

01119434

Agricultural Marketing Problems & Policy

Suwanna Sayruamyat

Email: suwanna.s@ku.th

FB: Suwanna Sayruamyat

FB Page: EatEcon

Website: www.eatecon.com

What do you think?



facebook



Thai PBS ศูนย์ข่าวภาคอีสาน • [ติดตาม](#)



4 วัน · 🌐

ThaiPBS ศูนย์ข่าวภาคอีสาน พาไปสำรวจอาชีพชาวนา คุณวันเพ็ญ บัวแก้ว อายุ 49 ปี ชาวจังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อชาวนาไม่ได้แค่ทำนา เพราะการทำนาไม่ได้สร้างกำไรหรือรายได้เพียงพอ เกษตรกรต้องเลี้ยงวัว เพื่อให้มีเงินเก็บ เป็นเงินรายปี และหากอยากมีเงินเพิ่มก็ต้องเลี้ยงหมูขายทุก 4 เดือน แต่ปีนี้ เรอบอกว่าเป็นปีที่ย่าแย่ หนักหนาสาหัส นอกจากราคาข้าวจะตกต่ำ ขายได้ ต้นละ 10,800 บาท ไม่มีกำไร ราคาวัวก็ตกต่ำเป็นปีที่ 2 วัวรุ่นอายุ 8-12 เดือนที่เคยขายได้ตัวละเกือบ 2 หมื่น เหลือไม่ถึง 1 หมื่นบาท ส่วนหมูที่ปีที่แล้วเคยขายได้กำไร เพราะราคาก็โลกร้อนละ 97 บาท ตอนนี้เหลือ 56 บาท เกิดอะไรขึ้นกับอาชีพเกษตรกร ยังเป็นคำถามที่หลายคนรอคำตอบ

What are the **causes** of
agricultural marketing problems?

ปัญหาพื้นฐานของการตลาดสินค้าเกษตร

1. ลักษณะเฉพาะของสินค้าเกษตร

- เน่าเสียง่าย
- น้ำหนักมาก กินเนื้อที่

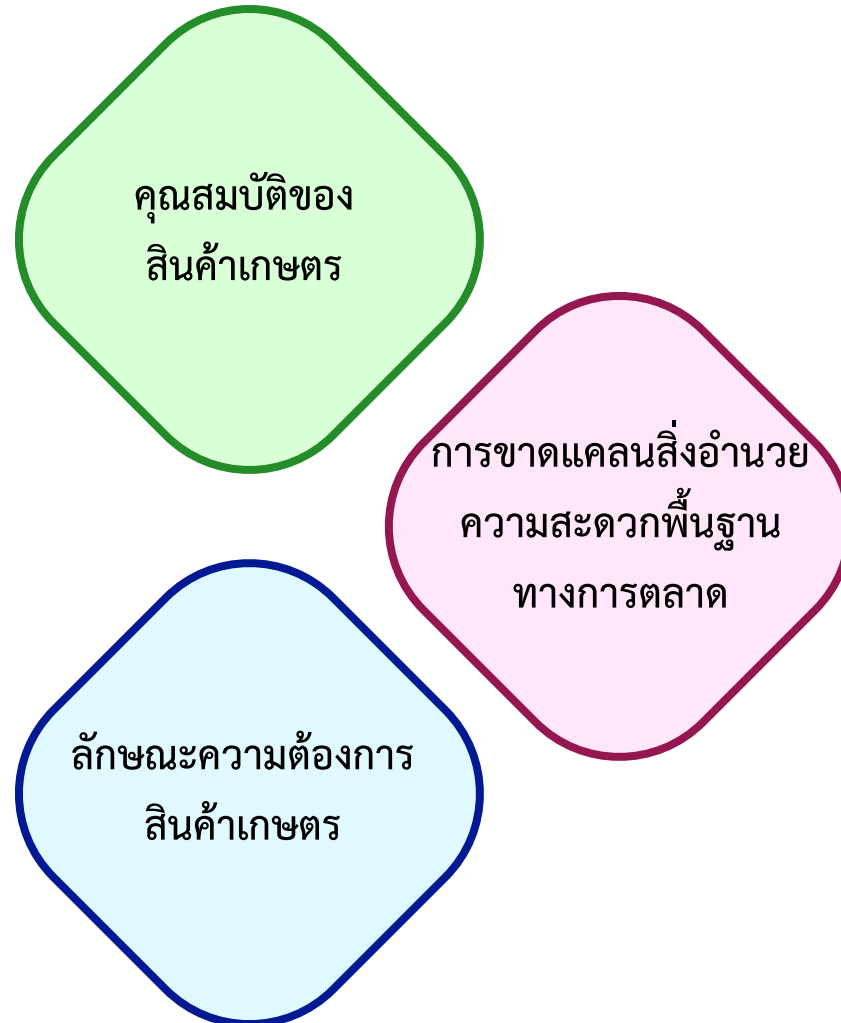
2. วิธีการแปรรูปและเก็บรักษาแตกต่างกัน

3. ลักษณะการผลิตสินค้าเกษตร

- เป็นฤดูกาล
- ปริมาณการผลิตไม่แน่นอน

1. อุปสงค์สืบเนื่อง => ความต้องการเพื่อแปรรูป

2. อุปสงค์ขั้นปฐม => ลักษณะการบริโภค



- เส้นทางคมนาคม
- คลังสินค้า
- ข้อมูลข่าวสาร
- คุณภาพและมาตรฐาน
- กฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ
- สินเชื่อ

Why do we focus on
agricultural market system?

The goals of agricultural market analysis?

Equity

เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกัน
ในผลตอบแทนระหว่างผู้ซื้อ
และผู้ขาย

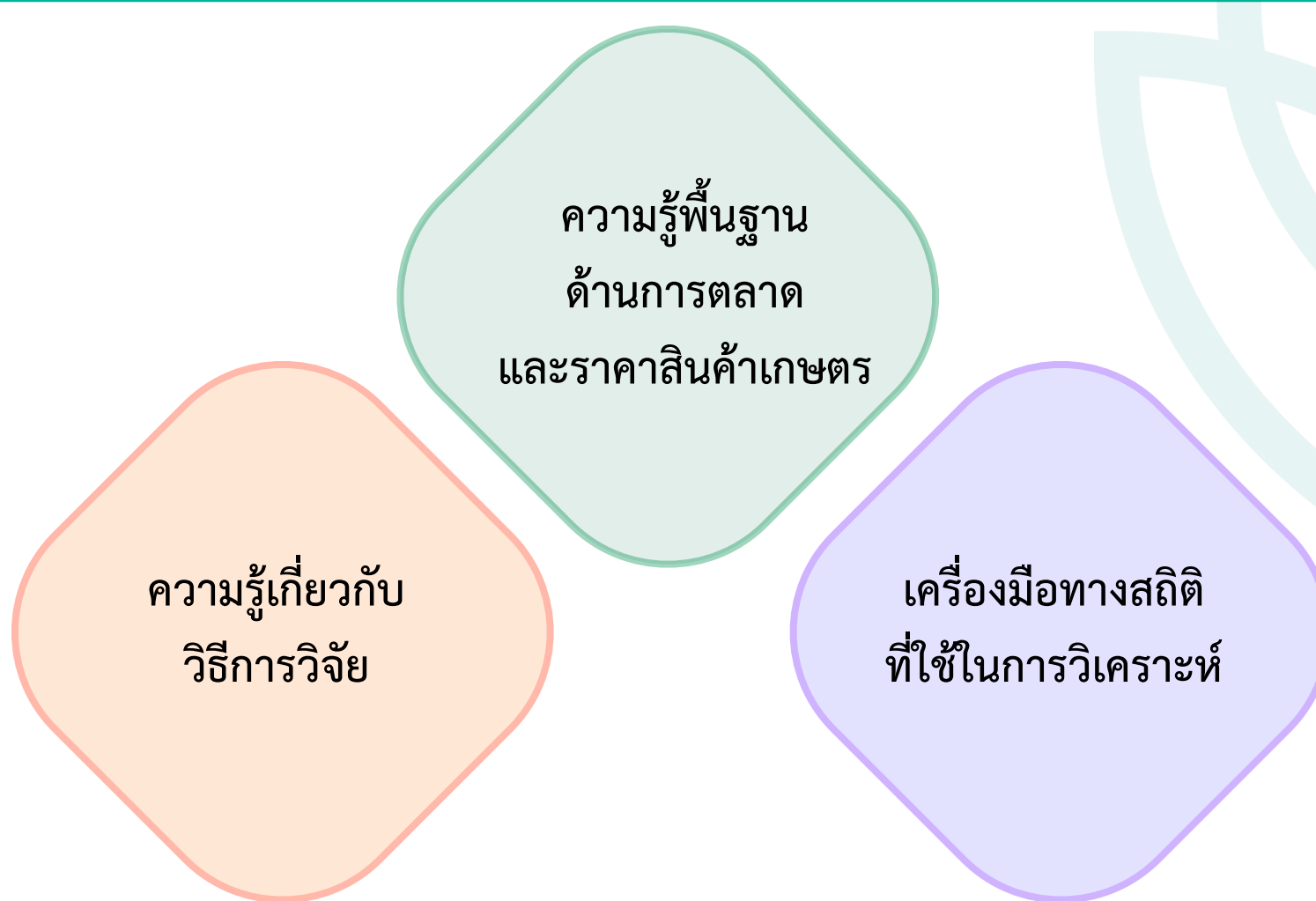
Stabilisation

เพื่อให้เกิดเสถียรภาพของ
ราคาและตลาด

Efficiency

เพื่อให้การดำเนินกิจกรรม
ทางการตลาดมี
ประสิทธิภาพ

Three components to analyse the system of agricultural market?



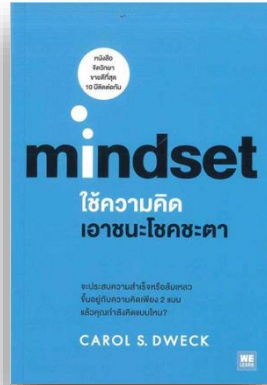
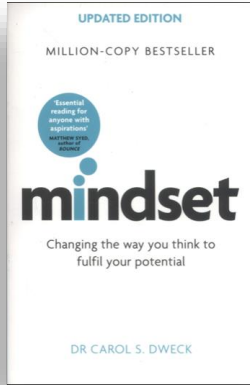
คุณสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ได้ แต่ว่าความสนใจของคุณจะไม่เปลี่ยนแปลง

(You can be exposed to new things, but your core interests won't really change.)

(1) เห็นด้วย

(2) ไม่เห็นด้วย

Mindsets



ความสามารถ/สติปัญญา

ความพยายาม

มุมมอง เรื่องความสำเร็จ/ล้มเหลว

อุปสรรค

คำวิจารณ์

ความสำเร็จของผู้อื่น

- ถูกกำหนดไว้แล้ว
- ถ้าฉลาดแล้วไม่ต้องขยัน
- แสดงถึงความสามารถของเรา
- ปกป้องตัวเองหรือยอมแพ้อย่างง่ายดาย
- ไม่สนใจคำวิจารณ์ในเชิงลบที่มีประโยชน์
- รู้ว่าตัวเองถูกคุกคามโดยความสำเร็จของผู้อื่น

พัฒนาได้

ขยันจึงจะสำเร็จ

เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้

มุ่งมั่นต่อไปแม้จะพบกับความล้มเหลว

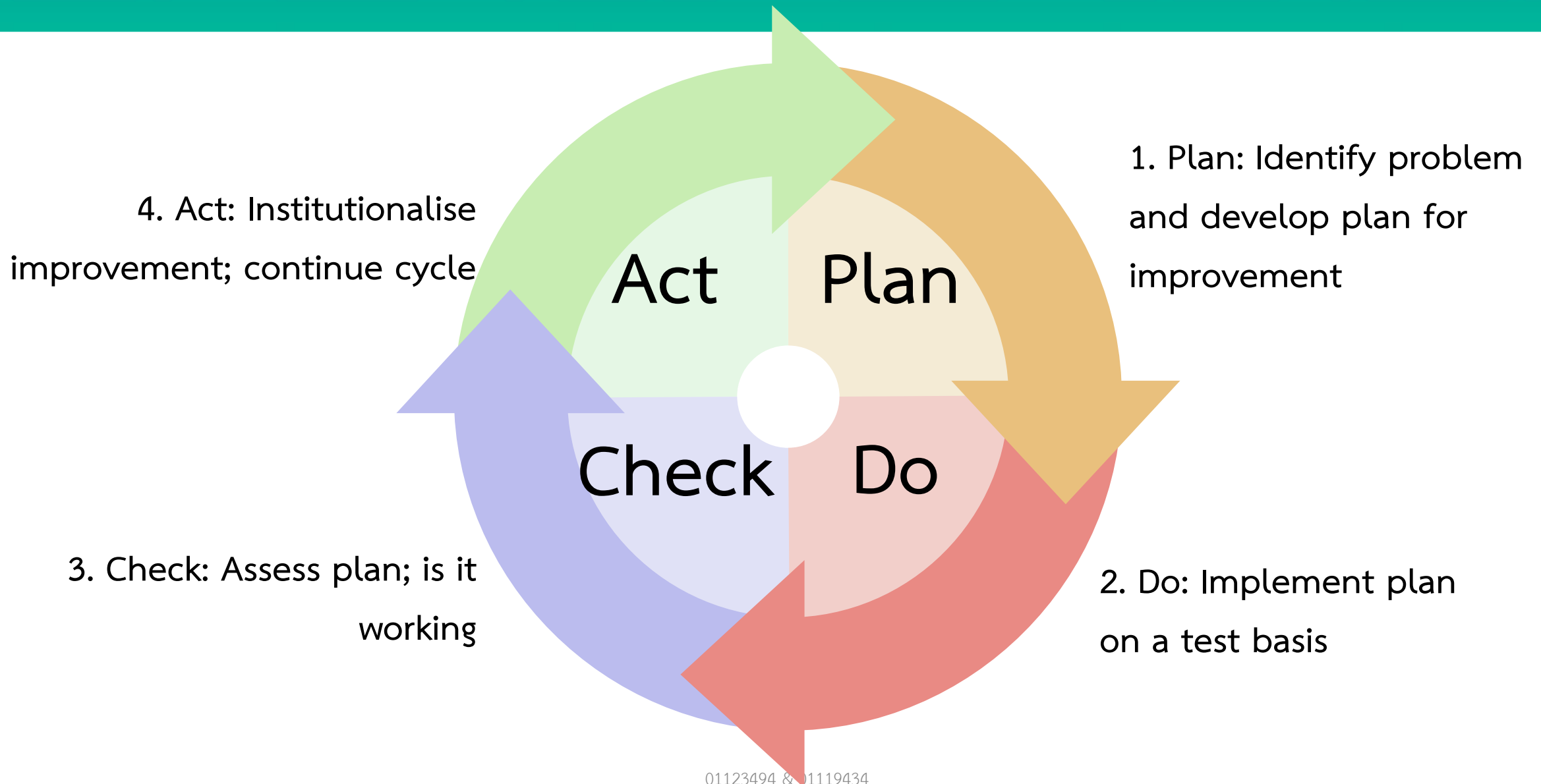
เรียนรู้จากคำวิจารณ์

มองหาบทเรียนและแรงบันดาลใจจากความสำเร็จของผู้อื่น

สิ่งที่ทำให้เราเกิด Fixed mindset

- การเชื่อเรื่องชาติตระกูล บุญวาสนา บุปเพสันนิवास แล้วแต่เวรแต่กรรม
- การแบ่งชนชั้น การแบ่งกลุ่ม ความเหลื่อมล้ำทางสังคม
- รูปแบบของการวัดผล การสอบ เน้นวัดความเก่ง ไม่ได้เน้นพัฒนาการ
- ยกย่องความสำเร็จ ลงโทษความล้มเหลว ไม่ให้คุณค่ากับการทำงานหนัก
หรือความพยายาม

PDCA cycle

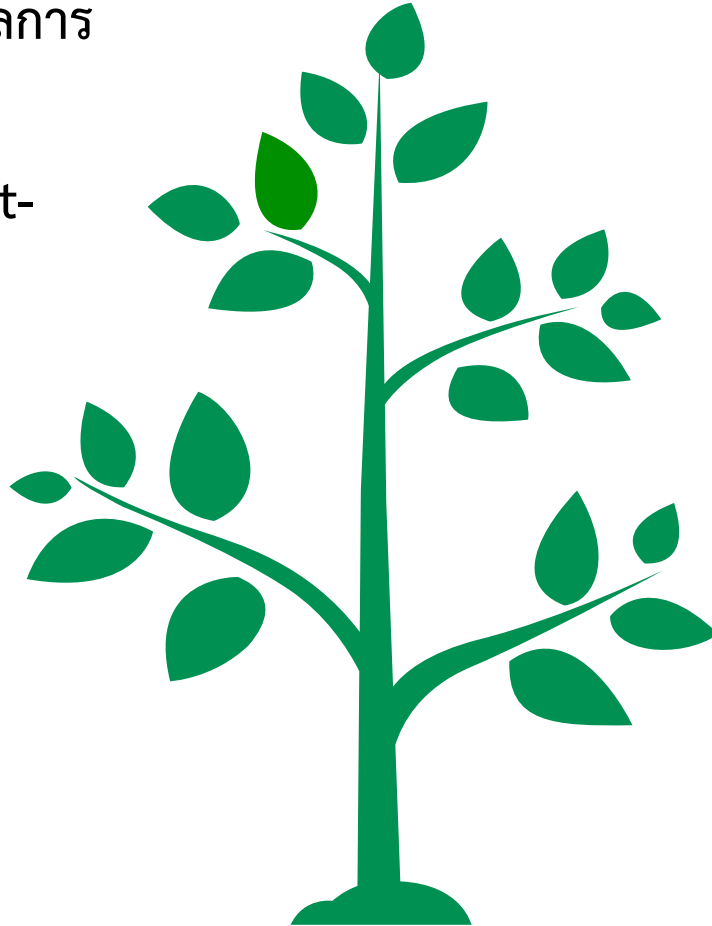


การศึกษาปัญหาการตลาด

2.1 แนวทางการศึกษาปัญหาการตลาด

การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการ
ดำเนินงานของตลาด
(Marketing Structure-Conduct-
Performance approach)

การศึกษาทางสถาบัน
(Institutional approach)



การศึกษาสินค้าแต่ละอย่าง
(Commodity Approach)

การศึกษาหน้าที่การตลาด
(Functional Approach)

2.1.1 การศึกษาหน้าที่การตลาด (Functional Approach)

หน้าที่อำนวยความสะดวก (Facilitating function)

- การจัดมาตรฐานสินค้า
- การเงิน
- ความเสี่ยง
- ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการรวบรวม การวิเคราะห์ และการกระจายข้อมูลต่างๆ



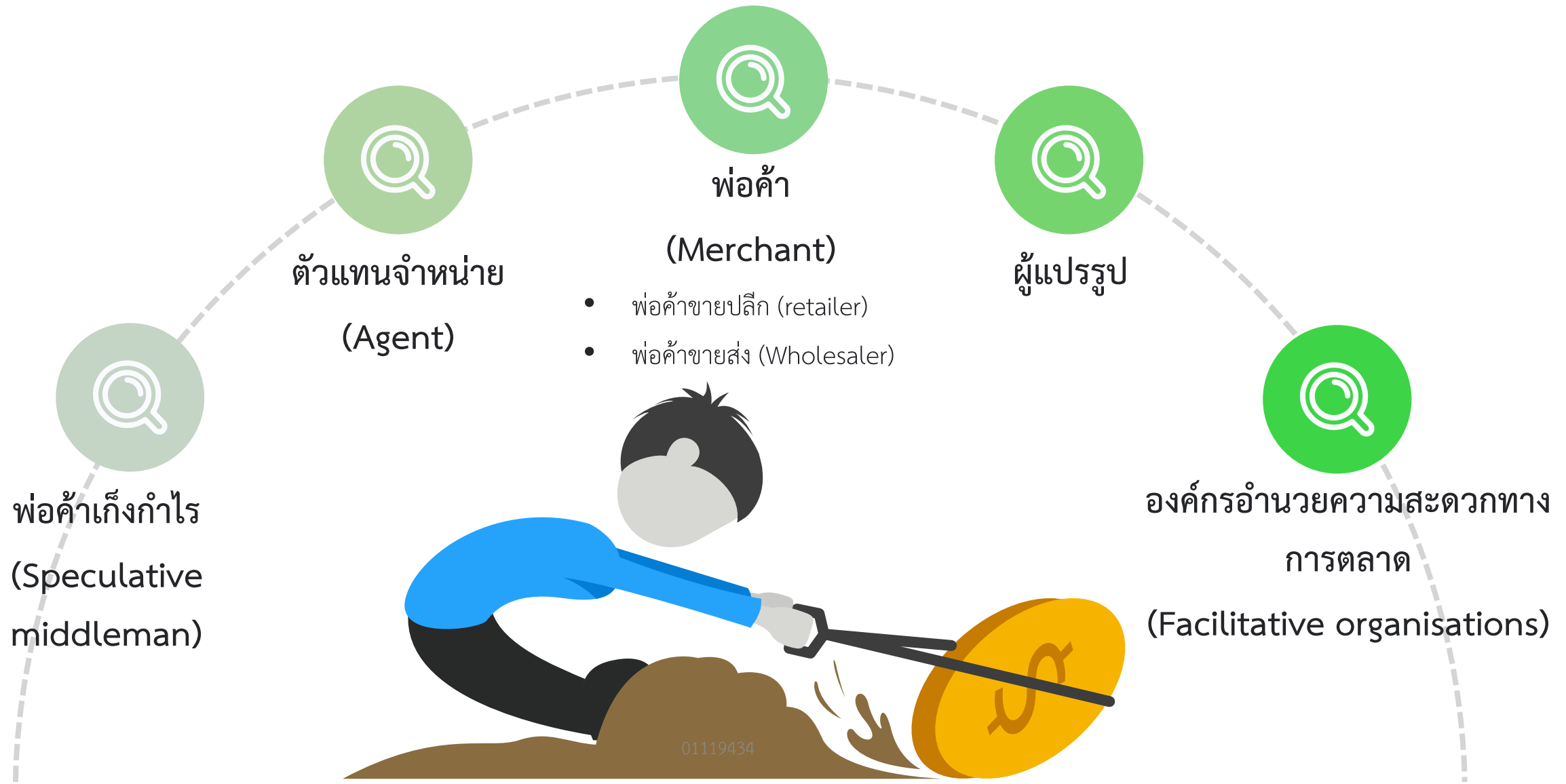
หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน (Exchange Function)

- การซื้อผลผลิต => เกี่ยวข้องกับแหล่งอุปทาน
- การขายสินค้า

หน้าที่ทางกายภาพ (Physical functions)

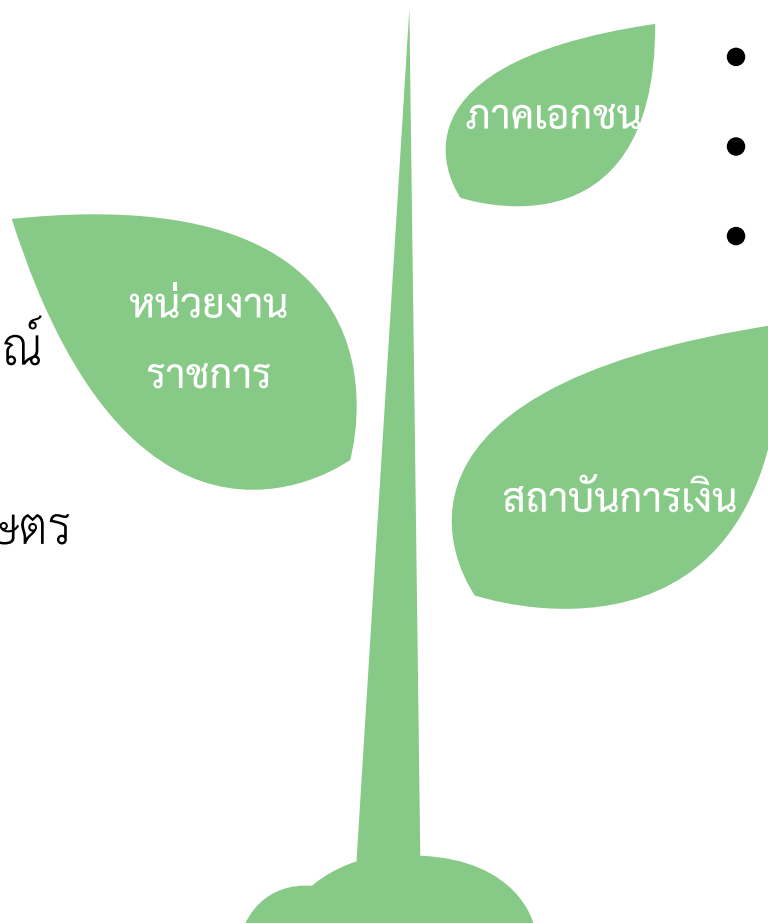
- การเก็บรักษาผลิตผล
- การขนส่ง
- การแปรรูป

2.1.2 การศึกษาทางสถาบัน(Institutional approach)



องค์กรอำนวยความสะดวกทางการตลาด (Facilitative organisations)

- กระทรวงพาณิชย์
- กรมการค้าภายใน
- กรมการค้าต่างประเทศ
- กรมส่งเสริมการส่งออก
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- มกอช.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- กระทรวงคมนาคม
- กระทรวงการคลัง
- กระทรวงมหาดไทย



สมาคมต่างๆ เช่น

- สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ
- สมาคมยางพาราไทย
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย
- ฯลฯ

ธนาคาร

- ธ.ก.ส.
- ธนาคารพาณิชย์

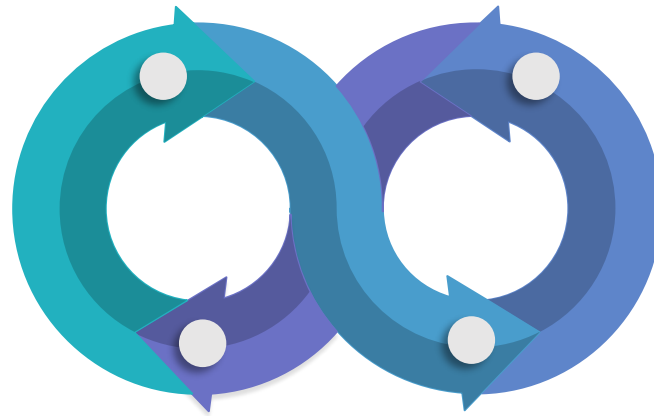
สหกรณ์

- สหกรณ์การเกษตร

2.1.3 การศึกษาสินค้าแต่ละอย่าง (Commodity Approach)

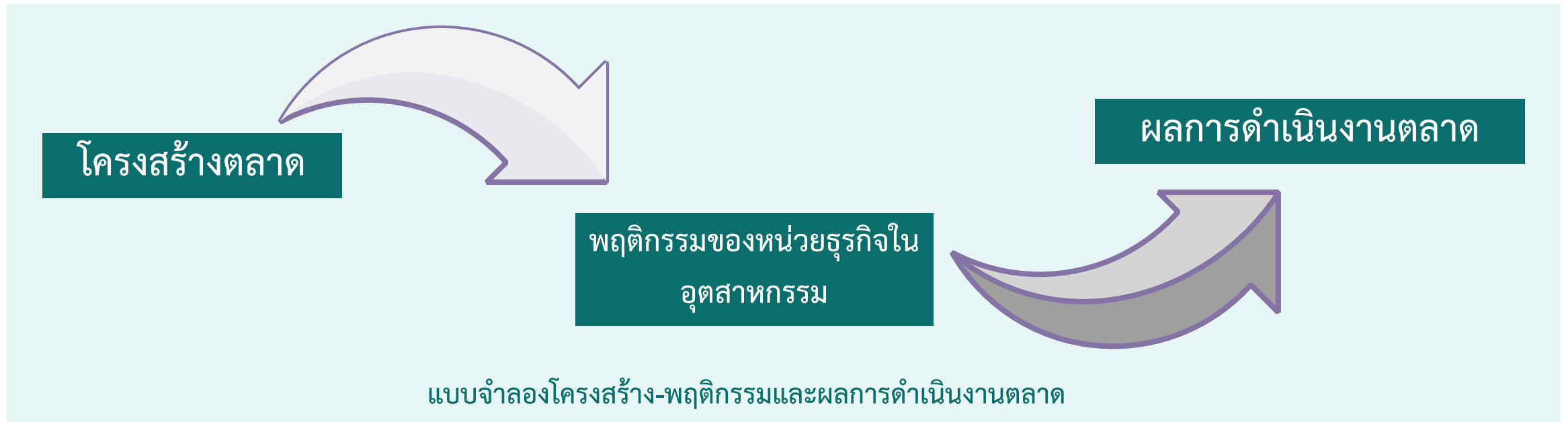


หน้าที่ทางการตลาด

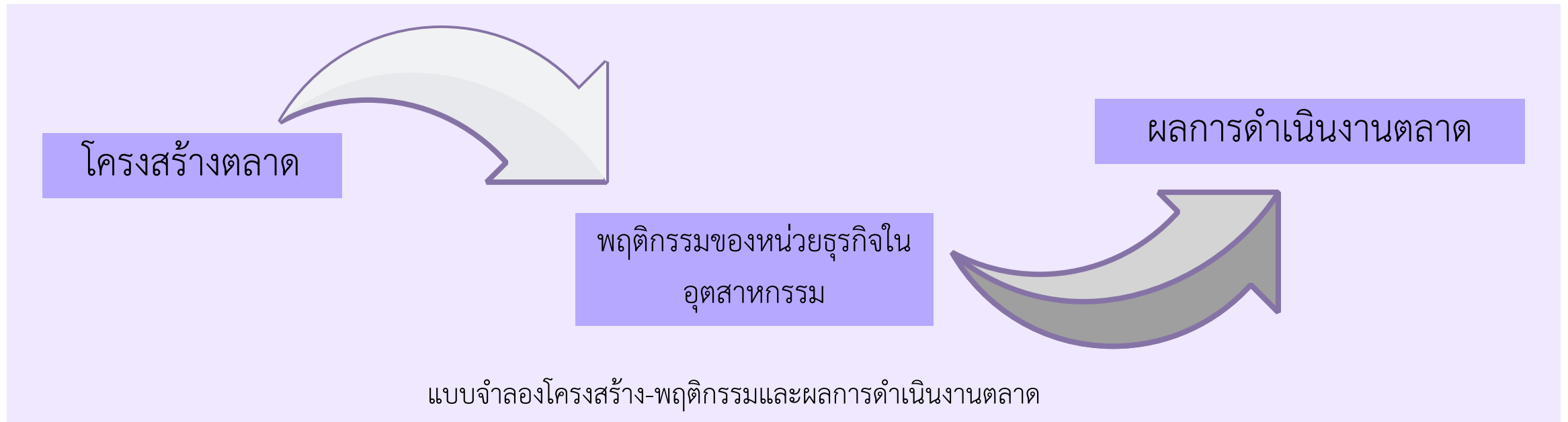


สถาบันการตลาด

2.1.4 การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด (Marketing Structure-Conduct-Performance approach)

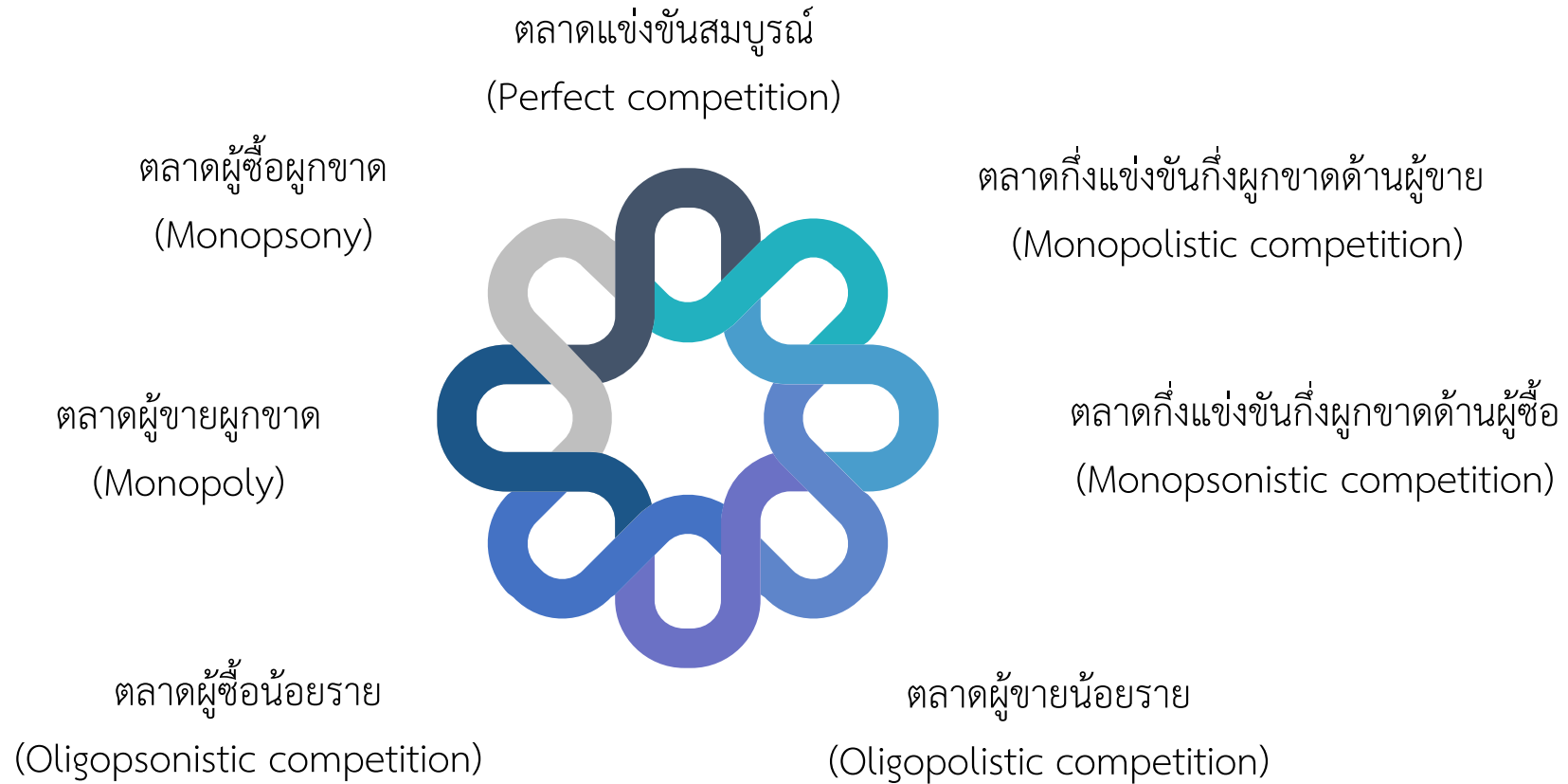


2.1.4 การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด (Marketing Structure-Conduct-Performance approach)



แบบจำลองโครงสร้าง-พฤติกรรมและผลการดำเนินงานตลาด

1) โครงสร้างตลาด (Market structure)



Note:

การศึกษาโครงสร้างตลาดสินค้า
เกษตรจะต้องแยกตามระดับตลาด
เพราะลักษณะการทำหน้าที่การตลาด
และปัญหาพื้นฐานของการตลาดใน
แต่ละระดับแตกต่างกัน

เกณฑ์ประเมินโครงสร้างตลาด

1. จำนวนธุรกิจในตลาด

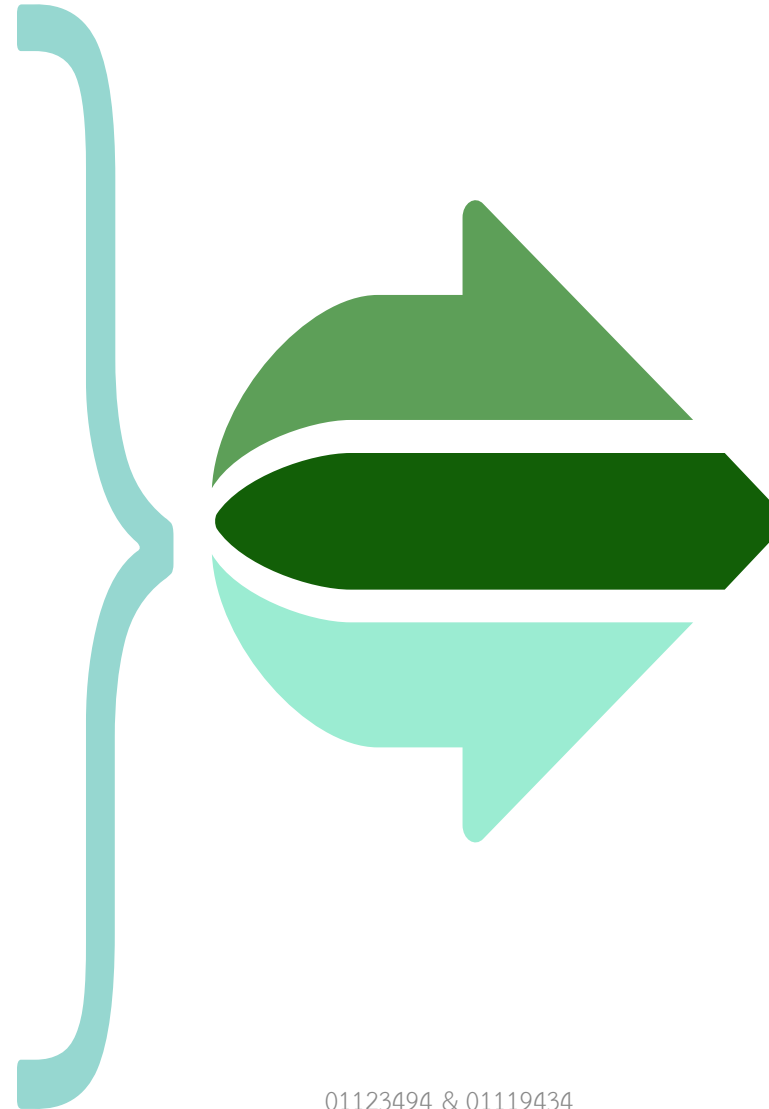
- ประเมินด้วยอัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio)
- อัตราการกระจุกตัว = สัดส่วนยอดขายธุรกิจ/ยอดขายทั้งหมดในตลาด (นับจากยอดขายของธุรกิจจะคิดจาก 4 ธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดจนถึง 10 ธุรกิจ)

2. การกีดกันเข้าออกจากตลาด

- ขนาดของธุรกิจและต้นทุนเฉลี่ย
- ต้นทุนที่แท้จริง
 - ความรู้ความเชี่ยวชาญ
 - ลิขสิทธิ์
 - ปัจจัยการผลิตสำคัญ
 - ความเชื่อถือ
- การลงทุนในต้นทุนคงที่

3. ความแตกต่างของตัวสินค้า

- การกำหนดชั้นคุณภาพสินค้า => ทำให้อุปสงค์ของสินค้ามีความยืดหยุ่นน้อยลง



ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
(Perfect competition)



ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดด้านผู้ขาย
(Monopolistic competition)



ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดด้านผู้ซื้อ
(Monopsonistic competition)



ตลาดผู้ขายน้อยราย
(Oligopolistic competition)



ตลาดผู้ซื้อน้อยราย
(Oligopsonistic competition)



ตลาดผู้ขายผูกขาด
(Monopoly)



ตลาดผู้ซื้อผูกขาด
(Monopsony)

2) พฤติกรรมตลาด (Market conduct)

พฤติกรรมของหน่วยธุรกิจในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นเรื่องของการกำหนดนโยบาย แผนกลยุทธ์ การตัดสินใจและการนำเอาแผนกลยุทธ์ไปใช้ ทั้งด้านการกำหนดราคา ลักษณะของสินค้าและที่มีต่อคู่แข่งชั้น อย่างไรก็ตาม หน่วยธุรกิจจะมีพฤติกรรมอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับอิทธิพลของโครงสร้างตลาด

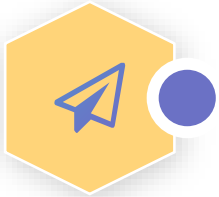
กฎเกณฑ์ (criteria) ที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมหน่วยธุรกิจ เมื่อกำหนดระดับความมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของตลาด คือ

1. ความมีอิสระในการกำหนดราคา
2. ด้านการแข่งขัน
3. ด้านตัวสินค้า

3) ผลการดำเนินงาน (Market performance)

ผลการดำเนินงานทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์และผลการปรับตัวทางการตลาดของผู้ขายและผู้ซื้อ

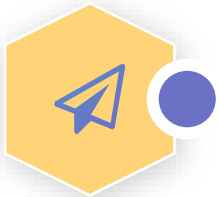
เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ



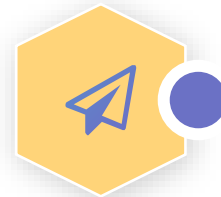
การผลิต



การกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม



กำไรมีความเหมาะสมกับความเสี่ยง



การลงทุนอยู่ในระดับที่เหมาะสม

ทั้งนี้ ความสำเร็จทั้งในด้านความยุติธรรมและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของตลาดจะมีความสมดุลกัน ระหว่างความต้องการของผู้บริโภคที่ได้รับความพอใจสูงสุดและผู้ผลิตได้รับกำไรจากการผลิตสูงสุด

อัตราผลกำไรที่ได้จากการลงทุน

$$\text{กำไรส่วนเกินของธุรกิจ} = R - C - D - i.V$$

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกินจากการขาย} = \frac{R - C - D - i.V}{R}$$

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกินจากการลงทุน} = \frac{R - C - D - i.V}{V}$$

ในที่นี้

$$\frac{R - C - D}{V}$$

คือ อัตรากำไรจากการลงทุนในทางบัญชี
(Accounting profit)

R = รายได้จากการจำหน่ายทั้งหมดในปีนี้

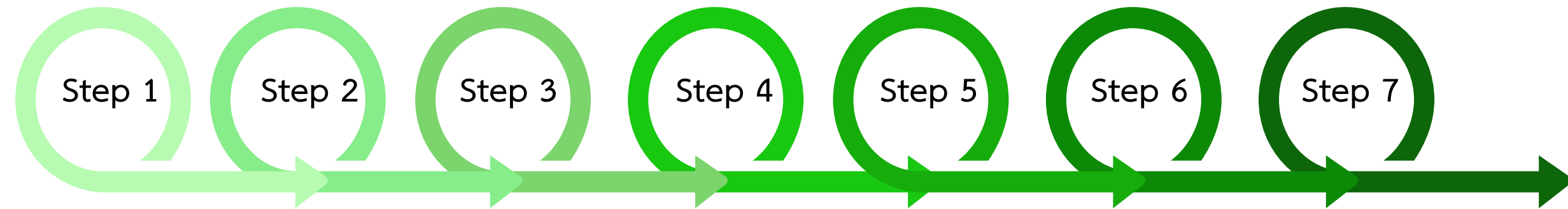
C = ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (ในปีเดียวกัน)

D = ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อที่จะได้รายได้ในปีนี้

v = มูลค่าการลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น หรือส่วนเกินมูลค่าหุ้นหลังจากหักค่าเสื่อมราคาแล้ว

i = อัตราดอกเบี้ยสุทธิ

2.2 ขั้นตอนในการศึกษาหรือวิจัยตลาด



7. ติดตามผล

6. ประมวลผลและจัดทำรายงาน

5. ทำตารางและวิเคราะห์ข้อมูล

4. วางแผนและดำเนินการสำรวจข้อมูล

3. สำรวจข้อมูลเบื้องต้น

2. วิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1. กำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์



A decorative graphic on the left side of the slide features three large, stylized question marks in yellow, blue, and green. Below them are smaller circles in the same colors. The background is white with various geometric shapes: a blue circle at the top left, a green triangle at the top right, a green L-shaped line at the bottom left, and an orange circle with yellow dashes at the bottom center.

2.3 ทิศทางการเกษตร ของไทย

นโยบายของรัฐที่มีผลต่อการพัฒนาภาคเกษตร

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ต่อเนื่องจากแผน 1 +
การวางแผนระดับสาขา

เน้นการพัฒนาที่เชื่อมโยงระหว่างสาขา
เศรษฐกิจ การใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์อย่าง
เต็มที่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต มีการใช้
นโยบายพยุ่งราคาพืชผลทางการเกษตร



เน้นการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเป็นหลัก
เช่น ระบบขนส่ง เชื้อเพลิง ชลประทาน
ไฟฟ้า => Top-Down planning

เน้นเรื่องการกระจายรายได้ ปรับปรุงโครงสร้าง
ทางเศรษฐกิจ รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้
มั่นคง

มุ่งเน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจ แก้ปัญหา
ความยากจน เปิดโอกาสให้ประชาชนมี
ส่วนร่วมในการวางแผน” ใช้ area-
based approach

แผนฯ 6 - 10

เน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน ความสมดุลระหว่างการขยายตัวและการกระจายรายได้ เร่งรัดพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ชูเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติ



แผน 6
(2530-2534)

เน้นการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจร กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ปรับตัวจากเศรษฐกิจการเกษตรเป็นเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



แผน 7
(2535-2539)

เน้นเรื่องเกษตรยั่งยืน เป้าหมายพื้นที่เกษตรยั่งยืนไม่น้อยกว่า 20% ของพื้นที่เกษตรทั้งหมด



แผน 8
(2540-2544)



แผน 9
(2545-2549)

เน้นการเกษตรเป็นรากฐานเศรษฐกิจของชาติทั้งในการบริโภคในประเทศ การลงทุนในประเทศ การส่งออก และการทดแทนการนำเข้า



แผน 10
(2550-2554)

แผนฯ 11 - 13

“ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ที่ให้ “คน
เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และ
“สร้างสมดุลการพัฒนา” ในทุกมิติ



“ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”
“การพัฒนาที่ยั่งยืน”
“คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา”

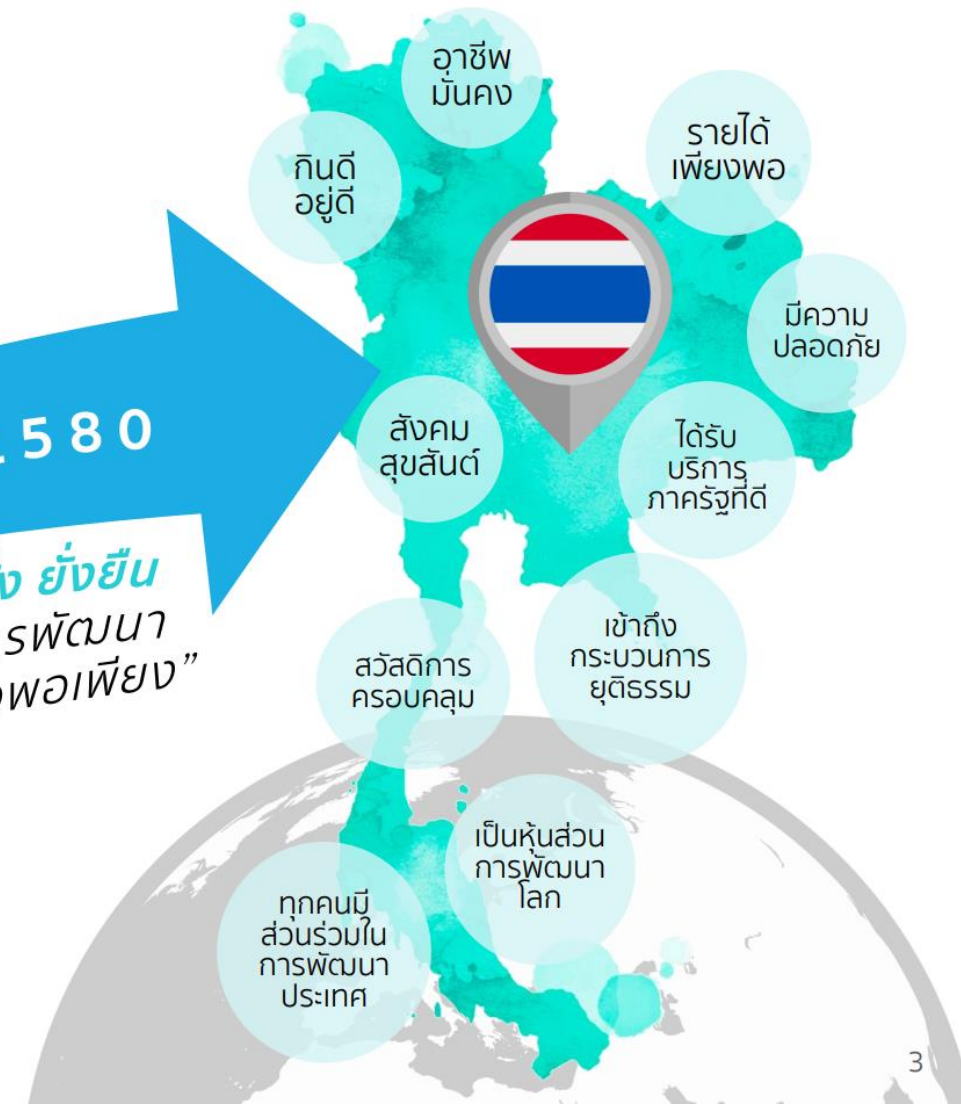
ตัวอย่างนโยบายเกษตรไทย

1. นโยบายเกษตรแปลงใหญ่
 2. นโยบายเกษตรปลอดภัย
 3. นโยบายเกษตรอินทรีย์
 4. นโยบายการแบน 3 สาร
 5. นโยบายเกษตร 4.0
 6. นโยบายประกันรายได้
 7. นโยบายรับจำนำ
- ที่มาของนโยบาย
 - แนวทางดำเนินนโยบาย
 - ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรค
 - กรณีศึกษา

เป้าหมาย 20 ปี ที่เราต้องการจะไปถึง

วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580

“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน
เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนา
ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”



ตनुชา พิษยนันท์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน.

ก้าวอย่างมีหลักการ



เพื่อสร้างโอกาส

และลดความเสี่ยง



ตนะชา พิชยนันท์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน.

เป้าหมาย 5 ปี ภายใต้แผนฯ 13



ตนะชา พิชยพันธ์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน.¹⁴

13 หมวดหมาย สู่การพลิกโฉมประเทศไทย



ตनुชา พิษขันธ์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน. 15

แผนฯ 13: เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับมหุดหมาย

เป้าหมายที่ 1

มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 1.1 ผลผลิตภัณฑัวมวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเดิบโต ร้อยละ 4.5 ต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 1.2 รายได้สุทธิต่อครัวเรือนเกษตรกร ไม่ต่ำกว่า 537,000 บาทต่อครัวเรือน เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 1.3 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ เพิ่มขึ้นเป็น 2.0 ล้านไร่ และพื้นที่เกษตรที่ได้รับ

การรับรองตามหลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีเพิ่มขึ้นเป็น 2.5 ล้านไร่ เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 1.4 พื้นที่เพาะปลูกพืชที่ไม่เหมาะสมลดลงร้อยละ 10 เมื่อสิ้นสุดแผน

ที่มา: ราชกิจจานุเบกษา เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ประกาศ ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 เล่า 139 ตอนพิเศษ 258: หน้า 28-29.

เป้าหมายที่ 2

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการ เพื่อคุณภาพ ความมั่นคงทางอาหารและความยั่งยืนของภาคเกษตร

ตัวชี้วัดที่ 2.1 ภาคเกษตรมีผลผลิตภาพการผลิตรวม เฉลี่ยร้อยละ 1.5 เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 2.2 มีตลาดกลางสินค้าเกษตรภูมิภาคในภาคเหนือ 2 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 แห่ง ภาคใต้ 2 แห่ง ภาคกลาง 1 แห่ง และภาคตะวันออก 1 แห่ง เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 2.3 น้ำไหลลงอ่างเก็บน้ำทั้งประเทศมีปริมาณอย่างน้อย 40,000 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 2.4 ระบบชลประทานมีประสิทธิภาพไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 2.5 เกิดการใช้น้ำในพื้นที่เกษตรนอกเขตชลประทาน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่ เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 2.6 มีพื้นที่ที่สามารถลดความเสี่ยงภัยน้ำท่วม-น้ำแล้ง และเกิดระบบจัดการน้ำชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า 4,000 ตำบล เมื่อสิ้นสุดแผน

แผนฯ 13: เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับมหุดหมาย

เป้าหมายที่ ๓

การเพิ่มศักยภาพและบทบาทของผู้ประกอบการเกษตรในฐานะหุ้นส่วนเศรษฐกิจของห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับส่วนแบ่งประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

ตัวชี้วัดที่ 3.1 จำนวนสหกรณ์ภาคเกษตรในชั้นที่ 1 ตามเกณฑ์การจัดระดับความเข้มแข็งสหกรณ์เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 18

เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 3.2 จำนวนกลุ่มเกษตรกรในชั้นที่ 1 ตามเกณฑ์การจัดระดับความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกรเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 6 เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 3.3 จำนวนวิสาหกิจชุมชนในระดับดี ตามเกณฑ์การจัดระดับความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 35 เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 3.4 ผู้ประกอบการเกษตรเพิ่มขึ้นปีละ 4,000 ราย

ที่มา: ราชกิจจานุเบกษา เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ประกาศ ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 เล่า 139 ตอนพิเศษ 258: หน้า 28-29.

2.4 ปัญหาและนโยบายสินค้าเกษตร

1. ปัญหาด้านการตลาดต่างประเทศ

- ปัญหาการขนส่ง
- คุณภาพสินค้าเกษตรมีความหลากหลาย และควบคุมได้ยาก
- เขตการค้าเสรี FTA
- นโยบายกีดกันทางการค้าสินค้าเกษตรของประเทศต่างๆ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2. นโยบายส่งเสริมการตลาดส่งออกสินค้าเกษตร

- การแทรกแซงกลไกตลาด เช่น การประกันราคา รับจํานําเท่ากับหรือสูงกว่าราคาตลาด การจ่ายค่าชดเชย การอุดหนุนปัจจัยการผลิต
- การให้กู้ยืมเพื่อการส่งออก
- การออกงานแสดงสินค้า
- การเปิดตลาดใหม่แบบทวิภาคี
- การจัดอบรมให้ความรู้ด้านการส่งออกและมาตรฐานของแต่ละประเทศ
- การพัฒนาตราสินค้า ส่งเสริมสินค้าที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

การวัดผล

	สัดส่วน
สอบ Take-home exam	40%
กลางภาค	20%
ปลายภาค	20%
รายงานกลุ่ม	30%
การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	30%
รวม	100%

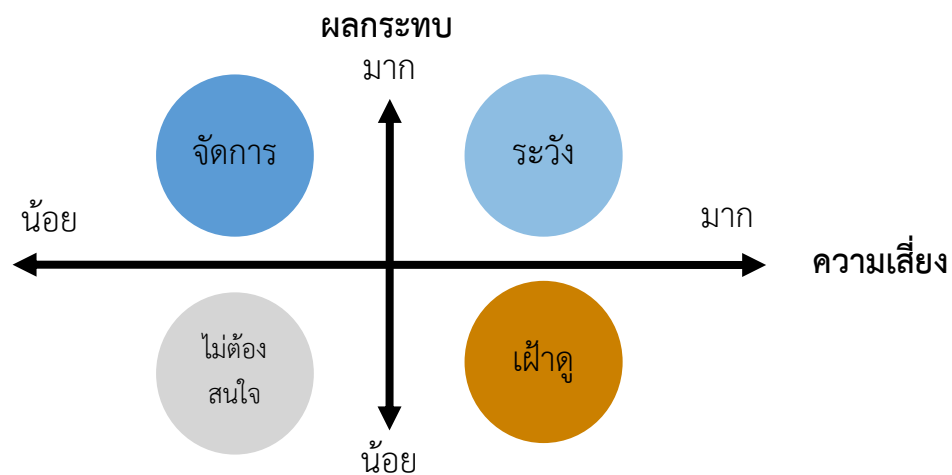
*ตัดเกรดแบบอิงเกณฑ์ร่วมกับอิงกลุ่ม (ตัด F ที่ 50 คะแนน)

เกณฑ์การให้คะแนนรายงานกลุ่ม	สัดส่วน
การนำเสนอ (15 นาที)	5%
ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	5%
การวิเคราะห์	10%
การตอบคำถาม	10%

เกณฑ์การให้คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	สัดส่วน
ความตรงต่อเวลา	5%
การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน <ul style="list-style-type: none">ถาม ตอบ แสดงความเห็น	25%
นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ	พิเศษ

รายละเอียดของการนำเสนอ

- การผลิต
- การวิเคราะห์
- การตลาด
 - ในประเทศ
 - ต่างประเทศ
- PESTEL
- SWOT
- TOWS



SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

จุดอ่อน (Weaknesses)

โอกาส (Opportunities)

อุปสรรค (Threats)



PESTEL เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

P

Political

- นโยบายภาครัฐ
- เสถียรภาพทางการเมือง
- นโยบายการค้า การลงทุน
- การสนับสนุนของภาครัฐ
- ฯลฯ

E

Economic

- ค่าครองชีพ
- การเติบโตทางเศรษฐกิจ
- อัตราการแลกเปลี่ยน
- อัตราเงินเฟ้อ
- ค่าแรงขั้นต่ำ
- การเติบโตของตลาด
- ฯลฯ

S

Social

- พฤติกรรมผู้บริโภค
- เทรนด์ หรือกระแส
- จำนวนประชากร
- ค่านิยม
- ศาสนา วัฒนธรรม
- ความร่วมมือในกลุ่มสังคม
- ฯลฯ

T

Technological

- ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี
- การพัฒนาคิดค้น
- การควบคุมด้านข้อมูล
- โครงสร้างพื้นฐาน
- สิทธิบัตร
- ฯลฯ

E

Environmental

- สภาพอากาศ
- มลภาวะ
- นโยบายสิ่งแวดล้อม
- การรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม
- ฯลฯ

L

Legal

- ข้อกำหนด
- ภาษี
- การกีดกันทางภาษี
- ฯลฯ

TOWS MATRIX STRATEGIES

	โอกาส Opportunities			
จุดอ่อน Weaknesses	<p>ภายนอกเหนือและภายในด้อย (คำถาม: Question) *กลยุทธ์พลิกฟื้น (Turn around strategies)</p> <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุง พัฒนา ร่วมทุน หาแนวร่วม 	WO	<p>ภายนอกเหนือและภายในเด่น (ดาวรุ่ง: star) *กลยุทธ์เชิงรุก (Aggressive strategies)</p> <ul style="list-style-type: none"> ขยายงาน ส่งเสริม สนับสนุน เพิ่มเป้าหมาย 	
	<p>ภายนอกดุดและภายในด้อย (สุนัข: Dog) *กลยุทธ์การตัดทอน (Retrenchment strategies)</p> <ul style="list-style-type: none"> ทบทวน ยุบรวม ลดกิจกรรม ถ่ายโอน 	WT	<p>ภายนอกดุดแต่ภายในเด่น (แม่วัวให้นม: cash cows) *กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ (Stability strategies)</p> <ul style="list-style-type: none"> ขยายงานที่เป็นจุดแข็ง หลีกเลี่ยงอุปสรรค รักษา ป้องกัน 	จุดแข็ง Strengths
	อุปสรรค Threats			

หมู่ 1 ลำดับการนำเสนอ

ลำดับที่	กลุ่ม	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3
1	ข้าว	ข้าวขาว	ข้าวพื้นเมือง	ข้าวหอมมะลิ
2	พืชไร่	มันสำปะหลัง	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	อ้อย
3	พืชไร่	หอมแดง	สับปะรด	กระเทียม
4	พืชสวน	ยางพารา	กาแฟ	ปาล์มน้ำมัน
5	พืชสวน	มะม่วง	มังคุด	ทุเรียน
6	พืชสวน	ลำไย	มะพร้าวผลแก่	มะพร้าวน้ำหอม
7	พืชสวน	ข้าวโพดฝักอ่อน	กล้วยไม้	ข้าวโพดหวาน
8	ปศุสัตว์	โคนม	โคเนื้อ	กระบือ
9	ปศุสัตว์	ไก่เนื้อ	หมู	ไก่ไข่
10	ปศุสัตว์	เป็ดไข่	ไก่พื้นเมือง	ถั่วเหลือง
11	ปศุสัตว์	แพะนม	แพะเนื้อ	แกะ
12	สัตว์น้ำเศรษฐกิจ	กุ้งก้ามกราม	ปลานิล/ปลาตะบิม	กุ้งขาว
13	ปลาสวยงาม	ปลากัด	ปลาทอง	ปลาหางนกยูง/ปลานีออน

หมู่ 130 ลำดับการนำเสนอ

ลำดับที่	กลุ่ม	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3	กลุ่ม 4
1	ข้าว	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวเหนียว	ข้าวเจ้า	ข้าวพื้นเมือง
2	พืชไร่	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	มันสำปะหลัง	อ้อย	สับปะรด
3	พืชไร่	หอมแดง	กระเทียม	หอมหัวใหญ่	ถั่วเหลือง
4	พืชสวน	ปาล์มน้ำมัน	ยางพารา	กาแฟ	ขนุน
5	พืชสวน	ทุเรียน	มังคุด	มะม่วง	ลำไย
6	พืชสวน	ลิ้นจี่	ส้มเขียวหวาน	มะพร้าวผลแก่	มะพร้าวน้ำหอม
7	พืชสวน	กล้วยไม้	ไม้ประดับ	หน่อไม้ฝรั่ง	กล้วย
8	พืชสวน	ข้าวโพดฝักอ่อน	ข้าวโพดหวาน	มันฝรั่ง	มะนาว
9	ปศุสัตว์	กระบือ	โคเนื้อ	โคนม	หมู
10	ปศุสัตว์	ไก่ไข่	ไก่เนื้อ	ไก่พื้นเมือง	เป็ดไข่
11	ปศุสัตว์	แพะเนื้อ	แพะนม	แกะ	จิ้งหรีด
12	สัตว์น้ำเศรษฐกิจ	ปลาช่อน	ปลานิล/ปลาตะทิม	กุ้งขาว	กุ้งก้ามกราม
13	ปลาสวยงาม	ปลากัด	ปลาหางนกยูง	ปลาหมอสี	ปลาทอง