

โครงการจัดทำฐานข้อมูลทุติยภูมิวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรม

นมและผลิตภัณฑ์จากนม

Secondary Database of Small Medium Enterprise Milk and Milk Products Industry

ผศ.ดร.รัฐวดี ฐิแทนคุณ

ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

เลขที่ 235 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

หมายเลขโทรศัพท์ 02-457-0068 ต่อ 128 , E-mail : rathavoot@gmail.com

บทคัดย่อ : อุตสาหกรรมจากนมและผลิตภัณฑ์จากนมเป็นอุตสาหกรรมอาหารประเภทหนึ่งที่สำคัญของประเทศ ในประเทศไทยมีการผลิตและส่งเสริมการผลิตน้ำนมดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรม น้ำนมดิบสามารถนำแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นมได้หลายประเภท การผลิตน้ำนมดิบในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลางและอยู่ในรูปสหกรณ์ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทยคือนมพร้อมดื่มพาสเจอร์ไรซ์ นมยูเอชที และนมสเตอริไลซ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางจนถึงขนาดย่อม มีผู้ประกอบการรายใหญ่ประมาณสิบรายเป็นผู้ครองส่วนแบ่งการตลาดอัตรา การบริโภคนมในประเทศไทยยังมีอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับในต่างประเทศ การบริโภคผลิตภัณฑ์นมในประเทศมีการขยายตัวอย่างช้าๆ ทั้งผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มและนมเปรี้ยวยังถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอนาคต

ปัญหาที่สำคัญในการผลิตน้ำนมดิบในประเทศไทยคือด้านคุณภาพน้ำนม และราคาอาหารสัตว์ที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมนมในประเทศไทยยังได้รับผลกระทบจากการลดอัตราภาษีนำเข้านมผงจากบางประเทศที่ส่งออก นมผงเป็นสินค้าหลักที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์นมโดยอาศัยนมผงนำเข้าจะถูกกว่าการใช้น้ำนมดิบที่ผลิตใน ประเทศ รัฐบาลมีมาตรการกำหนดปริมาณการรับซื้อน้ำนมดิบในประเทศและราคารับซื้อน้ำนมดิบจากเกษตรกร สำหรับ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมในประเทศ อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับสถานการณ์ปริมาณและคุณภาพการผลิตน้ำนมดิบจากในประเทศ และจากต่างประเทศประกอบกัน โอกาสของผู้ประกอบการนมและผลิตภัณฑ์นมมาจากการสนับสนุนของรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลไทยได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนมและเพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของ รัฐบาล วัตถุดิบเป็นจุดแข็งจุดหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยเนื่องจากเกษตรกร สามารถเลี้ยงโคนมไปทุกภาคของประเทศ และมีวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์นมที่ต้องใช้ส่วนผสมอื่นๆ ในการสร้าง มูลค่าเพิ่ม ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในแง่ต้นทุนการผลิตต่ำ และมีความได้เปรียบในเรื่องเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ ซึ่งมีโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างประเทศสามารถใช้ไทยเป็นฐานใน การผลิตเพื่อการส่งออกอย่างมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์

Abstract : Milk and milk products industry are important food industries in Thailand. Thailand produces raw milk which is the main material of milk industry. Most of milk farms in Thailand are located in the center part of country and co-operative management system is widely used. Problems of milk production in Thailand are quality of raw milk and increasing of feed cost. Most of milk products in Thailand are UHT, pasteurizers and sterilized fresh milk. Most of milk manufacturers are SME but the market share is gained by some big firms. Milk consumption rate of that people is rather low compare with any other countries, and the rate is increasing slowly. Fresh milk and yoghurt products have potential for market growth in future.

Thai milk industry is affected by international tariff decreasing contract with some countries, this causes cost of milk production using imported milk powder is lower than milk production using local raw milk. Thai government provides policy to control quality and price of raw milk which manufacturers have to buy from local farmers. Thai government gives attention and state policy to support milk farms. Raw material is strength of milk manufacturing in Thailand because milk farms could be established in any part of the country. Thailand has an advantage of low cost additional mixtures for milk process (e.g. fruits), and advantage of low production cost due to stability of exchange rate. The advantages provide opportunity and possibility for foreign investors to set up milk product manufacturing in Thailand

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาของการศึกษา

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแกนกลางในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ มีการปฏิบัติงานสำคัญในการเสนอแนะนโยบายและแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ และภูมิภาค ครอบคลุมถึงการส่งเสริมวิสาหกิจในชุมชนและท้องถิ่นชนบท โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม ตามมาตรา 38 (1) ในพระราชบัญญัติฯ โดยในการดำเนินงานปี พ.ศ. 2549 ได้มีการกำหนดภารกิจหลักและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือ เป็นหน่วยงานเตือนภัยให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยดำเนินการวิเคราะห์ธุรกิจราย

สาขาเพื่อการเตือนภัยการลงทุน ดังนั้นเพื่อให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สอดคล้องกับการกิจและแนวคิดข้างต้น รวมทั้งเกิดการบูรณาการในกระบวนการพัฒนาและส่งเสริม SMEs ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงเห็นสมควรจัดทำฐานข้อมูลทุติยภูมิวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและวิเคราะห์เบื้องต้นในการกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด ให้เป็นข้อมูลสนับสนุนแนวทางการวิเคราะห์เชิงลึกของอุตสาหกรรมรายสาขา เพื่อให้สามารถดำเนินงานตามภารกิจและยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายความสำเร็จที่สอดคล้องกัน

นมเป็นอาหารประเภทหนึ่งมีสารอาหารที่สำคัญ ได้แก่ โปรตีน ไขมัน น้ำตาลแลคโตส วิตามิน และเกลือแร่ นมเป็นแหล่งที่ดีของวิตามินเอ ดี และบีสอง การที่เด็กไทยได้บริโภคนมมากขึ้นมีส่วนสำคัญที่

ทำให้มีความสูงเฉลี่ยของคนไทยในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น ในท้องตลาดนอกจากนมพร้อมดื่มแล้วยังมีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมให้เลือกอีกหลายชนิด เช่น โยเกิร์ต นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม เนย เนยแข็ง ไอศกรีม เป็นต้น มีการตั้งโรงงานแปรรูปนมและผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นรัฐบาลที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันมีนโยบายส่งเสริมการทำฟาร์มโคนม และสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูปนม มีโครงการรณรงค์การดื่มนมในโรงเรียน ทำให้อุตสาหกรรมนมภายในประเทศมีความเจริญก้าวหน้า

อุตสาหกรรมนมเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัว จากปี พ.ศ. 2527 ที่มีมูลค่าเพียง 1,300 ล้านบาทเป็น 250,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2540 แต่ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมนม คือ น้ำมันดิบที่ผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อการใช้ภายในประเทศ น้ำมันดิบจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นนมพร้อมดื่ม แต่น้ำมันดิบที่ผลิตได้ก็ยังไม่เพียงพอความต้องการ จึงต้องมีการนำเข้านมผงพร่องมันเนย (skimmed milk) และน้ำมันเนย (butter oil) มาจากต่างประเทศ

น้ำมันดิบสามารถนำแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นมได้หลายประเภท เช่น การผลิตนมพาสเจอร์ไรส์ นมยูเอชที นมสเตอริไรส์ เนยแข็ง นมเปรี้ยว และไอศกรีม เป็นต้น นอกจากการแปรรูปนมดิบเป็นนมพร้อมดื่มและผลิตภัณฑ์นมชนิดอื่นๆแล้ว การแยกองค์ประกอบของน้ำนมออกเป็นไขมันนม และโปรตีนนม เช่น เคซีน และเวย์ (whey) เพื่อใช้เป็นสารผสมอาหารในอุตสาหกรรมขนมอบและอุตสาหกรรมอาหารอื่น ๆ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อการศึกษารวบรวมและการพยากรณ์ผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายรัฐ, กฎหมาย, วัฒนธรรม, กรรมสิทธิ์, ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ, สภาพทางเศรษฐกิจ ต่อการดำเนินงานของ SMEs ในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.2.2 เพื่อการศึกษารวบรวมและการพยากรณ์ผลกระทบจากปัจจัยในการบริหารจัดการต่อการดำเนินงานของ SMEs ในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม เช่น การตลาด การดำเนินงานและการผลิต การเงิน การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการประเมินถึงโอกาสและแนวทางในการแก้ไขปัญหา รวมถึงความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนแปลง สำหรับผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาอุตสาหกรรมนี้จะศึกษาตามโครงสร้างการจัดประเภทอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (ISIC) โดยจะศึกษาตาม ISIC D1520 (D15200-D15203) มีประเด็นในการศึกษาดังนี้

1.3.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทั่วไปทั้งมหภาคและ SMEs ในด้านนโยบายรัฐ การเมือง กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ กรรมสิทธิ์ ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญและเทคโนโลยีอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.3.2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกทั้งมหภาคและ SMEs เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เเจาะจง/ฉับพลัน โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ขนาดอุตสาหกรรม วิเคราะห์ขั้นของวงจรชีวิตของอุตสาหกรรม รวมทั้งวิเคราะห์ทางการตลาดและ BCG (ตำแหน่งของอุตสาหกรรม) สำหรับอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.3.3 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกทั้งมหภาคและ SMEs เกี่ยวกับความน่าสนใจของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผู้รับเหมาช่วงและผู้สนับสนุนวัตถุดิบ การวิเคราะห์ผู้ซื้อ การวิเคราะห์การแข่งขัน การวิเคราะห์คู่แข่งที่เข้ามาใหม่ การวิเคราะห์สินค้าและบริการทดแทนการ

วิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม

1.3.4 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกทั้งมหภาคและ SMEs เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การวิเคราะห์วิสัยทัศน์ และพันธกิจ การวิเคราะห์ประวัติความเป็นมา การวิเคราะห์ทักษะและทรัพยากร การวิเคราะห์ระบบ และรูปแบบของการจัดการ การวิเคราะห์โครงสร้างองค์กร การวิเคราะห์ระบบและรูปแบบการวางแผน และการวิเคราะห์ปัญหาหลักในการบริหารจัดการ

1.3.5 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกทั้งมหภาคและ SMEs เกี่ยวกับการวิเคราะห์การบริหารจัดการตามลักษณะงาน ประกอบด้วย การจัดการการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเทคโนโลยีและสารสนเทศ การจัดการดำเนินงานและการผลิต และการจัดการเงินของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.3.6 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกทั้งมหภาคและ SMEs เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของอุตสาหกรรม

1.3.7 ขอบเขตการศึกษาเป็นวิสาหกิจอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนมขนาดกลางและขนาดย่อม

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1.4.1 รวบรวมข้อมูลสถิติและผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่แม่นยำถูกต้องและทันสมัย เช่น นโยบายรัฐ การเมือง กฎหมาย กฎระเบียบ สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ภูมิศาสตร์ ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ สภาพทางเศรษฐกิจ ต่อการดำเนินงานของ SMEs ในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.4.2 รวบรวมข้อมูลสถิติและผลกระทบจากปัจจัยในการบริหารจัดการต่อการดำเนินงานของ SMEs ในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม ที่แม่นยำถูกต้องและทันสมัย เช่น การตลาด การดำเนินงานและการผลิต การเงิน การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ และ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.4.3 ศึกษาข้อมูลสถิติและผลกระทบจากข้อ 1 และ ข้อ 2 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นตามรูปแบบการนำเสนอของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

1.4.4 วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบเบื้องต้นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด ของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม เพื่อให้เป็นข้อมูลสนับสนุนแนวทางการวิเคราะห์เชิงลึกของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

2.1. ศึกษารวบรวมปัจจัยและผลกระทบจากข้อมูลทุติยภูมิ

ทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยแวดล้อม และผลกระทบในทุกบริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรม นม และผลิตภัณฑ์จากนมที่จะเป็นไปได้ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ประกอบการที่จัดอยู่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมนม และผลิตภัณฑ์จากนม อันได้แก่เจ้าของกิจการ ที่ปรึกษา และผู้จัดจำหน่าย

กิจกรรมในขั้นตอนนี้คือ การเดินทางค้นคว้า ข้อมูลทุติยภูมิจากห้องสมุดและหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาล เอกชน

ข้อมูลทุติยภูมิประเภทหนึ่งคือ เอกสารทางวิชาการ ตำรา รายงานการประชุม นโยบาย ที่ระบุประเด็นต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนม

2.2 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การวิเคราะห์ SWOT หมายความว่า การวิเคราะห์และประเมินว่าธุรกิจมีจุดแข็ง (Strengths)

จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) อย่างไร เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

S = จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง สิ่งที่ดีของบริษัทและตัวสินค้า เช่นมีทักษะในการทำธุรกิจ,ทรัพยากรที่มีคุณค่าของบริษัท,คุณสมบัติที่ทำให้บริษัทได้เปรียบคู่แข่งในท้องตลาดเช่นมีสินค้าให้เลือกมากกว่า,ราคาถูกกว่า,มีหลายขนาดมากกว่า,มีประสิทธิภาพดีกว่าซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการประกอบการ คำว่า จุดแข็ง ไม่ได้หมายความว่าสินค้าของบริษัทอย่างเดียว อาจจะหมายถึงการจัดจำหน่าย (Distribution) ของบริษัทที่ดีกว่าหรือการโฆษณาที่เน้นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ดี ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์อย่างเดียวเท่านั้นแต่เกิดจากการโฆษณาที่เน้นจุดขายเน้นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ดี

W = จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง ส่วนไม่ดีของบริษัทและของตัวสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่นแพงกว่า ขนาดหรือจำนวนน้อยกว่า มีลิให้เลือกซื้อเสี่ยงน้อยกว่า

O = โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่อยู่รอบๆธุรกิจและไม่สามารถควบคุมได้ที่เป็นโอกาสธุรกิจและผู้ประกอบการ เกิดจากความแข็งแกร่งของบริษัทที่เหนือกว่าคู่แข่ง จุดอ่อนของคู่แข่ง และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สอดคล้องกันกับธุรกิจของเรา ตัวอย่าง ผู้จัดจำหน่ายเตาไฟฟ้าจะมีโอกาส ถ้ากฎหมายกำหนดว่าคอนโดมิเนียมห้ามใช้เตาแก๊ส ถ้านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป (Value and lifestyle) ถือว่าเป็นโอกาส ตัวอย่าง ถ้ามีคนดื่มไวน์มากขึ้น การตั้งร้านไวน์จะเป็นโอกาส ถ้าค่านิยมของผู้บริโภคห่วงใยในเรื่องแคลอรี การผลิตเบียร์ที่มีแคลอรีต่ำ (Light beer) ออกมาจำหน่ายจะถือเป็นโอกาส

T = อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ร่ายล้อมธุรกิจที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบการและไม่สามารถควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น การที่มีคู่แข่งที่มี

ศักยภาพสูงมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่สอดคล้องหรือตรงข้ามกับการทำงานของบริษัทเรา คู่แข่งทุ่มงบประมาณในการตลาด มีการออกกฎหมายควบคุมสินค้าที่จำหน่ายอยู่ ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อสินค้าของคู่แข่ง หรือสภาพเศรษฐกิจไม่ดี สภาพการเงินตึงตัว สภาพทางการเมือง ไม่มีเสถียรภาพ คนจึงไม่แน่ใจเกี่ยวกับการลงทุน อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจถดถอย

3. ผลการวิจัย

อุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนมเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่สำคัญของประเทศไทย ในประเทศไทยมีการผลิตและส่งเสริมการผลิตนํ้านมดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรม นํ้านมดิบสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นมได้หลายประเภท การผลิตนํ้านมดิบในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง และอยู่ในรูปสหกรณ์ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทยคือนมพร้อมดื่มพาสเจอร์ไรซ์ นมยูเอชที และนมสเตอริไลซ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางจนถึงขนาดย่อม มีผู้ประกอบการรายใหญ่ประมาณสิบรายเป็นผู้ครองส่วนแบ่งการตลาด ปัญหาที่สำคัญในการผลิตนํ้านมดิบในประเทศไทยคือด้านคุณภาพนํ้านมและราคาอาหารสัตว์ที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมนมในประเทศยังได้รับผลกระทบจากการทำสัญญาลดอัตราภาษีนำเข้านมผงจากบางประเทศที่ส่งออกนมผงเป็นสินค้าหลัก ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์นมโดยอาศัยนมผงนำเข้าจะถูกกว่าการใช้ นํ้านมดิบที่ผลิตในประเทศ

อัตราการบริโภคนมในประเทศไทย ยังมีอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับต่างประเทศ จากการที่รัฐบาลไทยได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนม และเพื่อสนับสนุนนโยบาย ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของรัฐบาลนม และผลิตภัณฑ์นมจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเจริญเติบโตในอนาคตพอสมควร

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป

ผลิตภัณฑ์นมเป็นสินค้าอุปโภคซึ่งมีความจำเป็นในระดับหนึ่ง สิ่งที่มีผลกระทบคือราคาของวัตถุดิบหลักคือน้ำนมดิบ รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมและความอยู่รอดของเกษตรกรจึงได้มีการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและพยายามสนับสนุนฟาร์มโคนม สหกรณ์โคนม และผู้ผลิตภัณฑ์นมอย่างต่อเนื่อง มีการออกมาตรการต่างๆ ในหลายด้านด้วยกัน มาตรการของรัฐบาลที่สำคัญ ที่มีผลกระทบต่อผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์นม เช่น

- การควบคุมราคารับซื้อน้ำนมดิบหน้าโรงงาน
- การกำหนดมาตรฐาน คุณภาพน้ำนมดิบหน้าโรงงาน
- การกำหนดมาตรฐาน ภาชนะบรรจุและโควตานมผงจากต่างประเทศ
- โครงการนมโรงเรียน

การควบคุมราคารับซื้อน้ำนมดิบหน้าโรงงานควบคุมโดย ‘คณะกรรมการโคนมและผลิตภัณฑ์นม’ จะทำการพิจารณามาตรฐานการรับซื้อน้ำนมดิบให้สอดคล้องกับมาตรฐานการเลี้ยงโคนมในประเทศ ราคา น้ำนมดิบ ในวันที่ 16 กันยายน 2550 ถูกปรับขึ้นเป็น 13.75 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 14.50 บาทต่อกิโลกรัม และวันที่ 29 กรกฎาคม 2551 ปรับเพิ่มราคารับซื้อน้ำนมดิบ ณ หน้าโรงงาน จากเดิม 14.50 บาท/กก. เป็น 18.00 บาท/กก. (เพิ่มขึ้น 3.50 บาท/กก.) (ข้อมูลล่าสุดขณะทำงานวิจัยนี้)

จำนวนเกษตรกรที่เลี้ยงโคนมในประเทศมีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตรด้านอื่นๆ จากสถิติปีสุดท้ายปี 2003 จำนวนเกษตรกรในประเทศไทยมีทั้งสิ้น 1,825,365 ครัวเรือนหรือคิดเป็นเกษตรกรที่เลี้ยงโคนมร้อยละ 1.1 น้ำนมดิบถูกผลิตโดยเกษตรกรที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจะรีด

น้ำนมจากแม่โค และนำส่งยังศูนย์รวมนมซึ่งตั้งอยู่ในแต่ละพื้นที่ โดยที่ศูนย์รวมนมส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของสหกรณ์ น้ำนมดิบที่ส่งไปยังศูนย์รวมนมส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในกระบวนการการผลิตนม พร้อมดื่มเช่น นมพาสเจอร์ไรซ์ นมสเตอริไลซ์ และนมยูเอชที และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต

ปัจจัยทางด้านการเศรษฐกิจกระทบต่อต้นทุนผลิตภัณฑ์นมเช่นเดียวกับสินค้าอื่นๆ หากพิจารณาต้นทุนเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบคือน้ำนมดิบ ปัจจัยต้นทุนในการผลิตน้ำนมดิบได้แก่ค่าอาหารโค (อาหารข้นหรือ concentrate Feed) ซึ่งเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ค่าจ้างแรงงานในฟาร์มร้อยละ 20 และอื่นๆ เช่นค่าขนส่งอีกประมาณร้อยละ 20 หากค่าอาหารมีราคาที่สูงขึ้นเกษตรกรอาจใช้ทางเลือกซื้ออาหารที่มีคุณภาพต่ำลงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำนมดิบได้ นอกจากนี้เกษตรกรยังเผชิญกับปัญหาขาดแคลนอาหารหยาบคือหญ้าที่มีคุณภาพและต้องการพื้นที่ปลูกมากพอสมควร รวมทั้งปัญหาความสมดุลของสัดส่วนโคในฝูงที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูโค ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ปัจจัยเหล่านี้ส่วนทำให้ต้นทุนน้ำนมดิบสูงขึ้น

ปัจจัยด้านสังคมที่กระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมคือค่านิยมของสังคมไทยในการดื่มนมและบริโภคผลิตภัณฑ์นม ในปัจจุบันอัตราการบริโภคนมของประชาชนไทยยังอยู่ในปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับชาติอื่นทั้งในยุโรป ออสเตรเลีย และในเอเชียบางประเทศ อย่างไรก็ตามอัตราการบริโภคนมของไทยมีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ในอัตราที่ค่อนข้างช้า ในขณะที่ทำการวิจัยนี้ข้อมูลที่พบ อัตราการบริโภคนมของประชาชนไทยอยู่ที่ประมาณ 18 ลิตรต่อคนต่อปี

จากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (2550) คาดว่า 1 ตลาดผลิตภัณฑ์นมโดยรวมจะมีมูลค่าประมาณ 35,000 ล้านบาท เทียบกับปี 2549 มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 8.0 เมื่อเทียบกับ GDP ของประเทศแล้ว มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.5

แม้ว่าตลาดผลิตภัณฑ์นมโดยรวมนั้นจะมีอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก แต่ผลิตภัณฑ์นมในบางประเภทโดยเฉพาะนมเปรี้ยว นมยูเอชที นมพาสเจอร์ไรซ์ และนมแคลเซียมสูงที่ยังคงมีอัตราการเติบโตอยู่ในเกณฑ์สูงอยู่อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในปี 2548 ซึ่งนับว่าเป็การผลิตผลิตภัณฑ์นมที่จับตามอง เนื่องจากคาดหมายว่าการแข่งขันในผลิตภัณฑ์นมเหล่านี้อาจจะมีสีสันและมีความรุนแรงมากขึ้น

อุตสาหกรรมนมมีลักษณะ การกระจุกตัวสูง ผู้ประกอบการรายใหญ่ น้อยรายเป็นผู้ครองตลาด ที่เหลือเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อม โดยมีลักษณะเดียวกันในทุกผลิตภัณฑ์เนื่องจาก ผู้ผลิตน้ำนมดิบสามารถผลิตผลิตภัณฑ์อื่นได้ลักษณะโอกาสทางการตลาดแบบนี้ เป็นลักษณะเดียวกันในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ทั้งนมพร้อมดื่ม นมผง นมข้นหวาน และไอศกรีม ในส่วนของนมพร้อมดื่มซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์นมผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมจะเข้าสู่ตลาดได้ยากกว่าด้วยเหตุผลข้างต้น ประกอบกับตัวผลิตภัณฑ์เองไม่มีความซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นนมพร้อมดื่มยูเอชทีหรือพาสเจอร์ไรซ์ ทำให้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะใช้สร้างลักษณะเด่นที่แตกต่างในการชิงส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จะมีน้อยกว่าแต่ในส่วนของ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น นมผง นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และไอศกรีม เช่นหากผู้ประกอบการรายใหม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือแปลกใหม่ได้บ้างจะสามารถจูงใจผู้ซื้อได้ (เช่น ผสมสารอาหารเพื่อสุขภาพ รสชาติใหม่ เข้มข้นกว่า ฯลฯ) แต่หากผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมต้องการเข้าตลาดในระดับแบรนด์ท้องถิ่นก็สามารถเป็นไปได้ โดยใช้ศักยภาพน้อยกว่าใช้ความได้เปรียบด้านราคาแทน

3.2 การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม

อัตราการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์จากนมอื่นๆ ทั่วโลก พบว่า ในปี พ.ศ. 2550 มีการบริโภคประมาณ 242,000 ล้านลิตร สำหรับประเทศในแถบเอเชีย โดยเฉพาะประเทศอินเดียและจีน มีอัตราการบริโภคนมที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยในอินเดียมีอัตราการบริโภคนมในปี พ.ศ. 2550 ประมาณ 5 หมื่นล้านลิตร สูงเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ประมาณ 1.4 พันล้านลิตร ส่วนประเทศจีน มีอัตราการบริโภคนมประมาณหนึ่งหมื่นเจ็ดพันห้าร้อยล้านลิตรเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ประมาณ 1.5 พันล้านลิตร ในขณะที่ญี่ปุ่นมีอัตราการบริโภคนมมากกว่า 6 พันล้านลิตรในปี พ.ศ. 2550 สำหรับในประเทศไทย อัตราการบริโภคนมยังค่อนข้างน้อย โดยมีปริมาณการบริโภคนมโดยรวมเพียง 1,600 ล้านลิตร

แนวโน้มในอนาคตคาดว่าปริมาณการบริโภคนมพร้อมดื่มจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เพราะการบริโภคนมโรงเรียนซึ่งเป็นตลาดหลักยังคงมีปริมาณใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา ส่วนในตลาดนมพาณิชย์จะมีคู่แข่งที่เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มหลากหลายชนิด ทำให้ตลาดนมพร้อมดื่มขายไม่ได้มากนัก แต่ปัจจุบันนมผงมีราคาสูงมาก ผู้ประกอบการจึงหันไปใช้น้ำนมดิบแทน ทำให้น้ำนมดิบไม่เพียงพอ และ คาดว่าราคาน้ำนมดิบจะเพิ่มสูงขึ้นอีกเล็กน้อย เนื่องจากต้นทุนการผลิตยังคงสูงอย่างต่อเนื่อง และความต้องการน้ำนมดิบยังมีมากกว่าผลผลิต ทำให้ผู้ประกอบการตั้งราคาขายสูงเพื่อที่จะได้น้ำนมดิบมาใช้เป็นวัตถุดิบ

แนวโน้มที่เกิดขึ้นในตลาดผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทย คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมในประเทศหันไปใช้กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรทางการตลาดในการสร้างความเติบโต โดยเฉพาะกับเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงปริมาณเงินลงทุนที่เพิ่มขึ้น

รายงานในปี 2550 ตลาดผลิตภัณฑ์นมโดยรวมมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าอัตราการขยายตัวจะไม่สูงนัก แต่ผลิตภัณฑ์นมบางผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม และนมพาสเจอร์ไรส์ นั้นมีการขยายตัวที่โดดเด่น โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่ต่างปรับกลยุทธ์

ทางการตลาดเพื่อแข่งขันส่วนแบ่งตลาด และเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งเท่ากับเป็นการขยายฐานการตลาด นับว่ามีส่วนผลักดันให้ตลาดผลิตภัณฑ์นมบางผลิตภัณฑ์ขยายตัวอย่างมาก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่อยู่ประกอบการมุ่งหากำไรจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน แต่อุตสาหกรรมนมเป็นอุตสาหกรรมอาหารประเภทหนึ่ง ทั้งการบริโภคโดยตรง เป็นส่วนประกอบของอาหาร และที่สำคัญผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเป็นเด็กหรือใช้เลี้ยงทารก ส่วนที่อยู่ประกอบการในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องตระหนักวิสัยทัศน์และพันธกิจ คือ การผลิตถูกต้องตามมาตรฐาน ตามหลักอนามัยที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายต้องมีความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตนมพร้อมดื่ม นมข้นหวาน นมผง นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และไอศกรีม

โครงสร้างการตลาดนมผงเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ มีผู้ผลิตผู้นำเข้า มากมาย มีภาวะการแข่งขันสูง ตรายานมผงที่จำหน่ายในท้องตลาดมีประมาณ 30 ตรายานมผงทั้งในลักษณะการบรรจุในกระป๋อง กล่อง หรือถุงพอยส์ ตามขนาดต่างๆ หลายขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ นมผงเป็นสินค้า ที่ผู้บริโภคมีความเชื่อถือนในตราสินค้าสูง (Brand loyalty) ตรายานมผงอาจจะเข้าสู่ตลาดค่อนข้างยากในการผลิตต้องลงทุนสูง และต้องการความรู้ทางเทคนิคสูง โดยนมผงแต่ละประเภท จะมีวิธีการส่งเสริมการขายหรือการทำตลาดที่แตกต่างกัน (วีรพร ถั่วศิริพร บัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษตร, 2546)

3.3 การวิเคราะห์และเสนอแนะจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT)

การบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมยังไม่ใช่วัฒนธรรมการบริโภคหลักของคนไทย อย่างไรก็ตาม สังคมได้หันถึงความสำคัญในจุดนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ใน

ปัจจุบัน จุดอ่อนที่เห็นได้ชัดของน้ำนมดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มคือด้านอัตราการผลิตและคุณภาพ เมื่อเทียบกับประเทศที่ส่งผลิตภัณฑ์นมเป็นหลักแล้ว อัตราการผลิตน้ำนมดิบของประเทศไทยยังด้อยกว่า และคุณภาพของน้ำนมยังด้อยกว่า รัฐบาลยังไม่สามารถตรวจสอบและควบคุมการใช้น้ำนมดิบในการผลิตได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นจุดอ่อนสำหรับผู้ผลิตของประเทศไทย อย่างไรก็ตามหลายหน่วยงานของรัฐบาลถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อให้การสนับสนุน ในการวิจัยและพัฒนา ทั้งด้านอัตราการผลิตและด้านคุณภาพ

สถานการณ์การเลี้ยงโคนมและอุตสาหกรรมนมของประเทศ ผลผลิตน้ำนมดิบยังไม่เพียงพอต่อความต้องการการบริโภคภายในประเทศแม้ว่าการเลี้ยงโคนมในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างแพร่หลายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จึงต้องมีการนำเข้านมผงและไขมันเนยจากต่างประเทศ มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา

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

มองในภาพรวมโอกาสของผู้ประกอบการนมและผลิตภัณฑ์นมมาจากการสนับสนุนของรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลไทยได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนมและเพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของรัฐบาล จึงสร้างฐานตลาดรองรับน้ำนมดิบของเกษตรกร และแต่งตั้งคณะกรรมการณรงค์เพื่อการบริโภคนมขึ้นเมื่อพ.ศ. 2530 ประกอบด้วยรัฐมนตรี

ประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน มีตัวแทนจาก ภาครัฐบาล ภาคเอกชน สหกรณ์โคนม และเกษตรกร เป็นกรรมการ และยังมีหน่วยงานสนับสนุนหลายด้าน เช่น กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ฯลฯ รัฐบาลยังมีนโยบายช่วยเหลือเพื่อให้เกษตรกรอยู่ได้ และพัฒนาขึ้น นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์ ทุกรูปแบบ เพื่อให้ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชน บริโภคนมอย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง โดยมีเป้าหมายให้คนไทยบริโภคนมเพิ่มขึ้น

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

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่อาศัยนมผงเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น นมข้นหวาน นมผง ในขณะที่การผลิตนมข้นหวานมีนมผงเป็นวัตถุดิบหลักแต่ประเทศไทยไม่มีการผลิตนมผง นอกจากการผลิตน้ำนมดิบเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องนำเข้าวัตถุดิบนมผงจากต่างประเทศ โดยนำเข้ามาจากแถบยุโรป ออสเตรเลีย

สถานการณ์นมผงของโลกมีผลต่ออุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยอย่างชัดเจน การต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่สำคัญอย่างหนึ่ง เมื่อปัญหาราคานมผงสูงขึ้น ซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากความแห้งแล้งของพื้นที่เลี้ยงวัวนมในยุโรปและออสเตรเลีย ทำให้เกษตรกรต้องลด

ปริมาณการเลี้ยงก่อให้เกิดภาวะนมผงของโลกขาดแคลน ประกอบกับความต้องการใช้วัตถุดิบนมผงที่เพิ่มขึ้นแต่ละประเทศเช่น จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย เป็นผลให้ราคานมผงโลกพุ่งสูงขึ้นจากเดิม

การกระจุกตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนมผง ด้วยวิธีการหาอัตราส่วนการกระจุกตัวโดยส่วนใช้ส่วนแบ่งการตลาดเป็นข้อมูลในการคำนวณ พบว่าอัตราส่วนการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรก (CR3) ในระหว่างปี พ.ศ.2542 ถึง ปี พ.ศ. 2545 (ม.ค. - มิ.ย.) พบว่า Concentration Ratio (CR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 85.25 ซึ่งค่า (CR3) มีค่ามากกว่าร้อยละ 67 แสดงถึงการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง โครงสร้างตลาดมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย หากพิจารณาจากข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม และประกอบกับการสังเกตผลิตภัณฑ์นมในท้องตลาดทั่วไป จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ มีลักษณะการกระจุกตัวสูงเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีลักษณะผู้ประกอบการรายใหญ่น้อยรายเป็นผู้ครองตลาด

ด้วยเหตุนี้โอกาสของผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมที่ต้องการจะเข้าสู่ตลาดจะมีโอกาสน้อยกว่า เพราะต้องมีศักยภาพด้านการเงินและด้านการผลิตมากพอที่จะแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่ครองส่วนแบ่งตลาดและความไว้วางใจของกลุ่มผู้บริโภคอยู่ เนื่องจากอาหารนมเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อพิจารณาความสะอาดและคุณภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ดังนั้นไว้วางใจจากผู้ประกอบการสามารถภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าเชื่อถือได้จะสามารถเข้าแทรกในตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ได้

ลักษณะโอกาสทางการตลาดแบบนี้ เป็นลักษณะเดียวกันในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ทั้งนมพร้อมดื่ม นมผง นมข้นหวาน และ ไอศกรีม ในส่วนของนมพร้อมดื่มซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์นมผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมจะเข้าสู่ตลาดได้ยากกว่าด้วยเหตุผลข้างต้น ประกอบกับตัวผลิตภัณฑ์เองไม่มีความ

ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นนมพร้อมดื่มยูเอชทีหรือพาสเจอร์ไรซ์ ทำให้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะใช้สร้างลักษณะเด่นที่แตกต่างในการดึงดูดส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จะมีน้อยกว่าแต่ในส่วนของผู้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ประเภท นมผง นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และไอศกรีม เช่นหากผู้ประกอบการรายใหม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือแปลกใหม่ได้บ้างจะสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ (เช่น ผสมสารอาหารเพื่อสุขภาพ รสชาติใหม่ เข้มข้นกว่า ฯลฯ) แต่หากผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงขนาดต้องการเข้าตลาดในระดับแบรนด์ท้องถิ่นก็สามารถเป็นไปได้โดยใช้ศักยภาพน้อยกว่าใช้ความได้เปรียบด้านราคาแทน

โอกาสในด้านวัตถุดิบมีประเด็นหนึ่งในจากการที่ประเทศไทยเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์นมที่สำคัญของโลก ดังนั้นราคานำเข้าผลิตภัณฑ์นมนำเข้าจะมีแนวโน้มถูกลง นมผลจะเป็นสินค้าปลอดภาษีตามข้อตกลง ทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต นมข้นหวาน ไอศกรีม มีวัตถุดิบปริมาณเพียงพอกับความต้องการที่จะป้องกันการผลิตถึงแม้ทางรัฐบาลจะมีข้อกำหนดในการรับซื้อน้ำนมดิบจากเกษตรกรก่อนที่จะได้โควตานำเข้านมผงจากต่างประเทศ (ที่เมื่อนำมาแปรรูปจะเป็นต้นทุนถูกกว่านมดิบในประเทศ)

ผลิตภัณฑ์ประเภทนมผงมีจุดแข็งในลักษณะที่เป็นความต้องการเฉพาะเช่นการนมผงเพื่อเลี้ยงเด็กสามารถทดแทนน้ำนมมารดาได้ในระดับหนึ่ง ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทนมข้น ทั้งแบบกึ่งรูปหวานและไม่หวาน มีจุดแข็งในลักษณะที่เป็นความต้องการเฉพาะเช่นเดียวกัน คือการใช้ประกอบอาหาร ชงเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทไอศกรีมมีจุดขายที่แตกต่างออกไปคือเป็นลักษณะขนม บริโภคเพื่อความอร่อยมากกว่าที่ต้องการประโยชน์ต่อร่างกาย กลุ่มผู้บริโภคหลักคือเด็กซึ่งมีความต้องการบริโภคแน่นอนในระดับหนึ่ง จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์จากนมกลุ่มนี้มีความต้องการเฉพาะซึ่ง

เป็นจุดแข็งของตนเอง ด้านทานต่อสินค้าทดแทนพอสมควร

สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภท นมเปรี้ยวพร้อมดื่มและโยเกิร์ต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายในตัวเองด้านคุณค่าทางอาหาร ดื่มเพื่อสุขภาพเช่นเดียวกับนมพร้อมดื่ม จึงมีจุดแข็งเช่นเดียวกัน แต่จะด้อยกว่านมพร้อมดื่มในประเด็นที่อาจมีคุณภาพทางอาหารไม่เทียบเท่าเพราะมีส่วนหนึ่งผลิตจากการคืนรูปนมผง SMP และมีจุดขายด้านรสชาติร่วมด้วยการแข่งขันจากสินค้าทดแทนเช่น นมถั่วเหลือง จึงมีผลกระทบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้

สำหรับผลิตภัณฑ์นมที่ต้องใช้ส่วนผสมอื่นๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต ผลไม้ไทยท้องถิ่นที่สามารถนำมาเป็นส่วนผสมในการผลิตนมเปรี้ยวหรือไอศกรีม ในประเทศไทยมีผลไม้หลากหลายในราคาต้นทุนที่ไม่สูง อีกด้วย ในด้านการผลิตค่าแรงงานในประเทศไทยไม่สูงมากนัก และการผลิตไม่ต้องเทคโนโลยีที่ซับซ้อน

หากพิจารณาในระดับระหว่างประเทศแล้วประเทศไทยนั้นมีความได้เปรียบในแง่ต้นทุนการผลิตต่ำและมีความได้เปรียบในเรื่องเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต่างประเทศสามารถใช้ไทยเป็นฐานในการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์

3.4 ปัญหาหลักในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ

ปัญหาหลักในการบริหารจัดการที่ผู้ประกอบการต้องประสบคือปัญหาด้านต้นทุนและราคา ปัญหาเรื่องปริมาณวัตถุดิบและแหล่งที่มาของวัตถุดิบซึ่งมีความสัมพันธ์กับด้านราคาด้วย วัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมนมคือน้ำนมดิบที่ผลิตในประเทศ และนมผงขาดมันเนยที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

3.5 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเทคโนโลยี และสารสนเทศ และการจัดการการดำเนินงานและการผลิต

ลักษณะการจัดการในอุตสาหกรรมการผลิตนมเป็นแบบโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรเป็นหลักในการผลิต ใช้คนควบคุม หากเป็นโรงงานขนาดใหญ่จะใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ควบคุม เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตบางชิ้นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งนี้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์นมควรจะต้องได้คุณภาพ รวมทั้งบุคลากรซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง ทั้งสามประเด็นนี้ต้องสอดคล้องกัน ได้มาตรฐาน

3.6 การวิเคราะห์ ข้อจำกัด การผลิตนํ้านมและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนํ้านมในประเทศไทย

ข้อจำกัดประเด็นแรกคือการควบคุมราคาจากภาครัฐ นมและผลิตภัณฑ์นมบางประเภทเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมจากกรมการค้าภายใน จึงไม่สามารถทำกำไรได้สูง ในส่วนของนมพร้อมดื่มรัฐบาลมีการควบคุมทั้งราคาขายของผลิตภัณฑ์รวมถึงราคารับซื้อนมหน้าโรงงานจากเกษตรกร จะเห็นได้ว่าเหมือนกับเป็นการกำหนดเพดานผลกำไรของผู้ประกอบการโดยตรง

สำหรับผลิตภัณฑ์นมประเภทที่มีความต้องการจากตลาดค่อนข้างแน่นอนเช่น นมพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ นมผงเพื่อเลี้ยงเด็ก นมข้นหวานในการประกอบอาหารและขนม เครื่องดื่ม ไอศกรีมสำหรับเด็ก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีจุดแข็งที่มีความต้องการแน่นอนในระดับหนึ่ง แต่ก็จะมีข้อจำกัดเรื่องการขยายตัวเนื่องจากไม่มีจุดขายที่เพิ่มเติมมากนัก ถึงแม้ว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์นมของประชาชนไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็ยังมีอัตราที่จำกัด

แต่ในผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายจากการบริโภคด้วยความอร่อย ประกอบกับสุขภาพหรือความงามเช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต รวมถึงไอศกรีมข้อจำกัดนี้จะมีผล

น้อยกว่าเพราะสามารถขยายโอกาสตลาดด้วยการสร้างข้อแตกต่างได้มากกว่า

ผลิตภัณฑ์นมทุกประเภทจะมีข้อจำกัดด้วยภาวะเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมันพุ่งสูงขึ้น ราคาข้าวและน้ำตาลที่ปรับราคาตามอย่างต่อเนื่อง ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ และรายได้ของประชาชน หากจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกินอยู่และการใช้จ่ายให้เหมาะสมกับรายได้ที่คงที่หรือปรับขึ้นเพียงเล็กน้อยภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนจะใช้ในการลดรายจ่ายลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคผลิตภัณฑ์นมลง แม้ว่าจะเป็นการดื่มเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ใช่อาหารหลัก ยกเว้นผลิตภัณฑ์นมประเภทเดียวคือนมผงที่ใช้เลี้ยงทารก ข้อจำกัดเกี่ยวกับวัตถุดิบเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญ ในปัจจุบัน (2551) ปริมาณนํ้านมดิบมีสถานการณ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการการผลิตผลิตภัณฑ์นมในประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องนำเข้านมผงจากต่างประเทศมาเพื่อทำการผลิต จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจำกัดอยู่กับการผลิตนํ้านมดิบในประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้นมผงเป็นหลักต้องผูกติดกับราคานมผงจากต่างประเทศดังที่กล่าวไปแล้ว

แสดงข้อสรุป SWOT ของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์

STRENGTH	WEAKNESS
- เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีจุดขายในตัวเอง - รัฐบาลให้การสนับสนุน มีหลายหน่วยงาน - นํ้านมดิบสามารถผลิตได้ในประเทศ - ค่าแรงงานไม่สูง - เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน	- วัฒนธรรมการดื่มนมของคนไทย - คุณภาพนํ้านมดิบ - ปริมาณนํ้านมดิบ - ผลิตภัณฑ์นมบางประเภทต้องพึ่งนมผงจาก ต่างประเทศ
OPPORTUNITIES	THREATS
- แนวโน้มประชาชนดื่มนมมากขึ้น - เทรนด์เพื่อสุขภาพ - มีโอกาสในผลิตภัณฑ์นมบางประเภท - นมผง SMP จะเป็นสินค้าปลอด	- ผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่ม นมผง นมข้นหวาน - มีข้อจำกัดในการขยายตัว - ยังไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นที่สุด - สถานการณ์ทาง

ภายในอนาคต	เศรษฐกิจ มีผลต่อโอกาส
------------	-----------------------

3.7 การวิเคราะห์ จุดอ่อน การผลิตน้ำมันและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันในประเทศไทย

การบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมยังไม่ใช้วัฒนธรรมการบริโภคหลักของคนไทย อย่างไรก็ตามได้เห็นถึงความสำคัญในจุดนี้มากขึ้นเรื่อยๆในปัจจุบัน จุดอ่อนที่เห็นได้ชัดของน้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มคือด้านอัตราการผลิตและคุณภาพ เมื่อเทียบกับประเทศที่ส่งผลิตภัณฑ์นมเป็นหลักแล้ว อัตราการผลิตน้ำมันดิบของประเทศไทยยังด้อยกว่า และคุณภาพของน้ำมันยังด้อยกว่า รัฐบาลยังไม่สามารถตรวจสอบและควบคุมการใช้ น้ำมันดิบในการผลิตได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นจุดอ่อนสำหรับผู้ผลิตของประเทศไทย อย่างไรก็ตามหลายหน่วยงานของรัฐบาลถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อให้การสนับสนุนในการวิจัยและพัฒนา ทั้งด้านอัตราการผลิตและด้านคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่อาศัยนมผงเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น นมข้นหวาน นมผง ในขณะที่การผลิตนมข้นหวานมีนมผงเป็นวัตถุดิบหลักแต่ประเทศไทยไม่มีการผลิตนมผง นอกจากการผลิตน้ำมันดิบเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องนำเข้าวัตถุดิบนมผงจากต่างประเทศ โดยนำเข้ามาจากแถบยุโรป ออสเตรเลีย

สถานการณ์นมผงของโลกมีผลต่ออุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยอย่างชัดเจน การต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่สำคัญอย่างหนึ่ง เมื่อปัญหาราคานมผงสูงขึ้นซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากความแห้งแล้งของพื้นที่เลี้ยงวัวนมในยุโรปและออสเตรเลีย ทำให้เกษตรกรต้องลดปริมาณการเลี้ยงก่อให้เกิดภาวะนมผงของโลกขาดแคลน ประกอบกับความต้องการใช้วัตถุดิบนมผงที่เพิ่มขึ้นแต่ละประเทศเช่น จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย เป็นผลให้ราคานมผงโลกพุ่งสูงขึ้นจากเดิม

นางสาวชุติมา บุญยประภัศร อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์(2551)

เปิดเผยว่า ขณะนี้สถานการณ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์นมในตลาดโลกมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากที่ประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ โดยเฉพาะสหภาพยุโรป (อียู) ได้ลดการแทรกแซงราคา และลดการอุดหนุนการส่งออก ทำให้การส่งออกนมผงสู่ตลาดโลกของอียูมีปริมาณลดลง ขณะที่ออสเตรเลียประสบปัญหาภาวะแห้งแล้ง ส่งผลให้การผลิตน้ำมันดิบ และมีการส่งออกนมผงลดลงเช่นกัน จากข้อมูลล่าสุดดังกล่าว ขณะที่ความต้องการยังคงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคานมผงขาดมันเนยในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นกว่า 50% ในเวลานี้ อย่างไรก็ตาม แม้เหตุการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบทำให้ผู้ประกอบการต้องนำเข้านมผงขาดมันเนยจากต่างประเทศในราคาที่สูงขึ้น และอาจจะลดการนำเข้านมผงลง แต่อีกด้านหนึ่งถือเป็นจังหวะดีของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมของไทยที่จะใช้โอกาสนี้ในการเร่งปรับตัวให้สามารถแข่งขันกับนมผงนำเข้า เพื่อมุ่งให้ผู้ประกอบการในประเทศหันมาซื้อผลิตภัณฑ์นมที่ผลิตได้ในประเทศมากขึ้น ที่สำคัญยังเป็นการปรับตัวเพื่อรองรับการเปิดเสรีนมผงกับออสเตรเลียที่จะเปิดกว้างมากขึ้นในอนาคต

สถานการณ์การเลี้ยงโคนมและอุตสาหกรรมนมของประเทศ ผลผลิตน้ำมันดิบยังไม่เพียงพอต่อความต้องการการบริโภคภายในประเทศแม้ว่าการเลี้ยงโคนมในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างแพร่หลายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จึงต้องมีการนำเข้านมผงและไขมันเนยจากต่างประเทศ มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา

การเลี้ยงโคนมของเกษตรกรไทยมีประสิทธิภาพต่ำและต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากเกษตรกรมีพื้นฐานการศึกษาต่ำ ระบบการเลี้ยงโคนมเป็นฟาร์มขนาดเล็ก โครีคนทำให้ผลผลิตต่ำเฉลี่ยประมาณวันละ 10 กก./ตัว/วัน มีปัญหาการผสมไม่ติด การจัดการด้านอาหาร และการคัดโคคุณภาพต่ำออกจากฟาร์ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ความรู้ด้านโคนมในระดับการศึกษาวิจัยเพื่อปรับใช้ในสภาพจริงมีน้อย ตลอดจน

การขาดแคลนเครือข่ายและระบบจัดเก็บข้อมูลที่เหมาะสมต่อการนำมาวิเคราะห์ใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการของเกษตรกร

3.8 การวิเคราะห์ จุดแข็ง การผลิตนํ้านมและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนํ้านมในประเทศไทย

นมเป็นสินค้าที่ใช้สำหรับบริโภคมีสารอาหารที่สำคัญสามารถและมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมด้วยธาตุอาหารครบทุกหมู่ คือ โปรตีน วิตามิน เกลือแร่ คาร์โบไฮเดรต และไขมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งน้ำตาลนมหรือแล็กโทส (lactose) และโปรตีนที่เรียกว่า เคซีน (Casein) จะพบในธรรมชาติคือในนมหรือนํ้านมเท่านั้น นมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาร่างกายและสมองของเด็กและเยาวชน จะเห็นได้ว่า นมเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการบริโภคในระดับหนึ่ง สังคมได้เห็นถึงความสำคัญในจุดนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน

สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภท นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม และโยเกิร์ต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายในตัวเองด้านคุณค่าทางอาหาร ดื่มเพื่อสุขภาพเช่นเดียวกับนมพร้อมดื่ม จึงมีจุดแข็งเช่นเดียวกัน แต่จะด้อยกว่านมพร้อมดื่มในประเด็นที่อาจมีคุณภาพทางอาหารไม่เทียบเท่าเพราะมีส่วนหนึ่งผลิตจากการคั้นรูปนมผง Skim Milk Powder: SMP คือ นมผงขาดมันเนย และมีจุดขายด้านรสชาติร่วมด้วยการแข่งขันจากสินค้าทดแทนเช่น นมถั่วเหลือง จึงมีผลกระทบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้

ผลิตภัณฑ์ประเภทนมผงมีจุดแข็งในลักษณะที่เป็นความต้องการเฉพาะเช่นการนมชงเพื่อเลี้ยงเด็กสามารถทดแทนนํ้านมมารดาได้ในระดับหนึ่ง ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทนมข้น ทั้งแบบคั้นรูปหวานและไม่หวาน มีจุดแข็งในลักษณะที่เป็นความต้องการเฉพาะเช่นเดียวกัน คือการใช้ประกอบอาหาร ชงเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทไอศกรีมมีจุดขายที่แตกต่างออกไปคือเป็นลักษณะขนม บริโภคเพื่อความอร่อยมากกว่าที่

ต้องการประโยชน์ต่อร่างกาย กลุ่มผู้บริโภคหลักคือเด็กซึ่งมีความต้องการบริโภคแน่นอนในระดับหนึ่ง จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์จากนมกลุ่มนี้มีความต้องการเฉพาะซึ่งเป็นจุดแข็งของตนเอง ด้านทานต่อสินค้าทดแทนพอสมควร

มองในภาพรวมโอกาสของผู้ประกอบการนมและผลิตภัณฑ์นมมาจากการสนับสนุนของรัฐบาลเนื่องจากรัฐบาลไทยได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนมและเพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของรัฐบาล จึงสร้างฐานตลาดรองรับนํ้านมดิบของเกษตรกร และแต่งตั้งคณะกรรมการณรงค์เพื่อการบริโภคนมขึ้นเมื่อพ.ศ. 2530 ประกอบด้วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน มีตัวแทนจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน สหกรณ์โคนม และเกษตรกรเป็นกรรมการ และยังมีหน่วยงานสนับสนุนหลายด้าน เช่น กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ฯลฯ รัฐบาลยังมีนโยบายช่วยเหลือเพื่อให้เกษตรกรอยู่ได้และพัฒนาขึ้น นอกจากนี้ยังมีการณรงค์ทุกรูปแบบเพื่อให้ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชน บริโภคนมอย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง โดยมีเป้าหมายให้คนไทยบริโภคนมเพิ่มขึ้น

วัตถุดิบเป็นจุดแข็งจุดหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยเนื่องจากเกษตรกรสามารถเลี้ยงโคนมไปทุกภาคของประเทศ และเป็นภาคการเกษตรที่รัฐบาลให้การสนับสนุน เห็นได้จากมีหลายหน่วยงานของรัฐบาล เช่นกรมปศุสัตว์ กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีการสนับสนุนทั้งในด้านเทคนิคการเลี้ยงโคนม การปรับปรุงคุณภาพนํ้านม ตลอดจนการออกนโยบายเพื่อให้ผู้ประกอบการซื้อนํ้านมดิบในประเทศ นอกจากนี้ในด้านการบริโภค ผลิตภัณฑ์นมเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่ประชาชนไทยให้ความสนใจในการดื่มเพื่อสุขภาพ และมีการส่งเสริมให้ดื่มนมตั้งแต่อติจนถึงปัจจุบัน แนวโน้มการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ส่วนผสมอื่นๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต ผลไม้ไทย ท้องถิ่นที่สามารถนำมาเป็นส่วนผสมในการผลิตนมเปรี้ยวหรือไอศกรีม ในประเทศไทยมีผลไม้หลากหลาย ในราคาค่อนข้างต่ำไม่สูง ในด้านการผลิต ค่าแรงงานในประเทศไทยไม่สูงมากนัก และการผลิตไม่ต้องเทคโนโลยีที่ซับซ้อน

หากพิจารณาในระดับระหว่างประเทศแล้ว ประเทศไทยนั้นมีความได้เปรียบในแง่ต้นทุนการผลิตต่ำ และมีความได้เปรียบในเรื่องเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต่างประเทศสามารถใช้ไทยเป็นฐานในการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์

3.9 การวิเคราะห์ โอกาส การผลิตนมและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนมในประเทศไทย

ประชาชนในประเทศไทยมีอัตราการดื่มนมที่ยังไม่สูงนักเมื่อเทียบกับหลายประเทศ มีอัตราเพิ่มขึ้นและมีการรณรงค์ให้ประชาชนดื่มนมมากขึ้น เทรนด์ด้านสุขภาพเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมปัจจุบัน โอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์นม ถึงแม้จะไม่หวือหวาแต่ขยายตัวเรื่อยๆ ในอนาคตแน่นอน

วลิพร (2546) วิเคราะห์การกระจุกตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนมผง ด้วยวิธีการหาค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวโดยส่วนใช้ส่วนแบ่งการตลาดเป็นข้อมูลในการคำนวณ พบว่าอัตราส่วนกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 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 (ถูกแสดงในบทที่ 2) และประกอบกับการสังเกตผลิตภัณฑ์นมในท้องตลาด

ทั่วไป จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ มีลักษณะการกระจุกตัวสูงเช่นเดียวกันเนื่องจากมีลักษณะผู้ประกอบการรายใหญ่น้อยรายเป็นผู้ครองตลาด

ด้วยเหตุนี้โอกาสของผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดย่อมที่ต้องการจะเข้าสู่ตลาดจะมีค่อนข้างน้อย เพราะต้องมีศักยภาพด้านการเงินและด้านการผลิตมากพอที่จะแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่ครองส่วนแบ่งตลาดและความไว้วางใจของกลุ่มผู้บริโภคอยู่ เนื่องจากอาหารนมเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อพิจารณาความสะอาดและคุณภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ดังนั้นไว้วางใจจากผู้ประกอบการสามารถภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าเชื่อถือได้จะสามารถเข้าแทรกในตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ได้

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

โอกาสในด้านวัตถุดิบมีประเด็นหนึ่งในจากการที่ประเทศไทยเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศออสเตรเลียนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์นมที่สำคัญของโลก ดังนั้นราคานำเข้าผลิตภัณฑ์นมนำเข้าจะมีแนวโน้มถูกลง นมผงจะเป็น

สินค้าปลอดภาษีตามข้อตกลง ทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต นมข้นหวาน ไอศกรีม มีวัตถุดิบ ปริมาณเพียงพอกับความต้องการที่จะป้อนการผลิต ถึงแม้ทางรัฐบาลจะมีข้อกำหนดในการรับซื้อน้ำมันดิบ จากเกษตรกรก่อนที่จะได้โควตานำเข้านมผงจาก ต่างประเทศ (ที่เมื่อนำมาแปรรูปจะเป็นต้นทุนถูกกว่า นมดิบในประเทศ)

3.10 การวิเคราะห์ ข้อจำกัด การผลิตน้ำมันและ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันในประเทศไทย

ข้อจำกัดประเด็นแรกคือการควบคุมราคาจาก ภาครัฐ นมและผลิตภัณฑ์นมบางประเภทเป็นสินค้าที่ ถูกควบคุมจากกรมการค้าภายใน จึงไม่สามารถทำได้ สูง ในส่วนของนมพร้อมดื่มรัฐบาลมีการควบคุมทั้ง ราคาขายของผลิตภัณฑ์รวมถึงราคารับซื้อนมหน้า โรงงานจากเกษตรกร จะเห็นได้ว่าเหมือนกับเป็นการ กำหนดเพดานผลกำไรของผู้ประกอบการโดยตรง

สำหรับผลิตภัณฑ์นมประเภทที่มีความ ต้องการจากตลาดค่อนข้างแน่นอนเช่น นมพร้อมดื่ม เพื่อสุขภาพ นมผงเพื่อเลี้ยงเด็ก นมข้นหวานในการ ประกอบอาหารและเชิงเครื่องดื่ม ไอศกรีมสำหรับเด็ก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีคู่แข่งที่มีความต้องการ แน่นอในระดับหนึ่ง แต่ก็จะมีข้อจำกัดเรื่องการ ขยายตัวเนื่องจากไม่มีจุดขายที่เพิ่มเติมมากนัก ถึงแม้ว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์นมของประชาชนไทยเพิ่มขึ้น เรื่อยๆ แต่ก็มีอัตราที่จำกัด

แต่ในผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายจากการบริโภค ด้วยความอร่อย ประกอบกับสุขภาพหรือความงามเช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต รวมถึงไอศกรีมข้อจำกัดนี้จะมีผล น้อยกว่าเพราะสามารถขยายโอกาสตลาดด้วยการสร้าง ข้อแตกต่างได้มากกว่า

ผลิตภัณฑ์นมทุกประเภทจะมีข้อจำกัดด้วย ภาวะเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมันพุ่งสูงขึ้น ราคาข้าวและ น้ำตาลที่ปรับราคาตามอย่างต่อเนื่อง ราคาสินค้าอุปโภค บริโภคอื่นๆ และรายได้ของประชาชน หากจำเป็นต้อง

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกินอยู่และการใช้จ่ายให้ เหมาะสมกับรายได้ที่คงที่หรือปรับขึ้นเพียงเล็กน้อย ภายใต้อาชีพเศรษฐกิจที่ถดถอย การบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนจะใช้ในการ ลดรายจ่ายลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคผลิตภัณฑ์ นมลง แม้ว่าจะเป็นการดื่มเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ใช่อาหาร หลัก ยกเว้นผลิตภัณฑ์นมประเภทเดียวคือนมผงที่ใช้ เลี้ยงทารก ข้อจำกัดเกี่ยวกับวัตถุดิบเป็นประเด็นหนึ่งที่ สำคัญ ในปัจจุบัน (2551) ปริมาณน้ำมันดิบมี สถานการณ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการการผลิต ผลิตภัณฑ์นมในประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้อง นำเข้านมผงจากต่างประเทศมาเพื่อทำการผลิต จะเห็นได้ ว่าผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจำกัดอยู่กับการผลิตน้ำมันดิบ ในประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้นมผงเป็นหลักต้องผูก ดัดกับราคานมผงจากต่างประเทศดังที่กล่าวไปแล้ว

4. สรุปผลการวิจัย

อุตสาหกรรมจากนมและผลิตภัณฑ์จากนมเป็น อุตสาหกรรมอาหารประเภทหนึ่งที่สำคัญ ของประเทศ ในประเทศไทยมีการผลิตและส่งเสริมการผลิตน้ำมันดิบ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมน้ำมันดิบสามารถ นำแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นม ได้หลายประเภทการผลิต น้ำมันดิบในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลางและ อยู่ในรูปสหกรณ์ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทยคือนม พร้อมดื่มพาสเจอร์ไรซ์นมยูเอชที และนมสเตอริไลซ์ ผู้ ประกอบ การ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง จนถึงขนาดย่อมมี ผู้ประกอบการรายใหญ่ประมาณสิบ รายเป็นผู้ครองส่วนแบ่งการตลาดอัตราการบริโภคนม ในประเทศไทยยังมีอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับใน ต่างประเทศ การบริโภคผลิตภัณฑ์นมในประเทศมีการขยายตัว อย่างช้าๆทั้งผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มและนมเปรี้ยวยังถือ ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอนาคต

ปัญหาที่สำคัญในการผลิตน้ำมันดิบในประเทศ ไทยคือด้านคุณภาพน้ำมัน และราคาอาหารสัตว์ที่เพิ่ม สูงขึ้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมนมในประเทศไทยยัง

ได้รับผลกระทบจากการลดอัตราภาษีนำเข้านมผงจากบางประเทศที่ส่งออกนมผงเป็นสินค้าหลักที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์นมโดยอาศัยนมผงนำเข้าจะถูกกว่าการใช้ใช้น้ำนมดิบที่ผลิตในประเทศ รัฐบาลมีมาตรการกำหนดปริมาณการรับซื้อน้ำนมดิบในประเทศและราคาซื้อน้ำนมดิบจากเกษตรกร สำหรับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมในประเทศ อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับการดำเนินการปริมาณและคุณภาพการผลิตน้ำนมดิบจากในประเทศและจากต่างประเทศประกอบกัน โอกาสของผู้ประกอบการนมและผลิตภัณฑ์นมมาจากการสนับสนุนของรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลไทยได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนมและเพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของรัฐบาล วัตถุประสงค์เป็นจุดแข็งจุดหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยเนื่องจากเกษตรกรสามารถเลี้ยงโคนมไปทุกภาคของประเทศ และมีวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์นมที่ต้องใช้ส่วนผสมอื่นๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในแง่ต้นทุนการผลิตต่ำ และมีความได้เปรียบในเรื่องเสถียรภาพ ของอัตราแลกเปลี่ยนเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ ซึ่งมีโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างประเทศสามารถใช้ไทยเป็นฐานในการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์

5. เอกสารอ้างอิง

วรรณดา ตั้งเจริญสุข และ วิบูลย์ศักดิ์ กาวิละ. “ นมและผลิตภัณฑ์นม.” โอเดียนสโตร์. 2531.

อุดม นวลหนูปล้อง. “ภาวะอุตสาหกรรมการเลี้ยงโคนมในปัจจุบัน.” กรมส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์. 2550.

ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. “Business Brief.” Business Brief. 2550.

“ตลาดนมแข่งสร้างมูลค่าเพิ่ม.” หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 2551.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี. “การจัด

ประเภทอุตสาหกรรมตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทุกประเภทตามมาตรฐานสากล. ” 2542

มานพ เชื้อสุวรรณ. “วิกฤตโคนมไทย ต้นทุนพุ่ง อนาคตมีปรับตัวแข่งลำบาก.” สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า. 2550

กะเนิงนิคย์ จันทรศรี. “การวิเคราะห์โครงสร้าง

อุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในประเทศไทยปี

2540 – 2541.”บัณฑิตวิทยาลัย , 2543

“นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม/นมพาสเจอร์ไรซ์ สองดาวรุ่ง

ขยายตัวโดดเด่น. ” หนังสือพิมพ์

ฐานเศรษฐกิจ. 2551.

“ตลาดนมแข่งสร้างมูลค่าเพิ่ม +แรงขยายทั้งผลิตภัณฑ์และออกสินค้าเอาใจคนรักสุขภาพ. ”

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 2551.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.)

กระทรวงการคลัง. “State Enterprise Review : รายแห □ ง องค์ □ การส □ เสริมกิจการโคนมแห □ ง ประเทศไทย ” 2551

“ภาวะโลกร้อนส่งราคานมพุ่ง เน้นเกษตรกรโคนมไทยฉวยโอกาสเร่งปรับตัว” สำนักข่าว Newswit. 2550.

กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์. “ แนวโน้มและโอกาสของตลาดผลิตภัณฑ์ (World market trends and prospects) ” สำนักพัฒนาการปศุสัตว์และถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมปศุสัตว์. 2549.

กลุ่มศึกษาเพื่อติดตามและประเมินผลการเจรจาจัดทำเขตการค้าเสรี. “ ยุทธศาสตร์โคนม ” www.ftamonitoring.org. 2551

คุณสุวิทย์ ผลวิวัฒน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัทอุตสาหกรรมนมไทย จำกัด “บทสัมภาษณ์. ” วารสาร ICN. 2551

สัมมนา FPRI-FTA Seminar Series ครั้งที่ 4 . การติดตาม ประเมินผลกระทบและมาตรการบรรเทาผลกระทบ: FTA ไทย-นิวซีแลนด์ □ .

2547. โรงแรมสยามซิตี้.
FM 101 Radio Report one, 2551. "สมศักดิ์"ดันตั้ง 2
โรงงานนมผง รองรับผลกระทบ เขตการค้า
เสรีไทย-ออสเตรเลีย
[http://www.101newschannel.com/todaynews
.php?id=5888](http://www.101newschannel.com/todaynews.php?id=5888)
กรุงเทพธุรกิจ, 2551. 'หนองโพ' ผู้ศึก ตลาดนมพร้อม
ดื่ม. วันศุกร์ที่ 13 มิถุนายน พ.ศ.2551
[http://www.bangkokbizweek.com/20080602
/cover/index.php?news=column_
26556204.h.html](http://www.bangkokbizweek.com/20080602/cover/index.php?news=column_26556204.h.html)
กรุงเทพธุรกิจ, 2551. 20CEOs20Ideas : FTA การค้าเสรี
(ของผู้ได้เปรียบ) โดยโชค นวลกุล.
วันอังคารที่ 08 เมษายน พ.ศ. 2551
กรุงเทพธุรกิจ, 2551. ครม.ไฟเขียวนำเข้านมผงขาดมัน
เนยเพิ่ม 2 หมื่นตัน.15 มกราคม พ.ศ. 2551.
กรุงเทพธุรกิจ, 2548. นโยบายแก้หนี้สินพันพีย ราย
เล็ก วั ย เอื้อ บ ริ ย ั ท ย ั ก ษ์ ์ ห ญ ุ .
www.ftawatch.org.
พิเชฐ ศักดิ์พิทักษ์สกุล, 2551. ผลกระทบของการเปิดเสรี
ทางการค้าภายใต้องค์การการค้าโลก (World
Trade Organization: WTO) ต่อการเลี้ยงโคนม และ
อุตสาหกรรมนมของประเทศไทย. วิชาการเศรษฐกิจ
ฐานเศรษฐกิจ, 2551. 52 ธุรกิจปีทุน : ต้องเร่ง
ปรับตัว...รับเศรษฐกิจพอเพียง. ฉบับที่
2309. 30 มี.ค. - 02 เม.ย. 2551.
สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2547. การประชุม
คณะทำงานติดตามผลการเจรจา FTA ครั้งที่ 2.
วันพุธที่ 13 ตุลาคม 2547.
ธานี ภาคอุทัย, 2551. กลุ่มความร่วมมือการแปรรูประหว่าง
ประเทศ สำนักพัฒนาการแปรรูปและ
ถ่ายทอดเทคโนโลยี. สรุปผลการประชุมสัมมนา
เรื่องการบริหารความเสี่ยง เพื่อเสริมสร้างขีด
ความสามารถในการแข่งขันพัฒนาสินค้าแปรรูป
ภายใต้กรอบ FTA วันที่ 30 พฤษภาคม 2551
- ณ โรงแรมบางกอกพาเลส ถนน เพชรบุรีตัดใหม่
กรุงเทพมหานคร.
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. แผนปฏิบัติ
การด้านอุตสาหกรรม (โคนม).(พ.ศ. 2545 – 2549)
กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2550. พาณิชย์ประกาศโควตา
นมผงขาดมันเนยภายใต้
ดับบลิวทีโอปี 2550 ฉบับที่ 478 วันที่ 23
มกราคม 2550
เว็บไซต์ www.thaidairy.net, “รายงานความคืบหน้า
กรณีไปนิวซีแลนด์” May 2, 2005 - 16:46.
วลีพร นั้วศิริพร, 2546. การศึกษาโครงสร้างและกลยุทธ์
ทางการตลาดของอุตสาหกรรมนมผง.
วิทยานิพนธ์. บัณฑิตวิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
2551.การสำรวจภาพรวมโครงสร้างภาคเกษตร
และภาคอุตสาหกรรม
ขนาดกลางและขนาดย่อม
ในภาคเกษตรกรรม
และการผลิตและธุรกิจภาคการเกษตรและภาคบริการ ปี
2551.
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
2551. การสำรวจสถานการณ์และ
สภาพแวดล้อมในการแข่งขันและการ
ประกอบธุรกิจของ SME ทั้ง 4 ภูมิภาค.