

เรียน

อาจารย์ ดร.ดำรง สีนานุรักษ์

คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี

ISSN : 1513-1831

วารสาร

แม่โจ้ปริทัศน์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2555

• แนวคิดและทิศทาง
การพัฒนามหาวิทยาลัยแม่โจ้

• ขอแสดงความยินดีกับ บัณฑิตกิตติมศักดิ์, ดุษฎีบัณฑิต, มหาบัณฑิต และบัณฑิตใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่าน

www.mju.ac.th



อุตสาหกรรมนมไทย

ก้าวไกลสู่

ประชาคมอาเซียน



ดร.ดำรง สันนุรักษ์

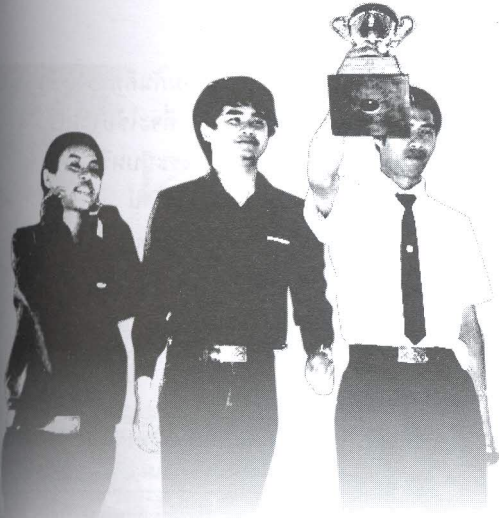
อาจารย์ที่ปรึกษา, คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยแม่โจ้,
วรสันดา ตะระ

วิทยา อิชยาวณิชย์

ทอมศักดิ์ พวงโพพันธ์

อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2510 โดยปัจจุบันมีสมาชิก 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไนดารุสซาลาม กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ประชาคมอาเซียนประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ ประชาคมความมั่นคงอาเซียน ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีกฎบัตรอาเซียนเป็นกรอบหรือพื้นฐานทางกฎหมายรองรับ ในส่วนของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community; AEC) จะเป็นเสาหลักในการขับเคลื่อนให้เกิดการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน ซึ่งภายในปี 2558 ผู้นำอาเซียนได้ประกาศเจตนารมณ์เกี่ยวกับการเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Single Production Base) ซึ่งจะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี ในภูมิภาค ทั้งนี้ที่ผ่านมาได้มีการร่วมมือกันจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ Asian Free Trade Area (AFTA) นำร่องประสบความสำเร็จมาตั้งแต่ปี 2535





ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558 นี้ ได้มีคำถามกันว่า ภาคการผลิตต่างๆ ของเรามีความพร้อม หรือได้เตรียมปรับตัวให้เกิดความพร้อมแค่ไหน ซึ่งจะพบว่าเราแทบไม่ได้มีการเตรียมพร้อมเลยในหลายๆ ภาคการผลิต เช่น ภาคการเกษตรส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้น การศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรในแต่ละชนิดของไทยเปรียบเทียบกับประเทศในอาเซียนจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อการรู้เข้ารู้เรา

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนมไทย ทั้งระบบในกลุ่มประเทศอาเซียน

ในปี 2551 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ได้ทำการวิจัยเรื่องการสังเคราะห์โอกาสการทำธุรกิจโคนมและความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งประกอบด้วยประเทศพม่า ลาว เวียดนาม และกัมพูชา โดยผลการศึกษาศาสามารถสรุปได้ดังนี้

ก. ด้านการผลิตพบว่า ประเทศไทยมีความเป็นต่อในด้านการพัฒนาระบบฟาร์มโคนม การจัดการฟาร์มขนาดกลางและใหญ่ และการพัฒนาพันธุ์โคนมเมื่อเทียบกับทุกประเทศ โดยเวียดนามรองลงมา แต่ถือได้ว่า ยังตามหลังเราอยู่สิบกว่าปีและมีปริมาณนมดิบที่ผลิตได้ประมาณ 20% ของการผลิตของไทย ส่วนพม่ามีประชากรโคนมมาก แต่เกือบทั้งหมดเป็นพันธุ์พื้นเมืองที่ให้นมต่ำ ระบบการเลี้ยงตามหลังเราอย่างน้อย 30 ปี ขาดแคลนทั้งพันธุกรรม และปัจจัยการผลิตทุกด้าน ในขณะที่กัมพูชาและลาว ถือได้ว่า ยังไม่มีการพัฒนาในเรื่องการเลี้ยงโคนมในปัจจุบัน

ข. การรวบรวมนํ้านมดิบของไทยมีประสิทธิภาพและก้าวหน้าที่สุด มีการรักษาคุณภาพโดยลดอุณหภูมินมให้เย็นลงที่ศูนย์ฯ และขนส่งโดยรถขนนมเย็น เพื่อนำส่งโรงงานแปรรูป มีระบบการตรวจสอบคุณภาพนํ้านมดิบที่ได้มาตรฐาน

ค. อุตสาหกรรมแปรรูปนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย มีจำนวนและความก้าวหน้าสูงสุด และมีผลิตภัณฑ์นมจำหน่ายที่หลากหลาย มีความพร้อมด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนมากกว่าเวียดนาม และพม่า โดยที่กัมพูชาและลาว ถือได้ว่า ยังไม่มีการผลิตนมเป็นการค้าเลย

ประเทศมาเลเซียซึ่งมีชายแดนติดกับไทย ในช่วงที่ผ่านมาได้เร่งพัฒนาขยายการเลี้ยงโคนมโดยการนำเข้าโคนมจากออสเตรเลีย และประเทศไทยส่วนหนึ่ง แต่ยังไม่ค่อยประสบความสำเร็จ ส่วนประเทศที่ไกลออกไป เช่น อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ก็ยังมีขีดจำกัดในการพัฒนา และทุกประเทศยังผลิตนมดิบได้ต่ำกว่าความต้องการของตลาดนมพร้อมดื่มมาก

ศักยภาพของอุตสาหกรรมนมไทยสู่ประชาคมอาเซียน

อุตสาหกรรมนมไทยตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีการพัฒนาที่ดีที่สุดประชาคมอาเซียน ประเทศไทยผลิตนํ้านมดิบได้ประมาณ 2,800 ตันต่อวัน สูงกว่าประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน ในแง่ของพันธุกรรมของประชากรโคนมไทย พบว่าได้ผ่านการพัฒนามาอย่างยาวนานและต่อเนื่อง นับได้ว่าเรามีประชากรโคนมที่มากและดีกว่าทุกประเทศในอาเซียน ในช่วงสิบปีที่ผ่านมาไทยเราได้ส่งออกโคนมไปประเทศเวียดนาม และมาเลเซียจำนวนหนึ่ง แต่ไม่ต่อเนื่องด้วยขาดการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดเชิงรุก ในส่วนของนํ้าเชื้อแช่แข็งจากพ่อพันธุ์ที่ผ่านการทดสอบพันธุกรรมที่ผลิตโดยกรมปศุสัตว์ และ อ.ส.ค. ถือได้ว่ามีศักยภาพการทำตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนสูงมาก เพียงแต่ที่ผ่านมาเรายังขาดกลไกทางการตลาดมาดำเนินการ

ในพัฒนาการของอุตสาหกรรมนมไทย เราได้สั่งสมประสบการณ์และ 노하우 ในทุกภาคส่วนของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การเลี้ยงและจัดการฟาร์ม การรวบรวมและแปรรูปนํ้านม มีโรงงานแปรรูปทั้งขนาดใหญ่ กลาง และเล็กที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอยู่ 75 โรง มีกำลังผลิตรวมประมาณ 2,800 ตันต่อวัน มีศักยภาพการผลิตที่สามารถส่งออกได้ เพียงแต่ที่ผ่านมายังไม่ได้มีการเตรียมการและรวมตัวกันทำการตลาดในเชิงรุก

เรามีภาคเอกชนที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนมอย่างครบวงจร และมีบริษัทที่ขายและติดตั้งระบบรวบรวมนํ้านมดิบ ขนส่งนํ้านมดิบ อุปกรณ์แปรรูปและบรรจุนมที่มีประสิทธิภาพและมีชื่อเสียง แต่เช่นกันในภาคธุรกิจเอกชนเหล่านี้ ยังไม่มีการรวมตัวกัน หรือยังขาดกำลังในการไปเปิดตลาดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

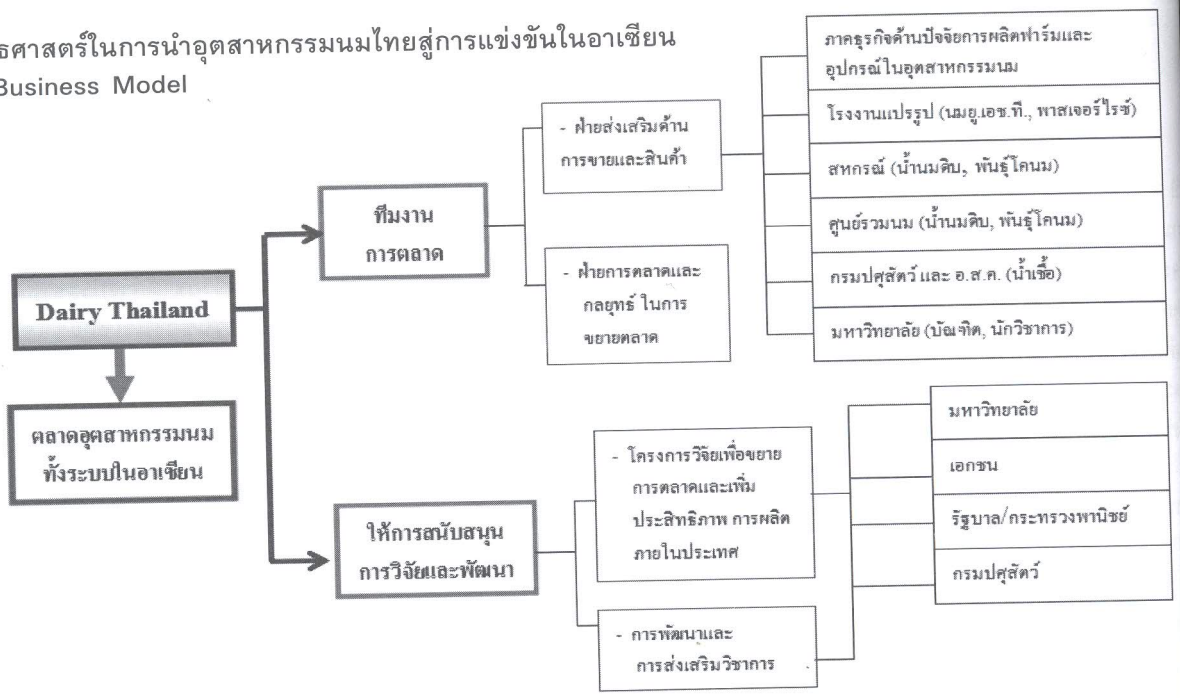
อุตสาหกรรมนมไทยจะก้าวไกลสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างไร?

จะเห็นได้ว่าที่ผ่านมาถึงแม้ว่าเราวิเคราะห์ได้ว่า เราเป็นต่อเขาหรือเรามีศักยภาพสูงกว่าทุกประเทศในอาเซียน ในการไปทำตลาดตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมโคนมและนมโค แต่เราไม่ได้มีการจัดเตรียม วางรูปแบบกลไกที่จะทำงานนี้เลย ถ้าเราทิ้งโอกาสในการวางระบบไว้รองรับภายในปี 2558 เมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ เราจะพบว่า ตลาดเหล่านี้ในอาเซียนจะถูกขุมทิ้ง โดยประเทศที่แข็งแกร่งกว่าเราทางด้านเทคโนโลยี เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอเมริกา เป็นต้น หรือโดยประเทศใกล้ๆ ที่ผลิตสินค้าได้ถูกกว่าเรา เช่น จีน และอินเดีย

สภาพตลาดในอนาคตภายใต้ AEC ถ้าเราปล่อยให้ต่างคนต่างทำ โดยคนไทยไม่รวมพลังกัน ไม่ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ธุรกิจขนาดกลางและเล็ก และกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเกือบสามหมื่นครอบครัวคงไม่แข็งแรงพอ ที่จะใช้ประโยชน์ในความเป็น AEC ดังนั้นการสร้างพันธมิตรที่แข็งแกร่ง และมียุทธศาสตร์ชาติในเรื่องนี้ พร้อมทั้งริบสร้างระบบหรือกลไกที่มีความคล่องตัว ที่เป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมนมทั้งระบบมารองรับ ต้องเกิดขึ้น จึงจะถือได้ว่า เรามีวิสัยทัศน์

แนวคิดที่นำเสนอเพื่อการเตรียมพร้อมคือ การจัดตั้งบริษัทแดรี่ไทยแลนด์ (Dairy Thailand) โดยบริษัทนี้จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของเกษตรกรผู้ผลิต ในการบริหารจัดการ ประสานงาน ค้นหา และสร้างความเป็นพันธมิตรกับบริษัทต่างๆ ที่ต้องการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้านกลุ่มประเทศ GMS เนื่องจากมีข้อมูลงานวิจัยรองรับที่ชัดเจน และมาเลเซียที่มีการค้าผ่านชายแดนกันอยู่แล้ว

ยุทธศาสตร์ในการนำอุตสาหกรรมนมไทยสู่การแข่งขันในอาเซียน
1. Business Model



2. การจัดตั้งบริษัท Dairy Thailand
2.1 แนวทางการจัดตั้ง

การระดมทุนเพื่อก่อตั้งบริษัท โดยให้มีการนำเสนอเป็นโครงการจัดตั้งบริษัทแดรี่ไทยแลนด์ ผ่านคณะกรรมการนมและผลิตภัณฑ์ เพื่อการเสนอต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติเป็นนโยบายให้เกษตรกรเป็นเจ้าของบริษัท ด้วยการลงทุนโดยหักเงินค่าน้ำนมดิบ 1 สตางค์ต่อกิโลกรัม ซึ่งจะได้รับเงิน ปีแรกประมาณ 10.22 ล้านบาทต่อปี จากน้ำนมดิบที่ผลิตได้วันละ 2,800 ตัน และการลงทุนจากภาคอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมดิบ 1 สตางค์ต่อกิโลกรัม ของปริมาณน้ำนมที่รับซื้อ เป็นเงินอีก 10.22 ล้านบาท ในส่วนของบริษัทเอกชนอื่นๆ ในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการขายปัจจัยการผลิตและอุปกรณ์ต่างๆ จะได้คิดการมีส่วนร่วมในการให้ความสนับสนุนในรูปแบบเงิน ในรูปแบบที่เป็นธรรมและในฐานะผู้ประกอบการที่จะได้ประโยชน์ต่อไป โดยการพิจารณาของคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้ในส่วนของภาครัฐ จะถูกกำหนดเป็นหลักการที่จะจัดงบประมาณสนับสนุนในสัดส่วนที่เท่ากับเงินที่ได้จากการระดมทุนจากภาคเกษตรกรและเอกชนในเกณฑ์หนึ่งต่อหนึ่ง เงินในส่วนจากภาครัฐนี้



จะถูกใช้ไปในการสนับสนุนโครงการวิจัยพัฒนา ดังนั้นบริษัทแดรี่ไทยแลนด์ จะมีเงินทุนประเดิมอย่างน้อยรวม 80 ล้านบาทในปีแรก เพื่อเริ่มดำเนินการธุรกิจและดำเนินการตามเป้าหมายและพันธกิจที่วางไว้

2.2 เป้าหมายของบริษัท

- เพื่อสร้างความก้าวหน้าและพัฒนาการของอุตสาหกรรมนมไทยทั้งระบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- เพื่อบริหารจัดการประโยชน์ของอุตสาหกรรมนมไทยให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ทางธุรกิจในประเทศอาเซียน



- เพื่อนำเอาทักษะ ความชำนาญในการเลี้ยง ไก่ของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์ของไทย ไปสร้าง ประโยชน์แก่ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน

2.3 พันธกิจ

- จัดทำโครงการสนับสนุนการศึกษาวิจัยระบบ การผลิตและการตลาด
- บริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ เจาะตลาดใน ฐานะตัวแทนของภาคอุตสาหกรรมนมไทย
- รวบรวมกลั่นกรองผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเป็น ทีมงานเฉพาะกิจ เข้าไปดำเนินการในลักษณะทีมที่ปรึกษา รับจ้างภาครัฐและเอกชนในอาเซียน ในการถ่ายทอด เทคโนโลยี การวางระบบการจัดการฟาร์ม และพัฒนา ภาคอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์

2.4 การบริหารงานของบริษัทแตรีไทยแลนด์

คณะกรรมการบริหารของบริษัทแตรีไทยแลนด์ จะประกอบด้วยตัวแทนของเกษตรกรและเอกชนภาคละ 3 คน กรมปศุสัตว์ กระทรวงพาณิชย์ และอ.ส.ค.หน่วยงานละ 1 คน (รวมทั้งหมด 9 คน) และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน

คณะกรรมการบริหารจะทำหน้าที่ กำหนดแผนและนโยบาย และเป้าหมายการทำงานของบริษัทฯ โดยมีผู้จัดการบริษัท 1 คน ทำหน้าที่วางแผนบริหารจัดการบริษัท โดยบริษัทจะแบ่ง สายงานออกเป็น 2 สายหลัก นั่นคือ สายธุรกิจและ การพัฒนาตลาดหนึ่ง และสายให้การสนับสนุนการวิจัยและ พัฒนาอีกหนึ่ง เพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้า และเพื่อเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาด ทั้งนี้โครงสร้าง กำลังคนต้องถูกบริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ

กรณีตัวอย่างของการทำตลาดของบริษัทแตรีไทยแลนด์

ประเทศที่เป็นเป้าหมายแรกของการเข้าไปทำ การตลาดของบริษัทคือ ประเทศพม่า ทั้งนี้จากข้อมูลงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ซึ่งบ่งว่า ประเทศพม่าที่การพัฒนาทาง ด้านต่างๆ ถูกกด และบีบคั้นจากปัจจัยการเมืองการปกครอง ภายในประเทศและการถูกบอยคอตทางการค้าและการลงทุน จากประเทศทางซีกตะวันตกมาอย่างยาวนาน ทำให้ การพัฒนาของภาคการเลี้ยงและอุตสาหกรรมนมและ ผลิตภัณฑ์ถูกทำให้ชะงักงันไปด้วย ในสภาพที่บรรยากาศ



ทางการเมืองการปกครองเริ่มผ่อนคลาย พม่ามีความต้องการการพัฒนากระบวนการเลี้ยงโคนมตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทางพันธุกรรมของพันธุ์โค สิ่งที่เราจะเสนอขายได้ในปริมาณที่สูงในปีแรกของการเข้าไปเจาะตลาดของบริษัทฯ คือน้ำเชื้อแช่แข็งจากกรมปศุสัตว์ และ อ.ส.ค. พันธุ์โคนม อุปกรณ์ที่เป็นปัจจัยการผลิตในฟาร์ม เช่น ถังใส่นม เครื่องรีดนมสำหรับฟาร์มขนาดเล็ก อุปกรณ์ที่ใช้ในศูนย์รวมนม และโรงงานแปรรูปนมขนาดเล็กถึงขนาดกลาง การจัดทีมงานที่ปรึกษาการจัดตั้งฟาร์มพัฒนาเกษตรกร พัฒนาด้านพืชอาหารสัตว์ ฯลฯ ผ่านโครงการการให้ความช่วยเหลือของรัฐบาลไทยเชิงยุทธศาสตร์ทางการทูตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

สรุป

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economic Community; AEC) ภายในปี 2558 AEC เป็นโอกาสสำคัญของการขยายตัวของธุรกิจการเลี้ยงโคนมและอุตสาหกรรมนมของประเทศไทย ในการเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกันของอาเซียน หากอุตสาหกรรมนมในประเทศไทยมีการเตรียมพร้อม โดยการกำหนดแผนกลยุทธ์และนโยบายที่เหมาะสมในการลงมือปฏิบัติ จะสามารถทำให้อุตสาหกรรมนมของประเทศไทยมีอำนาจการต่อรองในเชิงธุรกิจกับเจ้าของสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในประชาคมอาเซียน และเป็นการเปิดโอกาสในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนมอย่างเสรี เปิดโอกาสในการลดต้นทุนการผลิต ได้จากนโยบายปลอดภาษีนำเข้าและส่งออกของสินค้าและปัจจัยการผลิต

บริษัทแดรี่ไทยแลนด์ เป็นบริษัทที่ก่อตั้งจากทุกภาคส่วนที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจการผลิตนมในประเทศ มียุทธศาสตร์ที่สนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมนมของไทยไปสู่อาเซียน โดยมีเป้าหมายให้ทุกภาคส่วนได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง อันจะก่อให้เกิดความก้าวหน้าและพัฒนาการของอุตสาหกรรมนมไทยทั้งระบบให้สูงขึ้น เกิดการบริหารจัดการประโยชน์ของอุตสาหกรรมนมไทยให้มีความได้เปรียบแข่งขันทางธุรกิจในประเทศอาเซียน มีกระบวนการนำเอาทักษะความชำนาญในการเลี้ยงโคนมของอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์ของไทย ไปสร้างประโยชน์แก่ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ดังนั้นบริษัทแดรี่ไทยแลนด์นอกจากจะสร้างผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้นให้แก่เกษตรกรแล้ว ยังเป็นการแสดงบทบาทผู้นำหรือพี่เบิ้มทางด้านอุตสาหกรรมโคนมและนมโคในกลุ่มประชาคมอาเซียนอย่างก้าวไกล

