

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 การวิเคราะห์ จุดอ่อน การผลิตน้ำมันและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันในประเทศไทย

การบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมยังไม่ใช้วัฒนธรรมการบริโภคหลักของคนไทย อย่างไรก็ตาม ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในจุดนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน จุดอ่อนที่เห็นได้ชัดของน้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มคือด้านอัตราการผลิตและคุณภาพ เมื่อเทียบกับประเทศที่ส่งผลิตภัณฑ์นมเป็นหลักแล้ว อัตราการผลิตน้ำมันดิบของประเทศไทยยังน้อยกว่า และคุณภาพของน้ำมันยังน้อยกว่า รัฐบาลยังไม่สามารถตรวจสอบและควบคุมการใช้น้ำมันดิบในการผลิตได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นจุดอ่อนสำหรับผู้ผลิตของประเทศไทย อย่างไรก็ตามหลายหน่วยงานของรัฐบาลถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อให้การสนับสนุน ในการวิจัยและพัฒนา ทั้งด้านอัตราการผลิตและด้านคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่อาศัยนมผงเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น นมข้นหวาน นมผง ในขณะที่การผลิตนมข้นหวานมีนมผงเป็นวัตถุดิบหลักแต่ประเทศไทยไม่มีการผลิตนมผง นอกจากการผลิตน้ำมันดิบเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องนำเข้าวัตถุดิบนมผงจากต่างประเทศ โดยนำเข้ามาจากแถบยุโรป ออสเตรเลีย

สถานการณ์นมผงของโลกมีผลต่ออุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยอย่างชัดเจน การต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่สำคัญอย่างหนึ่ง เมื่อปัญหาราคานมผงสูงขึ้น ซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากความแห้งแล้งของพื้นที่เลี้ยงวัวนมในยุโรปและออสเตรเลีย ทำให้เกษตรกรต้องลดปริมาณการเลี้ยงก่อให้เกิดภาวะนมผงของโลกขาดแคลน ประกอบกับความต้องการใช้วัตถุดิบนมผงที่เพิ่มขึ้นแต่ละประเทศเช่น จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย เป็นผลให้ราคานมผงโลกพุ่งสูงขึ้นจากเดิม

นางสาวชุติมา บุญยประภัศร อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2551) เปิดเผยว่า ขณะนี้สถานการณ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์นมในตลาดโลกมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่ประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ โดยเฉพาะสหภาพยุโรป (อียู) ได้ลดการแทรกแซงราคา และลดการอุดหนุนการส่งออก ทำให้การส่งออกนมผงสู่ตลาดโลกของอียูมีปริมาณลดลง ขณะที่ออสเตรเลียประสบปัญหาภาวะแห้งแล้ง ส่งผลให้การผลิตน้ำมันดิบ และมีการส่งออกนมผงลดลงเช่นกัน จากสภาพราคาที่ลดลงดังกล่าว ขณะที่ความต้องการยังคงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคานมผงขาดมันเนยในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นกว่า 50% ในเวลานี้ อย่างไรก็ตาม แม้เหตุการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบทำให้ผู้ประกอบการต้องนำเข้านมผงขาดมันเนยจากต่างประเทศในราคาที่

สูงขึ้น และอาจจะลดการนำเข้านมผงลง แต่อีกด้านหนึ่งถือเป็นจังหวะดีของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมของไทยที่จะใช้โอกาสนี้ในการเร่งปรับตัวให้สามารถแข่งขันกับนมผงนำเข้า เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการในประเทศหันมาซื้อผลิตภัณฑ์นมที่ผลิตได้ในประเทศมากขึ้น ที่สำคัญยังเป็นการปรับตัวเพื่อรองรับการเปิดเสรีนมผงกับออสเตรเลียที่จะเปิดกว้างมากขึ้นในอนาคต

สถานการณ์การเลี้ยงโคนมและอุตสาหกรรมนมของประเทศ ผลผลิตนํ้านมดิบยังไม่เพียงพอต่อความต้องการการบริโภคภายในประเทศแม้ว่าการเลี้ยงโคนมในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างแพร่หลายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จึงต้องมีการนำเข้านมผงและไขมันเนยจากต่างประเทศ มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมา

การเลี้ยงโคนมของเกษตรกรไทยมีประสิทธิภาพต่ำและต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากเกษตรกรมีพื้นฐานการศึกษาต่ำ ระบบการเลี้ยงโคนมเป็นฟาร์มขนาดเล็ก โครีดนมให้ผลผลิตต่ำเฉลี่ยประมาณวันละ 10 กก./ตัว/วัน มีปัญหาการผสมไม่ติด การจัดการด้านอาหาร และการคัดโคคุณภาพต่ำออกจากฟาร์ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ความรู้ด้านโคนมในระดับการศึกษาวิจัยเพื่อปรับใช้ในสภาพจริงมีน้อย ตลอดจนการขาดแคลนเครือข่ายและระบบจัดเก็บข้อมูลที่เหมาะสมต่อการนำมาวิเคราะห์ใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการของเกษตรกร

5.2 การวิเคราะห์ จุดแข็ง การผลิตนํ้านมและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนํ้านมในประเทศไทย

นมเป็นสินค้าที่ใช้สำหรับบริโภคมีสารอาหารที่สำคัญสามารถและมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมด้วยธาตุอาหารครบทุกหมู่ คือ โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ คาร์โบไฮเดรต และไขมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง น้ำตาลนมหรือแล็กโทส (lactose) และโปรตีนที่เรียกว่า เคซีน (Casein) จะพบในธรรมชาติคือในนมหรือนํ้านมเท่านั้น นมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาร่างกายและสมองของเด็กและเยาวชน จะเห็นได้ว่า นมเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการบริโภคในระดับหนึ่ง สังคมได้เห็นถึงความสำคัญในจุดนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน

สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภท นมเปรี้ยวพร้อมดื่มและโยเกิร์ต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายในตัวเองด้านคุณค่าทางอาหาร ดื่มเพื่อสุขภาพ เช่นเดียวกับนมพร้อมดื่ม จึงมีจุดแข็งเช่นเดียวกัน แต่จะดีกว่านมพร้อมดื่มในประเด็นที่อาจมีคุณภาพทางอาหารไม่เทียบเท่าเพราะมีส่วนหนึ่งผลิตจากการคืนรูปนมผง Skim Milk Powder: SMP คือ นมผงขาดมันเนย และมีจุดขายด้านรสชาติร่วมด้วยการแข่งขันจากสินค้าทดแทนเช่น นมถั่วเหลือง จึงมีผลกระทบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้

ผลิตภัณฑ์ประเภทนมผงมีจุดแข็งในลักษณะที่เป็นความต้องการเฉพาะเช่นการนมผงเพื่อเลี้ยงเด็ก สามารถทดแทนน้ำนมมารดาได้ในระดับหนึ่ง ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทนมข้น ทั้งแบบกึ่งรูปหวานและไม่หวาน มีจุดแข็งในลักษณะที่เป็นความต้องการเฉพาะเช่นเดียวกัน คือการใช้ประกอบอาหาร ชงเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทไอศกรีมมีจุดขายที่แตกต่างออกไปคือเป็นลักษณะขนม บริโภคเพื่อความอร่อยมากกว่าที่ต้องการประโยชน์ต่อร่างกาย กลุ่มผู้บริโภคหลักคือเด็กซึ่งมีความต้องการบริโภคแน่นอนในระดับหนึ่ง จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์จากนมกลุ่มนี้มีความต้องการเฉพาะซึ่งเป็นจุดแข็งของตนเอง ด้านทานต่อสินค้าทดแทนพอสมควร

มองในภาพรวมโอกาสของผู้ประกอบการนมและผลิตภัณฑ์นมมาจากการสนับสนุนของรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลไทยได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนมและเพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของรัฐบาล จึงสร้างฐานตลาดรองรับน้ำนมดิบของเกษตรกร และแต่งตั้งคณะกรรมการรณรงค์เพื่อการบริโภคนมขึ้นเมื่อพ.ศ. 2530 ประกอบด้วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน มีตัวแทนจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน สหกรณ์โคนม และเกษตรกรเป็นกรรมการ และยังมีหน่วยงานสนับสนุนหลายด้าน เช่น กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ฯลฯ รัฐบาลยังมียุทธศาสตร์ช่วยเหลือเพื่อให้เกษตรกรอยู่ได้และพัฒนาขึ้น นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์ทุกรูปแบบเพื่อให้ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชน บริโภคนมอย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง โดยมีเป้าหมายให้คนไทยบริโภคนมเพิ่มขึ้น

วัตถุดิบเป็นจุดแข็งจุดหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทย เนื่องจากเกษตรกรสามารถเลี้ยงโคนมไปทุกภาคของประเทศ และเป็นภาคการเกษตรที่รัฐบาลให้การสนับสนุน เห็นได้จากมีหลายหน่วยงานของรัฐบาล เช่นกรมปศุสัตว์ กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีการสนับสนุนทั้งในด้านเทคนิคการเลี้ยงโคนม การปรับปรุงคุณภาพน้ำนม ตลอดจนการออกนโยบายเพื่อให้ผู้ประกอบการซื้อน้ำนมดิบในประเทศ นอกจากนี้ในด้านการบริโภค ผลิตภัณฑ์นมเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่ประชาชนไทยให้ความสนใจในการดื่มเพื่อสุขภาพ และมีการส่งเสริมให้ดื่มนมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แนวโน้มการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับผลิตภัณฑ์นมที่ต้องใช้ส่วนผสมอื่นๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต ผลไม้ไทยท้องถิ่นที่สามารถนำมาเป็นส่วนผสมในการผลิตนมเปรี้ยวหรือไอศกรีม ในประเทศไทยมีผลไม้หลากหลายในราคาค่อนข้างต่ำที่ไม่สูง ในด้านการผลิต ค่าแรงงานในประเทศไทยไม่สูงมากนัก และการผลิตไม่ต้องเทคโนโลยีที่ซับซ้อน

หากพิจารณาในระดับระหว่างประเทศแล้วประเทศไทยนั้นมีความได้เปรียบในแง่ต้นทุนการผลิตต่ำ และมีความได้เปรียบในเรื่องเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ

ในภูมิภาคนี้ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต่างประเทศสามารถใช้ไทยเป็นฐานในการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์

5.3 การวิเคราะห์ โอกาส การผลิตน้ำมันและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันในประเทศไทย

ประชาชนในประเทศไทยมีอัตราการคืบหน้าที่ยังไม่สูงนักเมื่อเทียบกับหลายประเทศ มีอัตราเพิ่มขึ้นและมีการรณรงค์ให้ประชาชนคืบหน้ามากขึ้น เทรนด์ด้านสุขภาพเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมปัจจุบัน โอกาสหรับผลิตภัณฑ์นม ถึงแม้จะไม่หวือหวาแต่ขยายตัวเรื่อยๆ ในอนาคตแน่นอน

วลีพร (2546) วิเคราะห์การกระจุกตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนมผง ด้วยวิธีการหาค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวโดยส่วนใช้ส่วนแบ่งการตลาดเป็นข้อมูลในการคำนวณ พบว่าอัตราส่วนการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรก (CR) ในระหว่างปี พ.ศ.2542 – ปี พ.ศ. 2545 (ม.ค.-มิ.ย.) พบว่า Concentration Ratio (CR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 85.25 ซึ่งค่า (CR) มีค่ามากกว่าร้อยละ 67 แสดงถึงการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง โครงสร้างตลาดมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย หากพิจารณาจากข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม และประกอบกับการสังเกตผลิตภัณฑ์นมในท้องตลาดทั่วไป จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ มีลักษณะการกระจุกตัวสูงเช่นเดียวกันเนื่องจากมีลักษณะผู้ประกอบการรายใหญ่น้อยรายเป็นผู้ครองตลาด

ด้วยเหตุนี้โอกาสของผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมที่ต้องการจะเข้าสู่ตลาดจะมีค่อนข้างน้อย เพราะต้องมีศักยภาพด้านการเงินและด้านการผลิตมากพอที่จะแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่ครองส่วนแบ่งตลาดและความไว้วางใจของกลุ่มผู้บริโภคอยู่ เนื่องจากอาหารนมเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อพิจารณาความสะอาดและคุณภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ดังนั้นไว้วางใจหากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาลักษณะผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าเชื่อถือได้จะสามารถเข้าแทรกในตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ได้

ลักษณะโอกาสทางการตลาดแบบนี้ เป็นลักษณะเดียวกันในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ทั้งนมพร้อมดื่ม นมผง นมข้นหวาน และ ไอศกรีม ในส่วนของนมพร้อมดื่มซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์นมผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมจะเข้าสู่ตลาดได้ยากกว่าด้วยเหตุผลข้างต้น ประกอบกับตัวผลิตภัณฑ์เองไม่มีความซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นนมพร้อมดื่มยูเอชทีหรือพาสเจอร์ไรซ์ ทำให้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะใช้สร้างลักษณะเด่นที่แตกต่างในการชิงส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จะมีน้อยกว่าแต่ในส่วน of ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ประเภท นมผง นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และ ไอศกรีม เช่นหากผู้ประกอบการรายใหม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือแปลกใหม่ได้บ้างจะสามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้ (เช่น ผสมสารอาหารเพื่อสุขภาพ รสชาติใหม่ เข้มข้นกว่า ฯลฯ) แต่หาก

ผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมต้องการเข้าตลาดในระดับแบรนด์ท้องถิ่นก็สามารถเป็นไปได้โดยใช้ศักยภาพน้อยกว่าใช้ความได้เปรียบด้านราคาแทน

โอกาสในด้านวัตถุดิบมีประเด็นหนึ่งในจากการที่ประเทศไทยเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศออสเตรเลียนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์นมที่สำคัญของโลก ดังนั้นรณานำเข้าผลิตภัณฑ์นมนำเข้าจะมีแนวโน้มถูกลง นมผงจะเป็นสินค้าปลอดภาษีตามข้อตกลง ทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต นมข้นหวาน ไอศกรีม มีวัตถุดิบปริมาณเพียงพอกับความต้องการที่จะป้อนการผลิต ถึงแม้ทางรัฐบาลจะมีข้อกำหนดในการรับซื้อน้ำนมดิบจากเกษตรกรก่อนที่จะได้โควตานำเข้านมผงจากต่างประเทศ (ที่เมื่อนำมาแปรรูปจะเป็นต้นทุนถูกกว่านมดิบในประเทศ)

5.4 การวิเคราะห์ ข้อจำกัด การผลิตน้ำนมและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำนมในประเทศไทย

ข้อจำกัดประเด็นแรกคือการควบคุมราคาจากภาครัฐ นมและผลิตภัณฑ์นมบางประเภทเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมจากกรมการค้าภายใน จึงไม่สามารถทำกำไรได้สูง ในส่วนของนมพร้อมดื่ม รัฐบาลมีการควบคุมทั้งราคาขายของผลิตภัณฑ์รวมถึงการรับซื้อนมหน้าโรงงานจากเกษตรกร จะเห็นได้ว่าเหมือนกับเป็นการกำหนดเพดานผลกำไรของผู้ประกอบการโดยตรง

สำหรับผลิตภัณฑ์นมประเภทที่มีความต้องการจากตลาดค่อนข้างแน่นอนเช่น นมพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ นมผงเพื่อเลี้ยงเด็ก นมข้นหวานในการประกอบอาหารและขงเครื่องดื่ม ไอศกรีมสำหรับเด็ก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีจุดแข็งที่มีความต้องการแน่นอนในระดับหนึ่ง แต่ก็จะมีข้อจำกัดเรื่องการขยายตัวเนื่องจากไม่มีจุดขายที่เพิ่มเติมมากนัก ถึงแม้ว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์นมของประชาชนไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็มีอัตราที่จำกัด

แต่ในผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายจากการบริโภคด้วยความอร่อย ประกอบกับสุขภาพหรือความงามเช่นนมเปรี้ยว โยเกิร์ต รวมถึงไอศกรีมข้อจำกัดนี้จะมีผลน้อยกว่าเพราะสามารถขยายโอกาสตลาดด้วยการสร้างข้อแตกต่างได้มากกว่า

ผลิตภัณฑ์นมทุกประเภทจะมีข้อจำกัดด้วยภาวะเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมันพุ่งสูงขึ้น ราคาข้าวและน้ำตาลที่ปรับราคาตามอย่างต่อเนื่อง ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ และรายได้ของประชาชน หากจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรกินอยู่และการใช้จ่ายให้เหมาะสมกับรายได้ที่คงที่หรือปรับขึ้นเพียงเล็กน้อยภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนจะใช้ในการลดรายจ่ายลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคผลิตภัณฑ์นมลง

แม้ว่าจะเป็นเครื่องคั่วเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ใช่อาหารหลัก ยกเว้นผลิตภัณฑ์นมประเภทเดียวคือนมผงที่ใช้เลี้ยงทารก ข้อจำกัดเกี่ยวกับวัตถุดิบเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญ ในปัจจุบัน (2551) ปริมาณน้ำนมดิบมีสถานการณ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการการผลิตผลิตภัณฑ์นมในประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องนำเข้านมผงจากต่างประเทศมาเพื่อทำการผลิต จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจำกัดอยู่กับการผลิตน้ำนมดิบในประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้นมผงเป็นหลักต้องผูกติดกับราคานมผงจากต่างประเทศดังที่กล่าวไปแล้ว

ภาพที่ 24 แสดงข้อสรุป SWOT ของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์

STRENGTH - เป็นเครื่องคั่วเพื่อสุขภาพ มีจุดขายในตัวเอง - รัฐบาลให้การสนับสนุน มีหลายหน่วยงาน - น้ำนมดิบสามารถผลิตได้ในประเทศ - ค่าแรงงานไม่สูง - เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน	WEAKNESS - วัฒนธรรมการดื่มนมของคนไทย - คุณภาพน้ำนมดิบ - ปริมาณน้ำนมดิบ - ผลิตภัณฑ์นมบางประเภทต้องพึ่งนมผงจากต่างประเทศ
OPPORTUNITIES - แนวโน้มประชาชนดื่มนมมากขึ้น - เทรนด์เพื่อสุขภาพ - มีโอกาสในผลิตภัณฑ์นมบางประเภท - นมผง SMP จะเป็นสินค้าปลอดภาษีในอนาคต	THREATS - ผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่ม นมผง นมข้นหวาน มีข้อจำกัดในการขยายตัว - ยังไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นที่สุด สถานการณ์ทางเศรษฐกิจมีผลต่อโอกาส