

1. ชื่อโครงการ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดของโคนมและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสหกรณ์ โคนมบ้านบึง จำกัด

2. เจ้าของโครงการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. หลักการและเหตุผล

ในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา (2548-2549) สหกรณ์ โคนมบ้านบึง จำกัด ได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเลี้ยงโคนม เตรียมรองรับการเปิดเขตเสรีทางการค้า พบว่า การนำผลิตภัณฑ์นมมาแปรรูปเป็นไอศกรีมและนำออกทดสอบตลาด ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี แต่ยังขาดการดำเนินการตลาดที่เป็นรูปธรรม ประกอบกับเมื่อร่วมมือกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนำโคนมเพศผู้และแม่โคคัดทิ้ง เข้าทดสอบคุณภาพเนื้อ พบว่ามีคุณสมบัติใกล้เคียงกับเนื้อของโคลูกผสมชาร์โลเลย์ที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน เนื่องจากความนุ่มของเนื้อ เหมาะสมสำหรับการทำเนื้อสเต็ก ซึ่งปัจจุบันโคประเภทนี้มีบริโภคกันเพียงปีละ 10,000 ตัว คิดเป็นร้อยละ 1 ของจำนวนโคทั้งหมดที่บริโภคกันในประเทศ ส่วนชิ้นส่วนรองสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ ได้ดี แต่ยังขาดในส่วนของการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด และการสร้างช่องทางการตลาด รวมถึงการแสวงหาลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกัน การเลี้ยงโคนมจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์นมจากต่างประเทศ

ดังนั้น โอกาสการสร้างช่องทางการตลาดและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์นมและเนื้อจากโคนมจึงเป็นไปได้สูง ประกอบกับที่ตั้งของสหกรณ์ฯ อยู่ใกล้แหล่งตลาดและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และกรุงเทพมหานคร และการดำเนินงานจะควบคู่ไปกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการเลี้ยงโคนม

4. วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิจัยและพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของฟาร์มโคนมของสหกรณ์ โคนมบ้านบึง จำกัด
2. เพื่อวิจัยและพัฒนาการเพิ่มศักยภาพและการใช้ประโยชน์จากโคนมและผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์โคนมบ้านบึง จำกัด อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อวิจัยและพัฒนากระบวนการจำหน่าย ช่องทางจำหน่าย การสร้างตราสินค้า เครือข่ายการจำหน่าย และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโคนม ได้แก่ผลิตภัณฑ์นม เนื้อโคนม และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคนมของสหกรณ์โคนมบ้านบึง จำกัด
4. เพื่อวิจัยและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อเพื่อเป้าหมายการเพิ่มยอดขาย และกำไรจากการประกอบการ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

1. พื้นที่ดำเนินงานของสหกรณ์โคนมบ้านบึง จำกัด ประกอบด้วยสมาชิก 219 คน จำนวน 7 กลุ่ม ได้แก่คลองใหญ่ บ้านบึง หัวกุญแจ-บึงกระโดน พนสนิม พานทอง หนองใหญ่ และชลบุรี

2. กิจกรรมในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

-การปรับปรุงประสิทธิภาพของฟาร์มโคนม ได้แก่ระบบการเลี้ยง การคัดแม่พันธุ์ดี และการจัดการฟาร์ม การบันทึกผลการเลี้ยง วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองประสิทธิภาพการผลิตแบบเส้นห่อหุ้ม (Data Envelop Analysis)

-การเพิ่มศักยภาพของการผลิตน้ำนมและผลิตภัณฑ์นม

-การเพิ่มศักยภาพของการผลิตเนื้อโคนม (dairy beef) ผลิตภัณฑ์เนื้อโคนมที่มาจากโคประเภทต่าง ๆ

-การทดสอบตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากโคนม ด้วยการศึกษาระบบการจัดจำหน่ายเนื้อ ช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างตราสินค้า และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ

-การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อที่พัฒนาขึ้นเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโคนม

6. ระยะเวลาโครงการ

ระยะเวลาการดำเนิน 3 ปี 6 เดือน นับตั้งแต่ได้รับอนุมัติโครงการ

7. วิธีการดำเนินการ

การดำเนินงานที่ 1 การปรับปรุงประสิทธิภาพการให้นมของแม่โค แม่โคจำนวน 3,000 ตัว ต้องการการวิจัยตรวจสอบประสิทธิภาพการเลี้ยง การให้อาหารและการให้นม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิตให้สูงสุด ทำการตรวจสอบประวัติ ปรับปรุงการให้อาหาร บันทึกการให้อาหาร บันทึกการให้น้ำนม วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น คัดเลือกแม่โคที่ให้น้ำนมสูง แล้วคัดเลือกแม่โคที่ให้น้ำนมต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

เหตุผลสนับสนุนกิจกรรมที่ 1 การเลี้ยงโคนมของสมาชิกสหกรณ์โคนมบ้านบึง ก่อนที่รัฐบาลจะลงนามข้อตกลงการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศออสเตรเลีย ผลผลิตน้ำนมดิบนำส่งสหกรณ์ฯของสมาชิกที่ อยู่ในระดับวันละ 15 ตัน แต่เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้า ได้ส่งผลให้ผู้เลี้ยงขาดกำลังใจและพัฒนาประสิทธิภาพการเลี้ยง ทำให้ปริมาณน้ำนมดิบลดลงเหลือ 7-8 ตัน ประสิทธิภาพการผลิตโคนมของสมาชิกลดลง โคนมที่เคยให้ผลผลิต 8-10 เดือน ในอัตราเฉลี่ยตัวละ 15 ลิตรต่อวัน ลดลงเหลือ 4-6 ลิตรต่อวัน เนื่องจากการลดการให้อาหารชั้น ส่งผลให้อายุการรีดนมยาวขึ้นเป็น 2 ปี ต่อ 1 รอบ หากได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการเลี้ยงตามแนวทางที่กำหนดไว้ ผลผลิตน้ำนมจะเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับปริมาณเดิม

การดำเนินงานที่ 2 การเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำนม น้ำนมดิบในปัจจุบัน ผ่านการจำหน่าย 4 ช่องทาง คือ การทำนมพาสเจอร์ไรส์ (นมโรงเรียน) การจำหน่ายให้ร้านจำหน่ายกาแฟในพื้นที่ การแปรรูปเป็นไอศกรีม และจำหน่ายน้ำนมดิบให้บริษัท เนสเลย์ จำกัด สหกรณ์ฯ มีเป้าหมายจะเพิ่มการผลิตและขยายตลาดไอศกรีมหลากหลายรสชาติและได้มาตรฐานความสะอาดและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ให้ครอบคลุมพื้นที่ของสมาชิกสหกรณ์ฯ ทั้งจังหวัด และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และกรุงเทพมหานคร

เหตุผลสนับสนุนกิจกรรมที่ 2 ผู้ผลิตไอศกรีมส่งขึ้นห้างเอ็มโพเรียมและซูเปอร์มาร์เก็ตในกรุงเทพฯ ใช้น้ำดิบของสหกรณ์ฯ เป็นวัตถุดิบในการผลิต และสหกรณ์ฯ ได้เคยทำการผลิตเอง และนำออกทดสอบกับผู้บริโภคในพื้นที่ข้างเคียง และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากขาดแคลนบุคลากรและความรู้ด้าน

ตลาด จึงได้หยุดดำเนินการ หากได้รับการสนับสนุนให้พัฒนาตลาดต่อ การผลิตไอศกรีมเพื่อจำหน่ายเอง จะเป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าของน้ำนมดิบได้สูงขึ้นในอนาคตและยั่งยืน

การดำเนินงานที่ 3 การเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกโค ในแต่ละปีแม่โค 3,000 ตัว สามารถผสมเทียมได้ลูกโค 1,500 ตัว แบ่งเป็นสัดส่วนเพศผู้และเมียอย่างละครึ่ง หรือ 750 ตัว

-โคเพศผู้เดิมสมาชิกจำหน่ายให้พ่อค้าในราคาถูก หากได้รับการปรับปรุงวิธีการเลี้ยงและการขุนโคที่เหมาะสมสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สมาชิกได้ และจะเป็นรายได้เพิ่มกลับไปยังสมาชิกได้อีกทางเลือกหนึ่ง

-โคเพศเมีย 750 ตัว จะเป็นแม่โคที่สมบูรณ์นำเข้าไปทดแทนแม่โคนมแก่ หรือต้องคั้ทิ้ง เพราะประสิทธิภาพการให้น้ำนมต่ำ ประมาณ 600 ตัว (ร้อยละ 80) ที่เหลืออีก 150 ตัว ต้องคั้ทิ้ง ดังนั้น ประเมินว่าจะมีแม่โคคั้ทิ้งและโคสาวที่ไม่สมบูรณ์ประมาณปีละ 750 ตัว ซึ่งสหกรณ์ฯ สามารถเข้าไปจัดการเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่สมาชิกได้

-สหกรณ์ฯ ได้ประสานงานกับโรงฆ่ามาตรฐานที่อำเภอศรีราชาไว้แล้ว โดยเนื้อที่ฆ่าแล้วจะส่งมาฆ่าแหละที่โรงตัดแต่งของสหกรณ์ฯ ตามชิ้นส่วนที่เหมาะสมกับความต้องการ แล้วจัดมอบให้สมาชิกที่นำน้ำนมมาส่ง ขนย้ายและนำไปวางจำหน่ายที่ร้านจำหน่ายของสมาชิก

เหตุผลสนับสนุนกิจกรรมที่ 3 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังดำเนินการทดสอบคุณภาพเนื้อโคขุนให้กับสหกรณ์ฯ ภายใต้โปรแกรมการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท ซึ่งผลการทดสอบในเบื้องต้นพบว่า คุณภาพของเนื้อโคนมใกล้เคียงกับเนื้อโคขุนสายเลือดชาร์โลเลย์ ที่สหกรณ์ โพนยางคำ จำกัด และสหกรณ์กำแพงแสน จำกัด เนื่องจากเป็นสายพันธุ์ยุโรปเช่นเดียวกัน ดังนั้น การนำเนื้อสู่ตลาดระดับสูงจึงมีโอกาสเป็นไปได้สูง ซึ่งปัจจุบัน มีส่วนแบ่งตลาด (market share) เพียงร้อยละ 1 ของตลาดเนื้อโคในประเทศไทย ประกอบกับ ผู้เลี้ยงโคนมเพศผู้และเพศเมียที่ผสมไม่ติด จำหน่ายโคมีชีวิตได้เพียง กิโลกรัมละ 40 บาท เท่านั้น หากสหกรณ์ฯ สามารถเข้ามาจัดการตลาดเนื้อโคได้ มูลค่าโคมีชีวิตมีโอกาสเพิ่มขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 45 บาท

การดำเนินการที่ 4 การจัดการเนื้อและผลิตภัณฑ์เนื้อ เนื้อโคที่มาจากโคเพศผู้ โคเพศเมียสาวคั้ทิ้ง จะถูกกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาสู่ตลาดเนื้อโคคุณภาพ (dairy beef) ส่วนแม่โคแก่คั้ทิ้ง และโคที่ให้ผลผลิตน้ำนมต่ำ ถูกกำหนดให้เข้าสู่โรงงานแปรรูปเป็นลูกชิ้น และไส้กรอกประเภทต่าง ๆ

-เนื้อโคนมคุณภาพ สหกรณ์จะดำเนินการใน 2 รูปแบบ คือ รับซื้อโคเพศผู้จากสมาชิก แล้วนำไปขุนพิเศษด้วยนม เพื่อให้เป็นเนื้อลูกโค veal calf สำหรับตลาดเฉพาะ (niche market) และรับซื้อโคขุนจากสมาชิก จากนั้นส่งเข้าโรงฆ่าสัตว์มาตรฐานที่ศรีราชา นำซากเข้าตัดแต่งที่โรงงานตัดแต่งที่จะสร้างขึ้น แล้วส่งเนื้อจำหน่ายที่หน้าร้านของสหกรณ์ฯ 2 แห่ง ร้านของสมาชิกจำนวน 5 แห่ง ตลาดเนื้อคุณภาพ ร้านอาหาร ร้านสเต็ก และภัตตาคาร

-ดำเนินการผลิตเนื้อสำเร็จรูป บรรจุพร้อมรับประทาน

เหตุผลสนับสนุนกิจกรรมที่ 4 ต่อเนื่องจากกิจกรรมที่ 3 เนื้อโคแต่ละตัว มีหลายชิ้นส่วนและมีคุณภาพสำหรับการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน เนื้อสันในและสันนอก มีความนุ่มมาก สามารถจำหน่ายสดให้ผู้บริโภคไปปรุงอาหารในรูปสเต็กได้ แต่หากเป็นเนื้อคุณภาพรองลงมาได้แก่ เนื้อสะโพก เนื้อไหล่สามารถนำไปแปรรูปทำผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีเทคโนโลยี และมีการวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่เนื้อระดับรอง

การดำเนินการที่ 5 การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์นม เนื้อและผลิตภัณฑ์เนื้อโคนม

-การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์นมและไอศกรีมรสชาติต่าง ๆ สหกรณ์ฯ ดำเนินการส่งเสริมการตลาด และนำผลิตภัณฑ์ออกทดสอบกับลูกค้าตามสถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า ตลาดที่สำคัญ และสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อหาช่องทางจัดจำหน่ายที่มั่นคง

-การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อโคนมและเนื้อแปรรูป ดำเนินการส่งเสริมการตลาด ทดสอบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทำจากเนื้อโคนม และการกำหนดร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย

-การจัดนิทรรศการเนื้อ-นมโค ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดงานสาธิตการปรุงอาหารประเภทต่าง ๆ จากเนื้อโคนม จำนวน 4 ครั้ง โดยเชิญผู้ประกอบการแปรรูปเนื้อ และผู้บริโภคมาร่วมงาน

-การประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา การจัดทำตราสินค้า และการรณรงค์การบริโภคเนื้อโคนมและผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สะอาด ด้วยการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมและเนื้อโค ในรูปของโปสเตอร์และแผ่นพับ ขอความร่วมมือกับวิทยุชุมชนในการประชาสัมพันธ์ จัดทำสคริปส์สำหรับการโฆษณา และวีดิทัศน์สำหรับประชาสัมพันธ์สหกรณ์ฯ

-จัดประกวดคำขวัญ และตราสินค้า โดยขอความร่วมมือไปยังโรงเรียนต่าง ๆ

เหตุผลสนับสนุนกิจกรรมที่ 5 การพัฒนาตลาดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินธุรกิจในระยะยาว สหกรณ์ฯ ซึ่งจัดเป็นผู้ขายใหม่ที่จะเข้าสู่ธุรกิจ จำเป็นต้องพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เข้าสู่ผู้บริโภคพร้อมกับการวิจัยเพื่อหาช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

ผลการสำรวจประชากรในเขต 4 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร พบว่า มีประชากรและโครงสร้างประชากร ในปี พ.ศ. 2551 ดังนี้

หน่วย : คน				
จังหวัด	เพศชาย	เพศหญิง	รวม	จำนวนบ้าน (หลัง)
ชลบุรี	608,922	628,679	1,237,601	623,141
ระยอง	288,946	296,555	585,501	283,794
จันทบุรี	249,403	255,720	505,123	184,448
ตราด	112,141	111,130	223,271	85,216

ที่มา : กระทรวงมหาดไทย

จำนวนผู้มาเยือนในพื้นที่ 4 จังหวัด ระหว่างปี 2548-2549 เป็นดังนี้

หน่วย : คน										
ปี	ชลบุรี		ระยอง		จันทบุรี		ตราด		รวม	
	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ
2548	2,836,428	3,571,257	2,997,821	349,050	883,999	67,584	770,968	274,796	7,489,216	4,262,687
2549	3,094,333	4,142,371	2,764,580	332,931	590,934	69,816	619,537	211,452	7,069,384	4,756,570

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

8. งบประมาณการดำเนินงาน

ขอสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนฯ เป็นเงินทั้งสิ้น	8,124,710 บาท
-เป็นเงินทุนหมุนเวียน	1,537,000 บาท
-เป็นเงินจ่ายขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ	6,541,600 บาท
-เป็นเงินจ่ายขาดค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลการ	46,110 บาท

ปฏิบัติงานและการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
แผนการชำระเงินคืนกองทุนฯ ปลอดดอกเบี้ยทั้งโครงการ ปลอดเงินต้น 2 ปี เริ่มชำระคืนปีที่ 3 ถึงปีที่
7 ระยะเวลา 5 ปี ดังนี้

ปีที่	เงินต้น	ชำระคืนต้น	ต้นคงเหลือ
1	1,537,000	-	1,537,000
2		-	1,577,000
3		307,400	1,299,000
4		307,400	922,200
5		307,400	614,800
6		307,400	307,400
7		307,400	-
รวม	1,537,000		

โดยมีรายละเอียดงบประมาณ ดังนี้

8.1 เงินทุนหมุนเวียน เป็นเงิน 1,537,000 บาท

	รวม
1) หมวดค่าครุภัณฑ์	1,537,000
- อุปกรณ์และเครื่องมือตัดแต่งเนื้อ	847,000
- ระบบทำความสะอาดเนื้อเพื่อเก็บรักษาเนื้อ	350,000
- อุปกรณ์การขาย	340,000

8.2 เงินยืมจ่ายขาด เป็นเงิน 6,541,600 บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	รวม 3 ปี
2) หมวดค่าตอบแทน	350,000	350,000	350,000	1,050,000
- ค่าที่ปรึกษาโครงการ 2 คน	100,000	100,000	100,000	300,000
- ค่าตอบแทนนักวิจัย 5 คน	250,000	250,000	250,000	750,000
3) หมวดค่าจ้างชั่วคราว	504,000	504,000	504,000	1,512,000
- เจ้าหน้าที่ตลาดผลิตภัณฑ์	168,000	168,000	168,000	504,000
- เจ้าหน้าที่หน้าร้าน	96,000	96,000	96,000	288,000
- เจ้าหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ (2 คน)	240,000	240,000	240,000	720,000
4) หมวดค่าใช้สอย	1,433,200	1,433,200	1,113,200	3,979,600
1. การพัฒนาระบบการเลี้ยงโค	120,800	120,800	120,800	362,400
- ค่าเดินทางตรวจเยี่ยมสมาชิกสหกรณ์	72,000	72,000	72,000	216,000
- ค่าเบี้ยเลี้ยง	28,800	28,800	28,800	86,400
- ค่าวิเคราะห์ข้อมูล	20,000	20,000	20,000	60,000
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	390,000	390,000	390,000	1,170,000
- ค่าจ้างเหมาผลิตไอศกรีม	270,000	270,000	270,000	810,000
- ค่าจ้างเหมาผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อ	120,000	120,000	120,000	360,000

3. การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์	260,000	260,000	260,000	
780,000				
-ค่าจ้างเหมาจัดนิทรรศการเนื้อ-นมโค	100,000	100,000	100,000	300,000
-ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และ การประชาสัมพันธ์	160,000	160,000	160,000	480,000
4. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	320,000	320,000	-	
640,000				
-ค่าฝึกอบรมการตัดแต่งเนื้อ	80,000	80,000	-	160,000
-ค่าฝึกอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์	80,000	80,000	-	160,000
-ค่าฝึกอบรมการคัดเลือกโคนม และการเลี้ยง	80,000	80,000	-	160,000
-ค่าฝึกอบรมการแปรรูปนม	80,000	80,000	-	160,000
5. ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดผลิตภัณฑ์	292,400	292,400	292,400	877,200
-น้ำมันเชื้อเพลิงจัดส่งผลิตภัณฑ์นม (200 วัน)	200,000	200,000	200,000	600,000
-น้ำมันเชื้อเพลิงจัดส่งผลิตภัณฑ์เนื้อ (54 วัน)	54,000	54,000	54,000	162,000
-ค่าเบี้ยเลี้ยง 2 คน 96 วัน	38,400	38,400	38,400	115,200
6. ค่าเช่าห้องเย็นเก็บผลิตภัณฑ์เนื้อ	50,000	50,000	50,000	150,000

8.3 เงินจ่ายขาด เป็นเงิน 46,110 บาท

เป็นค่าใช้จ่ายในการกำกับการปฏิบัติงานและดูแลการใช้จ่ายเงินเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการของหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง) ร้อยละ 3 ของงบค่าใช้จ่ายหมุนเวียน

9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สหกรณ์โคนมบ้านบึง จำกัด มีการดำเนินธุรกิจที่มั่นคง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตของสมาชิกได้ทุกผลิตภัณฑ์ ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
2. สมาชิกสหกรณ์ฯ จำนวน 219 คน ประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตทุกชนิดสามารถสร้างมูลค่าที่สูงขึ้นและอย่างเป็นธรรมชาติ มีขวัญและกำลังใจในการเลี้ยงโคนม และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน
3. ผู้บริโภคและสังคม ได้บริโภคนม ผลิตภัณฑ์จากนม และเนื้อโคนม ที่สะอาด ปลอดภัยต่อสุขภาพ

10. ผลที่คาดว่าจะได้รับ และตัวชี้วัดของโครงการ

รายการ	มูลค่าเพิ่มต่อปี (บาท)
การปรับปรุงประสิทธิภาพการให้นมของแม่โค	
-ปริมาณน้ำนมดิบที่ได้รับ เพิ่มขึ้นจากวันละ 7 ตัน เป็น 10 ตัน มูลค่าเพิ่มตันละ 10,500 บาท (ตารางที่ 1)	8,760,000

การเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำมัน	
-มูลค่าน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นเป็น (ตารางที่ 2)	2,400,000
การเพิ่มมูลค่าให้แก่เนื้อโคนม	
-มูลค่าเนื้อโคนม (ปีละ 600 ตัว) (ตารางที่ 3)	1,822,500
-มูลค่าที่สร้างจากเนื้อเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (สหกรณ์ดำเนินงาน) (ตารางที่ 4)	1,333,250
รวมมูลค่าที่สร้างใหม่ต่อปี	14,315,750
ต้นทุนจากการลงทุน	8,124,710
มูลค่าสุทธิเมื่อสหกรณ์ฯ ได้ดำเนินการได้เต็มรูปแบบ	6,191,040

ตารางที่ 1 ต้นทุนและผลได้จากการปรับปรุงประสิทธิภาพการเลี้ยงโคนม	
รายการ	มูลค่าต่อตัว (บาท)
ต้นทุนอาหารชั้นเพิ่มในการขุนโคต่อวัน (จาก 4 กก. เป็น 6 กก.)	16.00
ค่าบริหารจัดการ	10.00
ปริมาณน้ำมันดิบเพิ่มขึ้น จาก 7 กก ต่อวัน เป็น 10 กก.ต่อวัน	3.00
มูลค่าต่อกก.	14.00
รวมมูลค่าต่อวันที่เพิ่มขึ้น	16.00
จำนวนแม่โคทั้งหมด (ตัว)	1,500.00
มูลค่าสุทธิต่อปี	8,760,000.00

ตารางที่ 2 ต้นทุน ค่าใช้จ่าย และผลได้จากการแปรรูปน้ำมันเป็นไอศกรีม	
รายการ	มูลค่าต่อกก. (บาท)
ต้นทุนน้ำมันดิบ	16
ต้นทุนการแปรรูปและการจัดจำหน่าย	10
มูลค่าขายส่ง	50
กำไรต่อหน่วย	24
เป้าหมายปริมาณการผลิตต่อปี (กก.)	100,000
รวมมูลค่ากำไรต่อปี	2,400,000

ตารางที่ 3 น้ำมันก๊าด ค่าใช้จ่าย และผลได้จากการฆ่าหาละโคนมเนื้อ และการตัดแต่งเนื้อต่อตัว	
รายการ	มูลค่าต่อตัว (บาท)
น้ำหนักโค 500 กก. ราคาซื้อ กก.ละ 45 บาท	22,500.00
น้ำหนักซากอ่อน (35.83%) 179.15 กก. ราคา กก. ละ 130 บาท	23,289.50
น้ำหนักหนัง (9.8%) 49 กก. ราคา กก. ละ 30 บาท	1,470.00
เครื่องในหมาซุด	1,800.00
กระดูก (9.5%) 47.5 กก. ราคา กก. ละ 2 บาท	95.00
ไขมันดี 14 กก. ราคา กก.ละ 27 บาท	378.00
เศษไขมัน 21 กก. ราคา กก. ละ 5 บาท	105.00
รวมเป็นเงิน	27,137.50
หัก ต้นทุนค่าใช้จ่ายของโรงฆ่า ตัวละ 800 บาท	800.00
หัก ต้นทุนค่าใช้จ่ายของโรงงานตัดแต่ง 800 บาท	800.00
กำไรต่อตัว	3,037.50
จำนวนโคเป้าหมายในการผลิต ปีละ (ตัว)	600
รวมมูลค่ากำไรต่อปี	1,822,500.00

ตารางที่ 4 ค่าใช้จ่ายและผลได้จากการแปรรูปเนื้อโคนม

รายการ	มูลค่าต่อตัว (บาท)
ต้นทุนค่าซากโค	23,300.00
ต้นทุนค่าแรงงานแปรรูป (ร้อยละ 20 ของต้นทุนซาก)	4,660.00
ต้นทุนค่าวัสดุ (ร้อยละ 5 ของต้นทุนซาก)	1,165.00
ต้นทุนค่าบริหารการจำหน่าย (ร้อยละ 10 ของต้นทุนซาก)	2,330.00
รวมต้นทุนทั้งหมด	31,455.00
มูลค่าขายส่ง (กก. ละ 250 บาท จำนวน 179.15 กก.)	44,787.50
กำไรต่อตัว	13,332.50
จำนวนโคเป้าหมายในการผลิต ปีละ (ตัว)	100
รวมมูลค่ากำไรต่อปี	1,333,250.00

11. รายละเอียดและการใช้จ่ายงบประมาณ