

การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของ ผู้ประกอบการนม

อุทัย ปริญาสุทธินันท์* สุรนาท ขมะฉะรงค์**

คุณฉวี आयुวัฒน์** กิมาพร ขมะฉะรงค์***

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย*

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**

คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น***

บทนำ

- ผลิตภัณฑ์อาหารสดที่ผลิตตามคำสั่งซื้อ (Minegishi and Thiel, 2000)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (Martinez and Briz, 2000)
- ผลิตภัณฑ์นมที่ทำหน้าที่เฉพาะ (Biester, 2001; Hilliam, 2000; Menrad, 2000)
- ผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ (Heron, 2003)

อุตสาหกรรมนมกับปัญหาที่ไม่ได้คาดไว้

- ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากนม (Heaney et al., 2000)
- การค่อมนมลดลง (Siebert et al., 2000)
- ผลกระทบจากนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมนม (Losada et al., 2000)

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและการเปลี่ยนแปลง

- การทำฟาร์มที่มุ่งความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจเป็นหลัก (Solano et al., 2001)
- การทำฟาร์มแบบรับจ้างผลิต (Ponte, 2000)
- นโยบายควมรวมกิจการฟาร์ม (Flaten, 2002)
- โควตานมที่ซื้อขายอย่างไม่มีประสิทธิภาพ (Colman, 2000)
- การสหกรณ์ที่มุ่งการตลาดเป็นหลัก (Zuhui, 2000)

การปรับตัว: จากเกษตรกรสู่ผู้ประกอบการตลาด

- การรวมตัวกันสร้างช่องทางการตลาดใหม่ๆ (Raynaud and Sauvee, 2000)
- การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Morgan and Murdoch, 2000)
- การสร้างตราสินค้าและมาตรฐานอาหารทางเลือก (Martino and Tregear, 2001; Reardon and Farina, 2002)

แนวโน้มของการตลาด

- การสร้างความสัมพันธ์แบบร่วมมือ-แข่งขัน (Bengtsson and Kock, 2000)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมุ่งผู้บริโภคเป็นหลัก (Grunert and Valli, 2001)
- การปรับตัวของผู้ค้าปลีก (Farhangmehr, Marques and Silva, 2001)
- การสร้างความสัมพันธ์แบบป้องกันผู้เข้ามาใหม่ (Johansson and Elg, 2002)
- การตอบโต้เชิงกลยุทธ์ต่อบรรษัทข้ามชาติ (Lavie and Fiegenbaum, 2000)

นโยบายเขตการค้า: โอกาสและข้อจำกัด

- การแสวงหาโอกาสจากนโยบายเขตการค้า (Diaz-Bonilla and Reca, 2000; Rae and Josling, 2003)
- ผลกระทบจากนโยบายเขตการค้าระหว่างประเทศคู่ค้า (Stringer, 2000; Siotis, 2003)
- การแสวงหาโอกาสจากเขตการค้าเสรีระหว่างภูมิภาค (Chirathivat, 2002; Krugman and Obstfeld, 2003)

ก้าวต่อไปของนโยบาย? (1)

มุมมองผู้บริโภค:

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมุ่งผู้บริโภคเป็นหลัก
- ความตื่นตัวเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
- ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากนม
- การคืบมนมลดลง

ก้าวต่อไปของนโยบาย? (2)

มุมมองเกษตรกร:

- การทำฟาร์มที่มุ่งความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจเป็นหลัก
- การทำฟาร์มแบบรับจ้างผลิต
- การสหกรณ์ที่มุ่งการตลาดเป็นหลัก
- การรวมตัวกันสร้างช่องทางการตลาดใหม่ๆ
- การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
- การสร้างตราสินค้าและมาตรฐานอาหารทางเลือก

ก้าวต่อไปของนโยบาย? (3)

มุมมองผู้ประกอบการ:

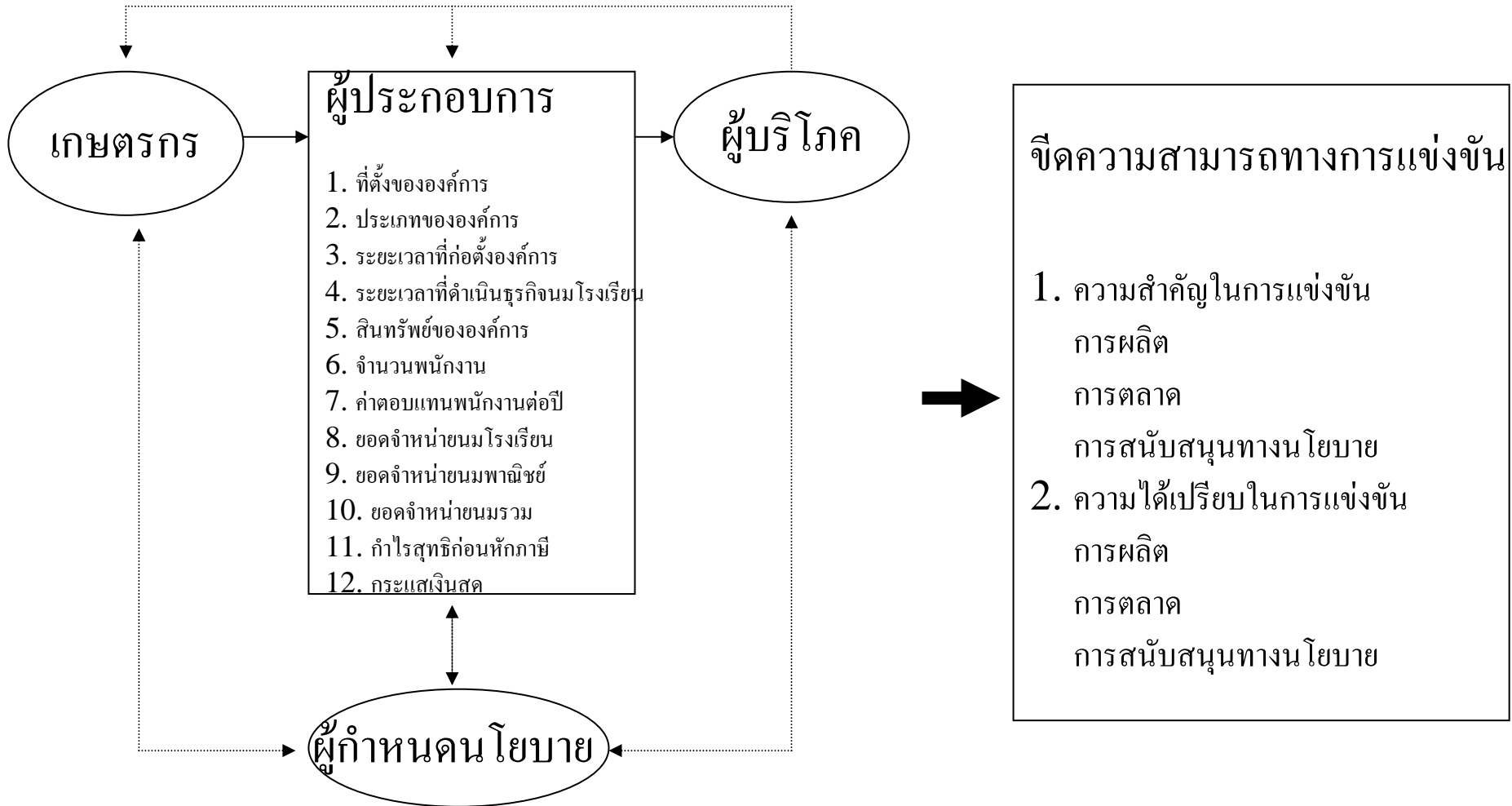
- ผลิตภัณฑอาหารสดที่ผลิตตามคำสั่งซื้อ
- การสร้างความสัมพันธ์แบบร่วมมือ-แข่งขัน
- การปรับตัวของผู้ค้าปลีก
- การสร้างความสัมพันธ์แบบป้องกันผู้เข้ามาใหม่
- การตอบโต้เชิงกลยุทธ์ต่อบรรษัทข้ามชาติ

ก้าวต่อไปของนโยบาย? (4)

มุมมองผู้กำหนดนโยบาย:

- ผลกระทบจากนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมนม
- นโยบายควบรวมกิจการฟาร์ม
- โควตานมที่ซื้อขายอย่างไม่มีประสิทธิภาพ
- การแสวงหาโอกาสจากนโยบายเขตการค้า
- ผลกระทบจากนโยบายเขตการค้าระหว่างประเทศคู่ค้า
- การแสวงหาโอกาสจากเขตการค้าเสรีระหว่างภูมิภาค

กรอบแนวคิดการวิจัย



คำถามการวิจัย

1. คุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการนม ได้แก่อะไรบ้าง
2. ปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการนม ได้แก่อะไรบ้าง
3. การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการนม ได้แก่อะไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการนม
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการนม
3. เพื่ออธิบายการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการนม

ระเบียบวิธีวิจัย (1)

1. วิเคราะห์เอกสารเพื่อเข้าใจถึงสถานการณ์อุตสาหกรรมในปัจจุบัน
2. ใช้เทคนิคเดลฟายเพื่อยืนยันสถานการณ์ดังกล่าว และให้ความเห็นพ้องในประเด็นของขีดความสามารถทางการแข่งขัน จากนั้นนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้บริหารระดับสูงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย (2)

3. ทบทวนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำไปสร้างแบบสอบถาม จากนั้นส่งไปยังผู้บริหารทุกระดับทั่วประเทศ
4. ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ขณะที่ใช้การวิเคราะห์ตัวแปรเดียว การวิเคราะห์สองตัวแปร และการวิเคราะห์หลายตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

อุตสาหกรรมนมในประเทศไทย (1)

สถานการณ์โคนม:

- ผลผลิตน้ำนม
- ต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบ
- นมโรงเรียน
- การนำเข้านมผงขาดมันเนย และนมและผลิตภัณฑ์นม
- การส่งออกนมผงขาดมันเนย และนมและผลิตภัณฑ์นม

ตารางที่ 1 ผลผลิตน้ำนม

| ปี | โคนม (ตัว) | ผลผลิตน้ำนม (ตัน) | | การบริโภคนมพร้อมดื่ม (กิโลกรัม/คน) |
|-------------------|---------------|----------------------|-------------|---------------------------------------|
| | | นมดิบ | นมพร้อมดื่ม | |
| 2543 | 361,632 | 520,115 | 580,000 | 9.17 |
| 2544 | 373,567 | 587,700 | 610,000 | 9.57 |
| 2545 | 388,645 | 660,297 | 660,500 | 10.19 |
| 2546* | 441,487 | 731,923 | 683,600 | 10.46 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 6.98 | 12.06 | 5.65 | 4.50 |

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

*กรมปศุสัตว์

ตารางที่ 2 ต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบ

| ปี | ราคารับซื้อ (บาท/กิโลกรัม) | ต้นทุนการผลิต (บาท/กิโลกรัม) | ราคาอาหารชั้น (บาท/กิโลกรัม) | ผลผลิตน้ำนมดิบ (กิโลกรัม/ตัว/วัน) |
|-------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| 2543 | 11.17 | 7.56 | 5.57 | 10.11 |
| 2544 | 11.33 | 8.00 | 5.93 | 10.13 |
| 2545 | 11.34 | 8.15 | 6.05 | 10.30 |
| 2546 | 11.38 | 8.20 | 6.16 | 10.50 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 0.62 | 2.77 | 3.43 | 1.27 |

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 3 นมโรงเรียน

| ปี | นักเรียน (คน) | โควต้า (วัน) | งบประมาณ (ล้านบาท) |
|-------------------|------------------|-----------------|-----------------------|
| 2543 | 5,905,000 | 200 | 5,981.35 |
| 2544 | 6,224,752 | 200 | 6,070.19 |
| 2545 | 5,836,286 | 230 | 6,752.35 |
| 2546 | 5,961,373 | 230 | 6,819.03 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 0.44 | 5.00 | 4.57 |

ที่มา: กรมปศุสัตว์

ตารางที่ 4 การนำเข้านมผงขาดมันเนย และนมและผลิตภัณฑ์นม

| ปี | นมผงขาดมันเนย | | นมและผลิตภัณฑ์นม | | รวม | |
|-------------------|---------------|-----------|------------------|-----------|---------|-----------|
| | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) |
| 2543 | 53,024 | 3,661.54 | 108,399 | 6,356.05 | 161,423 | 10,017.59 |
| 2544 | 58,823 | 5,824.16 | 103,296 | 7,048.97 | 162,119 | 12,873.13 |
| 2545 | 76,466 | 4,928.54 | 104,283 | 5,500.27 | 180,749 | 10,428.81 |
| 2546 | 73,631 | 5,037.51 | 111,409 | 5,555.33 | 185,041 | 10,592.85 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 12.41 | 15.30 | 1.03 | -10.07 | 4.76 | 3.70 |

ที่มา: กรมศุลกากร

ตารางที่ 5 การส่งออกนมผงขาดมันเนย และนมและผลิตภัณฑ์นม

| ปี | นมผงขาดมันเนย | | นมและผลิตภัณฑ์นม | | รวม | |
|-------------------|---------------|-----------|------------------|-----------|---------|-----------|
| | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) |
| 2543 | 25.52 | 3.73 | 43,591 | 1,440.74 | 43,617 | 1,444.47 |
| 2544 | 17.98 | 2.12 | 117,982 | 3,967.66 | 118,000 | 3,969.79 |
| 2545 | 34.14 | 2.92 | 213,983 | 5,975.65 | 214,017 | 5,978.57 |
| 2546 | 17.69 | 1.66 | 117,196 | 3,689.82 | 117,214 | 3,691.48 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 4.05 | -16.69 | 33.06 | 62.58 | 68.89 | 62.39 |

ที่มา: กรมศุลกากร

อุตสาหกรรมนมในประเทศไทย (2)

การตลาด:

- นมพร้อมดื่ม จำแนกตามประเภท
- นมยูเอชที จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย
- นมยูเอชที จำแนกตามภาค
- นมยูเอชที จำแนกตามตราสินค้า
- นมยูเอชที จำแนกตามราคาผู้บริโภค

ตารางที่ 6 นมพร้อมดื่ม จำแนกตามประเภท

| ปี | นมยูเอชที (พันลิตร) | นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม (พันลิตร) | นมพาสเจอร์ไรส์ (พันลิตร) | รวม (พันลิตร) |
|-------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------------|
| 2543 | 348,000 | 288,000 | 76,000 | 712,000 |
| 2544 | 374,000 | 306,000 | 86,000 | 766,000 |
| 2545 | 369,000 | 306,600 | 89,800 | 765,400 |
| 2546 | 386,600 | 297,000 | 97,800 | 781,400 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 3.63 | 1.11 | 8.83 | 3.20 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบล็อก

ตารางที่ 7 นมยูเอชที จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

| ปี | ซูเปอร์/ไฮเปอร์มาร์เก็ต (ล้านบาท) | ร้านสะดวกซื้อ (ล้านบาท) | ร้านค้าปลีก/ส่ง (ล้านบาท) | รวม (ล้านบาท) |
|-------------------|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------|
| 2543 | 5,104 | 966 | 6,888 | 12,956 |
| 2544 | 6,178 | 1,216 | 6,672 | 14,066 |
| 2545 | 6,238 | 1,260 | 6,548 | 14,044 |
| 2546 | 6,376 | 1,364 | 7,138 | 14,878 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 8.07 | 12.58 | 1.34 | 4.78 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบบิล็อก

ตารางที่ 8 นมยูเอชที จำแนกตามภาค

| ปี | กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (ล้านบาท) | ภาคกลาง (ล้านบาท) | ภาคเหนือ (ล้านบาท) | ภาคตอ.น. (ล้านบาท) | ภาคใต้ (ล้านบาท) | รวม (ล้านบาท) |
|-------------------|--------------------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|------------------|
| 2543 | 4,662 | 2,474 | 1,606 | 2,780 | 1,434 | 12,956 |
| 2544 | 5,298 | 2,930 | 1,826 | 2,652 | 1,360 | 14,066 |
| 2545 | 5,228 | 2,964 | 1,808 | 2,746 | 1,300 | 14,044 |
| 2546 | 5,538 | 3,112 | 1,928 | 2,912 | 1,388 | 14,878 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 6.08 | 8.19 | 6.45 | 1.66 | -0.93 | 4.78 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบล็อก

ตารางที่ 9 นมยูเอชที จำแนกตามตราสินค้า

| ปี | โฟร์โมสต์ (ล้านบาท) | ไทย-เดนมาร์ก (ล้านบาท) | หนองโพ (ล้านบาท) | รวม (ล้านบาท) |
|-------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|------------------|
| 2543 | 3,394 | 2,052 | 1,508 | 12,956 |
| 2544 | 4,372 | 2,054 | 1,656 | 14,066 |
| 2545 | 4,586 | 2,344 | 1,564 | 14,044 |
| 2546 | 3,870 | 2,796 | 1,536 | 14,878 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 6.03 | 11.17 | 0.82 | 4.78 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบล็อก

ตารางที่ 10 นมยูเอชที จำแนกตามราคาผู้บริโภค

| ปี | โฟร์โมสต์ (บาท/ลิตร) | ไทย-เดนมาร์ก (บาท/ลิตร) | หนองโพ (บาท/ลิตร) | เจลี่ (บาท/ลิตร) |
|-------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------|
| 2543 | 29.14 | 26.97 | 27.73 | 29.49 |
| 2544 | 34.05 | 35.68 | 36.12 | 34.19 |
| 2545 | 34.26 | 35.94 | 36.43 | 34.41 |
| 2546 | 34.76 | 36.08 | 36.03 | 34.58 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 6.31 | 11.14 | 10.01 | 5.69 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบล็อก

ตารางที่ 11 สถานการณ์โคนม การตลาด และข้อเสนอเพื่อแก้ไขปัญหา

| | ประเด็น | ข้อเสนอเพื่อแก้ไขปัญหา |
|---------------|--|---|
| สถานการณ์โคนม | <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลผลิตน้ำนม 2. ต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบ 3. นมโรงเรียน 4. การนำเข้านมผงขาดมันเนย 5. การส่งออกนมผงขาดมันเนย | <ol style="list-style-type: none"> 1. อุปสงค์ 2. อุปทาน 3. การสนับสนุนทางนโยบาย 4. อุปสงค์ 5. การสนับสนุนทางนโยบาย |
| การตลาด | <ol style="list-style-type: none"> 1. นมพร้อมดื่ม จำแนกตามประเภท 2. นมยูเอชที จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย 3. นมยูเอชที จำแนกตามภาค 4. นมยูเอชที จำแนกตามตราสินค้า 5. นมยูเอชที จำแนกตามราคาผู้บริโภค | <ol style="list-style-type: none"> 1. การสนับสนุนทางนโยบาย 2. การสนับสนุนทางนโยบาย 3. การสนับสนุนทางนโยบาย 4. การสนับสนุนทางนโยบาย 5. การสนับสนุนทางนโยบาย |

ข้อค้นพบของคุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน (1)

ตารางที่ 12 ผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

| ผู้ประกอบการ | ประธานกรรมการ | ผู้จัดการทั่วไป | ผู้จัดการฝ่ายผลิต | รวม |
|----------------------------------|---------------|-----------------|-------------------|-----------|
| สหกรณ์โคนม | | | | |
| ขอนแก่น | | 1 | | 1 |
| อุดรธานี* | | | 1 | 1 |
| วาริชภูมิ | | 1 | | 1 |
| ภูพาน* | | 1 | | 1 |
| วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | | | | |
| ขอนแก่น | | 1 | | 1 |
| ร้อยเอ็ด | | 1 | | 1 |
| บุรีรัมย์* | | 1 | | 1 |
| ศรีสะเกษ* | | 1 | | 1 |
| บริษัทเอกชน | | | | |
| สิทธิพร แครี่ | 1 | | | 1 |
| มอร์ มิลค์* | | | 1 | 1 |
| ไฮแลนด์ แครี่* | 1 | | | 1 |
| มหาสารคามนมสด | 1 | | | 1 |
| สารคามเกษตร* | 1 | | | 1 |
| นมอุบลราชธานี | 1 | | | 1 |
| ธวัชฟาร์ม | | | 1 | 1 |
| รวม | 5 | 7 | 3 | 15 |

ข้อค้นพบของคุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน (2)

ตารางที่ 13 การผลิตของผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ทำตลาดนมพาณิชย์ด้วย

| ผู้ประกอบการ | กำลังการผลิตสูงสุด (ถุง/วัน) | การผลิตจริง (ถุง/วัน) | ประสิทธิภาพการผลิต (%) |
|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| สหกรณ์โคนม | | | |
| อุดรธานี | 40,000 | 20,000 | 50 |
| ภูพาน | 50,000 | 20,000 | 40* |
| วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | | | |
| บุรีรัมย์ | 100,000 | 80,000 | 80 |
| ศรีสะเกษ | 50,000 | 50,000 | 100 |
| บริษัทเอกชน | | | |
| มอร์ มิลค์ | 160,000 | 50,000 | 31.25* |
| ไฮแลนด์ แครี่ | 100,000 | 45,000 | 45* |
| สารคามเกษตร | 100,000 | 80,000 | 80 |

ข้อค้นพบของคุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน (3)

ตารางที่ 14 การตลาดของผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ทำตลาดนมพาณิชย์ด้วย

| ผู้ประกอบการ | การกระจาย ธุรกิจ | ความแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์ | ช่องทางกระจาย สินค้าหน้าโรงงาน | ผู้ประกอบการ ในพื้นที่ |
|----------------------------------|---------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| สหกรณ์โคนม | | | | |
| อุดรธานี | ไม่มี | ไม่มี | มี | 1 |
| ภูพาน | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | 2 |
| วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | | | | |
| บุรีรัมย์ | ไม่มี | ไม่มี | มี | 1 |
| ศรีสะเกษ | ไม่มี | มี | มี | 1 |
| บริษัทเอกชน | | | | |
| มอร์ มิลค์ | ไม่มี | มี | ไม่มี | 1 |
| ไฮแลนด์ แครี่ | ไม่มี | ไม่มี | มี | 1 |
| สารคามเกษตร | มี | ไม่มี | ไม่มี | 2 |

ข้อค้นพบของคุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน (4)

ตารางที่ 15 การสนับสนุนทางนโยบายของผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ทำตลาดนมพาณิชย์ด้วย

| ผู้ประกอบการ | ความเป็นผู้ประกอบการ ในพื้นที่ | การจัดซื้อจัดจ้าง | การถ่ายทอด เทคโนโลยี | เงินกู้ยืม |
|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------------|------------|
| สหกรณ์โคนม | | | | |
| อุครธานี | | | มี | มี |
| ภูพาน | มี | มี | มี | |
| วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | | | | |
| บุรีรัมย์ | มี | มี | มี | |
| ศรีสะเกษ | มี | มี | มี | |
| บริษัทเอกชน | | | | |
| มอร์ มิลค์ | | | | |
| ไฮแลนด์ แครี่ | | | | |
| สารคามเกษตร | | | | |

ข้อค้นพบของคุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน (5)

ตารางที่ 16 ประโยชน์ของความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ประกอบการรายใหญ่

ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับจากผู้ประกอบการรายใหญ่

ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้รับจากผู้ประกอบการรายย่อย

1. กำจัดความต้องการลงทุนในโรงงานนมยูเอชที
2. ได้กำไรจากการรับจ้างขนส่งผลิตภัณฑ์นม
3. ได้รับประกันในการรับซื้อน้ำนมดิบ
4. ได้รับโอกาสในการถ่ายทอดเทคโนโลยี
5. ได้รับโอกาสในการเข้าถึงตลาดใหม่

1. ได้นำนมดิบเข้าโรงงานนมในปริมาณที่แน่นอน
 2. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพลอจิสติกส์
 3. ช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดจาก “ผลิตจากน้ำนมโคสดในพื้นที่”
 4. ช่วยสร้างโอกาสให้ธุรกิจรับจ้างผลิตเกิดขึ้นได้
 5. ช่วยให้เกิดความครอบคลุมในพื้นที่การตลาดที่ยังเข้าไม่ถึง
-

ข้อค้นพบของคุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน (6)

ตารางที่ 17 กลยุทธ์องค์การของผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ทำตลาดนมพาณิชย์ด้วย

| ประเด็น | ขีดความสามารถทางการแข่งขัน | | |
|--------------------|----------------------------|---|--|
| | แต้มต่อในการแข่งขัน | การปรับตัวในการแข่งขัน | |
| กลยุทธ์ องค์การ | 1. การผลิต | <ol style="list-style-type: none"> 1. ประสิทธิภาพการผลิตสูงสุด 2. ระบบมาตรฐานตามที่กำหนด 3. ขนาดธุรกิจที่เหมาะสม | <ol style="list-style-type: none"> 1. ต้นทุนการผลิตต่ำสุด 2. ระบบมาตรฐานทางเลือก 3. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ |
| | 2. การตลาด | <ol style="list-style-type: none"> 1. การกระจายธุรกิจ 2. ช่องทางกระจายสินค้าหน้าโรงงาน | <ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก 2. เน้นสมประโยชน์ระหว่างคู่แข่ง |
| | 3. การสนับสนุนทางนโยบาย | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม | <ol style="list-style-type: none"> 1. การกระจายธุรกิจ 2. ธุรกิจแบบรับจ้างผลิต 3. การใช้ช่องทางกระจายสินค้าร่วมกัน |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (1)

ตารางที่ 18 ผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลส่วนใหญ่ | % |
|--|------|
| 1. ที่ตั้งขององค์กร | |
| โซน 3 (ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) | 60.0 |
| 2. ประเภทขององค์กร | |
| สหกรณ์โคนม | 43.3 |
| 3. ระยะเวลาที่ก่อตั้งองค์กร | |
| ไม่เกิน 10 ปี | 45.0 |
| 4. ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจนมโรงเรียน | |
| 6-10 ปี | 41.7 |
| 5. สินทรัพย์ขององค์กร | |
| ไม่เกิน 50 ล้านบาท | 91.7 |
| 6. จำนวนพนักงาน | |
| ไม่เกิน 10 คน | 41.7 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (2)

ตารางที่ 18 ผู้ประกอบการนมโรงเรียนที่ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

| ข้อมูลส่วนใหญ่ | % |
|--|------|
| 7. ค่าตอบแทนพนักงานต่อปี น้อยกว่า 1 ล้านบาท | 53.3 |
| 8. ยอดจำหน่ายนมโรงเรียน มากกว่า 20 ล้านบาท | 53.3 |
| 9. ยอดจำหน่ายนมพาณิชย์ น้อยกว่า 1 ล้านบาท | 68.4 |
| 10. ยอดจำหน่ายนมรวม ลดลงมากกว่า 20% | 25.0 |
| 11. กำไรสุทธิก่อนหักภาษี ลดลงมากกว่า 20% | 26.7 |
| 12. กระแสเงินสด เพิ่มขึ้นน้อยกว่า 10 % | 26.7 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (3)

ตารางที่ 19 ภาพโดยรวมของขีดความสามารถทางการแข่งขัน

| ขีดความสามารถทางการแข่งขัน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ค่าต่ำสุด | ค่าสูงสุด | % |
|------------------------------|-----------|------|-----------|-----------|------|
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | | | |
| การผลิต | 25.2 | 3.7 | 15.0 | 30.0 | 84.0 |
| การตลาด | 21.6 | 4.4 | 13.0 | 30.0 | 72.0 |
| การสนับสนุนทางนโยบาย | 22.1 | 5.0 | 13.0 | 30.0 | 73.7 |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | |
| การผลิต | 32.2 | 8.6 | 12.0 | 50.0 | 64.4 |
| การตลาด | 28.3 | 8.7 | 12.0 | 45.0 | 56.6 |
| การสนับสนุนทางนโยบาย | 28.2 | 7.6 | 15.0 | 44.0 | 56.4 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (4)

ตารางที่ 20 คุณลักษณะโดยรวมของขีดความสามารถทางการแข่งขัน

| ขีดความสามารถทางการแข่งขัน | % |
|------------------------------|------|
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | |
| การผลิต | |
| สำคัญมาก | 56.7 |
| การตลาด | |
| สำคัญ | 45.0 |
| การสนับสนุนทางนโยบาย | |
| สำคัญ | 51.6 |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | |
| การผลิต | |
| ไม่ต่างกัน | 50.0 |
| การตลาด | |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 30.0 |
| การสนับสนุนทางนโยบาย | |
| ไม่ต่างกัน | 35.1 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (5)

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทขององค์กรและการผลิต

| การผลิต | ประเภทขององค์กร | | |
|--------------------------|-----------------|---------------------------|------------|
| | บริษัทเอกชน | วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | สหกรณ์โคนม |
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | |
| สำคัญเล็กน้อย | 9.1 | 13.0 | 15.4 |
| สำคัญ | 72.7 | 13.0 | 26.9 |
| สำคัญมาก | 18.2 | 74.0 | 57.7 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (23) | (26) |
| Chi-square = 13.299 | df = 4 | Sig. = 0.010 | CC = 0.426 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (6)

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทขององค์กรและการตลาด

| การตลาด | ประเภทขององค์กร | | |
|--------------------------|-----------------|---------------------------|------------|
| | บริษัทเอกชน | วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | สหกรณ์โคนม |
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | |
| สำคัญเล็กน้อย | 18.2 | 52.2 | 19.2 |
| สำคัญ | 81.8 | 34.8 | 38.5 |
| สำคัญมาก | 0 | 13.0 | 42.3 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (23) | (26) |
| Chi-square = 16.672 | df = 4 | Sig. = 0.002 | CC = 0.466 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (7)

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทขององค์กรและการสนับสนุนทางนโยบาย

| การสนับสนุนทางนโยบาย | ประเภทขององค์กร | | |
|--------------------------|-----------------|---------------------------|------------|
| | บริษัทเอกชน | วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี | สหกรณ์โคนม |
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | |
| สำคัญเล็กน้อย | 54.5 | 17.4 | 11.5 |
| สำคัญ | 18.2 | 69.6 | 50.0 |
| สำคัญมาก | 27.3 | 13.0 | 38.5 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (23) | (26) |
| Chi-square = 13.699 | df = 4 | Sig. = 0.008 | CC = 0.431 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (8)

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานและการผลิต

| การผลิต | จำนวนพนักงาน | | |
|------------------------------|---------------|--------------|---------------|
| | ไม่เกิน 10 คน | 11-20 คน | มากกว่า 20 คน |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | |
| เสียเปรียบมาก | 4.0 | 13.3 | 5.0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 16.0 | 40.0 | 0 |
| ไม่ต่างกัน | 76.0 | 26.7 | 35.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 4.0 | 20.0 | 10.0 |
| ได้เปรียบมาก | 0 | 0 | 50.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (25) | (15) | (20) |
| Chi-square = 37.903 | df = 8 | Sig. = 0.000 | CC = 0.622 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (9)

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานและการตลาด

| การตลาด | จำนวนพนักงาน | | |
|------------------------------|---------------|--------------|---------------|
| | ไม่เกิน 10 คน | 11-20 คน | มากกว่า 20 คน |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | |
| เสียเปรียบมาก | 28.0 | 26.7 | 5.0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 12.0 | 46.7 | 20.0 |
| ไม่ต่างกัน | 28.0 | 13.3 | 5.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 28.0 | 13.3 | 45.0 |
| ได้เปรียบมาก | 4.0 | 0 | 25.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (25) | (15) | (20) |
| Chi-square = 21.837 | df = 8 | Sig. = 0.005 | CC = 0.517 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (10)

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานและการสนับสนุนทางนโยบาย

| การสนับสนุนทางนโยบาย | จำนวนพนักงาน | | |
|------------------------------|---------------|--------------|---------------|
| | ไม่เกิน 10 คน | 11-20 คน | มากกว่า 20 คน |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | |
| เสียเปรียบมาก | 36.0 | 6.7 | 5.0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 8.0 | 33.3 | 25.0 |
| ไม่ต่างกัน | 28.0 | 46.7 | 35.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 24.0 | 13.3 | 0 |
| ได้เปรียบมาก | 4.0 | 0 | 35.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (25) | (15) | (20) |
| Chi-square = 27.101 | df = 8 | Sig. = 0.001 | CC = 0.558 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (11)

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนพนักงานต่อปีและการผลิต

| การผลิต | ค่าตอบแทนพนักงานต่อปี | | |
|------------------------------|-----------------------|--------------|-------------|
| | < 1 ล้านบาท | 1-2 ล้านบาท | > 2 ล้านบาท |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | |
| เสียเปรียบมาก | 13.4 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 20.0 | 20.0 | 0 |
| ไม่ต่างกัน | 60.0 | 40.0 | 40.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 3.3 | 25.0 | 0 |
| ได้เปรียบมาก | 3.3 | 15.0 | 60.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (30) | (20) | (10) |
| Chi-square = 28.533 | df = 8 | Sig. = 0.000 | CC = 0.568 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (12)

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนพนักงานต่อปีและการตลาด

| การตลาด | ค่าตอบแทนพนักงานต่อปี | | |
|------------------------------|-----------------------|--------------|-------------|
| | < 1 ล้านบาท | 1-2 ล้านบาท | > 2 ล้านบาท |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | |
| เสียเปรียบมาก | 36.7 | 5.0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 13.3 | 35.0 | 30.0 |
| ไม่ต่างกัน | 20.0 | 20.0 | 0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 23.3 | 30.0 | 50.0 |
| ได้เปรียบมาก | 6.7 | 10.0 | 20.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (30) | (20) | (10) |
| Chi-square = 16.171 | df = 8 | Sig. = 0.040 | CC = 0.461 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (13)

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนพนักงานต่อปีและการสนับสนุนทางนโยบาย

| การสนับสนุนทางนโยบาย | ค่าตอบแทนพนักงานต่อปี | | |
|------------------------------|-----------------------|--------------|-------------|
| | < 1 ล้านบาท | 1-2 ล้านบาท | > 2 ล้านบาท |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | |
| เสียเปรียบมาก | 30.0 | 10.0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 20.0 | 15.0 | 30.0 |
| ไม่ต่างกัน | 26.7 | 65.0 | 0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 20.0 | 10.0 | 0 |
| ได้เปรียบมาก | 3.3 | 0 | 70.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (30) | (20) | (10) |
| Chi-square = 46.306 | df = 8 | Sig. = 0.000 | CC = 0.660 |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (14)

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างยอดจำหน่ายรวมและการผลิต

| การผลิต | ยอดจำหน่ายรวม | | | | | |
|------------------------------|---------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 18.2 | 0 | 13.3 | 0 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 9.1 | 50.0 | 6.7 | 27.3 | 0 | 23.1 |
| ไม่ต่างกัน | 54.5 | 0 | 80.0 | 36.3 | 0 | 61.5 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 9.1 | 50.0 | 0 | 9.1 | 0 | 15.4 |
| ได้เปรียบมาก | 9.1 | 0 | 0 | 27.3 | 100.0 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (6) | (13) | (11) | (6) | (13) |
| Chi-square = 60.313 | df = 20 | Sig. = 0.000 | CC = 0.708 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (15)

ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างยอดจำหน่ายรวมและการตลาด

| การตลาด | ยอดจำหน่ายรวม | | | | | |
|------------------------------|---------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 18.2 | 50.0 | 46.7 | 0 | 0 | 7.7 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 36.3 | 25.0 | 0 | 54.5 | 0 | 23.1 |
| ไม่ต่างกัน | 9.1 | 0 | 46.7 | 9.1 | 0 | 7.7 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 18.2 | 25.0 | 6.6 | 36.4 | 50.0 | 53.8 |
| ได้เปรียบมาก | 18.2 | 0 | 0 | 0 | 50.0 | 7.7 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (6) | (13) | (11) | (6) | (13) |
| Chi-square = 53.073 | df = 20 | Sig. = 0.000 | CC = 0.685 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (16)

ตารางที่ 32 ความสัมพันธ์ระหว่างยอดจำหน่ายรวมและการสนับสนุนทางนโยบาย

| การสนับสนุนทางนโยบาย | ยอดจำหน่ายรวม | | | | | |
|------------------------------|---------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 9.1 | 25.0 | 46.7 | 9.1 | 0 | 7.7 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 54.5 | 25.0 | 13.3 | 9.1 | 16.7 | 7.7 |
| ไม่ต่างกัน | 9.1 | 25.0 | 33.3 | 45.4 | 33.3 | 53.8 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 18.2 | 25.0 | 6.7 | 0 | 0 | 30.8 |
| ได้เปรียบมาก | 9.1 | 0 | 0 | 36.4 | 50.0 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (6) | (13) | (11) | (6) | (13) |
| Chi-square = 43.290 | df = 20 | Sig. = 0.002 | CC = 0.647 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (17)

ตารางที่ 33 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิก่อนหักภาษีและการผลิต

| การผลิต | กำไรสุทธิก่อนหักภาษี | | | | | |
|------------------------------|----------------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 18.2 | 18.2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 9.1 | 27.2 | 6.3 | 30.8 | 0 | 20.0 |
| ไม่ต่างกัน | 18.2 | 45.5 | 81.2 | 46.1 | 25.0 | 60.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 18.2 | 9.1 | 12.5 | 0 | 0 | 20.0 |
| ได้เปรียบมาก | 36.3 | 0 | 0 | 23.1 | 75.0 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (11) | (16) | (11) | (6) | (5) |
| Chi-square = 36.786 | df = 20 | Sig. = 0.012 | CC = 0.617 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (18)

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิก่อนหักภาษีและการตลาด

| การตลาด | กำไรสุทธิก่อนหักภาษี | | | | | |
|------------------------------|----------------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 18.2 | 36.3 | 31.3 | 7.7 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 18.2 | 0 | 31.3 | 23.1 | 0 | 80.0 |
| ไม่ต่างกัน | 9.0 | 45.5 | 12.3 | 0 | 25.0 | 20.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 27.3 | 18.2 | 18.8 | 61.5 | 50.0 | 0 |
| ได้เปรียบมาก | 27.3 | 0 | 6.3 | 7.7 | 25.0 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (11) | (16) | (11) | (6) | (5) |
| Chi-square = 38.240 | df = 20 | Sig. = 0.008 | CC = 0.624 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (19)

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิก่อนหักภาษีและการสนับสนุนทางนโยบาย

| การสนับสนุนทางนโยบาย | กำไรสุทธิก่อนหักภาษี | | | | | |
|------------------------------|----------------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 9.0 | 54.5 | 18.8 | 7.7 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 36.4 | 27.3 | 18.8 | 7.7 | 0 | 20.0 |
| ไม่ต่างกัน | 36.4 | 0 | 56.1 | 23.0 | 25.0 | 80.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 18.2 | 18.2 | 0 | 30.8 | 0 | 0 |
| ได้เปรียบมาก | 0 | 0 | 6.3 | 30.8 | 75.0 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (11) | (11) | (16) | (11) | (6) | (5) |
| Chi-square = 49.111 | df = 20 | Sig. = 0.000 | CC = 0.671 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (20)

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและการผลิต

| การผลิต | กระแสเงินสด | | | | | |
|-------------------------------------|-------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | | | | |
| สำคัญเล็กน้อย | 40.0 | 9.0 | 27.3 | 0 | 0 | 0 |
| สำคัญ | 10.0 | 45.5 | 63.6 | 25.0 | 12.5 | 0 |
| สำคัญมาก | 50.0 | 45.5 | 9.1 | 75.0 | 87.5 | 100.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (10) | (11) | (11) | (14) | (8) | (6) |
| Chi-square = 27.659 | df = 10 | Sig. = 0.002 | CC = 0.562 | | | |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 20.0 | 18.2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 10.0 | 27.3 | 0 | 37.5 | 0 | 0 |
| ไม่ต่างกัน | 20.0 | 36.3 | 100.0 | 18.7 | 100.0 | 50.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 10.0 | 18.2 | 0 | 6.3 | 0 | 50.0 |
| ได้เปรียบมาก | 40.0 | 0 | 0 | 37.5 | 0 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (10) | (11) | (11) | (14) | (8) | (6) |
| Chi-square = 53.659 | df = 20 | Sig. = 0.000 | CC = 0.687 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (21)

ตารางที่ 37 ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและการตลาด

| การตลาด | กระแสเงินสด | | | | | |
|-------------------------------------|-------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | | | | |
| สำคัญเล็กน้อย | 40.0 | 63.6 | 18.2 | 31.3 | 12.5 | 0 |
| สำคัญ | 20.0 | 27.3 | 72.7 | 43.7 | 75.0 | 25.0 |
| สำคัญมาก | 40.0 | 9.1 | 9.1 | 25.0 | 12.5 | 75.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (10) | (11) | (11) | (14) | (8) | (6) |
| Chi-square = 20.695 | df = 10 | Sig. = 0.023 | CC = 0.506 | | | |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 20.0 | 72.7 | 0 | 6.3 | 12.5 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 10.0 | 9.1 | 27.3 | 50.0 | 0 | 25.0 |
| ไม่ต่างกัน | 10.0 | 0 | 63.6 | 6.3 | 12.5 | 0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 30.0 | 18.2 | 0 | 31.1 | 62.5 | 75.0 |
| ได้เปรียบมาก | 30.0 | 0 | 9.1 | 6.3 | 12.5 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (10) | (11) | (11) | (14) | (8) | (6) |
| Chi-square = 62.141 | df = 20 | Sig. = 0.000 | CC = 0.713 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (22)

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและการสนับสนุนทางนโยบาย

| การสนับสนุนทางนโยบาย | กระแสเงินสด | | | | | |
|-------------------------------------|-------------|--------------|------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | ลดลง < 10% | ลดลง 10-20% | ลดลง > 20% | เพิ่มขึ้น < 10% | เพิ่มขึ้น 10-20% | เพิ่มขึ้น > 20% |
| 1. ความสำคัญในการแข่งขัน | | | | | | |
| สำคัญเล็กน้อย | 50.0 | 18.2 | 45.5 | 6.3 | 0 | 0 |
| สำคัญ | 40.0 | 54.5 | 45.5 | 50.0 | 87.5 | 25.0 |
| สำคัญมาก | 10.0 | 27.3 | 9.0 | 43.7 | 12.5 | 75.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (10) | (11) | (11) | (14) | (8) | (6) |
| Chi-square = 22.080 | df = 10 | Sig. = 0.015 | CC = 0.519 | | | |
| 2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน | | | | | | |
| เสียเปรียบมาก | 10.0 | 9.0 | 63.7 | 12.5 | 0 | 0 |
| เสียเปรียบเล็กน้อย | 40.0 | 27.3 | 27.3 | 12.5 | 0 | 0 |
| ไม่ต่างกัน | 30.0 | 45.5 | 0 | 37.5 | 37.5 | 100.0 |
| ได้เปรียบเล็กน้อย | 20.0 | 18.2 | 0 | 0 | 50.0 | 0 |
| ได้เปรียบมาก | 0 | 0 | 9.0 | 37.5 | 12.5 | 0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | (10) | (11) | (11) | (14) | (8) | (6) |
| Chi-square = 53.492 | df = 20 | Sig. = 0.000 | CC = 0.687 | | | |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (23)

ตารางที่ 39 สัมประสิทธิ์การถดถอย (b) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน

| ปัจจัย | ตัวแบบที่ 1 | ตัวแบบที่ 2 | ตัวแบบที่ 3 |
|--|----------------|-------------|---------------|
| 1. ที่ตั้งขององค์กร (1): โชน 1 (เหนือ) | 8.031 | 9.420 | 17.451 |
| : โชน 3 (กลาง-ตะวันออก -ตอ.น.) | 3.544 | 5.157 | 8.701 |
| 2. ประเภทขององค์กร (2): บริษัทเอกชน | 0.288 | -6.255 | -5.966 |
| : สหกรณ์โคนม | -2.720 | -14.659 | -17.379 |
| 3. ระยะเวลาที่ก่อตั้งองค์กร | -0.445 | -0.661 | -1.106 |
| 4. ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจนมโรงเรียน | 1.132 | 3.061 | 4.194 |
| 5. สินทรัพย์ขององค์กร | -0.00579 | 0.236 | 0.178 |
| 6. จำนวนพนักงาน | 1.165 | 1.258 | 2.423 |
| 7. ค่าตอบแทนพนักงานต่อปี | 0.994 | 3.437 | 4.431 |
| 8. ยอดจำหน่ายนมโรงเรียน | -0.274 | -0.338 | -0.613 |
| 9. ยอดจำหน่ายนมพาณิชย์ | -0.504 | 0.004485 | -0.459 |
| 10. ยอดจำหน่ายนมรวม | -0.009334 | 0.002497 | 0.001563 |
| 11. กำไรสุทธิก่อนหักภาษี | -6.238 | 2.859 | -3.379 |
| 12. กระแสเงินสด | 0.169** | 0.168 | 0.336* |

ข้อค้นพบของปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน (24)

ตารางที่ 39 สัมประสิทธิ์การถดถอย (b) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (ต่อ)

| ปัจจัย | ตัวแบบที่ 1 | ตัวแบบที่ 2 | ตัวแบบที่ 3 |
|------------|-------------|-------------|--------------|
| Constant | 64.905 | 51.909 | 116.814 |
| Multiple R | 0.761 | 0.680 | 0.758 |
| R square | 0.579 | 0.462 | 0.575 |
| F | 4.426 | 2.759 | 4.348 |
| Sig. of F | 0.000 | 0.005 | 0.000 |

หมายเหตุ: * และ ** = นัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และ ($p < 0.01$) ตามลำดับ

(1) กลุ่มอ้างอิง = โชน 2 (ตะวันตก และใต้)

(2) กลุ่มอ้างอิง = วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี

ตัวแบบที่ 1 = ตัวแปรอิสระ คือ ความสำคัญในการแข่งขัน

ตัวแบบที่ 2 = ตัวแปรอิสระ คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแบบที่ 3 = ตัวแปรอิสระ คือ ขีดความสามารถทางการแข่งขัน

การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (1)

ตารางที่ 40 กลยุทธ์องค์การในปัจจุบัน

| ประเด็น | ขีดความสามารถทางการแข่งขัน | | |
|--------------------|----------------------------|---|---|
| | แต้มต่อในการแข่งขัน | การปรับตัวในการแข่งขัน | |
| กลยุทธ์ องค์การ | 1. การผลิต | <ol style="list-style-type: none"> 1. ประสิทธิภาพการผลิตสูงสุด 2. ระบบมาตรฐานตามที่กำหนด 3. ขนาดธุรกิจที่เหมาะสม | <ol style="list-style-type: none"> 1. ต้นทุนการผลิตต่ำสุด 2. ระบบมาตรฐานทางเลือก 3. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ |
| | 2. การตลาด | <ol style="list-style-type: none"> 1. การกระจายธุรกิจ 2. ช่องทางกระจายสินค้าหน้าโรงงาน | <ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก 2. เน้นสมประโยชน์ระหว่างคู่แข่ง |
| | 3. การสนับสนุนทางนโยบาย | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม | <ol style="list-style-type: none"> 1. การกระจายธุรกิจ 2. ธุรกิจแบบปรับข้างผลิต 3. การใช้ช่องทางกระจายสินค้าร่วมกัน |

การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (2)

ตารางที่ 41 สุนธิกลยุทธ์องค์การในปัจจุบัน และข้อเสนอสำหรับกลยุทธ์ในอนาคต

สุนธิกลยุทธ์องค์การในปัจจุบัน

1. การผลิต

ประสิทธิภาพการผลิตสูงสุด
ระบบมาตรฐานตามที่กำหนด
ขนาดธุรกิจที่เหมาะสม
ต้นทุนการผลิตต่ำสุด
ระบบมาตรฐานทางเลือก
ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

2. การตลาด

การกระจายธุรกิจ
ช่องทางกระจายสินค้าหน้าโรงงาน
เน้นคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก
เน้นสมประโยชน์ระหว่างคู่แข่ง

3. การสนับสนุนทางนโยบาย

ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
ธุรกิจแบบรับจ้างผลิต
การใช้ช่องทางกระจายสินค้าร่วมกัน

ข้อเสนอสำหรับกลยุทธ์ในอนาคต

การผลิตตามคำสั่งซื้อ

การกำหนดระบบมาตรฐานทางเลือก
เน้นตราสินค้า

การเสริมแรงทางธุรกิจ

การตลาดแบบเน้นประสบการณ์

การต่อยอดทางธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน

กระแสเงินสด

การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน (3)

ตัวแบบ CTFS (Cash flow-Today-Future-Strategy)

กลยุทธ์องค์การในปัจจุบัน

1. การผลิต
ประสิทธิภาพการผลิตสูงสุด
ต้นทุนการผลิตต่ำสุด
ระบบมาตรฐานตามที่กำหนด
ขนาดธุรกิจที่เหมาะสม
ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
2. การตลาด
การกระจายธุรกิจ
เน้นคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก
ช่องทางกระจายสินค้าหน้าโรงงาน
เน้นสมประโยชน์ระหว่างคู่แข่ง
3. การสนับสนุนทางนโยบาย
ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
ธุรกิจแบบรับจ้างผลิต
การใช้ช่องทางกระจายสินค้านำร่วมกัน

ข้อเสนอสำหรับกลยุทธ์ในอนาคต

1. การผลิต
การผลิตตามคำสั่งซื้อ
การกำหนดระบบมาตรฐานทางเลือก
เน้นตราสินค้า
2. การตลาด
การเสริมแรงทางธุรกิจ
3. การสนับสนุนทางนโยบาย
การตลาดแบบเน้นประสบการณ์
การต่อยอดทางธุรกิจ

กระแสเงินสด

สรุปและวิจารณ์ (1)

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
 - 1.1 เป็นผู้ประกอบการนรรายใหม่ มีระยะเวลาก่อตั้งองค์กรไม่เกิน 10 ปี
 - 1.2 เป็นผู้ประกอบการนรรายย่อย มีสินทรัพย์ขององค์กรไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - 1.3 มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน
 - 1.4 มีค่าตอบแทนพนักงานต่อปีน้อยกว่า 1 ล้านบาท
 - 1.5 มียอดขายนำขนรวม และกำไรสุทธิก่อนหักภาษีลดลงมากกว่า 20%
 - 1.6 มีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 10%
 - 1.7 พิจารณาว่าการผลิตเป็นขีดความสามารถทางการแข่งขันที่สำคัญที่สุด
 - 1.8 แม้จะเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจนมโรงเรียน แต่ก็มีบางรายที่ทำตลาดนมพาณิชย์ด้วย

สรุปและวิจารณ์ (2)

2. คุณลักษณะของขีดความสามารถทางการแข่งขัน ได้แก่ การผลิต การตลาด และ การสนับสนุนทางนโยบาย ซึ่งค่อนข้างครอบคลุมกว่า March-Chorda, Gunasekaran และ Lloria-Aramburo (2002) ที่อธิบายถึงประเด็นดังกล่าวนี้ เพียงในลักษณะของ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

สรุปและวิจารณ์ (3)

3. การผลิต ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพการผลิตสูงสุด (2) ต้นทุนการผลิตต่ำสุด (3) ระบบมาตรฐานตามที่กำหนด (4) ขนาดธุรกิจที่เหมาะสม และ (5) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
พิจารณาว่าเป็นกลยุทธ์องค์การในปัจจุบัน ขณะที่ (1) การผลิตตามคำสั่งซื้อ (2) การกำหนดระบบมาตรฐานทางเลือก และ (3) การเน้นตราสินค้า พิจารณาว่าเป็นข้อเสนอสำหรับกลยุทธ์ในอนาคต

สรุปและวิจารณ์ (4)

การตลาด ได้แก่ (1) การกระจายธุรกิจ (2) การเน้นคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก (3) ช่องทางกระจายสินค้าหน้าโรงงาน และ (4) การเน้นสมประโยชน์ระหว่างคู่แข่งชั้น
พิจารณาว่าเป็นกลยุทธ์องค์การในปัจจุบัน ขณะที่การเสริมแรงทางธุรกิจพิจารณาว่าเป็น
ข้อเสนอสำหรับกลยุทธ์ในอนาคต

สรุปและวิจารณ์ (5)

การสนับสนุนทางนโยบาย ได้แก่ (1) ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (2) ธุรกิจแบบ
รับจ้างผลิต และ (3) การใช้ช่องทางกระจายสินค้าร่วมกัน พิจารณาว่าเป็นกลยุทธ์องค์การ
ในปัจจุบัน ขณะที่ (1) การตลาดแบบเน้นประสบการณ์ และ (2) การต่อยอดทางธุรกิจ
พิจารณาว่าเป็นข้อเสนอสำหรับกลยุทธ์ในอนาคต

สรุปและวิจารณ์ (6)

4. กระแสเงินสดมีอิทธิพลทางบวกต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน แตกต่างจาก Mendonca, Pereira และ Godinho (2004) ที่อ้างว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งโดยข้อเท็จจริงแล้ว นวัตกรรมเป็นประเด็นที่ค่อนข้างเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

สรุปและวิจารณ์ (7)

5. ตัวแบบ Cash flow-Today-Future-Strategy ออกแบบเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีกระแสเงินสดเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ แตกต่างจาก McCarthy และคณะ (2005), Asheim และ Coenen (2005) และ Menrad (2004) ที่ชี้ว่า ความรู้เป็นพื้นฐานที่สุดในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม คูเหมื่อนว่า กระแสเงินสดยังคงเป็นสิ่งสำคัญในลำดับแรกๆ สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

โดยสรุป กระแสเงินสดจึงเป็นทั้งความสำคัญหรือแต้มต่อในการแข่งขัน และ ความได้เปรียบหรือการปรับตัวในการแข่งขัน เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว นั่นเอง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น องค์การส่งเสริมกิจการ
โคนมแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการนม ที่สนับสนุนทุน ทรัพยากร
และข้อมูล ในการศึกษาวิจัยเป็นอย่างดียิ่ง

ตารางที่ 1 ผลผลิตน้ำนม

| ปี | โคนม (ตัว) | ผลผลิตน้ำนม (ตัน) | | การบริโภคนมพร้อมดื่ม (กิโลกรัม/คน) |
|-------------------|---------------|----------------------|-------------|---------------------------------------|
| | | นมดิบ | นมพร้อมดื่ม | |
| 2543 | 361,632 | 520,115 | 580,000 | 9.17 |
| 2544 | 373,567 | 587,700 | 610,000 | 9.57 |
| 2545 | 388,645 | 660,297 | 660,500 | 10.19 |
| 2546* | 441,487 | 731,923 | 683,600 | 10.46 |
| 2547 | 492,856 | 842,610 | 773,582 | 12.03 |
| 2548 | 536,620 | 916,146 | 809,760 | 12.63 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 8.29 | 12.01 | 6.96 | 6.70 |

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

*กรมปศุสัตว์

ตารางที่ 2 ต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบ

| ปี | ราคาซื้อ (บาท/กิโลกรัม) | ต้นทุนการผลิต (บาท/กิโลกรัม) | ราคาอาหารชั้น (บาท/กิโลกรัม) | ผลผลิตน้ำนมดิบ (กิโลกรัม/ตัว/วัน) |
|-------------------|----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| 2543 | 11.12 | 7.56 | 5.57 | 10.11 |
| 2544 | 11.33 | 8.00 | 5.93 | 10.13 |
| 2545 | 11.34 | 8.15 | 6.05 | 10.30 |
| 2546 | 11.35 | 8.20 | 6.16 | 10.50 |
| 2547 | 11.38 | 8.51 | 6.67 | 11.38 |
| 2548 | 11.40 | 8.60 | 6.70 | 11.50 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 0.40 | 2.42 | 3.77 | 2.94 |

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 3 นมโรงเรียน

| ปี | นักเรียน (คน) | โควต้า (วัน) | งบประมาณ (ล้านบาท) |
|-------------------|------------------|-----------------|-----------------------|
| 2543 | 5,905,000 | 200 | 5,981.35 |
| 2544 | 6,224,752 | 200 | 6,070.19 |
| 2545 | 5,836,286 | 230 | 6,752.35 |
| 2546 | 5,961,373 | 230 | 6,819.03 |
| 2547 | 5,991,197 | 230 | 6,852.55 |
| 2548 | 6,093,926 | 230 | 7,008.01 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 0.70 | 3.00 | 3.30 |

ที่มา: กรมปศุสัตว์

ตารางที่ 4 การนำเข้านมผงขาดมันเนย และนมและผลิตภัณฑ์นม

| ปี | นมผงขาดมันเนย | | นมและผลิตภัณฑ์นม | | รวม | |
|-------------------|---------------|-----------|------------------|-----------|---------|-----------|
| | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) |
| 2543 | 53,024 | 3,661.54 | 108,399 | 6,356.05 | 161,423 | 10,017.59 |
| 2544 | 58,823 | 5,824.16 | 103,296 | 7,048.97 | 162,119 | 12,873.13 |
| 2545 | 76,466 | 4,928.54 | 104,283 | 5,500.27 | 180,749 | 10,428.81 |
| 2546 | 73,631 | 5,037.51 | 111,409 | 5,555.33 | 185,041 | 10,592.85 |
| 2547 | | | | | | |
| 2548 | | | | | | |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 12.41 | 15.30 | 1.03 | -10.07 | 4.76 | 3.70 |

ที่มา: กรมศุลกากร

ตารางที่ 5 การส่งออกนมผงขาดมันเนย และนมและผลิตภัณฑ์นม

| ปี | นมผงขาดมันเนย | | นมและผลิตภัณฑ์นม | | รวม | |
|-------------------|---------------|-----------|------------------|-----------|---------|-----------|
| | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) | (ตัน) | (ล้านบาท) |
| 2543 | 25.52 | 3.73 | 43,591 | 1,440.74 | 43,617 | 1,444.47 |
| 2544 | 17.98 | 2.12 | 117,982 | 3,967.66 | 118,000 | 3,969.79 |
| 2545 | 34.14 | 2.92 | 213,983 | 5,975.65 | 214,017 | 5,978.57 |
| 2546 | 17.69 | 1.66 | 117,196 | 3,689.82 | 117,214 | 3,691.48 |
| 2547 | | | | | | |
| 2548 | | | | | | |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 4.05 | -16.69 | 33.06 | 62.58 | 68.89 | 62.39 |

ที่มา: กรมศุลกากร

ตารางที่ 6 นมพร้อมดื่ม จำแนกตามประเภท

| ปี | นมยูเอชที (พันลิตร) | นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม (พันลิตร) | นมพาสเจอร์ไรส์ (พันลิตร) | รวม (พันลิตร) |
|-------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------------|
| 2543 | 348,000 | 288,000 | 76,000 | 712,000 |
| 2544 | 374,000 | 306,000 | 86,000 | 766,000 |
| 2545 | 369,000 | 306,600 | 89,800 | 765,400 |
| 2546 | 386,600 | 297,000 | 97,800 | 781,400 |
| 2547 | 319,000 | 298,400 | 109,800 | 727,200 |
| 2548 | 351,000 | 322,600 | 119,400 | 793,000 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 0.69 | 2.38 | 7.07 | 2.34 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบล็อก

ตารางที่ 7 นมยูเอชที จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

| ปี | ซูเปอร์/ไฮเปอร์มาร์เก็ต (ล้านบาท) | ร้านสะดวกซื้อ (ล้านบาท) | ร้านค้าปลีก/ส่ง (ล้านบาท) | รวม (ล้านบาท) |
|-------------------|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------|
| 2543 | 5,104 | 966 | 6,888 | 12,956 |
| 2544 | 6,178 | 1,216 | 6,672 | 14,066 |
| 2545 | 6,238 | 1,260 | 6,548 | 14,044 |
| 2546 | 6,376 | 1,364 | 7,138 | 14,878 |
| 2547 | 6,492 | 1,490 | 7,424 | 15,406 |
| 2548 | 7,294 | 1,820 | 8,756 | 17,870 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 7.68 | 12.58 | 5.19 | 6.78 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิเบิล็อก

ตารางที่ 8 นมยูเอชที จำแนกตามภาค

| ปี | กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (ล้านบาท) | ภาคกลาง (ล้านบาท) | ภาคเหนือ (ล้านบาท) | ภาคต.น. (ล้านบาท) | ภาคใต้ (ล้านบาท) | รวม (ล้านบาท) |
|-------------------|--------------------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|------------------|
| 2543 | 4,662 | 2,474 | 1,606 | 2,780 | 1,434 | 12,956 |
| 2544 | 5,298 | 2,930 | 1,826 | 2,652 | 1,360 | 14,066 |
| 2545 | 5,228 | 2,964 | 1,808 | 2,746 | 1,300 | 14,044 |
| 2546 | 5,538 | 3,112 | 1,928 | 2,912 | 1,388 | 14,878 |
| 2547 | 5,834 | 3,120 | 1,988 | 2,902 | 1,562 | 15,406 |
| 2548 | 6,768 | 3,724 | 2,300 | 3,232 | 1,846 | 17,870 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 7.92 | 8.84 | 7.63 | 3.20 | 5.58 | 6.78 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิล็อก

ตารางที่ 9 นมยูเอชที จำแนกตามตราสินค้า

| ปี | โฟร์โมสต์ (ล้านบาท) | ไทย-เดนมาร์ก (ล้านบาท) | หนองโพ (ล้านบาท) | รวม (ล้านบาท) |
|-------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|------------------|
| 2543 | 3,394 | 2,052 | 1,508 | 12,956 |
| 2544 | 4,372 | 2,054 | 1,656 | 14,066 |
| 2545 | 4,586 | 2,344 | 1,564 | 14,044 |
| 2546 | 3,870 | 2,796 | 1,536 | 14,878 |
| 2547 | 5,238 | 3,697 | 1,695 | 15,406 |
| 2548 | 6,256 | 4,468 | 1,966 | 17,870 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 14.58 | 17.31 | 5.76 | 6.78 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบล็อก

ตารางที่ 10 นมยูเอชที จำแนกตามราคาผู้บริโภค

| ปี | โฟร์โมสต์ (บาท/ลิตร) | ไทย-เดนมาร์ก (บาท/ลิตร) | หนองโพ (บาท/ลิตร) | เจดีย์ (บาท/ลิตร) |
|-------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
| 2543 | 29.14 | 26.97 | 27.73 | 29.49 |
| 2544 | 34.05 | 35.68 | 36.12 | 34.19 |
| 2545 | 34.26 | 35.94 | 36.43 | 34.41 |
| 2546 | 34.76 | 36.08 | 36.03 | 34.58 |
| 2547 | 35.01 | 36.28 | 36.58 | 34.38 |
| 2548 | 35.42 | 36.47 | 37.00 | 35.70 |
| อัตราการเพิ่ม (%) | 4.27 | 6.90 | 9.38 | 4.07 |

ที่มา: เอสไอจี คอมบิบิล็อก