเข้าไข่ไก่ทุกชนิดต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 30 ซึ่งที่ผ่านมาไทยไม่ได้นำเข้าไข่ไก่สด แต่มีการนำเข้าไข่ผงและไข่แปรรูป เพื่ออุตสาหกรรมอาหารบางชนิด เมื่อพิจารณาจากภาวะอุตสาหกรรมไข่ไก่ของไทยที่ผ่านมา มาตรการยกเลิกการห้ามนำเข้าไข่ไก่ น่าจะเป็นผลดีมากกว่าผลเสีย หากไทยยังคงภาษีนำเข้าไข่ไก่ไม่ต่ำกว่าเดิม และไม่มีการอุดหนุนการส่งออกจากต่างประเทศ ไทยจะมีโอกาสเปิดตลาดใหม่ได้มากขึ้น แต่ไทยต้องมีมาตรการปกป้อง

ตนเองที่นอกเหนือจากด้านมาตรการภาษีให้รัดกุมมากยิ่งขึ้นด้วย ผู้ผลิตไทยต้องพยายามลดต้นทุนให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ไข่ไก่ที่ผลิตในประเทศไทย สามารถแข่งขันกับราคาไข่ไก่ที่มีโอกาสนำเข้าได้ด้วย ในขณะที่เดียวกันรัฐควรพิจารณาลดภาษีสินค้าที่ใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ หมวคเครื่องจักร หมวควัคซีน และเวชภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ผลจากข้อตกลงด้านการลดภาษีนำเข้า เงื่อนไขในการลดภาษีนำเข้าในข้อตกลง WTO คือ ประเทศที่พัฒนาแล้วต้องลดภาษีลงอย่างน้อย ร้อยละ 15 ในแต่ละรายการภายใน 5 ปี (สิ้นสุดปี 2542) และประเทศกำลังพัฒนาต้องลดภาษีลงอย่างน้อยร้อยละ 10 ต่อรายการภายใน 10 ปี (สิ้นสุดปี 2547) อาจกล่าวได้ว่ามาตรการภาษีนำเข้าเป็นมาตรการปกป้องผู้ผลิตในประเทศเพียงอย่างเดียวของไทย เพราะไทยยังไม่มีความพร้อมในการบริหารจัดการการนำเข้า โดยใช้มาตรการอื่น ๆ ที่มีใช้ภาษีซึ่งหลาย ๆ ประเทศได้กำหนดมาตรการเหล่านี้ขึ้นมาแล้ว เช่น มาตรการสุขอนามัย Animal Welfare และสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ดังนั้น การปรับลดภาษีนำเข้าไข่ไก่หรือสินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ ที่ทดแทนกันได้ก่อนที่จะมีมาตรการควบคุมการนำเข้าอื่น ๆ ที่ชัดเจน จะทำให้ไทยเสียเปรียบและมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้ผลิตสินค้าปศุสัตว์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของไทย ตลอดจนผู้บริโภคในที่สุด ในทางกลับกันการลดภาษีสินค้าประเภทวัตถุดิบที่ไม่ผลิตในประเทศหรือผลิตไม่เพียงพอจะเป็นประโยชน์ต่อไทยมากกว่า

ข้อตกลงด้านการลดการอุดหนุนส่งออก เงื่อนไขการลดการอุดหนุนส่งออกนั้นจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลดปริมาณ และลดงบประมาณ ซึ่งประเทศที่พัฒนาแล้วจะต้องลดปริมาณอุดหนุนลง 21% และลดงบประมาณการอุดหนุนลง 36% ภายใน 6 เดือน (สิ้นสุดปี 2543) ปัจจุบันประเทศที่ส่งออกไข่ไก่ที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทย คือ เนเธอร์แลนด์ มีการอุดหนุนส่งออกฟองละ 30 สตางค์ สำหรับไทยไม่ได้แจ้งผูกพันการอุดหนุนส่งออกไว้ รัฐจึงไม่สามารถให้การอุดหนุนการส่งออกได้ ในการเจรจา WTO รอบต่อไป จึงควรสนับสนุนให้ยกเลิกการอุดหนุนส่งออกเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกให้ไข่ไก่ไทย

ปัญหาด้านการผลิตและการตลาด

จากการศึกษาสามารถจำแนกปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไข่ไก่ในประเทศไทย ได้ 2 ประเภท คือ ในด้านการผลิตและด้านการตลาด ดังนี้

ด้านการผลิต

1. ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ เช่น ข้าวโพดป่น รำละเอียด กากถั่วเหลือง และปลาป่น ที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งการขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรม ตลอดจนค่าสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ค่าไฟฟ้าที่มีการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้น

2. ปัจจุบันการเลี้ยงไก่ในเชิงการค้าต้องนำเข้าพ่อแม่พันธุ์จากต่างประเทศมาขายพันธุ์และต้องปรับสภาพแวดล้อมโรงเรือนให้เหมาะสมกับพันธุ์ไก่ไข่ อีกทั้งไม่สามารถควบคุมปริมาณการนำเข้าให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

3. การติดโรคระบาดสัตว์ เช่น โรคไข้หวัดนก หากมีการระบาดของโรคเกิดขึ้น ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการป้องกันและรักษาโรค

ด้านการตลาด

จะแบ่งเป็นตลาดภายในประเทศและตลาดภายนอกประเทศ (กรมการค้าต่างประเทศ, 2548)
ดังนี้

1. ตลาดภายในประเทศ ปัญหาที่พบคือราคาขาดเสถียรภาพปรับตัวสูงขึ้นหรือลดลงอย่างรวดเร็วเป็นอุปสรรคต่อการวางแผนการผลิตและหาตลาดรองรับ คุณภาพไข่ไก่ของไทยไม่เป็นไปตามความต้องการของตลาด การบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษายังไม่ได้มาตรฐาน และขาดประสิทธิภาพ การจัดมาตรฐานไข่ไก่โดยการคัดขนาดทำให้ไข่ไก่ขนาดเล็ก มีปัญหาในการจำหน่าย และไข่ไก่ขนาดใหญ่มีราคาแพงในความรู้สึกของผู้บริโภค การจัดกลุ่มของผู้เลี้ยงในรูปสถาบัน ยังไม่มีความเข้มแข็งเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ยังอยู่ในลักษณะต่างคนต่างขาย ขาดอำนาจต่อรองในการจำหน่าย ทำให้ราคาไข่ไก่ตกต่ำกว่าระดับที่ควรจะเป็น

2. ตลาดต่างประเทศ ปัญหาที่พบคือ ประเทศคู่แข่งชั้นได้เปรียบประเทศไทย เนื่องจากภาครัฐได้ให้การอุดหนุน หรือชดเชยการส่งออกให้กับผู้ประกอบการ ทำให้มีการแข่งขันด้านราคา ประเทศผู้นำเข้าเข้มงวดด้านสุขอนามัย และใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้าโดยอ้อมเหตุผลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดผู้ส่งออกไทย ตลาดส่งออกต้องพึ่งพาตลาดฮ่องกงเป็นตลาด

หลักและประสบกับปัญหาการแข่งขันสูงโดยเฉพาะไข่ไก่จากเนเธอร์แลนด์ซึ่งมีการชดเชยการส่งออก และจีนได้เปรียบด้านต้นทุนการขนส่ง ส่งผลกระทบให้การส่งออกไข่ไก่ของไทยไม่สามารถส่งออก ได้มากเท่าที่ควร

มาตรการในการแทรกแซงตลาดไข่ไก่

จากปัญหาด้านราคาที่เกิดขึ้นมาโดยตลอด รัฐได้นำมาตรการต่าง ๆ เข้ามาช่วยเหลือ ดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2548)

กรณีราคาไข่ไก่ตกต่ำ ผู้ที่ได้รับกระทบโดยตรงจากปัญหานี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ได้เข้าไปแทรกแซงตลาดไข่ไก่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา เพราะผลจากการที่ราคาไข่ไก่ลดลงอย่างมาก ตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2534 ต่อเนื่องถึงปี พ.ศ. 2535 ในขณะที่ การส่งออกไข่ไก่ไปต่างประเทศก็ประสบปัญหาขาดทุน ดังนั้นในการแทรกแซงตลาด จึงได้ กำหนดการแก้ไขปัญหาวัว 2 แนวทาง คือ

1. โครงการแทรกแซงตลาดไข่ไก่ คณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ได้อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) เพื่อใช้ดำเนินการดังนี้

1.1 เก็บสต็อกไข่ไก่เข้าห้องเย็น และนำออกจำหน่ายเมื่อราคาสูงถึงราคาเป้าหมาย โดย อนุมัติเงินให้องค์การคลังสินค้า กรมการค้าภายในและกรมส่งเสริมสหกรณ์ นำไปจัดสรรให้ผู้เข้าร่วม โครงการ ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการเลี้ยงไก่แห่งประเทศไทยฯ สหกรณ์ผู้เลี้ยงไข่ไก่ฯ สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ และสถาบันเกษตรกรอื่น ๆ ใช้ในการรับซื้อและรวบรวมไข่ไก่ส่วนเกินจาก เกษตรกรเก็บเข้าห้องเย็นรอจำหน่าย

1.2 ขยายตลาดไข่ไก่เพื่อรักษาระดับราคา ได้อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนให้กรมการค้า ภายใน นำไปจัดสรรให้สำนักงานการค้าภายในจังหวัด ที่เข้าร่วมโครงการใช้ในการรับซื้อไข่ไก่จาก เกษตรกรแล้วจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงในราคาเป็นธรรม เพื่อเพิ่มความต้องการบริโภค

2. โครงการจัดการช่วยเหลือการส่งออกไข่ไก่ (คชก.) ได้อนุมัติเงินช่วยเหลือให้กรมการค้าภายในจัดสรรให้กับสมาคมส่งเสริมการเลี้ยงไก่แห่งประเทศไทยฯ สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ เพื่อช่วยเหลือค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและการตลาดในการส่งออกไข่ไก่ไปจำหน่ายต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมาตรการนี้ได้เลิกดำเนินการไปแล้วเนื่องจากขัดกับข้อตกลงขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization หรือ WTO)

กรณีไข่ไก่มีราคาแพง ผู้ที่ได้รับผลกระทบก็คือ ผู้บริโภค ในกรณีนี้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ กรมการค้าภายในได้ดำเนินการเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค โดยร่วมมือกับกลุ่มผู้เลี้ยงเข้าแทรกแซงตลาด โดยการนำไข่ไก่ออกไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด การผลิตไข่ไก่มีแนวโน้มการผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้น การผลิตส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นต้นทุนด้านอาหารสัตว์ และพันธุ์ไข่ไก่ ด้านวิถีการตลาดไข่ไก่ชี้ให้เห็นว่า ในการซื้อขายในระดับเกษตรกรกับผู้รวบรวมเป็นแบบผูกขาดกันระหว่างคู่ค้า เนื่องจากเกษตรกรจะขายผลผลิตไข่ไก่ให้กับผู้รวบรวมมีน้อยราย ตลาดผลผลิตส่วนใหญ่อาศัยตลาดภายในประเทศเป็นหลักมีการส่งออกในช่วงที่มีปริมาณการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งการส่งออกมีปริมาณการส่งออกน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคภายในประเทศ และรัฐบาลมีการแทรกแซงราคาเมื่อเกิดปัญหา จากกรณีที่ปริมาณไข่ไก่ในตลาดไม่สม่ำเสมอ บางฤดูออกมามาก บางฤดูมีน้อย โดยมีโครงการแทรกแซงตลาดไข่ไก่ ด้วยการเก็บสต็อกไข่ไก่เข้าห้องเย็น ขยายตลาดเพื่อรักษาระดับราคาและโครงการช่วยเหลือการส่งออกไข่ไก่