



แผนธุรกิจฟาร์มโคนมสารพัดรส



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจฟาร์มโคนมสารพัดรส



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “แผนธุรกิจฟาร์ม โคนมสารพัดรสสุข” เสนอโดยนางสาวสาวิตรี สารพัทธ์ มี
คุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์ ดร. ธนินทร์ฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณนันทน์ หอมสุต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิรันธนานนท์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณนันทน์ หอมสุต)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

...../...../.....

1248135: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: ฟาร์มสารพัดรส / ฟาร์มโคนม

สวัสดีครับ สาระพัทธ์: แผนธุรกิจฟาร์มโคนมสารพัดรส อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ณกนทร์
หอมสุต. 71 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ฟาร์มโคนมสารพัดรส จะเริ่มดำเนินธุรกิจในเดือนเมษายน 2552 โดยผลิตภัณฑ์ของฟาร์มนั้นจะมีน้ำนมดิบและนมพาสเจอร์ไรส์ ซึ่งฟาร์มโคนมสารพัดรสจะมีความแตกต่างจากฟาร์มโคนมทั่วไป เนื่องจากมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีทั้งหน้าร้านและบริการส่งตามบ้าน แต่ฟาร์มทั่วไปจะไม่มีการใช้กลยุทธ์เหล่านี้เนื่องจากเป็นฟาร์มขนาดเล็ก ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของทางฟาร์มจะเป็นสหกรณ์ชุมชนและประชาชนในชุมชน และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ร้านค้าที่ใช้ น้ำนมดิบเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้า ที่อยู่บริเวณอำเภอหนองม่วง

ฟาร์มโคนมสารพัดรสจะขายน้ำนมดิบในขนาด 40 ลิตร ในราคา 720 บาท ส่วนนมพาสเจอร์ไรส์ 200 ซี.ซี. จะขายในราคาขวดละ 10 บาท แต่ถ้าหากมีการซื้อเป็นจำนวนมากหรือซื้อเป็นประจำก็จะมีการลดราคาหรือขายในราคาส่ง

แนวคิดในการก่อตั้งฟาร์มโคนม เนื่องจากปัจจุบันคนนิยมหันมาสนใจอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการผลิตอาหารด้วยน้ำนมโคจึงมีปริมาณสูงขึ้นด้วย อีกทั้งความต้องการใช้น้ำนมดิบมีมากกว่าที่จะผลิตได้จริง และอาชีพนี้ก็เป็นอาชีพที่รัฐบาลให้การส่งเสริม ทำให้มีช่องว่างทางการตลาดในการทำธุรกิจนี้ให้ประสบความสำเร็จได้

ฟาร์มโคนมสารพัดรส เริ่มกิจการด้วยเงินประมาณ 2.5 ล้านบาท โดยมีการกู้ยืมจากธนาคารจำนวน 2 ล้านบาท จากการวิเคราะห์พบว่า จะมีการคืนทุนภายใน 4 ปี 1 เดือน มีผลตอบแทนภายใน 10.01% และมูลค่าในปัจจุบัน 189,454.37 บาท ซึ่งเป็นธุรกิจที่น่าสนใจที่จะลงทุน เนื่องจากในประเทศไทยมีการส่งเสริมให้มีการประกอบการเลี้ยงโคนม ทำให้เห็นช่องทางการสร้างรายได้ที่ดี

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนัท หอมสุด ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ซึ่งเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการจัดทำและข้อมติเห็น พร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้ถูกต้อง สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา รวมถึงอาจารย์ธวัชรัตน์ ปิณฑานนท์ ประธานกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต กรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แผนธุรกิจนี้มีความสมบูรณ์ และถูกต้องยิ่งขึ้นไปอีก ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณน้ำเป็ด เจ้าของฟาร์มโคนม ที่ให้ข้อมูลในการจัดตั้งฟาร์มโคนมและแนวคิดในการทำแบบสอบถาม

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ผู้เขียนได้ศึกษาอยู่ ณ ที่นี้และเจ้าหน้าที่ทุก ๆ ท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เขียนมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนธุรกิจฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ ที่นี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	
ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	3
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	3
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด.....	
สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด.....	4
การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด.....	4
แนวโน้มทางการตลาด.....	5
ตลาดเป้าหมาย.....	5
ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	6
สภาพการแข่งขัน.....	6
คู่แข่ง.....	6
การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis).....	7
การวิเคราะห์ Five Forces.....	12

บทที่		หน้า
4	แผนบริหารจัดการ.....	
	รายละเอียดธุรกิจ.....	15
	แผนผังองค์กร.....	16
	หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	16
	จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร.....	17
	วิสัยทัศน์.....	17
	พันธกิจ.....	18
	เป้าหมายทางธุรกิจ.....	18
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Future)	18
	แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ.....	18
5	แผนการตลาด.....	
	ผลิตภัณฑ์.....	20
	การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	21
	เป้าหมายทางการตลาด.....	22
	กำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	22
	กลยุทธ์ทางการตลาด.....	22
	เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด.....	24
	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4C's.....	25
	กลยุทธ์ STP ของกิจการ.....	26
6	แผนการผลิต.....	
	สถานประกอบการในการผลิต.....	28
	สถานที่ตั้ง.....	28
	เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต.....	29
	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต.....	30
	กำลังการผลิต.....	30
	ความพร้อมในการจัดทำฟาร์มโคนม.....	30
	ขั้นตอนการผลิต.....	32
	กระบวนการผลิตนมพลาสเจอร์ไรซ์.....	33

บทที่	หน้า	
7	แผนการเงิน.....	
	ต้นทุน โครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	34
	การชำระคืนเงินกู้รายปี.....	35
	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	36
	ประมาณการขายรายเดือน.....	38
	ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	39
	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	40
	ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	41
	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	42
	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	43
	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	44
	ประมาณการงบดุล.....	45
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	46
8	แผนฉุกเฉิน.....	47
9	แนวทางปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	49
	บรรณานุกรม.....	51
	ภาคผนวก.....	
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและสรุป.....	53
	ภาคผนวก ข ระเบียบวิธีการเลี้ยงดูโคนม.....	61
	ประวัติผู้ศึกษา.....	71

บทที่ 1

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ สถาบันทางการเงินหรือธนาคาร

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อในการดำเนินกิจการ
2. เพื่ออธิบายถึงแนวความคิดในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนต่าง ๆ
 - 2.1 อธิบายแนวคิดและโอกาสในการทำธุรกิจ
 - 2.2 อธิบายขั้นตอนการทำงานในขั้นตอนต่าง ๆ ในการเปิดฟาร์มโคนม
 - 2.3 เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจโดยผ่านการประเมินผลในทุกขั้นตอนการดำเนินงานและมีแผนฉุกเฉิน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายนอกธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้

3. เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาสนับสนุนแผนธุรกิจ

จัดหาเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์โดยมีรายละเอียดดังนี้ การทำธุรกิจฟาร์มโคนมจะมีการวางแผนระยะยาวในการบริหารงาน การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การขยายสายผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ตลอดจนมีความต้องการเงินลงทุนขั้นต่ำประมาณ 3 ล้านบาทภายในปี 2552 ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเฉลี่ยจากธนาคารพาณิชย์ 4 ธนาคาร อยู่ที่ร้อยละ 7.75

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ความเป็นมาของธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

นํานมเป็นอาหารธรรมชาติที่ใช้เลี้ยงทารกชนิดเดียวที่มีคุณค่าทางอาหารสมบูรณ์ที่สุด ไม่มีอาหารธรรมชาติอื่นใดเสมอเหมือนและทดแทนนํานมให้ผลร้อยเปอร์เซ็นต์ได้ ดังนั้น ความจำเป็นที่จะต้องใช้นํานมเลี้ยงทารก ตลอดจนเลี้ยงลูกสัตว์ให้นมต่าง ๆ ยังมีความสำคัญและจำเป็นต่อไป และมนุษย์เป็นสัตว์ประเสริฐ แทนที่จะใช้นํานมของมนุษย์เลี้ยงลูกของมนุษย์เอง กลับศึกษาพบว่านํานมของสัตว์อื่น เช่น โค กระบือ แพะ แกะ ฯลฯ ก็นำมาเป็นอาหารของมนุษย์ได้ดี มีเพียงแต่ใช้เป็นอาหารของทารกเท่านั้น นํานมยังเป็นอาหารที่พิเศษของมนุษย์ทุกเพศทุกวัยอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ การเลี้ยงสัตว์ให้นมจึงเป็นงานที่ได้รับการส่งเสริมไปทั่วทุกมุมโลก ทั้งนี้เพื่อจะเอานํานมมาเป็นอาหาร (อุทัย หนูแดง 2543: 2)

ประเทศไทยเราเองก็ไม่ละเลยที่จะส่งเสริมอาชีพนี้แก่บรรดาเกษตรกร เพราะเห็นความสำคัญว่าทุกวันนี้ยังมีปัญหาการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศจากการนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นมชนิดต่าง ๆ เป็นมูลค่าปีละหลายพันล้านบาท เนื่องจากผลผลิตทางด้านนี้ของประเทศเรายังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำมาก เพียงประมาณร้อยละ 50 ของความต้องการใช้ของคนทั้งประเทศ ดังนั้น จึงมองเห็นได้อย่างชัดเจน ถ้าสามารถผลิตนมและผลิตภัณฑ์นมได้เพียงพอแก่ความต้องการภายในประเทศโดยมีการส่งเสริมให้มีการประกอบการเลี้ยงโคนมเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหาเรื่องการขาดดุลการค้าก็จะลดลงไปได้ส่วนหนึ่ง อีกประการหนึ่ง การประกอบอาชีพเลี้ยงโคนมนอกจากจะมีรายได้ดีเป็นกอบเป็นกำแล้ว รายได้เหล่านี้ยังเกิดขึ้นทุก ๆ เดือนมิได้มีเป็นฤดูกาลเหมือนการประกอบการเกษตรอื่น ๆ และนอกจากนี้ยังเกี่ยวเนื่องถึงผู้มีอาชีพสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การปลูกพืชที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์ เป็นต้น (จำเนียร รัตตโน 2546: 4- 5)

การที่ประเทศไทยมีการพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริโภคมากขึ้น ประชาชนมุ่งเน้นการบริโภคเพื่อสุขภาพ จึงมีผลทำให้อัตราการบริโภคนมเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าจะสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตให้สูงขึ้น แต่ไม่ทันกับอัตราการขยายตัวของความต้องการนมที่สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้รัฐบาลได้มีนโยบายเรื่องการผลิตอย่างเต็มที่ โดยมีโครงการต่าง ๆ จากภาครัฐบาล เช่น จัดให้มีโครงการนมโรงเรียน เพื่อจัดซื้อนมให้นักเรียนทั่วประเทศได้ดื่มนมฟรี จึงเล็งเห็นโอกาสในการทำกิจการฟาร์มโคนม เพื่อตอบสนองความต้องการของรัฐบาลและโอกาสในการประสบความสำเร็จในการทำกิจการ (จำเนียร รัตโน 2546: 9- 10)

ประวัติเจ้าของกิจการ

1. นางสาวสวิติรี สารพัทธ์

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ประสบการณ์การทำงาน

ปี 2550 ฝึกงานที่บริษัทอมรินทร์ฟู้ดตั้งแอนด์ฟู้ดพิซซิ่ง จำกัด ฝ่ายบุคลากร แผนกงานฝึกงานอบรม

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แสดงรายการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินการ ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	การวางแผนรูปแบบของฟาร์ม	8 สัปดาห์	1 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2551
2	การเลือกทำเลที่ตั้ง	6 สัปดาห์	1 สิงหาคม – 15 กันยายน 2551
3	การจัดหาเครื่องจักร อุปกรณ์และวัสดุคิบ	4 สัปดาห์	16 กันยายน – 16 ตุลาคม 2551
4	การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน	8 สัปดาห์	17 ตุลาคม – 17 ธันวาคม 2551
5	การสรรหาและเลือกซื้อโคนม	4 สัปดาห์	18 ธันวาคม - 18 มกราคม 2552
6	การผลิตสินค้า	6 สัปดาห์	19 มกราคม – 29 กุมภาพันธ์ 2552
7	การประชาสัมพันธ์สินค้า	4 สัปดาห์	1 มีนาคม – 31 มีนาคม 2552
8	การเปิดจำหน่ายสินค้า	-	1 เมษายน 2552
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	42 สัปดาห์	

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

แม้ว่านมจะเป็นอาหารที่มีคุณค่าแต่ก็พบว่าในอดีตที่ผ่านมาอัตราการบริโภคนมของคนไทยค่อนข้างต่ำมาก จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2521 พบว่าคนไทยบริโภคนมเพียง 0.69 กิโลกรัมต่อคนต่อปี นอกจากนี้จะมีอัตราการบริโภคต่ำแล้วการผลิตนมภายในประเทศก็ต่ำด้วย ในปี พ.ศ. 2521 สามารถผลิตนมได้เพียง 16,704 ตันเท่านั้น ซึ่งนอกจากการบริโภคในรูปแบบพร้อมดื่มยังมีการผลิตอาหารที่ใช้นมเป็นวัตถุดิบอีกหลายชนิด จึงทำให้ต้องมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์นม ต่อมาปริมาณการบริโภคนมของคนไทยเริ่มมากขึ้นในปี พ.ศ. 2526 ได้เพิ่มเป็น 1.20 กิโลกรัมต่อคนต่อปี เช่นเดียวกับการผลิตก็ได้เพิ่มขึ้นเป็น 36,029 ตัน หลังจากปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมาแนวโน้มการบริโภคนมของคนไทยก็ได้เพิ่มสูงขึ้น จนกระทั่งเมื่อสิ้นสุดปี พ.ศ. 2538 คนไทยบริโภคนมเฉลี่ย 10.5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ทำให้มูลค่าการนำเข้าของผลิตภัณฑ์นมสูงถึงกว่า 8,200 ล้านบาท จึงเกิดปัญหาการเพิ่มความต้องการของน้ำนมที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี และปริมาณการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำกว่าความต้องการมาก (ประสพ บูรณมานัส 2536: 9)

การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การแบ่งส่วนตลาดของกิจการจะพิจารณาโดยมุ่งหวัง ส่วนแบ่งทางการตลาด แต่เป็นตลาดที่ยังไม่มีการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ยังไม่มีคู่แข่งรายใดสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างชัดเจน โดยที่ภายในตลาดไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากนัก เนื่องจากคู่แข่งเป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงพยายามแบ่งเป็นส่วน ๆ ซึ่งในแต่ละส่วนจะมีลักษณะหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นในแต่ละส่วนตลาดที่แบ่งย่อมมีความต้องการสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน กิจการจึงต้องจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมสำหรับตลาดเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี โดยใช้เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดดังนี้

เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ จะเป็นประชาชนทั่วไปไม่มีการกำหนดอายุ เพศหรืออาชีพ ที่สนใจผลิตภัณฑ์ของกิจการ

เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี

เกณฑ์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ที่สด สะอาด มีรสชาติที่อร่อย และชื่นชอบความสะดวกสบาย

เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ ชื้อสินค้าในราคาไม่แพง ให้ความสำคัญด้านสุขภาพ มักอยู่รวมกันเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน หรือมีปริมาณคำสั่งซื้อจำนวนครั้งละมาก ๆ

แนวโน้มทางการตลาด

มีการคาดการณ์ว่าในอนาคตการผลิตน้ำมันดิบจะมีแนวโน้มการขยายตัวทุก ๆ ปี ปีละร้อยละ 10 และขณะที่การบริโภคนมจะมีแนวโน้มขยายตัวปกติเฉลี่ยร้อยละ 3.5 แนวทางหนึ่งในการกระตุ้นการบริโภคนมก็คือ การผลิตนมพร้อมดื่มให้ตรงกับความต้องการบริโภคนมของผู้บริโภค ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนมพร้อมดื่ม อาทิ รส กลิ่น สี สถานที่จำหน่าย ราคา เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากหากมีการผลิตนมพร้อมดื่มให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคนมแล้ว น่าจะเป็นการกระตุ้นความต้องการให้มากยิ่งขึ้นได้ และหากมีความต้องการบริโภคนมพร้อมดื่มโดยเฉพาะนมพาสเจอร์ไรส์ ซึ่งในประเทศไทยปัจจุบันใช้น้ำมันดิบในประเทศเป็นวัตถุดิบในการผลิต ทั้งสิ้น (ธำรงค์ศักดิ์ พลบำรุง 2545: 7)

ตลาดเป้าหมาย

ใช้เกณฑ์แบ่งส่วนตลาดด้านภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมศาสตร์เป็นเกณฑ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย โดยมีตลาดเป้าหมายหลักแบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. สหกรณ์ชุมชน คือ ทางฟาร์มจะส่งน้ำมันดิบให้แก่สหกรณ์ชุมชนเพื่อเป็นการแบ่งเบาความเสี่ยง เนื่องจากสหกรณ์ชุมชนมีการรับซื้อน้ำมันดิบอย่างแน่นอนไม่เหมือนการจำหน่ายให้กับลูกค้าทั่วไปที่ไม่มีความแน่นอน อีกทั้งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ยังได้รับสิทธิประโยชน์มากมาย ได้แก่ ขายน้ำมันในราคาที่ไม่ขาดทุน สามารถได้รับเงินกู้จากสหกรณ์ ได้รับข้อมูลข่าวสารในการจำหน่ายน้ำมันดิบ และทักษะความรู้ในการเลี้ยงฟาร์มโคนม

2. ร้านค้าที่ใช้ น้ำนมเป็นวัตถุดิบในสินค้า เช่น ร้านน้ำปั่น ร้านไอศกรีม ร้านอาหาร เนื่องจากร้านเหล่านี้อยู่ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สะดวกในการขนส่งและยังขายได้ในปริมาณมาก ด้วย

ประชาชนทั่วไปที่รักสุขภาพ คือ ผู้บริโภคที่เน้นเรื่องสุขภาพอนามัยและความสะดวกสบาย เนื่องจากทางฟาร์มจะจัดส่งให้แก่ลูกค้าประจำและมีการสั่งซื้อในจำนวนมาก ที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ในรูปแบบขวด ในราคาที่ไม่แพงแต่มีคุณค่าสูง

ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

สำหรับบุคคลที่สนใจในผลิตภัณฑ์นมสดและผลิตภัณฑ์ที่ดัดแปลงจากนมสด จะมุ่งเน้นไปที่คนในชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนที่เน้นสุขภาพ แม่ค้าพ่อค้าที่ใช้ นมเป็นวัตถุดิบ เช่น ร้านน้ำปั่น ร้านน้ำเต้าหู้ ตลอดจนแหล่งรับซื้อนม เช่น โรงงานผลิตภัณฑ์นมของ อ.ส.ค โรงงานผลิตภัณฑ์นมขนาดเล็กที่รับซื้อ นมดิบจากเกษตรกรโดยตรง ได้แก่ โรงงานผลิตภัณฑ์ของสถานศึกษาต่าง ๆ ที่อยู่ในการดูแลของทบวงมหาวิทยาลัยของรัฐและกระทรวงศึกษาธิการ ตลอดจนโรงงานของเอกชนบางแห่งที่รับซื้อ นมดิบจากเกษตรกรโดยตรง

สภาพการแข่งขัน

เนื่องด้วยธุรกิจอยู่ในขั้นแนะนำสินค้า ทั้งคู่แข่งที่มีมากมาย รวมทั้งสินค้าก็มีลักษณะเดียวกัน ส่งผลให้ธุรกิจต้องใช้ความพยายามและเงินทุนเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะเข้าไปครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด แต่เนื่องจากมีความต้องการ นมดิบมากขึ้นและมากกว่าที่ผลิตได้จริง ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ ส่งผลให้สภาพการแข่งขันทั่วไปไม่ได้รุนแรงและตึงเครียดมากนัก และจะไม่มีการแข่งขันด้านราคาสินค้า เนื่องจากรัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดราคานมดิบ

คู่แข่ง

คู่แข่งจะเป็นผู้ผลิต นมดิบรายย่อยที่อยู่ในชุมชนที่มีปริมาณการผลิตไม่มาก มีเพียง 60 – 70 กิโลกรัมเท่านั้น และจำหน่ายให้กับสหกรณ์ในอำเภอเท่านั้น คู่แข่งจะจำหน่ายเฉพาะ นมดิบ ไม่มีสินค้าแปรรูปอื่น ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีความแตกต่าง เป็นข้อได้เปรียบทาง

การค้าของเรา อีกทั้งตลาดของน้ำมันดิบยังเปิดกว้างเนื่องจากมีความต้องการน้ำมันดิบมากกว่าน้ำมันดิบที่ผลิตได้จริง

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เจ้าของธุรกิจมีทักษะ ความรู้ ความชำนาญ ในด้านการบริหาร 2. มีหน่วยงานของรัฐบาลเข้ามาช่วยในด้านความรู้ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสหกรณ์ หรือ อ.ส.ค 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ทำให้ต้องมีการจัดฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้มีความชำนาญและมีความรู้ในการทำงาน 2. บุคลากรมีจำนวนน้อย 3. บุคลากรยังขาดประสบการณ์ ในธุรกิจฟาร์มโคนม 4. ขาดคนมีความรู้ความสามารถ ในด้านเฉพาะทางมาช่วย
ด้านการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ในช่วงแรกมีการแจ่งสินค้า ตัวอย่างให้เป็นที่รู้จักในร้านค้าต่าง ๆ 2. สร้างความแตกต่างด้านบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่สนใจแก่ลูกค้า 3. สินค้ามีความสดใหม่อยู่ตลอดเวลา 4. ราคาไม่แพงมากนักหากเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นฟาร์มที่เปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้ต้องมีการโปรโมตสินค้าที่ใช้เงินลงทุนสูง 2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายน้อยและ ไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งมากนักในช่วงแรก
ด้านการบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีบริการส่งนมให้กับลูกค้าที่รับซื้อนมในปริมาณมากที่เป็นลูกค้าประจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจไม่มุ่งเน้นในด้านการบริการมากนัก จะบริการเฉพาะลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่สั่งเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
		2. ในการจัดส่งสินค้าแก่ลูกค้าในช่วงแรกมีความลำบากเนื่องจากยังไม่รู้จักเส้นทางดีพอ
ด้านการเงิน	1. มีเงินลงทุนสูงเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. มีการไหลเวียนของสินค้าอย่างรวดเร็ว ทำให้มีสภาพคล่องทางการเงินสูง 3. มีหน่วยงานของรัฐบาลหรือธนาคารเข้ามาส่งเสริมการลงทุน ช่วยให้เงินลงทุนมากขึ้น	1. เป็นการลงทุนระยะยาวทำให้ในช่วงแรกขาดสภาพคล่องทางการเงิน 2. ใช้เงินลงทุนที่สูง 3. มีระยะเวลาการคืนทุนนาน

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1. ในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจในด้านสุขภาพมากขึ้นทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมมาก 2. เนื่องจากกิจการเป็นผู้ผลิตสินค้าจำหน่ายในพื้นที่และได้ทำการวิจัยพฤติกรรมในการบริโภคของคนในชุมชนแล้ว ย่อมเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและมีข้อมูลลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง	1. เนื่องจากตลาดในการขายสินค้านั้นยังเปิดกว้างได้ไม่มาก เพราะลูกค้าส่วนมากจะเป็นคนในชุมชน 2. นมโรงเรียนไม่ครบ 365 วัน ทำให้ความต้องการน้ำนมดิบล้นบ่อย ๆ ทำให้อัตราการขายไม่สม่ำเสมอหาวิธีการป้องกันและแก้ไขได้

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	<p>3. ตลาดของน้ำมันอยู่ในช่วงเจริญเติบโตทำให้ง่ายแก่การจำหน่ายน้ำมันดิบ</p> <p>4. กลุ่มลูกค้ามีหลายกลุ่มเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ</p>	
สถานการณ์การแข่งขัน	<p>1. หากจะเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมยอมรับ จะต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคา เนื่องจากกลุ่มลูกค้าจะเป็นคนในชุมชน</p> <p>2. คู่แข่งขันเป็นกิจการขนาดเล็ก ทำให้ง่ายแก่การแข่งขันเนื่องจากคู่แข่งไม่มีกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการฟาร์มโคนม</p> <p>3. เพราะผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น ต้องการให้ถูกหลานแข็งแรงและสูงขึ้นทำให้สนใจดื่มนมมากขึ้น</p>	<p>1. มีคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมมากและมีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา</p> <p>2. มีคู่แข่งที่เป็นสินค้าทดแทนมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์นมแพะ นมกระป๋อง เป็นต้น</p>
สังคม	<p>1. พฤติกรรมการบริโภคของคนไทยปัจจุบันเน้นเรื่องสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ ผลิตภัณฑ์ของเราซึ่งก็มุ่งเน้นเรื่องสุขภาพอยู่แล้วจึงเหมาะสมกับพฤติกรรมของคนไทย</p> <p>2. รัฐบาลให้ความสำคัญและช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจฟาร์มโคนมมีความเจริญเติบโตยิ่งขึ้น</p>	<p>1. เนื่องจากมีสินค้าทดแทนที่เน้นเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันไปสนใจสินค้าทดแทนมากกว่าเพราะเป็นสินค้าที่แปลกใหม่ เช่น นมแพะ นมกระป๋อง</p> <p>2. นมไม่ใช่อาหารหลักของคนไทยมาก่อน</p>

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
เทคโนโลยี	1. สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต ที่ทันสมัยและรวดเร็ว ทำให้ประหยัดต้นทุน 2. ช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือการติดต่อกับลูกค้า ทำให้ง่ายยิ่งขึ้น 3. มีหน่วยงานส่งเสริมและอบรมทักษะและเทคโนโลยีในการเลี้ยงโคนม	1. พนักงานขาดความรู้ความสามารถในการใช้เทคนิคต่างๆอยู่มาก ทำให้ใช้ได้อย่างไม่เต็มที่ 2. เทคโนโลยีที่ใช้ในกิจการฟาร์มมีราคาแพงมากและยังหาซื้อยากอีกด้วย 3. ในการจะซื้อเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการฟาร์มจะต้องใช้ความรู้เฉพาะด้านในการเลือกซื้อ
สภาพทางเศรษฐกิจ	1. มีการขยายตัวของเศรษฐกิจส่งผลให้มีการซื้อ-ขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น 2. การบริโภคภายในประเทศยังต่ำอยู่สามารถผลิตเพิ่มได้อีกมาก 3. ตลาดน้ำนมดิบกำลังโตเมื่อเทียบกับตลาดนมประเภทอื่น 4. เมืองไทยจะเป็นครัวโลก จึงเป็นโอกาสที่นมจะเข้าไปร่วมกับวัตถุดิบอื่น ๆ ที่จะส่งออกและแปรรูป เป็นสินค้าสำเร็จรูปต่าง ๆ	1. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีทัศนคติในเรื่องการขึ้นราคาแตกต่างกัน ทำให้เป็นการยากในการคาดการณ์ความต้องการ 2. ราคาของอาหารโคนมมีราคาที่สูง 3. ราคาที่จำหน่ายส่งให้แก่สหกรณ์มีราคาที่ต่ำ ทำให้ได้กำไรน้อย 4. ราคาโคนมมีราคาสูงขึ้น

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
กฎหมาย, กฎระเบียบ, ข้อบังคับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ถ้าหากผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานจะทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับมากขึ้น 2. ไทยได้เข้าร่วม FTA ส่งผลให้ลดภาษีนำเข้าอาหารสัตว์ลงได้ 3. รัฐบาลมีการสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจฟาร์มโคนม ทำให้มีการเจริญเติบโตของธุรกิจและตลาด 4. กระทรวงศึกษาส่งเสริมโครงการนมโรงเรียน ปลูกฝังการดื่มน้ำแท้อ้อยเปอร์เซ็นต์ 5. เป็นอาชีพพระราชทานที่ทุกรัฐบาลให้ความสนใจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ในการผลิตที่ต้องให้ได้รับมาตรฐานในบางครั้งเป็นเรื่องที่ยุ้งยากและมีระเบียบบังคับที่มากมาย 2. ไทยได้เข้าร่วม FTA ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบลดลง 3. มีการจัดเก็บภาษีผิดๆ 4. ขาดองค์กรที่เข้มแข็งเข้ามาดูแลและวางแผนลดต้นทุน 5. รัฐเริ่มปล่อยให้เกษตรกรดูแลตัวเอง ตัดการสนับสนุนเรื่องการผสมเทียมและสัตว์แพทย์โดยยังไม่สร้างระบบรองรับ
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีแหล่งรับซื้อหรือสถาบันที่ให้การสนับสนุนอยู่หลายแห่ง เช่น ร้านค้าที่ให้นมเป็นวัตถุดิบ อ.ส.ค. 2. เนื่องจากนมเป็นผลิตภัณฑ์ที่เสีง่ายทำให้เกษตรกรต้องร่วมตัวเข้าสังกัดหรือสร้างเครือข่ายเพื่อให้ขายสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ถ้าหากมีการรวมตัวของกลุ่มผู้จำหน่ายรายย่อยอาจทำให้มีอำนาจต่อรองสูง 2. ในบางครั้งมีการแข่งขันกันเองของกลุ่มเครือข่าย 3. สหกรณ์มักจะพบปัญหาว่ากลุ่มผู้บริหารอ่อนแอ ขาดความรู้และไม่มีความตั้งใจที่จะทำงานให้ดี

การวิเคราะห์ Five Forces

1. การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในชุมชนหนองม่วง จังหวัดลพบุรี มีเกษตรกรที่เลี้ยงโคนมเป็นจำนวนมากมีทั้งการเลี้ยงที่เป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ซึ่งเป็นฟาร์มขนาดย่อม มีจำนวนโคนมที่ใช้สำหรับรีดไม่เกิน 30 ตัว นำนมดิบที่ได้ไม่เกิน 600 กิโลกรัม มีช่องทางการจำหน่ายเพียงหนึ่งช่องทางคือ ส่งสหกรณ์ และไม่มีการใช้กลยุทธ์ในการทำธุรกิจ อีกทั้งมีเงินลงทุนที่ไม่มากทำให้ไม่มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ไม่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีระยะเวลาการหมักอายุมากขึ้น การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มากขึ้น จะแตกต่างจากฟาร์มสารพัดรสซึ่งเป็นฟาร์มขนาดกลางที่มีจำนวนโคนมประมาณ 30 แม่โครีด ได้น้ำนมดิบมากกว่า 600 กิโลกรัมต่อวัน มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นส่งสหกรณ์ ส่งร้านค้าส่ง ตลอดจนลูกค้าทั่วไปที่นิยมบริโภคนมสดพาสเจอร์ไรซ์ ที่มีความสด สะอาด รสชาติอร่อย ส่วนความเจริญเติบโตของความต้องการซื้อที่สูงขึ้น ดูได้จากประชาชนมีการบริโภคนมเพิ่มขึ้น จาก 1.20 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2526 เป็น 10.5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2538 (จำเนียร รัตโน 2546: 15 - 17)

2. การวิเคราะห์คู่แข่งรายใหม่

ตลาดน้ำนมดิบในชุมชนหนองม่วง จ. ลพบุรี มีธุรกิจฟาร์มโคนมที่เป็นขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก และการที่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจนี้ต่ำ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เป็นอาชีพพระราชทาน ทำให้รัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ให้การสนับสนุน ตลอดจนมีการให้ความรู้และฝึกอบรมอยู่ตลอดเวลาให้แก่ผู้สนใจในอาชีพนี้ รวมทั้งมีการอำนวยความสะดวกในด้านกรให้สินเชื่อเพื่อนำไปเปิดฟาร์มเลี้ยงโคนม และยังมีความต้องการน้ำนมดิบเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้น้ำนมดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการอยู่อีกมาก การป้องกัน หรือการตอบโต้จากคู่แข่งเดิมในตลาดเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ สหกรณ์ และในธุรกิจนี้จะไม่มีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงเท่ากับธุรกิจอื่นเพราะเป็นสินค้าที่รัฐบาลมีการควบคุมด้านราคา จึงอาจทำให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้นในอนาคต เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ค่าใช้จ่ายสูง แต่ก็อยู่ไม่ได้

3. การวิเคราะห์สินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนที่เป็นคู่แข่งสำคัญของน้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปได้แก่ ไข่ ผลไม้ ตามฤดู ผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง Cereal Bar อาหารเสริมต่าง ๆ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แพงมากนัก มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากมายหลากหลาย มีความสะดวกสบายในการหาซื้อสินค้าเพราะเป็นสินค้าไปที่มีขายตามร้านสะดวกซื้อ และยังมีสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์น้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปได้แก่ นมแพะ นมกระป๋อง ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง เนื่องจากให้โปรตีนสูงกว่าน้ำนมโคและยังมีราคาที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับน้ำนมโค

4. การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้า

แม้ว่าจะมีฟาร์มโคนมอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังเป็นฟาร์มโคนมที่มีขนาดเล็ก อีกทั้งยังมีสินค้าทดแทนอยู่อย่างหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ แต่ทางฟาร์มสารพัดรสก็มีความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ที่นำมาแปรรูป และยังคงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดมาใช้ในการสร้างชื่อได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งฟาร์มสารพัดรสยังมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดที่กว้างกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ จึงสามารถตอบสนองความต้องการในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีกว่า โดยสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี รสชาติดี และมีความสด สะอาด รวมถึงการให้บริการจัดส่งนอกสถานที่ของกิจการจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ของฟาร์มสารพัดรส สามารถสร้างอำนาจการต่อรองของตนเองให้สูงขึ้นได้ และเป็นเพราะฟาร์มสารพัดรสยังเป็นฟาร์มแห่งเดียวในชุมชนที่มีการแปรรูปสินค้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5. การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

ในการที่จะผลิตน้ำนมดิบให้มีคุณภาพและมีปริมาณมากนั้น จำเป็นต้องใช้โคนมที่มีสายพันธุ์ 100 เปอร์เซนต์ และมีอาหารให้โคนมที่มีคุณภาพ มีทั้งอาหารหยาบและอาหารข้น ต้องนำเข้าแหล่งโปรตีนอาหารสัตว์ เช่น กากถั่วเหลืองจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาหารเหล่านี้เป็นเรื่องยากในการซื้อ และมีราคาแพง และปัจจัยการผลิตน้ำนมดิบมีราคาสูงขึ้น เช่น มันเส้น อาหารหยาบที่ต้องแย่งกับโคนม รวมทั้งยังมีแหล่งในการซื้อ โคนมไม่มาก อีกทั้งในบางครั้งยังมีการรวมตัวของซัพพลายเออร์อีกด้วย ทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับซัพพลายเออร์ไม่สูงมาก แต่ถ้าหากฟาร์ม

สารพัดสามารถพัฒนาสายพันธุ์ หรือมีการผสมพันธุ์โคนมได้เอง ก็จะทำให้มีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้มากขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

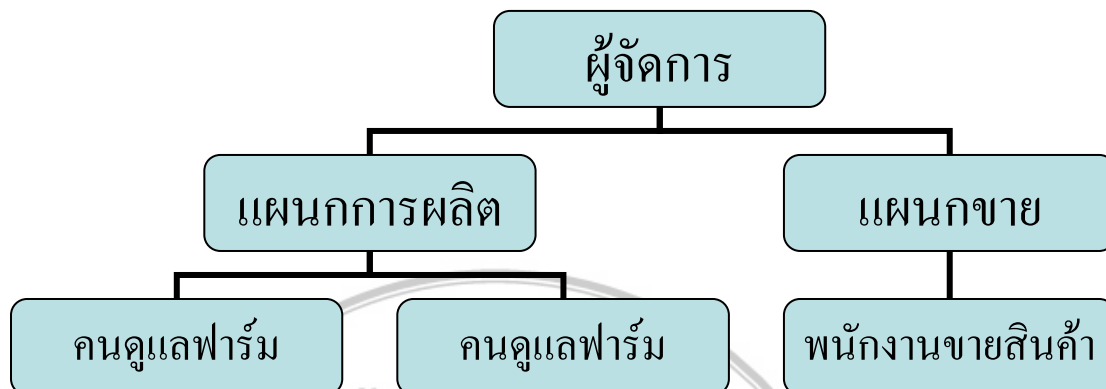
แผนบริหารจัดการ

รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ฟาร์มสารพัดสุข
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	271 หมู่ 2 ต.หนองม่วง อ.หนองม่วง จ.ลพบุรี
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	กิจการเจ้าของคนเดียว
ดำเนินงานโดย	นางสาวสาวิตรี สารพัทธ์ ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ
ประวัติของผู้บริหาร	
ชื่อ - นามสกุล	สาวิตรี สารพัทธ์
การศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	ปี 2550 บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
ตำแหน่ง	พนักงานฝ่ายบุคคล แผนกงานฝึกอบรม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังองค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. นางสาวสวिति สารพัทธ์

ตำแหน่ง : เจ้าของกิจการและผู้จัดการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลเรื่องการวางแผนนโยบายการบริหารภายใน การจัดหา

อุปกรณ์ ควบคุมดูแลประสานงานทำการตลาดให้กับฟาร์ม ควบคุมดูแลการบัญชี

การศึกษา : ปริญญาตรี

อัตราเงินเดือน : 15,000 บาทต่อเดือน

2. นายสิทธิศักดิ์ มุ่งผลดี

ตำแหน่ง : คนดูแลฟาร์ม

หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลโคนม รีดนมด้วยเครื่อง รักษาอุปกรณ์การรีดนม

และทำความสะอาดฟาร์ม

การศึกษา : -

อัตราเงินเดือน : 8,000 บาทต่อเดือน

3. นายประสิทธิ์ สิริวรรณ

ตำแหน่ง : คนดูแลฟาร์ม
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลโคนม รีดนมด้วยเครื่อง รักษาอุปกรณ์การรีดนม
 และทำความสะอาดฟาร์ม
 การศึกษา : -
 อัตราเงินเดือน : 8,000 บาทต่อเดือน

4. นางสาวสมฤดี จิตตั้ง

ตำแหน่ง : พนักงานขายหน้าร้าน
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ขายสินค้าและแนะนำสินค้าให้ลูกค้า
 การศึกษา : ปวช.
 อัตราเงินเดือน : 8,000 บาทต่อเดือน

จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	อัตราเงินเดือน (บาท)	รวมเงินเดือน (บาท/เดือน)
1	ผู้จัดการ	1	15,000 บาท	15,000 บาท
2	คนดูแลฟาร์ม	2	8,000 บาท	16,000 บาท
3	พนักงานขายหน้าร้าน	1	8,000 บาท	8,000 บาท
	รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่าย	3	33,000 บาท	39,000 บาท

วิสัยทัศน์ (Vision)

เลี้ยงโคนมเป็นอาชีพที่มั่นคง ยั่งยืน มีผลิตภัณฑ์นมหลากหลาย ได้คุณภาพมาตรฐาน
 สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ กระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง

พันธกิจ (Mission)

เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการฟาร์มโคนมเกษตรกร โดยมุ่งเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน มีความสามารถในการผลิตน้ำนมดิบที่มีสุขอนามัย ได้มาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค สร้างความต้องการน้ำนมดิบเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์นมที่หลากหลาย

เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal of Business)

1. ผลิตและจำหน่ายน้ำนมดิบที่มีคุณภาพสูงแก่ผู้บริโภค
2. เป็นต้นแบบฟาร์มมาตรฐานที่ใช้กระบวนการผลิตและการบริหารจัดการฟาร์มด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ถูกต้องตามหลักวิชาการ และมีมาตรฐาน
3. ร่วมมือกับสหกรณ์การเกษตรในท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมกิจการฟาร์มโคนมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Future)

ในการดำเนินการของกิจการฟาร์มโคนม มีปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ ดังนี้

1. การเป็นที่รู้จักของลูกค้าในพื้นที่ โดยผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับในตราสินค้า เช่น ในช่วงแรกจะมีการแจกสินค้าตัวอย่างให้กับผู้สนใจในพื้นที่
2. การมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการจำหน่ายซื้อสินค้าที่ลูกค้าต้องการ
3. การมีสินค้าที่ได้คุณภาพตามที่กำหนด และพร้อมต่อการจำหน่าย
4. มีการบริการที่ดีเยี่ยม เช่น มีบริการส่งนมให้กับลูกค้าประจำ

แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น นำน้ำนมมาแปรรูปเป็นนมเปรี้ยว โยเกิร์ต นม ไอศกรีม นมอัดเม็ด เนยแข็ง เป็นต้น เพิ่มรสชาติของนมพาสเจอร์ไรซ์ให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น รสช็อกโกแลต รสสตอเบอร์รี่ รสกาแฟ รสเผือก ฯลฯ นอกจากนั้นจะมีการเปิดหน้าร้านเพื่อ

จำหน่ายผลิตภัณฑ์และเปิดให้บุคคลเข้าชมฟาร์ม และยังขยายตลาดไปวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต ปรับปรุงสายพันธุ์โคนมให้เป็น 100 เปอร์เซนต์ พัฒนาพันธุ์โคนมให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เพิ่มจำนวนโคนมรีดให้มีมากขึ้น ขยายแม่พันธุ์ให้กับสมาชิกสหกรณ์ที่สนใจจะเลี้ยงโคนม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

แผนการตลาด

ผลิตภัณฑ์

ฟาร์มสารพัดสุขมีผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ น้ํานมดิบ นมพาสเจอร์ไรซ์ โดยผลิตภัณฑ์ของทางฟาร์มจะเน้นรสชาติที่อร่อย สดสะอาดใหม่ และให้ความสำคัญต่อคุณภาพของนมโดยมีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต มีการส่งขายตามพื้นที่เป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มีความชอบและเป็นลูกค้าประจำ หรือตามร้านค้าที่ใช้น้ํานมดิบเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารขายในราคาส่ง

บรรจุภัณฑ์

1. สำหรับน้ํานมดิบที่ส่งสหกรณ์จะใส่ถึงน้ํานมดิบขนาด 40 ลิตร
2. สำหรับน้ํานมดิบที่ส่งร้านค้าส่ง จะใส่แกลลอนขนาด 10 ลิตร
3. นมพาสเจอร์ไรซ์ก็จะใส่ขวดพลาสติกปริมาณ 200 ซีซี



น้ํานมดิบ



นมพาสเจอร์ไรซ์

ภาพที่ 2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

การเปรียบเทียบคู่แข่ง

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา	ฟาร์มรุ่งอรุณ	ฟาร์มลุงอ้อด
ค่านสินค้า	1. นำนมดิบ 2. นมพาสเจอร์ไรซ์	1. นำนมดิบ	1. นำนมดิบ
ด้านราคา	1. นำนมดิบกิโลกรัม ละ 18 บาท 2. นมพาสเจอร์ไรซ์ ขวดละ 10 บาท	1. นำนมดิบกิโลกรัม ละ 18 บาท	1. นำนมดิบกิโลกรัม ละ 18 บาท
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. ส่งสหกรณ์ 2. ขายส่ง 3. ขายหน้าร้าน 4. ขายปลีกตามร้านค้า ที่ใช้นำนมเป็นวัตถุดิบ เช่น ร้านน้ำปั่น	1. ส่งสหกรณ์	1. ส่งสหกรณ์
ด้านส่งเสริมการตลาด	1. ในช่วงแรกจะมีการ แจกสินค้าตัวอย่าง เพื่อให้มีการรู้จักมาก ยิ่งขึ้น	1. ไม่มีการส่งเสริม การตลาด เนื่องจาก เป็นธุรกิจขนาดเล็ก	1. ไม่มีการส่งเสริม การตลาด เนื่องจาก เป็นธุรกิจขนาดเล็ก

เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายทางการตลาดของฟาร์มสารพัดสุข คือ เป็นผู้นำการผลิตน้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปในเขตชุมชน โดยสินค้าของฟาร์มสารพัดสุข จะเน้นรสชาติที่อร่อย สด สะอาด และถูกหลักอนามัย ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของน้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปโดยมีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต และสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด เนื่องจากทางฟาร์มสารพัดสุขได้มีการทำวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์แปรรูป ทำให้ทราบถึงความต้องการของประชาชนในชุมชน และจากการที่คู่แข่งเป็นธุรกิจขนาดย่อม ไม่มีผลิตภัณฑ์แปรรูป มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียวคือสหกรณ์ และไม่มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งแตกต่างจากฟาร์มสารพัด ซึ่ง มีช่องทางจัดจำหน่ายหลายช่องทางและมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด จึงคาดว่าจะสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดเป้าหมายมาได้อย่างน้อยร้อยละ 10 ของตลาดเป้าหมายภายใน 1 ปี และสามารถเป็นผู้นำของตลาดเป้าหมายได้ภายใน 10 ปี

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก : สหกรณ์ชุมชนและประชาชนในชุมชน
 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง : ร้านค้าที่ใช้น้ำนมดิบเป็นส่วนผสมในการผลิต

สินค้า

กลยุทธ์ทางการตลาด 4 P's

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1. ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง คือ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์
2. เพิ่มผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น ไอศกรีม เนยแข็ง เป็นต้น
3. ปรับปรุงรสชาติของนมพาสเจอร์ไรซ์ให้ดีขึ้นหรือให้ต่างแตกต่างคู่แข่ง คือ เพิ่มรสชาติของนม เช่น รสช็อกโกแลต รสสตอเบอรี่ รสเผือก เป็นต้น

ทางกิจการให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์นมของฟาร์มในด้าน คุณภาพมีการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานสากล ด้านรสชาติ มีการปรับปรุงรสชาติอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กลยุทธ์ด้านราคา

1. หากเป็นลูกค้าประจำจะมีส่วนลดในการซื้อสินค้า
2. หากซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากตามที่ฟาร์มได้กำหนดจะได้รับส่วนลดสินค้า เช่น ซื้อมีสดพาสเจอร์ไรซ์ครบ 12 ขวด จะแถมให้ 1 ขวด
3. มีการขายสินค้าในราคาส่งให้กับร้านค้าที่ใช้นมเป็นส่วนผสมของสินค้า คือ จะขายน้ำนมดิบในราคา 15 บาทต่อกิโลกรัม จากราคา 18 บาท
น้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปของฟาร์มสารพัดรสจะไม่มุ่งเน้นราคาสูง เพื่อต้องการให้สินค้าเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าให้ได้มากที่สุด
 - ราคาของน้ำนมดิบจะขายกิโลกรัมละ 18 บาท ในราคาที่เท่ากับคู่แข่งชั้นรายอื่น ๆ
 - นมสดพาสเจอร์ไรซ์จะขายขวดละ 10 บาท

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ทางฟาร์มมีการจำหน่ายสินค้าหน้าฟาร์มซึ่งมีการจัดสรรพื้นที่ไว้บริการลูกค้า
2. มีการจำหน่ายสินค้าที่สหกรณ์ชุมชน
3. มีการขายส่งให้กับร้านค้าที่ใช้น้ำนมดิบเป็นส่วนผสมของสินค้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ฟาร์มสารพัดรส มีกลุ่มเป้าหมายคือ สหกรณ์ชุมชน คนในชุมชน และร้านค้าที่ใช้น้ำนมดิบเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า โดยมีบริการจัดส่งถึงที่ถ้าลูกค้าเป็นลูกค้าประจำและมีจำนวนการสั่งเป็นจำนวนมาก โดยมีการวางแผนและจัดตารางเวลาจัดส่งและเส้นทางการเดินทางเพื่อประหยัดเวลาและน้ำมัน ทางฟาร์มยังจัดหน้าร้านไว้สำหรับให้ลูกค้าได้มาเลือกซื้อสินค้าจากทางร้านโดยตรง

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ในช่วงแรกทางฟาร์มจะมีการแจกตัวอย่างสินค้าให้กับประชาชนในชุมชนได้ทดลองชิมฟรี
2. มีการโฆษณาฝ่ายทางคลื่นวิทยุชุมชน
3. มีการบริการส่งน้ำนมดิบให้กับลูกค้าประจำ
4. ส่งเสริมสินค้าให้เป็นของฝากของจังหวัด เช่น สินค้าโอท็อป

เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด

1. พนักงานขาย

โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญของฟาร์มสารพัดรส คือ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความเป็นมิตร มีความฉลาดทางอารมณ์ และมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถโน้มน้าวจิตใจให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของทางฟาร์ม

2. การโฆษณา

ทางฟาร์มจะเลือกใช้โฆษณาผ่านทางวิทยุชุมชน เนื่องจากจะทำให้เข้าถึงเป้าหมายได้ง่ายเพราะคนในชุมชนส่วนใหญ่จะรับข่าวสารจากวิทยุชุมชน และมีราคาที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับ การโฆษณาผ่านทางหนังสือพิมพ์จังหวัด เป็นการพุ่มพุยและไม่ตรงเป้าหมายทางการตลาด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

3. การประชาสัมพันธ์

ในช่วงแรกทางฟาร์มจะจัดให้มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้กับประชาชนและร้านค้าที่สนใจได้ลองทดลองชิมฟรีในปริมาณที่ไม่มาก หากประชาชนและร้านค้าท่านใดที่สนใจสินค้าของทางฟาร์มสามารถสั่งซื้อได้ทันที และหากมีการจัดสินค้าทางการเกษตรของจังหวัด ทางฟาร์มก็จะเข้าร่วมด้วยเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4 C's

จากการสำรวจแบบสอบถามจากคนในชุมชนเขตอำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี จำนวน 300 ชุด จึงทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปคือ รสชาติของนม ความสะอาด และราคาที่เหมาะสม สถานที่ที่ซื้อสินค้าคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ แล้วซื้อในขนาด 200 ซีซี มากที่สุด

ปัจจัยทางการตลาดที่ลูกค้าต้องการโดยใช้ 4 C's เป็นเกณฑ์ คือ

1. Consumers' Solution ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์นมและผลิตภัณฑ์แปรรูปควรมีรสชาติอร่อย สด สะอาด และมีราคาที่เหมาะสม ฟาร์มสารพัดสุขจึงให้ความสำคัญกับรสชาติมากที่สุดเพื่อทำให้เป็นที่ยอมรับของคนส่วนมาก และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

2. Cost ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมซื้อนมสดพาสเจอร์ไรซ์ในปริมาณ 250 ซีซี ในราคา 12 บาท ฟาร์มสารพัดสุขจึงจัดทำนมพาสเจอร์ไรซ์ในปริมาณ 200 ซีซี ในราคา 10 บาท เพื่อจำหน่ายให้ตรงความต้องการของลูกค้า ส่วนน้ำมันดิบที่ขายให้กับสหกรณ์จะขึ้นอยู่กับราคาที่สหกรณ์ให้ เนื่องจากราคาน้ำมันดิบมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา แต่ขายให้กับร้านค้าจะขายในปริมาณลิตรละ 17 บาท แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจ ณ เวลานั้นด้วย จะปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

3. Convenience ลูกค้าส่วนใหญ่จะนิยมซื้อผลิตภัณฑ์นมจากร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากมีความสะดวกสบาย และมีสินค้าให้เลือกมากมาย ทั้งนี้ทางฟาร์มสารพัดสุขจึงมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าที่ซื้อในปริมาณมาก ซื้อเป็นประจำเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และร้านค้าที่ใช้น้ำมันดิบเป็นวัตถุดิบเป็นส่วนผสม อีกทั้งทางฟาร์มสารพัดสุขยังเปิดหน้าร้านให้กับลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ของทางฟาร์มให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากฟาร์มอื่นได้แก่ นมสดพาสเจอร์ไรซ์ ซึ่งบรรจุใส่ขวดปริมาณ 200 ซีซี

4. Communication ทางฟาร์มสารพัดสุขจะให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของฟาร์มสารพัดสุขเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ โดยในช่วงแรกทางฟาร์มจะมีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชนและร้านค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ และหากใครสนใจก็สามารถสั่งซื้อได้เลยทันที ทางฟาร์มยังมีการโฆษณาผ่านทางวิทยุชุมชน และอินเทอร์เน็ต ในบางครั้งหากมีการจัดขายสินค้าทางการเกษตรของทางจังหวัดทางฟาร์มก็จะจัดสินค้าเข้าไปร่วมขายด้วยเช่นกันเพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของฟาร์มให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

กลยุทธ์ STP ของกิจการ

การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดของกิจการจะพิจารณาโดยมุ่งหวัง ส่วนแบ่งทางการตลาด แต่เป็นตลาดที่ยังไม่มีการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ยังไม่มีคู่แข่งรายใดสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างชัดเจน โดยที่ภายในตลาดไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากนัก เนื่องจากคู่แข่งเป็นธุรกิจขนาดย่อย ซึ่งแนวคิดนี้มองว่าตลาดมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน จึงพยายามแบ่งเป็นส่วน ๆ ซึ่งในแต่ละส่วนจะมีลักษณะหรือพฤติกรรมที่คล้ายกัน ดังนั้นในแต่ละส่วนตลาดที่แบ่งย่อมมีความต้องการสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน กิจการจึงต้องจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมสำหรับตลาดเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบและสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี โดยใช้เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดดังนี้

เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ จะเป็นประชาชนทั่วไปไม่มีการกำหนดอายุ เพศหรืออาชีพที่สนใจผลิตภัณฑ์ของกิจการ

เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี

เกณฑ์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคอาหารที่เพื่อสุขภาพ ที่สะอาด มีรสชาติที่อร่อย และชื่นชอบความสะดวกสบาย

เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ ซื้อสินค้าในราคาไม่แพงให้ความสำคัญด้านสุขภาพ มักอยู่รวมกันเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน หรือมีปริมาณคำสั่งซื้อจำนวนมาก ๆ

ตลาดเป้าหมาย

ใช้เกณฑ์แบ่งส่วนตลาดด้านภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมศาสตร์เป็นเกณฑ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย โดยมีตลาดเป้าหมายหลักแบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. สหกรณ์ชุมชน คือ ทางฟาร์มจะส่งน้ำมันดิบให้แก่สหกรณ์ชุมชนเพื่อเป็นการแบ่งเบาความเสี่ยง เนื่องจากสหกรณ์ชุมชนมีการรับซื้อน้ำมันดิบอย่างแน่นอนไม่เหมือนการจำหน่ายให้กับลูกค้าทั่วไปที่ไม่มีความแน่นอน อีกทั้งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ยังได้รับสิทธิประโยชน์

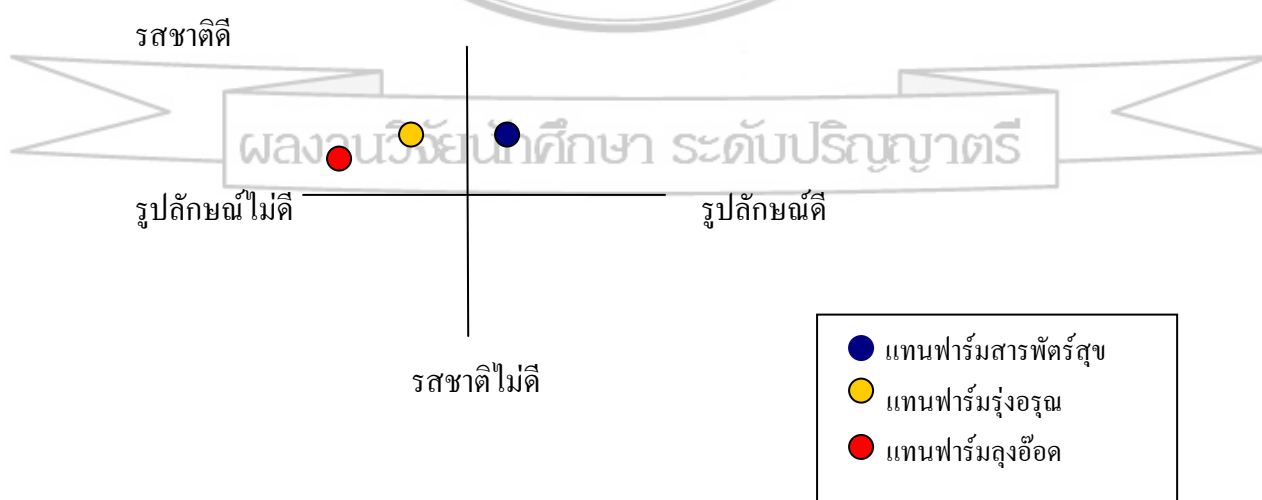
มากมาย ได้แก่ ขายนํ้านมในราคาที่ไม่ขาดทุน สามารถได้รับเงินกู้จากสหกรณ์ ได้รับข้อมูลข่าวสารในการจำหน่ายนํ้านมดิบ และทักษะความรู้ในการเลี้ยงฟาร์มโคนม

2. ร้านค้าที่ใช้นํ้านมเป็นวัตถุดิบในสินค้า เช่น ร้านน้ำปั่น ร้านไอศกรีม ร้านอาหาร เนื่องจากร้านเหล่านี้อยู่ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สะดวกในการขนส่งและยังขายได้ในปริมาณมากด้วย

3. ประชาชนทั่วไปที่รักสุขภาพ คือ ผู้บริโภคที่เน้นเรื่องสุขภาพอนามัยและความสะดวกสบาย เนื่องจากทางฟาร์มจะจัดส่งให้แก่ลูกค้าประจำและมีการสั่งซื้อในจำนวนมาก ที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ในรูปแบบขวด ในราคาที่ไม่แพงแต่มีคุณค่าสูง

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์

จะเห็นได้ว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของฟาร์มสารพัตรสุขอยู่ในระดับบน สูงกว่าฟาร์มคู่แข่งทั่วไปในเขตชุมชนหนองม่วง เนื่องจากฟาร์มสารพัตรมีสายของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าคู่แข่งรายอื่นอันได้แก่ นมสดพาสเจอร์ไรซ์ขวด ซึ่งฟาร์มทั่วไปจะมีแต่นํ้านมดิบ และทางฟาร์มจะเน้นเรื่องของรสชาติ ความสด สะอาดของนํ้านม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในชุมชน ซึ่งทางฟาร์มสารพัตรสุขมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนส่วนผสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดส่วนนี้ ให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการบริโภคนํ้านม



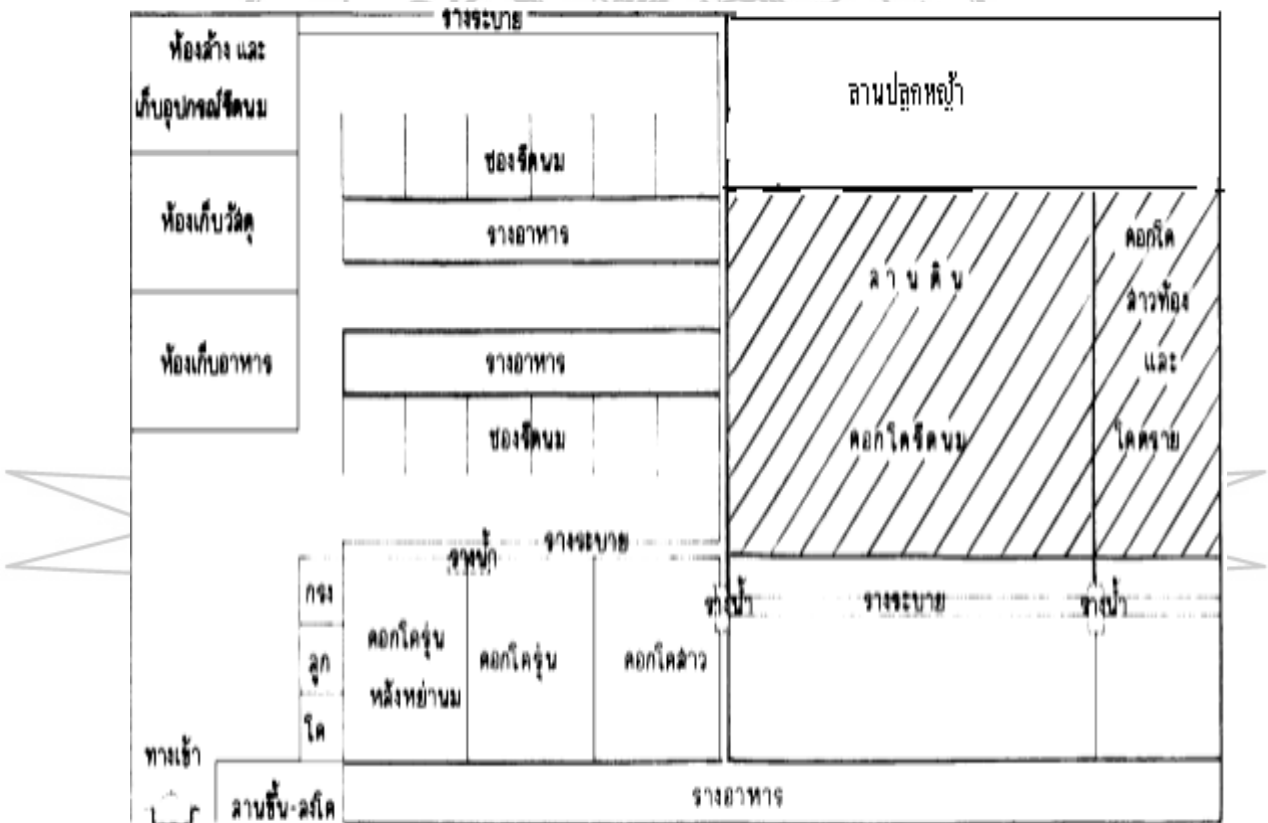
ภาพที่ 3 แสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์

บทที่ 6

แผนการผลิต

สถานประกอบการในการผลิต

ที่ตั้ง : 271 หมู่ 2 ต.หนองม่วง อ.หนองม่วง จ.ลพบุรี
 รายละเอียด : มีเนื้อที่ 20 ไร่ ซึ่งได้เป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1. โรงเลี้ยงวัว 2. โรงแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3. โรงเก็บวัสดุอุปกรณ์ 4. โรงเก็บหญ้า 5. ลานเลี้ยงวัว 6. ลานปลูกหญ้า



ภาพที่ 4 แสดงสถานที่ตั้งการผลิต

เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต

ตารางที่ 6 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่า รวมทั้งสิ้น (บาท)
1	โรงรีดนม	1 โรง	45,000	45,000
2	เครื่องรีดนม	3 เครื่อง	23,000	69,000
3	โรงเก็บและผสมอาหาร	1 โรง	8,000	8,000
4	ถังรีดนม (อลูมิเนียม)	6 ถัง	240	1,440
5	ถังส่งนม	10 ถัง	4,500	45,000
6	ผ้าเช็ดเต้านม	12 ผืน	12.5	150
7	รถกระบะ(มือสอง)	1 คัน	300,000	300,000
8	เครื่องคอมพิวเตอร์	1 เครื่อง	16,000	16,000
9	รถเข็น	1 คัน	2,500	2,500
10	เครื่องตัดหญ้า	1 เครื่อง	7,500	7,500
11	เครื่องชั่ง	1 เครื่อง	2,500	2,500
12	เครื่องสูบน้ำ	1 เครื่อง	6,500	6,500
13	คอก	1 คอก	25,000	25,000
14	ขวดพลาสติกใส่นมพาสเจอร์ไรซ์	150 ใบ	250	250
15	ที่คั้น	20 ไร่	40,000	800,000
16	โต๊ะและเก้าอี้สำนักงาน	1 ชุด	10,000	10,000
17	ตู้เก็บเอกสาร	1 ตู้	5,000	5,000
18	คอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์	1 ชุด	15,000	15,000
19	เครื่องคิดเงิน	1 เครื่อง	2,000	2,000
20	โทรศัพท์และโทรสาร	1 เครื่อง	2,000	2,000
21	เครื่องพาสเจอร์ไรซ์ (มือสอง)	1 เครื่อง	60,000	60,000

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ตารางที่ 7 แสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ปริมาณต่อปี	ราคาต่อหน่วย (บาท)
1	โคนมรีด	21 ตัว	30,000
2	โครูน	6 ตัว	20,000
4	อาหารหยาบ	95,000 กิโลกรัม	2
5	อาหารข้น	25,000 กิโลกรัม	8
6	น้ำตาลทราย	2,000 กิโลกรัม	20
7	น้ำยาคลอรีน	1,000 ซීซี	130
8	เกลือป่น	10 กิโลกรัม	40

กำลังการผลิตน้ำนมดิบ

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	:	600 กิโลกรัม/วัน
อัตราประมาณการในการผลิต	:	600 กิโลกรัม/วัน
เป้าหมายหน่วยการผลิต	:	600 กิโลกรัม/วัน
จำนวนวันที่ใช้ในการผลิตต่อเดือน	:	30 วัน/เดือน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	:	2 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	:	8,000 บาท/เดือน/คน

ความพร้อมในการจัดทำฟาร์มโคนม

ในการประกอบอาชีพเลี้ยงโคนมจะต้องมีปัจจัยหรือส่วนประกอบที่จะต้องพิจารณา ก่อนดำเนินการ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่

1. **ที่ดิน** ความอุดมสมบูรณ์ของดินอาจไม่จำเป็นมากนัก ดินที่เสื่อมสภาพแล้วก็อาจนำมาใช้ประโยชน์ในการปลูกหญ้าเลี้ยงโคนมได้ แต่ในกรณีที่ดินมีความอุดมสมบูรณ์ดีอยู่แล้วก็นับเป็นโชคดีการใส่ปุ๋ยบำรุงดินจะไม่ต้องทำมากนัก

2. **ทำเล** ที่ดินที่จะใช้เลี้ยงโคนมควรจะอยู่ใกล้แหล่งรับซื้อหรือเขตการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม เพื่อที่จะสะดวกในการขนส่งผลผลิตไปจำหน่าย หรือการบริการต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น บริการผสมเทียม หรือการตรวจรักษาสัตว์ที่เจ็บป่วย นอกจากนี้ฟาร์มก็ไม่ควรอยู่ไกลจากชุมชนเกินไป

3. **การคมนาคม** ไม่ควรอยู่ห่างถนนใหญ่เกินไป หรือถ้าอยู่ห่างมากก็ควรจะมีถนนหรือเส้นทางที่สามารถใช้สัญจรได้ทุกฤดูกาลเนื่องจากการเลี้ยงโคนมนั้นจำเป็นจะต้องขนส่งน้ำนมดิบ ซึ่งเป็นผลผลิตออกไปจำหน่ายหรือส่งเข้าโรงงานทุกวัน ถ้าเส้นทางคมนาคมไม่สะดวกหรือถูกตัดขาดแล้ว ย่อมหมายถึงการขาดทุนที่เจ้าของฟาร์มจะได้รับโดยทันที นอกจากนี้เส้นทางคมนาคมยังต้องใช้ในการติดต่อหรือทำธุระในกรณีจำเป็นอีกด้วย

4. **แหล่งน้ำ** น้ำเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเลี้ยงโคนมมาก ไม่ว่าจะใช้ในการทำความสะอาดโรงเรือน สำหรับให้สัตว์ดื่มน้ำ รวมถึงการใช้น้ำทั่วไป ในวันหนึ่งโคหนึ่งตัวจะใช้น้ำทั้งดื่มและทำความสะอาดไม่ต่ำกว่า 150 ลิตร นอกจากนี้น้ำยังจำเป็นสำหรับการปลูกสร้างทุ่งหญ้า ดังนั้น ในที่ดินจึงต้องมีแหล่งน้ำด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็แหล่งน้ำธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง ห้วย หรือแหล่งน้ำที่สร้างขึ้น เช่น อ่างเก็บน้ำหรือบ่อบาดาล

5. **แรงงาน** การเลี้ยงระดับครอบครัวควรมีแรงงานอย่างน้อย 2 คนในการดูแลรับผิดชอบกิจการฟาร์ม เนื่องจากการเลี้ยงโคนมจะต้องมีการรีดนมอย่างต่อเนื่องทุกวันไม่มีวันหยุด ในกรณีที่คนใดคนหนึ่งมีธุระจำเป็นหรือเจ็บป่วยต้องมีคนแทนได้ และเมื่อกิจการขยายใหญ่ขึ้นก็จะต้องใช้แรงงานเพิ่มขึ้น

6. **เงินทุน** การลงทุนในกิจการโคนมเป็นการลงทุนที่ค่อนข้างสูงและได้ผลตอบแทนช้า เนื่องจากการลงทุนในสิ่งถาวรมากซึ่งถ้าเป็นเงินลงทุนที่กู้จากธนาคารก็ต้องเสียดอกเบี้ยเงินลงทุนได้แก่ ค่าปลูกสร้างโรงเรือน ค่าพันธุ์โค ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ รวมถึงเงินทุนหมุนเวียนค่าอาหารชั้นหรืออาหารผสมดังนั้น ผู้ที่จะเริ่มกิจการโคนมจะต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินทุนให้ดี เพื่อที่จะให้ทุนที่ลงไปนั้นคุ้มค่าในการผลิตจริง ๆ

การเลี้ยงและดูแลโครีดนม

แม่โคจะให้นมหรือมีน้ำนมให้รีดก็ต่อเมื่อหลังจากคลอดลูกในแต่ละครั้งซึ่งจะให้นมเป็นระยะยาว สั้น มากน้อยต่างกันขึ้นกับความสามารถของแม่โคแต่ละตัว พันธุ์และปัจจัยอื่น ๆ อีก แต่โดยทั่วไปจะรีดนม ได้ประมาณ 5-10 เดือน นมที่ผลิตควรจะรีดให้ลูกโคกินจนหมดไม่ควรนำส่งเข้าโรงงานเป็นอันขาดและ ควรให้อาหารแก่นมโคอย่างเพียงพอเพื่อแม่โคจะได้ไปสร้างน้ำนมและเสริมสร้างร่างกายส่วนอื่น ๆ ที่ยังไม่ สมบูรณ์ได้อย่างเพียงพอ ภายหลังจากคลอดลูกโดย

เฉลี่ยแล้วประมาณ 30-70 วันหลังจากคลอดคุณแม่จะเริ่มกลับเข้าสู่สภาพปกติ แม่โคจะเริ่มเป็นสัด อีกแต่อย่างไรก็ตามเมื่อแม่โคแสดงอาการเป็นสัดภายหลังคลอด น้อยกว่า 25 วันยังไม่ควรให้ผสม เพราะมดลูกและอวัยวะต่าง ๆ ในระบบสืบพันธุ์เพิ่งฟื้นตัวใหม่ ๆ ยังไม่เข้าสู่ สภาพปกติ ในทางปฏิบัติส่วนใหญ่ควรจะรอให้เป็นสัดครั้งที่ 2 เกิดขึ้นจึงค่อยผสมซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วจะใช้ เวลา ประมาณ 45-72 วัน หลังจากคลอด

การรีดนม

หมายถึงการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อที่จะเอานมออกจากเต้านมของแม่โค นำนม ส่วนมากจะถูกขับ ออกมาโดยการกระตุ้นทางระบบประสาทและฮอร์โมนพร้อม ๆ กันการรีดนม นั้น คือ การทำให้ภายในหัวนม เกิดมีแรงอัดคั้นจนทำให้รูหัวนมเปิดออก นำนมซึ่งอยู่ภายในจึงไหล ออกให้

หลักที่ควรคำนึงถึงและถือปฏิบัติในการรีดนม

1. ควรรีดให้สะอาด
2. ควรรีดให้เสร็จโดยเร็ว
3. ควรรีดให้น้ำนมหมดเต้า

ขั้นตอนการรีดนม

1. การเตรียมอุปกรณ์ ได้แก่ ชุดรีดนมของเครื่องรีด เนื่องจากเครื่องรีดเป็นแบบ pipeline การเตรียมจึงเพียงแค่ล้างหัวรีดซึ่งระบบจะทำการล้างโดยอัตโนมัติ ตรวจสอบความ เรียบร้อยของอุปกรณ์ต่างๆ ว่าอยู่ในสภาพพร้อมที่จะรีดนมหรือไม่ จังหวะการดูด ปล่อย ประมาณ 50-60 รอบต่อนาที เตรียมน้ำยาคลอรีนใส่ถัง ผ้าเช็ดเต้านม 2 ผืนต่อตัว ผ้าเปียกและผ้าแห้ง ถ้วย ตรวจสอบน้ำนม น้ำยา ซี.เอ็ม.ที. เชือก ถังรีดเดี่ยวสำหรับ โคนเป็นเต้านมอีกเสบ น้ำยาจุ่มเต้าหลังรีด

2. การเตรียมตัวโค อาบน้ำโค ทำความสะอาดตัวโคและเต้านม แล้วทำให้ตัวโคแห้ง ด้วยพัดลม ก่อนเข้ารีดนมเพื่อป้องกันน้ำนมสกปรก

3. วิธีการรีด

1. การเตรียมน้ำยาฆ่าเชื้อโดยใช้ยาคลอรีนอย่างเจือจาง

2. การเตรียมอุปกรณ์การรีด ซึ่งรวมถึงผู้ที่ทำการรีด และแม่โคให้เรียบร้อย การเตรียมการต่าง ๆ ควรจัด การให้สะอาดหรือฆ่าเชื้อก่อนด้วยยาคลอรีน
3. ทำความสะอาดตัวโคและบริเวณคลอรีนที่สกปรก
4. ล้างเต้านมด้วยน้ำอุ่นหรือน้ำยาคลอรีน พร้อมกับนวดเข้ดเบา ๆ
5. ก่อนลงมือรีดควรตรวจสอบความผิดปกติของน้ำนมหรือทำการรีดน้ำนมที่ค้างอยู่ในหัวนมทิ้งเสียก่อน
6. ขณะลงมือรีดน้ำควรรีบรีดให้เร็วที่สุดไม่หยุดพักกะให้เสร็จภายใน 5-6 นาที และต้องรีดให้หมดทุกเต้า

4. การล้างทำความสะอาดเครื่องรีด เมื่อรีดนมเสร็จแล้วจะต้องล้างทำความสะอาดทุกส่วนโดยทันที ในส่วนของเครื่องรีดแบบถังเดียวให้ล้างทำความสะอาดด้วยแปรงที่อ่อนนุ่มไม่ทำให้เกิดรอยต่ออุปกรณ์รีดนมต่างๆ ด้วยน้ำยาสำหรับล้างทำความสะอาด เมื่อล้างทำความสะอาดดีแล้วก็นำไปเก็บไว้ในที่สะอาด สำหรับเครื่อง รีดแบบ pipeline ล้างเฉพาะสายด้านนอกของสายลม สายนม ส่วนหัวรีดเครื่องจะล้างให้อัตโนมัต

กระบวนการผลิตนมพลาสเจอร์ไรซ์

1. ตรวจสอบคุณภาพ
2. ต้มในอุณหภูมิ 80 องศาเซลเซียส นาน 1 นาที
3. กรอง และนำเข้าเครื่องโฮโมจิไนส์
4. บรรจุใส่ขวด
5. ฆ่าเชื้อโรคขวดบรรจุโดยแสงอัลตราไวโอเล็ต
6. นำไปเก็บที่อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส

ผลงานได้รับคัดเลือก ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7

แผนการเงิน

ตารางที่ 8 แสดงต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของ เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
<u>1.เงินทุนหมุนเวียน</u>				
1.1เงินสดสำรองการ ดำเนินงาน	2,500,000.00	-	2,000,000.00	500,000.00
รวมเงินทุนหมุนเวียน	2,500,000.00	-	2,000,000.00	500,000.00
<u>2.ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์</u>				
2.1 รถยนต์	300,000.00	-	-	300,000.00
2.2 โรงเก็บและผสมอาหาร	8,000.00	-	-	8,000.00
2.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ใน การผลิต	34,000.00	-	-	34,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	342,000.00	-	0.00	342,000.00
<u>3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</u>				
3.1รายจ่ายในการเตรียมการ	100,000.00	-	-	100,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการ ดำเนินงาน	100,000.00	-	-	100,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	2,942,000.00	-	2,000,000.00	942,000.00
อัตราส่วนหนี้สิน :				
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1.00		0.68	0.32

การชำระคืนเงินกู้รายปี

ตารางที่ 9 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

อัตราดอกเบี้ยต่อปี 7.75%

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ ดอกเบี้ย
1	2,000,000.00	400,000.00	155,000.00	555,000.00
2	1,600,000.00	400,000.00	124,000.00	524,000.00
3	1,200,000.00	400,000.00	93,000.00	493,000.00
4	800,000.00	400,000.00	62,000.00	462,000.00
5	400,000.00	400,000.00	31,000.00	431,000.00
รวม		2,000,000.00	465,000.00	2,465,000.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 10 แสดงประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่าเสื่อม ราคาต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคา (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
ที่ดิน	20	40,000.00	800,000.00			800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00
โรงรีดนม	1	45,000.00	45,000.00	5%	2,250.00	42,750.00	40,500.00	38,250.00	36,000.00	33,750.00
โรงเก็บและผสมอาหาร	1	8,000.00	8,000.00	5%	400.00	7,600.00	7,200.00	6,800.00	6,400.00	6,000.00
รถยนต์	1	300,000.00	300,000.00	20%	60,000.00	240,000.00	180,000.00	120,000.00	60,000.00	1.00
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต	-									
เครื่องรีดนม	3	23,000.00	69,000.00	20%	13,800.00	55,200.00	41,400.00	27,600.00	13,800.00	3.00
ถังรีดนม	6	240.00	1,440.00	20%	288.00	1,152.00	864.00	576.00	288.00	6.00
ถังส่งนม	10	4,500.00	45,000.00	20%	9,000.00	36,000.00	27,000.00	18,000.00	9,000.00	10.00
เครื่องตัดหญ้า	1	7,500.00	7,500.00	20%	1,500.00	6,000.00	4,500.00	3,000.00	1,500.00	1.00
เครื่องขัง	1	2,500.00	2,500.00	20%	500.00	2,000.00	1,500.00	1,000.00	500.00	1.00
เครื่องสูบน้ำ	1	6,500.00	6,500.00	20%	1,300.00	5,200.00	3,900.00	2,600.00	1,300.00	1.00
เครื่องพลาสติกเจอร์ไรซ์	1	60,000.00	60,000.00	20%	12,000.00	48,000.00	36,000.00	24,000.00	12,000.00	1.00
รถเข็น	1	2,500.00	2,500.00	20%	500.00	2,000.00	1,500.00	1,000.00	500.00	1.00
คอก	1	25,000.00	25,000.00	20%	5,000.00	20,000.00	15,000.00	10,000.00	5,000.00	1.00
ผ้าเช็ดเต้านมโค	1	150.00	150.00	20%	30.00	120.00	90.00	60.00	30.00	1.00
รวม	26	131,890.00	219,590.00		24,588.00	98,352.00	73,764.00	49,176.00	24,588.00	26.00

ตารางที่ 10 แสดงประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา(ต่อ)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่าเสื่อม ราคาต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคา (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
เครื่องใช้สำนักงาน										
โต๊ะและเก้าอี้สำนักงาน	1	10,000.00	10,000.00	20%	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	1.00
ตู้เก็บเอกสาร	1	5,000.00	5,000.00	20%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1.00
คอมพิวเตอร์พร้อม อุปกรณ์	1	15,000.00	15,000.00	20%	3,000.00	12,000.00	9,000.00	6,000.00	3,000.00	1.00
เครื่องคิดเงิน	1	2,000.00	2,000.00	20%	400.00	1,600.00	1,200.00	800.00	400.00	1.00
โทรศัพท์และโทรสาร	1	2,000.00	2,000.00	20%	400.00	1,600.00	1,200.00	800.00	400.00	1.00
รวม	5	34,000.00	34,000.00		6,800.00	27,200.00	20,400.00	13,600.00	6,800.00	5.00
รวมทั้งสิ้น	32	465,890.00	1,406,590.00		91,388.00	1,215,902.00	1,121,864.00	1,027,826.00	933,788.00	32.00

ตารางที่ 11 แสดงประมาณการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนสินค้าขาย(กก.หรือขวด)													
น้ำมันดิบ	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	180,000.00
นมพาสเจอร์ไรซ์	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	180,000.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	360,000.00
ราคาสินค้า(บาท/กก./ขวด)													
น้ำมันดิบ	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	216.00
นมพาสเจอร์ไรซ์	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	14.00	168.00
รายได้จากการขาย(บาท)													
น้ำมันดิบ	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	3,240,000.00
นมพาสเจอร์ไรซ์	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	1,800,000.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	5,040,000.00
เงินสดรับการขาย(บาท)	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	5,040,000.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 12 แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย(ชิ้น)		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 7 %	เพิ่ม 7 %
น้ำมันดิบ	180,000.00	190,000.00	200,000.00	210,000.00	220,000.00
นมพาสเจอร์ไรซ์	180,000.00	190,000.00	200,000.00	210,000.00	220,000.00
รวมจำนวนสินค้าที่ ขาย	360,000.00	380,000.00	400,000.00	420,000.00	440,000.00
ราคาสินค้า(บาท/ชิ้น)					
น้ำมันดิบ	18.00	18.00	18.00	20.00	20.00
นมพาสเจอร์ไรซ์	10.00	10.00	10.00	12.00	12.00
รวมสินค้าเฉลี่ย (บาท)	14.00	14.00	14.00	16.00	16.00
รายได้จากการขาย (บาท)					
น้ำมันดิบ	3,240,000.00	3,420,000.00	3,600,000.00	4,200,000.00	4,400,000.00
นมพาสเจอร์ไรซ์	1,800,000.00	1,900,000.00	2,000,000.00	2,520,000.00	2,640,000.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	5,040,000.00	5,320,000.00	5,600,000.00	6,720,000.00	7,040,000.00
เงินสตรับการขาย (บาท)	5,040,000.00	5,320,000.00	5,600,000.00	6,720,000.00	7,040,000.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (หน่วย)		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %
ขวดพลาสติกใส่นมพาสเจอร์ไรซ์	180,000.00	190,000.00	200,000.00	210,000.00	220,000.00
อาหารหยาบ	90,000.00	95,000.00	100,000.00	105,000.00	110,000.00
อาหารชั้น	31,500.00	33,250.00	35,000.00	36,750.00	38,500.00
น้ำตาลทราย	1,575.00	1,662.50	1,750.00	1,837.50	1,925.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง (บาท/หน่วย)					
ขวดพลาสติกใส่นมพาสเจอร์ไรซ์	1.50	1.50	1.50	2.00	2.00
อาหารหยาบ	2.00	2.00	2.00	2.50	2.50
อาหารชั้น	8.00	8.00	8.00	8.50	8.50
น้ำตาลทราย	20.00	20.00	20.00	22.00	22.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)					
ขวดพลาสติกใส่นมพาสเจอร์ไรซ์	270,000.00	285,000.00	300,000.00	420,000.00	440,000.00
อาหารหยาบ	180,000.00	190,000.00	200,000.00	262,500.00	275,000.00
อาหารชั้น	252,000.00	266,000.00	280,000.00	312,375.00	327,250.00
น้ำตาลทราย	31,500.00	33,250.00	35,000.00	40,425.00	42,350.00
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	702,000.00	741,000.00	780,000.00	994,875.00	1,042,250.00
บวก ค่าขนส่งเข้า	10,000.00	11,000.00	12,000.00	13,000.00	14,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	712,000.00	752,000.00	792,000.00	1,007,875.00	1,056,250.00
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	-	71,200.00	75,200.00	79,200.00	100,787.50
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	71,200.00	75,200.00	79,200.00	100,787.50	105,625.00
วัตถุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต	640,800.00	748,000.00	788,000.00	986,287.50	1,051,412.50
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต(บาท)	712,000.00	752,000.00	792,000.00	1,007,875.00	1,056,250.00

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า(บาท)					
ค่าวัสดุดิบทางตรงในการผลิต สินค้า	208,800.00	292,000.00	308,000.00	411,412.50	449,162.50
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิต สินค้า	3,360,000.00	3,540,000.00	3,720,000.00	3,900,000.00	4,080,000.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	432,000.00	456,000.00	480,000.00	574,875.00	602,250.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า	4,000,800.00	4,288,000.00	4,508,000.00	4,886,287.50	5,131,412.50
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและ อุปกรณ์	24,588.00	24,588.00	24,588.00	24,588.00	24,562.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการ ผลิต	24,588.00	24,588.00	24,588.00	24,588.00	24,562.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	4,025,388.00	4,312,588.00	4,532,588.00	4,910,875.50	5,155,974.50
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	402,538.80	431,258.80	453,258.80	491,087.55
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	402,538.80	431,258.80	453,258.80	491,087.55	515,597.45
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	3,622,849.20	4,283,868.00	4,510,588.00	4,873,046.75	5,131,464.60
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	4,000,800.00	3,996,000.00	4,200,000.00	4,474,875.00	4,682,250.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 15 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	204,000.00	214,000.00	224,000.00	234,000.00	244,000.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	38,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	20,000.00	20,000.00	20,000.00	21,000.00	21,000.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	10,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
ค่าใช้จ่ายค่านายหน้า	20,000.00	21,000.00	22,000.00	23,000.00	24,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เริ่มแรก	100,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	402,000.00	300,000.00	311,000.00	323,000.00	334,000.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและ บริหาร					
ค่าเสื่อมราคารถยนต์	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	59,999.00
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,795.00
รวมค่าเสื่อมราคา	66,800.00	66,800.00	66,800.00	66,800.00	66,794.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	468,800.00	366,800.00	377,800.00	389,800.00	400,794.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	402,000.00	300,000.00	311,000.00	323,000.00	334,000.00

ตารางที่ 16 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	5,040,000.00	5,320,000.00	5,600,000.00	6,720,000.00	7,040,000.00
รวมรายได้	5,040,000.00	5,320,000.00	5,600,000.00	6,720,000.00	7,040,000.00
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	3,622,849.20	4,283,868.00	4,510,588.00	4,873,046.75	5,131,464.60
กำไรขั้นต้น	1,417,150.80	1,036,132.00	1,089,412.00	1,846,953.25	1,908,535.40
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	468,800.00	366,800.00	377,800.00	389,800.00	400,794.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหัก ดอกเบี้ยจ่าย	948,350.80	669,332.00	711,612.00	1,457,153.25	1,507,741.40
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	155,000.00	124,000.00	93,000.00	62,000.00	31,000.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษี เงินได้	793,350.80	545,332.00	618,612.00	1,395,153.25	1,476,741.40
หัก - ภาษีเงินได้	118,670.16	62,866.40	71,322.40	263,145.98	278,322.42
กำไรสุทธิ	674,680.64	482,465.60	547,289.60	1,132,007.28	1,198,418.98
กำไรสะสม	674,680.64	1,157,146.24	1,704,435.84	2,836,443.12	4,034,862.10

ตารางแสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา คำนวณจ่ายตามจริง

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	948,350.80	669,332.00	711,612.00	1,457,153.25	1,507,741.40
(หัก)ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เงินได้พึงประเมินสุทธิ	918,350.80	639,332.00	681,612.00	1,427,153.25	1,477,741.40
ช่วงภาษี0-150,000 ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี150,000-500,000 อัตราภาษี 10%	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20%	83,670.16	27,866.40	36,322.40	100,000.00	100,000.00
ช่วงภาษี1,000,001-4,000,000 อัตรา ภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	128,145.98	143,322.42
ช่วงภาษี4,000,000 บาทขึ้นไป อัตรา ภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	118,670.16	62,866.40	71,322.40	263,145.98	278,322.42

ตารางที่ 17 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	5,040,000.00	5,320,000.00	5,600,000.00	6,720,000.00	7,040,000.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(536,490.00)	(293,350.00)	(309,350.00)	(430,350.00)	388,400.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(4,000,800.00)	(3,996,000.00)	(4,200,000.00)	(4,474,875.00)	(4,682,250.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(402,000.00)	(300,000.00)	(311,000.00)	(323,000.00)	(334,000.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	(118,670.16)	(62,866.40)	(71,322.40)	(263,145.98)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	100,710.00	611,979.84	716,783.60	1,420,452.60	2,149,004.03
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในรถยนต์	(300,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	(8,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(34,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(342,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	2,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	500,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(555,000.00)	(524,000.00)	(493,000.00)	(462,000.00)	(431,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	1,945,000.00	(524,000.00)	(493,000.00)	(462,000.00)	(431,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	2,045,710.00	87,979.84	223,783.60	958,452.60	1,718,004.03
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	2,045,710.00	2,133,689.84	2,357,473.44	3,315,926.04
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	2,045,710.00	2,133,689.84	2,357,473.44	3,315,926.04	5,033,930.07

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	2,045,710.00	2,133,689.84	2,357,473.44	3,315,926.04	5,033,930.07
สินค้าคงเหลือ	473,738.80	506,458.80	532,458.80	591,875.05	621,222.45
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,519,448.80	2,640,148.64	2,889,932.24	3,907,801.09	5,655,152.52
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์-สุทธิ	1,215,902.00	1,121,864.00	1,027,826.00	933,788.00	32.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,215,902.00	1,121,864.00	1,027,826.00	933,788.00	32.00
รวมสินทรัพย์	3,735,350.80	3,762,012.64	3,917,758.24	4,841,589.09	5,655,184.52
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	118,670.16	628,664.40	713,224.40	263,145.98	278,322.42
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	0.00	0.00	0.00	0.00	400,000.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	118,670.16	628,664.40	713,224.40	263,145.98	678,322.42
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	2,000,000.00	1,600,000.00	1,200,000.00	800,000.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	2,000,000.00	1,600,000.00	1,200,000.00	800,000.00	0.00
รวมหนี้สิน	2,118,670.16	1,662,866.40	1,271,322.40	1,063,145.98	678,322.42
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน-นางสาวสาวิตรี	942,000.00	942,000.00	942,000.00	942,000.00	942,000.00
กำไรสะสม	674,680.64	1,157,146.24	1,704,435.84	2,836,443.12	4,034,862.10
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,616,680.64	2,099,146.24	2,646,435.84	3,778,443.12	4,976,862.10
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,735,350.80	3,762,012.64	3,917,758.24	4,841,589.09	5,655,184.52

ตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	21.23	42.00	40.52	14.85	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	17.24	33.94	33.05	12.60	-
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	9.00	9.93	9.95	9.92	9.95
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	36.74	36.68	36.78	36.67
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	22.95	24.23	25.50	30.60	32.06
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	1.35	1.41	1.43	1.39	1.24
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt Ratio)	0.84	0.63	0.44	0.27	0.12
อัตราส่วนแห่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	1.31	0.79	0.48	0.28	0.14
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	6.12	5.40	7.65	23.50	48.64
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	18.06	12.82	13.97	23.38	21.19
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	41.73	22.98	20.68	29.96	24.08
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	28.12	19.48	19.45	27.48	27.11
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	18.82	12.58	12.71	21.68	21.42
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	189,454.37				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	10.01%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	4 ปี 1 เดือน				

บทที่ 8

แผนฉุกเฉิน

ตารางที่ 20 แสดงลักษณะปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้น และแนวทางในการแก้ไข

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	การแย่งปริมาณนมและผลักนมออกของสหกรณ์ในบางช่วง ก่อให้เกิดการไหลของนมไปๆ มาๆ ทำให้การวางแผนรับทำได้ลำบาก	ไม่สามารถวางแผนในการกำหนดปริมาณนมที่จะผลิตให้ได้ อย่างแน่นอน ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือสหกรณ์ได้	เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ และสร้างเครือข่ายในการเลี้ยงโคนม
2	ขาดบุคลากรที่มีความรู้ที่จะทำงานตามแผน เช่น การตลาด การรวบรวมข้อมูล การปรับปรุงพันธุ์ การปรับปรุงการเลี้ยงให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมคุณภาพนม	เกิดปัญหาในการวางแผนงานไม่สามารถปฏิบัติตามแผนงานได้	เข้ารับการอบรมในการพัฒนาระบบการจัดการฟาร์มกับสหกรณ์ชุมชน หรือหาบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเข้ามาจัดการ
3	ขาดเงินทุนในการจัดการให้มีประสิทธิภาพ	สินค้าไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	มีหน่วยงานของรัฐสนับสนุนสหกรณ์โดยมีกองทุนให้กู้ ดอกเบี้ยต่ำ มีกฎหมายควบคุมและให้ผลประโยชน์แก่สหกรณ์โดยเฉพาะ

ตาราง (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
4	ในชุมชนมีฟาร์มโคนมที่ขาย นํ้านมดิบเป็นจำนวนมาก	ในช่วงแรกสินค้ายังไม่ เป็นที่ยอมรับของคนใน ชุมชน เนื่องจากเป็นฟาร์ม ที่เป็ดใหม่	1. ใช้กลยุทธ์การ ส่งเสริมด้านการตลาด เช่น ในช่วงแรกมีการ แจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ให้คัมพรีในปริมาณ เล็กน้อย 2. โฆษณาผ่านวิทยุ ชุมชน เป็นต้น
5	ฝ่ายผลิต ผลิตสินค้าได้ไม่ ทันตามที่กำหนดไว้	ไม่มีสินค้าจำหน่าย	กำหนดข้อตกลงว่า หากผลิตไม่ทันจะต้อง เสียค่าปรับ
6	แม่โครีดให้นํ้านมได้ไม่มาก	จำนวนนํ้านมดิบลดลง	หมั่นตรวจสุขภาพโค ทุกวันฉีดยาบำรุงให้โค
7	พนักงานคนสำคัญของ กิจการลาออก	ทำให้งานติดขัด	ฝึกพนักงานให้ สามารถทำงานแทน กันได้ มีการหมุนเวียน งานภายในกิจการ
8	นํ้ามันขึ้นราคาสูงขึ้น	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง ขึ้น	วางแผนในการส่งมอบ โดย การกำหนด เส้นทางที่เหมาะสม มากขึ้น
9	รถที่ใช้ขนส่งเกิดความเสี หายไม่สามารถใช้งานได้	ไม่สามารถส่งนํ้านมดิบ และนมพาสเจอร์ไรซ์ให้ กลุ่มลูกค้าได้ตามกำหนด	ตรวจเครื่องทุกครั้ง ก่อนใช้งานและหมั่น ดูแลบำรุงรักษารถ

บทที่ 9

แนวทางปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ตารางที่ 21 แนวทางปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องการปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการฟาร์มให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	เข้ารับการอบรมของสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และ เปิดรับข่าวสารให้ทันยุคทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	สามารถบริหารจัดการฟาร์มให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน
2	ส่งเสริมทางการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	โฆษณาในคลื่นวิทยุชุมชน และอินเทอร์เน็ต	มีคนรู้จักสินค้ามากขึ้น
3	เพิ่มศักยภาพในการผลิต	เข้ารับการอบรมในเรื่องการผลิตน้ำมันดิบของสหกรณ์เกษตรในท้องที่	เพิ่มจำนวนน้ำมันดิบได้มากขึ้นกว่าเดิมส่งผลให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่
4	ควบคุมคุณภาพการผลิต	มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานทั้งรสชาติและความสะอาด มีแผนในการปฏิบัติงานที่ชัดเจนระดับปริญญา	สินค้ามีคุณภาพเป็นมาตรฐานลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ช่วยลดต้นทุนจากการมีสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน
5	ลดค่าใช้จ่ายน้ำมัน	วางแผนการส่งมอบที่ดี แบ่งเป็นสายตามความเหมาะสมกับเส้นทางนั้น	ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันรถของกิจการลดลง
6	เก็บฐานข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าให้มีระเบียบง่ายต่อการค้นหา	นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการเก็บข้อมูล	สามารถเรียกดูข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว

ตาราง (ต่อ)

ลำดับ	งานที่ต้องการปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
7	จัดทำรายการบัญชีอย่างถูกต้องและเก็บให้มีระเบียบง่ายต่อการค้นหา	ใช้โปรแกรมมาช่วยในการคำนวณและเก็บข้อมูลไว้ในคอมพิวเตอร์	ทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและสามารถเรียกดูข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- จำเนียร รัตตโน. ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม. นนทบุรี : สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์, 2546: 9-18
- ธีรศักดิ์ พลบำรุง. การเลี้ยงโคนม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2545
- วิจิตรา ประเสริฐธรรม. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2548
- วิโรจน์ ภัทรจินดา. โคนม. ขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2546:33-338
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและเท็กซ์ จำกัด, 2541
- สุทธยา สุขสม. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏนครสวรรค์, 2544
- อุทัย หนูแดง. เกษตรธุรกิจครัวเรือน วัฒนธรรมแบบชาวบ้าน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรไทย, 2543: 5

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาควิชา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและสรุป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 1	ข้อมูลส่วนบุคคล	สำหรับผู้วิจัย
1. เพศ	() ชาย () หญิง	1. []
2. อายุ	() น้อยกว่า 20 ปี () 20-29 ปี () 30-39 ปี () 40 ปีขึ้นไป	2. []
3. สถานะภาพ	() โสด () สมรส () อื่นๆ โปรดระบุ _____	3. []
4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (เลือกระดับการศึกษาสูงสุดเพียง 1 ข้อ)	() ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า () ปวช. () ปวส. หรือ อนุปริญญา () ปริญญาตรี หรือสูงกว่า () อื่นๆ โปรดระบุ _____	4. []
5. อาชีพ	() ข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน () กิจการส่วนตัว () อื่นๆ โปรดระบุ _____	5. []
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน	() น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท () 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท () 40,001 – 50,000 บาท () 50,001 บาท ขึ้นไป	6. []
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่าน)	() 1-3 คน () 4-6 คน () 6 คน ขึ้นไป	7. []
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกผลิตภัณฑ์จากโลของผู้บริโภค		
8. ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาท่านเคยดื่มน้ำนมหรือไม่	() เคย () ไม่เคย	8. []
9. โดยปกติท่านดื่มน้ำนมเฉลี่ยจำนวน _____ แก้ว/สัปดาห์ (แก้วขนาด 250ml)		9. []
10. จำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่านที่ดื่มน้ำนมมีจำนวน _____ คน (รวมตัวท่านด้วย)		10. []
11. ท่านตัดสินใจซื้อน้ำนมด้วยตนเองหรือไม่	() ใช่ () ไม่ใช่ คนตัดสินใจซื้อคือ _____	11. []

12. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน

12. []

	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.รสชาติเนียนม					
2.ความเข้มข้นของน้ำนม					
3.มีโปรตีนสูง					
4.ความสะอาด					
5.การรับรองคุณภาพ อ.ย.					
6.ระยะเวลาการหมดอายุ					
7.ความสะดวกในการบริโภค					
8.ราคาที่เหมาะสม					
9.ความหลากหลายของขนาดบรรจุ					
10.รูปแบบของบรรจุภัณฑ์					
11.ความสะดวกในการหาซื้อ					
12.การส่งเสริมการขาย					

13. รายการส่งเสริมการขายต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยเพียงไร

13. []

รายการส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีส่วนลด					
2. มีของแถม					
3. มีการสะสมแต้ม					
4. ชิงโชครางวัล					
5. อื่นๆ โปรดระบุ _____					

14. โดยปกติท่านซื้อน้ำนมจากสถานที่ใดบ้าง (โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ 5 อันดับ)

14. []

- | | |
|--|--------------------------------|
| () Supermarket เช่น TOP Supermarket | () ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-11 |
| () แผงลอย | () งานแสดงสินค้าต่างๆ |
| () ร้านอาหารและภัตตาคารศูนย์อาหาร (Food center) | |
| () Hyper Mart เช่น Lotus, Big C, Carrefour, Makro | () อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

15. ท่านซื้อนมขนาดใดบ่อยที่สุด

15. []

- | | |
|----------------|--------------------------|
| () ขนาด 250ml | () ขนาด 420ml |
| () ขนาด 750ml | () อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

16. ท่านคิดว่าราคาต่อหน่วยของนมต่อไปนี้เหมาะสมหรือไม่

ขนาด 250 ml ราคา 12 บาท () เหมาะสม () ไม่เหมาะสม เพราะ _____

ขนาด 420 ml ราคา 25 บาท

ขนาด 750 ml ราคา 42 บาท

16. []

17. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับตัวคุณเองในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

สินค้า	มากกว่า 1 ครั้ง/เดือน	1-3 เดือน/ ครั้ง	4-6 เดือน/ ครั้ง	7-11 เดือน/ครั้ง	ไม่เคยซื้อ เลย
1. นำนมดิบ					
2. นมพาสเจอร์ไรซ์					

17. []

18. ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับตัวคุณเองในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

สินค้า	1 โหล	2-4 โหล	5-7 โหล	8-10 โหล	มากกว่า 11 โหล	ไม่เคยซื้อ เลย
1. นำนมดิบ						
2. นมพาสเจอร์ไรซ์						

18. []

19. ท่านซื้อนมไปให้ใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ตัวเอง

() สมาชิกในบ้าน

() เพื่อน

() อื่นๆ โปรด

19. []

ระบุ _____

“ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างสูง”

สรุปแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถามในเขตอำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี จำนวน 100 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากนั้นได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อที่จะทราบถึง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โค จากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้แบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.)	เพศ แบ่งออกเป็น	
	● เพศชาย	ร้อยละ 39.00
	● เพศหญิง	ร้อยละ 61.00
2.)	อายุ แบ่งออกเป็น	
	● อายุน้อยกว่า 20 ปี	ร้อยละ 63.75
	● อายุ 20-29 ปี	ร้อยละ 32.5
	● อายุ 30-39 ปี	ร้อยละ 2.5
	● อายุ 40 ปีขึ้นไป	ร้อยละ 1.25
3.)	สถานะภาพ แบ่งเป็น	
	● โสด	ร้อยละ 23.56
	● สมรส	ร้อยละ 53.23
	● อื่นๆ	ร้อยละ 23.21
4.)	ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น	
	● ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	ร้อยละ 13.75
	● มัธยมศึกษาตอนต้น	ร้อยละ 5
	● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ร้อยละ 53.75
	● ปวช.	ร้อยละ 6.25
	● ปวส. หรือ อนุปริญญา	ร้อยละ 17.5
	●ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	ร้อยละ 3.75
5.)	อาชีพ แบ่งออกเป็น	
	● ข้าราชการ	ร้อยละ 21.25
	● พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ร้อยละ 23.75

- พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 45
 - กิจการส่วนตัว ร้อยละ 6.25
 - อื่นๆ ร้อยละ 3.75
- 6.) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบ่งออกเป็น
- น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 34.38
 - 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 32.71
 - 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 23.34
 - 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 2.45
 - 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 5.87
 - 50,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 1.25
- 7.) จำนวนสมาชิกในครอบครัว แบ่งออกเป็น
- 1 - 3 คน ร้อยละ 35
 - 4 - 6 คน ร้อยละ 52
 - 6 คน ขึ้นไป ร้อยละ 13

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกผลิตภัณฑ์จากโคของผู้บริโภค

- 8.) ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาท่านเคยดื่มน้ำนมหรือไม่
- เคย ร้อยละ 91.25
 - ไม่เคย ร้อยละ 8.75

9.) โดยปกติดื่มน้ำนมเฉลี่ยจำนวน 14 แก้ว/สัปดาห์ (แก้วขนาด 250 ml)

10.) จำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่านที่ดื่มน้ำนมมีจำนวน 4 คน (รวมตัวท่านด้วย)

11.) ท่านตัดสินใจซื้อน้ำนมด้วยตนเองหรือไม่

- ใช่ ร้อยละ 81.25
- ไม่ใช่ ร้อยละ 18.75

12.) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พบว่ารสชาติของน้ำนมและความสะอาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ส่วนราคาที่เหมาะสมหรือการรับรองคุณภาพ อ.ย. มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองลงมา

13.) รายการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อใหม่นั้น คือ การมีส่วนลด และการมีของแถม ส่วนการสะสมแต้มและการชิงโชครางวัล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รองลงมา

14.) สถานที่ที่ซื้อน้ำนม โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ 5 อันดับ ได้แก่ ร้านค้าสะดวกซื้อ รองลงมา ได้แก่ Supermarket แผงลอย ร้านอาหารและภัตตาคารศูนย์อาหาร (Food center) และ Hyper Mart เช่น Lotus, Big C, Carrefour, Makro

15.) ขนาดของนมที่ซื้อบ่อยที่สุด แบ่งออกเป็น

- ขนาด 250 ml ร้อยละ 53.26
- ขนาด 420 ml ร้อยละ 45.32
- ขนาด 750ml ร้อยละ 1.42

16.) ราคาต่อหน่วยของนมที่คิดว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม แบ่งออกเป็น

- เหมาะสม ร้อยละ 89.11
- ไม่เหมาะสม ร้อยละ 10.89

17.) การศึกษาความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์โคสำหรับตัวคุณเองในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างพบว่ามี การซื้อ

- น้านมดิบ เฉลี่ย 7 สัปดาห์ต่อครั้ง
- นมพาสเจอร์ไรซ์ เฉลี่ย 3 สัปดาห์ต่อครั้ง

18.) การศึกษาปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์โคในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาพบว่ามี การซื้อ

- น้านมดิบ เฉลี่ย 17 กิโลกรัมต่อคน
- นมพาสเจอร์ไรซ์ เฉลี่ย 24 โหลต่อคน

19.) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โคพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อจะซื้อไปให้

- ตัวเอง ร้อยละ 75
- สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 15
- เพื่อน ร้อยละ 10



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ระเบียบวิธีการเลี้ยงดูโคนม

การเลี้ยงดูลูกโค

นมน้ำเหลือง คือน้ำนมที่ผลิต ออกมาจากแม่โคในระยะแรกคลอดจะผลิตออกมานานประมาณ 2-5 วัน ต่อจากนั้นก็เปลี่ยนเป็นนมธรรมดา ลักษณะของนมน้ำเหลืองจะมีสีขาวปนเหลือง มีรสขม มีคุณสมบัติคือ จะมีภูมิคุ้มโรค อีกทั้งช่วยป้องกันโรคที่ เกิดกับระบบลำไส้และผิวหนังและยังเป็นยาระบายท้องอ่อน ๆ ของลูกโคได้อีกด้วย มีคุณค่าทางอาหารสูงเมื่อ ลูกโคคลอดมาใหม่ ๆ ควรแยกลูกโคออกจากแม่โคทันที และควรจะให้กินนมน้ำเหลืองจากแม่โคภายใน 6 ชั่วโมงหลังคลอด เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงโดยเร็ว ลูกโคควรได้กินนมน้ำเหลืองราว 2-5 วัน ให้กินวันละ 2 เวลา เช้า, เย็น

วิธีเลี้ยงลูกโคระยะแรกอาจปฏิบัติได้ดังนี้

นมแม่ ให้ลูกโคกินต่อหลังจากนมน้ำเหลืองหมดจนลูกโคอายุได้ 1 เดือน (4 สัปดาห์) แล้วจึงให้กินนมเทียม หรือนมผงละลายน้ำต่อจนอายุได้ 3-4 เดือน (12-16 สัปดาห์) จึงหย่านม นมเทียม หรือนมผงละลายน้ำ สำหรับการเลี้ยงลูกโคเพศเมีย ควรให้กินต่อจากนมแม่เมื่ออายุได้ 1 เดือน (4 สัปดาห์) แต่สำหรับลูกโคเพศผู้ ควรให้กินนมแม่อย่างน้อย 1 สัปดาห์ จึงเริ่มให้กินนมเทียม หรือนมผง ละลายน้ำ สำหรับการผสมนมเทียม หรือนมผงละลายน้ำเราอาจใช้การผสมในอัตราส่วน 1 ต่อ 7 ถึง 10 ส่วน แต่ที่นิยมใช้คือ 1 ต่อ 8 หรือ 1 ต่อ 9 ส่วน ตัวอย่างเช่นถ้าใช้นมผง 1 กิโลกรัมก็ต้องผสมน้ำ 8 กิโลกรัม หรือ ถ้าใช้นมผง ๗ กิโลกรัม ก็ต้องผสมน้ำ 4 กิโลกรัม ในการผสมแต่ละครั้งควรคนให้เข้ากัน และต้องเติมน้ำมัน ตับปลาหรือวิตามินลงไปด้วยการผสมนมผงแต่ละครั้งอย่างน้อยแค่วัน ขึ้นอยู่กับท่านมีลูกโคจำนวนมาก น้อยเพียงใด

การทำเครื่องหมาย

ลูกโคที่เกิดออกมาโดยมีพ่อและแม่พันธุ์เดียวกัน พ่อตัวเดียวกันก็ย่อมจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เมื่อโตขึ้น อาจจะสับสนไม่ได้ หรือจำผิดพลาดได้ว่าเกิดเมื่อไร พ่อแม่ชื่ออะไร หรือเบอร์อะไร และเมื่อทำการซื้อ-ขาย จะทำประวัติก็เป็นการยุ่งยากลำบาก ดังนั้นลูกโคจึงจำเป็นที่จะต้องทำเครื่องหมายเพื่อแสดงให้ทราบว่าเกิดจากพ่อแม่พันธุ์อะไร เบอร์อะไร เมื่อไหร่ ซึ่งจะเป็นการสะดวกในการทำประวัติ และป้องกันรักษาโรค ซึ่งอาจทำได้หลายวิธีด้วยกันอาทิเช่น ทำเครื่องหมายโดยตัดหู ตีเบอร์ติดหู ตีเบอร์ไฟ หรืออื่น ๆ เป็นต้น และเมื่อลูกโคอายุได้ประมาณ 3-6

ตับค้ำหรือประมาณ 1-2 เดือน ก็ควรทำการจีเขาเพื่อทำให้มีเขาอันจะเป็นอันตรายต่อฝูงโคหรือเจ้าของสัตว์เองได้

การเลี้ยงโครุ่น-โคสาว

เมื่อลูกโคอายุได้ 4 เดือน ระบบการย่อยได้พัฒนาดีขึ้นในช่วงนี้อัตราการตายจะต่ำ หรืออาจจะกล่าวได้ว่าพ้นช่วงระยะอันตรายแล้วจากระยะนี้ถึงระยะโครุ่น คืออายุประมาณ 180-205 วัน (น้ำหนักประมาณ 120-150 กิโลกรัม) ซึ่งระยะนี้ถึงระยะโครุ่น คืออายุประมาณ 180-205 วัน (น้ำหนักประมาณ 120-150 กิโลกรัม) ซึ่ง ระยะนี้โคจะสามารถกินหญ้าได้ดีแล้ว จากนั้นก็จะถึงระยะการเป็นโคสาว (น้ำหนักประมาณ 200-250 กิโลกรัม) ต่อไปก็จะถึงระยะเกณฑ์ผสมพันธุ์ คืออายุได้ประมาณ 18-22 เดือน (น้ำหนักประมาณ 250 กิโลกรัม หรือประมาณ 60-70% ของน้ำหนักเมื่อโตเต็มที่) ในช่วงดังกล่าวนี้ โคจะเจริญอย่างรวดเร็ว ควรเพิ่มอาหารผสมให้บ้างเป็นวันละ 1-2 กิโลกรัม และให้หญ้ากินเต็มที่ ในกรณีที่เลี้ยงแบบปล่อยลงใน แปลงหญ้าก็จะเป็นการดียิ่งขึ้น เพราะโคได้ออกกำลังกายและยังเป็นการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและแรงงาน ได้มากอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามในการให้อาหารผสม (อาหารข้น) แก่โครุ่น-โคสาว ในปริมาณมากนัก เท่าใดนั้นให้พิจารณาถึงคุณภาพของหญ้าที่มีอยู่ในขณะนั้นเป็นสำคัญ

การเลี้ยงและดูแลโครีดนม

แม่โคจะให้นมหรือมีน้ำนมให้รีดก็ต่อเมื่อหลังจากคลอดลูกในแต่ละครั้งซึ่งจะให้นมเป็นระยะยาว, สั้น มากน้อยต่างกันขึ้นกับความสามารถของแม่โคแต่ละตัว, พันธุ์และปัจจัยอื่น ๆ อีก แต่โดยทั่วไปจะรีดนม ได้ประมาณ 5-10 เดือน นมน้ำเหลืองควรจะรีดให้ลูกโคกินจนหมดไม่ควรนำส่งเข้าโรงงานเป็นอันตรายและ ควรให้อาหารแก่นมโคอย่างเพียงพอเพื่อแม่โคจะได้ไปสร้างน้ำนมและเสริมสร้างร่างกายส่วนอื่น ๆ ที่ยังไม่ สมบูรณ์ได้อย่างเพียงพอ ภายหลังจากคลอดลูกโดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 30-70 วันหลังจากคลอดนมลูกจะ เริ่มกลับเข้าสู่สภาพปกติ แม่โคจะเริ่มเป็นสัดอีกแต่อย่างไรก็ตามเมื่อแม่โคแสดงอาการเป็นสัดภายหลังคลอด น้อยกว่า 25 วันยังไม่ควรให้ผสม เพราะมดลูกและอวัยวะต่าง ๆ ในระบบสืบพันธุ์เพิ่งฟื้นตัวใหม่ ๆ ยังไม่เข้าสู่ สภาพปกติ ในทางปฏิบัติส่วนใหญ่ควรจะรอให้เป็นสัดครั้งที่ 2 เกิดขึ้นจึงค่อยผสมซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วจะใช้ เวลาประมาณ 45-72 วัน หลังจากคลอด

การเป็นสัตกคืออะไร

การเป็นสัตกคือการที่สัตว์ตัวเมียยอมให้ผสมพร้อม ๆ กันจะมีการตกไข่เกิดขึ้น (โคนม ลูกผสมส่วนมากจะมี อายุเข้าสู่วัยหนุ่มสาวประมาณ 1-2 ปีโดยเฉลี่ย) โคนเป็นสัตกก็หมายถึงโคนที่เริ่มจะเป็นสาวแล้วพร้อมที่จะได้ รับการผสมโดยวิธีใดวิธีหนึ่งซึ่งอาจเป็นการผสมเทียม หรือผสมแบบธรรมชาติก็ได้ แล้วแต่ความสะดวกหรือ ความต้องการของผู้เป็นเจ้าของ การเป็นสัตกของโคนแต่ละรอบจะห่างกันประมาณ 21 วัน และในแต่ละครั้ง ของการเป็นสัตกแล้วประมาณ 14 ชั่วโมง ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการผสมคือระยะก่อนที่ไข่ จะตกเล็กน้อย โดยทั่ว ๆ ไปเจ้าของ สัตว์อาจจะพบหรือสังเกตเห็นสัตกของตนเป็นสัตกในเวลาเย็นหรือตอน กลางคืนหรืออาจจะพบเมื่อ ใกล้ถึงตอนปลายของการเป็นสัตกแล้ว ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลในทางปฏิบัติอาจแนะนำ พอเป็นแนวทาง ในการปฏิบัติคือ ถ้าเห็นโคนเป็นสัตกตอนเช้าก็ควรจะผสมอย่างช้าตอนบ่ายวันเดียวกัน และถ้า เห็น โคนเป็นสัตกตอนบ่ายหรือเย็นก็ควรจะผสมอย่างช้าเช้าวันรุ่งขึ้น

การสังเกตการเป็นสัตกในโคนตัวเมีย

เจ้าของสัตว์อาจสังเกตหรือพบเห็นอาการของโคนที่เป็นสัตกจากอาการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจแสดงออกมา พร้อม ๆ กัน ให้เห็น ได้ดังนี้

1. ส่งเสียงร้องที่ผิดปกติ
2. เครื่องเพศบวมแดง
3. ปัสสาวะถี่
4. มีน้ำเมือกใสและเหนียวไหลออกมาจากช่องคลอด หรือเลอะบริเวณก้นทั้งสองข้าง
5. ไม่สนใจอาหารหรือกินอาหารน้อยทั้งอาหารข้นและหญ้า
6. ถ้าเป็นแม่โคนที่กำลังให้นมจะพบว่าน้ำนมลดลง
7. จิ้นจี้ตัวอื่นหรือยอมให้ตัวอื่นจิ้น
8. สังเกตที่ดวงตาจะเห็นม่านตาเบิกกว้างบ่อยครั้งกว่าปกติส่อให้เห็นการตื่นตัวและตื่นเต้นง่าย

การผสมเทียม

การผสมเทียม หมายถึงการรีดน้ำเชื้อจากสัตว์พ่อพันธุ์แล้วนำไปฉีดเข้าใน อวัยวะของสัตว์ตัวเมียนั้น แสดงอาการของการเป็นสัตกแล้วทำให้เกิดการตั้งท้องแล้วคลอด ออกมาตามปกติ

ประโยชน์ของการผสมเทียม

1. ทำให้ประหยัดพ่อพันธุ์เมื่อรีดเก็บน้ำเชื้อจากสัตว์พ่อพันธุ์ได้แต่ละครั้ง สามารถนำมาละลายน้ำเชื้อ แล้วแบ่งใช้ผสมกับสัตว์ตัวเมียได้จำนวนมาก
2. สามารถผสมพันธุ์สัตว์ที่มีขนาดใหญ่หรือเล็กต่างกัน ได้โดยไม่มีอันตรายจากการขึ้นทับของพ่อพันธุ์
3. ไม่ทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงพ่อพันธุ์
4. ตัดปัญหาในเรื่องขนส่งโคไปผสม เพราะสามารถนำน้ำเชื้อไปผสมได้ไกล ๆ
5. บังคับสัตว์ให้ตกูกได้ตามฤดูกาล คือเลือกระยะเวลาผสมให้ตกูกตามระยะที่ต้องการ
6. แก้ปัญหาการผสมติดยาก เช่น กรณีปากมดลูกกุดหรือตีบช่องคลอดผิดปกติ เป็นต้น
7. ป้องกันโรคติดต่อและโรคระบาด เพราะใช้น้ำเชื้อพ่อพันธุ์ปราศจากโรคและเครื่องมือใช้ในการผสม ได้รับการฆ่าเชื้อโรคเป็นอย่างดีและใช้ผสมเฉพาะตัว
8. ย่นระยะเวลาการพิสูจน์พ่อพันธุ์ เพราะผสมได้จำนวนมากในระยะสั้น

ระยะเวลาที่เหมาะสมในการผสมเทียม

โคตัวเมียที่แสดงอาการเป็นสัดดังกล่าวควรจะได้รับ การผสมเทียมในระยะเวลาช่วงกลางของการเป็นสัด หรือใกล้ระยะที่จะหมดการเป็นสัด (อาจจะหมดการเป็นสัดไปแล้วประมาณ 6 ชั่วโมง ก็ได้หรือเมื่อโคเมีย ตัวนั้นยืนนิ่งให้ตัวอื่นขึ้นขี่ซึ่งใช้เป็นหลักในการผสมพันธุ์) โดยทั่วไป โคเมียจะมีระยะเป็นสัดประมาณ 18 ชม. แล้วต่อมาอีก 14 ชม. จึงจะมีไข่ตกเพื่อรอรับการผสมพันธุ์กับน้ำเชื้อพ่อโค จึงเห็นสมควรที่ต้อง เลือกเวลาที่เหมาะสม ในการดำเนินการเรื่องของการรับบริการผสมเทียมดังมีหลักการที่จะใช้ในการปฏิบัติ งานผสมเทียมคือ

1. เมื่อโคเมียตัวใดแสดงอาการเป็นสัดในตอนรุ่งเช้าของวันใดวันหนึ่งควรที่จะได้รับการผสมเทียมในวัน เวลาเดียวกัน (ก่อน 16.30 น.) ฉะนั้นพอรุ่งเช้าของแต่ละวันเจ้าของสัตว์ควรจะเข้าไปแจ้งและบอกเวลา (ประมาณ) ที่ท่านได้เห็นสัดของท่านแสดงอาการเป็นสัด
2. ถ้าโคตัวเมียใดแสดงอาการเป็นสัดในตอนบ่ายของวันใดวันหนึ่งควรที่จะได้รับการผสมเทียมตอนเช้า หรือก่อนเที่ยงของวันรุ่งขึ้น ฉะนั้นเจ้าของสัตว์เมื่อพบว่าสัตว์แสดงอาการเป็นสัดในตอนบ่ายหรือตอนเย็น ท่านควรจะไปแจ้งและบอกเวลาของการเป็นสัด (ประมาณ) ในรุ่งเช้าของวันต่อไปก็ได้

จะรู้ได้อย่างไรว่าโคตั้งท้องหรือไม่

เมื่อโคนางได้รับการผสมไปแล้วประมาณ 21 วัน หากโคไม่กลับมาแสดงอาการเป็นสัปดาห์ก็อาจคาดได้ว่า ผสมติดหรือโคตัวนั้นเริ่มตั้งท้องแล้วหรือเพื่อให้รู้แน่ชัดยิ่งขึ้นภายหลังจากการผสมโคนางแล้ว 50 วันขึ้นไป อาจติดต่อสัตวแพทย์ หรือบุคคลผู้มีความชำนาญในการตรวจท้องแม่โค (โดยวิธีล้วงเข้าไปคลำลูกโคทางทวาร ของแม่โค) มาทำการตรวจท้องแม่โคก็จะทราบได้แน่ชัดยิ่งขึ้น

การคลอดลูก

โดยทั่ว ๆ ไปแม่โคจะตั้งท้องประมาณ 283 วัน หรือประมาณ 9 เดือนเศษ ในช่วงนี้แม่โคควรได้รับการเอาใจใส่ดูแลเรื่องความเป็นอยู่และอาหารเป็นพิเศษ เพราะลูกในท้องเจริญขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นไปอย่างรวดเร็ว ในระยะก่อนคลอดประมาณ 45-80 วัน ควรเพิ่มอาหารผสมให้แก่แม่โคท้อง เพื่อแม่โคจะได้นำไป เสริมสร้างร่างกายส่วนที่สึกหรอและนำไปเลี้ยงลูก หรือนำไปสร้างความเจริญเติบโตสำหรับอวัยวะบางอย่าง ที่ยังเจริญเติบโตไม่เต็มที่ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากที่สุดและเพื่อไม่ให้แม่โคชubbม สำหรับแม่โคที่กำลัง ให้นม เมื่อตั้งท้องลูกตัวต่อไป ควรจะหยุดรีดนมก่อนคลอดประมาณ 45-60 วัน สำหรับแม่โคท้องแรกหรือ ท้องสาวหรือแม่โคที่ยังเจริญเติบโตไม่เต็มที่ (อายุไม่ถึง 5 ปี) แม่จะให้ลูกมาแล้ว 1 หรือ 2 ตัวก็ตาม ก่อน คลอดลูกตัวต่อไป ควรจะหยุดพักการรีดนมเร็วกว่าแม่โคที่โตเต็มที่แล้วอย่างน้อยก่อนคลอดประมาณ 45-60 วัน เพื่อให้แม่โคได้มีเวลาเตรียมตัวได้พักผ่อนร่างกายและอวัยวะต่างๆ บ้างมิฉะนั้นแม่โคอาจจะได้รับผลกระทบ กระเทือนนั้นหมายถึงผลเสียที่จะตามมาภายหลังได้ เช่น ร่างกายจะชะงักการเติบโต เพราะ อาหารไม่พอหรือร่างกายไม่สมบูรณ์ หรือเมื่อคลอดลูกออกมาลูกโคอ่อนแอหรือมีช่วงระยะเวลาให้นมในปีต่อไปสั้นลงหรือผสมติดยาก ทั้งช่วงการเป็นสัคนานและอื่น ๆ เป็นต้น

การรีดนม

หมายถึงการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อที่จะเอานมออกจากเต้านมของแม่โคนั่นม ส่วนมากจะถูกขับออกมาโดยการกระตุ้นทางระบบประสาทและฮอร์โมนพร้อมๆ กันการรีดนมคือการทำให้ภายในเต้านม เกิดมีแรงอัดดันจนทำให้รูหูหัวนมเปิดออก น้มนมซึ่งอยู่ภายในจึงไหลออก

ปัญหาที่พบบ่อยในการรีดนม

1. ถ้ารู้ว่าโคตัวใดเป็นโรคเต้านมอักเสบทำให้การรีดหลังโคตัวอื่นๆ เพื่อป้องกันการกระจายของโรคและ ควรรีดเต้าที่อักเสบทีหลังสุด และให้ระวังการเช็ดล้างเต้านม
2. ถ้าโคตัวใดเป็นแผลหรือเป็นฝีที่หัวนม ขณะที่ทำการรีดนมแม่โคอาจแสดงอาการเจ็บปวด อาจทำร้าย คนรีดได้ในกรณีเวลารีดควรจะต้องแผลให้น้อยที่สุด และควรบริหารจัดการรักษาใส่ยาหรือใช้ขี้ผึ้งทา หลังรีดนม เสร็จแล้วควรล้างมือให้สะอาดด้วย
3. ถ้ามีโคตัวโคนมรั่ว ซึ่งเกิดจากเต้านมคัด ซึ่งเป็นเพราะกล้ามเนื้อวงแหวนที่รัดรูหัวนมไม่แข็งแรงพอ หรือค่อนข้างเสื่อมสมรรถภาพ กรณีที่ไม่มีแนวทางแก้ไขอาจใช้จุกปิดหรืออุดรูหัวนมหรือใช้วิธีรีดนมให้ถี่ขึ้น ก็ได้
4. ถ้าพบว่าแม่โคบางตัว ให้น้ำนมที่มีสีผิดปกติเกิดขึ้นกล่าวคือน้ำนมอาจเป็นสีแดงหรือมีสีเลือดปนออกมา ซึ่งอาจเป็นเพราะเส้นเลือดฝอยในเต้านมแตก ซึ่งไม่เป็นอันตรายใดๆ จะค่อยๆ หายไปเองในไม่ช้า น้ำนม ที่ได้ควรนำไปให้ลูกโคกินไม่ควรบริโภค
5. ถ้าพบว่าแม่โคตัวใดเตะแก่ง ขณะที่ทำการรีดจะต้องใช้เชือกมัดขา ซึ่งควรค่อยๆ ทำ การผูกมัดให้เคยชิน โดยไม่ต้องใช้เชือกมัด เพราะวิธีการมัดขาเรีดนมไม่ใช่เป็นวิธีการที่ดีจะทำให้วัวเคยตัว

อาหารและการให้อาหาร

โคนมเป็นสัตว์สี่กระเพาะหรือที่เรียกว่า สัตว์เคี้ยวเอื้อง ซึ่งอาหารที่ใช้เลี้ยงสัตว์ประเภทนี้จะมี 2 ชนิดคือ อาหารหยาบ เช่น หญ้า ถั่ว อาหารสัตว์ ฟางข้าว และอาหารข้น เช่น อาหารผสม ในการให้อาหารแก่ โคนม อาหารทั้ง 2 ชนิด จะมีความสำคัญเท่าๆ กัน และต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อที่จะทำให้โคนม สามารถให้น้ำนมได้สูงสุดตามความสามารถของโคแต่ละตัวที่จะแสดงออก โคนมในปัจจุบันได้รับการ ปรับปรุงพันธุ์จนมีความสามารถในการให้น้ำนมได้สูงกว่าแต่ก่อน คำพังการให้อาหารหยาบเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารหยาบในเขตร้อนอย่างประเทศไทย ซึ่งมีคุณค่าทางอาหารต่ำ มีโภชนะ ไม่เพียงพอแก่ความต้องการของแม่โคนม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องการให้อาหารข้นเสริม ฉะนั้นการให้อาหารแก่โคนมอย่างเหมาะสมนอกจากจะสามารถช่วยแม่โคนม สามารถให้น้ำนมได้สูงขึ้นแล้ว ยังสามารถลดต้นทุนการผลิตได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามการให้อาหารข้น แก่โคนมก็มีข้อที่จะต้องพิจารณาอยู่มาก ซึ่งจากการสำรวจพบว่าเกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่ยังขาด ความรู้เข้าใจในการให้อาหารข้น ทั้งเรื่องเกี่ยวกับว่าอาหารข้นควรจะมีคุณภาพอย่างไรประกอบด้วย อะไรบ้าง และจะให้โคนมกินประมาณเท่าไร ซึ่งคำถามต่างๆ เหล่านี้มักจะ

เกิดขึ้นอยู่เสมอ จึงจัดทำ เอกสารฉบับนี้ขึ้นมาเพื่อให้เกษตรกรได้ทำความเข้าใจอย่างง่าย ๆ ในการให้อาหารแก่โคนม ก่อนที่จะกล่าวถึงในเรื่องของการให้อาหาร เกษตรกรควรที่จะทำความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่จะไปมีส่วน เกี่ยวข้องโดยตรง อาทิเช่น

โคนมเป็นสัตว์เคี้ยวเอื้อง จึงจำเป็นต้องได้รับอาหารหยาบอย่างเพียงพอ ซึ่งในจุดนี้ เกษตรกรบางส่วนไม่ค่อยได้คำนึงถึงมากนัก อย่าคิดแต่เพียงว่าถ้าให้อาหารข้นมาก ๆ โคนจะได้รับสาร อาหารมาก และจะทำให้ผลผลิตน้ำนมได้มาก ตรงกันข้ามในความเป็นจริงแล้วโคที่ได้รับอาหารข้นมากเกินไป กลับทำให้ผลผลิตน้ำนมลดลงด้วยซ้ำ เนื่องจากการที่โคได้รับอาหารหยาบน้อยเกินไป อาจจะทำให้เกิดอาการ ผิดปกติในระบบการย่อยอาหาร คือ เกิดความเป็นกรดในกระเพาะไส้จืดวัวมากจนโคไม่ยอมกินอาหาร ทั้งนี้ เพราะอาหารหยาบมีเยื่อใยสูงจะช่วยให้การเคี้ยวเอื้อง ทำให้ต่อมน้ำลายของโคหลั่งน้ำลายได้มากขึ้นและ น้ำลายนี้เองที่มีฤทธิ์เป็นด่างจะช่วยปรับสภาพภายในกระเพาะไส้จืดวัวให้เหมาะสมแก่การทำงานของจุลินทรีย์ เพื่อสังเคราะห์โปรตีน และพลังงานแก่โคต่อไป เกษตรกรจึงจำเป็นที่จะต้องให้อาหารหยาบเพียงพอให้แก่โค คุณภาพของอาหารหยาบและปริมาณการกินอาหารหยาบ จะเป็นตัวกำหนดสารอาหารที่แม่โคจะได้รับ เช่น แม่โคกินอาหารหยาบคุณภาพดีและกินในปริมาณที่มาก ก็จะได้รับสารอาหารมากกว่าแม่โคที่กินอาหารหยาบที่มีคุณภาพต่ำและกินได้น้อย ดังนั้นจึงให้อาหารข้นที่จะใช้เสริมมันแตกต่างกัน คืออาหารข้นจะต้องมีสารอาหารหรือความเข้มข้นแตกต่างกัน มิใช่ให้ในปริมาณที่แตกต่างกัน มิฉะนั้นแล้วจะมีผลต่อการกินอาหารหยาบตามมา เพราะกระเพาะโคมีขนาดคงที่ ความสัมพันธ์ของอาหารหยาบและ อาหารข้นพอจะสรุปได้ดังนี้คือ

ในความเป็นจริงแล้ว คุณภาพของอาหารข้นนอกจากจะคำนึงถึงโปรตีนในอาหารแล้ว ยังต้องคำนึงถึง พลังงาน ซึ่งเป็นสารอาหารที่จำเป็นอย่างมากในแม่โคที่กำลังให้นม อย่างไรก็ตาม คำนะอย่างง่าย ๆ ก็คือถ้าแม่โคของท่านมีความสามารถในการให้นมสูง แต่ท่านจำเป็นต้องให้อาหารหยาบคุณภาพต่ำ เช่น ฟางข้าวเล็ยหรือต้องเดินเตะเส้มนในทุ่งหญ้าธรรมชาติเป็นระยะทางไกลๆ ท่านควรจะเสริมอาหารพลังงาน อาทิเช่น มันเส้น หรือกากน้ำ (Molasses) นอกเหนือจากอาหารหยาบและอาหารข้นที่กล่าวถึงแล้ว แต่ท่าน ก็ไม่ควรจะหวังถึงการให้นมได้สูงสุด คงจะเป็นเพียงช่วยไม่ให้การให้นมของแม่โคลดลงอย่างรวดเร็วเท่านั้น

เกษตรกรสามารถเลือกใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ได้หลายอย่าง เพื่อนำมาผสมเป็นอาหารข้น แต่สิ่งที่เกษตรกร ควรระวังในการเลือกใช้วัตถุดิบต่างๆ คือ อย่าคิดถึงราคาต่อกิโลกรัมเท่านั้น เพราะวัตถุดิบบางชนิดมีราคา ต่อกิโลกรัมต่ำกว่า แต่เมื่อเปรียบเทียบสารอาหารที่มีอยู่ เช่น โปรตีน

อาจจะทำให้ราคาต่อสารอาหารนั้นมี ราคาสูงกว่าก็ได้ อย่างไรก็ตามในเรื่องการเลือกใช้วัตถุดิบ รายละเอียดอยู่มาก ในที่นี้จึงได้จัดทำสูตรอาหาร ขึ้นขึ้นมาเพื่อให้เกษตรกรได้นำไปใช้ โดยพยายามเลือกใช้วัตถุดิบและราคาจำหน่ายตามที่มีจำหน่ายอยู่ ทั่วๆ ไป ในแหล่งที่มีการเลี้ยงโคนม

แม้โคนมแม้จะต้องการสารอาหารมากเพียงไร แต่ปริมาณอาหารที่แม่โคกินได้นั้นมีอย่างจำกัด ซึ่งอาจจะ เนื่องมาจากความจุของกระเพาะ โคนเองหรืออาจจะเนื่องมาจากลักษณะและคุณภาพของอาหารที่ให้แก่โค ฉะนั้นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมควรจะทราบด้วยว่า โคนมของท่านแต่ละตัวจะสามารถกินอาหารได้วันละเท่าใด เพื่อที่จะทำให้ทราบว่า สารอาหารที่แม่โคได้รับนั้นเพียงพอหรือไม่กับการให้น้ำนมของแม่โค การผลิตน้ำนม ให้ได้มากๆ นั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณอาหารที่ได้รับเพียงอย่างเดียว แต่คุณภาพของอาหารมีความสำคัญ ยิ่งกว่าคาดคะเนปริมาณการกินอาหารของโค ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ น้ำหนักตัวของ แม่โคและปริมาณน้ำนมที่แม่โคนั้นผลิตได้

เพื่อที่จะทำให้ระบบการย่อย อาหารเป็นไปอย่างปกติแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงต่อมาก็คืออาหารหยาบที่ให้แก่แม่โค มีคุณภาพเป็นอย่างไร โคนจะใช้ประโยชน์ได้มากน้อยขนาดไหน ทั้งนี้เพราะคุณภาพของอาหารหยาบจะเป็นตัวกำหนดคุณภาพของ อาหารชั้นด้วย คือ ถ้าอาหารหยาบที่ให้แก่โคมีคุณภาพต่ำ อาหารชั้นที่จะใช้เสริมจำเป็นจะต้องมีคุณค่าอาหาร สูงซึ่งผลการวิเคราะห์คุณค่าทางอาหาร

คุณภาพของอาหารหยาบ นอกจากจะเป็นตัวกำหนดคุณภาพของอาหารชั้นแล้ว ยังเป็นตัวควบคุม ในเรื่องการกินอาหารของแม่โคด้วย เพราะถ้าใช้อาหารหยาบคุณภาพต่ำ อาทิเช่น ฟางข้าว หรือหญ้า ธรรมชาติในช่วงที่ออกดอกแล้ว โคนจะย่อยได้น้อย ทำให้การกินอาหารลดลงตามไปด้วย เกษตรกรควรจะ หาวิธีการที่จะแก้ปัญหานี้ ซึ่งอาจจะทำได้โดยการเพิ่มคุณภาพ และการใช้ประโยชน์ของอาหารหยาบ เช่น การสับฟางเป็นชิ้นเล็กๆ การทำฟางปรุแง่ง หรือการใช้ใบพืชตระกูลถั่ว ที่มีคุณภาพสูงให้กินร่วมกับฟาง เพื่อให้อาหารหยาบนั้นมีความน่ากิน และมีการย่อยได้สูงขึ้น นอกจากนั้นในเรื่องฤดูกาล เช่น ในช่วงที่มี อากาศร้อนก็จะทำให้แม่โคกินอาหารหยาบได้ลดลงเช่นกันทั้งนี้เพราะ ความร้อนที่เกิดจากขบวนการหมัก ของอาหารหยาบในกระเพาะผ้าชีวรี่ของโคไม่สามารถจะระบายออกนอกร่างกายได้ทัน เนื่องจากอุณหภูมิ ภายในตัวโคมีอาการหอบชอบเย็นเช่นน้ำและกินอาหารลดลง เกษตรกรอาจจะแก้ไขปัญหานี้โดยพยายามให้ อาหารหยาบแก่โคทีละน้อยๆ แต่บ่อยครั้งขึ้น และพยายามให้อาหารหยาบในช่วงเวลาที่อากาศเย็นลง เช่น กลางคืน หรือจะใช้วิธีอาบน้ำและใช้พัดลมช่วยหรืออาจจะใช้หลายวิธีร่วมกัน อย่างไรก็ตามเกษตรกรต้อง

ค่านึงอยู่เสมอว่าจะต้องให้แม่โคได้กินอาหารหยาบแห้งไม่ต่ำกว่า 1.4 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักตัวแม่โคเสมอ

เมื่อทราบว่าอาหารชั้นควรจะมีคามเข้มข้นของสารอาหารเท่าใดแล้ว ความจำเป็นต่อมาก็มาพิจารณาถึงว่า จะให้แก่แม่โคกินในปริมาณเท่าไรเนื่องจากแม่โคแต่ละตัวมีการให้น้ำนมได้ไม่เท่ากัน และในแต่ละช่วงเวลา ก็จะมีอาหารหยาบที่มีคุณภาพต่าง ๆ กันด้วย ในที่นี้จึงได้สรุปปริมาณอาหารชั้นที่ควรจะให้แก่แม่โคแต่ละตัว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำนมที่แม่โคผลิตได้และอาหารหยาบที่ใช้เลี้ยง กรณีการใช้อาหารหยาบคุณภาพปานกลาง ก็เป็นไปในทำนองเดียวกันกับอาหารหยาบ คุณภาพด แตกต่างกันที่วาระดับโปรตีนในอาหารชั้นจะสูงกว่า กล่าวคือ อาหารชั้นที่ใช้ร่วมกับอาหารหยาบคุณภาพปานกลาง อาทิเช่น หญ้าสด เปลือกและไหมข้าวโพดฝักอ่อน ควรจะมีโปรตีนในสูตรอาหารชั้น ประมาณ 14-16% ส่วน ปริมาณที่ให้ก็ขึ้นอยู่กับปริมาณการให้นมของแม่โค



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวสาวิตรี สารพัตร์
 ที่อยู่ 271 หมู่ 2 ตำบลหนองม่วง อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี
 15170

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
 จากโรงเรียนวินิตศึกษา ในพระราชูปถัมภ์ฯ จังหวัดลพบุรี
 พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 จากโรงเรียนพิบูลวิทยาลัย จังหวัดลพบุรี
 พ.ศ. 2551 ศึกษาาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต
 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2551 เข้ารับการฝึกงานที่บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง
 จำกัด ในฝ่ายผู้ช่วยบรรณาธิการและฝ่ายทรัพยากรบุคคล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี