

01119434

# Agricultural Marketing Problems & Policy

Suwanna Sayruamyat

Email: [suwanna.s@ku.th](mailto:suwanna.s@ku.th)

FB: Suwanna Sayruamyat

FB Page: EatEcon

Website: [www.eatecon.com](http://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 เรอบอกว่าเป็นปีที่แย่ 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

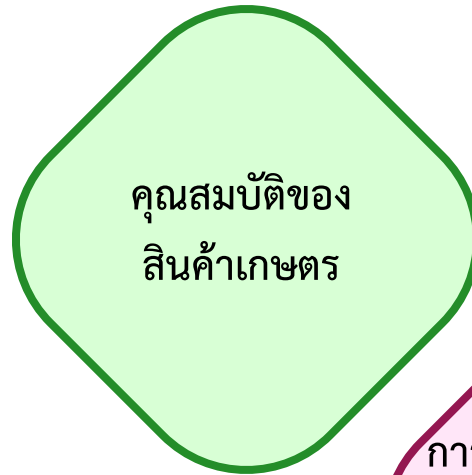
## 2. วิธีการแปรรูปและเก็บรักษาแตกต่างกัน

## 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

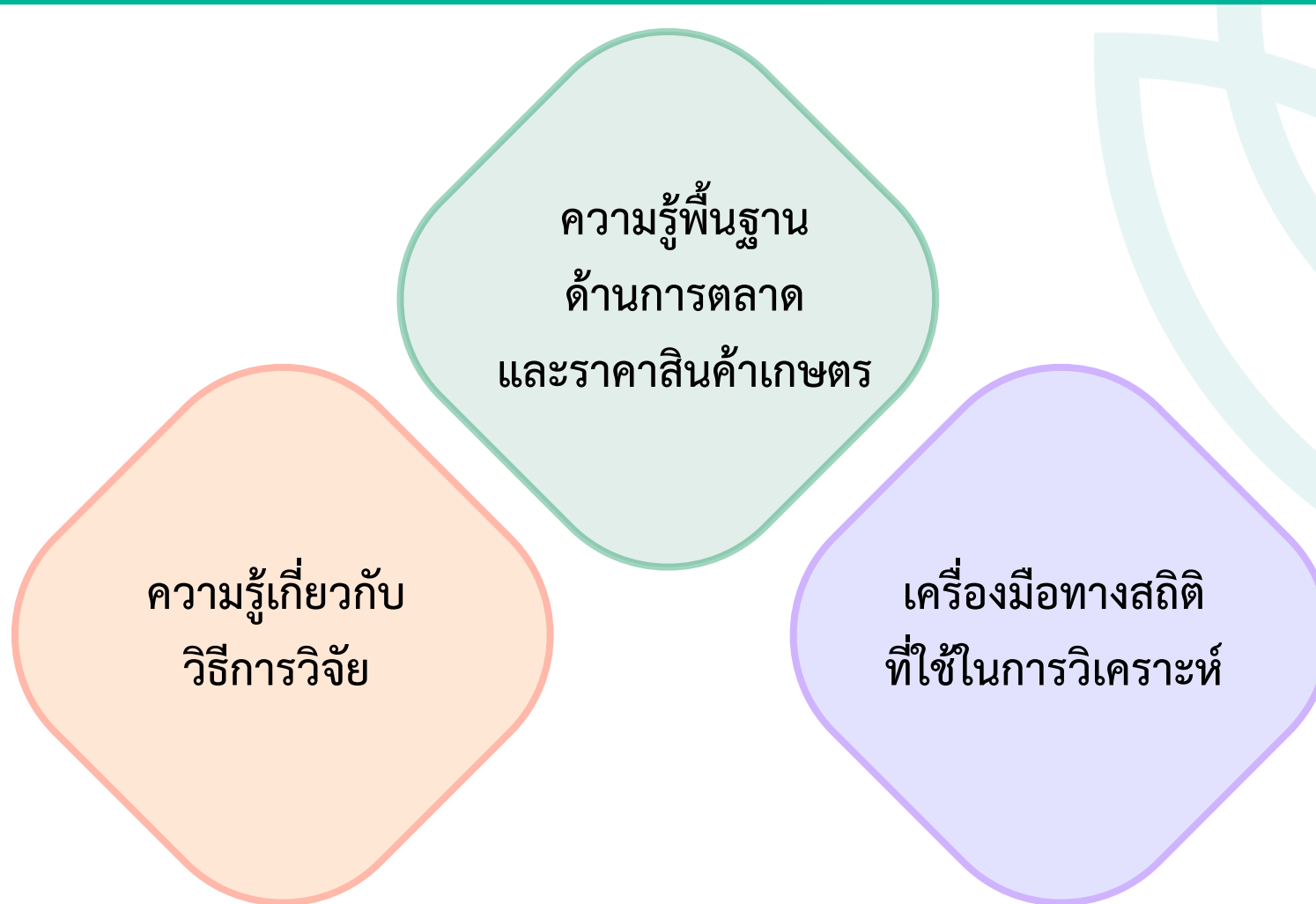
## Stabilisation

เพื่อให้เกิดเสถียรภาพของ  
ราคาและตลาด

## Efficiency

เพื่อให้การดำเนินงาน  
ทางการตลาดมี  
ประสิทธิภาพ

# Three components to analyse the system of agricultural market?



คุณสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ได้ แต่ว่าความสนใจของคุณจะไม่เปลี่ยนแปลง

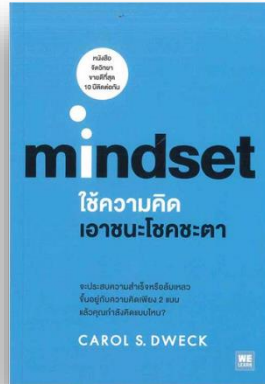
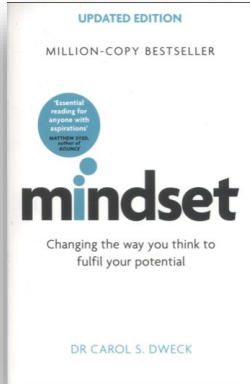
(You can be exposed to new things, but your core interests won't really change.)

( 1 ) เห็นด้วย

( 2 ) ไม่เห็นด้วย



# Mindsets



ความสามารถ/สติปัญญา

ความพยายาม

มุมมอง เรื่องความสำเร็จ/ล้มเหลว

อุปสรรค

คำวิจารณ์

ความสำเร็จของผู้อื่น

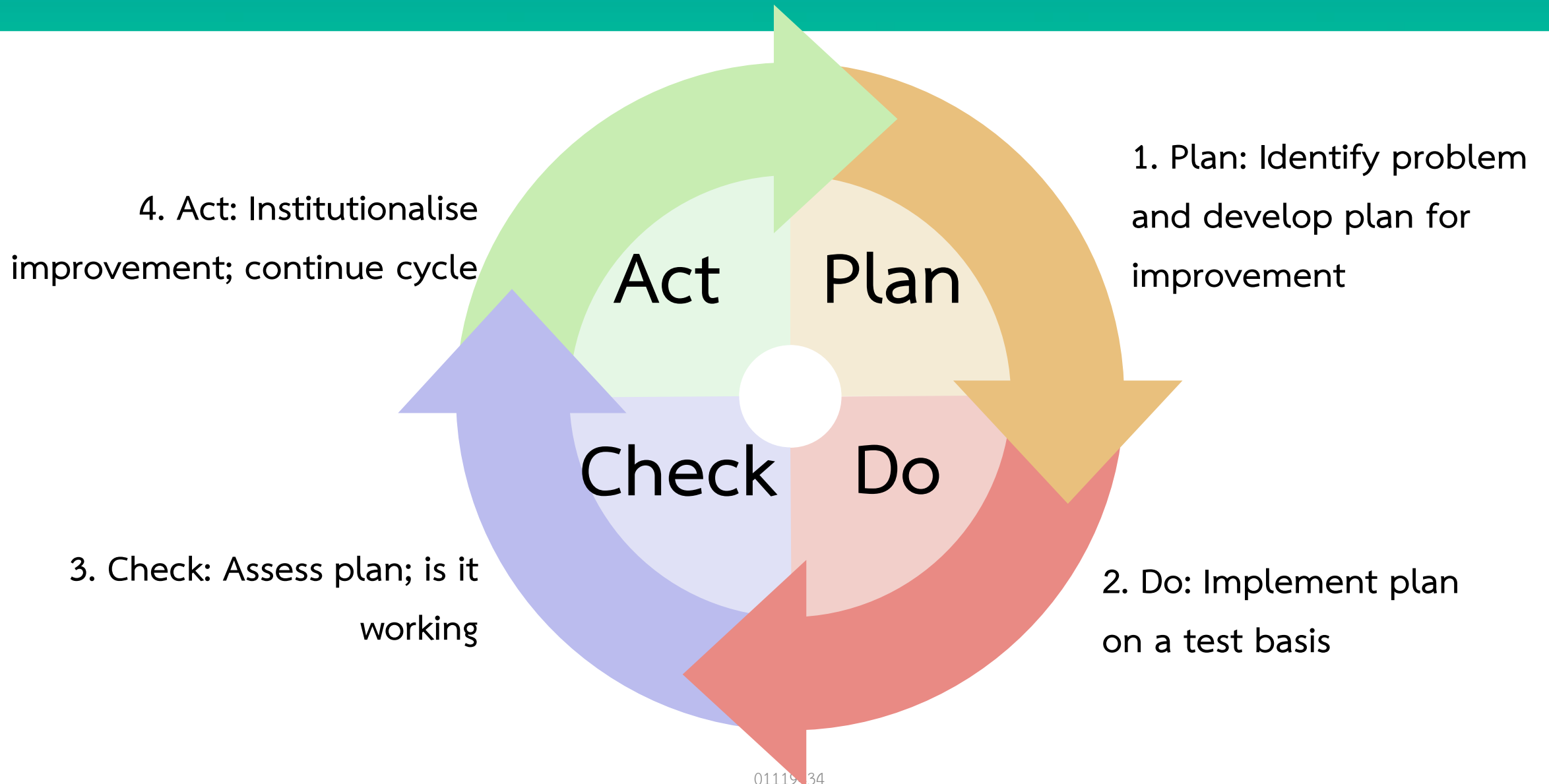
- ถูกกำหนดไว้แล้ว
- ถ้าฉลาดแล้วไม่ต้องขยัน
- แสดงถึงความสามารถของเรา
- ปกป้องตัวเองหรือยอมแพ้อย่างง่ายดาย
- ไม่สนใจคำวิจารณ์ในเชิงลบที่มีประโยชน์
- รู้ว่าตัวเองถูกคุกคามโดยความสำเร็จของผู้อื่น

- พัฒนาได้
- ขยันจึงจะสำเร็จ
- เป็นส่วนหนึ่งของขบวนการเรียนรู้
- มุ่งมันต่อไปแม้จะพบกับความล้มเหลว
- เรียนรู้จากคำวิจารณ์
- มองหาบทเรียนและแรงบันดาลใจจากความสำเร็จของผู้อื่น

# สิ่งที่ทำให้เราเกิด Fixed mindset

- การเชื่อเรื่องชาติตระกูล บัญวาสนา บุพเพสันนิวาส 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)

- การจัดทำมาตรฐานสินค้า
- การเงิน
- ความเสี่ยง
- ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการรวบรวม การวิเคราะห์ และการกระจายข้อมูลต่างๆ



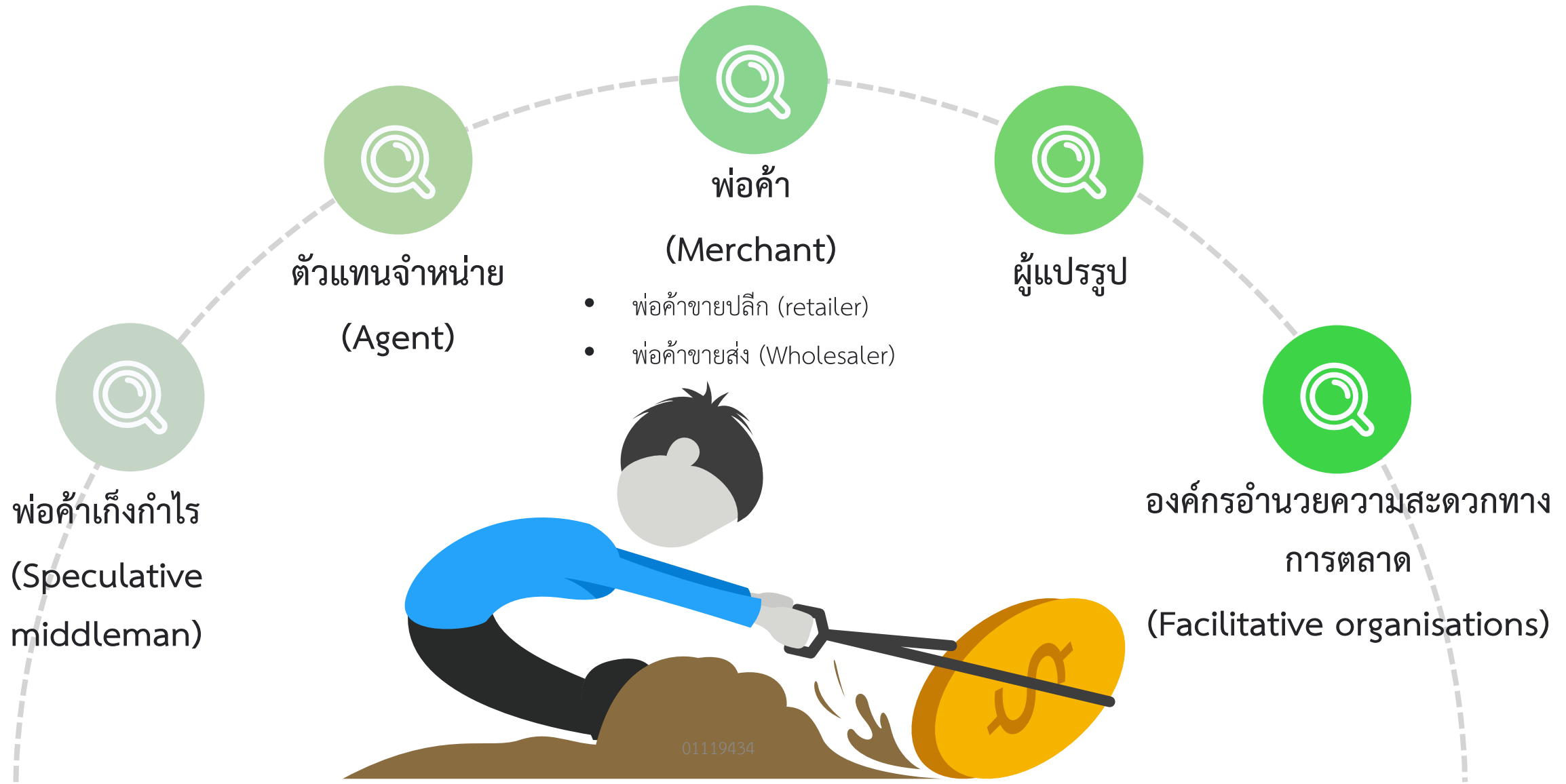
## หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน (Exchange Function)

- การซื้อผลผลิต => เกี่ยวข้องกับแหล่งอุปทาน
- การขายสินค้า

## หน้าที่ทางกายภาพ (Physical functions)

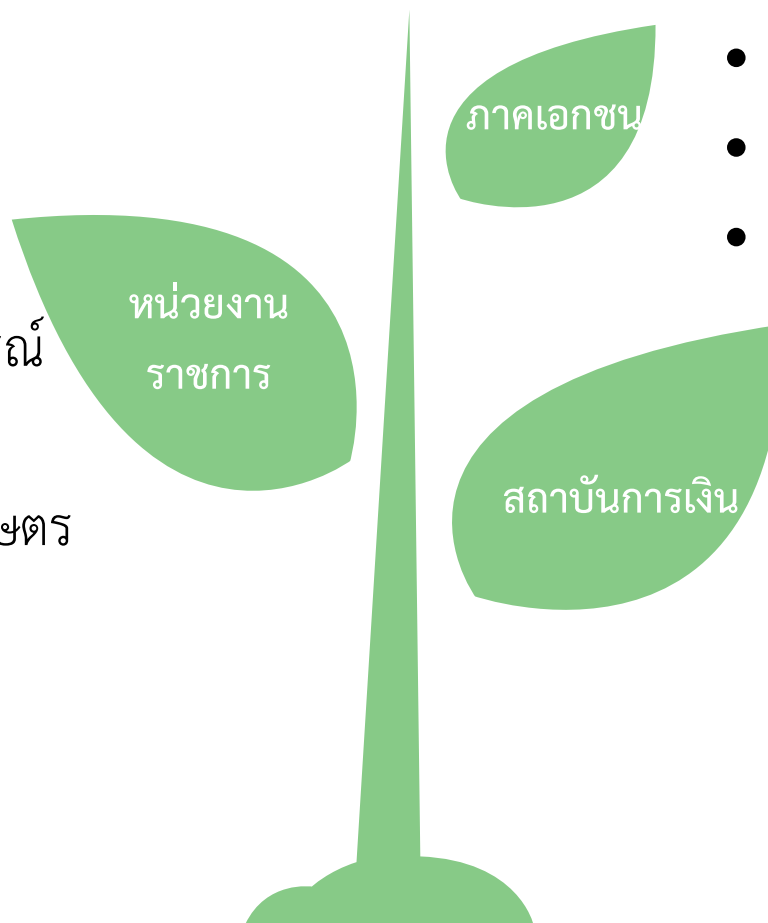
- การเก็บรักษาผลิตผล
- การขนส่ง
- การแปรรูป

## 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

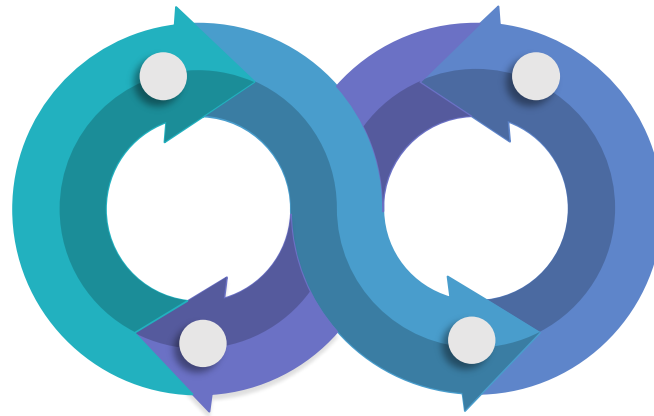
- สหกรณ์การเกษตร



## 2.1.3 การศึกษาสินค้าแต่ละอย่าง (Commodity Approach)

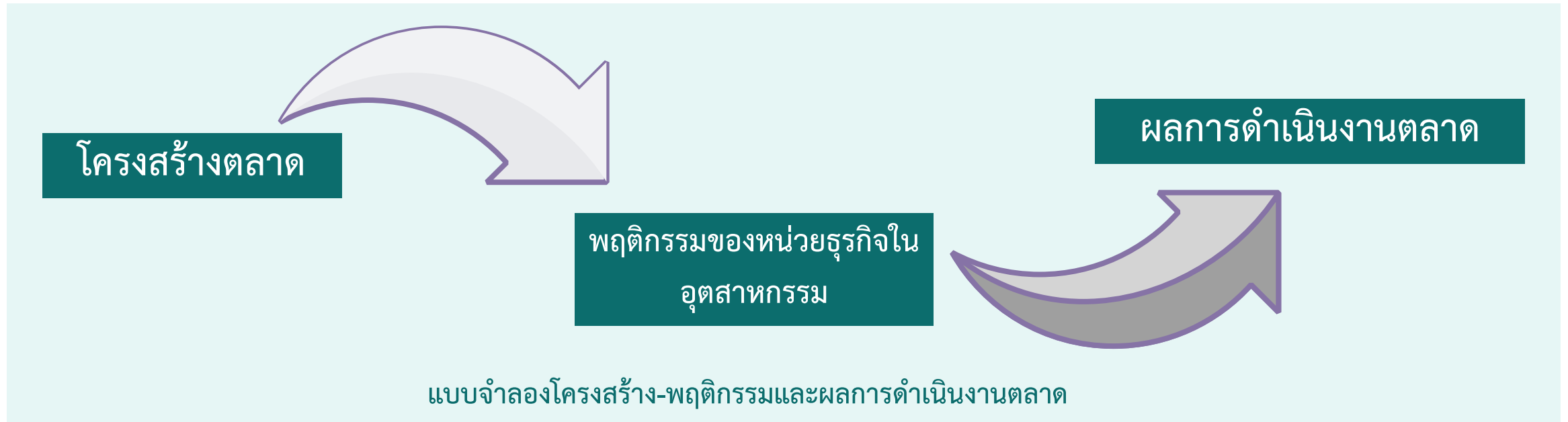


หน้าที่ทางการตลาด

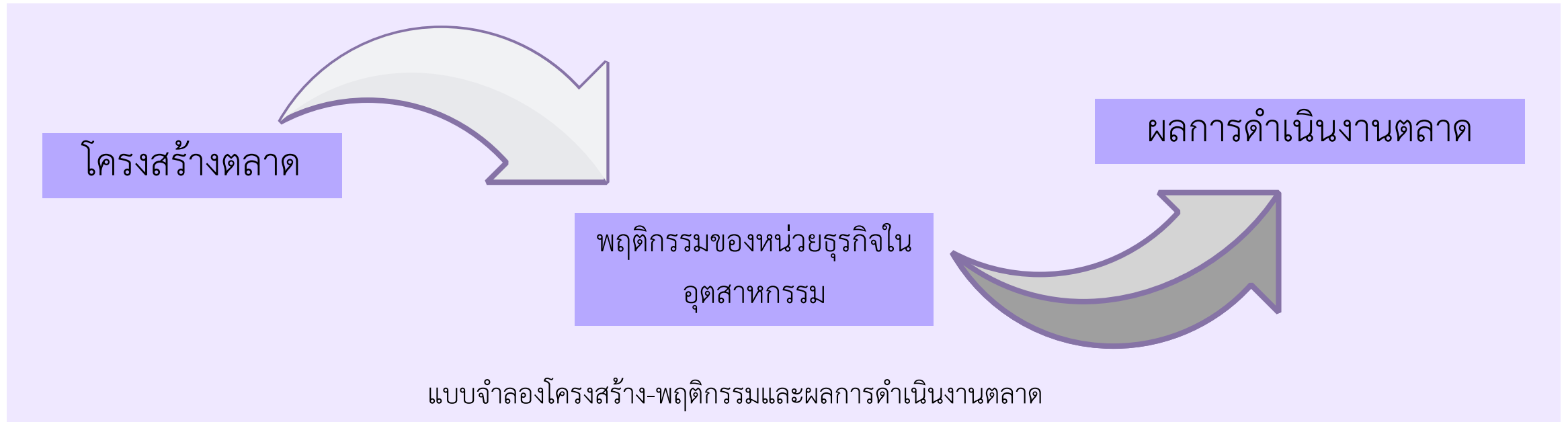


สถาบันการตลาด

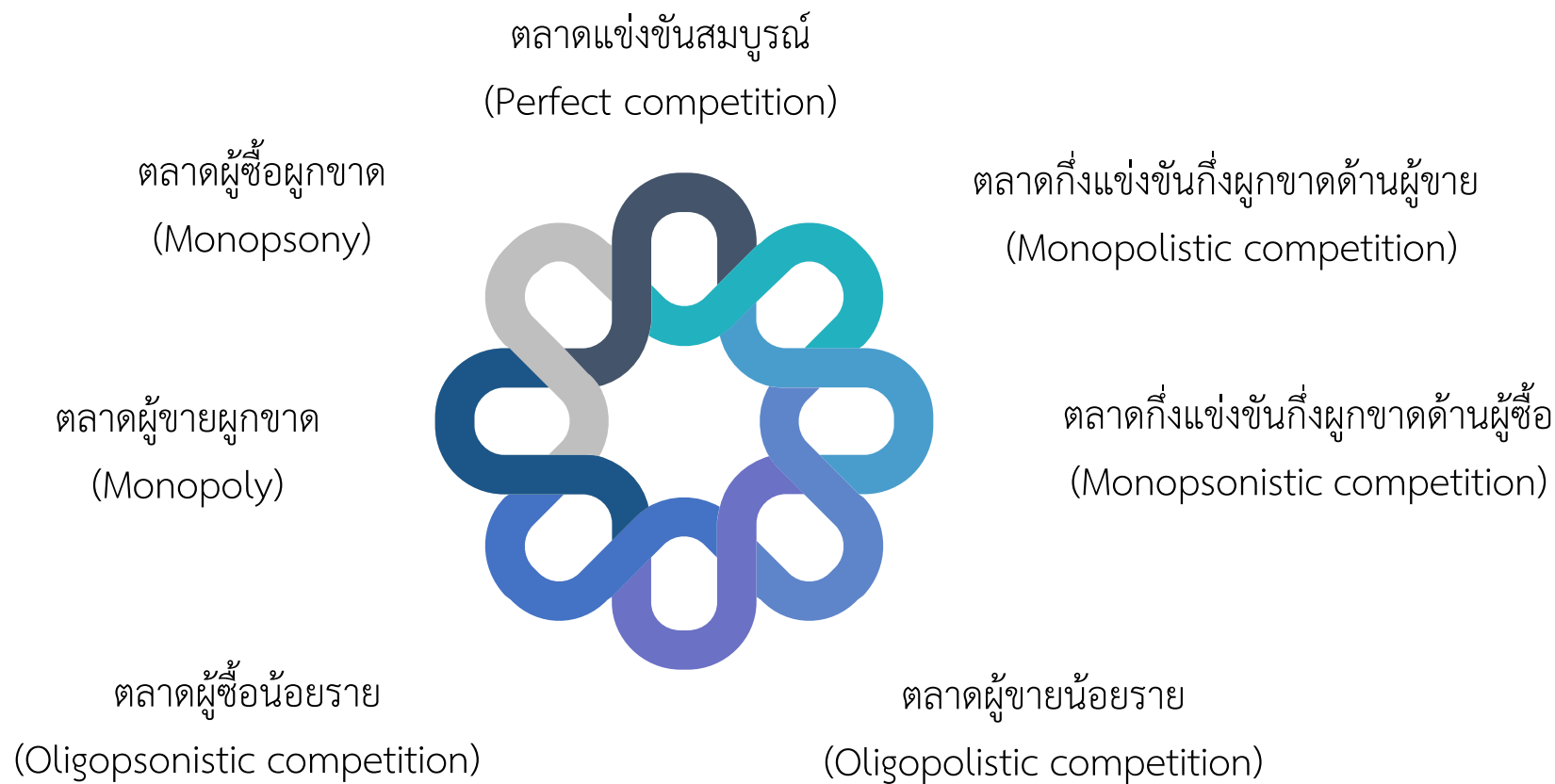
## 2.1.4 การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด (Marketing Structure-Conduct-Performance approach)



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



# 1) โครงสร้างตลาด (Market structure)



**Note:**

การศึกษาโครงสร้างตลาดสินค้า  
เกษตรจะต้องแยกตามระดับตลาด  
เพราะลักษณะการทำหน้าที่การตลาด  
และปัญหาพื้นฐานของการตลาดใน  
แต่ละระดับแตกต่างกัน

# เกณฑ์ประเมินโครงสร้างตลาด

## 1. จำนวนธุรกิจในตลาด

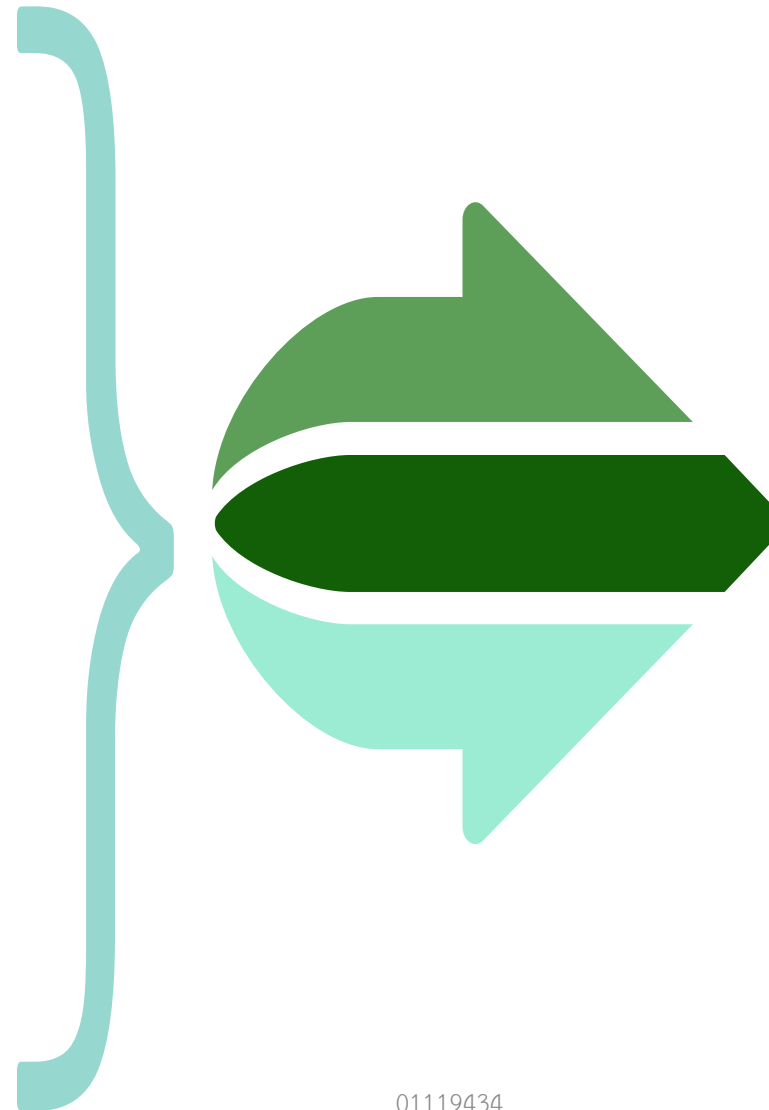
- ประเมินด้วยอัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio)
- อัตราการกระจุกตัว = สัดส่วนยอดขายธุรกิจ/ยอดขายทั้งหมดในตลาด (นับจากยอดขายของธุรกิจจะคิดจาก 4 ธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดจนถึง 10 ธุรกิจ)

## 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

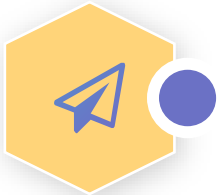
กฎเกณฑ์ (criteria) ที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมหน่วยธุรกิจ เมื่อกำหนดระดับความมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของตลาด คือ

1. ความมีอิสระในการกำหนดราคา
2. ด้านการแข่งขัน
3. ด้านตัวสินค้า

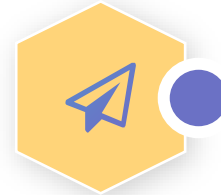
# 3) ผลการดำเนินงาน (Market performance)

ผลการดำเนินงานทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์และผลการปรับตัวทางการตลาดของผู้ขายและผู้ซื้อ

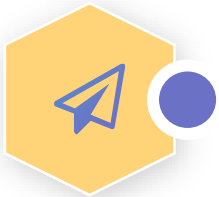
## เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ



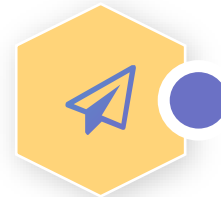
การผลิต



การกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม



ถ้าไร้ความเหมาะสมกับความเสีียง



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)

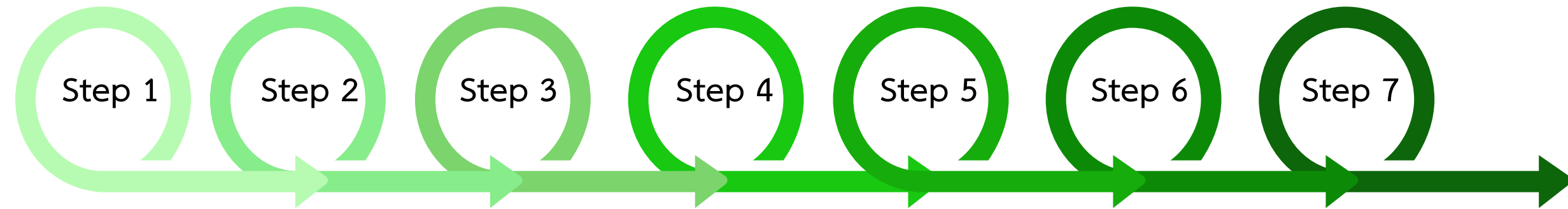
D = ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อที่จะได้รายได้ในปีนี้

v = มูลค่าการลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น หรือส่วนเกินมูลค่าหุ้นหลังจากหักค่าเสื่อมราคาแล้ว

i = อัตราดอกเบี้ยสุทธิ



## 2.2 ขั้นตอนในการศึกษาหรือวิจัยตลาด



7. ติดตามผล

6. ประมวลผลและจัดทำรายงาน

5. ทำตารางและวิเคราะห์ข้อมูล

4. วางแผนและดำเนินการสำรวจข้อมูล

3. สํารวจข้อมูลเบื้องต้น

2. วิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1. กำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์



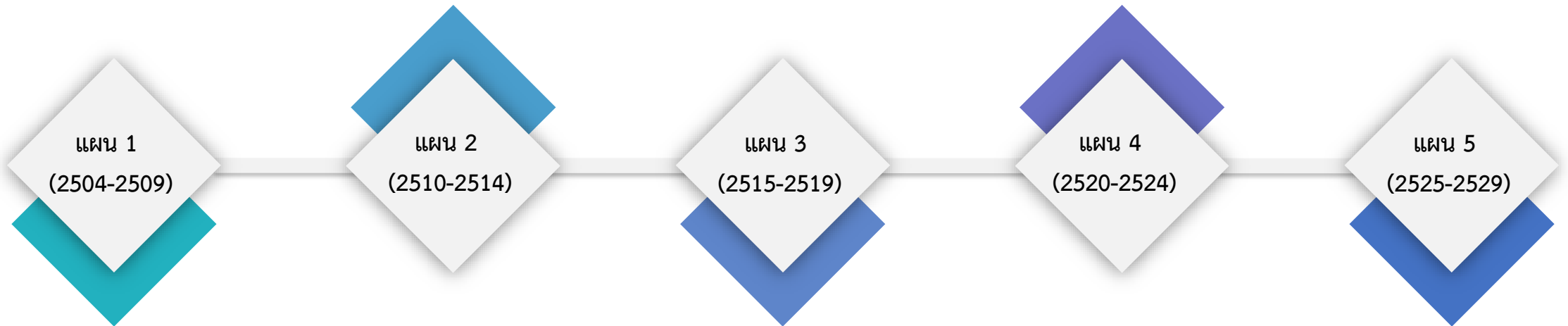
## 2.3 ทิศทางการเกษตรของไทย

# นโยบายของรัฐที่มีผลต่อการพัฒนาภาคเกษตร

## แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ต่อเนื่องจากแผน 1 +  
การวางแผนระดับสาขา

เน้นการพัฒนาที่เชื่อมโยงระหว่างสาขา  
เศรษฐกิจ การใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์อย่าง  
เต็มที่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต มีการใช้  
นโยบายพยุราคาพืชผลทางการเกษตร



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)



แผน 10  
(2550-2554)

เน้นการเกษตรเป็นรากฐานเศรษฐกิจของชาติทั้งในการบริโภคในประเทศ การลงทุนในประเทศ การส่งออก และการทดแทนการนำเข้า

# 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 พิขยน์นธ์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน.

# ก้าวอย่างมีหลักการ



เพื่อสร้างโอกาส

และลดความเสี่ยง



ตนะชา พิษยนันท์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน.



# เป้าหมาย 5 ปี ภายใต้แผนฯ 13



ตฤษา พิชยนันท์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน.<sup>14</sup>

# 13 หมวดหมาย สู่การพลิกโฉมประเทศไทย



ดนูชา พิชนันท์. 2565. พลิกโฉมประเทศไทย ก้าวไปด้วยกัน. 15

# แผนฯ 13: เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับมหุดหมาย

## เป้าหมายที่ 1

### มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 1.1 ผลผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเติบโต 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 น้ำไหลลงอ่างเก็บน้ำทั่วประเทศมีปริมาณอย่างน้อย 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 ส่งเสริมสินค้าที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็นสิ่งป่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

# การวัดผล

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

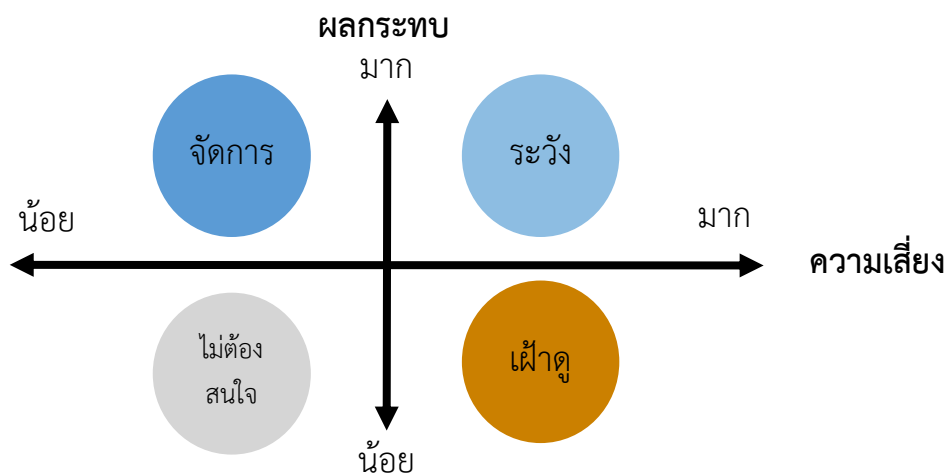
\*ตัดเกรดแบบอิงเกณฑ์ร่วมกับอิงกลุ่ม (ตัด F ที่ 50 คะแนน)

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

| เกณฑ์การให้คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน | สัดส่วน |
|--|---------|
| ความตรงต่อเวลา                           | 5%      |
| การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน                 | 25%     |
| ถาม ตอบ แสดงความเห็น                     | พิเศษ   |

# รายละเอียดของการนำเสนอ

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

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

# 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/ปลานีออน | ปลาหมอสี     | ปลาทอง        |