

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย

โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทย

(The Market Structure of Edible-Nest Swiftlet Industry in Thailand)

โดย

ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรกฎาคม 2562

เสนอต่อ

ฝ่ายนโยบายและความสัมพันธ์ข้ามชาติ (ฝ่าย 1)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาโครงสร้างตลาดของรังนกถ้ำและรังนกบ้านในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างตลาดในอุตสาหกรรมรังนกทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตรังนก และบทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมรังนก อีกทั้งมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับภาครัฐเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านธุรกิจ รายได้ของรัฐ และทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งได้ทำการศึกษาในพื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยวิธีการศึกษาได้ทำการลงพื้นที่ในภาคใต้และภาคตะวันออกเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือต่าง ๆ และเสนอแนะข้อมูลเชิงนโยบายของอุตสาหกรรมรังนกถ้ำและรังนกบ้านของประเทศไทย จากผลการศึกษา นั้น รังนกถ้ำในประเทศไทยมีรูปแบบการจัดจำหน่ายที่แตกต่างจากรังนกบ้าน เนื่องจากรังนกถ้ำมีผู้ผลิตน้อยราย ความต้องการรังนกถ้ำจึงมีเฉพาะบางกลุ่มแต่รังนกถ้ำจะมีราคาผลผลิตที่สูงกว่ารังนกบ้าน ซึ่งรังนกบ้านมีผู้ผลิตจำนวนมาก การเกิดลานประมูลทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อมาพบกันเพื่อตกลงราคาในขณะนั้น เพื่อทำการซื้อขาย ซึ่งราคาของรังนกบ้านจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ขณะนั้นว่ามีความต้องการมากน้อยเพียงใด

อุปสรรคในการศึกษารังนก คือ อุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทยยังมีความยากในการเข้าถึงข้อมูลที่แท้จริงทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน การรวบรวมข้อมูลการผลิตรังนกในแต่ละที่ยังเป็นความลับที่ไม่เปิดเผย ซึ่งภาครัฐควรมีการรับรู้ข้อมูลนี้ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทยได้ และการแก้ไขกฎหมายให้ธุรกิจรังนกบ้านสามารถประกอบการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย อุตสาหกรรมรังนกในประเทศจะเติบโตมากขึ้นซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจรังนกถ้ำ เพราะการผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีรายได้สูงยังมีความต้องการรังนกถ้ำตามธรรมชาติอยู่เหมือนเดิม และสุดท้ายการเติบโตของธุรกิจรังนกบ้านจะต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางอ้อมของสิ่งแวดล้อมเพื่อการอยู่อาศัยร่วมกันของชุมชน โดยภาครัฐควรที่จะต้องเข้ามาควบคุม

คำสำคัญ: รังนกบ้าน, รังนกถ้ำ, โครงสร้างตลาด, โครงสร้างอุตสาหกรรม, ลานประมูลรังนก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
สารบัญ	ข
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1	บทนำ
	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา
	1
	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย
	3
	ขอบเขตของงานวิจัย
	3
	ระเบียบวิธีวิจัย
	3
	ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา
	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
	4
	นิยามศัพท์
	5
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
	6
	ชีววิทยาของนกนางแอ่น
	6
	ประวัติศาสตร์ของรังนกในประเทศไทย
	8
	ภาพรวมของรังนกในอุตสาหกรรมโลก
	10
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างตลาด
	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแข่งขัน	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการและกลยุทธ์การตลาด	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรังนก	24
สมาชิกผู้ประกอบการรังนกบ้าน	30
ต้นทุนธุรกิจรังนกบ้าน	34
บทที่ 3 ผลการศึกษา: รังนกบ้าน	36
สถานการณ์ธุรกิจรังนกบ้านในประเทศไทย	37
การกำหนดราคาและการสร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละขั้นตอน	37
การรวมกลุ่มของผู้ผลิต	38
ลานประมูล กระบวนการประมูล และโรงล้าง	39
ลักษณะของรังนก เกรด รูปลักษณะภายนอก	41
โครงสร้างของต้นทุน เทคโนโลยี ทำเลที่ตั้ง	42
ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจรังนกบ้าน	42
การจัดการปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพจากรังนกบ้าน	43
แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมรังนกบ้าน	43
บทบาทของภาครัฐในอุตสาหกรรมรังนกบ้าน	43

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 4	ผลการศึกษา: รังนกถ้ำ	48
	ที่มาของสัมปทานรังนกในประเทศไทย	49
	การควบคุมดูแลของรัฐ	50
	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน	50
	ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน	50
	การจัดการผลประโยชน์ในส่วนกระบวนการจัดสรรเงินอากรรังนก	55
	การตรวจสอบและการร้องเรียนเกี่ยวกับกระบวนการให้สัมปทาน	56
	กระบวนการให้สัมปทาน	57
	การกำหนดราคาและสร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละขั้นตอน	59
	ลักษณะของรังนก เกรด รูปลักษณะภายนอก	59
	ราคาและปริมาณของรังนกถ้ำ	61
บทที่ 5	การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการศึกษา	63
	สถานการณ์ภาพรวมโดยทั่วไป ลักษณะ และรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ	63
	แนวโน้มการประกอบธุรกิจในอนาคต	64
	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	65
	ลักษณะโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรม	65
	พฤติกรรมการแข่งขัน	66
	กลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจ	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
สรุปผลการศึกษา	73
ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ	74
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	75
ข้อจำกัดในการศึกษา	78
การต่อยอดงานวิจัยในอนาคต	78
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	86
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ลักษณะของโครงสร้างตลาดประเภทต่าง ๆ	14
2	ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทานรังนก	52
3	ต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการสัมปทานรังนกถ้ำ	60

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces)	18
2	ขั้นตอนการประกอบธุรกิจร้านค้าในประเทศไทย	36
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ปี 2544 – 2562	45
4	สัดส่วนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญปี 2544 - 2562	46
5	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสินค้าของประเทศไทย ปี 2544 - 2562	47
6	โครงสร้างตลาดร้านค้าในประเทศไทย	49
7	ที่มาของคณะกรรมการจัดเก็บอากรร้านค้า การร้องเรียนของประชาชนทั่วไป และการจัดสรรอากรร้านค้า	56
8	กระบวนการการให้สัมปทานร้านค้าในประเทศไทยก่อนและหลังลงนามสัญญา สัมปทาน	59
9	น้ำหนักของร้านค้าจากการจัดเก็บร้านค้าสัมปทานในปี 2544 – 2561 รายจังหวัด	62
10	ราคาสัมปทานต่อปีของร้านค้าในช่วงปี 2539 - 2563	62

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รังนกเป็นทรัพยากรธรรมชาติประเภทสร้างใหม่ได้ (renewable resource) เพราะว่าเป็นผลผลิตที่เกิดจากต่อมน้ำลายของนกนางแอ่นทะเล หรือนกแอ่นกินรัง (edible-nest swiftlet) ที่ใช้สร้างเป็นรังสำหรับการฟักไข่และสืบพันธุ์ รังนกนางแอ่นสามารถนำมาบริโภคได้และจัดเป็นอาหารที่ได้ชื่อว่ามีสรรพคุณในการบำรุงสุขภาพร่างกาย และมีราคาสูง ถือเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกที่สูงของประเทศไทย การส่งออกอยู่ในรูปของทั้งรังนกดิบและผลิตภัณฑ์รังนกที่แปรรูปแล้ว โดยการแปรรูปรังนกสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบเครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

ในปัจจุบัน นกแอ่นกินรังจัดว่าเป็นสัตว์เศรษฐกิจ รังนกสามารถถูกแปรรูปให้เป็นสินค้าบริโภคและเครื่องสำอาง ซึ่งมีการโฆษณาถึงสรรพคุณทางยาอายุวัฒนะ ซึ่งการวิจัยทางวิทยาศาสตร์นั้นได้ทำการศึกษาเพื่อยืนยันความเชื่อด้านนี้ รังนกนางแอ่นมีสรรพคุณทางการแพทย์ เช่น กระตุ้นเซลล์เม็ดเลือดขาวซึ่งมีหน้าที่ในการปกป้องร่างกายจากเชื้อโรคต่าง ๆ ช่วยบำรุงกำลังให้ร่างกายสดชื่น แข็งแรง แก้ไอ ขับเสมหะ ใ้เป็นเลือด ช่วยฟอกปอด และสามารถเพิ่มภูมิคุ้มกันต่อไข้หวัดใหญ่ (เฉลิมพล รัตนลาภ, 2558) และด้วยปัจจัยของสังคมสูงวัยทำให้แนวโน้มของตลาดรังนกนั้นมีความต้องการบริโภคเพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เนื่องจากนกแอ่นกินรังนั้นสามารถอาศัยได้ในประเทศที่อยู่ในเขตร้อนชื้น และประเทศไทยมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยของนกแอ่นกินรัง

กลุ่มผู้บริโภครังนกในอดีต ส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีน เนื่องจากรังนกเป็นส่วนหนึ่งของยาจีน ซึ่งปัจจุบันประเทศจีนมีตลาดรังนกที่ใหญ่มากที่สุดในโลก และสามารถกำหนดราคารังนกของโลกได้ ปัจจุบันประเทศจีนมีการสร้างกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อกำหนดมาตรฐานคุณภาพรังนกและป้องกันการปลอมแปลงรังนก

ในปัจจุบันการผลิตรังนกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ รังนกถ้ำ และรังนกบ้าน ซึ่งเป็นการแบ่งตามแหล่งกำเนิด รังนกถ้ำ คือรังนกตามธรรมชาติ มาจากถ้ำตามเกาะต่าง ๆ ที่นกอาศัยอยู่ โดยเกาะเหล่านี้เป็น

ของรัฐบาล แต่ว่ารัฐบาลอนุญาตให้เอกชนเข้ามาดำเนินการธุรกิจในการเก็บรังนกถ้ำบนเกาะดังกล่าวด้วยวิธีการประมูลสัมปทานเพื่อได้รับสิทธิในการจัดเก็บรังนกบนเกาะดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งเอกชนนั้นจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกก็แน่นอนได้กำหนดไว้ พื้นที่ที่มีการให้สัมปทานรังนกมีจำนวน 9 จังหวัด ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ สุราษฎร์ธานี ชุมพร พัทลุง กระบี่ ตรัง พังงา สตูล และตราด ระยะเวลาของสัมปทานกับการชำระค่าสัมปทานจะเป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกก็แน่นอนในแต่ละพื้นที่ และเมื่อหมดสัญญาจึงจะมีการเปิดประมูลใหม่อีกครั้ง โดยจำนวนเกาะที่มีนกนางแอ่นอาศัยอยู่มีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งในระยะเวลา 1 ปี จะสามารถเก็บรังนกถ้ำได้เพียง 3 ครั้งเท่านั้น จึงทำให้รังนกถ้ำหายากและมีราคาสูง

รังนกถ้ำมีคุณสมบัติพิเศษต่างจากรังนกบ้านทั่วไป นั่นคือรังนกถ้ำจะมีแร่ธาตุต่าง ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก เกิดจากแร่ธาตุที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีอยู่ตามผนังถ้ำ เมื่อนกนางแอ่นมาทำรัง ก็จะมีแร่ธาตุปะปนมาอยู่ในรังนกด้วย โดยแร่ธาตุเหล่านั้นประกอบด้วยเหล็ก ทองแดง แคลเซียม แมกนีเซียม โพแทสเซียม โซเดียม เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคได้บริโภครังนกถ้ำก็จะได้แร่ธาตุนั้นเข้าไปในร่างกายด้วย ลักษณะของรังนกถ้ำส่วนมากมักเป็นรูปถ้วย หู ของรังอาจจะเป็นสีขาวหรือสีแดง ความสะอาดของรังขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเก็บ โดยการเก็บครั้งแรกของปีช่วงเดือนมีนาคม จะเป็นรังนกถ้ำที่สะอาดที่สุด ส่วนขนนกจะมีค่อนข้างน้อย มีกลิ่นคาวคล้ายไข่ขาว เส้นแข็งกระด้าง และมีความชื้นมากกว่ารังนกบ้าน

รังนกบ้าน หรือรังนกคอนโด เป็นธุรกิจประเภทใหม่ที่เข้ามาในตลาดรังนก และมีปริมาณการผลิตที่สูงกว่ารังนกถ้ำ ซึ่งคอนโดรังนกสามารถผลิตและจัดเก็บรังนกได้เอง และยังเป็นการช่วยอนุรักษ์จำนวนนกก็แน่นอนอีกทางหนึ่งได้ด้วย โดยไม่ต้องขอสัมปทานจากภาครัฐ แต่รูปแบบในการจัดจำหน่ายนั้นยังไม่มีกฎหมายรองรับที่ชัดเจน จึงเป็นอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจประเภทนี้

จากที่มาและความสำคัญที่กล่าวมา จะเห็นว่ารังนกมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ที่สามารถทำธุรกิจรังนกได้ และปัญหาที่เกิดขึ้นของอุตสาหกรรมรังนกในด้านการวิจัย คือ ยังไม่มีการจัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ที่มีให้เป็นรูปแบบ และยังขาดการศึกษาอย่างเป็นระบบ

ในปัจจุบัน พบว่างานวิจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ที่ศึกษาเรื่องโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทยมีอยู่ค่อนข้างจำกัด ทั้งรังนกตามธรรมชาติและรังนกบ้าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาลักษณะของโครงสร้าง

ตลาดของอุตสาหกรรมรังนก การผูกขาดในการผลิต การเข้าสู่อุตสาหกรรมรังนก รวมไปถึงระบบการจัดสรรสัมปทานรังนก

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างตลาดในอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทย ทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตรังนก ทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน
3. เพื่อศึกษาบทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมรังนก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการจัดเก็บอากรและการส่งออก รวมไปถึงมาตรการของภาครัฐที่มีต่อการควบคุมอุตสาหกรรมรังนก
4. เพื่อสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมรังนกเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งทางธุรกิจ ทางการค้า และทางทรัพยากรธรรมชาติ

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีขอบเขตจำกัดเฉพาะอุตสาหกรรมรังนกในภาคใต้และภาคตะวันออกเพื่อวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทย ทั้งรังนกถ้ำ และรังนกบ้าน รวมไปถึงวิเคราะห์นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่แตกต่างกันระหว่างรังนกถ้ำและรังนกบ้าน

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การศึกษาจากเอกสาร และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมรังนกทั้งรังนกบ้านและรังนกถ้ำ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ บทความวิชาการ บทความวิจัย หนังสือพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น รวมไปถึงแหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาและเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคำถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งสามารถลำดับเป็นกระบวนการได้ ดังนี้

1. สืบค้น รวบรวม และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาเป็นหมวดหมู่กลุ่มสาระ ได้แก่ วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ รัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์

2. จำลองภาพความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมรังนก ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ประกอบด้วย ผู้ขาย ผู้ซื้อ และผู้จัดลานประมูล โดยวิเคราะห์จากวรรณกรรมที่รวบรวมไว้ก่อนหน้านี้
3. ติดต่อ และเตรียมชุดคำถามสัมภาษณ์สำหรับการลงพื้นที่ โดยคำถามแต่ละชุดจะแตกต่างกันไปตาม บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมรังนก
4. ลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบ ยืนยัน และเก็บข้อมูลเพิ่มเติมตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรังนก อัน ได้แก่ ถ้าสัมปทานรังนก บ้านรังนก และลานประมูลรังนก และเข้าสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตาม สถานที่ดังกล่าว
5. บันทึก และรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทย

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้จะแบ่งข้อมูลในการศึกษาเป็นสองประเภท คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมรังนกทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน โดยสัมภาษณ์ตัวแทนจากสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจรังนกแห่งประเทศไทย จำนวน 5 ราย และตัวแทนจากอุตสาหกรรมรังนกถ้ำ จำนวน 1 ราย และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลสถิติ ข่าวสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทสัมภาษณ์และบทความที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรังนก ซึ่งสามารถหาได้จากสื่อประเภทต่าง ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเข้าใจถึงความเป็นมาของโครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิต กระบวนการผลิต การกำหนดราคาและการกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรังนก ทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน
2. เพื่อผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมรังนก และสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้แก่รัฐบาลเพื่อให้อุตสาหกรรมรังนกเกิดความยั่งยืน

นิยามศัพท์

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

1. นกนางแอ่น (Edible-Nest Swiftlet) หมายถึง นกแอ่นกินรังซึ่งจัดอยู่ในสกุล *Aerodramus* มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Aerodramus fucichphagus* ในประเทศไทย พบนกนางแอ่นอยู่ 3 ชนิด ได้แก่ นกแอ่นกินรัง นกแอ่นกินรังตะโพกขาว และนกแอ่นรังดำหรือนกแอ่นทางสี่เหลียม
2. รังนก (Edible Nest's Nest) หมายถึง ของเหลวที่เป็นสารสกัดจากต่อมน้ำลายของนกนางแอ่น ซึ่งเมื่อหลั่งออกมาสัมผัสกับอากาศ จะเกิดปฏิกิริยาทางเคมีทางธรรมชาติจนเกิดเป็นเมือกสีขาวขุ่นสามารถนำมาบริโภคได้ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2557)
3. รังนกบ้าน (Farm Bird's Nest) หมายถึง รังของนกนางแอ่นที่นกนางแอ่นมาสร้างรังไว้ตามบ้าน ตามตึก ตามสิ่งปลูกสร้าง
4. รังนกถ้ำ หรือรังนกเกาะ (Island Bird's Nest) หมายถึง รังของนกนางแอ่นที่นกนางแอ่นมาสร้างรังไว้ตามถ้ำ ตามเกาะต่าง ๆ

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทยสามารถแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างตลาด และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาโครงสร้างอุตสาหกรรมรังนก

ชีววิทยาของนกนางแอ่น

นกแอ่น นกอีแอ่น หรือนกนางแอ่น (Swiftlet) จัดเป็น 1 ใน 3 เผ่า (tribe)¹ ของสัตว์ปีกในวงศ์ (Family) Apodidae (อัญชลี เออาผล, 2550) แต่ถึงแม้จะถูกจำแนกไว้คนละเผ่าแต่ในวงศ์นี้ ต่างมีลักษณะร่วมกันหลายประการ อย่างปีกยาวแคบ จงอยปากสั้น แต่กว้าง ซึ่งลักษณะเหล่านี้ต่างเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการหาอาหาร จนอาจเรียกว่าเป็นนกล่าแมลงกลางอากาศ (aerial insectivores) นอกจากนี้ สัตว์จำพวกนี้มักมีถิ่นอยู่ในโพรงถ้ำ หรือน้ำตาล (อาจมีสีที่แฉงคอกและตะโพกต่างออกไปบ้าง) มีขาที่ค่อนข้างสั้น ซึ่งทำให้ไม่สามารถเกาะคาน แต่สามารถเกาะหรือห้อยตามพื้นผิวในแนวตั้ง อย่างหน้าผา หรือผนังถ้ำ อันเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของนกแอ่นได้ โดยถ้ำหรือพื้นที่ที่มีลักษณะคล้ายถ้ำที่นกแอ่นไปอาศัยนั้น มักเป็นถ้ำที่อยู่ตามแนวชายฝั่งทะเล เกาะกลางทะเล หรือบางครั้งอาจเป็นสิ่งก่อสร้างจากฝีมือมนุษย์แต่มีสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับถ้ำด้วยเช่นกัน (ศรินทิพย์ กนกทิพากร, 2554) โดยส่วนมากแล้วแหล่งอาศัยของนกแอ่นจะกระจายตัวอยู่ตามแถบเอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ออสเตรเลียเหนือ และแปซิฟิกตอนใต้ (Medway, 1966; Chantler and Driessens, 2000)

นอกจากนี้ อีกหนึ่งลักษณะเด่นที่ทำให้สัตว์กลุ่มนี้ต่างจากกลุ่มอื่น ๆ คือ วิธีการสร้างรัง ดังที่กล่าวไปแล้วว่านกจำพวกนี้มักอาศัยอยู่ในถ้ำหรือ หน้าผา ฉะนั้นเพื่อให้รังสามารถยึดติดกับหน้าผาได้ นกเหล่านี้จึงสำรวจของเหลวที่มาจากกระเพาะพัก (Crop) หรือที่เคยเชื่อกันว่าเป็นน้ำลายออกมาใช้แทนกาว ทาไปที่ผนังถ้ำหรือหน้าผา จนของเหลวนั้นแห้งและแข็งพอที่จะใช้เป็นรังได้ ทั้งนี้รังนกแต่ละรังอาจแตกต่างกันไปตามวัสดุหรือส่วนผสมที่นกแอ่นแต่ละสายพันธุ์นำมาใช้สร้างรัง บางสายพันธุ์อาจใช้กิ่งไม้ ใบไม้ โคลน หรือแม้แต่ขน ในขณะที่บางสายพันธุ์

¹ เผ่า (tribe) ทั้ง 3 ประกอบด้วย Collocaliini (swiftlets) Chaeturini (spinetails) และ Apodini (typical swifts)

อาจใช้เพียงน้ำลาย ทำให้มีสิ่งเจือปนน้อย หรือไม่มีเลย ถือเป็นรังนกที่ค่อนข้างบริสุทธิ์ และเป็นรังนกที่มนุษย์นิยมนำมาบริโภค โดยมีการกล่าวว่ารังนกที่สามารถรับประทานได้นั้น มาจากนกแอ่นเพียง 4 สายพันธุ์ ซึ่งทั้งหมดล้วนอยู่ในสกุล *Aerodramus* ประกอบด้วย นกแอ่นกินรัง (*Aerodramus fuciphagus*) นกแอ่นกินรังตะโพกขาว (*Aerodramus germani*) นกแอ่นรังดำหรือนกแอ่นหางสีเหลือง (*Aerodramus Maximus*) และ Indian swiftlets (*Aerodramus unicolor*) (Lau and Melville, 1994) โดยสัตว์ปีกเหล่านี้มีลักษณะเฉพาะประจำสปีชีส์คือความสามารถในการใช้เสียงสะท้อน (Echolocation) เพื่อช่วยนำทาง เมื่อต้องบินผ่านถ้ำมืดที่อับแสงหรือมีแสงน้อยได้อย่างปลอดภัย (Lau and Melville, 1994)

ตามการศึกษาของเกษม จันทรดำ (2560) ที่ศึกษาชาติพันธุ์สัมพันธ์กับทรัพยากรรังนกแอ่นในประเทศไทย แถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์และไทย มักพบนกแอ่นสายพันธุ์ร่วมกัน 2 ชนิด คือ นกแอ่นกินรัง กับ นกแอ่นรังดำหรือนกแอ่นหางสีเหลือง เพียงแต่ในประเทศไทย จะพบ นกแอ่นกินรังตะโพกขาวด้วย โดยนกทั้งสามชนิดล้วน เป็นนกขนาดเล็ก (11-13 เซนติเมตร) ตัวผู้และตัวเมียมีขนาดใกล้เคียงกัน มักใช้ชีวิตโดยมีคู่ครองเพียงคู่เดียว (Monogamy) สามารถพบเห็นการแสดงผลการผสมพันธุ์ได้ทั้งแบบให้ตัวเมียสร้างรังเพียงตัวเดียว และช่วยกันสร้าง แต่โดยทั่วไปจะแสดงออกให้เห็นถึงพฤติกรรมการวางไข่ครั้งละ 1-2 ฟอง การสร้างรังทดแทน (re-nest) และการเลือกสร้างรัง ณ สถานที่เดิมคล้าย ๆ กัน (เกษม จันทรดำ, 2560) อย่างไรก็ตาม ช่วงฤดูผสมพันธุ์กับสร้างรังนั้นอาจแตกต่างกันไปตามสายพันธุ์และพื้นที่ โดยอาจมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและมนุษย์

ทั้งนี้ การระบุรูปแบบการกระจายตัว หรือถิ่นที่อยู่ของนกแอ่นในประเทศไทยยังคงเป็นไปได้ยาก สาเหตุที่เป็นเช่นนั้น คือ ข้อมูลที่มีอยู่เป็นข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเพียงช่วงเวลาหนึ่ง โดยมิได้ศึกษาหรือติดตามการเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตหรือการย้ายถิ่นฐานตลอดช่วงชีวิตของนก รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงระหว่างรุ่นของประชากรนก ข้อมูลดังกล่าวแม้จะไม่ใช่ว่าข้อมูลที่บกพร่อง แต่ก็ยังเป็นข้อมูลที่ยังคงไม่สมบูรณ์ที่จะสรุปเป็นข้อเท็จจริงได้ นอกจากนี้ ยังมีความเป็นไปได้ว่ารูปแบบการกระจายตัวของนกแอ่นอาจเปลี่ยนแปลงไปตาม จำนวนแหล่งอาศัยของนกแอ่นที่เพิ่มสูงขึ้น จากเดิมที่มีเพียงถ้ำตามแถบชายฝั่ง หรือเกาะกลางทะเล (ถ้ำสัมปทานรังนก) ที่กระจุกตัวอยู่บริเวณทางภาคใต้ ในปัจจุบันนี้ ด้วยโครงสร้างและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเกิดสิ่งก่อสร้างที่เรียกว่า “บ้านนก” หรือ “ตึกนก” กระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของไทย (เกษม จันทรดำ, 2560) โดย

สิ่งก่อสร้างดังกล่าวมีลักษณะคล้ายบ้าน ตึก หรืออาคาร แต่ภายในเคหสถาน เหล่านี้ จะถูกจำลองสภาพแวดล้อม ภายในให้คล้ายกับถ้ำที่นกแอ่นอาศัย เพื่อดึงดูดนกแอ่นให้มาทำรัง จนเมื่อผ่านฤดูผสมพันธุ์และลูกนกแอ่นได้จากไป เจ้าของสิ่งก่อสร้างจะเข้าไปเก็บรังนก และส่งผลผลิตเหล่านี้เข้าตลาดเฉพาะสินค้าเป็นลำดับถัดไป ด้วยความแพร่หลายของการประกอบธุรกิจลักษณะนี้ค่อย ๆ กว้างขวางมากขึ้น จึงเป็นไปได้ว่ารูปแบบพฤติกรรมการตั้งถิ่นฐานและการกระจายตัวของนกแอ่นจึงอาจเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเช่นกัน

ประวัติศาสตร์ของรังนกในประเทศไทย

จากรายงานที่รวบรวมและวิเคราะห์หลักฐานทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับรังนกในประเทศไทย ช่วยเผยให้เห็นว่า รังนกเป็นสินค้าที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง และการปกครองในประเทศไทยมาโดยตลอด ถึงแม้จะไม่มีหลักฐานที่ชี้ชัดได้ว่าจุดเริ่มต้นที่รังนกเข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อสังคมนั้นเกิดขึ้นเมื่อใด แต่จากหลักฐานที่ชัดเจนที่สุด ปรากฏเป็นลายลักษณ์อักษรในบันทึกของชาวต่างชาติ ราวสมัยพระเอกาทศรถและพระนารายณ์มหาราช ว่าในรายชื่อสินค้าส่งออกของไทย มีรังนกรวมอยู่ในนั้นด้วย (สุรติ บุญญานุสาสน์, 2549) นั้นหมายความว่า รังนกได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชาวไทยมาช้านานแล้ว แต่อาจด้วยสาเหตุบางประการ จึงทำให้รังนกไม่ได้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในประเทศ

คำอธิบายประการที่คาดว่า เป็นไปได้คือ ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวมาได้ส่วนใหญ่อาจถูกกว้านซื้อไปโดยพ่อค้าชาวจีน โดยเหตุผลสนับสนุนของคำอธิบายนี้มาจากข้อสังเกตเกี่ยวกับบันทึก ตำนาน เรื่องเล่า และสมมติฐานของผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ ท่าน ที่มักกล่าวถึงการเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องของกลุ่มชนชาติจีนอยู่เสมอ ราวกับเป็นตัวละครร่วมในทุก ๆ เรื่องราว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่ชาวจีนมีต่อสินค้าชนิดนี้ค่อนข้างสูง ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่ารังนกก็เข้ามามีบทบาทในหน้าประวัติศาสตร์ของไทย และประเทศใกล้เคียง ณ ช่วงใดช่วงหนึ่งนับตั้งแต่จีนเริ่มขยายอิทธิพลผ่านการค้าสำเภาแล้ว ยิ่งไปกว่านั้น ความเป็นได้ดังกล่าวอาจพิจารณาได้จาก ค่านิยมและความเชื่อเกี่ยวกับรังนกที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน ที่ถูกทิ้งเป็นร่องรอยทางความคิด ผ่านกระบวนการปลูกฝังและพัฒนาเป็นความเชื่อไปจนถึงวัฒนธรรมการบริโภคในลักษณะคล้าย ๆ กันในแทบทุก ๆ พื้นที่ที่อารยธรรมของจีนอย่างกรายไป ตัวอย่างส่วนหนึ่งที่สามารถนำมาพิจารณาประกอบแนวคิดนี้ เช่น มุมมองทางความเชื่อของคนไทยเกี่ยวกับสรรพคุณของรังนก ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับการนำไปใช้เพื่อการรักษา หรือใช้เป็น "ยา" มากกว่าวัตถุประสงค์อื่น เฉกเช่น สิ่งศักดิ์สิทธิ์ วัตถุมงคล หรือวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหาร ที่อาจพบเจอได้บ่อยกว่าในกรณีที่เป็นผลิตผลจาก

สัตว์ป่าประเภทอื่น ๆ ไม่เพียงเท่านี้ หลักฐานทางโบราณวัตถุจำพวกเครื่องปั้นดินเผาสมัยราชวงศ์ซ้อง (พ.ศ. 1503-1822) ราชวงศ์หมิง (พ.ศ. 1911-2187) และราชวงศ์ชิง (พ.ศ. 2179-2454) ในบริเวณชุมชนแหล่งรังนก (เกษม จันทรดำ, 2560) ยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ หรือการแลกเปลี่ยนของผลประโยชน์บางอย่างระหว่างไทยกับจีน ได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยังขาดหลักฐานที่สามารถยืนยันได้ว่าการขนส่งรังนกให้กับประเทศจีนในช่วงเวลาดังกล่าวจริงหรือไม่ (ภัทรกร วันวงษ์, 2558) การวิเคราะห์บทบาทเริ่มต้นของรังนกในประเทศไทยจึงอาจเป็นเรื่องยากที่จะวินิจฉัย แต่ด้วยบริบท และข้อบ่งชี้ที่กล่าวมานี้ การอนุมานว่ารังนกเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยกว่าหลายร้อยปีจึงอาจเป็นสมมติฐานที่มีความเป็นไปได้สูง

นอกเหนือจากฐานะทางสินค้าเพื่อการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศแล้ว รังนกของไทยยังอยู่ในฐานะเครื่องบรรณาการ (tribute) เพื่อเจริญสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน จากเรื่องราวที่ได้ถูกบันทึกโดย เดอ วีเซ ที่ได้เล่าถึงเหตุการณ์เมื่อครั้งที่ราชทูตโกษาธิบดี (ปาน) ได้เดินทางไปประเทศฝรั่งเศสเพื่อถวายพระราชสาส์นของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแก่พระเจ้าหลุยส์ที่ 14 และได้ขอเข้าเฝ้าพร้อมถวายรังนกนางแอ่น แก่สมเด็จพระอนุชาธิราชของพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 เพื่อทดลองเสวยรักษาพระโรค หลังทราบถึงอาการพระประชวร (ญาดา ประภาพันท์, 2534) รวมถึงเหตุการณ์บางส่วนที่อาจเชื่อได้ว่ารังนกไทยเคยถูกใช้เป็นเครื่องราชบรรณาการให้กับจักรพรรดิหย่งเล่อ แห่งราชวงศ์หมิง ผ่านการเดินทางของขันทีเจิ้งเหอ (Admiral Cheng Ho) ที่นำกองทัพเรือท่องไปบริเวณน่านน้ำของประเทศต่าง ๆ และได้แวะเข้ากรุงศรีอยุธยาในการสำรวจทะเลครั้งที่ 2 (ภัทรกร วันวงษ์, 2558) ถึงแม้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์จะไม่ได้บันทึกชัดเจนว่า กรุงศรีอยุธยาได้มอบรังนกเป็นหนึ่งในเครื่องราชบรรณาการเพื่อแสดงสัมพันธ์ไมตรีไว้จริงหรือไม่ (Medway, 1963) แต่ด้วยการปกครองในขณะนั้นมีพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์กลางอำนาจ ทรัพยากรที่ผลิตได้ในอาณาจักรจำเป็นต้องถวายแก่กษัตริย์และรวบรวมเข้ากรุงศรีอยุธยา จึงเป็นไปได้ว่ารังนกอาจถูกนำไปใช้ถวายแก่องค์จักรพรรดิเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวในบางโอกาสอยู่เช่นกัน

ถึงแม้รังนกอาจได้รับการยกย่องให้เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงมิตรไมตรีหรือความปรองดองของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่สำหรับภายในประเทศกันเองแล้ว รังนกอาจถือเป็นสัญลักษณ์ของสงครามและความขัดแย้ง เนื่องจากหลายร้อยปีที่ผ่านมา บทบาทรังนกค่อย ๆ วิวัฒนาการตามยุคสมัยและรูปแบบการปกครองที่เปลี่ยนแปลงไป และถึงแม้ในรายงานการศึกษาหลาย ๆ ชิ้นอาจให้ข้อมูลเรื่องลำดับของเวลาที่ไม่ตรงกันบ้าง ส่วน

หนึ่งเป็นเพราะว่ายังขาดหลักฐานที่สามารถระบุช่วงเวลาที่เราเริ่มเก็บรังนก ค้าขาย และส่งออกได้อย่างชัดเจน แต่ถ้าหากยึดตามข้อคาดคะเนก่อนหน้านี้ว่า การส่งออกรังนกน่าจะเริ่มขึ้นในช่วงเดียวกับที่ประเทศจีนเริ่มทำการค้าขายทางเรือสำเภา ดังนั้นการเก็บรังนก และการค้าขายรังนกภายในประเทศ จึงอาจเริ่มขึ้นก่อนที่จะเกิดการแลกเปลี่ยนหรือส่งออกไปยังต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้อาจหาข้อสนับสนุนได้ยาก เนื่องจากมีความเป็นไปได้ว่า รังนกในสมัยนั้นยังไม่ได้มีการพิจารณาถึงคุณค่าหรือฐานะต่างจากสินค้าเกษตรกรรมชนิดอื่น ๆ จึงสามารถพิจารณาได้ว่า บทบาทแรกเริ่มของรังนก อาจตั้งต้นจากการเป็นทรัพยากรร่วม (Common resource) ที่ไม่มีคุณลักษณะของการกีดกัน (Non-Excludable) แต่มีความเป็นปรปักษ์ต่อการบริโภค (Rival) โดยคาดการณ์ได้ว่าบทบาทดังกล่าวดำเนินมาตั้งแต่อดีตจวบจนสมัยสุโขทัยซึ่งเป็นยุคที่ยังมีการค้ากันอย่างเสรี ต่อมา เมื่อระบบการปกครองเริ่มเข้าสู่ระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ รังนกจึงได้เปลี่ยนสถานะไปอยู่ในรูปแบบของส่วย ในช่วงที่อาณาจักรยี่ดระบบศักดินาเป็นใหญ่ อันมีพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์กลางของอำนาจ ซึ่งนักประวัติศาสตร์เชื่อว่าเริ่มต้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา เรื่อยมาจนถึงสมัยกรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ครั้นเมื่อเข้าสู่สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 รังนกจึงได้ถูกจัดให้อยู่ในประเภทสินค้าที่จัดเก็บเป็นภาษีอากร หรืออยู่ในรูปของตัวเงินมากขึ้น โดยสาเหตุการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สถานะของรังนกสอดคล้องกับบริบทในสมัยนั้นที่ต้องแปลงสินทรัพย์ให้อยู่สภาพคล่องสูง และหลังจากนั้นเป็นต้นมา รังนกยังคงอยู่ในฐานะสินค้าที่ต้องมีการจัดเก็บภาษีอากรมาโดยตลอด เพียงแต่ว่า อาจมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องในการเข้าถึงรังนกไปตามยุคสมัย ทั้งนี้ก็เพื่อรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ของรัฐ เอกชน และความมั่นคงของประเทศ (ภัทรกร วันวงษ์, 2558)

ภาพรวมของรังนกในอุตสาหกรรมโลก

ยังไม่มีหลักฐานที่สรุปได้แน่ชัดว่าการค้าขายรังนกในตลาดโลกนั้นเริ่มขึ้นเมื่อใด แต่จากข้อสันนิษฐานที่หลากหลายของบรรดาผู้เชี่ยวชาญ แนวคิดทั้งหมดต่างบ่งชี้ไปยังประเทศจีน โดยพยานแวดล้อมที่เก่าแก่ที่สุด ช่วยให้คาดการณ์ได้ว่า จีนทำการค้ากับต่างประเทศมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 10 แล้ว (เกษม จันทรด่ำ, 2560) และจนถึงทุกวันนี้ ด้วยค่านิยม ความเชื่อ และสัญญาของการบริโภคที่สืบทอดต่อกันมา ชาวจีนจึงถือเป็นผู้บริโภครายใหญ่ในตลาดรังนกทั่วโลก และเป็นผู้มีบทบาทสำคัญของเศรษฐกิจรังนกในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การมีชาวจีนเป็นคู่ค้าสำคัญของไทยไม่ได้หมายความว่าสินค้าทั้งหมดจะส่งออกไปที่ประเทศจีนเพียงอย่างเดียว จากผลงานวิจัย

ของนักวิชาการบางชิ้น แสดงให้เห็นว่าจุดหมายปลายทางของรังนกไทยนั้นมีทั้งประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และฮ่องกง และในทำนองเดียวกัน ประเทศไทยก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการค้ากับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินเดีย และศรีลังกาด้วยเช่นกัน (Lau and Melville, 1994)

ผลการสำรวจราคารังนกจากแหล่งข้อมูลหลายช่องทาง พบว่า ราคาของรังนกถูกกำหนดด้วยปัจจัยหลายประการ ทั้งน้ำหนัก ขนาด รูปร่าง สิ่งเจือปน สี และสถานที่เก็บเกี่ยวรังนก โดยแหล่งขายแต่ละแหล่งมักมีการตั้งชื่อลำดับคุณภาพของรังนกต่างกันออกไป อาทิ A B C D และ E หรือ AAA AA A และ B แทนรังนกที่มีคุณภาพดีที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุดตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การตั้งเกณฑ์คุณภาพของการซื้อขายรังนกที่แตกต่างกัน ทำให้ราคาซื้อขายระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ถึงกระนั้น ด้วยค่านิยมและราคาซื้อขายที่ปรากฏในตลาด ช่วยชี้ให้เห็นว่า รังนกที่มีราคาสูง มักเป็นรังนกที่มีขนาดใหญ่ มีลักษณะรูปทรงแบบครึ่งถ้วย (Half-cup) และไม่มีสิ่งเจือปน ส่วนกรณีของสีนั้น เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับสายพันธุ์ของนกและบริบทอื่น ๆ รวมด้วย ซึ่งโดยทั่วไปรังนกสีขาว ที่เกิดจากนกแอ่นกินรัง จะมีราคาสูงกว่ารังนกสีดำ ที่เกิดจากนกแอ่นรังดำหรือนกแอ่นหางสีเหลี่ยม แต่สีของรังนกที่มีราคาสูงที่สุดตามที่เคยบันทึกไว้ คือรังนกที่มีสีส้มแดงหรือ “สีแดง” ซึ่งหาได้ยาก จนเคยสร้างความเชื่อผิด ๆ ให้หลายคนเข้าใจว่าสีดังกล่าวมาจากเลือดของนก ทั้งที่ความจริงแล้ว เป็นเพียงปฏิกิริยาทางเคมีที่เกิดขึ้นในถ้ำนกเท่านั้น (Thorburn, 2014) สำหรับกรณีของสถานที่เก็บเกี่ยวรังนก ถือเป็นปัจจัยที่ถูกขับเคลื่อนในลักษณะที่คล้ายกันกับกรณีของสี กล่าวคือทั้งคู่ต่างถูกกำหนดด้วยความเชื่อว่าสิ่งหนึ่งแตกต่างจากอีกสิ่งหนึ่ง และในความแตกต่างนั้น มีสิ่งหนึ่งที่ดีกว่าอีกสิ่งหนึ่ง เช่นเดียวกับที่ผู้บริโภคเชื่อว่ารังนกสีขาวดีกว่าสีดำอันใด รังนกที่เก็บเกี่ยวจากถ้ำหรือแหล่งธรรมชาติย่อมดีกว่ารังนกที่เก็บเกี่ยวจากแหล่งเลียนแบบธรรมชาติ (รังนกบ้าน) ฉะนั้น

จากรายงานวิจัยของเกษม จันทรดำ (2560) ที่เก็บและรวบรวมข้อมูลธุรกิจและการจัดการธุรกิจในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ส่งออกรังนก 5 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย ได้ข้อสังเกตประการหนึ่งว่า ประเทศเหล่านี้ต่างถูกครอบงำด้วยความเชื่อและวัฒนธรรมการบริโภครังนก (เกษม จันทรดำ, 2560) จนทำให้จีนสามารถยกระดับตนเองให้อยู่ในฐานะผู้ผูกขาดการบริโภคได้ แต่ด้วยกำลังการผลิตที่ดูเหมือนจะไม่เคยเพียงพอต่อความต้องการ (Thorburn, 2014) ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2500 แต่ละประเทศเริ่มตัดสินใจดำเนินนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าในระดับโลก ด้วยการนำแนวคิดแบบทุนนิยมมาปรับใช้ใน

ทุกภาคส่วน ผลลัพธ์ที่ได้คือ การเจริญเติบโตทางธุรกิจของภาคเอกชน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมรังนกในหลายประเทศ (ยกเว้นประเทศฟิลิปปินส์) ได้รับการต่อยอดและขยายให้กว้างขวางและครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานยิ่งขึ้น ตั้งแต่รับเหมาก่อสร้างบ้านนก รับทำความสะอาดรัง บรรจุผลิตภัณฑ์ เรือไปจนเปิดหลักสูตรสอนทำธุรกิจหรือในบางประเทศลงทุนธุรกิจให้ครบวงจร เพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์รังนกพร้อมรับประทาน (เกษม จันทรดำ, 2560) ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนทำเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก และแสวงหาผลตอบแทนจากภาวะของตลาดที่เป็นอยู่ให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่พึ่งพิงธรรมชาตินั้นไม่ต่างจากความสัมพันธ์เชิงปรสิต (Parasitism) ที่มีธรรมชาติเป็นผู้ถูกอาศัย (Host) งานวิจัยหลายชิ้นอ้างถึงเหตุการณ์ในช่วง พ.ศ. 2540-2550 ในทำนองเดียวกันว่า จำนวนประชากรนกแอ่นกำลังลดลงอย่างเห็นได้ชัด จนถึงระดับที่เกิดการสูญพันธุ์ในบางพื้นที่ โดยสาเหตุสำคัญมาจากการแสวงหาและกอบโกยผลประโยชน์จนเกินควร (Lau and Melville, 1994) และอาจรวมไปถึงกระบวนการเก็บเกี่ยวรังนกที่ไม่ได้มาตรฐานจนทำให้ธรรมชาติเสียสมดุล (Gausset, 2004) ไม่เพียงเท่านั้น ข้อมูลส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นไปพร้อมกันว่า มนุษย์ยังคงมีอาจเรียนรู้ถึงบทเรียนที่เกิดขึ้น เพราะมีรายงานว่า ด้วยประชากรของนกที่ลดต่ำลง รังนกที่เก็บเกี่ยวและส่งออกจึงน้อยลงตามไปด้วย จากสถานะของตลาดที่ได้เกริ่นไว้แล้วว่าอุปสงค์ของรังนกมีมากกว่าอุปทานอยู่เสมอ เมื่อปริมาณอุปทานของรังนกลดลง จึงทำให้ราคาของรังนกเพิ่มสูงขึ้น และกลายเป็นแรงจูงใจให้บุคคลภายนอกเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ จนเพิ่มอัตราการเสียชีวิตจากการเก็บรังนก ทั้งลูกนกและผู้เก็บเกี่ยวไปพร้อม ๆ กัน แม้ในบางประเทศจะออกมาตรการควบคุมและป้องกันการเก็บเกี่ยวนอกฤดูกาลเพื่อรักษาสมดุลของธรรมชาติไว้ แต่ด้วยอำนาจการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวดและเด็ดขาดกลับกลายเป็นการซ้ำเติมเหตุการณ์เหล่านี้ให้เลวร้ายยิ่งกว่าเดิม (Good and Wong, 1969) เหตุการณ์เหล่านี้ดำเนินไปจนกระทั่งมีการดำเนินงานเพื่อขอให้บรรจุนกแอ่นลงในบัญชีหมายเลข 2 ของอนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดพันธุ์สัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้จะสูญพันธุ์ (The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora: CITES) โดยมีเป้าหมายว่าจะยกระดับความเข้มงวดของข้อตกลง และการตรวจสอบให้สูงขึ้น โดยมีได้ห้ามการซื้อขายรังนกในระดับนานาชาติแต่ประการใด ทั้งนี้ก็เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุก ๆ ฝ่ายไว้ (Thorburn, 2014)

แต่สำหรับอีกด้านหนึ่งของตลาด อุปสงค์ในตลาดรังนกถูกกำหนดด้วยผู้ซื้อจำนวนน้อยราย โดยมีจีนและฮ่องกงเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภครายใหญ่ (รัชดาพร ศรีภิบาล, 2542) ทั้งสองประเทศจึงอยู่ในสถานะเสมือนผู้ผูกขาดทางการค้า และมีอำนาจต่อรองสูง นอกจากนี้ สถานการณ์ภายในประเทศของทั้งคู่ อาทิ เศรษฐกิจ สังคม และ

การเมือง ยังสามารถสร้างผลกระทบต่อมูลค่ารังนกในตลาดรังนกโลกได้ด้วยเช่นกัน ดังเหตุการณ์ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2449 ที่จีนประกาศยกเลิกการสกัดเลือกการขาการแบบเก่า ส่งผลให้มูลค่าการซื้อขายรังนกเพื่อนำไปเป็นของกำนัลหรือสินบนแก่เจ้าหน้าที่ลดลงเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ มูลค่าของรังนกยังผันแปรไปตามปัจจัยภายนอก หรือความสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ ที่จีนและฮ่องกงมีต่อต่างประเทศด้วยเช่นกัน อาทิ อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน สงคราม หรือแม้แต่วาระเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การระบุถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ของรังนก ยังคงมีอาจไปได้ไกลกว่าทฤษฎีพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ ตรรกะที่แหล่งข้อมูลที่เก็บและรวบรวมการซื้อขายรังนกในแต่ละประเทศจะหาทางกำจัดความไม่สมบูรณ์และข้อกังขาที่ปรากฏและซ่อนอยู่ในรายงานที่เผยแพร่จวบจนปัจจุบัน บทวิเคราะห์ใด ๆ ที่สามารถรวบรวมได้จึงสามารถให้ประโยชน์ได้เพียงข้อสังเกต ที่มีความน่าเชื่อถือน้อยนิด จนไม่สามารถใช้เป็นข้อเท็จจริงเพื่อนำไปใช้คาดการณ์ หรือวางแผนรับมือกับความผันผวนในอนาคตได้

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างตลาด

ในส่วนของการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างตลาดนั้น ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยใน 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างตลาด

คำว่า “ตลาด” ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การที่ผู้ซื้อและผู้ขายได้ทำการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการกัน โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมีสถานที่ในการแลกเปลี่ยนหรือผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าจะต้องพบกัน ถ้าเกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการขึ้น ก็ถือได้ว่าเกิดตลาดในสินค้าและบริการนั้น ๆ แล้ว (นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2539)

โครงสร้างตลาด (market structure) หมายถึง ลักษณะการกระจายของการผลิตและจำนวนของหน่วยการผลิตในตลาด (size distribution of firms within the market) เช่น ลักษณะการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ ลักษณะการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ส่วนแบ่งตลาดของหน่วยผลิตในตลาด เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้ว การพิจารณาเพื่อจำแนกว่าอุตสาหกรรมของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นมีลักษณะโครงสร้างแบบใด มักจะพิจารณาจากปัจจัยหลัก คือ จำนวนและขนาดของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด ลักษณะสินค้าและบริการของผู้ขายแต่ละรายที่และความสามารถในการทดแทนกันของสินค้าและบริการอื่น อุปสรรคหรือความ

ยากง่ายในการเข้าและออกตลาดของผู้ขาย และความสมมาตรของข้อมูล โดยในทางเศรษฐศาสตร์สามารถแบ่งตลาดตามโครงสร้างออกเป็น 4 ประเภท (วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล, 2538) ได้แก่

- 1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (perfectly competitive market)
- 2) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (monopolistic competition market)
- 3) ตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly market)
- 4) ตลาดผูกขาด (monopoly market)

ลักษณะโครงสร้างตลาดที่สำคัญในตลาดแต่ละประเภทสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1: ลักษณะของโครงสร้างตลาดประเภทต่าง ๆ

ประเภทของตลาด	จำนวนผู้ขาย	ลักษณะสินค้าและบริการ	ความขึ้นอยู่กับกันของผู้ขายในตลาด	อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด
1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์	จำนวนมาก	สินค้าและบริการเหมือนกัน สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์	ไม่มี	ไม่มีอุปสรรค
2. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด	จำนวนมาก	สินค้าและบริการแตกต่างกันเล็กน้อย สามารถทดแทนกันได้บ้าง	ไม่มี	เข้าสู่ตลาดได้ค่อนข้างง่าย
3. ตลาดผู้ขายน้อยราย	จำนวนน้อยราย	สินค้าและบริการแตกต่างกันเล็กน้อย สามารถทดแทนกันได้	มี	เข้าสู่ตลาดได้ค่อนข้างยาก
4. ตลาดผูกขาด	รายเดียว	สินค้ามีความแตกต่าง ไม่มีสินค้าทดแทน	ไม่มี	เข้าสู่ตลาดได้ยาก หรือไม่สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้เลย

ที่มา: วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล (2538)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแข่งขัน

พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตมี 2 รูปแบบหลัก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) คือ

1) พฤติกรรมการแข่งขันโดยใช้ราคา (Price Competition) เป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของผู้ผลิต ที่จะดำเนินนโยบายต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการ เช่น การกำหนดราคา การให้ส่วนลด เป็นต้น โดยระดับการแข่งขันทางด้านราคาจะมีความรุนแรงมากน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด ต้นทุนการผลิต และพฤติกรรมการบริโภคของผู้ซื้อ

2) พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านที่ไม่ใช่ราคา (Non-Price Competition) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ (เกรียงไกร เตชกานนท์, 2551 อ้างถึงใน นริศรา สนเอี่ยม, 2552) ดังนี้

2.1) การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ การสร้างสินค้าและบริการให้มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นในด้านกายภาพและคุณภาพ

2.2) การแข่งขันด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Chanel of Distribution) คือ การขยายช่องทางสถานที่ หรือแหล่งจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึง หรือเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น

2.3) การแข่งขันด้านโฆษณา (Advertising) คือ กลยุทธ์ของผู้ผลิตในการชักจูงหรือดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าและบริการ ผู้ผลิตจะตัดสินใจทำโฆษณาโดยจะพิจารณาจากลักษณะของเส้นอุปสงค์ต่อสินค้า โดนสินค้าที่ถูกทำโฆษณามักจะเป็นสินค้าที่มีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป และเป็นราคาที่ทำให้ผู้ผลิตมีกำไร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ 3 เกณฑ์หลัก ได้แก่ 1.) SWOT Analysis, 2) PEST Analysis และ 3) Five Forces Analysis

1) การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในธุรกิจ (SWOT analysis)

SWOT Analysis เป็นแนวคิดของ (Humphrey, 2005) ที่อธิบายการวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็ง (strengths) และจุดอ่อน (weakness) และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ของธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ตลอดจนเป็นตัวกำหนดทิศทางในการดำเนินงานของธุรกิจ (รัตยา ไกรสัย, 2554) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1) จุดแข็งหรือจุดเด่น (strengths) เป็นปัจจัยที่เป็นจุดเด่น หรือข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของธุรกิจ โดยธุรกิจจะต้องทำการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากจุดแข็งนั้นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจของตน

1.2) จุดอ่อนหรือจุดด้อย (weakness) เป็นปัจจัยที่เป็นจุดด้อย หรือข้อด้อยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของธุรกิจ โดยเป็นสิ่งที่ธุรกิจจะต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อขจัดข้อด้อยต่าง ๆ ให้หมดไป เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจ

1.3) โอกาส (opportunities) เป็นปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ของธุรกิจ ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจในการเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานของธุรกิจนั้น ๆ โดยธุรกิจจะต้องทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบที่เป็นประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงาน และใช้โอกาสนั้นในการเสริมสร้างให้ธุรกิจแข็งแกร่งขึ้น

1.4) อุปสรรค (threats) เป็นปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ของธุรกิจอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจทั้งในทางตรงและทางอ้อม โดยปัจจัยเหล่านั้น อาจจะทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจไม่มากนักน้อย ธุรกิจจึงจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับตัวจึงให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญอุปสรรคดังกล่าวได้

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาคที่มีความสำคัญ คิดค้นโดย Francis J. Aguilar ในปี 1967. (นัสสุ คูสุวรรณ, 2554) เป็นการวิเคราะห์ที่อาจก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ ระดับอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการ และต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ โดยประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

2.1) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal: P) เช่น นโยบายทางภาษี เสถียรภาพทางการเมือง ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ ข้อจำกัดในการควบรวมกิจการ เป็นต้น

2.2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic: E) เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ การค้าระหว่างประเทศ ดุลการค้า และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

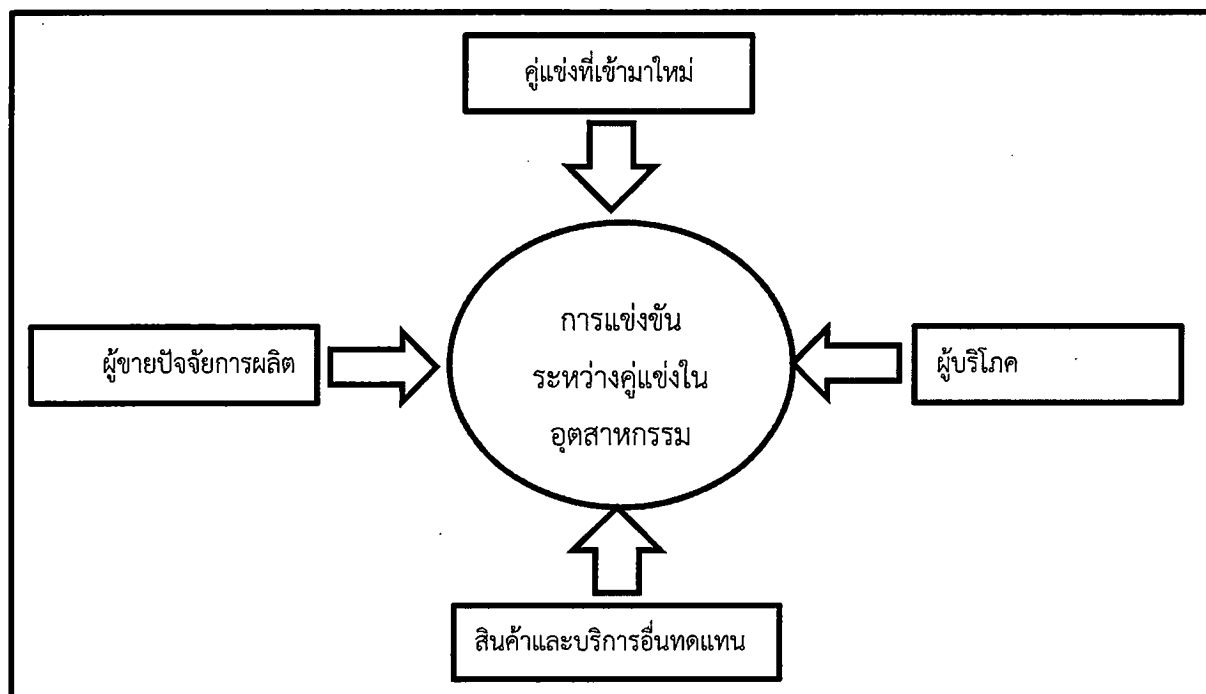
2.3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture: S) เช่น ภาษา วัฒนธรรม แนวโน้มทางด้านประชากรศาสตร์ มาตรฐานการศึกษา และระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ เป็นต้น

2.4) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology: T) เช่น แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ ระบบอินเทอร์เน็ต และการถ่ายทอดด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

3) การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Analysis)

Michael Porter's (1980) ได้คิดการวิเคราะห์ปัจจัย 5 ประการ โดยการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของการทำธุรกิจและอุตสาหกรรมนั้น ๆ จะทำให้ธุรกิจสามารถปกป้องตนเองให้พ้นจากสิ่งรอบข้างที่มีผลต่อการทำธุรกิจ และสามารถทนแรงผลักดันจากด้านต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย โดยระดับความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจะถูกกำหนดด้วยแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces) ได้แก่

ภาพที่ 1: แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces)



ที่มา: Porter's Five Forces

3.1) อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้าใหม่ (Threat of new entrants)

เป็นการวิเคราะห์ว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากน้อยเพียงใด หากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่าย ก็จะทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบได้ง่าย เนื่องจากการที่มีผู้เข้าสู่ตลาดใหม่จะทำให้มีการแข่งขันมากขึ้น เพราะทุกธุรกิจต่างต้องมีความพยายามที่จะสร้างส่วนครองตลาด (รัตยา ไกรสัย, 2554)

สุพานี สฤษณ์วานิช (2550) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีโอกาสเข้าสู่อุตสาหกรรมว่ามี 2 ปัจจัย ได้แก่

1. อุปสรรคกีดขวางการเข้าสู่อุตสาหกรรม ประกอบด้วย

- การประหยัดจากขนาด (economies of scale) จากการมีต้นทุนสินค้าต่อหน่วยที่ลดลงจากการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มาก ก็จะทำให้ได้ราคาที่ถูกลง ดังนั้นผู้ประกอบการรายเดิมจะมีความได้เปรียบผู้ประกอบการรายใหม่ที่ผลิตสินค้าในจำนวนที่น้อยกว่า

- ความภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) การที่อุตสาหกรรมนั้นมีลูกค้าที่มีความภักดีในตราสินค้า จะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยาก

- เงินลงทุน (capital requirement) อุตสาหกรรมที่จำเป็นจะต้องใช้เงินลงทุนสูง เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมยา วิชาโรค ฯลฯ ก็จะเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการรายใหม่ในการเข้าสู่ตลาด เงินลงทุนในที่นี้ไม่เพียงแต่เงินลงทุนในด้าน สถานที่ อาคาร เครื่องจักร แต่ยังรวมถึง เงินลงทุนในสินค้าคงเหลือ การโฆษณา และการวิจัยเพื่อพัฒนาด้วย

- การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย (access to distribution) การมีช่องทางจำหน่ายที่จำกัดก็จะเป็นอุปสรรคต่อการเข้าตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่

- ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงในการใช้สินค้า (switching cost) ถ้าผู้บริโภคมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงในการใช้สินค้าสูง จะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด

- นโยบายรัฐบาล หากรัฐบาลไม่มีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมนั้น ๆ หรือมีการออกข้อจำกัดหรือข้อห้ามเป็นจำนวนมาก ก็จะเป็นการยากที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่ตลาด เช่น ข้อจำกัดในการให้สัมปทานในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

- ข้อได้เปรียบในด้านอื่น ๆ เช่น การมีแหล่งซื้อวัตถุดิบที่มีราคาถูก การมีทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า การเป็นเจ้าของเทคโนโลยี และมีการดำเนินธุรกิจมานานจนเกิดประสบการณ์เรียนรู้ (learning effect) เป็นต้น

2. การป้องกันหรือตอบโต้ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม โดยปกติแล้วมักจะใช้การลดราคา (Price Cutting) ให้ต่ำที่สุด เพื่อกันผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด ซึ่งระดับการป้องกันหรือตอบโต้ของผู้ที่อยู่

ในอุตสาหกรรมจะขึ้นอยู่กับการเจริญเติบโต อัตราการทำกำไรของอุตสาหกรรมนั้น อุตสาหกรรมที่มีการเติบโต มีอัตราการทำกำไรได้ดี จะมีการตอบโต้ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมน้อยกว่าอุตสาหกรรมที่ไม่เติบโตแล้ว หรือกรณีที่มีผลกำไรตกต่ำ นอกจากนี้ ความเข้มแข็งของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมก็เป็นอีกปัจจัยในการตอบโต้ต่อผู้ประกอบการรายใหม่ หากผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งและใส่ใจต่อธุรกิจก็จะมีการปกป้องอุตสาหกรรมและมีการโต้ตอบอย่างเต็มที่

3.2) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (bargaining power of suppliers)

เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่จำหน่ายวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตให้กับธุรกิจของเรา ถ้าธุรกิจมีการพึ่งพาจากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งมากเกินไป ก็มีความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น เพราะหากผู้ผลิตรายนั้น ไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ หรือทำการเพิ่มราคา หรือลดคุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย ก็ส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจเราทันที

3.3) อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (bargaining power of buyers)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงระดับอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ หากอุตสาหกรรมนั้นมีการแข่งขันที่สูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมาก ก็อาจจะส่งผลกระทบทางลบทำให้ธุรกิจมีรายได้และส่วนแบ่งตลาดลดลง โดยปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองมากได้แก่

- ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการในสัดส่วนปริมาณมาก
- มีผู้ผลิตหรือผู้ขายจำนวนมากในตลาด รวมไปถึงการที่ผู้บริโภคมีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้า บริการและผู้ผลิตหรือผู้ขาย
- มีสินค้าหรือบริการทดแทนอื่น ที่ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกอื่นมากในการตัดสินใจบริโภค
- ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าและบริการ (switching cost) ต่ำ ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของผู้ผลิตหรือผู้ขายรายอื่นได้ง่าย

3.4) อุปสรรคจากการมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (threat of substitute products)

เป็นการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการของธุรกิจนั้น มีสินค้าและบริการอื่นที่สามารถเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของธุรกิจ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยวิธีการที่คล้ายกับวิธีการที่อุตสาหกรรมเดิมตอบสนอง ซึ่งอาจส่งผลกระทบทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการ รวมไปถึงส่วนแบ่งการตลาดลดลงในอนาคต

3.5) การแข่งขันระหว่างธุรกิจ (rivalry among existing firms)

เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันและตลาดเดียวกัน เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมาก จะส่งผลทำให้กำไรของอุตสาหกรรมนั้นลดลง

สุพานี สุธงษ์วานิช (2553) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม ได้ดังนี้

- จำนวนของคู่แข่ง หากมีคู่แข่งจำนวนมาก แต่ละธุรกิจย่อมมีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ ออกมาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้ ก็ยิ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น
- อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม หากมีอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมมากทำให้มียอดขายเพิ่ม
- อุปสรรคกีดขวางการออกจากอุตสาหกรรม เช่น การมีข้อตกลงกับสหภาพแรงงานในการจ่ายชดเชยที่สูง การมีต้นทุนในการลงทุนที่สูง เป็นต้น
- ความภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) หากผู้บริโภคมีความภักดีในตราสินค้าสูง ก็จะทำให้มีการแข่งขันน้อย
- กำลังการผลิตส่วนเกิน หากอุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตส่วนเกิน การแข่งขันของอุตสาหกรรมก็จะรุนแรง
- ต้นทุนคงที่และต้นทุนในการเก็บรักษาของธุรกิจ
- คู่แข่งมีเป้าหมายกลยุทธ์ที่หลากหลาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการและกลยุทธ์การตลาด

1) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps marketing mix strategy)

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) คือ กลุ่มประเภทของเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจหรือกิจการต่าง ๆ สามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมายได้ (Phillip Kotler, 2006) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมทางการตลาด (promotions) แต่สำหรับธุรกิจบริการจะมีเพิ่มเติมขึ้นอีก 3 ประการ คือ บุคลากร (people) กระบวนการให้บริการ (process) และ ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ธนาวุฒิ ศุภางค์รัตน์, 2551)

1.1) ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้าที่ธุรกิจนำมาเสนอขายให้ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับได้ ธุรกิจจึงต้องพิจารณาถึงถึงขอบเขตการบริการ คุณภาพและระดับของการบริการ ราคาสินค้า การรับประกันและการบริการหลังการขาย เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมองเห็นคุณค่าและได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

1.2) ราคา (price) หมายถึง คุณค่าของการบริการซึ่งผู้บริโภครับรู้ได้ในรูปแบบของตัวเงิน โดยผู้บริโภคจะเลือกบริโภคบริการต่าง ๆ จากการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ธุรกิจจึงควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมต่อการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างกันและระดับการให้บริการ

1.3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) หมายถึง ทำเลหรือที่ตั้งของธุรกิจหรือกิจการ และความง่ายในการเข้าถึงบริการของผู้บริโภค ทั้งทางกายภาพ และช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เป็นอีกปัจจัยที่ธุรกิจหรือกิจการต้องให้ความสำคัญ

1.4) การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ธุรกิจหรือกิจการใช้ติดต่อสื่อสารกับตลาดและผู้บริโภค เพื่อที่จะต้องการแจ้งข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์สิ่งต่าง ๆ ผ่านทางการโฆษณา กิจกรรมส่งเสริมการขาย และอื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.5) บุคลากร (people) หมายถึง พนักงานหรือผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่ผลิตและขายผลิตภัณฑ์บริการ โดยธุรกิจหรือกิจการจะต้องทำการคัดเลือก ฝึกอบรม และรักษาระดับคุณภาพการบริการของบุคลากรในธุรกิจให้อยู่ในระดับคงที่ เพื่อให้สามารถสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการได้แตกต่างจากคู่แข่ง

1.6) ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อม บรรยากาศ การตกแต่งทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ เช่น การเลือกใช้สี แสงและเสียงภายในร้าน รูปแบบการแต่งกายของพนักงานให้บริการ เป็นต้น

1.7) กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง วิธีหรือกระบวนการในการให้บริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว หรืออื่น ๆ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจต่อบริการนั้น ๆ

จากการศึกษาทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตลาดนั้น ผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์ภายใต้กรอบของทฤษฎีดังกล่าว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรังนก

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมรังนกในมิติทางด้านเศรษฐศาสตร์นั้นถือว่า มีจำนวนน้อยมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะศึกษารังนกในเชิงวิทยาศาสตร์และระบบนิเวศวิทยา

สำหรับความสำคัญของรังนกที่มีต่อเศรษฐกิจนั้น สามารถกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมรังนกทั้งรังนกบ้านและรังนกถ้ำก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในพื้นที่ของการประกอบการธุรกิจรังนกเป็นอย่างมาก สามารถสรุปเป็นประเด็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากอุตสาหกรรมรังนกได้ดังนี้ (กนกวรรณ ชาติสุวรรณ, 2553)

1. ทำให้เกิดการจ้างงานในระดับท้องถิ่นในกระบวนการต่าง ๆ
2. ทำให้เกิดอุตสาหกรรมโรงงานแปรรูปรังนกเป็นผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ
3. ทำให้มีการเคลื่อนย้ายเงินทุนของระบบการเงิน
4. ทำให้รัฐบาลมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีอากรและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรังนก
5. ทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ
6. เป็นฐานเงินทุนที่ส่งเสริมระบบธุรกิจเอกชนและอุตสาหกรรมอื่น ๆ
7. ทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชน
8. ทำให้เกิดการแข่งขันการผลิตคุณภาพสินค้ารังนก
9. มูลของนกแอ่นสามารถใช้ทำเป็นปุ๋ยชีวเคมีทางการเกษตร
10. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะที่เป็นแหล่งผลิตรังนกที่มีคุณภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารังนกในด้านสังคมศาสตร์นั้น สามารถพิจารณาได้ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ การจัดเก็บภาษีอากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรังนก และกฎหมายต่าง ๆ ที่มีผลบังคับในการประกอบธุรกิจรังนก

ในส่วนแรกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีอากรของธุรกิจรังนกนั้น มีงานวิจัยที่ศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรังนกในภาคใต้ของประเทศไทยโดยรัชดาพร ศรีภิบาล (2542) ซึ่งศึกษาถึงความสำคัญของรังนกต่อเศรษฐกิจในภาคใต้ของประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2310-2482 โดยศึกษาตั้งแต่กระบวนการเก็บรังนกจนถึงขั้นตอนของการส่งออก โดยมีคนในพื้นที่เข้าไปรวบรวมรังนก มีผู้ประกอบการลงทุนเข้าไปลงทุนทำอากรรังนกและดำเนินธุรกิจการค้ารังนก และมีภาครัฐเข้าไปจัดเก็บเงินอากรรังนกอีกต่อหนึ่ง โดยพบว่าผลิตผลรังนกเป็นสินค้าป่าของภาคใต้ ซึ่งถูกส่งออกไปค้ายังตลาด รับซื้อโดยชาวจีนเป็นระยะเวลานานแล้ว

โดยรายได้จากการค้ารังนกได้กระจายไปอยู่กับผู้รวบรวมรังนก ผู้ประกอบการลงทุน และรัฐ โดยในระยะแรก ๆ นั้น คนในพื้นที่ภาคใต้ได้เข้าไปรวบรวมรังนกมาค้าขายเอง รัฐไม่ได้เข้ามายุ่งเกี่ยวกับรายได้แต่อย่างใด จนกระทั่งรัฐที่กรุงธนบุรีและกรุงเทพฯ เริ่มเห็นความสำคัญของรายได้จากการค้ารังนก และมีความพยายามที่จะดึงรายได้ส่วนนี้เข้ามาเป็นของตน แต่ก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่ เพราะประสบปัญหาด้านการจัดการปกครองหัวเมืองภาคใต้ ดังนั้น ระหว่าง พ.ศ. 2310-2434 รัฐจึงใช้วิธีดึงรายได้จากการค้ารังนกผ่านทางเจ้าเมืองในหัวเมืองภาคใต้และผู้ประกอบการลงทุนท้องถิ่น ด้วยการให้สิทธิจัดเก็บรังนก โดยเจ้าเมืองและนายทุนต้องแบ่งรายได้จากการค้ารังนกบางส่วนให้กับรัฐระหว่าง พ.ศ. 2435-2482 ผลปรากฏว่ารัฐได้ดึงรายได้จากการค้ารังนกเข้ามาอย่างเต็มที่ โดยผ่านระบบการประมูลอากรรังนก ผู้ที่เข้ามาจัดทำผลิตผลรังนก มีหน้าที่ต้องส่งเงินอากร รังนกให้กับรัฐตามจำนวนเงินที่ได้ประมูลไว้ ส่วนรัฐจะไม่เข้ามายุ่งเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการค้ารังนกเลย ผู้ประกอบการลงทุนต้องดูแลด้วยตนเองทุกขั้นตอนตั้งแต่การรวบรวมผลิตผลรังนก การขนส่งสินค้ารังนก และคอยติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดรับซื้อ และราคาสินค้ารังนกภายนอกประเทศอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสองประการหลังนี้คือตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการลงทุนได้กำไรและขาดทุน เพราะรายได้จากการค้ารังนก มาจากการค้า กับตลาดรับซื้อสินค้ารังนกภายนอกประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดรับซื้อจากประเทศจีนและฮ่องกง ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตลาดทั้งสองแห่งนี้ จะมีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้ารังนกของภาคใต้เสมอ นอกจากจะต้องให้เงินอากรรังนกกับรัฐแล้ว ผู้ประกอบการลงทุนยังต้องแบ่งรายได้จากการค้ารังนกมาให้กับผู้รวบรวมรังนก เป็นค่าจ้างที่มารวบรวมรังนก ให้ด้วย ซึ่งการให้เงินค่าจ้างแก่ผู้รวบรวมผลิตผลรังนก เกิดขึ้นในช่วงเดียวกับที่รัฐอนุญาตให้ผู้ประกอบการ ลงทุนเข้ามาจัดทำผลิตผลรังนก กล่าวได้ว่า รายได้จากการค้ารังนกที่กระจายไปอยู่กับผู้รวบรวมผลิตผลรังนก ผู้ประกอบการลงทุนและรัฐนี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า รัฐเป็นผู้ที่ได้รับรายได้จากการค้ารังนกอย่างง่ายดายที่สุด เนื่องจากไม่ต้องลงทุนใด ๆ เลย ในขณะที่ผู้ประกอบการลงทุนจะได้รับรายได้จากการค้ารังนกก็ต่อเมื่อเข้ามา ลงทุนและจัดเก็บรังนก ส่วนผู้รวบรวมรังนกคือผู้ที่ได้รับรายได้น้อยที่สุด โดยจะได้รับรายได้เฉพาะในช่วงที่ รวบรวมรังนกให้กับผู้ประกอบการลงทุนเท่านั้น

ในขณะเดียวกัน ถึงแม้ว่าการประกอบการธุรกิจรังนกบ้านจะสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ แต่ว่าการประกอบการธุรกิจรังนกบ้านยังอาจจะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น เหตุเดือดร้อนรำคาญ สุขภาวะของประชาชนในพื้นที่ หรือมลภาวะต่าง ๆ ที่เกิดจากนกแอ่น ดังนั้นการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ในชุมชนอาจจะต้องใช้มาตรการทางกฎหมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.

2522 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ข้อบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งกฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่นำมาปรับใช้เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวไม่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อควบคุมกิจการเฉพาะด้านแตกต่างกันออกไป ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในชุมชนจากการอาศัยของนกแอ่นกินรังเป็นการเฉพาะ

ส่วนของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจรังนกจะมีหลัก ๆ อยู่ 2 ฉบับคือ (1) พระราชบัญญัติอากรรังนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 และ (2) พระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 ซึ่งการตีความกฎหมายว่าการประกอบธุรกิจรังนกนอกเขตสัมปทานนั้น เป็นกระทำผิดข้อกฎหมายของพระราชบัญญัติอากรรังนกอีแอ่นที่ให้สิทธิแก่ผู้ได้รับสัมปทานรังนก เพื่อละเว้นในความผิดในฐานการเก็บหรือครอบครองรังนกจากพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจสัมปทานรังนกจะถูกคุ้มครองโดยกฎหมายทั้งสองฉบับนี้ แต่ในส่วนของผู้ประกอบการรังนกบ้าน จะมีความผิดในส่วนของการเก็บและครอบครองรังของนกอีแอ่น โดยจะมีความผิดทั้งทางแพ่งและอาญา (สิริรัตน์ พรหมวัลย์, 2559 และ ภัทรพร วันวงษ์, 2554)

กฎหมายต่าง ๆ ที่สามารถนำมาบังคับใช้กับธุรกิจรังนกบ้าน เช่น พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

กนกวรรณ ชาติสุวรรณ (2553) ศึกษาถึงปัญหาการใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการทำรังนกบ้าน โดยพบว่ากฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันที่นำมาปรับใช้กับปัญหาดังกล่าว ไม่ว่าจะกฎหมายระดับพระราชบัญญัติหรือกฎหมายลำดับรองเช่น กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง หรือเทศบัญญัติต่าง ๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อควบคุมกิจการเฉพาะด้านแตกต่างกันออกไป ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในชุมชนจากการอาศัยของนกแอ่นกินรังเป็นการเฉพาะ จึงควรมีกฎหมายเพื่อกำหนดมาตรฐานในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในชุมชนจากการอาศัย ของนกแอ่นกินรังให้เป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการป้องกันการควบคุมและการจัดการในการดำเนินกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรถอดถอนนกแอ่นกินรังออกจากบัญชีสัตว์ป่าคุ้มครองหรือกำหนดชนิดของนกแอ่นกินรังให้เป็นชนิดของสัตว์ป่าคุ้มครองที่เพาะพันธุ์ได้ เนื่องจากจำนวนของนกแอ่นกินรังที่ได้อพยพและเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการอาศัยอยู่ในชุมชนซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันเพื่อให้มีการจัดการกิจการที่มึนกแอ่นกินรังอาศัยในอาคารสิ่งก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในชุมชนให้มีประสิทธิภาพ
2. ควรมีกฎหมายเพื่อกำหนดมาตรฐานในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในชุมชนจากการอาศัยของนกแอ่นกินรัง โดยการออกเป็นกฎหมายลำดับรองหรือมาตรฐานต่าง ๆ ตามกฎหมายที่นำมาปรับใช้อยู่ในปัจจุบันเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบกิจการ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการดังกล่าวได้ถือปฏิบัติตาม โดยให้อำนาจหน่วยงานส่วนท้องถิ่นของชุมชนออกข้อกำหนดท้องถิ่นในการควบคุมกิจการการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินหรือการกำหนดเขตพื้นที่ (zoning) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านอาคารสถานที่ สุขลักษณะอนามัยและเหตุเดือดร้อนรำคาญ
3. การทำแผนการดำเนินการหรือแผนจัดการความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นเงื่อนไขพิเศษในการประกอบการขออนุญาต
4. การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ การกำหนด ค่าธรรมเนียมการจัดการ ค่าธรรมเนียมการใช้ ค่าภาษีการปล่อยมลพิษ ค่าปรับ
5. กำหนดให้มีการประเมินผลกระทบทางสุขภาพเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะให้มีการประกอบการ ธุรกิจรังกบ้านดังกล่าวภายในชุมชนเพียงใด
6. การสนับสนุนส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและจิตสำนึกของประชาชนที่อาศัยในชุมชนที่จะร่วมกันคุ้มครองสิ่งแวดล้อมชุมชนจากการอาศัยของนกแอ่นกินรัง

แต่ทั้งนี้มาตรการทางกฎหมายอย่างเดียวไม่ใช่เครื่องมือที่จะใช้แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชนได้ทั้งหมด แต่เป็นเพียงส่วนที่เสริมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในชุมชนจากการอาศัยของนกแอ่นกินรังเท่านั้น ซึ่งการใช้วิธีการใด ยังต้องขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของชุมชนนั้นว่าจะเหมาะสมที่จะใช้วิธีการใด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับผู้ประกอบการรังกได้อย่างยั่งยืน

ตามรายงานวิจัยที่ปรากฏในหนังสือชาติพันธุ์ รังก เอเซียตะวันออกเฉียงใต้ของเกษม จันทรดำ (2560) ที่ศึกษาบทบาทของรังกที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในแต่ละประเทศที่ทำธุรกิจรังกในแถบเอเชีย

ตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทยที่นอกจากแต่ละประเทศล้วนต้องเผชิญการถูกรบอบงำทางความคิด ผ่านความเชื่อและวัฒนธรรมการบริโภคที่ชาวจีนมีต่อรังนกแล้ว ทรัพยากรธรรมชาติที่มีมูลค่ามหาศาลนี้ยังผลักดันให้พวกเขาต้องประสบกับวิวัฒนาการของการ “หาผลประโยชน์” ผ่านการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับบทบาทของรังนกในลักษณะคล้าย ๆ กัน กล่าวคือ ด้วยวงจรธรรมชาติของนกแอ่นสัตว์ปีกขนาดเล็กเหล่านี้เลือกที่จะใช้ชีวิตตามถ้ำตามแนวชายฝั่งทะเล ทรัพยากรธรรมชาติดังเช่นรังนกนี้ จากข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ในประเด็นของเศรษฐกิจ กรรมสิทธิ์ กฎหมาย และการเมือง ที่เกี่ยวข้องกับรังนกของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5 ประเทศดังกล่าว สามารถตั้งข้อสังเกตถึงความเกี่ยวพัน และพลวัตของแต่ละมิติที่ในลักษณะคล้าย ๆ กัน โดยมีจุดร่วมอยู่ที่ข้อสันนิษฐานความเป็นมาของการเก็บเกี่ยวรังนกที่เชื่อว่า เดิมรังนกอยู่ในฐานะของทรัพยากรร่วม หรือเป็นทรัพยากรที่มีชุมชนโดยรอบเป็นเจ้าของร่วมกัน จนกระทั่งจีนเริ่มขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมและความเชื่อผ่านการค้า คุณค่ารังนกจึงถูกยกระดับให้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญเพื่อการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศ เมื่อเวลาผ่านไป สถานะของรังนกจึงกลายเป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มคน ตามรูปแบบการปกครองของระบอบศักดินาที่นิยมใช้ (ยกเว้น ฟิลิปปินส์ ที่ไม่มีหลักฐานบ่งชี้ถึงอิทธิพลของระบอบดังกล่าว) โดยรังนกในช่วงยุคสมัยเหล่านี้ มักถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือเพื่อผลประโยชน์ตามแต่ละวัตถุประสงค์ของผู้มีอำนาจ ครั้นเมื่อระบอบดังกล่าวถึงวาระสิ้นสุด ผลกระทบใด ๆ ที่ยังคงอยู่จากการกอบโกยผลประโยชน์เหล่านั้น จะค่อย ๆ หลอมรวมเข้ากับบริบทในมิติต่าง ๆ ก่อนจะสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะจำเพาะของแต่ละพื้นที่ โดยยังคงสถานะของรังนกไว้เป็นศูนย์กลางของการแสวงหาผลประโยชน์ของผู้คนสืบไป (เกษม จันทรดำ, 2560)

หนึ่งในความสัมพันธ์หลายประการที่เปลี่ยนแปลงไป แต่สามารถสังเกตและจำแนกได้เด่นชัด คือระบบสิทธิสำหรับการจัดการทรัพยากรรังนก ซึ่งแบ่งเป็นแบบกรรมสิทธิ์ร่วม และแบบสิทธิเชิงเดี่ยวหรือแบบเบ็ดเสร็จเด็ดขาด โดยในกรณีหลัง สามารถพบได้ทั้งกรณีที่แหล่งทรัพยากรรังนกถูกผูกขาดโดยหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งจะเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมผ่านการสัมปทาน กับอีกกรณีหนึ่งที่แหล่งทรัพยากรถูกผูกขาดโดยบุคคลหรือตระกูล ซึ่งจะกีดกันและปิดกั้นการมีส่วนร่วมและการเข้าถึงโดยสมบูรณ์ ทั้งนี้ สิทธิในการครอบครองในแต่ละประเทศอาจมีได้หลากหลาย ดังที่สามารถพบได้ในอินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ที่ใช้ระบบการครอบครองทั้ง 2 รูปแบบแต่การจัดกระจายไปตามพื้นที่ ในขณะที่ประเทศไทยปรากฏให้เห็นเพียงระบบสิทธิเชิงเดี่ยว ส่วนเวียดนามมีเพียงระบบผูกขาดเชิงบุคคลหรือตระกูลซึ่งสืบทอดผ่านทางสายเลือดเพียงเท่านั้น (เกษม จันทรดำ,

2560) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีหลักฐานทางวิชาการชิ้นใดที่ให้เห็นได้ถึงความแตกต่างของการใช้ระบบสิทธิการครอบครองถ้ำร้างนกที่ปรากฏให้เห็นอยู่ที่นี่ มีความสัมพันธ์หรือได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านใด ยกเว้นในกรณีของบ้านนกหรือตึกนก ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายส่งเสริมธุรกิจของภาครัฐที่ต้องการสนับสนุนและผลักดันขีดความสามารถในการแข่งขันในภาคเอกชนให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ (เกษม จันทรดํา, 2560) กรณีดังกล่าว ระบบสิทธิและการครอบครองบ้านนกหรือตึกนก จึงอยู่ในระบบสิทธิเชิงเดียว โดยมีกรรมสิทธิ์ผูกกับตัวบุคคลอย่างชัดเจน

ดังที่กล่าวอ้างไว้แล้วว่า ระบบกรรมสิทธิ์แบบกีดกันและปิดกั้นนั้นปรากฏอยู่ในทุก ๆ ที่ รูปแบบพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการนับพวกหรือแบ่งชนชั้นจึงเกิดขึ้นอย่างเลี่ยงไม่ได้ ปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมจึงค่อย ๆ วิวัฒนาการสร้างความเหลื่อมล้ำขึ้นมาในสังคม โดยมีชาติพันธุ์ สายเลือด และทุนทรัพย์ เป็นเขตแดนที่แยกคนในสังคมเดียวกันให้กลายเป็นคนแปลกหน้า คอยผลักไสไล่ส่งหรือบีบคั้นให้อีกฝ่ายต้องอยู่ในภาวะจำยอมหรือไร้ทางเลือก กระบวนการต่อต้านของผู้ถูกกดขี่หรือคนชายขอบแห่งอำนาจจึงค่อย ๆ ปรากฏขึ้น โดยรูปแบบของการต่อต้านของผู้ที่ถูกแบ่งแยกนั้นสามารถแสดงออกมาได้หลากหลาย ตามบริบทของสังคมที่พึงกระทำได้ ตั้งแต่ตติจินนิทา โจรกรรม อาชญากรรม ไปจนถึงฆาตกรรม หรือสงครามแย่งชิงรังนกดังที่เกิดขึ้นในประเทศไทย (เกษม จันทรดํา, 2560) อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ยังไม่มีงานศึกษาหรืองานวิจัยชิ้นที่สามารถประเมินหรือคาดการณ์ได้เลยว่า สภาพสังคมที่มีรังนกเป็นศูนย์กลางนี้ สมควรที่จะอยู่ในระดับที่เป็นภัยต่อคนรอบข้างได้หรือไม่ แนวโน้มต่อไปจะเป็นเช่นไร ควรยกประเด็นใดเป็นสำคัญ และจะดีกว่าหรือไม่หากทุกฝ่ายจะหันมาช่วยเหลือกัน

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่าตลาดรังนกนั้นถูกผูกขาดโดยผู้ซื้อ โดยมีจีนและฮ่องกงเป็นผู้บริโภครายใหญ่ของโลก ประเทศผู้ผลิตที่รวมถึงไทยจึงมีอำนาจต่อรองในมืออยู่เพียงเล็กน้อย แต่ยังคงเผชิญกับภาวะแข่งขันค่อนข้างสูงในตลาดระหว่างประเทศ แต่ในขณะที่ประเทศไทยยังคงวนเวียนอยู่กับความขัดแย้งและการแก่งแย่งผลประโยชน์ บทความวิชาการบางชิ้นได้เผยให้เห็นบ้างแล้วว่า งานวิจัยเพื่อการพัฒนาตลาดรังนกของมาเลเซียกำลังก้าวหน้าไปไกลและค่อนข้างกว้างขวาง (Ramlan, Aini, and Jalila, 2018) ซึ่งพอจะแสดงให้เห็นถึงการเตรียมตัวเพื่อเป็นผู้ค้าหรือผู้ผลิตรายใหญ่ในเวทีโลก โดยยกเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นสำคัญ เหตุผลส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะบทเรียนที่ได้รับจากประเทศจีน จากการถูกพบว่ารังนกของประเทศมาเลเซียมีระดับปนเปื้อนจากไนเตรทค่อนข้างสูง จนนำไปสู่การสั่งห้ามนำเข้าในปี พ.ศ. 2554 (Thorburn, 2015) สถานการณ์เช่นนี้จึงทำให้คาดการณ์ได้ว่าประเทศอินโดนีเซียที่เคยเผชิญกับสถานการณ์ในลักษณะเดียวกัน อาจกำลังเรียนรู้และยกระดับ

งานวิจัยไปได้ไกลไม่ต่างจากมาเลเซีย แต่ถึงอย่างไร แม้ข้อมูลมานี้จะยังบกพร่อง และขาดข้อมูลที่น่าเชื่อถืออีกมาก แต่อย่างน้อยที่สุด บทเรียนข้างต้นได้ชี้ให้เห็นทั้งแนวทางและสถานการณ์ที่แต่ละประเทศควรเตรียมรับมือกับการแข่งขันในตลาดโลก และในขณะเดียวกัน งานศึกษาอีกส่วนหนึ่งได้เสนอแนวคิดในประเด็นอื่น ๆ ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีโอกาสหันมาพิจารณาร่วมกันอย่าง การกำหนดราคาและมาตรฐานของรังนก รวมไปถึงจำนวนประชากรและสายพันธุ์ของนกแอ่น ที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ในอนาคต ดังกรณีตัวอย่างที่เกิดขึ้นในลักษณะคล้ายคลึงกัน อย่าง แซลมอน (Looi and Omar, 2016; Thorburn, 2014) เป็นต้น

สมาชิกผู้ประกอบการรังนกบ้าน

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ธุรกิจรังนกบ้านเริ่มต้นจากธุรกิจเล็ก ๆ ในตำบลแห่งหนึ่ง จนตอนนี้มีผู้ประกอบการจำนวนมากลงทุนทำธุรกิจอยู่ทั่วประเทศ แต่ถึงแม้จะมีผู้คนเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้อยู่จำนวนมากมาย กลับไม่มีหลักฐานหรือบันทึกใด ๆ ที่สามารถเล่าถึงประวัติ และเรื่องราวการเปลี่ยนผ่านจากจุดเริ่มต้นจุดนั้นได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากข้อมูลที่รวบรวมมาจนถึงตอนนี้ กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรังนกบ้านสามารถรวบรวมสมาชิก จนสามารถก่อตั้งเป็นกลุ่มได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ กลุ่มสมาคม และกลุ่มชุมชน โดยเชื่อว่ากลุ่มสมาคมนั้นก่อตั้งมาจากผู้ประกอบการรุ่นบุกเบิกอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 สมาคม ได้แก่ สมาคมธุรกิจรังนกแอ่นไทย สมาคมการค้าผู้ผลิตและค้ารังนกแอ่นไทย และ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจรังนกแอ่น (ประเทศไทย) ส่วนกลุ่มชุมชนนั้นถูกก่อตั้งด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการช่วยเหลือและสนับสนุนสมาชิกในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นหลัก จึงมีลักษณะของการแบ่งแยกโดยปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มชุมชนรังนกบ้านดังกล่าว แบ่งออกได้เป็น 12 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มนกแอ่นตะวันตก จังหวัดราชบุรี
2. สมาคมการค้ารังนกแอ่นไทย อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
3. ชมรมนกแอ่นกระบี่ จังหวัดกระบี่
4. ชมรมนกแอ่นปัตตานี จังหวัดปัตตานี
5. ศูนย์รวบรวมรังนกแอ่นอันดามัน จังหวัดตรัง

6. ตลาดกลางรั้งนกหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
7. กรุงเทพมหานครประมูลรั้งนก กรุงเทพฯ
8. สมาคมการค้าผู้ผลิตและค้ารั้งนกแอ่นไทย อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
9. ชมรมนกแอ่นสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
10. สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจรั้งนกแอ่น (ประเทศไทย) และกลุ่มนกแอ่นตะวันออก จังหวัดจันทบุรี
11. ชมรมนกแอ่นจังหวัดชุมพร จังหวัดชุมพร
12. ชมรมนกแอ่นมาบอำมฤต อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

นอกจากวัตถุประสงค์เพื่อการรวบรวมสมาชิกแล้ว สมาคมและกลุ่มชุมชนต่าง ๆ ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่เพื่อรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์สูงสุดของกลุ่มและสมาชิก ซึ่งโดยส่วนมาก แต่ละกลุ่มมักจะวางกรอบเพื่อกำหนดภารกิจเหล่านั้นไว้ในทิศทางคล้าย ๆ กัน ได้แก่ การผลักดันกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรั้งนกบ้านให้ถูกต้องตามกฎหมาย การอบรมทางวิชาการให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจบ้านนก เป็นผู้จัดเตรียมตลาดหรือลานประมูลรั้งนกให้แก่ผู้ประกอบการ และในบางครั้งยังรวมไปถึงการจัดงานการกุศลให้แก่ชุมชน โดยข้อกำหนดของการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสมาคม หรือสมัครสมาชิกล้วนสามารถกระทำได้ด้วยการชำระค่าสมาชิก ซึ่งมักถูกกำหนดไว้ 2 ทางเลือก คือ เป็นสมาชิกรายปี กับสมาชิกตลอดชีพ และมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 500 กับ 2,000 บาทตามลำดับ โดยสิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับการจากเป็นสมาชิก คือ สิทธิการเข้าร่วมลานประมูลในฐานะผู้ขาย และการละเว้นค่าใช้จ่ายสำหรับการเข้าอบรม

จึงเห็นได้ว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในกลุ่มมุ่งเน้นไปที่ความร่วมมือ ใกล้ชิด และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ในขณะที่ สถานภาพและความสัมพันธ์แบบข้ามกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มด้วยกัน กลับยังเต็มไปด้วยความคลุมเครือ แต่จากข้อสังเกตที่พิจารณาได้จากประชาสัมพันธ์เรื่องการอบรมที่แต่ละกลุ่มสรรหาและจัดเตรียมในแต่ละครั้ง สามารถนำมาแยกพิจารณาได้เป็น 2 ประเด็น ประเด็นแรกคือเรื่องหัวข้อการสัมมนา โดยมักพบว่าหัวข้อเหล่านั้น มักมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับขั้นตอนบางส่วนของกระบวนการผลิต อาทิ การปลูกสร้างบ้านหรือตึกนก ภูมิปัญญาชาวบ้านสำหรับเรียกนก ไปจนถึงการทำความสะอาดรั้งนก การ

อบรมหรือสัมมนาเหล่านี้จึงมักเป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) เสียส่วนใหญ่ โดยมีเนื้อหาที่เน้นไปยังการสร้างประโยชน์เฉพาะส่วนตนเป็นสำคัญ และถ้าหากพิจารณาผลกระทบในระยะยาวแล้ว สถานการณ์เช่นนี้ย่อมมีแนวโน้มที่จะสร้างความอสมมาตรของข้อมูลหรือช่องว่างขององค์ความรู้ระหว่างสมาชิกภายใน (ผู้เข้าอบรมกับผู้ไม่ได้เข้าอบรม) และสมาชิกข้ามกลุ่มให้กว้างขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นไม่สามารถขยายประเด็นไปที่การหาข้อมูลหรือหลักฐานมาอธิบายถึงสิ่งเกิดขึ้น หรือยังไม่ทราบแน่ชัดว่าหัวข้อการอบรมและสัมมนาที่ผ่านมาถูกกำหนดด้วยปัจจัยใดเป็นสำคัญ แต่ถึงอย่างไร หัวข้อการสัมมนาที่มุ่งเน้นเพื่อการอภิปราย หรือแลกเปลี่ยนความเห็น ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้คนในวงกว้างกลับยังไม่ปรากฏให้เห็นได้ชัดเท่ากับในอีกกรณีดังที่กล่าวมา

ประเด็นถัดมาคือค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมอบรม โดยจากข้อมูลที่ได้สำรวจ พบว่าอัตราค่าอบรมแต่ละครั้งค่อนข้างหลากหลาย ตั้งแต่ไม่เสียค่าใช้จ่ายจนถึงหลักพันบาท ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จึงอาจพิจารณาเป็นเสมือนต้นทุนแฝงของการทำธุรกิจชนิดนี้ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ต้นทุนดังกล่าวสามารถพิจารณาเป็น “ต้นทุนทางเลือก” โดยในบริบทนี้ ต้นทุนดังกล่าว หมายถึง ต้นทุนที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกได้ทั้ง จะยอมลงทุน ไม่ยอมลงทุน หรือจะยอมลงทุนให้กับอีกทางเลือกที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากการแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายทรัพย์สินกับองค์ความรู้ในของธุรกิจร้านค้า สามารถกระทำได้ 2 ประการ ประการแรกคือการเข้าอบรมตามที่สมาคมหรือชมรมเป็นผู้จัด (training) ประการที่สองคือการขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้คำปรึกษา (Consultant) ซึ่งทางเลือกทั้งสองต่างมีต้นทุนและผลประโยชน์ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเลือกแบกรับความเสี่ยงที่ต้องเผชิญต่างกันไปด้วย โดยข้อมูลส่วนหนึ่งที่ได้จากการสำรวจ พบว่า แม้การขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญจะช่วยให้ได้รับคำแนะนำ และวิธีการปัญหาที่ตรงจุด แต่ต้องเผชิญกับมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่สูงกว่า (ค่าอบรม ค่าดูแล ฯลฯ) และยังมีโอกาสที่จะพบผู้ไม่ประสงค์ดีหรือมีจรรยาบรรณต่ำเข้ามาด้วย ในทางตรงกันข้าม การเข้าอบรมหรืองานสัมมนาอาจสามารถหลีกเลี่ยงกรณีไม่พึงประสงค์เหล่านั้นได้ แต่ถ้าหากคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของสังคม ที่ยังไม่เอื้อให้การศึกษาและวิจัยเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ ผู้เข้าร่วมงานสัมมนาจึงอาจต้องคอยพิจารณาอยู่เสมอว่า องค์ความรู้ที่ได้รับมานั้น ได้ผ่านการศึกษาและทดสอบจนมีความน่าเชื่อถือมากพอหรือไม่ หรือเนื้อหาที่ต้องแลกมาด้วยเงินและเวลาเป็นเพียงผลสำเร็จที่ถูกกรองผ่านทัศนคติส่วนตัวของผู้บรรยาย ซึ่งไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจตนเองได้จริง

เมื่อพิจารณาประเด็นทั้งสองร่วมกับสถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมรังนก จึงดูเหมือนว่าการเคลื่อนไหวของธุรกิจรังนกบ้าน มุ่งเน้นไปที่การเตรียมการแข่งขันอย่างเต็มรูปแบบเพื่อรองรับภาวะการแข่งขันในตลาดเมื่อธุรกิจได้รับการรับรองทางกฎหมาย แต่ด้วยความไม่สมบูรณ์พร้อมของการวางแผนหรือการสร้างข้อตกลงในหมู่ผู้ประกอบการ และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ได้รับการเยียวยาในบางพื้นที่ต่างดำเนินไปในลักษณะเช่นนี้ การบรรลุเป้าประสงค์เพียงเพื่อผ่านการยอมรับทางกฎหมายเพียงมิติเดียว อาจสร้างผลกระทบเชิงลบและนำไปสู่ภาวะความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม และความบาดหมางกับผู้คนในสังคมโดยรอบต่อไปได้ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย ที่เป็นคู่แข่งของไทย และมีอินโดนีเซียเป็นผู้นำด้านการส่งออกรังนก (Looi & Omar, 2016; Ramlan, Aini & Jalila, 2018) จะพบว่ามุมมองที่มีต่อแผนการพัฒนาถูกแสดงออกมาในรูปแบบของการพัฒนาในภาพรวม และวางแผนการแข่งขันในระดับนานาชาติ มุมมองในลักษณะนี้ แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของการใช้ความร่วมมือเป็นองค์ประกอบสำคัญของแผนการ ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างอำนาจการต่อรองกับประเทศคู่ค้า และยกระดับมูลค่าของอุตสาหกรรมไปพร้อม ๆ กันแล้ว ยังอาจเพิ่มความเป็นไปได้ที่จะสร้างฐานตลาดใหม่ในอนาคต จากกรณีข้างต้น ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจรังนกบ้านในประเทศไทยจึงอาจต้องย้อนกลับมาพิจารณาและลำดับความสำคัญของภารกิจและแผนการในอีกหลายประเด็น อาทิ การสร้างกฎกติกาและมาตรฐานของธุรกิจรังนกบ้าน การกำหนดเป้าหมาย แผนการ และยุทธศาสตร์ของการทำธุรกิจทั้งในระดับปัจเจกและระดับประเทศ ในระยะสั้นและยาว นอกจากนี้ ยังอาจรวมไปถึงการเข้าไปรับรู้ รับฟังและแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชนแต่ละแห่งที่กำลังเผชิญอยู่ด้วย

อย่างไรก็ตาม วรรณกรรมปริทัศน์นี้ยังคงขาดความสมบูรณ์ค่อนข้างมาก เพราะมีข้อมูลสำคัญอีกหลายประการ อาทิ ต้นทุนการประกอบธุรกิจและรายได้ต่อปีของสมาชิก ปริมาณรังนกที่เก็บเกี่ยวได้ รวมไปถึงการจัดสรรงบประมาณของแต่ละสมาคม ล้วนถูกจำกัดการเข้าถึงหรือไม่ได้บันทึกข้อมูลไว้ อาจด้วยอุตสาหกรรมนี้ยังไม่อยู่ในสถานะที่สามารถเปิดเผยข้อมูลให้ได้รับรู้อย่างเป็นทางการ แต่ข้อมูลเหล่านี้ล้วนสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ หรือคาดการณ์แนวโน้มความก้าวหน้าของธุรกิจรังนกบ้านในประเทศ และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระดับภูมิภาค ถึงอย่างไร แม้ในภายภาคหน้าที่ข้อมูลเหล่านี้สามารถเปิดเผยให้รับรู้ได้ แต่จากสถานการณ์ที่ดำเนินอยู่ อาจยังไม่สามารถทำให้มั่นใจได้ว่า กฎหมายจะช่วยผลักดันให้ธุรกิจรังนกบ้านในประเทศไทยสามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ต้นทุนธุรกิจร้านค้า

บ้านนกหรือตึกนกเป็นสิ่งก่อสร้างที่สามารถพบเห็นได้ทั้งในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย (Thorburn, 2015) รวมไปถึงประเทศเพื่อนบ้านตามประเทศดังกล่าว ทั้งนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในประเทศไทยมักเริ่มต้นธุรกิจด้วยการก่อสร้างตึกหรืออาคารขึ้นมาใหม่ โดยสถานที่ที่ผู้ประกอบการนิยมไปปลูกสร้างมักอยู่ใกล้ชายฝั่งทะเล หรืออยู่ตามแนวเส้นทางบินของนก เพื่อเพิ่มโอกาสที่นกจะเข้าทำรัง ส่วนลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่พบเห็นโดยส่วนมากตามแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ มักเป็นอาคารแบบหอสถู ซึ่งมีตั้งแต่ 3 – 6 ชั้น มีลักษณะค่อนข้างทึบเมื่อมองจากภายนอก เนื่องจากจำเป็นต้องเลียนแบบบรรยากาศให้ใกล้เคียงกับถ้ำที่เป็นแหล่งอาศัยตามธรรมชาติของนกให้มากที่สุด เช่นเดียวกับภายในอาคาร ที่จำเป็นต้องออกแบบโครงสร้างให้ล้อเลียนกับธรรมชาติที่นกมักทำรังอยู่ตามผนังถ้ำ ติดตั้งอุปกรณ์และเครื่องกระจายเสียงเพื่อดึงดูดนก และจำลองสภาพอากาศให้เอื้ออำนวยต่อการเข้าอาศัยและทำรัง อันประกอบไปด้วย อุณหภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์ การไหลเวียนของลม และความเข้มข้นของแสง (Ibrahim, Teo & Baharun, 2009) จึงเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจประกอบไปด้วย ค่าที่ดิน ค่าก่อสร้าง อุปกรณ์ควบคุมสภาพอากาศภายใน ชุดเครื่องเสียงและลำโพง

จากนั้นจึงเข้าสู่ช่วงกระบวนการผลิตตามธรรมชาติของนก ซึ่งต้องใช้เวลาประมาณ 85 วัน นับตั้งแต่ช่วงเริ่มสร้างรัง ฟักไข่ ไปจนถึงลูกนกโตเต็มวัยและจากรังออกไป (Chua & Zukefli, 2016) ในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการดูแลทั้ง ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าแรงงาน (Mohd Shahwahid et al., 2012) และค่ารักษาความปลอดภัย สำหรับป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดจากฝีมือมนุษย์ (ขโมย หรือทำลายทรัพย์สิน) และจากธรรมชาติ (สัตว์ที่เป็นภัยต่อนก เช่น หนู)

ถัดมาคือการทำความสะดวก หรือการกำจัดสิ่งแปลกปลอมที่อยู่ในรังนก โดยจากงานศึกษาที่ปรากฏในปัจจุบันพบว่ากรรมวิธีดังกล่าวยังต้องพึ่งพาอาศัยแรงงานมากกว่าทุน หรือเทคโนโลยี ทำให้การดำเนินงานในส่วนนี้ต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน (Meng et al., 2017) ค่าใช้จ่ายส่วนนี้จึงเกิดจากค่าแรงงานเป็นส่วนใหญ่

ผลิตภัณฑ์ที่ได้หลังจากทำความสะอาด สามารถพิจารณาเป็นสินค้าที่พร้อมนำไปขาย ทั้งนี้ราคาของสินค้าเหล่านี้มักแตกต่างกันไปตามปัจจัยด้านคุณภาพ อาทิ ความสะดวก รูปทรง สี หรือแม้แต่พันธุ์นกที่สร้างรัง (Shukri et al., 2018) แต่การนำสินค้าเหล่านี้ไปขายได้มักเกิดขึ้นได้ 2 รูปแบบใหญ่ ๆ ได้แก่ ผู้ซื้อกับผู้ขายติดต่อกันโดยตรงกับผู้ขายติดต่อกับผู้ซื้อผ่านลานประมูล โดยในกรณีหลัง จะสามารถกระทำได้อีกต่อเมื่อผ่านการชำระค่าสมาชิกของ

กลุ่มหรือสมาคมผู้จัดลานประมูลเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อกำหนด เงื่อนไขหรือมาตรฐานการคัดกรองสินค้าของไทยยังด้อยกว่าต่างประเทศ อย่างอินโดนีเซีย หรือมาเลเซียค่อนข้างมาก (Mohd Shahwahid et al., 2012; Thorburn, 2014) อาจด้วยข้อพิพาทเกี่ยวกับสินค้านกที่เคยเกิดขึ้นระหว่างจีนกับประเทศทั้งสอง ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อกำหนดมาตรฐานสินค้าและการส่งออก ส่งผลให้ผู้ประกอบการของทั้งสองประเทศต้องแบกรับต้นทุนมากกว่าผู้ประกอบการของไทย

สำหรับการทบทวนวรรณกรรมด้านความคุ้มค่าในเชิงธุรกิจของการประกอบการธุรกิจรังนกบ้านนั้น ศรีนทิพย์ กนกทิพากร (2554) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบ้านนกในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความเหมาะสมแก่การประกอบธุรกิจรังนกบ้าน ด้านการตลาดซื้อขาย ผลผลิตยังคงมีความต้องการซื้อมากกว่าปริมาณเสนอขาย ส่งผลให้ราคาของรังนกบ้านมีมูลค่าสูง ส่วนผลการวิเคราะห์ทางการเงิน พบว่ามีความเป็นไปได้ทางการเงิน ณ ระดับอัตราคิดลดที่ร้อยละ 6.15 ต่อปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 6 ปี 10 เดือน ซึ่งถือว่าโครงการลงทุนธุรกิจบ้านรังนกขนาด 404.4 ตารางเมตร มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

นอกจากต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งมาพร้อมกับกระบวนการผลิต หรือปัญหาเรื่องผลกระทบภายนอกเชิงลบ (Negative Externalities) ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านรังนกเป็นผู้ก่อขึ้น โดยสร้างผลกระทบทั้งต่อตนเองและชุมชนหรือผู้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ มลพิษทางเสียง (ที่เกิดจากนก และอุปกรณ์กระจายเสียงของผู้ประกอบการ) มลพิษทางอากาศ (ที่เกิดจากสิ่งปฏิกูลของนก นำไปสู่การแพร่เชื้อโรคสู่ชุมชน และทำลายผลผลิตทางเกษตรกรรมในบางพื้นที่) (Chua & Zukefli, 2016) นอกจากนี้ การก่อสร้างบ้านนกหรือตึกนกนั้นหมายถึงการดึงดูดระบบนิเวศของนกเข้ามา ทำให้สิ่งมีชีวิตที่ได้ผลประโยชน์จากระบบนิเวศดังกล่าวถูกดึงดูดเข้ามาด้วย เพียงแต่ว่า สัตว์บางชนิดอาจให้โทษต่อคนรอบข้างด้วยเช่นกัน เช่น งู และสัตว์พาหะอื่น ๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่อุตสาหกรรมรังนกยังไม่ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ต้องเตรียมไว้เพื่อชดเชยค่าเสียหายทั้งหมดที่กล่าวมาจึงยังไม่มีบรรทัดฐานที่ชัดเจน ต้นทุนดังกล่าวจึงขึ้นกับข้อเรียกร้องและการเจรจาของผู้ได้รับผลกระทบข้างต้น

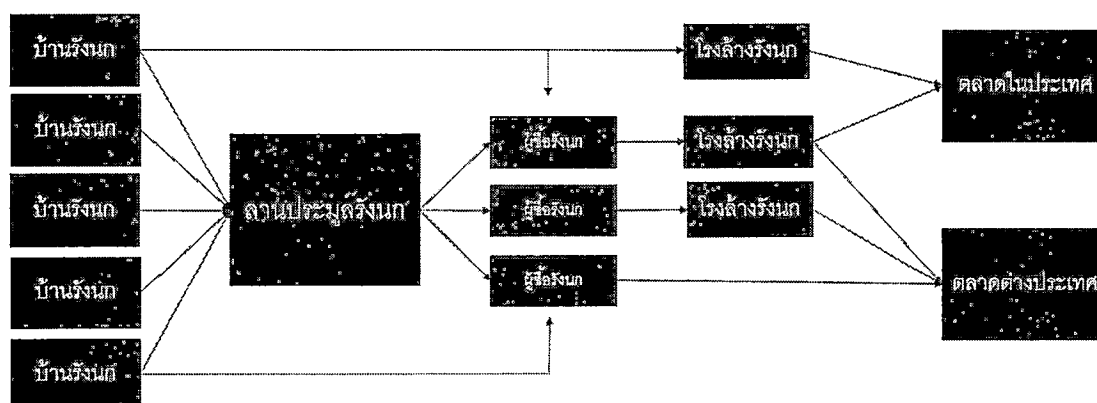
บทที่ 3

ผลการศึกษา: รังนกบ้าน

ขั้นตอนของการประกอบการธุรกิจรังนกบ้านในประเทศไทยนั้น จะเริ่มจากบ้านรังนก หรือคอนโดรังนกที่ผู้ประกอบการได้เลี้ยงนกนางแอ่นให้มาสร้างรังในสิ่งปลูกสร้างดังกล่าว จากนั้นผู้ประกอบการก็จะเก็บเกี่ยวผลผลิตรังนกของตนเพื่อไปนำไปที่ลานประมูลซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้ขายและผู้สนใจจะซื้อรังนกได้มาพบเจอกันและทำการซื้อขายรังนกด้วยวิธีการประมูล เมื่อผู้ซื้อได้ซื้อรังนกจากลานประมูลแล้ว เนื่องจากว่ารังนกที่ทำการซื้อขายกันนั้นยังเป็นรังนกดิบอยู่ ยังไม่ได้ผ่านกระบวนการทำความสะอาด จึงจำเป็นที่จะต้องนำรังนกดิบดังกล่าวเข้าสู่โรงล้างรังนกเพื่อทำความสะอาด กำจัดฝุ่นและสิ่งสกปรกต่าง ๆ ออกจากรังนก พร้อมทั้งจะนำไปจำหน่ายหรือส่งออกไปยังต่างประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 2

ภาพที่ 2: ขั้นตอนการประกอบธุรกิจรังนกบ้านในประเทศไทย

ตลาดรังนกบ้านในประเทศไทย



ที่มา: จากการค้นคว้าของผู้วิจัย

สถานการณ์ธุรกิจรังนกบ้านในประเทศไทย

ปัจจุบันรังนกบ้านในประเทศนั้นยังเป็นการดำเนินธุรกิจที่คลุมเครือ เนื่องจากยังไม่มีกฎหมายรองรับการประกอบธุรกิจ ด้วยปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ พระราชบัญญัติอากรรังนก ปีพ.ศ. 2540 ที่ได้ยกเว้นการเก็บรังนกให้แก่ผู้ได้รับสิทธิสัมปทานเท่านั้น ส่วนการประกอบธุรกิจบ้านรังนกยังไม่ถูกระบุอยู่ในกฎหมายแต่อย่างใด อีกทั้งนกก็อ่อนกินรังยังถูกบรรจุอยู่ในสัตว์ป่าสงวนตามพระราชบัญญัติสัตว์ป่าสงวน พ.ศ. 2535 ซึ่งการเก็บและครอบครองรังนกเปรียบเสมือนการของครองซากสัตว์ ซึ่งมีความผิดตามพระราชบัญญัติสัตว์ป่าสงวน อีกทั้งการตีความกฎหมายในรายละเอียดต่าง ๆ ยังคงคลุมเครือในหลายขั้นตอน

จำนวนการผู้ประกอบธุรกิจรังนกในปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า 10,000 แห่ง (จากสมาคมผู้ประกอบการรังนกบ้าน) ซึ่งกระจายตัวอยู่ในภาคใต้ รวมถึงจังหวัดเพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จันทบุรี ระยอง และตราด โดยพื้นที่ในการทำบ้านรังนกมีทั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนและพื้นที่เกษตร โดยบ้านรังนกที่อยู่ในเขตชุมชนมักจะถูกร้องเรียนในเรื่องของปัญหามลพิษรบกวน จากทั้ง เสียงร้องของนก มูลนก และเรื่องโรคที่มากับนกก็อ่อน

ปัจจุบันมีความพยายามในการผลักดันกฎหมายให้การประกอบธุรกิจรังนกบ้านนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีมาตรฐานในระดับที่ได้การรับรองจากประเทศจีน ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสส่งออกรังนกอ่อนกินรังไปยังประเทศจีนได้มากขึ้น และสามารถชิงส่วนแบ่งของตลาดจากประเทศผู้ส่งออกรังนกรายใหญ่ของโลก ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย

การกำหนดราคาและการสร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละขั้นตอน

ลักษณะการแบ่งราคาในการซื้อขายนั้นจะแบ่งได้ 2 แบบ คือ รังนกที่ยังไม่ทำความสะอาด (รังนกดิบ) และรังนกที่ทำความสะอาดแล้ว ในกรณีของรังนกที่อยู่ในสภาพรังนกดิบราคานั้นจะขึ้นอยู่กับรูปร่างและความสะอาดของรังนก (มีปริมาณขนนกน้อยตามธรรมชาติ) ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีเครื่องมือหรือเกณฑ์ที่แน่ชัดในการแบ่งเกรดของรังนกดิบ จึงทำให้การตัดสินใจราคาขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อผู้ขาย ส่วนรังนกที่ทำความสะอาดแล้วจะมีการแบ่งเกรดออกเป็น 3 ลักษณะ คือ รังนกที่มีสภาพเป็นรังเต็ม (รังจิก) จะมีราคาสูงที่สุด ต่อมาคือรังนกทรงปลาหมึก คือ รังนกที่มีขนาดไม่เต็มรัง และสุดท้ายคือรังนกที่ขึ้นรูปใหม่ คือ การนำเศษรังนกมารวมกันเป็นรูปทรงรังนก ซึ่งจะมีราคาน้อยที่สุด

การซื้อขายรังนกในปัจจุบันนั้นสามารถแบ่งช่องทางหลักได้ 2 ส่วน คือ การซื้อขายโดยตรง และการซื้อขายผ่านลานประมูล ซึ่ง 2 ลักษณะนี้มีความเหมาะสมกับขนาดของผู้ประกอบการ

ถ้าผู้ประกอบการมีขนาดใหญ่ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาลานประมูล เนื่องจากตนเองมีปริมาณสินค้าที่มากเพียงพอต่อผู้ซื้อ แต่ในผู้ประกอบการรายเล็ก การมีลานประมูลนั้นเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในการแลกเปลี่ยนสินค้าเพราะมีสินค้าจำนวนมากพอที่ผู้ซื้อไม่ต้องเดินทางไปรวบรวม

การสร้างมูลค่าของรังนกจะเริ่มจากการแปรรูปรังนกดิบให้เป็นรังนกที่สะอาดปราศจากขนนก ซึ่งในขั้นตอนนี้เรียกว่า การล้างรังนก กระบวนการการล้างรังนกจะทำในโรงงานทำความสะอาดรังนก หรือโรงล้าง ซึ่งจะต้องใช้แรงงานคนในการทำความสะอาด จากการสัมภาษณ์พบว่า แรงงาน 1 คนสามารถล้างรังนกได้โดยเฉลี่ยวันละ 100 กรัม เนื่องจาก เป็นงานที่ต้องใช้ความละเอียดและความชำนาญในการทำงาน ซึ่งค่าแรงที่จ้างแรงงานทำความสะอาดรังนกจะให้ตามปริมาณน้ำหนักรังนกที่ล้างได้ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่กิโลกรัมละ 4,000 – 7,000 บาท ขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของโรงงาน

ส่วนการนำรังนกไปแปรรูป โดยส่วนใหญ่มักจะใช้รังนกที่เป็นเศษรังไปใช้ เนื่องจากเป็นการประหยัดต้นทุน เพราะเศษรังนกมีราคาที่ถูกกว่ารังนกมาก โดยนิยมแปรรูปเป็นรังนกพร้อมดื่ม ซึ่งจะขายกันอยู่ที่ขวดละ 100 – 150 บาท โดยรังนกที่ขวดที่ปริมาณรังนกที่ผสมอยู่ประมาณ 3 กรัม และบางส่วนนำไปแปรรูปให้อยู่ในส่วนผสมของเครื่องสำอาง หรือสบู่รังนก

การรวมกลุ่มของผู้ผลิต

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการรังนกบ้านในประเทศไทยอยู่ในรูปแบบของสมาคม ซึ่งปัจจุบันมีสมาคมรังนกบ้านอยู่ทั้งสิ้น 3 สมาคม ประกอบไปด้วย สมาคมผู้ประกอบการรังนกแอ่น สมาคมการค้ารังนกแอ่นไทย และสมาคมการค้าผู้ผลิตและค้ารังนกไทย ส่วนใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อสมาชิกมากนัก และบทบาทของสมาคมนั้นยังไม่ชัดเจน ซึ่งบทบาทส่วนใหญ่ที่เห็นคือการเผยแพร่การทำธุรกิจรังนกบ้าน อบรมความรู้ให้แก่สมาชิกภายในกลุ่ม และเป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการรังนกบ้านในการแลกเปลี่ยนความรู้เพิ่มของสมาคม

ลานประมูล กระบวนการประมูล และโรงล้าง

สาเหตุของการเกิดลานประมูลรังนกมีอยู่ 2 สาเหตุด้วยกัน คือ 1) การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการบ้านรังนก เนื่องจากช่วงเวลาหนึ่งราคารังนกบ้านในประเทศไทยตกต่ำมากและผู้ประกอบการบ้านรังนกมักถูกพ่อค้าคนกลางกดราคารังนก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งลานประมูลรังนกขึ้น เพื่อรักษาราคากลางรังนกให้ไม่เสียเปรียบพ่อค้าคนกลาง และ 2) การรวมกลุ่มของพ่อค้าคนกลาง เนื่องจากที่ผ่านมาพ่อค้าคนกลางก็ต้องแบกรับต้นทุนในการเดินทางรับซื้อรังนกตามบ้านรังนกจังหวัดต่าง ๆ ดังนั้นพ่อค้าคนกลางจึงได้รวมกลุ่มจัดตั้งลานประมูลขึ้นมาเพื่อเป็นการลดภาระในการเดินทางของพ่อค้าคนกลางลงและผู้ประกอบการบ้านรังนกได้มารวมตัวเสนอขายรังนกในสถานที่เดียวกัน ซึ่งในปัจจุบันลานประมูลรังนกมีรูปแบบการประมูลที่คล้ายคลึงกันทั้งประเทศ

ขั้นตอนกระบวนการประมูลรังนกบ้าน เมื่อเจ้าของรังนกบ้านต้องการจะนำรังนกของตนเองมาเข้าลานประมูล จะต้องเสียค่าสมาชิกให้แก่ลานประมูล ซึ่งค่าสมาชิกจะแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่และบางพื้นที่ก็ไม่มีค่าสมาชิก และเมื่อผู้ประมูลสามารถประมูลรังนกได้แล้วจะต้องหักเงินส่วนหนึ่งของราคารังนกให้แก่ลานประมูลนั้น ๆ โดยทุกครั้งก่อนที่จะมีการประมูล จะมีการจองโควตาของรังนกที่จะเข้ามาทำการประมูล กระบวนการนี้มีไว้เพื่อจำกัดปริมาณรังนกเพื่อไม่ให้มากเกินไป เพราะอาจจะทำให้ราคาในการประมูลครั้งนั้นต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

ในวันที่ทำการประมูลรังนกนั้น รังนกจะต้องมีความชื้นและปริมาณตามเกณฑ์ที่ลานประมูลแต่ละที่กำหนดไว้ ความชื้นที่ใช้จะอยู่ที่ร้อยละ 25 เพราะถ้ารังนกมีความชื้นมากเกินไปรังนกจะมีน้ำหนักจากน้ำเพิ่มขึ้น ส่วนปริมาณที่กำหนด ส่วนใหญ่จะให้ใส่รังนกถุงละ 0.5 – 2 กิโลกรัม เนื่องจากถ้าน้อยเกินไป จะมีจำนวนถุงของรังนกที่ใช้ในการประมูลมาก ซึ่งทำให้การประมูลมีความล่าช้า ใช้เวลานาน ส่วนน้ำหนักที่มากเกินไปจะทำให้ผู้ซื้อรังนกไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพของรังนกได้ละเอียด

ขั้นตอนการประมูลรังนกจะใช้เครื่องแท็บเล็ต (tablet) ในการกรอกจำนวนเงินที่ผู้ประมูลต้องการจะจ่ายสำหรับรังนกหนึ่งถุง โดยโต๊ะที่ทำการประมูลจะแบ่งเป็นสองแถว ซึ่งรังนกจะเวียนผ่านผู้ซื้อเพียงครั้งเดียว แล้วให้ใส่ราคาเพียงครั้งเดียว ใครที่ใส่ราคาสูงที่สุดในถุงนั้นจะเป็นผู้ชนะการประมูลรังนกในถุงนั้น ๆ แต่ในกรณีที่ผู้เข้าร่วมประมูลเสนอราคาที่เท่ากันจะขึ้นอยู่กับดุลพินิจของกรรมการที่ทำการประมูล

เมื่อผู้ประมุขได้รับรังนกมาแล้ว ก็จะต้องนำรังนกดังกล่าวมาทำความสะอาดด้วยโรงงานที่รับทำความสะอาดรังนกแอน หรือที่เรียนสั้น ๆ ว่าโรงล้าง โรงล้างในปัจจุบันมีการทำมาตรฐานของโรงล้าง เช่น การขอมาตรฐานของอาหารและยา หรือขอมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งมีจำนวนมาก แต่ถ้าโรงล้างที่จะสามารถผ่านมาตรฐานในการส่งออกประเทศจีนนั้นจะต้องผ่าน มาตรฐาน AQSIQ (General Administration of Quality Supervision, Inspection, and Quarantine) ซึ่งในปัจจุบันมีการอนุญาตให้เพียง 2 แห่ง ได้แก่ บริษัท สยามรังนก ทะเลใต้ จำกัด และ บริษัท สยามรังนกสากล จำกัด

ในปัจจุบันจำนวนสมาคมผู้ประกอบการรังนกในประเทศไทยและลานประมุขมีการเพิ่มจำนวนมากขึ้น ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ที่มีบ้านรังนกประกอบการอยู่ โดยมีรายชื่อดังนี้

ชื่อสมาคมผู้ประกอบการรังนกในประเทศไทย

1. สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจรังนกแอน (ประเทศไทย) (2557)
2. กลุ่มนกแอนตะวันออก (2558)
3. สมาคมการค้าผู้ผลิตและค้ารังนกแอนไทย (2559)
4. กลุ่มนกแอนตะวันตก (ชมรมธุรกิจรังนกแอน ราชบุรี) (2560)
5. สมาคมการค้ารังนกแอนไทย (2561)
6. สมาคมการค้าธุรกิจรังนกแอนไทย (2562)
7. สมาคมบ้านรังนกแอนและสิ่งแวดล้อมไทย (2562)

ลานประมุขรังนกที่มีในประเทศไทย

1. ชมรมนกแอนปัตตานี (โรงเรียนเคชะปัตตนยานุกูล จังหวัดปัตตานี)
2. ชมรมนกแอนกระบี่ (โรงเรียนคลองท่อมราษฎร์รังสรรค์ จังหวัดกระบี่)
3. ชมรมนกแอนสุราษฎร์ธานี (โรงแรมดิโอวาเลย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี)
4. ชมรมนกแอนจังหวัดชุมพร (เพื่อนใจรีสอร์ท อำเภอมะเณร จังหวัดชุมพร)

5. ตลาดกลางรังนกหาดใหญ่ (สมาคม ปั่น ชั่น ชัก อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา)
6. กลุ่มนกแอ่นตะวันออก (ศูนย์อัญมณี จังหวัดจันทบุรี)
7. สมาคมการค้าผู้ผลิตและค้ารังนกแอ่นไทย (จังหวัดสุราษฎร์ธานี (โคออป))
8. สมาคมการค้ารังนกแอ่นไทย (โรงแรมสินสยามรีสอร์ท อำเภอแกลง จังหวัดระยอง)
9. ศูนย์เกษตรนกแอ่นประจวบคีรีขันธ์ (บ้านกลางอ่าว บีช รีสอร์ท จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)
10. กลุ่มนกแอ่นตะวันตก (โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี)
11. กรุงเทพมหานครประมูลรังนก (สมาคมนักเรียนเก่าอำนวยการศิลป์ กรุงเทพฯ)
12. บจก.ศูนย์รวบรวมรังนกแอ่นอันดามัน (หอประชุม ม.สงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง)
13. ตลาดกลางรังนกตราด (โรงเรียน ตราษตระการคุณ จังหวัดตราด)

ข้อมูลทีกล่าวนมา มีการนำข้อมูลมาจากโครงการ “ฟาร์มนกแอ่นกินรังในประเทศไทย ” ซึ่งมีการรวบรวมรายชื่อทั้งสมาคมผู้ประกอบการรังนกบ้าน และลานประมูลรังนก ซึ่งเห็นได้ว่า ลานประมูลและสมาคมนั้นจะอยู่ในพื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออก

ลักษณะของรังนก เกรด รูปลักษณะภายนอก

การแบ่งเกรดรังนกในปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานอย่างชัดเจน รังนกบ้านที่ขายกันในปัจจุบันจะแบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือ รังนกดิบ และ รังนกล้าง โดยที่เกรดของรังนกดิบจะขึ้นอยู่กับลักษณะรูปร่างของรังนก และปริมาณขนนกที่มี ซึ่งมีเพียงสองปัจจัยนี้ที่นำมาใช้ในการแบ่งเกรด

ลักษณะรูปร่างของรังนกบ้านจะแบ่งได้มี 3 ลักษณะ คือ เป็นรังสมบูรณ์ รังไม่สมบูรณ์ และ เศษรังนก โดยรังนกที่เต็มรังยังแบ่งได้อีกสามลักษณะ คือ รังนกแบบไม่มีมุม, รังนกแบบมุมปาน และรังนกแบบมุมฉาก ลักษณะรังนกดิบที่มีราคาสูงที่สุดคือ รังนกที่เต็มรังแบบไม่มีมุม และ มีปริมาณขนน้อย ซึ่งเมื่อนำไปล้างจะเป็นรังนกแบบรังจิกคือการใช้แปรงขัดขนออก จะทำให้ราคารังนกนั้นสูงกว่ารังนกแบบอื่น ๆ

โครงสร้างของต้นทุน เทคโนโลยี ทำเลที่ตั้ง

โครงสร้างของต้นทุนในการสร้างบ้านรังกาต้องใช้เงินทุนอย่าง 5 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดิน) ซึ่งจะเป็นการในการก่อสร้างบ้านขนาด 4 - 5 ชั้น ในขนาดประมาณ 16 ตารางวา โดยมีอุปกรณ์เบื้องต้นทั้งหมด และค่าใช้จ่ายต่อเดือนส่วนใหญ่เป็นค่าแรงของแรงงานในการทำความสะดวก และเก็บรังกา ซึ่งการทำความสะดวกบ้านจะอยู่ที่ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยการใช้แรงงานในการทำความสะดวกพื้นที่ที่มีมูลสัตว์ แต่คนที่ทำความสะอาดจะต้องเผชิญกับตัวไร และกลิ่นมูลสัตว์ รวมไปถึงความชื้นที่ทำให้แรงงานที่จะทำงานนี้หายาก

เทคโนโลยีที่นำมาใช้ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องที่ใช้ในการควบคุมความชื้นและอุณหภูมิภายในบ้านรังกา ความปัจจุบันมีเครื่องมือจำนวนมากที่นำมาใช้ในบ้านก ซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่ระบบควบคุมความชื้นผ่านระบบมือถือ แต่เทคโนโลยีเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการทำให้สภาวะในบ้านกเป็นสภาวะที่ทนนั้นชอบ แต่การวิจัยถึงปัจจัยที่ทำให้คนเข้ามาทำรังเป็นจำนวนมากหรือน้อยนั้นยังไม่สามารถหาคำตอบที่ตายตัวได้

ทำเลที่ตั้งของบ้านรังกาส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ใกล้ลุ่มน้ำ เพราะนกชนิดนี้ชอบอากาศร้อนชื้น ไม่ชอบอากาศเย็น ซึ่งทำให้พื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออกที่ติดชายฝั่งจะเหมาะสมแก่การทำ แต่สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงก็คือ การสร้างปัญหาให้กับชุมชนในบริเวณนั้น ๆ เนื่องจากอาจทำให้ชาวบ้านได้รับความเดือดร้อน

จากข้อมูลของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจรังนกแอ่น (ประเทศไทย) การเลือกทำเลที่ตั้งของบ้านรังกาจะต้องอยู่ในเกณฑ์ดังนี้ 1. อยู่ในตำแหน่งเส้นทางบินของนก หรือถนน 2. อยู่ใกล้แหล่งหาอาหารของนก และแหล่งน้ำจืด 3. อยู่ใกล้แหล่งนก (บ้านนกของคนอื่น) 4. บ้านนกสมัยใหม่ควรอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรม 5. ควรอยู่ห่างไกลจากแหล่งมลพิษ และ 6. หลีกเลี่ยงตำแหน่งที่จะมีผลกระทบจากชุมชนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจรังนกบ้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจบ้านนกแอ่นในประเทศไทย ต้องแบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรกด้านราคาของรังนกบ้าน ถ้าราคาบ้านนกในปัจจุบันซึ่งอยู่ที่ประมาณ 20,000 ถึง 30,000 บาท ต่อกิโลกรัม ถือว่าเป็นราคาที่ถือว่าราคาที่เหมาะสมในการทำบ้านรังกาและจุดคุ้มทุนของบ้านรังกาจะอยู่ที่ 5 - 10 ปี (ปริมาณรังนกที่ได้จะอยู่ประมาณ 5 กิโลกรัมต่อเดือน) ส่วนด้านกฎหมายจะต้องทำให้บ้านรังกาเป็นธุรกิจที่ถู

กฎหมาย ซึ่งจะทำให้สามารถค้าขายได้ง่ายขึ้น และสุดท้ายคือความรู้ในการทำบ้านรังก ส่วนมากคนที่ทำธุรกิจบ้านรังกจะเข้ามาทำธุรกิจโดยไม่มีความรู้ แต่เห็นถึงจำนวนเงินที่ได้รับมันจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการเข้ามาลงทุน ซึ่งก็มีคนจำนวนหนึ่งที่ทำแล้วไม่ประสบความสำเร็จ งานวิจัยในการทำบ้านรังกของประเทศไทยยังมีการศึกษาน้อยไป ทำให้ผู้ที่ไม่มีความรู้ในการทำบ้านรังกนั้นอาจเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจได้

การจัดการปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพจากบ้านรังก

ปัญหาของการทำบ้านรังกส่วนใหญ่จะเป็นบ้านรังกที่อยู่ในพื้นที่ชุมชน ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องผลกระทบที่มาจากเสียงรบกวน และ มลพิษทางกลิ่นที่มาจากมูลสัตว์ ปัญหาสองส่วนนี้จะถูกแก้ไข โดยให้เจ้าของตึกปรับปรุงตามที่ชาวบ้านร้องขอหรือตามที่ตกลงกัน ทั้งการเปิดปิดเสียงตามเวลาที่กำหนด หรือการจัดการกับกลิ่นของมูลสัตว์ แต่ด้านความกลัวต่อโรคที่มากับสัตว์นั้นยังไม่พบแนวทางการแก้ไขปัญหา กฎหมายที่จะเข้ามาดูแลในการจัดการปัญหาเหล่านี้คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่นั้นเป็นผู้ดูแล

แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมบ้านรังก

อุตสาหกรรมนี้เติบโตในช่วงปี 2555 ที่ผ่านมานี้เนื่องจากราคารังนกบ้านมีราคาสูงมากในการซื้อขายในการตลาด จึงทำให้คนจำนวนมากในระแวกที่มีบ้านรังกสร้างบ้านรังกขึ้นตาม แต่พอช่วงปี 2558 ที่ประเทศจีนระงับการนำเข้ารังนก ทำให้ราคารังนกตกต่ำมาก จนต้องมีผู้ที่ออกจากธุรกิจนี้หลายราย แต่ในปัจจุบันธุรกิจบ้านรังกยังสามารถขยายตัวได้เล็กน้อย เนื่องจากกลุ่มบริโภครายใหญ่อยู่ในประเทศจีนซึ่งการนำเข้ารังนกได้ทำยากขึ้นจากกฎหมายที่จีนสร้างขึ้นมา แต่ส่วนของการแปรรูปรังนกดิบนั้นยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก เนื่องจากธุรกิจส่วนนี้ในประเทศไทยยังมีจำนวนการดำเนินการที่น้อย และที่สำคัญกฎหมายที่เกี่ยวข้องเป็นอุปสรรคในการขยายธุรกิจบ้านรังก

บทบาทของภาครัฐในอุตสาหกรรมบ้านรังก

ภาครัฐมีหน่วยงานมากมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจบ้านรังก ซึ่งความคลุมเครือของกฎหมายทำธุรกิจนี้ยังดำเนินธุรกิจแบบถูกต้องตามกฎหมายได้ไม่สะดวก หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่

1. กรมอุทยานสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ป่าสงวน ประเด็นการครอบครองซากสัตว์ป่าสงวน ซึ่งรังนกบ้านนั้น มีความคลุมเครือของกฎหมาย เนื่องจากกฎหมายกล่าวถึงเพียง 9 จังหวัดที่มีสัมปทานรังนก ส่วนจังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่มีสัมปทานรังนก ไม่ถูกระบุไว้ และ การครอบครองรังนก ถือว่าเป็นการครอบครองซากสัตว์ป่าสงวน ซึ่งปัจจุบันมีความพยายามในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้อยู่

2. กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายซากสัตว์ และการออกใบอนุญาตในการทำโรงล้างที่ถูกกฎหมายตามมาตรฐานของประเทศจีน

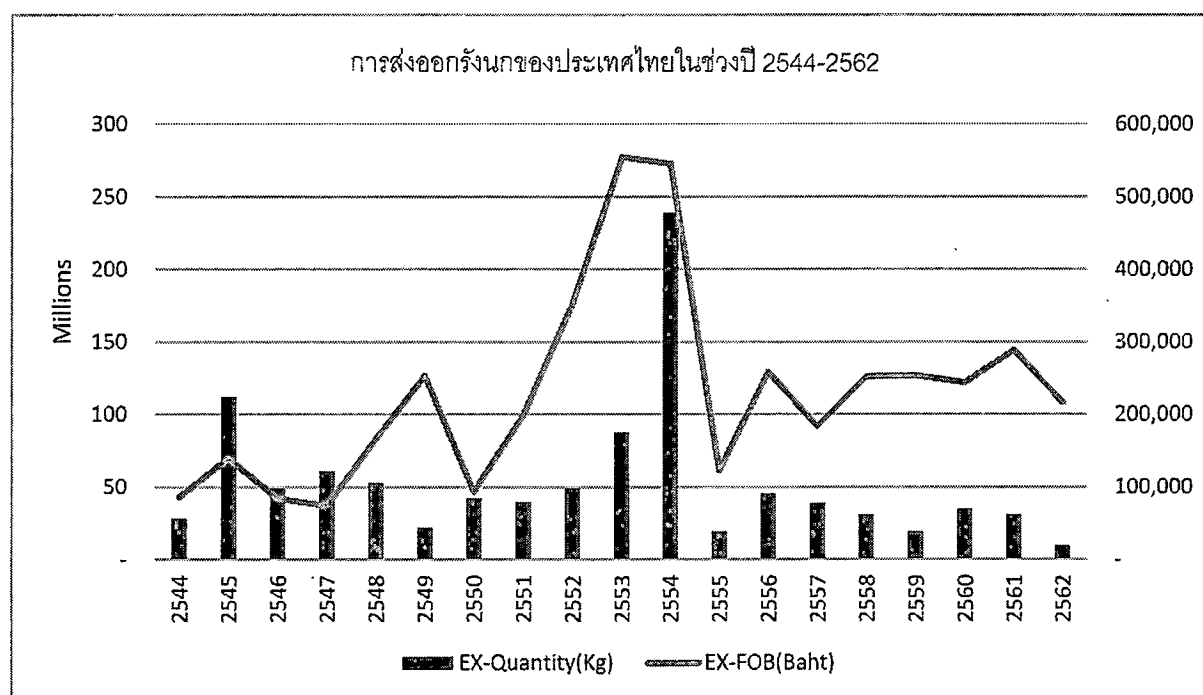
3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ การกำหนดรูปแบบโครงสร้างของบ้านนังยังไม่มีปรากฏเป็นกฎหมาย สิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ ระบบการบำบัดน้ำเสียที่มาจากบ้านนัง และเสียงรบกวน สำหรับการไกล่เกลี่ยปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชนนั้น ในกรณีที่ชุมชนสามารถไกล่เกลี่ยกันได้ เช่น ผู้ประกอบการจะมีการนำเงินส่วนหนึ่งคือแก่ชุมชนในรูปของทุนการศึกษาของเด็กในระแวกนั้น ในกรณีที่ภาครัฐเข้ามา ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะถูกสั่งให้หยุดดำเนินการ ซึ่งยังไม่ทราบว่าหยุดดำเนินการแล้ว จำนวนนกในบ้านจะลดลงหรือไม่

กล่าวโดยสรุป ลักษณะตลาดรังนกบ้านในประเทศมีลักษณะการแข่งขันในตลาดที่สูงมากเนื่องจากการเข้ามาในธุรกิจชนิดนี้ใช้เงินทุนไม่สูงมากนัก และความเสี่ยงต่ำ ลักษณะการขายรังนกสามารถขายได้เป็น รังนกดิบ รังนกทำที่ความสะอาดแล้ว และรังนกแปรรูป ในช่วงก่อนมีลานประมูลรังนกบ้านจะมีการซื้อขายกับผู้ซื้อโดยตรง ซึ่งราคาและปริมาณรังนกมีจำนวนน้อย เนื่องจากผู้ซื้อมีต้นทุนในการเดินทาง และค่าเสียโอกาสสูง

ช่วงหลังจากการมีลานประมูลรังนก ทำให้รังนกบ้านส่วนใหญ่ต้องผ่านการซื้อขายในลานประมูล เนื่องจากมีปริมาณรังนกให้ซื้อขายจำนวนมาก สะดวกต่อพ่อค้าที่เข้ามารวบรวมรังนกในคุณภาพต่าง ๆ และช่วยเหลือเจ้าของบ้านรังนกขายง่ายไม่ถูกกดราคา

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออกและนำเข้ารังนกของประเทศไทยนั้น จากข้อมูลของกรมศุลกากรในปี 2562 ผู้วิจัยสามารถรวบรวมและนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

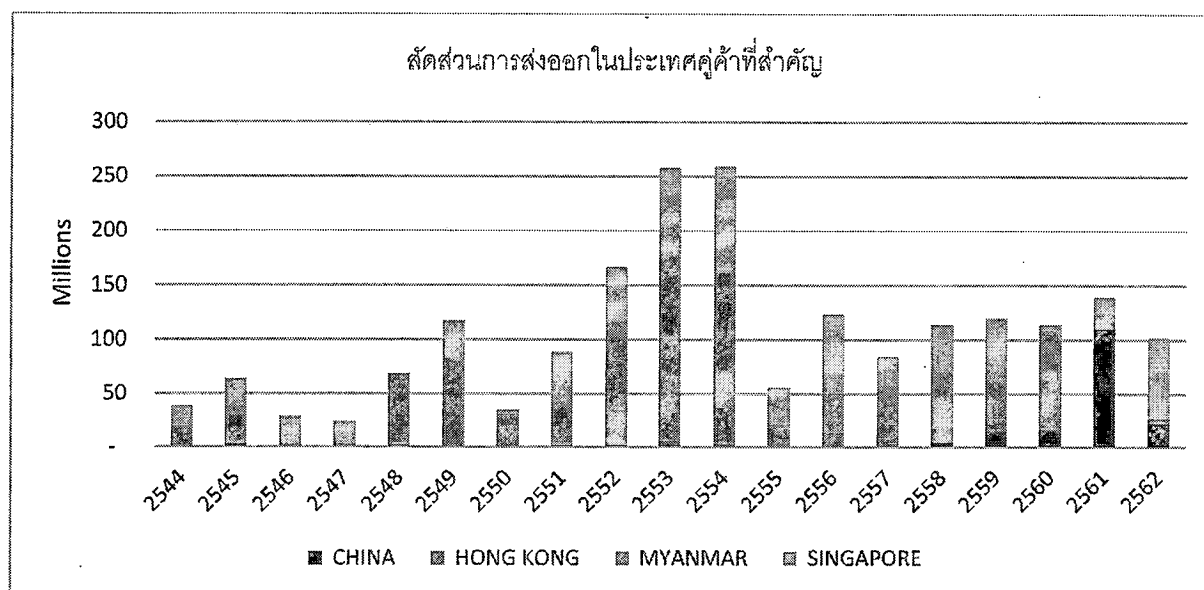
ภาพที่ 3: ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรังนกของประเทศไทย ปี 2544 - 2562



ที่มา : กรมศุลกากร (2562)

ในช่วงปี 2544 ถึง 2562 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกที่สูงที่สุดในช่วงปี 2553 (ประมาณ 277 ล้านบาท) และมีปริมาณสูงที่สุดในปี 2554 (ประมาณ 477.56 ตัน) โดยจะสังเกตว่าประเทศไทยมีแนวโน้มการส่งออก รังนกที่ค่อนข้างผันผวน ไม่ได้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างชัดเจน

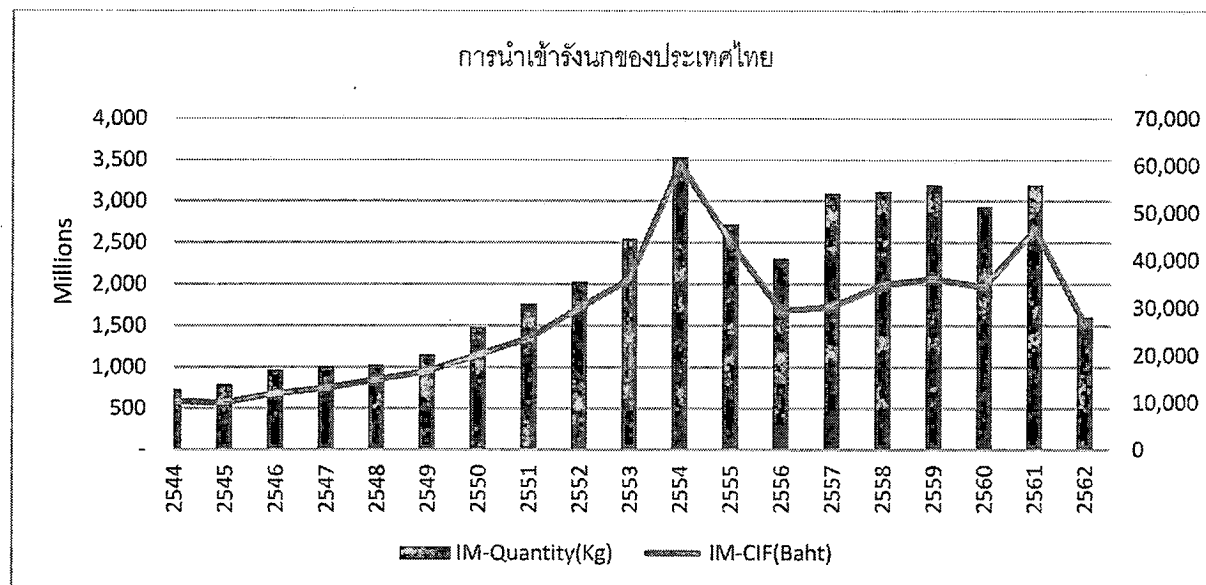
ภาพที่ 4: สัดส่วนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญปี 2544 - 2562



ที่มา : กรมศุลกากร (2562)

ในช่วงปี 2544 ถึง 2554 ประเทศไทยส่งออกสินค้าให้ฮ่องกงมากที่สุด ในระยะต่อมาประเทศเมียนมาร์เป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าที่มีสัดส่วนที่สูงขึ้น แต่ในช่วงปี 2561 ประเทศจีนเริ่มมีสัดส่วนในการส่งออกสินค้าของไทยมากที่สุด แต่จากข้อมูลของกรมศุลกากรได้บันทึกการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ไปสู่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งในทวีปยุโรป อเมริกา แอฟริกา และเอเชีย แต่มูลค่าการส่งออกนั้นมีจำนวนน้อย และไม่ต่อเนื่อง

ภาพที่ 5: ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ารังนกของประเทศไทย ปี 2544 - 2562



ที่มา : กรมศุลกากร (2562)

ส่วนการนำเข้ารังนกจากต่างประเทศนั้น ประเทศไทยมีการนำเข้ารังนกเข้ามามีมูลค่ามากกว่าที่ส่งออกไป แต่ปริมาณการนำเข้าก็น้อยกว่า ซึ่งอาจเป็นเรื่องของภาษีการนำเข้า แต่จากปริมาณการส่งออกที่สูงกว่าการนำเข้านั้น แสดงว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกรังนกได้มาก

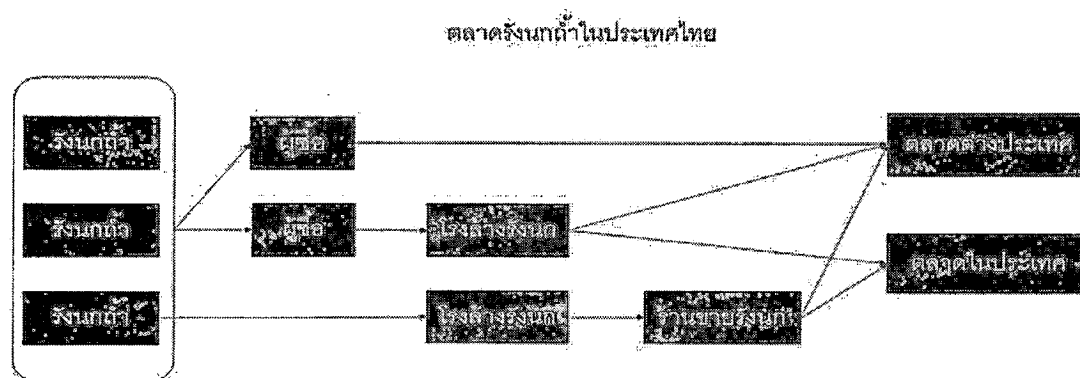
บทที่ 4

ผลการศึกษา: รังนกถ้ำ

ตลาดรังนกถ้ำหรือรังนกสัมปทานเป็นตลาดที่ค่อนข้างมีการผูกขาด เนื่องจากเป็นตลาดที่มีต้นทุนการผลิตสูงทั้งจากราคาสัมปทานที่มีราคาสูงและต้นทุนในการบริหารจัดการต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น ค่าเช่าท่าเรือ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเรือ ค่าจ้างแรงงานเฝ้าเกาะรังนก รวมถึงค่าจ้างแรงงานที่มีความชำนาญเฉพาะทางในการเก็บรังนก นอกจากนี้ ข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงความรู้ (Know-How) ในการทำธุรกิจสัมปทานรังนกไม่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะถูกเก็บไว้เป็นความลับของกลุ่มทุน เป็นกำแพงกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการหน้าใหม่ จึงเป็นลักษณะตลาดที่มีการผูกขาดสูงในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งการซื้อขายรังนกถ้ำจะเป็นการซื้อขายโดยตรงกับผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้ออาจเป็นทั้งผู้ส่งออกรังนกโดยไปต่างประเทศ หรือเป็นเจ้าของธุรกิจโรงล้งรังนก และรังนกบางส่วนเจ้าของสัมปทานนั้นอาจนำไปทำความสะอาด เพื่อทำเป็นรังนกทำความสะอาดแล้วหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์รังนกต่าง ๆ จำหน่ายในร้านค้าของตนเอง

การซื้อขายรังนกถ้ำจะเป็นการซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้รับสัมปทานกับผู้ซื้อรังนกดิบ ซึ่งผู้ซื้อรังนกดิบมีทั้งผู้ซื้อเพื่อส่งออกรังนกดิบไปยังต่างประเทศ และผู้ซื้อที่เป็นพ่อค้าคนกลางซึ่งทำหน้าที่รวบรวมรังนกดิบเพื่อส่งให้โรงงานทำความสะอาดรังนกหรือโรงล้ง และรังนกดิบบางส่วนเจ้าของสัมปทานนั้นอาจนำไปทำความสะอาด เพื่อทำเป็นรังนกสะอาดหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์รังนกต่าง ๆ จำหน่ายในร้านค้าของตนเอง ดังแสดงในภาพที่ 5 ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า โรงล้งของประเทศไทยที่ได้รับมาตรฐานรับรองจากรัฐบาลจีน เพื่อส่งออกไปประเทศจีนมีเพียงแค่ 2 แห่งเท่านั้น ทำให้โรงล้งอื่น ๆ ต้องใช้วิธีส่งออกที่ไม่ผ่านช่องทางของรัฐ เช่น ใช้การลักลอบส่งรังนกเข้าประเทศจีนผ่านการส่งพัสดุไปรษณีย์ หรือส่งรังนกไปตามประเทศที่มีชายแดนติดกับประเทศจีน เช่น ฮองกง เวียดนาม เมียนมาร์ อินเดีย และปล่อยให้เป็นหน้าที่ของผู้ซื้อจากต่างประเทศในการนำรังนกเข้าสู่ประเทศจีนต่อไป

ภาพที่ 6: โครงสร้างตลาดโรงงัก้าในประเทศไทย



ที่มา: จากการสรุปของผู้วิจัย

ที่มาของสัมปทานโรงงัก้าในประเทศไทย

สัมปทานโรงงัก้าในภาคใต้ของประเทศไทยจัดเป็นสัญญาประเภทที่ 1 คือ สัญญาสัมปทานทรัพยากรธรรมชาติและสัญญาสัมปทานทรัพยากรของรัฐ ด้านการออกกฎหมาย ในปี พ.ศ. 2467 ประเทศไทยได้จัดทำพระราชบัญญัติอากรโรงงัก้าขึ้น ซึ่งนับเป็นการให้สัมปทานทรัพยากรธรรมชาติ แต่ก็ได้ปรากฏคำว่าสัมปทานในพระราชบัญญัติแต่อย่างใด ต่อมาพระราชบัญญัตินี้ได้ถูกยกเลิกไปโดยพระราชบัญญัติอากรโรงงัก้า พ.ศ. 2482 และพระราชบัญญัติอากรโรงงัก้า พ.ศ. 2540 ที่มีการกล่าวถึงข้อกำหนดและเงื่อนไขในการให้สัมปทานในการจัดเก็บและครอบครองโรงงัก้า โดยคำว่า “สัมปทาน” สำหรับการสัมปทานทรัพยากรธรรมชาติปรากฏในกฎหมายไทยครั้งแรกในพระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 ตามด้วย พระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติปิโตรเลียม พ.ศ. 2514 พระราชบัญญัติควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2510 และพระราชบัญญัติอากรโรงงัก้า พ.ศ. 2540

ด้านกระบวนการให้สัมปทาน ก่อนจะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติอากรโรงงัก้า พ.ศ. 2540 การจัดประมูลสัมปทานโรงงัก้าในประเทศไทยใช้วิธีประมูลรวมที่กรมธนารักษ์ภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลัง

เพื่อรับสัญญาสัมปทานกลับไปใช้ในจังหวัดที่ตนประมูลได้ (พระราชบัญญัติอากรรังนกอีแอ่นปี พ.ศ. 2482, จากคำบอกเล่าของผู้รับสัมปทานในพื้นที่) และมีการต่ออายุสัญญาสัมปทานครั้งละไม่เกิน 5 ปี ไม่จำกัดจำนวนครั้ง ด้วยอากรการประมูลเท่าเดิมหรือมากกว่า จนเป็นเหตุให้มีผู้ผูกขาดสัมปทานรังนกอีแอ่นจำนวนหนึ่ง เช่น บริษัท รังนกแหลมทอง (สยาม) จำกัด ผู้ผูกขาดสัมปทานรังนกในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี พัทลุง และประจวบคีรีขันธ์ เป็นเวลา 44 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 ถึง พ.ศ. 2546 (เกษม จันทรดี, 2560) จนกระทั่งมีการบังคับใช้ พระราชบัญญัติรังนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 ทำให้ บริษัท รังนกแหลมทอง (สยาม) จำกัด ลดบทบาทและเลิกสัมปทานในหลายพื้นที่ เนื่องจากประสบปัญหาขาดทุนในหลายพื้นที่สัมปทาน (จากคำบอกเล่าของผู้รับสัมปทานในพื้นที่)

การควบคุมดูแลของรัฐ

พระราชบัญญัติอากรรังนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 กำหนดให้กระบวนการการให้สัมปทานรังนกเป็นกระบวนการที่ดำเนินการโดย คณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกของแต่ละจังหวัด ซึ่งมีอยู่ทั้งสิ้น 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดพัทลุง จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดสตูล และจังหวัดตราด โดยคณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกของแต่ละจังหวัดจะเป็นผู้พิจารณาหลักเกณฑ์ เงื่อนไข วิธีการ รวมถึงราคาสัมปทานรังนกเอง โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหาในพระราชบัญญัตินี้ สามารถแบ่งส่วนการวิเคราะห์ได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน และ ส่วนกระบวนการให้สัมปทาน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน

ในส่วนนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน 2) การจัดการผลประโยชน์ในส่วนกระบวนการจัดสรรอากรรังนก และ 3) การตรวจสอบการให้สัมปทาน

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน

ในกระบวนการการให้สัมปทานรังนกถ้านั้น จะมีหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการให้สัมปทานรังนกอีแอ่น คือ คณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกของแต่ละจังหวัด ซึ่งมีทั้งหมด 13 คน ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธานคณะกรรมการฯ อัยการจังหวัด หัวหน้าตำรวจภูธรจังหวัด สรรพากรจังหวัด ป่าไม้จังหวัด

หัวหน้าคณะผู้บริหารท้องถิ่นที่มีการเก็บรังนก ผู้ทรงคุณวุฒิอีก 6 คน ที่มาจากการเสนอชื่อของสภาจังหวัด 4 คน และจากการเสนอชื่อของคณะผู้บริหารท้องถิ่นที่มีการเก็บรังนกอีก 2 คน ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 คนจะต้องได้รับการรับรองแต่งตั้งจากผู้ว่าราชการจังหวัด และมีปลัดจังหวัดเป็นกรรมการและเลขานุการ โดยคณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกของแต่ละจังหวัดมีอำนาจและหน้าที่ในการให้และเพิกถอนสัมปทานเก็บรังนก พิจารณาจัดเก็บและจัดสรรเงินอากร ให้คำแนะนำแก่ผู้รับสัมปทาน กำกับดูแล และตรวจสอบให้การทำสัมปทานเป็นไปตามสัญญา และระเบียบข้อบังคับที่กำหนดไว้ กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข รวมทั้งปฏิบัติการอื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจและหน้าที่ไว้ ทั้งนี้จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปผู้เกี่ยวข้องกับการให้สัมปทานรังนกได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ผู้เกี่ยวข้องกับการให้สัมปทานรังนก

ผู้เกี่ยวข้อง	หน้าที่	กฎหมายที่รองรับ
คณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากร รังนกอีแอ่น	• ให้และถอนสัมปทาน • พิจารณาการจัดเก็บและจัดสรรอากร • ให้คำแนะนำแก่ผู้รับสัมปทาน • กำกับดูแลการเก็บรังนก • กำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข ตามที่กฎหมายนี้กำหนด	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540
ผู้ว่าราชการจังหวัด	• เป็นประธานคณะกรรมการฯ	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540
ประธานคณะกรรมการ ฯ	• เป็นผู้ตัดสินชี้ขาดเวลาดินในที่ประชุมมีคะแนนเสียงเท่ากัน • เป็นผู้อนุมัติรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 คน • ถือเป็นผู้ให้สัมปทาน	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540 • สัญญาสัมปทาน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
อัยการจังหวัด	• เป็นกรรมการ	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540
หัวหน้าตำรวจภูธรจังหวัด	• เป็นกรรมการ	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540
สรรพากรจังหวัด	• เป็นกรรมการ	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540
ป่าไม้จังหวัด	• เป็นกรรมการ	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540
หัวหน้าคณะผู้บริหารท้องถิ่นทุกราชการ ส่วนท้องถิ่นที่มีการจัดเก็บรังนก	• เป็นกรรมการ	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540

ผู้ทรงคุณวุฒิ 6 คน	• เป็นกรรมการ	• พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540
ปลัดจังหวัด	• เป็นกรรมการ และเลขานุการ	• พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540
กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรังนกอีแอ่น	• ส่งมอบเงินอากรให้แก่ อบต.แต่ละที่ • ตรวจสอบการกระทำที่อาจฝ่าฝืนหรือไม่ทำตาม พ.ร.บ.นี้ • ตรวจสอบ กัก ยึด อาศัยรังนกหรือสิ่งใด ๆ ที่มีเหตุอันควรที่เชื่อว่าการฝ่าฝืน พ.ร.บ. นี้ • ขึ้นไปบนเกาะ ยานพาหนะหรือสถานที่อื่น ที่มีเหตุอันควรที่เชื่อว่าการฝ่าฝืน พ.ร.บ. นี้ • ทำรายงานต่อคณะกรรมการเพื่อดำเนินการต่อไปหลังทำการตรวจสอบ	• พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540
คณะผู้บริหารท้องถิ่นทุกราชการส่วนท้องถิ่นที่มีการจัดเก็บรังนก	• หัวหน้าเป็นคณะกรรมการฯ • เสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการ 2 รายชื่อ	• พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540
สภาจังหวัด	• เสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการ 4 รายชื่อ • รับเรื่องร้องเรียนการทำงานของคณะกรรมการฯ	• พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540 • คู่มือการตรวจสอบของ สตง.
อธิบดีกรมสรรพากร	• เป็นผู้รับชำระอากรจากผู้ทำสัมปทานก่อนที่ พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540 จะบังคับใช้ และจัดสรรให้จังหวัดตามที่ตกลงในสัญญา	• พ.ร.บ.ร้งนก พ.ศ. 2540
องค์การบริหารส่วนจังหวัด	• จัดเก็บอากรรังนกและปฏิบัติหน้าที่ตามมติคณะกรรมการฯ มอบหมาย • รับผิดชอบหน้าที่ธุรการของคณะกรรมการฯ	• สั ญ ญา สั ม ป ท าน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
เจ้าพนักงานประเมินและตรวจสอบภาษี (ไม่ระบุว่าเป็นใคร มาจากการแต่งตั้งของใคร)	• ตรวจสอบการจ่ายภาษีของผู้รับสัมปทาน	• สัญญาสัมปทาน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ศูนย์บริการประชาชนสำนักงานปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี	• รับเรื่องร้องเรียนและตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการรังนก	• คู่มือการตรวจสอบของ สตง.
ผู้รับสัมปทาน	• แสดงบัญชีรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนรังนกที่เก็บได้ บริเวณที่เก็บรังนก และรายการอื่น ๆ ต่อคณะกรรมการฯ • สงวนและคุ้มครองนกอีแอ่นในเขตสัมปทานของตน • ชำระอากรตามกำหนด • แจ้งคณะกรรมการเพื่อขออนุญาตก่อนจัดเก็บรัง ขนย้าย และซื้อขาย • แจ้งรายละเอียดแก่คณะกรรมการหลังหลังจัดเก็บรัง ขนย้าย และซื้อขาย • ปฏิบัติตาม พ.ร.บ. รังนก40 และฉบับแก้ไข • ปฏิบัติตาม ระเบียบ และข้อบังคับของ คณะกรรมการฯ • ปฏิบัติตาม ระเบียบกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ว่าด้วยการอนุญาตให้ผู้ได้รับอนุญาตจัดเก็บรังนกอีแอ่นเข้าไปในอุทยานแห่งชาติ 2549 • วางหลักประกันสัญญา	• พ.ร.บ. รังนก พ.ศ. 2540 • สัญญาสัมปทานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

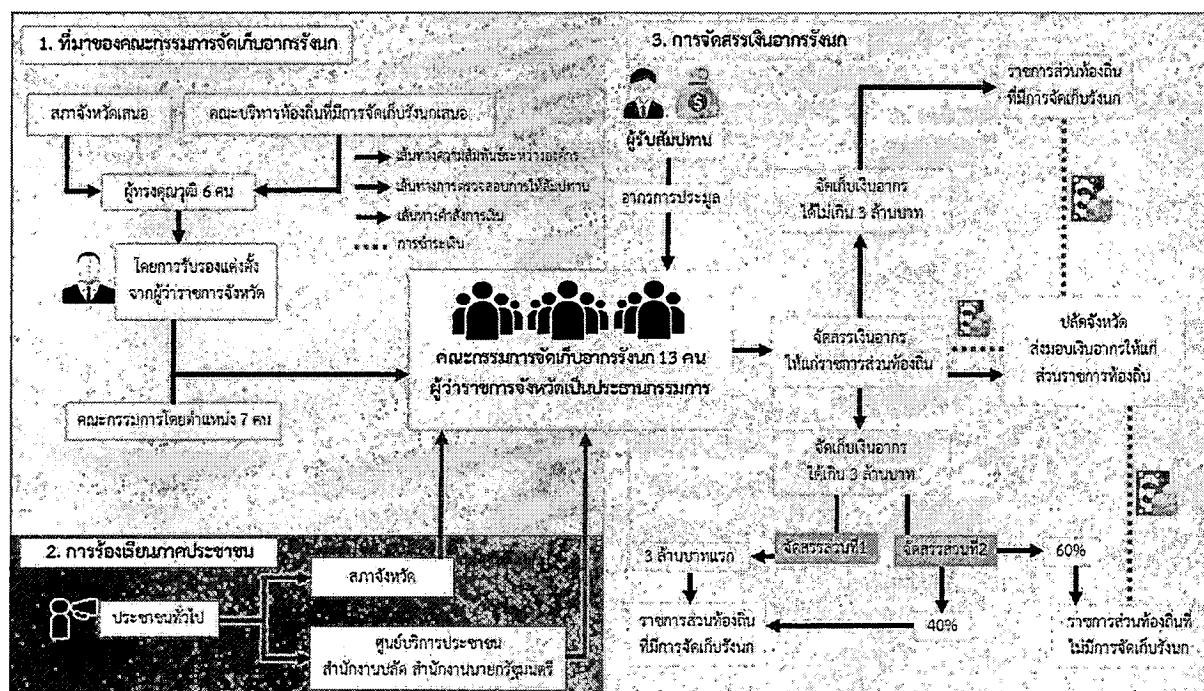
ที่มา : ต่ออักษร ยมนาม และ วัชรพงศ์ รติสุขพิมล (2561)

การจัดการผลประโยชน์ในส่วนกระบวนการจัดสรรเงินอากรรังนก

พระราชบัญญัติอากรรังนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 มาตรา 21 ให้อำนาจแก่คณะกรรมการฯ เป็นผู้มีหน้าที่ในการจัดสรรเงินอากรให้แก่ราชการท้องถิ่นซึ่งคำนวณตามสัดส่วนของจำนวนรังนกที่เก็บได้แต่ละเขตราชการส่วนท้องถิ่นที่มีการจัดเก็บรังนก โดยมีหลักเกณฑ์การจัดสรรหลัก 2 เกณฑ์ คือ 1) จำนวนเงินอากรไม่เกินสามล้านบาทที่คำนวณตามส่วนของจำนวนรังนกที่เก็บในเขตราชการส่วนท้องถิ่น ให้จัดสรรเงินอากรแก่หน่วยราชการส่วนท้องถิ่นนั้นทั้งหมด และ 2) หากมีจำนวนเงินอากรเกินสามล้านบาท ต้องมีการจัดสรร 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 จำนวนเงินอากรสามล้านบาทแรกให้แก่ราชการส่วนท้องถิ่นที่มีการจัดเก็บรังนก และจัดสรรครั้งที่ 2 นำเงินอากรที่เหลือจากการจัดสรรครั้งแรกมาแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกให้จัดสรรร้อยละ 40 ของเงินดังกล่าวให้แก่หน่วยราชการส่วนท้องถิ่นที่มีการจัดเก็บรังนกนั้น และส่วนที่สอง ให้จัดสรรร้อยละ 60 ของเงินดังกล่าวให้แก่หน่วยราชการส่วนท้องถิ่นอื่นในจังหวัดเดียวกันที่ไม่มีการจัดเก็บรังนกจากสัญญาสัมปทานนั้น ซึ่งการส่งมอบเงินอากรท้องถิ่นให้แก่หน่วยราชการส่วนท้องถิ่นนั้นเป็นหน้าที่ของปลัดจังหวัดซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการฯ

จากประเด็นสำคัญทั้ง 3 ประเด็นในส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน ใน พระราชบัญญัติอากรรังนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 ซึ่งได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน การตรวจสอบการให้สัมปทาน และการจัดการผลประโยชน์ในส่วนกระบวนการจัดสรรอากรรังนกนั้น สามารถเขียนเป็นแผนภูมิกระบวนการและความเกี่ยวข้องในการให้สัมปทานรังนกได้ตามภาพที่ 7

ภาพที่ 7: ที่มาของคณะกรรมการจัดเก็บอากรรั้งนก การร้องเรียนของประชาชนทั่วไป และการจัดสรร
อากรรั้งนก



ที่มา: ต่อภัสสร ยมนาคและวัชรพงศ์ รติสุขพิมล (2561)

ในภาพที่ 7 ผู้วิจัยได้แบ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทานในพระราชบัญญัติอากรรั้งนกปี พ.ศ. 2540 ออกเป็น 3 ส่วนที่ คือ 1) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้สัมปทาน 2) การตรวจสอบการให้สัมปทาน 3) การจัดการผลประโยชน์ในส่วนกระบวนการจัดสรรอากรรั้งนก

การตรวจสอบและการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้สัมปทาน

จากการศึกษาพบว่า ในพระราชบัญญัติอากรรั้งนกปี พ.ศ. 2540 ไม่ระบุถึงกระบวนการตรวจสอบและร้องเรียนเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการให้สัมปทานหรือการทำงานของคณะกรรมการพิจารณาจัดเก็บอากรรั้งนกของแต่ละจังหวัด พบเพียงแต่ข้อกำหนดด้านหน้าที่ของคณะกรรมการจัดเก็บอากรรั้งนกปี พ.ศ. 2540 ตรวจสอบการกระทำที่อาจฝ่าฝืนหรือไม่ทำตาม พ.ร.บ. นี้ และให้สภาจังหวัดรับเรื่องร้องเรียนการทำงานของคณะกรรมการฯ เท่านั้น เมื่อผู้วิจัยศึกษาเพิ่มเติมจากคู่มือสำหรับประชาชน ที่สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (สรอ.) จัดทำขึ้นเพื่อสนองต่อ

พระราชบัญญัติอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 เรื่องการให้สัมปทานโดยการประมูลเงินอากรรั้งนกอีแอ่นนั้น แสดงข้อมูลเพียงช่องทางการร้องเรียนของประชาชนผ่านองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และ ศูนย์บริการประชาชน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นการร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องเรียนทั่วไป เป็นการยืนยันว่าไม่ได้มีกระบวนการเฉพาะเจาะจงสำหรับการให้สัมปทานรั้งนกอีแอ่นแต่อย่างใด

กระบวนการให้สัมปทาน

ส่วนการวิเคราะห์กระบวนการให้สัมปทานในพระราชบัญญัติอากรรั้งนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 นั้น สามารถแบ่งการวิเคราะห์ที่ได้เป็น 2 กระบวนการ คือ กระบวนการก่อนให้สัมปทาน และ กระบวนการหลังให้สัมปทาน โดยกระบวนการก่อนให้สัมปทานนั้น มีอยู่ทั้งสิ้น 4 ขั้นตอน ดังนี้

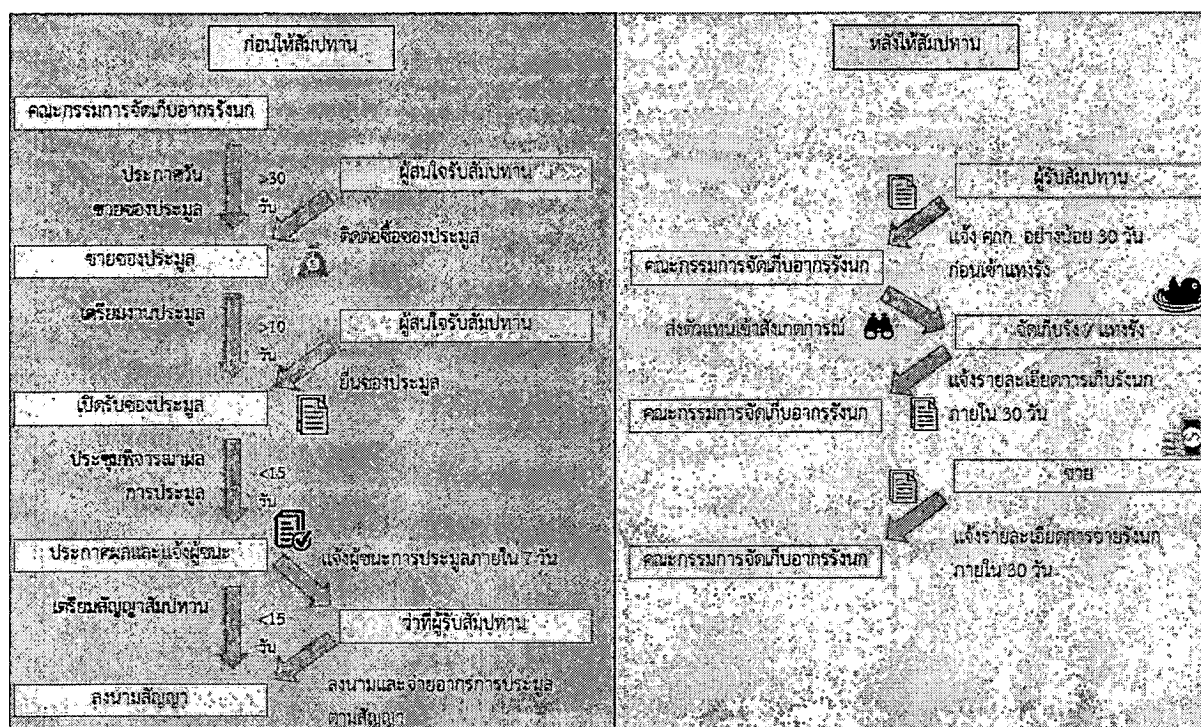
1. คณะกรรมการจัดเก็บอากรรั้งนกประชุมเพื่อจัดทำหลักเกณฑ์เงื่อนไขการให้สัมปทานทั้งหมด เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 30 วัน
2. เมื่อได้หลักเกณฑ์ เงื่อนไขการสัมปทานคณะกรรมการฯ ทำการประกาศขายซองประมูล เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 10 วัน เพื่อให้ผู้สนใจเข้ารับการสัมปทานติดต่อซื้อซองประมูล ซึ่งผู้ที่สนใจเข้าซื้อซองประมูลได้ตามหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นที่มีการประกาศให้สัมปทานรั้งนก
3. หลังจากผู้สนใจรับสัมปทานยื่นซองประมูลตามระยะเวลาที่คณะกรรมการฯ กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์ คณะกรรมการใช้เวลาในการพิจารณาการประมูลภายใน 15 วัน เมื่อพิจารณาเสร็จสิ้นคณะกรรมการฯ ต้องทำหนังสือและแจ้งไปยังผู้ชนะการประมูลภายใน 7 วัน
4. หลังจากการแจ้งผู้ชนะการประมูลแล้ว คณะกรรมการฯ มีหน้าที่ในการเตรียมทำสัญญาลงนามให้สัมปทานภายในเวลา 15 วันนับตั้งแต่วันที่ส่งหนังสือแจ้งไปยังผู้ชนะการประมูล และหลังจากนั้นสามารถนัดหมายผู้ชนะการประมูลมาลงนามในสัญญาได้

หลังจากการลงนามในสัญญาสัมปทานไปแล้ว พระราชบัญญัติอากรรั้งนกอีแอ่น พ.ศ. 2540 ระบุให้มีเงื่อนไขและกระบวนการอีก 4 ข้อ ดังนี้

1. ผู้รับสัมปทานจะเข้าต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขที่คณะกรรมการฯ รวมทั้งปฏิบัติตามสัญญาสัมปทาน ผู้รับสัมปทานสามารถเข้าจัดเก็บรังนกได้ไม่เกินปีละสามครั้ง ในการเข้าเก็บรังนก ผู้สัมปทานจะต้องทำหนังสือแจ้งมายังคณะกรรมการฯ ทราบไม่น้อย 30 วันก่อนวันเข้าเก็บรังนก
2. ในการจัดเก็บรังนกให้กรรมการและเลขานุการ หรือผู้ซึ่งได้รับมอบหมายจากกรรมการและเลขานุการทำหน้าที่ในการสังเกตการณ์ในวันที่มีการเข้าไปเก็บรังนก
3. หลังจากทำการจัดเก็บรังนกผู้สัมปทานจะต้องทำบัญชีแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนรังนกที่เก็บได้ บริเวณที่จัดเก็บ และรายการอื่น ๆ ยื่นต่อคณะกรรมการฯ ภายใน 30 วันนับตั้งแต่วันที่เข้าเก็บรังนก ตามแบบและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการฯ กำหนด
4. ภายหลังจากการขายรังนกผู้รับสัมปทานจะต้องทำหนังสือแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการขายรังนก ขายให้แก่ใคร ในราคาเท่าใด และรายการอื่น ๆ ยื่นต่อคณะกรรมการฯ ภายใน 30 วันนับตั้งแต่วันที่มีการขายตามแบบและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการฯ กำหนด

ทั้งนี้ จากกระบวนการก่อนและหลังการให้สัมปทานตามที่ได้อธิบายไปข้างต้น สามารถเขียนเป็นแผนภูมิแสดงขั้นตอน กระบวนการ และเงื่อนไขได้ดังภาพที่ 8

ภาพที่ 8: กระบวนการการให้สัมปทานรังนกในประเทศไทยก่อนและหลังลงนามสัญญาสัมปทาน



ที่มา: ต่อกัสส์ ยมนา และ วัชรพงศ์ รติสุขพิมล (2561)

การกำหนดราคาและสร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละขั้นตอน

การกำหนดราคาและการสร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละขั้นตอนของรังนกถ้าสัมปทานนั้นมีความคล้ายคลึงกับรังนกบ้าน เนื่องจากขั้นตอนการผลิต เทคโนโลยี รวมถึงตลาดมีความเหมือนกันต่างกันแค่เพียงต้นทุนการผลิตและระดับคุณภาพของรังนกเท่านั้น ซึ่งรังนกถ้าได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพสูงกว่าทำให้ราคาของรังนกถ้ามีราคาสูงกว่ารังนกบ้านประมาณ 3-5 เท่า เช่น ราคาขายรังนกดิบหน้าถ้า มีราคาอยู่ที่ประมาณกิโลกรัมละ 100,000 - 120,000 บาท ในขณะที่รังนกบ้านดิบที่นำมาขายที่ลานประมุลมีราคาประมาณ 25,000 - 30,000 บาท

ลักษณะของรังนก เกรด รูปลักษณะภายนอก

ลักษณะของรังนกถ้า มีรูปลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองเนื่องจากรูปลักษณะของรังนกนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผนังที่นกเลือกทำรัง โดยภายในถ้าลักษณะของผนังจะมีความโค้งงอเล็กน้อย ต่างจากรังนกบ้าน ที่มี

ลักษณะค่อนข้างชัดเจน เช่น รังตรง รังมุม รังกะเทย นอกจากนี้ เอกลักษณ์อีกอย่างของรังนกถ้า คือ สีของรังนก เนื่องจาก สีของรังนกเกิดจากแร่ธาตุต่าง ๆ ที่ซึมมาจากบริเวณผนังถ้ำที่นกอีแอ่นทำรังด้วยความชื้นและน้ำฝนที่ไหลซึมผ่านผนังถ้ำ ทำให้รังนกในแต่ละบริเวณของถ้ำมีความแตกต่างกันไป จึงเป็นที่มาของ รังนกสีเหลืองทอง รังนกสีแดง

การแบ่งเกรดของรังนกถ้ำนั้น พบเพียงการแบ่งเกรดหลังผ่านกระบวนการล้างทำความสะอาดรังแล้วเท่านั้น เนื่องจาก การซื้อขายรังนกถ้ำดิบเป็นการซื้อขายระหว่างผู้รับสัมปทานรังนกและผู้ซื้อโดยตรง จึงทำให้ไม่มีมาตรฐานหลักเกณฑ์การแบ่งเกรดรังนกถ้ำดิบอย่างชัดเจน

โครงสร้างของต้นทุน เทคโนโลยี ทำเลที่ตั้ง

ต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการสัมปทานถ้ำรังนกนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ต้นทุนการประมูลสัมปทาน และต้นทุนการดำเนินงาน โดยมีค่าใช้จ่ายดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการสัมปทานถ้ำรังนก

ต้นทุนการประมูลสัมปทาน	ต้นทุนการดำเนินงาน
ค่าสัมปทาน	ค่าใช้จ่ายสำหรับแรงงานเฝ้าดูแลเกาะ ค่าจ้าง ค่าอาหารน้ำดื่ม
ค่าของประมูล	ค่าจ้างแรงงานที่มีความชำนาญในการเก็บรังนก
ค่าเอกสารประกอบการประมูล	ค่าใช้จ่ายในการรักษาความปลอดภัยการขนย้ายรังนก
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามสัญญาแนบท้าย	ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเกาะรังนก
ภาษีอากรการขายรังนกร้อยละ 25	ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาท่าเรือและเรือ
	ค่าใช้จ่ายในบริษัทอื่น ๆ

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้วิจัย

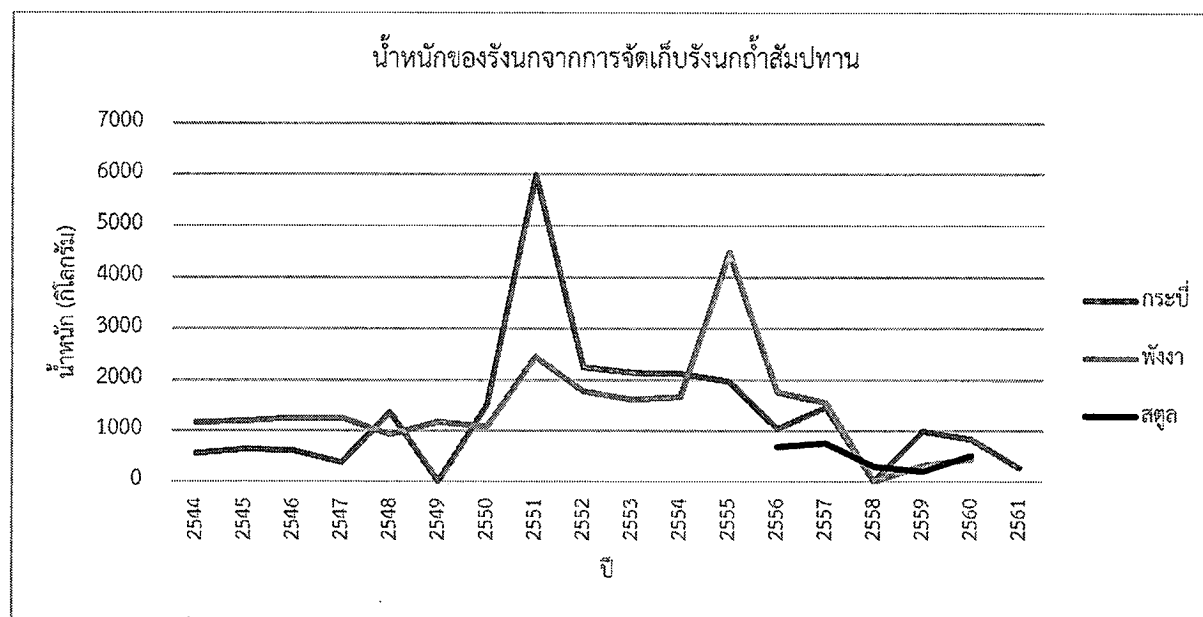
ต้นทุนการประกอบการสัมปทานรังนกมีค่าใช้จ่ายสูง โดยค่าใช้จ่ายในการประมูลสัมปทานเป็นต้นทุนที่สูงมากเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ราคาและปริมาณของรังนกถ้ำ

จากการค้นคว้าข้อมูลและการตั้งข้อสังเกตของผู้วิจัย พบว่า ราคาสัมปทานของจังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนผู้รับสัมปทาน ราคาสัมปทานจากการประมูลมีการปรับตัวสูงขึ้น แต่เมื่อผู้รับสัมปทานเดิมสามารถต่อสัญญาหรือประมูลสิทธิสัมปทานได้อีกต่อเนืองนั้น ราคาสัมปทานจะปรับลดลงหรือคงที่ และเมื่อการประมูลในปีใดมีปัญหาที่ส่งผลให้การทำสัมปทานขาดความต่อเนื่อง จะส่งผลให้ปีถัดไปราคาการประมูลปรับตัวลดลงเกือบร้อยละ 50 ดังในภาพที่ 9 และภาพที่ 10

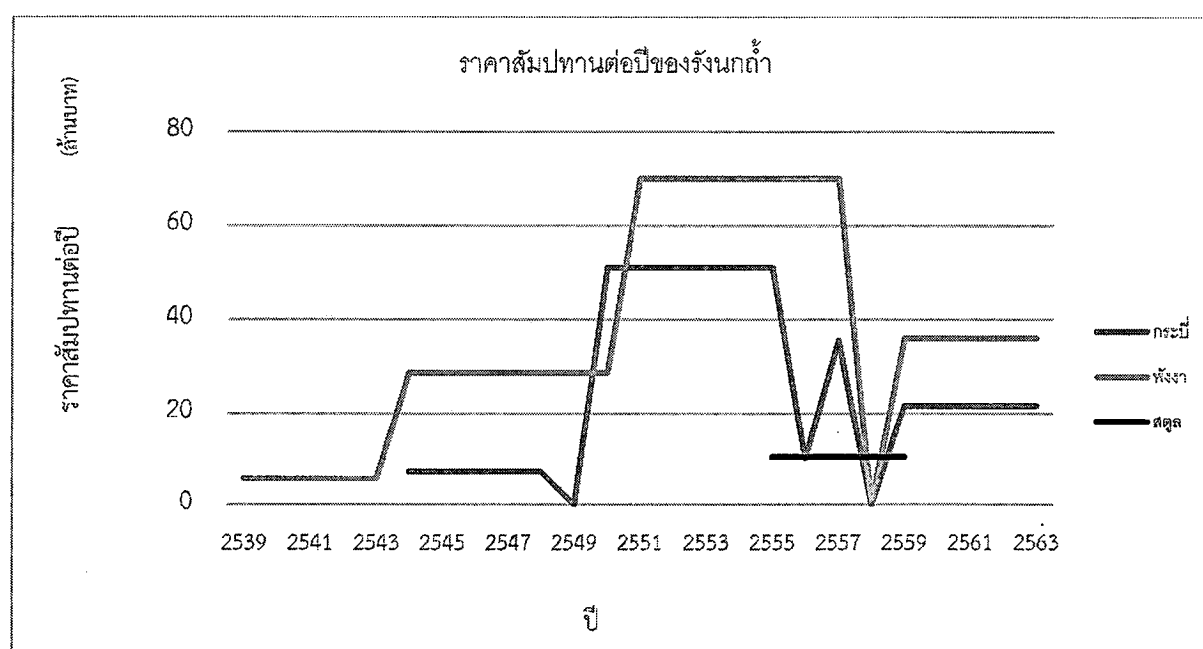
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 จังหวัดกระบี่มีผู้รับสัมปทานทั้งสิ้น 3 คน คือ นายอภิชาติ กิจประสาน (ไม่ปรากฏชื่อบริษัท) รับสิทธิสัมปทานช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2559 ก่อนที่จะเปลี่ยนเป็น นางสาวทิวากร อังศุรางกูร (บริษัท เบสท์ เนสท์ จำกัด) ที่ชนะการประมูลสัมปทานในปี พ.ศ. 2550 – 2554 และได้สิทธิต่อสัญญาทั้งสิ้น 2 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2555 ที่ราคา 51,100,000 บาท ซึ่งเท่ากับราคาสัมปทานเฉลี่ยต่อปีของสัญญาสัมปทานเดิม และ พ.ศ. 2556 ที่ราคา 10,000,000 บาท โดยหลังจากหมดสัญญาสัมปทานในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ก็มีการจัดประมูลอีกครั้งในปี พ.ศ. 2557 โดยมีอายุสัญญาสัมปทานเพียงแค่ 1 ปี และผู้ที่ชนะการประมูลในครั้งนี้คือ นางกมลทิพย์ ทองฤทธิ์ที่ได้สิทธิสัมปทานเพียง 1 ปีก่อนที่การประมูลสัมปทานในปีพ.ศ. 2558 จะมีปัญหาและส่งผลให้ตลอดทั้งปี พ.ศ. 2558 ไม่สามารถหาผู้รับสัมปทานรายใหม่ได้ จนกระทั่งการประมูลรอบปี พ.ศ. 2559 นางกมลทิพย์ ทองฤทธิ์ (บริษัท รังนกกระบี่ จำกัด) ได้รับสิทธิในการทำสัมปทานได้อีกครั้ง ดังแสดงในภาพที่ 9

ภาพที่ 9: น้ำหนักของรังนกจากการจัดเก็บรังนกถ้าสัมปทานในปี 2544 – 2561 รายจังหวัด



ที่มา: จากสถิติของจังหวัดกระบี่ พังงาและสตูล

ภาพที่ 10: ราคาสัมปทานต่อปีของรังนกถ้าในช่วงปี 2539 - 2563



ที่มา: จากสถิติของจังหวัดกระบี่ พังงา และสตูล

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการศึกษา

สถานการณ์ภาพรวมโดยทั่วไป ลักษณะ และรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ

รายงานส่วนหนึ่งที่บรรยายสถานการณ์ธุรกิจจีนในประเทศจีน ให้ข้อมูลไปในทางเดียวกันว่าการเข้ามาของตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศจีนส่งผลให้พลวัตในตลาดร้านค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อาทิ กลุ่มผู้บริโภคและความต้องการที่หลากหลาย การขยายตัวของผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่เหมือนกันในแต่ละกลุ่ม และยังรวมไปถึงการแข่งขันเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า นอกจากนี้ผลกระทบดังกล่าวยังดึงดูดให้มีผู้สนใจเข้ามาเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ขนาดใหญ่นี้มากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยมีรายงานว่าประเทศจีนเองกำลังพยายามปรับเปลี่ยนและขยายบทบาทของตัวเอง ด้วยการผลักดันให้ตนเองมีส่วนร่วมให้ห่วงโซ่อุปทานมากขึ้นเพื่อลดความสูญเสียจากการเป็นผู้บริโภคเพียงฝ่ายเดียว ยิ่งเมื่อพิจารณาจากสถานการณ์การแข่งขันของตลาดต่างประเทศในการส่งออกจีนสู่ประเทศจีน ณ ปัจจุบัน ที่มีอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทยเป็นผู้ส่งออกรายสำคัญ แต่ด้วยปริมาณการส่งออกและมูลค่าต่อปริมาณของผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง จึงอาจเป็นไปได้ว่าอำนาจต่อรองของผู้ประกอบการไทยในตลาดขนาดใหญ่นี้อาจกำลังหายไปไม่ช้า

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันดังกล่าวเป็นการแข่งขันภายใต้ตลาดที่ได้รับการรับรองอย่างถูกกฎหมาย ซึ่งเป็นเพียงส่วนน้อยในตลาดแห่งนี้ ยังคงมีสินค้าและผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่ไม่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานของจีนและปะปนอยู่ในตลาด โดยอาจเป็นไปได้ว่าสถานการณ์เช่นนี้เกิดจากความเข้มงวดของมาตรการตรวจสอบและคัดกรองสินค้าของจีน ซึ่งประสานงานกับกรมศุลกากรของประเทศผู้ส่งออก สำนักงานรับรองและควบคุมคุณภาพ และ Chinese Academy of Inspection and Quarantine (CAIQ) ของจีน ซึ่งจะเห็นได้ว่ามาตรการเหล่านี้สร้างต้นทุนและภาระขนาดใหญ่ให้ผู้ประกอบการรายเล็ก และอาจเรื่อยไปจนถึงผู้ประกอบการขนาดกลาง ผู้ประกอบการหลายท่านจึงเลือกที่จะขนส่งสินค้าสู่ประเทศจีนอย่างผิดกฎหมาย และอาจแลกมาด้วย

กำไรจากราคาขายที่ต่ำลง (สถานการณ์ตลาดธุรกิจรังนกในประเทศจีน, 2019: สถานการณ์รังนกและผลิตภัณฑ์รังนกในตลาดจีน, 2019)

เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาการดำเนินงานของอุตสาหกรรมรังนกนั้น ในกลุ่มผู้ประกอบการรังนกถ้า มักเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐมาตั้งแต่สมัยโบราณ ผู้ประกอบการจึงมีลักษณะผูกขาดกับทรัพยากร ครอบครองและเป็นเจ้าของธุรกิจมาช้านาน ซึ่งในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการรังนกบ้านเพิ่งเริ่มอาศัยผลประโยชน์จากธรรมชาติพัฒนาเป็นธุรกิจมาไม่กี่สิบปี และยังคงมีผู้ประกอบการหน้าใหม่สนใจเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่เสมอ ระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจจึงสั้นกว่าผู้ประกอบการรังนกถ้าอยู่มาก และทราบเท่าที่ยังมีอุปสงค์จากตลาดในประเทศจีน ตลาดรังนกบ้านก็ยังมีความเป็นไปได้ที่จะเติบโตโดยผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้อยู่เสมอ

ในการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผ่านมา ถึงแม้จะไม่สามารถสรุปสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ประกอบการรังนกถ้าได้ แต่สำหรับในกลุ่มรังนกบ้าน พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้มักลงทุนในธุรกิจดังกล่าวเสมือนอาชีพที่สอง โดยอาชีพหรือรายได้หลักนั้นมาจากอีกหนึ่งช่องทางที่แตกต่างกันไป อาทิ เกษตรกรรม ข้าราชการ ตำรวจ ฯลฯ

สำหรับเรื่องของราคาของผลผลิตนั้น จากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดปรากฏที่ราคาโดยเปรียบเทียบของสินค้าสองประเภท (รังนกถ้ากับรังนกบ้าน) ณ จุดขายของสองสถานที่ในกระบวนการผลิต โดย ณ จุดขายหลังการเก็บเกี่ยวหรือก่อนการแปรรูป รังนกถ้ามีราคาสูงกว่ารังนกบ้าน 2-3 เท่า และเมื่อสินค้าทั้งสองอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์สุดท้ายของกระบวนการผลิตแล้ว สินค้าจากรังนกถ้ากลับมีราคาเพิ่มขึ้นและสูงกว่ารังนกบ้านประมาณ 10 เท่า

แนวโน้มการประกอบธุรกิจในอนาคต

ธุรกิจรังนกทั้งสองประเภทมีความใกล้เคียงกับการทำเกษตรกรรม ด้านปศุสัตว์ ต่างกันเพียงผู้ประกอบการในกรณีทั้งสองนี้ไม่มีสิทธิ์ (เพาะเลี้ยง กำจัด หรือซื้อขาย) เหนือสิ่งมีชีวิตที่ให้ผลผลิตข้างต้น กรรมสิทธิ์อันเด่นชัดที่พวกเขาได้รับคือสิทธิ์การเป็นเจ้าของสถานที่ (ชั่วคราวหรือถาวร) สำหรับเก็บเกี่ยวผลผลิต และสิทธิ์ของการเป็นเจ้าของผลผลิตนั้น ๆ

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ในแง่ของการเตรียมสถานที่เพื่อประกอบธุรกิจด้านเกษตรกรรม ผู้ประกอบการธุรกิจรังนกถ้าจำเป็นต้องอาศัยการทำสัญญากับภาครัฐ เพื่อขออนุญาตใช้สิทธิ์เข้าไปเก็บเกี่ยวผลผลิตใด ๆ ที่เกิดขึ้นภายในถ้ำ ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจรังนกบ้าน จำเป็นต้องเตรียมการ วางแผน และลงทุนกับสิ่งปลูกสร้างเพื่อจำลองสถานที่ที่ใกล้เคียงกับแหล่งอาศัยตามธรรมชาติ รวมไปถึงจัดวางและตกแต่งภายในให้อื้ออามวยต่อการอาศัยและเลี้ยงดูบุตรสัตว์ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน ธุรกิจรังนกบ้านยังถือเป็นธุรกิจที่ยังไม่ได้รับการรับรองโดยกฎหมายในประเทศไทย

ส่วนในด้านของการค้า ทั้งสองธุรกิจมีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อรังนก โรงล้างรังนก และตลาดต่างประเทศในลักษณะคล้าย ๆ กัน ต่างกันเพียงกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจรังนกบ้านได้รวมกลุ่มกันเพื่อต่อรองอำนาจและอำนวยความสะดวกในการซื้อขาย โดยใช้สถานที่ที่เรียกว่า “ลานประมูล” เป็นเสมือนตลาดกลางและสถานที่พบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรังนก

ลักษณะโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรม

ความกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

เนื่องด้วยปัจจัยทางภูมิศาสตร์และพฤติกรรมการทำรังของนก ธุรกิจรังนกถ้ำจึงมีความกระจุกตัวสูงกว่าโดยเปรียบเทียบ เมื่อเทียบกับรังนกบ้าน ในขณะที่ธุรกิจอีกประเภทสามารถขยายตัวได้ตามแหล่งหากินหรือเส้นทางบินของนก จึงสามารถพบเห็นธุรกิจรังนกบ้านกระจายตัวอยู่ทั่วภูมิภาคของประเทศไทย

ความสามารถในการทดแทนกันของสินค้าและบริการในตลาด

ดังที่ได้เห็นแล้วว่าอุตสาหกรรมรังนกมีลักษณะการกระจุกตัวสูง ส่วนหนึ่งเกิดจากปัจจัยการผลิตเชิงที่ดินมีจำกัด และการออกแบบเชิงโครงสร้างที่สร้างความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากร อุตสาหกรรมดังกล่าวจึงเป็นธุรกิจที่มีการผูกขาดอุปทานค่อนข้างสูง แม้แต่ในธุรกิจเดียวกันเอง ยังมีการแบ่งแยกคุณภาพของสินค้าตามปัจจัยการผลิตหรือแหล่งที่มา หล่อหลอมด้วยความเชื่อในการบริโภคว่าวัตถุดิบจากแห่งหนึ่งมีมูลค่ามากกว่าอีกแห่งหนึ่ง ทำให้สินค้าภายในธุรกิจเดียวกันเองยังไม่สามารถทดแทนกันได้สมบูรณ์

อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่

- อุปสรรคจากชื่อเสียงของผู้ประกอบการรายเดิม

ในธุรกิจรังนกถ้า ชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดิมสามารถเป็นได้ทั้งความสามารถ ความไว้วางใจ เชื่อใจ และอิทธิพลที่ไม่สามารถจับต้องได้ ในบางครั้งการเข้าไปข้องเกี่ยวกับผู้ประกอบการเดิมสามารถนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ได้เช่นกัน ตรงกันข้ามกับในแวดวงธุรกิจรังนกบ้าน ที่ชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดิมไม่ได้ส่งผลเสียต่อธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่นัก เนื่องจากระบบทางสังคมที่สร้างขึ้นเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปัญหาของผู้ประกอบการรายใหม่จึงอาจอยู่ที่การประหลาดผิดใจจากค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสมาชิกส่วนใหญ่ในธุรกิจเดียวกัน

- อุปสรรคจากทำเลที่ตั้ง

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่าธุรกิจรังนกถ้านั้นถูกผูกขาดด้วยปัจจัยทางภูมิศาสตร์ และแหล่งทรัพยากร ถูกกำหนดด้วยอำนาจการเข้าถึง ในขณะที่ธุรกิจรังนกบ้านจำเป็นต้องอาศัยธรรมชาติด้านพฤติกรรมการย้ายถิ่นฐานของนกในการดึงดูดความสนใจให้เข้าไปสำรวจอาคารจำลองซึ่งเลียนแบบถิ่นอาศัยของนก

พฤติกรรมการแข่งขัน

พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา

ไม่ปรากฏพฤติกรรมการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมย่อยเดียวกัน หมายถึง ไม่พบเห็นพฤติกรรมการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจรังนกบ้านด้วยกันเอง และผู้ประกอบการธุรกิจรังนกถ้ำด้วยกันเอง เนื่องจากมูลค่าและราคาของรังนกที่เก็บเกี่ยวถูกกำหนดด้วยคุณลักษณะเชิงกายภาพภายใต้บรรทัดฐานเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ยังคงพบพฤติกรรมที่ใกล้เคียงจากการแข่งขันด้านราคาจากการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันระหว่างอุตสาหกรรมรังนกบ้านกับอุตสาหกรรมรังนกถ้ำ โดยพฤติกรรมดังกล่าวอาจเรียกเป็น พฤติกรรมการกีดกันด้านราคา เนื่องจากการตั้งราคาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสัญญาณทางการตลาดและการค้า เป็นปัจจัยแบ่งแยกคุณภาพของวัตถุดิบจากต่างแหล่งที่มา โดยใช้ความเชื่อส่วนบุคคลและการไร้ข้อสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์ที่หนักแน่นเป็นแรงจูงใจ

พฤติกรรมการแข่งขันด้านที่ไม่ใช่ราคา

- 1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลผลิตรังกนั้นก็มีลักษณะเหมือนกันหมด แต่แตกต่างกันที่เกรดตามลักษณะรูปร่างของรังก ดังนั้น การเก็บเกี่ยวรังกให้มีแต่รังกที่มีลักษณะที่สวยงาม เกรดสูงจึงเป็นเรื่องสำคัญ ผู้ประกอบการแต่ละรายจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักเข้ามาทำรังกในบ้านของตนและอาศัยเทคโนโลยีในการทำให้ได้รังกซึ่งรูปร่างสวยงาม คุณภาพสูง รวมไปถึงการสร้างความปลอดภัยในตัวบ้านให้กับรังกอีกด้วย
- 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการรังกบ้านต่างพยายามทำให้ผู้ซื้อรังกเข้าถึงง่ายที่สุด โดยผ่านระบบการประมูลที่จัดโดยสมาคมต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อกลางให้ผู้ประกอบการรังกบ้านและผู้ที่สนใจซื้อรังกได้มาเจอกัน
- 3) การส่งเสริมการขาย พบว่าผู้ประกอบการรังกบ้านแต่ละรายไม่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์รังกบ้านของตนเองผ่านช่องทางต่าง ๆ เนื่องจากผลผลิตจากผู้ประกอบการแต่ละรายมีความคล้ายคลึงกัน ไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ ประกอบกับการผู้ซื้อรังกเป็นแค่ผู้ที่สนใจบางกลุ่มเท่านั้นและดำเนินการซื้อขายผ่านระบบประมูล จึงไม่มีความจำเป็นต้องโฆษณา

กลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis)

- 1) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal: P)

เนื่องจากสถานการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบันมีความไม่แน่นอน อาจส่งผลเสียต่ออุตสาหกรรมรังกบ้าน เช่น จากเหตุการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการรังกบ้านประสบปัญหาหลังจากที่รัฐบาลจีนสั่งห้ามกรู๊ปทัวร์คนจีนท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่นิยมซื้อรังกในประเทศไทย โดยปกติการจำหน่ายผลิตภัณฑ์รังกจะทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ 1) รังกดิบล้างสะอาดขายผ่านทัวร์จีน และ 2) ส่งออกไปขายในประเทศจีน และจากเหตุการณ์โรคระบาดดังกล่าว ส่งผลให้ตลาดประมูลรังก

ติบราคาลดลงจากเดิมราคาของรังนกดิบที่ยังไม่ได้ล้างมีราคาประมาณ 25,000 บาทต่อกิโลกรัมเหลือราคาประมาณ 15,000 – 17,000 บาทต่อกิโลกรัม (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

นอกจากนี้ทางด้านกฎหมาย ผู้ประกอบการรังนกบ้านกำลังประสบปัญหาด้านกฎหมายเพราะว่านกแอ่นกินรังจัดเป็นสัตว์ป่าคุ้มครองตามความมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 ซึ่งกฎหมายยังไม่อนุญาตให้สามารถล่า เพาะพันธุ์ ครอบครอง หรือทำการค้าได้ ซึ่งจากข้อจำกัดดังกล่าวส่งผลกระทบต่อธุรกิจการส่งออกรังนกนางแอ่นและมีผลทำให้รังนกถูกกดราคาให้ต่ำลง เพราะติดในตัวของกฎหมายที่ไม่รองรับและบังคับใช้โดยตรงเกี่ยวกับการควบคุมสิ่งปลูกสร้างสำหรับรังนกและแหล่งนกนางแอ่นในธรรมชาติ จึงไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก แม้ว่ารังนกจากประเทศไทยจัดว่ามีคุณภาพสูงและเป็นที่ต้องการของตลาดต่อปีมีมูลค่าการส่งออกกว่า 10,000 ล้านบาท (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, 2561) ซึ่งประเทศจีนที่เป็นตลาดใหญ่ส่งออกรังนกนางแอ่นมีความเข้มงวดการนำเข้าและคุณภาพรังนกต้องได้มาตรฐาน เพื่อป้องกันการนำสินค้ารังนกใต้ดินเข้าประเทศ

2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic: E)

เนื่องด้วยรายได้ต่อหัวของชาวจีนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้ระดับการใช้ชีวิตของประชาชนจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับปัจจุบัน ชาวจีนเริ่มดูแลสุขภาพกันมากขึ้น รังนกจึงเป็นที่ต้องการของประเทศไทย โดยเฉพาะในปี 2560 ปริมาณการนำเข้ารังนกของจีนมีจำนวนสูงถึง 81.4 ตัน ประเทศจีนมีการเปิดรับรังนกกว้างมากขึ้น ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการสั่งซื้อรังนกมากขึ้น รังนกเปิดตัวเข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมากขึ้น การที่รังนกมีรหัสและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้นั้นทำให้ตลาดรังนกของจีนมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2562)

3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture: S)

อุตสาหกรรมรังนกมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่นิยมแวะซื้อรังนกจากประเทศไทยและหิ้วกลับประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน จึงเป็นที่ดึงดูดสำหรับ

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา นอกจากนี้สังคมไทยยังเป็นสังคมที่ค่อนข้างต้อนรับและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่เสมอ

4) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology: T)

เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำรังก้านจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเก็บเกี่ยวรังนกได้มากขึ้น การใช้เทคโนโลยีในระบบการประมวลผลสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้สื่อออนไลน์ของสมาคมต่าง ๆ สามารถทำให้สมาชิกหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจรังนกบ้านได้รับทราบและสามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารด้านการจัดอบรมหรือด้านการประมุลรังนก

การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Analysis)

1) อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้าใหม่ (Threat of new entrants)

ในธุรกิจรังนก บริบทภายในอุตสาหกรรม ณ ปัจจุบัน เป็นบริบทที่เอื้อให้ผู้ประกอบการเดิมสามารถเติบโตได้มากกว่า เนื่องด้วยตลาดถูกแบ่งแยกด้วยอำนาจทางธุรกิจและการเมือง สังคม และองค์ความรู้ คู่แข่งหน้าใหม่จึงมีโอกาสเติบโตได้น้อยกว่า และสามารถถูกผลักให้ออกไปจากตลาดได้ง่ายกว่า

2) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining power of suppliers)

ในภาคธุรกิจรังนกถ้า ผู้ขายปัจจัยการผลิตเต็มไปด้วยตัวแทนของภาครัฐจากส่วนต่าง ๆ อำนาจที่ผู้ขายปัจจัยปึงมีจึงถูกบัญญัติไว้ชัดเจนตามกฎระเบียบหรือข้อกำหนด ในทางตรงกันข้าม ผู้ขายปัจจัยการผลิตของธุรกิจรังนกบ้านอาจหมายถึงวิศวกร ผู้รับเหมาก่อสร้าง หรือผู้จำหน่ายเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจบ้านรังนก ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นไปตามกลไกตลาดเพราะว่าเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นองค์ความรู้ที่ไม่ได้จัดสิทธิบัตร (common knowledge) สามารถเผยแพร่ได้

3) อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining power of buyers)

เนื่องจากตลาดรังนกยังคงเป็นตลาดที่มีอุปสงค์ส่วนเกิน อำนาจต่อรองของผู้บริโภคจึงต่ำมาก อย่างไรก็ตาม ด้วยปัจจัยที่ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาวจีน และจากเหตุการณ์ตรวจพบสารปนเปื้อนใน “รังนกสีเลือด” เป็นจำนวนมาก รัฐบาลจีนจึงเป็นตัวแทนสร้างข้อกำหนดหรือมาตรฐานในการนำรังนกเข้าประเทศ แม้ข้อกำหนดจะช่วยสร้างอำนาจการต่อรองให้ผู้บริโภค แต่ด้วยคุณลักษณะของตลาดดังกล่าวไว้ข้างต้น จึงยังทำให้มีการลักลอบนำรังนกผิดกฎหมายเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีนอยู่เสมอ

4) อุปสรรคจากการมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of substitute products)

ธุรกิจรังนกเป็นธุรกิจที่มีการผูกขาดทั้งภายนอกและภายในธุรกิจ ดังนั้นจึงไม่มีอุปสรรคจากการมีสินค้าหรือบริการอื่นทดแทน ถ้าพิจารณาจากสรรพคุณทางการแพทย์ของรังนก สินค้าที่สามารถบริโภคทดแทนรังนกได้ก็จะมีแค่หูลูลาม กระเพาะปลา โสม แต่ก็ไม่ได้มีความใกล้เคียงกันมากนัก

5) การแข่งขันระหว่างธุรกิจ (Rivalry among existing firms)

ธุรกิจรังนกมีการแข่งขันถึงผูกขาด และแบ่งแยกอยู่ภายในธุรกิจมาตลอด นับตั้งแต่รังนกสามารถเก็บเกี่ยวได้จากสิ่งปลูกสร้างจากฝีมือมนุษย์ การแข่งขันดังกล่าวจึงถูกจำแนกด้วยแหล่งที่มาของรังนก โดยอาศัยการหล่อหลอมด้วยความเชื่อ ดังเช่นที่ใช้กับการสร้างอุปสงค์ ให้ธุรกิจทั้งสองแบ่งแยกออกจากกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจ (SWOT Analysis)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strength)

จุดแข็งที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมรังนกของประเทศไทยก็คือประเทศไทยเป็นแหล่งทรัพยากรรังนกที่สำคัญประเทศหนึ่งของโลก สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเอื้อให้เป็นที่อยู่อาศัยของนกแอ่นกินรังเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคชาวจีนให้ความเชื่อถือในคุณภาพของรังนกจากประเทศไทยเนื่องจากรังนกของไทยนั้นไม่เคยประสบปัญหาการปนเปื้อนของสารเคมี อีกทั้งรังนกไทยมีสีที่สวยกว่าและปริมาณขนที่น้อยกว่ารังนกจากประเทศอื่น แรงงานในอุตสาหกรรมรังนกของไทยมีความชำนาญในการเก็บรังนกและ

ทำความสะอาดร้านค้า นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีความสัมพันธ์ทางการเมืองที่ดีกับประเทศจีน ซึ่งทำให้การค้าขายระหว่างไทยกับจีนยังมีข้อได้เปรียบกว่าประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย ประเทศไทยมีระบบการประมูลร้านค้าที่มีมาตรฐาน ทำให้ช่วยลดปัญหาการกดราคาจากพ่อค้าคนกลางไปได้และอำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อร้านค้าได้เข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น

จุดอ่อน (weakness)

ประเทศไทยมีค่าแรงสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เวียดนาม และเมียนมาร์ เนื่องจากร้านค้าที่นำไปขายในประเทศจีน จะต้องทำความสะอาดร้านค้า แต่ค่าแรงของประเทศไทยนั้นมีราคาสูงกว่า จึงทำให้ร้านค้าถูกไปล้างในประเทศเพื่อนบ้านแล้วส่งไปขายในประเทศจีนแทน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (opportunity)

ตลาดในประเทศจีนยังมีความต้องการบริโภคสินค้าอีกจำนวนมาก เนื่องจากเป็นสินค้าที่อยู่บนฐานความเชื่อของเรื่องยาบำรุงร่างกาย และเศรษฐกิจของประเทศจีนที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการร้านค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้น ถ้าร้านค้ามีสรรพคุณในการชะลอความชราหรือเป็นการเสริมความอ่อนเยาว์ การเติบโตในตลาดด้านความสวยความงามนั้นจะแพร่หลายมากขึ้น ไม่ใช่แค่ในประเทศจีนเพียงเท่านั้น

อุปสรรค (threat)

อุตสาหกรรมร้านค้ายังคงต้องพึ่งพาการส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นหลักจึงอาจเกิดความเสี่ยงที่ประเทศไทยไม่สามารถส่งออกไปยังประเทศจีนได้ด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ประเทศจีนได้กำหนดขึ้นหรือเกิดความไม่แน่นอนในประเทศจีนที่อาจส่งผลต่อการส่งออกร้านค้าของไทย

รังนกยังเป็นสินค้าที่ประเทศจีนยังกีดกันการนำเข้า ซึ่งวิธีการส่งออกรังนกจากประเทศไทยไปยังประเทศจีนยังไม่มีรูปแบบที่เป็นทางการ โดยผู้ประกอบการที่ทำการส่งออกนั้นมีวิธีการเป็นของตนเอง แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ขายรังนกจะนำรังนกเข้าสู่ตลาดประมูลรังนกที่จัดขึ้นตามที่ต่าง ๆ

ในปัจจุบัน รังนกเป็นสินค้าที่มีการบริโภคบนฐานความเชื่อ ซึ่งเป็นความนิยมในจีนเท่านั้น การขยายตลาดไปยังผู้บริโภคสัญชาติอื่น ๆ นั้นยังทำได้ยากเนื่องยังไม่มี การพิสูจน์เรื่องคุณค่าทางสารอาหารของรังนกในทางวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้ กฎหมายที่เกี่ยวกับรังนกบ้านยังมีหลักเกณฑ์ที่ยังไม่ชัดเจน แต่มีแนวโน้มในการผลักดันให้รังนกเป็นสินค้าที่ถูกรับรองโดยกฎหมาย และสามารถซื้อขายได้สะดวกขึ้น อีกทั้งกฎหมายหลายส่วนที่ต้องแก้ไข เพื่อให้การค้าขายรังนกบ้านนั้นถูกรับรองโดยกฎหมาย

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่องโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรังนกนางแอ่นในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างตลาดในอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทย ศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตรังนก ทั้งรังนกถ้ำและรังนกบ้าน ศึกษาบทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมรังนก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการจัดเก็บอากร และการส่งออก รวมไปถึงมาตรการของภาครัฐที่มีต่อการควบคุมอุตสาหกรรมรังนก รวมไปถึงการสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมรังนกเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเป็นหลัก (Descriptive Analysis) ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ประกอบการ และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย บทความทางวิชาการ ข่าว และบทสัมภาษณ์ต่าง ๆ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาแบบสังเขปได้ว่าการทำธุรกิจรังนกนางแอ่นหรือบ้านนกแอ่นนั้น เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการรังนกนางแอ่นจำนวนมากทำให้ในแต่ละปีมีการเก็บรังนกนางแอ่นตามแหล่งธรรมชาติไม่เพียงพอความต้องการของอุตสาหกรรมและตลาด จึงทำให้มีผู้สนใจทำธุรกิจรังนกบ้านมากขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ แต่การเลี้ยงนกนางแอ่นมีความซับซ้อน ต่างจากการเลี้ยงนกประเภทอื่น ๆ เพราะว่าผู้เลี้ยงไม่สามารถที่จะจับนกแอ่นมาเลี้ยงในกรงแล้วปล่อยให้นกสร้างรังได้ เพราะตามธรรมชาติของนกนางแอ่นจะมีการสร้างรังตามซอกโศดหินตามหน้าผา หรือกิ่งไม้ใกล้บริเวณแหล่งหากินเป็นหลัก แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถสร้างแหล่งอาศัยให้มีสภาพคล้ายคลึงกับธรรมชาติและประยุกต์ใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นกนางแอ่นเข้ามาอาศัย และสร้างรังได้ เช่น การใช้เสียงล่อ การก่อสร้างอาคารให้มีสภาพคล้ายคลึงกับธรรมชาติ เป็นต้น

การวิเคราะห์ลักษณะโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรังนกของประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาแล้ว พบว่าสำหรับรังนกถ้ำนั้น เมื่อพิจารณาในเชิงการเข้าครอบครองพื้นที่ พบว่า โครงสร้าง

ตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เพราะว่ามีผู้ประมูลสัมปทานรังนกถ้านั้นมีจำนวนน้อยราย แต่ถ้าพิจารณาในเชิงพื้นที่ของการครอบครองแล้ว จะพบว่าเป็นโครงสร้างตลาดแบบผูกขาด (Monopoly) เนื่องจากการกีดกันของภาครัฐทำให้สัปทานแก่ผู้ที่ชนะการประมูลได้เพียงรายเดียว แต่ถ้าพิจารณาในเชิงลักษณะของสินค้าซึ่งได้แก่รังนกนั้น พบว่าโครงสร้างตลาดเป็นแบบตลาดแข่งขันสมบูรณ์เพราะว่ารังนกแอ่นตามถ้ำต่าง ๆ นั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกัน

ในกรณีของรังนกบ้านนั้น เมื่อพิจารณาในเชิงการเข้าครอบครองพื้นที่ พบว่า โครงสร้างตลาดเป็นแบบตลาดแข่งขันสมบูรณ์เพราะว่าในพื้นที่หนึ่ง ๆ ผู้ประกอบการสามารถครอบครองอาคารพาณิชย์ได้หลายราย ไม่จำเป็นต้องมีการประมูลเพื่อให้ได้สิทธิ์ในการครอบครองพื้นที่ และถ้าพิจารณาในเชิงลักษณะของสินค้าซึ่งได้แก่รังนกนั้น พบว่าโครงสร้างตลาดเป็นแบบตลาดแข่งขันสมบูรณ์เพราะว่ารังนกแอ่นตามบ้านนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกัน

ในเรื่องของพฤติกรรมการแข่งขันนั้น พบว่าผู้ประกอบการรังนกบ้านมีพฤติกรรมการแข่งขันที่เน้นทางด้านที่ไม่ใช่ราคามากกว่า เพราะว่าการกำหนดราคาของรังนกนั้นจะถูกกำหนดโดยผู้ซื้อผ่านการประมูล ดังนั้นการแข่งขันทางด้านราคาจึงไม่สามารถกระทำได้ สำหรับการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคานั้น เนื่องจากผลผลิตรังนกนั้นมีลักษณะเหมือนกันหมด แต่แตกต่างกันที่เกรดตามลักษณะรูปร่างของรังนก ดังนั้น การเก็บเกี่ยวรังนกให้มีแต่รังที่มีลักษณะที่สวยงาม เกรดสูงจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการแต่ละรายจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักเข้ามาทำรังในบ้านของตนให้มากขึ้นและอาศัยเทคโนโลยีในการทำให้ได้รังนกซึ่งรูปร่างสวยงาม และคุณภาพสูง รวมไปถึงการสร้างความปลอดภัยในตัวบ้านให้กับรังนกอีกด้วย

ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมรังนกแอ่นของประเทศไทยในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากกระแสธุรกิจรังนกบ้านในตอนนี้กำลังเป็นที่นิยมทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สนใจที่จะประกอบธุรกิจเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะทำให้แนวโน้มในอนาคตเกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และอาจจะเกิดภาวะอุปทานส่วนเกิน ดังนั้น ผู้ประกอบการรายเดิมในตลาดควรลดต้นทุนการดำเนินงานให้

ได้มากที่สุด โดยที่ไม่ทำให้ปริมาณและคุณภาพของรังนกลดต่ำลง เพื่อให้สามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดหรือผลผลิตให้มากขึ้นหรืออยู่ในระดับเดิมให้ได้

2. ผู้ประกอบการธุรกิจควรมีการพัฒนาในการสร้างเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้ได้รังนกที่เพิ่มขึ้นและมีคุณภาพที่สูงขึ้น ควรลงทุนทางด้านเทคโนโลยีและติดตามการประกอบการอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ
3. ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจจะต้องศึกษาหาความรู้มาเป็นอย่างดี มีเงินลงทุน คำนึงถึงที่ตั้งของบ้านรังนก ผ่านการฝึกอบรมผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่จัดโดยสมาคมหรือชมรมต่าง ๆ ควรมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอเชิงนโยบายที่อาจเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมรังนกในประเทศไทยให้มีความก้าวหน้าต่อไป ดังนี้

1. ภาครัฐควรมีส่วนช่วยในการแก้ไขและปรับปรุงด้านกฎหมาย โดยอาจจะต้องออกกฎหมาย เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนในการประกอบธุรกิจนี้ และจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในตัวกฎหมาย รวมถึงสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการด้วย เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละรายก็ยังมี ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันในข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการรังนก
2. ภาครัฐควรมีส่วนช่วยในการสนับสนุนเงินทุนกับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมโอกาสในการประกอบธุรกิจ และส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมให้แก่อุตสาหกรรมในประเทศ
3. เนื่องจากนกแอ่นเป็นสัตว์ป่าคุ้มครองตามมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 กฎหมายดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสงวนสิทธิ์การล่า เพาะพันธุ์ ครอบครอง หรือทำการค้า แต่ยังสร้างข้อก้ำกึ่งถึงคุณภาพการผลิตและสินค้าของไทยในตลาดโลก ซึ่งส่งผลโดยตรงอย่างยิ่งต่อการมูลค่าการส่งออกและธุรกิจ สถานการณ์เช่นนี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างอุปสรรคและข้อเสียเปรียบให้กับประเทศตนเองในตลาดการแข่งขัน หนึ่งในคำแนะนำของเกษม จันทรดำ (2560) ก็คือ ภาครัฐควรปรับปรุงกฎหมายให้นกนางแอ่นเป็นสัตว์ที่เพาะเลี้ยงได้อย่างเร่งด่วน ที่สำคัญช่วยรักษา

ราคาที่ดินและการต่อรองทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจ เพื่อสร้างตลาดที่ดินกลางในการกำหนดราคาทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค และลดการควบคุมผูกขาดการค้าที่ดินในตลาดโลก (Thianthong, 2018)

4. การอนุรักษ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าบ้าน พบว่าสถานการณ์จำนวนนกแอ่นกินรังในประเทศไทยนั้น ไม่ได้อยู่ในภาวะเสี่ยงที่จะสูญพันธุ์ ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความกังวลในเรื่องดังกล่าว
5. จากข้อเรียกร้องของผู้ได้รับความเดือดร้อนจากการตั้งอาคารเลี้ยงนกหรือตีถนนในเขตชุมชน ภาครัฐควรวางแผนในการใช้อำนาจเพื่อจำกัดขอบเขตเชิงกายภาพ (zoning) หรือสถานที่ประกอบการกับเจ้าของธุรกิจร้านค้า ทั้งในบริบทของตำแหน่งที่ตั้งและสถาปัตยกรรมของบ้านหรือตึกนก ดังที่กมลศักดิ์ เลิศไพฑูรย์ นายกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า (ประเทศไทย) ได้เสนอให้ผู้ประกอบการสร้างอาคารดังกล่าวในสวนเกษตรส่วนตัว และควรมีความสูงเพียง 1 – 2 ชั้น ซึ่งนอกจากจะสามารถควบคุมความเสียหายจากมลพิษด้านต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นแล้ว ยังช่วยกำจัดปัจจัยที่ไม่พึงประสงค์ในเขตเกษตรกรรม (แมลง) ได้อีกด้วย
6. ในด้านการส่งออกนั้น คาดการณ์ว่าในอนาคต ผู้บริโภคชาวจีนจะมีความต้องการบริโภคสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันกันมากขึ้นเพื่อส่งออกทั้งในระดับประเทศและการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งเช่นมาเลเซียและอินโดนีเซีย รัฐบาลและผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการควบคุมคุณภาพ ความปลอดภัย สุขอนามัยของร้านค้าให้มากที่สุด และต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ และมีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้เกิดการซื้อขายอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการเองต่างก็ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน
7. ธุรกิจร้านค้ามีความเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวของไทย ภาครัฐ ผู้ประกอบการ สมาคมท่องเที่ยวและสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าควรร่วมมือกันส่งเสริมการท่องเที่ยวและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ร้านค้าตามโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ปรับสัดส่วนระหว่างการส่งออกและจำหน่ายในประเทศให้อยู่ในอัตราที่เหมาะสม เน้นการ

สร้างพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ร้านค้าต่าง ๆ โรงแรมต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวซื้อผลิตภัณฑ์
ร้านกันไปเป็นของฝากให้เพิ่มมากขึ้น

8. อาจเห็นได้ว่าโครงสร้างตลาดของร้านทั้งสองประเภทยังคงมีช่องว่างหรือโอกาสให้ผู้ประกอบการทั้ง
ในและนอกอุตสาหกรรมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของตลาดนี้ให้สูงขึ้นได้
อย่างไรก็ตาม ในทุก ๆ ผลลัพธ์ที่คาดการณ์ไว้นั้นจะไม่มีทางเกิดขึ้นได้หากไร้ซึ่งการเปลี่ยนแปลง 2
ประการ ประการแรกคือการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงที่อยู่นอกเหนืออำนาจในการ
เข้าถึงในงานวิจัยชิ้นนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาดที่เกิดขึ้นใน
ต่างประเทศ สารสำคัญที่จะได้จากภารกิจนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยเติมเต็มโครงสร้างของตลาดร้านกให้
สมบูรณ์ แต่ยังเป็นเบาะแสสำคัญในการวางกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่วนอีกประการหนึ่งคือ
รูปแบบการมีส่วนร่วมของภาครัฐจำเป็นต้องเปลี่ยนไป เนื่องจากตลอดเวลาที่ผ่านมา รัฐประพฤติน
อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายเป็นหลัก ซึ่งวิวัฒนาการมาด้วยการดำรงซึ่งอำนาจเชิงสถาบันของรัฐ
เป็นเป็นสำคัญอยู่เสมอ แต่มิใช่ของชาติในภาพรวม การตัดสินใจที่เกิดขึ้นจึงมักละเลยผลประโยชน์ใน
ด้านอื่น ๆ อาทิ เศรษฐกิจ สังคม ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และความกินอยู่ดีของประชาชน แม้
รัฐอาจมองว่าการไม่ก้าวท้าวใด ๆ ดังเช่นที่ผ่านมาจะไม่สร้างผลลัพธ์อันไม่พึงประสงค์ต่อตน และยังคง
รักษาผลประโยชน์ตามที่เคยยึดถือมาตลอดไว้ได้ แต่รัฐอาจลืมมองไปว่าอุตสาหกรรมนี้ยังเป็นแหล่ง
ดึงดูดนักลงทุนชาติอื่น ๆ ที่อำนาจรัฐอาจไม่สามารถก้าวท้าว และพร้อมที่จะแย่งชิงผลประโยชน์
ออกไปได้อยู่เสมอ รวมไปถึงคู่แข่งทางการค้าที่วางแผนและเตรียมพร้อมเข้าไปเก็บเกี่ยวผลประโยชน์
เดิมที่เคยเป็นของไทยตลอดเวลา ฉะนั้นภายใต้การนิ่งเฉยของรัฐ จึงเปรียบเสมือนการปล่อยให้ชนวน
ระเบิดวิ่งไปทำลายผลประโยชน์ทั้งของรัฐและชาติ ซึ่งเมื่อถึงตอนนั้น อุตสาหกรรมร้านกในประเทศไทย
อาจไม่มีวันฟื้นคืนในระดับการแข่งขันระดับนานาชาติได้อีกเลย คำถามที่อาจจำเป็นต้องถาม
ภาครัฐคือ จะตัดสินใจเพื่อป้องกันเหตุไว้เสียแต่ตอนนี้ หรือรอตัดสินใจสำหรับแก้เหตุในภายหลัง

ข้อจำกัดในการศึกษา

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อเก็บข้อมูลเป็นไปได้ยาก และผู้ประกอบการบางรายไม่สะดวกที่จะให้ข้อมูล ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วน อีกทั้งยังทำให้ขาดข้อมูลทางสถิติที่สำคัญ เช่น รายได้ของธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบให้การคำนวณตัวเลขส่วนแบ่งตลาดและอัตราการกระจุกตัวเพื่อหาลักษณะโครงสร้างของอุตสาหกรรมไม่สามารถทำได้ และการศึกษาในครั้งนี้ยังได้จำกัดขอบเขตการวิจัยไว้เพียงแค่บางพื้นที่ จึงอาจทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่ได้ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมทั้งหมด

การต่อยอดงานวิจัยในอนาคต

ทั้งนี้ ในการศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในด้านฝั่งอุปสงค์ควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกกลานประมูลของผู้ซื้อธัญพืช และอาจขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาให้กว้างขึ้น เช่น ภาคกลางหรือภาคตะวันตก รวมถึงเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการในพื้นที่ที่กระจายกันออกไป เพื่อให้สามารถได้ผลวิเคราะห์ที่มีความลึกและความกว้างให้ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรมธัญพืชในภาคอีสานในประเทศไทย อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมธัญพืชในภาคอีสานในประเทศไทย รวมไปถึงการศึกษาขั้นตอนการเพิ่มราคาในแต่ละขั้นตอนการแปรรูป

ภายใต้ความสัมพันธ์ของตลาดธัญพืชทั้ง 2 ชนิด ได้แสดงให้เห็นแล้วว่าประเทศจีนยังคงเป็นจุดหมายปลายทางของสินค้าประเทศนี้ การเจริญเติบโตของตลาดการผลิตธัญพืชใน (แต่ละ) ประเทศ จึงขึ้นอยู่กับว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเลือกที่จะหวังยกระดับอำนาจตนเองที่มีต่อคู่ค้าเดิม (จีน) หรือออกไปแสวงหาลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่มีใครให้ความสนใจมากนัก โดยทางเลือกทั้งสองนี้ล้วนเต็มไปด้วยอุปสรรคและความท้าทายในรูปแบบที่แตกต่างกัน หากเลือกที่จะเพิ่มมูลค่าหรือยกระดับสินค้าในตลาดเดิม ผู้ผลิตไปจนถึงผู้จัดจำหน่ายต้องเตรียมรับมือกับข้อจำกัดและเงื่อนไขจากลูกค้ารายสำคัญนี้ ซึ่งไม่อาจคาดเดาได้เลยว่ามาตรการที่ปรากฏอยู่ทุกวันนี้มีแนวโน้มที่จะถูกเสนอให้ยกระดับความเข้มงวดจากเดิมอีกหรือไม่ ทั้งนี้เพราะข้อกำหนดดังที่ปรากฏอยู่ทุกวันนี้ เป็นผลจากบทเรียนในอดีตผู้ที่คาดหวังกับทางเลือกนี้จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ อาทิ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยด้านจิตวิทยา ข้อมูลและข่าวสาร เพื่อไว้ด้วย ในขณะที่การเลือกหาโอกาสทางการค้าใหม่ อาจจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากผ่านกระบวนการศึกษา ค้นคว้า และวิจัย เพื่อวางรากฐานการตลาดในประเทศคู่ค้าที่แตกต่างจากเดิม และแตกต่าง

กันในแต่ละประเทศ แต่หากพิจารณาในแง่ผลพลอยได้อื่น ๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทางเลือกในกรณีนี้จึงมีความคุ้มค่าต่อการพิจารณาไม่ต่างกัน

นอกจากนี้ แม้กระบวนการผลิตสินค้าจะเกิดขึ้นจากผู้ผลิตคนละสาย แต่ยังคงมีอีกจุดร่วมปรากฏให้เห็นอีกจุดหนึ่ง นั่นคือ โรงล้างทำความสะอาดรังนก ซึ่งถือเป็นหนึ่งในขั้นตอนสำคัญของกระบวนการผลิต และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการกำหนดมูลค่าสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากโรงล้างรังนกนั้นไม่ได้รับผิดชอบเพียงสุขลักษณะตามหลักอนามัยของสินค้า แต่ (ในบางแห่ง) ยังรวมถึงการคัดกรองคุณภาพ และการปรับหรือจัดรูปร่างให้เหมาะสมต่อการนำไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ขั้นตอนการดำเนินงานส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นภายในโรงล้างรังนก ไม่จำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการรับมือกับปัญหาที่ซับซ้อน แต่ด้วยลักษณะงานที่ต้องอาศัยความประณีตและละเอียดอ่อน คล้ายงานหัตถกรรม ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะเฉพาะค่อนข้างสูง ซึ่งอยู่ในระดับที่ยังไม่สามารถคิดค้นเครื่องมือหรือเครื่องจักรใด ๆ มาช่วยแบ่งเบาภาระหรือทำแทนที่มนุษย์ได้ อุตสาหกรรมที่อยู่ในกระบวนการผลิตส่วนนี้จึงยังคงเป็นแบบใช้แรงงานคนเป็นหลัก (Labor intensive)

เมื่อเป็นเช่นนี้ อุตสาหกรรมรังนกจึงยังคงมีช่องว่างหรือโอกาสขนาดใหญ่มากพอที่จะดึงดูดให้ธุรกิจด้านเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนและเปลี่ยนแปลงให้อุตสาหกรรมโรงงานล้างรังนกพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมแบบผสมผสานระหว่างแรงงานคนกับเครื่องจักรมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มกำลังการผลิต และเกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of Scale) แล้ว ยังช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับนานาชาติให้เพิ่มขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้จะกล่าวไปก่อนหน้านี้แล้วว่า ราคาของรังนกถูกกำหนดด้วยต้นทุนการผลิตและคุณภาพของรังนก แต่เนื่องจากบทสัมภาษณ์และข้อมูลอื่น ๆ ที่ได้รวบรวมมา ยังคงสร้างข้อสังเกตให้ได้พิจารณาเพิ่มเติมอีกหนึ่งประการว่า สัดส่วนความต่างของราคารังนกถ้ากับรังนกบ้านที่พบได้หลังขั้นตอนการเก็บเกี่ยว (ก่อนนำไปล้าง) กับราคา ณ จุดขายก่อนถึงมือผู้บริโภค อาจเป็นตัวกำหนดราคาสุดท้ายที่แตกต่างกันระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างแหล่งที่มาของรังนกทั้งสองชนิดนี้ด้วยเช่นกัน โดยสามารถพบได้ว่า แม้ราคารังนกถ้าดิบ (เพิ่งเก็บเกี่ยวหรือก่อนนำไปล้าง) มีราคาสูงกว่ารังนกบ้านดิบประมาณ 3 – 5 เท่า แต่เมื่อวัตถุดิบเหล่านี้ถูกนำไปแปรรูปและได้ปรากฏอยู่

ตามร้านค้า ราคาของสินค้าจากวัตถุดิบสองชนิดนี้กลับมีความแตกต่างกันถึง 10 เท่า ข้อมูลเบื้องต้นที่รวบรวมได้ระบุว่าความแตกต่างของราคาที่เปลี่ยนไปนี้มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับกระบวนการขนส่งสินค้า และมาตรการการนำเข้าประเทศจีนในปัจจุบัน แต่ค่าเฉลี่ยเหล่านี้ไม่สามารถยืนยันได้อย่างแน่ชัดเนื่องจากข้อชี้แจงดังกล่าวยกประเด็นหรือสมมติฐานจากสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการชาวไทยไม่มีส่วนรู้เห็นหรือมีหลักฐานเชิงประจักษ์ กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลเชื่อว่า เมื่อถึงนกถูกส่งต่อไปยังผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากรูปแบบและขั้นตอนการลำเลียงที่จะส่งไปขายในตลาดจีน จะเป็นตัวกำหนดราคาสุดท้ายของสินค้าอีกครั้งหนึ่ง และเนื่องด้วยวัตถุดิบในกลุ่มรังนกบ้าน ยังคงลักษณะเดิมจากแหล่งเก็บเกี่ยว (ยังไม่ได้ล้าง ทำความสะอาดหรือแปรรูป) จึงทำให้ผู้ประกอบการชาวต่างชาติสามารถลำเลียงต่อได้ง่ายกว่า ในทางกลับกัน วัตถุดิบในกลุ่มรังนกถ้าผ่านการแปรรูปแล้วในจำนวนหนึ่ง นอกจากกระบวนการขนส่งที่อาจซับซ้อนกว่าแล้ว หากผู้ประกอบการชาวไทยไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงล้างที่ได้รับการยอมรับหรือผ่านมาตรฐานจากประเทศจีน การจะขนส่งสินค้าเพื่อเข้าตลาดปลายทางได้จึงอาจจำเป็นต้องใช้วิธีการนอกเหนือข้อตกลง โดยกระบวนการที่อยู่นอกเหนือการยอมรับนี้อาจเต็มไปด้วยความเสี่ยงและจำเป็นต้องเพิ่มต้นทุนเพื่อรับรองการลำเลียงสินค้าให้ไปถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการได้

หากกระบวนการขนส่งหรือลำเลียงส่งผลอย่างยิ่งต่อราคาสินค้า ณ ปลายทางได้จริง และกระบวนการขนส่งที่อยู่นอกเหนือกฎหมายสามารถยกระดับได้ราคาสินค้าได้สูงที่สุด กระนั้น การปล่อยให้การค้าดำเนินลักษณะเช่นนี้ต่อไป เพื่อหวังให้สินค้าสามารถรักษาระดับของมูลค่า ก็ยังถือเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสามารถพิจารณาได้ว่า เป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลาย ๆ ฝ่ายดำเนินธุรกิจอย่างผิดกฎหมายเช่นนี้ต่อไปด้วยเช่นกัน ฉะนั้น นโยบายที่ควรนำมาไตร่ตรอง จึงไม่ควรมีประเด็นของการไม่ใช้นโยบายใด ๆ มาพิจารณาโดยเด็ดขาด แต่หนึ่งในทางเลือกที่อาจนำมาใช้ก็เป็นประเด็นได้ คือ การสนับสนุนและยกระดับคุณภาพของโรงล้างรังนกในประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือตามข้อเรียกร้องที่ประเทศคู่ค้าเป็นผู้กำหนด ประโยชน์ที่ได้นั้นไม่ได้มีเพียงแต่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้าดังที่ได้กล่าวไว้ในเนื้อหาก่อนหน้านี้เท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองทางการค้า ทั้งในการกำหนดราคาและปริมาณการส่งออก รวมไปถึงยกระดับน่าเชื่อถือต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเจริญสัมพันธ์ไมตรีดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นในอดีต แต่ไม่ว่าจะด้วยข้อสนับสนุนประการใด การศึกษาในอนาคตควรศึกษาเพื่อยืนยันข้อเท็จจริงของคำชี้แจงนี้ให้แน่ชัดเสียก่อน

บรรณานุกรม

หนังสือ

- เกษม จันทรคำ. 2550. *รังนกแอ่น: อำนาจ ความขัดแย้ง และความมั่งคั่ง*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาสารคาม.
- เกษม จันทรคำ. 2560. *ชาติพันธุ์ รังนก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ญาดา ประภาพันธ์. 2534. *ระบบเจ้าภีษไนยอากรสมัยกรุงเทพฯ ยุคต้น*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2539. *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 3 (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล. 2538. *เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและทฤษฎีต้นทุน หน่วยที่ 7*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. 2553. *การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บทความ

- Chantler, P. (2010). *Swifts: a guide to the swifts and treeswifts of the world*. Bloomsbury Publishing.
- Chua, L. S., & Zukefli, S. N. (2016). A comprehensive review of edible bird nests and swiftlet farming. *Journal of integrative medicine*, 14(6), 415-428.

- Gausset, Q. (2004). Chronicle of a foreseeable tragedy: birds' nests management in the Niah caves (Sarawak). *Human Ecology*, 32(4), 487-507.
- Good, L., & Wong, P. M. H. (1969, July). Birds' nest industry and swiftlet conservation in Sarawak. In *Pan Malaysian Forestry Conference, Kuantan*.
- Ibrahim, S. H., Teo, W. C., & Baharun, A. (2009). A study on suitable habitat for swiftlet farming. *Journal of Civil Engineering, Science and Technology*, 1(1), 1-7.
- Lau, A. S., & Melville, D. S. (1994). *International trade in Swiftlet nests with special reference to Hong Kong*. Traffic International.
- Looi, Q. H., & Omar, A. R. (2016). Swiftlets and edible bird's nest industry in Asia. *Pertanika Journal of Scholarly Research Reviews*, 2(1).
- Medway, L. (1966, July). Field characters as a guide to the specific relations of swiftlets. In *Proceedings of the Linnean Society of London* (Vol. 177, No. 2, pp. 151-172). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Meng, G. K., Kin, L. W., Han, T. P., Koe, D., & Raymond, W. J. K. (2017). Size Characterisation of Edible Bird Nest Impurities: A Preliminary Study. *Procedia computer science*, 112, 1072-1081.
- Munirah, R., Mohd Shahwahid, H.O., Zulnaidah M., Fatin, F., (2014). *Edible Bird Nest Industry Conference 2014*
- Ramlan, M., Aini, I., & Jalila, A. (2018). An overview of research and industry connectivity for EBN. *Malaysian Journal of Veterinary Research*, 9(1), 81-90.
- Shukri, N. N. H. M., Nawi, N. M., Abdullah, A. M., & Man, N. (2018). Consumer's perception on the quality of controversial contents in edible bird's nest products. *Pertanika Journal of Scholarly Research Reviews*, 4(1).

Thorburn, C. (2014). The edible birds' nest boom in Indonesia and South-east Asia: a nested political ecology. *Food, Culture & Society*, 17(4), 535-553.

Thorburn, C. C. (2015). The edible nest swiftlet industry in Southeast Asia: capitalism meets commensalism. *Human Ecology*, 43(1), 179-184.

ต้นหนาว โสพัฒน และอดุลย์ ศุภานท์. 2556. โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวดในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สิริรัตน์ พรหมวัลย์ และจิรศักดิ์ รอดจันทร์. 2559. ปัญหากฎหมายในการจัดเก็บภาษีเงินได้และการจัดเก็บอากรรั้งนกของผู้ประกอบธุรกิจรังนกนอกเขตสัมปทาน. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย*. ฉบับที่ 1. หน้า 698-711.

รายงานวิจัยและวิทยานิพนธ์

กนกวรรณ ขาติสุวรรณ. 2553. การคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในชุมชนจากการอาศัยของนกแอ่นกินรัง (*Edible-Nest Swiftlet*). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เฉลิมพล รัตนลาภ. 2558. การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มรังนกนางแอ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ต่อภัสสร ยมนาและวัชรพงศ์ รติสุขพิมล. 2562. กระบวนการและการตรวจสอบการให้สัมปทานรังนกในภาคใต้ของประเทศไทย. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.).

ธนาวุฒิ ศุภางคะรัตน์. 2552. ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

นริศรา สนเอี่ยม. 2552. โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการจัดอีเว้นท์ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- นัสสุ คุสุวรรณ. 2554. ปัจจัยด้านการตลาด กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจขนส่งระบบรางในเขต กทม. : กรณีศึกษา บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภัทรพร วันวงศ์. 2558. ปัญหาการกำกับดูแลการเก็บรังนกอีแอ่นจากสิ่งปลูกสร้างของเอกชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตยา ไกรสัย. 2554. กลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจผลิตจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียว: กรณีศึกษา บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- รัชดาพร ศรีภิบาล. 2542. ความสำคัญของรังนกต่อเศรษฐกิจในภาคใต้ของประเทศไทย (พ.ศ. 2310 – 2482). กรุงเทพมหานคร: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- ศรินทิพย์ กนกทิพากร. 2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบ้านรังนกในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- Panyaarvudh, J. (2018). *Scaling high for generations*. Retrived February 10th 2019, from <https://www.nationthailand.com/news/30352487>
- Thianthong, P. (2018, November 4). *การผลักดันธุรกิจนกนางแอ่นส่งออกของประเทศไทยสู่ตลาดโลก*. Retrieved February 15th, 2019, from http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/WNRPT6111040010002
- เจาะลึก “กมลศักดิ์ เลิศไพฑูรย์” ปลดล็อก “รังนกแอ่นบ้าน” ใต้ดินสู่บนโต๊ะ. (2019, July 3). Retrieved February 15, 2020, from <https://www.prachachat.net/local-economy/news-345597>
- เปิดประตูเงินล้าน ‘บ้านรังนก.’ (2018, October 9). Retrieved February 15th 2019, from <https://www.judprakai.com/explore/714>

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, (2013, November 28). *มาตรฐานสินค้าเกษตร*.

Retrieved February 15th 2019, from

http://www.acfs.go.th/standard/download/BIRDS_NEST.pdf

สถานการณ์ตลาดธุรกิจรังนกในประเทศจีน. (2019, February 15). Retrieved February 15th, 2019, from

https://ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/536896/536896.pdf&title=536896&cate=414&d=0

ภาคผนวก

ภาคผนวก

ภาพประกอบการลงพื้นที่ภาคสนาม

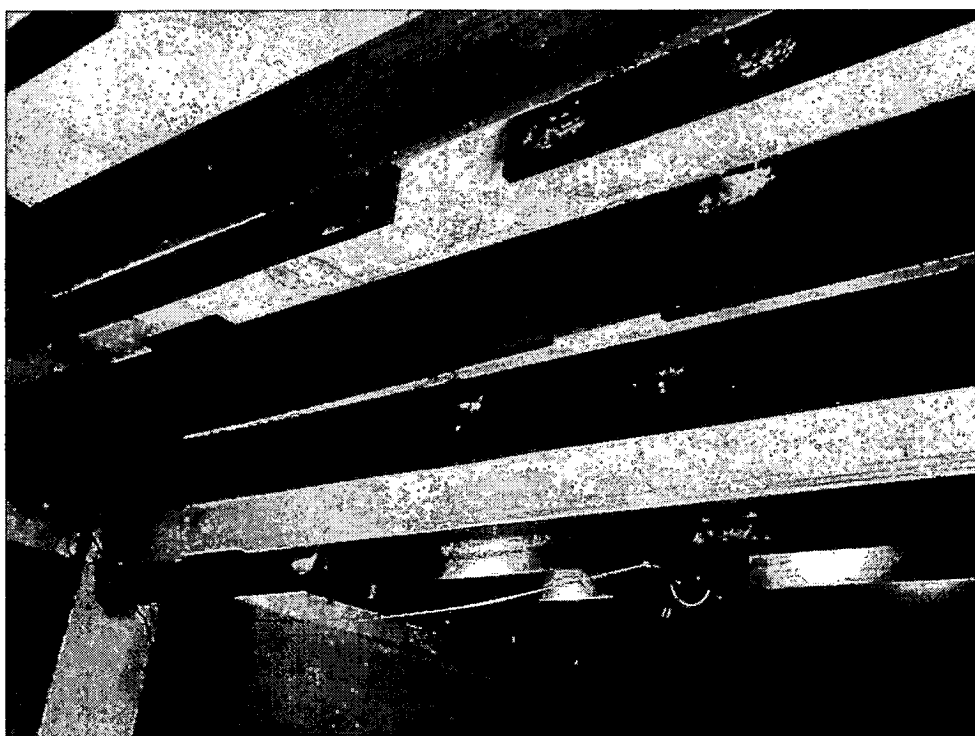
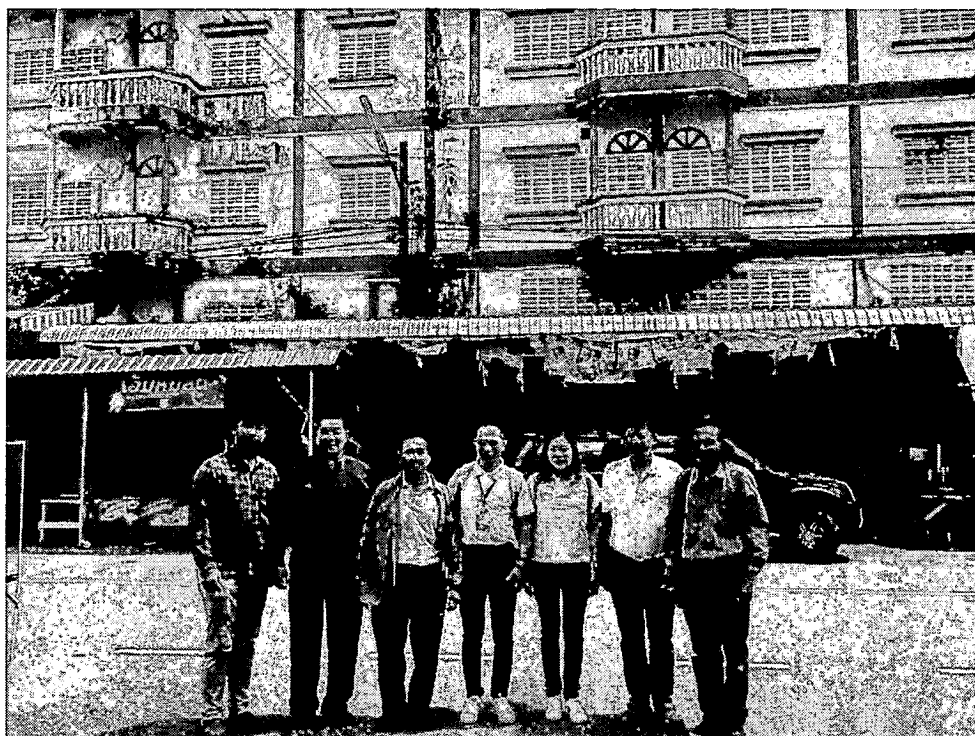
1. ครั้งที่ 1 จังหวัดจันทบุรี (มีนาคม 2561)



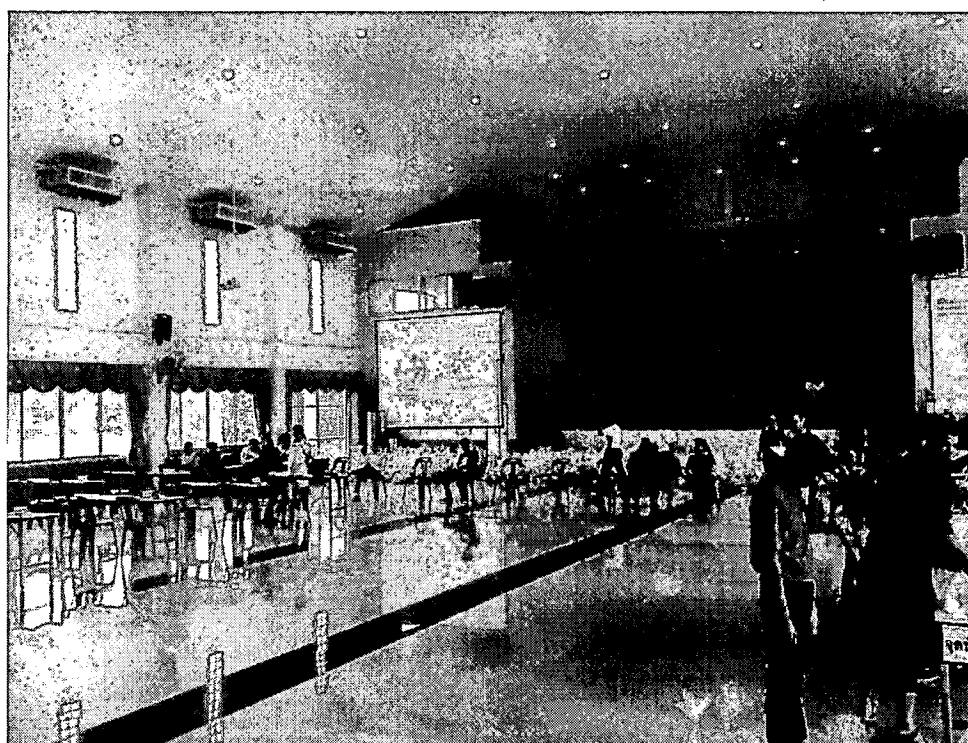
2. ครั้งที่ 2 จังหวัดชุมพร (เมษายน 2561)



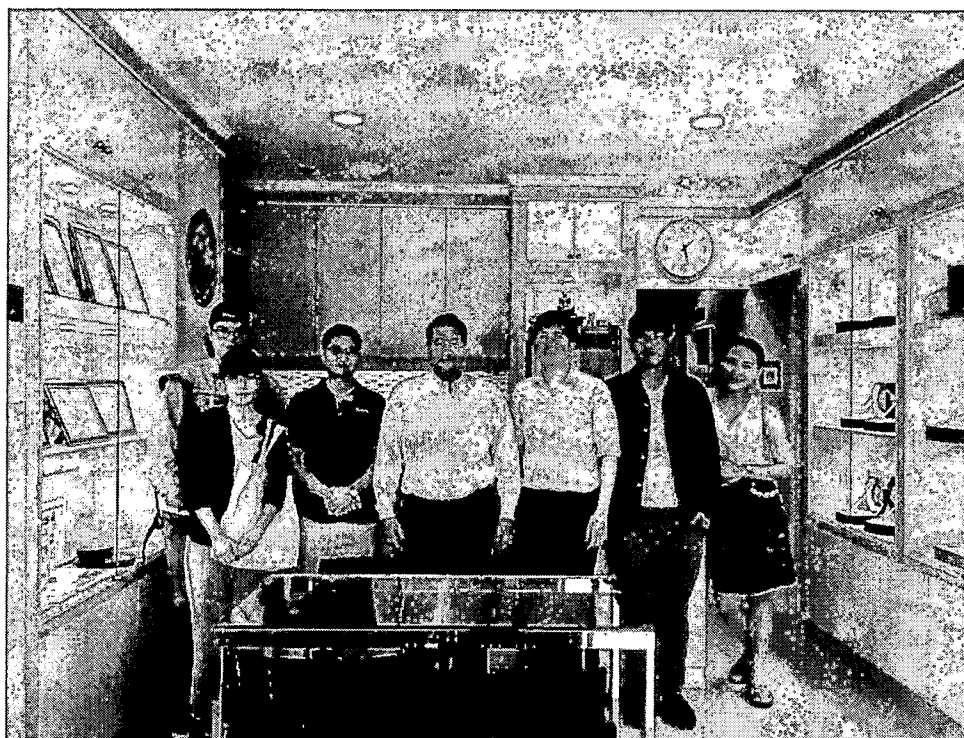
3. ครั้งที่ 3 จังหวัดระยอง (มิถุนายน 2561)



4. ครั้งที่ 4 จังหวัดตราด (มิถุนายน 2561)



5. ครั้งที่ 5 จังหวัดสงขลา (พฤศจิกายน 2561)



ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ: อาจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

คุณวุฒิการศึกษา

- เศรษฐศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต University of Colorado at Boulder สหรัฐอเมริกา
- เศรษฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต University of Colorado at Boulder สหรัฐอเมริกา

ตำแหน่งปัจจุบัน

- อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประธานหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- คณะกรรมการกิจการนิสิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- คณะกรรมการวิเทศสัมพันธ์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์อื่น ๆ

- ผู้ช่วยคณบดี คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย