

นับตั้งแต่ปี 2536 ถึง 2540 ประเทศไทยมีผลผลิตน้ำมันดิบในอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.64 ต่อปี และยังคงมีการเพิ่มผลผลิตน้ำมันดิบในประเทศอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายให้เกษตรกรหันไปเลี้ยงปศุสัตว์โดยเฉพาะโคนมทดแทนการปลูกพืชที่มีปัญหาทางด้านการตลาดและราคา แต่อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2539 – 2540 ประเทศไทยยังมีการนำเข้าทั้งหางนมผงและนมอัดแท่ง ในอัตราเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 11.1 เปอร์เซ็นต์ต่อปี เพื่อนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์นมซึ่งรวมถึงการผลิตเป็นนมพร้อมดื่มเพื่อจำหน่ายในประเทศ ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ส่งผลให้การนำเข้าดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้น เกิดจากปัญหาด้านต้นทุนการผลิตน้ำมันดิบภายในประเทศสูง จึงส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบในประเทศสูงกว่าราคาที่นำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมรายใหญ่หลายรายหันไปซื้อผลผลิตน้ำมันดิบจากต่างประเทศเพื่อทดแทนการซื้อน้ำมันดิบจากภายในประเทศเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต

สหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตน้ำมันดิบจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในเขตอำเภอไชยปราการเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตนมพร้อมดื่มและผลิตภัณฑ์นมแปรรูป ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมาทางสหกรณ์ฯ ได้ประสบปัญหาการจัดจำหน่ายน้ำมันดิบให้แก่โรงงานผู้ผลิตนมพร้อมดื่มต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามสหกรณ์การเกษตรไชยปราการได้พยายามหาวิธีการในการพัฒนาให้เกิดการพึ่งพาตนเองโดยการสร้างตลาดให้แก่ น้ำมันดิบที่กลุ่มตนเองผลิตได้ โดยพยายามที่จะพัฒนาให้มีการแปรรูปน้ำมันดิบที่ได้รับจากกลุ่มสมาชิกผู้เลี้ยงโคนม ในขั้นแรกมีแนวคิดในการจัดสร้างโรงงานแปรรูปนมแบบพาสเจอร์ไรซ์ขึ้นในไชยปราการ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปป้อนสู่ตลาดในท้องถิ่นเองโดยเฉพาะตลาดนมพร้อมดื่มสำหรับโรงเรียนในเขตอำเภอไชยปราการและอำเภอใกล้เคียงและอีกทางเลือกหนึ่งคือการนำผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากบริษัทเอกชนที่ทางสหกรณ์ฯ จัดส่งน้ำมันดิบไปจำหน่ายกลับมาจำหน่ายให้แก่คนในท้องถิ่น โดยสหกรณ์ฯ มีความคาดหวังว่าจะสามารถกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญและบริโภคผลิตภัณฑ์นมที่มาจาก ท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งหากมีตลาดรองรับ สหกรณ์ฯ ก็จะสามารถแก้ไขวิกฤตการณ์น้ำมันดิบของ สหกรณ์ฯ ได้เป็นอย่างดี

จากประเด็นแนวคิดดังกล่าวของทางสหกรณ์ฯ จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาแนวทางในการพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มดังกล่าวของสหกรณ์ฯ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มของ อุปสงค์ และอุปทานในตลาดผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ พฤติกรรมการจัดซื้อและจำหน่ายของช่องทางการตลาด รวมทั้งพฤติกรรมในการบริโภคนมพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในเขตอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนั้นยังเป็นการศึกษาโอกาสและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ทำโดยการค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ รายงานผลการดำเนินงานและสิ่งพิมพ์เผยแพร่ของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด เอกสารเผยแพร่จากภาครัฐ และงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง การสำรวจและสังเกตการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มในเขตอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการออกสำรวจและสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้จำหน่ายนมพร้อมดื่มให้แก่โรงเรียน ผู้บริหารของโรงเรียนซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อนมพร้อมดื่มให้นักเรียนในโรงเรียน และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด นอกจากนั้นยังได้มีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลการจัดจำหน่ายจากร้านค้าปลีกในเขตอำเภอไชยปราการจำนวนทั้งสิ้น 25 ร้านค้า และการบริโภคนมพร้อมดื่มของผู้บริโภคทั่วไป โดยได้กระจายสอบถามจากผู้บริโภคทั่วเขตอำเภอไชยปราการจำนวน 143 ราย ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2543

ผลการศึกษาด้านอุปสงค์และอุปทานของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มในเขตอำเภอไชยปราการพบว่า อุปสงค์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มในตลาดกลุ่มโรงเรียนในเขตอำเภอไชยปราการประกอบด้วย โรงเรียนระดับประถมศึกษา โรงเรียนสำหรับวัยก่อนประถมศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตวัด และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในหมู่บ้าน รวมทั้งสิ้น 27 แห่ง คิดเป็นปริมาณน้ำนมที่ได้รับงบประมาณให้จัดซื้อคิดเป็น 753,000 กิโลกรัมต่อปี หรือ 150,600 กิโลกรัมต่อปี ด้านปริมาณความต้องการบริโภคนมของผู้บริโภคในเขตอำเภอไชยปราการพบว่า ประชากรร้อยละ 70 มีความต้องการบริโภคนมสดทั้งสิ้น 801,560.24 กิโลกรัมต่อปี ด้านปริมาณความต้องการของตลาดในกลุ่มโรงเรียนสำหรับนมพร้อมดื่มในเขตอำเภอใกล้เคียงไชยปราการ อันประกอบด้วย อำเภอฝาง อำเภอแม่อาย อำเภอเวียงแหง และอำเภอเชียงดาว คิดเป็น 779,722 กิโลกรัมต่อปี ดังนั้นหากรวมปริมาณความต้องการบริโภคนมพร้อมดื่มทั้งสิ้น พบว่ามีจำนวน 1,731,882.24 กิโลกรัมต่อปี ด้านปริมาณน้ำนมดิบที่สหกรณ์ฯผลิตได้โดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2542 และ 2543 คิดเป็น 13,000 กิโลกรัมต่อวัน หรือประมาณ 4,745,000 กิโลกรัมต่อปี นอกจากนั้นยังพบว่าร้านค้าปลีกในเขตอำเภอไชยปราการได้นำผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มตราอื่น ๆ เข้ามาจำหน่ายอย่างหลากหลาย และนอกเหนือจากนมสดพร้อมดื่มแล้ว ยังมีนมแปรรูปลักษณะอื่นให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้ออีกหลายประเภท

การจัดจำหน่ายนมพร้อมดื่มของคนกลางประเภทนมโรงเรียนในเขตอำเภอไชยปราการพบว่า ผู้จำหน่ายกลุ่มนี้เป็นผู้ที่สร้างความสัมพันธ์กับโรงเรียนต่างๆมาอย่างต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว กลยุทธ์ในการจำหน่ายของคนกลางเหล่านี้เน้นหนักเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เสนอขายในราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ แต่มีข้อน่าสังเกตว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีโรงเรียนจำนวนน้อยมากที่ให้ความสนใจเรื่องคุณภาพของนมที่จัดซื้อเข้ามา

การจัดซื้อนมสดพร้อมดื่มของโรงเรียนที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเป็นไปตามระเบียบที่ทางภาครัฐบาลกำหนดไว้ วิธีการที่ใช้ในการจัดซื้อคือการประมูล ซึ่งโรงเรียนเหล่านั้นก็มักตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มที่เสนอราคาที่ต่ำที่สุด นอกจากนี้โรงเรียนยังพอใจที่จะเลือกซื้อจากผู้จำหน่ายที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆของโรงเรียนและสามารถให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ ส่วนในประเด็นของ

การช่วยเหลือและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น ผู้บริหารโรงเรียนได้เน้นถึงประเด็นในเรื่องที่สหกรณ์ฯ ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นคราซีหือของสหกรณ์ฯเองมาจำหน่ายทำให้ลำบากต่อทางโรงเรียนในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มของทางสหกรณ์ฯที่มีการผลิตออกมาในชื่อคราซีหืออื่น เนื่องจากผู้บริหารโรงเรียนมีความคิดว่าชื่อคราซีหือใดก็ได้เหมือนกัน

ด้านพฤติกรรมการจัดจำหน่ายนมพร้อมดื่มของคนกลางประเภทร้านค้าปลีกในเขตอำเภอไชยปราการพบว่า ประเภทของนมที่ผู้จัดจำหน่ายนิยมนำมาจำหน่ายมากที่สุด คือ นม UHT และนมเปรี้ยว รองลงมาคือนมพาสเจอร์ไรซ์ ประเภทของนม UHT ที่มีผู้จัดจำหน่าย พบว่า ผู้จัดจำหน่ายทุกรายจำหน่ายนมตราฟ้าโมสต์ ประเภทนมเปรี้ยวที่มีผู้จัดจำหน่าย พบว่าผู้จัดจำหน่ายทุกรายจำหน่ายนมตราดัชมิลล์ ด้านกระบวนการจัดซื้อ พบว่า ผู้จัดจำหน่ายนิยมจัดซื้อผลิตภัณฑ์นมโดยวิธีไปซื้อเอง และหน่วยรณมาส่งจากพนักงานแนะนำ ความถี่ในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์นมมาจำหน่าย พบว่า ผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่มีความถี่ในการจัดซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ ตัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์นมประเภทอื่นมีการจัดซื้อเดือนละ 1 ครั้ง เป็นอย่างน้อยซึ่งนิยมจัดซื้อจากหน่วยรถที่มาส่ง เนื่องจากหน่วยรถที่มาส่งโดยเฉลี่ยแล้วจะมาเดือนละ 1 ครั้ง ผู้จัดจำหน่ายนมพาสเจอร์ไรซ์ ส่วนใหญ่จะจัดซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ 13-24 ขวด/ถุงต่อตัปดาห์ และยี่ห้อที่นิยมซื้อคือ ดัชมิลล์ ผู้จัดจำหน่ายนม UHT ส่วนใหญ่จะจัดซื้อนม UHT 7-10 หีบต่อเดือน และยี่ห้อที่นิยมซื้อคือ ฟอรัมโมส ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกประเภทสินค้าและคราซีหือที่นำมาจำหน่ายในร้านตามความชอบชอบลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือเลือกคราซีหือที่ขายง่าย

ด้านพฤติกรรมการบริโภคนมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอไชยปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมดื่มนมในคอนเช้า และส่วนใหญ่ดื่มนมเพราะต้องการมีสุขภาพดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมดื่มนมสด UHT ส่วนใหญ่ชอบดื่มนมรสหวาน ส่วนใหญ่นิยมดื่มนมตรา ดัชมิลล์มากที่สุด ส่วนใหญ่ดื่มนมที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องมากที่สุด ปริมาณ 250 ซีซี ต่อครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อนมเพื่อดื่มเองและคนให้คนในครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อนมตัปดาห์ละครั้ง นิยมซื้อผลิตภัณฑ์นม UHT นิยมซื้อนมจากร้านขายของชำใกล้บ้านมากที่สุด ส่วนใหญ่มีลักษณะการซื้อนมเลือกเฉพาะบางคราซีหือ และส่วนเลือกซื้อตราดัชมิลล์มากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมากต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อหรือบริโภคนมพร้อมดื่มคือ รสชาดอร่อย คุณค่าสารอาหาร พลังงาน ความสะอาดปลอดภัย เป็นนมสดแท้ 100 เปอร์เซ็นต์ และมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ

ดังนั้นหากพิจารณาปริมาณน้ำนมดิบที่สหกรณ์ฯต้องทำการแปรรูปในแต่ละปี เปรียบเทียบกับปริมาณความต้องการของตลาดทั้งหมดในการบริโภคในเขตอำเภอไชยปราการ แสดงถึงศักยภาพตลาดในเขตอำเภอไชยปราการมีไม่เพียงพอที่จะรองรับปริมาณน้ำนมทั้งหมดของสหกรณ์ฯ แต่หาก สหกรณ์ฯสามารถเปิดตลาดไปยังอำเภอใกล้เคียงอีก 4 อำเภอที่กล่าวมาข้างต้น อาจเป็นไปได้ที่ศักยภาพตลาดจะสามารถรองรับปริมาณน้ำนมทั้งหมดของสหกรณ์ฯได้ แต่นั่นหมายถึง สหกรณ์ฯต้องสามารถครองตลาด

ทั้งหมดได้ใกล้เคียง 100 เปอร์เซ็นต์ หรือครองตลาดได้ทั้งหมด ซึ่งเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากอุปสรรคสำคัญคือเงินทุนของสหกรณ์ฯที่จะนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดเพื่อครองใจผู้บริโภคในตลาดดังกล่าวได้ นอกจากนั้นยังมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการจัดการธุรกิจและจัดการด้านการตลาด และอุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งคือการขาดความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิตและการดำเนินการทางการตลาด เพราะคู่แข่งรายใหญ่ต่างๆมีตลาดที่กว้างในระดับประเทศทำให้เกิดความได้เปรียบจากขนาดในการผลิต และความได้เปรียบจากต้นทุนต่อหน่วยด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด

โอกาสที่เป็นไปได้สำหรับสหกรณ์ฯควรจะเป็นการจำหน่ายน้ำมันดิบให้แก่โรงงานผู้ผลิตมากกว่าการผลิตเอง แต่อย่างไรก็ตามในการจำหน่ายน้ำมันดิบในลักษณะดังกล่าวมีความผันผวนสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงโรงเรียนปิดภาคการศึกษาน้ำมันดิบจากทางสหกรณ์ฯไม่สามารถระบายไปสู่ผู้ผลิตดังนั้นทางสหกรณ์ฯควรมุ่งทิศทางการจำหน่ายน้ำมันดิบในลักษณะสัญญาซื้อขายแบบล่วงหน้าในช่วงระยะเวลา 1 ปี โดยสามารถกำหนดเงื่อนไขร่วมกับผู้ซื้อในเรื่องคุณภาพน้ำมันดิบที่สูงกว่ามาตรฐานและมีระดับคุณภาพที่คงที่ในราคาที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับราคาตลาด โดยสหกรณ์ฯควรมุ่งประเด็นการพัฒนาคุณภาพน้ำมันดิบมากกว่าการเพิ่มปริมาณ