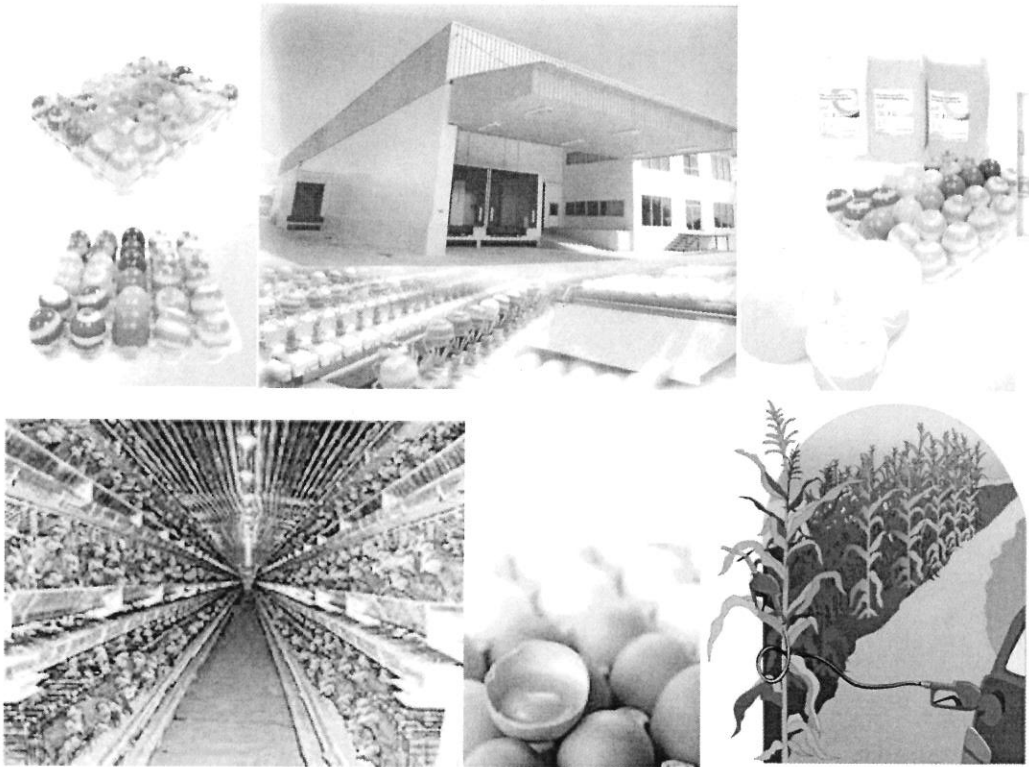


การวิเคราะห์เศรษฐกิจการปศุสัตว์ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ไก่ไข่



สำนักส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์
กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

การวิเคราะห์เศรษฐกิจเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ไก่ไข่

นางสาวบุญยัง สรวงท่าไม้
เศรษฐกรชำนาญการพิเศษ
กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์
กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์

บทสรุปผู้บริหาร

การเลี้ยงไก่ชนับเป็นสินค้าปศุสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญอันดับสองของประเทศไทย รองจากสินค้าไก่เนื้อ ในปี พ.ศ.2556 สร้างรายได้ให้เกษตรกรคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่า 39,000 ล้านบาท/ปี การพัฒนารูปแบบการเลี้ยงใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิตและขยายตัวสู่อุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่มากขึ้น โครงสร้างการผลิตเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเกษตรกรรายเล็ก รายย่อยเติบโตเป็นเกษตรกรรายใหญ่เลี้ยงไก่ไข่เชิงธุรกิจ ทำให้ผลผลิตไข่ไก่มีจำนวนมาก ขณะที่ ความต้องการบริโภคไข่ไก่ภายในประเทศมีประมาณร้อยละ 98 และระบายส่วนเกินส่งออกร้อยละ 2 ของผลผลิตทั้งหมด ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ในประเทศไม่มีเสถียรภาพ บางช่วงเวลาต้องใช้งบประมาณ บริหารจัดการระบายผลผลิตไข่ไก่ส่วนเกินออกจากระบบในราคาต่ำกว่า และขาดทุน เพราะ ตลาดส่งออกไข่ไก่จำกัด ประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกมีการสนับสนุนการผลิต และส่งออก ทำให้ ตลาดส่งออกไข่ไก่มีการแข่งขันราคาค่อนข้างสูง กับประเทศคู่แข่ง

คณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ พ.ศ.2549 ซึ่งเป็นกลไกของรัฐบาลในการบริหารจัดการไก่ไข่ ทั้งระบบ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ภายในประเทศ โดยจัด ประชุมคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไข่ และผลิตภัณฑ์ และมีมติที่ประชุมให้จัดทำยุทธศาสตร์ ไก่ไข่ขึ้น เพื่อเป็นกรอบทิศทางในการกำหนดนโยบายด้านจัดการไก่ไข่ของประเทศ และให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปปฏิบัติให้เกิดความมั่นคง และยั่งยืนแก่ผู้เลี้ยงไก่ไข่ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ต่อไป จึงมอบหมายให้ฝ่ายเลขานุการ (กรมปศุสัตว์) จัดทำร่างยุทธศาสตร์ไก่ไข่ ฉบับที่ 2 (ปีพ.ศ. 2557-2561) ในการจัดทำยุทธศาสตร์ต้องมีการวิเคราะห์เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมของ อุตสาหกรรมไก่ไข่ประเทศไทย ซึ่งผู้ศึกษาเป็นฝ่ายผู้ช่วยเลขานุการ และเป็นนักวิชาการตำแหน่ง เศรษฐกรชำนาญพิเศษจึงรับหน้าที่ทำการศึกษาดังกล่าว

การศึกษาวិเคราะห์เศรษฐกิจเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ไก่ไข่ จึงมีวัตถุประสงค์ศึกษา สถานการณ์การผลิต หรือ อุปทาน (Supply) การตลาด หรือ อุปสงค์ (Demand) ไข่ไก่ของโลก อาเซียน และของไทย ศักยภาพการแข่งขัน ปัจจัยภาวะสภาพแวดล้อม รวมทั้งตำแหน่งทางการตลาด ของธุรกิจไข่ไก่เพื่อจัดทำข้อมูล และเสนอแนะสำหรับจัดทำยุทธศาสตร์ไก่ไข่ของประเทศไทย ฉบับที่ 2 ปี 2557-2561 โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ส่วน 1) ศึกษาสถานการณ์การผลิต และตลาดไข่ไก่ 2) วิเคราะห์ ศักยภาพการผลิต การตลาด และขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าไข่ไก่ 3) จัดทำข้อเสนอแนะ แนวทาง และมาตรการในการจัดทำยุทธศาสตร์ไก่ไข่ของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าสถานการณ์เศรษฐกิจไก่ของไทย อาเซียน และโลกพบว่าการผลิต ไข่ไก่ของประเทศไทยมีความชัดเจน ด้านศักยภาพการผลิตมากเป็นอันดับที่ 17 ของโลก (ข้อมูล FAO) ในรอบปีที่ทำการศึกษา ปี พ.ศ.2551-2556 โครงสร้างการผลิตไข่ไก่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4 ต่อปี เป็นอุตสาหกรรมไข่ไก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่เพิ่มร้อยละ 14.67ต่อปี เป็นเกษตรกรจำนวน 50,911 ราย ผลผลิตไข่ไก่ 13,519 ฟอง ในปีพ.ศ.2556 แหล่งผลิต ไข่ไก่ที่สำคัญของประเทศอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประมาณร้อยละ 50 ของผลผลิต แต่ยังมีพื้นที่เหมาะสม ในการเลี้ยงไก่ไข่ที่ยังใช้ประโยชน์ไม่เต็มที่คือภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สถานการณ์การผลิตไข่ไก่ของโลก และอาเซียนช่วงปี พ.ศ.2551-2556 แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี ในปีพ.ศ.2556 แม่ไก่ไข่ยืนกรง 9,576 ล้านตัว ผลผลิตไข่ไก่ 1.284 ล้านล้านฟอง ทวีปเอเชียเป็นแหล่งผลิตไข่ไก่ที่สำคัญของโลก แม่ไก่ไข่จำนวนมากถึง 4,494 ล้านตัว ผลิตไข่ไก่ 0.775 ล้านล้านฟอง สัดส่วนการผลิตไข่ไก่คิดเป็นร้อยละ 60.35 ของโลก ทวีปยุโรปแม่ไก่ไข่จำนวนน้อยเพียง 913 ล้านตัว แต่ผลิตไข่ไก่ได้มากถึง 0.12 ล้านล้านฟอง สัดส่วนผลิตไข่ไกร้อยละ 9 ของโลก แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการผลิตสูง โอกาสพัฒนาการผลิตไข่ไก่สู่อุตสาหกรรมต่อเนื่องได้ในภูมิภาคนี้ สำหรับอาเซียนผลิตไข่ไก่เพียง 0.08 ล้านล้านฟอง คิดเป็นร้อยละ 6 ของโลก ผู้ผลิตที่สำคัญของอาเซียนมี 4 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย และเวียดนาม

สถานการณ์ด้านการตลาดไข่ไก่โลก แบ่งเป็น 3 ชนิด ได้แก่ ไข่ไก่สด ไข่เหลว และไข่ผง ช่วงปี พ.ศ.2551-2556 การส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.42, 6.65 และ 3.45 ต่อปี ส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ.2556 ไข่ไก่สดร้อยละ 83 ไข่เหลวร้อยละ 14 และไข่ผงร้อยละ 3 ของตลาดไข่ไก่ทุกประเภท ตามลำดับ ตลาดไข่ไก่สดจึงมีความสำคัญของอุตสาหกรรม การเลี้ยงไก่ไข่ของโลก ส่วนไข่เหลว และไข่ผงแม้จะมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยแต่เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถเก็บได้นานกว่าไข่ไก่สด แนวโน้มตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชียเป็นผู้ผลิต และผู้ค้าไข่ไก่ที่สำคัญของโลก สำหรับอาเซียน ประเทศมาเลเซีย ส่งออกไข่ไก่สดอันดับ 3 ส่วนประเทศไทยส่งออกไข่เหลวอันดับ 4 ของโลก โดยประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้าไข่เหลวที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 70 ของโลก ส่วนคู่แข่งการค้าไข่เหลวของไทยเป็นสหภาพยุโรปและจีน ดังนั้น การวางแผนยุทธศาสตร์ไก่ไข่ของไทยควรกำหนดกลยุทธ์พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูป เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดไข่เหลวโลก

การคาดการณ์การผลิต และตลาดไข่ไก่ เพื่อกำหนดทิศทาง และวางแผนจัดทำยุทธศาสตร์ไก่ไข่ ผลการศึกษาการส่งออกไข่ไก่สด และแปรรูปของไทยในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า พ.ศ. 2558-2561 คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-10 ต่อปี

• การคาดการณ์ปริมาณผลผลิตไก่ไข่ และไข่ ปี พ.ศ. 2557-2561

รายการ	หน่วย	2557	2558	2559	2560	2561
ปริมาณแม่พันธุ์P.S.-เข้าเลี้ยง	ตัว/ปี	804,819	855,392	940,931	1,035,024	1,035,076
ปริมาณแม่พันธุ์P.S.-ให้ผลผลิต	(ตัว)	654,324	695,441	764,985	841,483	841,526
ไข่ไก่-ทุกอายุ	(ล้านตัว)	57.92	58.89	62.59	68.85	75.73
-แม่ไก่ไข่ยืนกรง	(ล้านตัว)	51.26	52.11	55.39	60.93	67.02
-ผลิตไข่ไก่	(ล้านฟอง)	14,195	14,905	16,395	18,035	19,838
อัตราการขยายตัว	(%/ปี)	2.89	5.00	10.00	10.00	10.00

ที่มา : จากการคำนวณ

• คาดการณ์ปริมาณความต้องการบริโภคไข่ไก่ในประเทศ และส่งออก ปี พ.ศ. 2557-2561

รายการ	หน่วย	2557	2558	2559	2560	2561
ปริมาณไข่ไก่ทั้งหมด	ล้านฟอง	14,195	14,905	16,395	18,035	18,936
ส่งออกไข่ไก่สดเพิ่ม 5%/ปี	ล้านฟอง	261	275	302	332	365
ส่งออกไข่ไก่แปรรูป 5%/ปี	ล้านฟอง	332	348	383	422	464
ปริมาณการบริโภคไข่ไก่สด	(ล้านฟอง)	13,602	14,282	15,710	17,281	18,605
จำนวนประชากร	คน	64,844,015	65,038,547	65,233,663	65,429,364	65,625,652
การบริโภคไข่ไก่สด	ฟอง/คน/ปี	220	230	250	270	284

ที่มา : จากการคำนวณ

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Five Force Model) จากองค์ประกอบทางธุรกิจ 5 ด้าน พบว่า 1) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตมีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากผู้จำหน่ายปัจจัยผลิตทำธุรกิจครบวงจร 2) การกีดกันคู่แข่งรายใหม่ เข้ามาแข่งขันได้ยาก เพราะต้องใช้เงินทุนสูง และตลาดจำกัด 3) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อสินค้า หรือผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองมากกว่า เพราะไข่ไก่เป็นสินค้าควบคุม และเป็นดัชนีวัดค่าครองชีพ รัฐเข้ามากำกับดูแล 4) สินค้าทดแทนมีการตั้งราคาทำกำไรจึงเป็นไปได้น้อย 5) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิมมีค่อนข้างมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมไข่ไก่มีข้อจำกัดในตัวเอง คือการทำกำไรได้น้อยแม้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาทำธุรกิจได้ยาก หรือเข้ามาได้ก็ต้องใช้เงินลงทุนสูง จึงต้องสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ หรือสร้างความแตกต่างตัวสินค้า และประชาสัมพันธ์เข้าถึงผู้บริโภคทั้งกลุ่มเดิม และกลุ่มใหม่ รวมถึงการเจาะตลาดส่งออกไข่ไก่แปรรูปที่มีโอกาสทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ศักยภาพแข่งขัน ตัวแบบ Thailand Competitiveness Matrix (TCM) และ SWOT Analysis พบว่าตำแหน่งทางธุรกิจสินค้าไข่เหลวอยู่ในตำแหน่ง Star ในอาเซียน และ New wave ของโลกคือตลาดส่งออกไข่เหลว มีศักยภาพการแข่งขัน จุดแข็งในตลาดอาเซียน และมีโอกาสในตลาดโลกต้องเสริมความเข้มแข็ง

ดังนั้น จากผลการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการผลิต และขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไข่ไก่ และไข่ไก่ของประเทศไทย พบว่ามีความได้เปรียบกับหลายประเทศ ควรกำหนดกลยุทธ์เชิงรับเพื่อแก้ไขจุดอ่อนด้านต้นทุนการผลิต และคุณภาพสินค้า กลยุทธ์เชิงรุกพัฒนาเพิ่มมูลค่าสินค้าไข่ไก่ ขยายตลาดส่งออกไปยังกลุ่มการค้าเสรีในปัจจุบัน และขยายตลาดใหม่ในอนาคต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) การเพิ่มการบริโภคและส่งเสริมการแปรรูปไข่ไก่ เพื่อรองรับผลผลิตไข่ไก่ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น 2) การสร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงไก่ไข่อย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาวิจัยพัฒนาพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ การจัดการสุขภาพสัตว์ และการป้องกันโรคสัตว์ ตลอดจนการสร้างเสริมความเข้มแข็งขององค์กรเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงไก่ไข่ 3) การสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภคไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างเครื่องมือตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพสินค้าไข่ไก่ และสร้างสัญลักษณ์สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้

คำนำ

การเลี้ยงไก่ในประเทศไทย พัฒนาการผลิตระดับอุตสาหกรรม และสินค้าปศุสัตว์ เศรษฐกิจที่สำคัญอันดับสองรองจากสินค้าไก่เนื้อ ที่ทำรายได้ให้เกษตรกรอย่างรวดเร็ว และเป็นอาหารโปรตีนที่สำคัญของประเทศ ความต้องการบริโภคไข่ไก่ภายในประเทศร้อยละ 98 และเหลือส่วนเกินระบายส่งออกร้อยละ 2 ของผลผลิตทั้งหมด ส่งผลให้ราคาไข่ไก่ในประเทศไม่มีเสถียรภาพ ต้องบริหารจัดการความสมดุลการผลิต และรักษาเสถียรภาพราคา จึงมีการวางแผนยุทธศาสตร์ไข่ไก่อย่างต่อเนื่อง

การศึกษาวิเคราะห์เศรษฐกิจเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ไข่ไก่ พบว่าสถานการณ์เศรษฐกิจไข่ไก่ของไทยมีศักยภาพผลิต รวมทั้งปัจจัยภาวะสภาพแวดล้อม ศักยภาพการแข่งขัน ตำแหน่งทางตลาดของธุรกิจไข่ไก่ สามารถแข่งขันได้ในตลาดอาเซียน และโอกาสพัฒนาเป็นผู้ส่งออกไข่เหลวที่สำคัญของโลก ข้อมูลและเสนอแนะดังกล่าวจึงมีความครบถ้วน สำหรับการจัดทำยุทธศาสตร์ไข่ไก่ของประเทศไทย ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2557-2561)

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณอย่างยิ่งสำหรับบุคคล และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่สนับสนุนข้อมูลช่วยให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้อย่างดี และหวังว่าเอกสารฉบับนี้นอกจากใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำยุทธศาสตร์ไข่ไก่ของประเทศแล้ว ผู้สนใจสามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้

นางสาวบุญยัง สรวงท่าไม้
เศรษฐกรชำนาญการพิเศษ
กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์
กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	
คำนำ	
สารบัญตาราง	
สารบัญภาพ	
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 วิธีการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี	5
2.1 การตรวจเอกสาร	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	6
2.2.1 ทฤษฎีอุปทาน และอุปสงค์	7
2.2.2 การวิเคราะห์ศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน	9
บทที่ 3 สถานการณ์การผลิตและการตลาดไก่ไข่ และไข่ไก่	16
3.1 สถานการณ์ไก่ไข่ ไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์ของโลกและอาเซียน	16
3.1.1 การผลิตไข่ไก่ของโลก	16
3.1.2 การตลาดไข่ไก่โลก	17
3.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ของไทย	26
3.2.1 การผลิต	26
3.2.2 ผลิตไข่ไก่แปรรูป	32
3.2.3 การตลาด	33
3.2.4 การบริหารจัดการ	38
บทที่ 4 ผลการศึกษา	43
4.1 การวิเคราะห์เศรษฐกิจ	43
4.1.1 ลักษณะสินค้าไก่ไข่และผลิตภัณฑ์	44
4.1.2 โครงสร้างอุตสาหกรรมไก่ไข่และไข่ไก่	44
4.1.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปไข่ไก่	45
4.1.4 โครงสร้างตลาดไข่ไก่ประเทศไทย	45

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.1.5 ปัญหาด้านการผลิต และการตลาดไข่ไก่	45
4.1.6 การวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทาน	46
4.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกไข่ไก่และผลิตภัณฑ์	48
4.2.1 การวิเคราะห์ขีดความสามารถการแข่งขันด้านการส่งออกไข่ไก่สด	49
4.2.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถการแข่งขันด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ หรือไข่แปรรูป	52
4.3 การวิเคราะห์ขีดความสามารถในแข่งขันสินค้าไข่ไก่ภายในอุตสาหกรรม	54
4.3.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Five Force Model)	54
4.3.2 การวิเคราะห์ศักยภาพแข่งขัน ตัวแบบ Thailand Competitiveness Matrix (TCM)	56
4.3.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	57
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการศึกษา	64
5.2 ข้อเสนอแนะ	69
เอกสารอ้างอิง	73

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางความสัมพันธ์ในรูปแบบ TOWS matrix	10
ตารางที่ 2 การผลิตไข่ไก่ และแม่ไก่ไข่ยืนกรงของโลกและเอเชีย ปีพ.ศ. 2551-2556	16
ตารางที่ 3 ประเทศผู้ผลิตไข่ไก่ที่สำคัญของโลก และอาเซียน ปีพ.ศ.2551-2556	17
ตารางที่ 4 การส่งออกไข่ไก่สดของโลก ปี พ.ศ. 2551-2556	18
ตารางที่ 5 กลุ่มประเทศ และประเทศผู้นำการส่งออกไข่ไก่ที่สำคัญของโลก ปี 2551-2556	18
ตารางที่ 6 ปริมาณการส่งออกไข่เหลวของโลก รายทวีปและประเทศส่งออกที่สำคัญ ปีพ.ศ. 2551-2556	19
ตารางที่ 7 ปริมาณส่งออกไข่ไก่ผงของโลก ปี พ.ศ. 2551-2556	20
ตารางที่ 8 มูลค่า และราคาไข่ไก่สดส่งออกของโลก ปี พ.ศ. 2551-2556	21
ตารางที่ 9 มูลค่า และราคาส่งออกไข่ไก่เหลวของโลก ปี พ.ศ. 2551-2556	21
ตารางที่ 10 มูลค่า และราคาส่งออกไข่ไก่ผงของโลก ปี พ.ศ. 2551-2556	22
ตารางที่ 11 การนำเข้าไข่ไก่สดของโลก จำแนกตามพื้นที่ ปี พ.ศ. 2551-2556	23
ตารางที่ 12 ปริมาณ และมูลค่านำเข้าไข่ไก่สดของโลก และประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปีพ.ศ. 2551-2556	23
ตารางที่ 13 การนำเข้าไข่เหลวของโลกจำแนกตามทวีป และผู้นำเข้าที่สำคัญปี พ.ศ.2551-2556	24
ตารางที่ 14 มูลค่า และราคานำเข้าไข่เหลวของโลก และประเทศที่สำคัญ ปี พ.ศ.2551-2556	24
ตารางที่ 15 การนำเข้าไข่ผงของโลกจำแนกตามทวีป และผู้นำเข้าที่สำคัญปี พ.ศ. 2551-2556	25
ตารางที่ 17 ประสิทธิภาพสายพันธุ์ไก่ไข่นำเข้าจากต่างประเทศ	27
ตารางที่ 18 เปรียบเทียบการปรับข้อมูลขนาดฟาร์ม ปี พ.ศ. 2554	28
ตารางที่ 19 โครงสร้างการเลี้ยงไก่ไข่ของประเทศเปรียบเทียบ ปี พ.ศ. 2553-2556	29
ตารางที่ 20 ศักยภาพการเลี้ยง และแหล่งผลิตไข่ไก่ที่สำคัญของประเทศไทย ปี พ.ศ.2551-2556	30
ตารางที่ 21 เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ปริมาณการผลิตไข่ไก่ และไข่ไก่ ปีพ.ศ. 2551-2556	32
ตารางที่ 22 ข้อมูลพื้นฐานโรงงานแปรรูปไข่ไก่ และกำลังผลิตในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2551-2556	32
ตารางที่ 23 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้า-และส่งออกไข่ไก่สดของประเทศไทย ปี พ.ศ.2551-2556	35
ตารางที่ 24 ปริมาณ และมูลค่านำเข้า-ส่งออกไข่เหลว และไข่ผง ของประเทศไทย ปี พ.ศ.2551-2556	36
ตารางที่ 25 ประเทศคู่ค้าส่งออกไข่เหลวของไทย ปี พ.ศ. 2551-2556	37
ตารางที่ 26 ปริมาณและมูลค่านำเข้าพันธุ์ไก่ไข่จากต่างประเทศ ปีพ.ศ. 2551-2556	43
ตารางที่ 27 ปริมาณแม่พันธุ์ไก่ไข่ การผลิตไข่ไก่ และการขยายตัวเปรียบเทียบปี พ.ศ.2551-2556	46
ตารางที่ 28 การตลาดไข่ไก่ และอัตราการขยายตัว เปรียบเทียบ ปีพ.ศ. 2551-2556	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 29 การคาดการณ์ปริมาณผลผลิตไก่ไข่ และไข่ ปี พ.ศ. 2557-2561	48
ตารางที่ 30 คาดการณ์ปริมาณความต้องการบริโภคไข่ไก่ในประเทศ และส่งออก ปี พ.ศ. 2557-2561	49
ตารางที่ 31 อัตราขยายตัว และส่วนแบ่งตลาดส่งออกไข่ไก่สด ของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของโลก ปี พ.ศ.2551-2556	49
ตารางที่ 32 อัตราขยายตัว และส่วนแบ่งตลาดส่งออกไข่ไก่สด ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของอาเซียน ปี พ.ศ.2551-2556	50
ตารางที่ 33 อัตราขยายตัว และส่วนแบ่งตลาดส่งออกไข่เหลว ของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของโลก ปี พ.ศ.2551-2556	52
ตารางที่ 34 อัตราขยายตัว และส่วนแบ่งตลาดส่งออกไข่เหลวของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของอาเซียน ปี พ.ศ.2551-2556	54
ตารางที่ 35 ศักยภาพการแข่งขัน Competitiveness ไข่ไก่ของไทยกับประเทศคู่แข่ง (มาเลเซีย)	57
ตารางที่ 36 ปัจจัยด้าน Attractiveness อัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าไข่ไก่ ปี พ.ศ.2551-2555	57
ตารางที่ 37 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรมไก่ไข่	59
ตารางที่ 38 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรมไก่ไข่	60
ตารางที่ 39 วิเคราะห์ TOWN Matrix และกลยุทธ์รองรับ	63

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 กราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาของผลผลิต	7
รูปที่ 2 กราฟแสดงเส้นอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการ	8
รูปที่ 3 ภาพตัวแบบ Five Force Model	12
รูปที่ 4 ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างแกนตั้ง-แกนนอน และตำแหน่งศักยภาพแข่งขันสินค้า	13
รูปที่ 5 ภาพแสดงการกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละตำแหน่งศักยภาพแข่งขันของสินค้า	14
รูปที่ 6 ภาพ BCG Matrix	16
รูปที่ 7 ภาพพื้นที่การเลี้ยงไก่ที่สำคัญและพื้นที่เหมาะสมกับการเลี้ยงไก่ ปี พ.ศ.2556	31
รูปที่ 8 ภาพโครงสร้างตลาดไข่ไก่สดของประเทศไทย ปี พ.ศ.2556	34
รูปที่ 9 กราฟแสดงสัดส่วนปริมาณนำเข้าไข่เหลวที่สำคัญของประเทศไทย เปรียบเทียบ ปีพ.ศ.2551-2556	37
รูปที่ 10 ภาพ BCG ไข่ไก่ตลาดโลก และตลาดอาเซียน	51
รูปที่ 11 ภาพ BCG ไข่ไก่เหลวตลาดโลก และตลาดอาเซียน	54
รูปที่ 13 ภาพแสดงสภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมไข่ไก่	56
รูปที่ 14 ภาพตำแหน่ง TCM ธุรกิจไข่ไก่ของไทยตลาดอาเซียน และตลาดโลก	58
รูปที่ 15 ภาพแสดงตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมไข่ไก่ปัจจุบัน	61
รูปที่ 16 ภาพผลการวิเคราะห์ TOWN Matrix ของอุตสาหกรรมไข่ไก่	62