

การตลาดเกษตร (5014307)

Agricultural Marketing

อาจารย์เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร



การตลาดเกษตร อ.เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล



Market



การตลาดเกษตร อ.เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล

ตลาดคืออะไร?

- ตลาด (market) คือแหล่งเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้บริโภค
- ลักษณะตลาด ขายปลีก ขายส่ง ขายตรง
- การตลาด (marketing) คือกระบวนการหรือกิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากผู้ผลิต ถึงผู้บริโภค เช่น ซื้อ รวบรวม คัดเกรด บรรจุ ขนส่ง เก็บรักษา แปรรูป การเงิน การเสี่ยงภัย กฎหมาย ข้อมูล การวิจัย

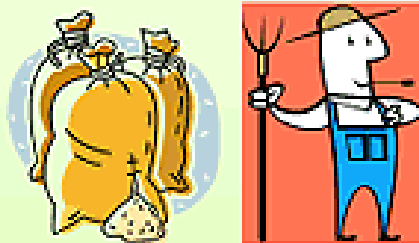
การตลาด (Marketing)

หมายถึง ระบบของการดำเนินงานทางธุรกิจทั้งหมดที่กำหนดขึ้น เพื่อวางแผนเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาดและการจำแนกแจกจ่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าในปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะ เป็นลูกค้าในอนาคต

องค์ประกอบของตลาดที่สำคัญ คือ

1. ผู้ซื้อ
2. ผู้ขาย
3. สินค้า
4. เงื่อนไข หรือกรรมวิธีการตลาด

ผู้ขาย นาย ก.
ส่งมอบสินค้าและรับชำระเงินเต็มมูลค่า



ผู้ซื้อ นาย ข.
รับมอบสินค้าและชำระเงินเต็มมูลค่า



ตลาดจริง

(ผู้ขาย)

เมื่อราคาสูงขึ้น ขายได้ราคาสูง (ผู้ขายได้ประโยชน์)

เมื่อราคาลดลง ขายได้ราคาต่ำ (เป็นความเสียหาย)

(ผู้ซื้อ)

ซื้อได้ราคาสูง (เป็นความเสียหาย)

ซื้อได้ราคาต่ำ (ผู้ซื้อได้ประโยชน์)

ปัญหาที่เกิดขึ้นมา คือ ผู้ซื้อผู้ขายมีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้า

ความสำคัญ
ของการตลาดสินค้าเกษตร

ประเภท
ของตลาดสินค้าเกษตร

ความรู้เกี่ยวกับ
การตลาดสินค้าเกษตร

**ตลาดสินค้า
เกษตร**

การศึกษา
ภาวะตลาดสินค้าเกษตร

การกำหนด
ราคาผลผลิต

การจำหน่าย
สินค้าเกษตรเบื้องต้น

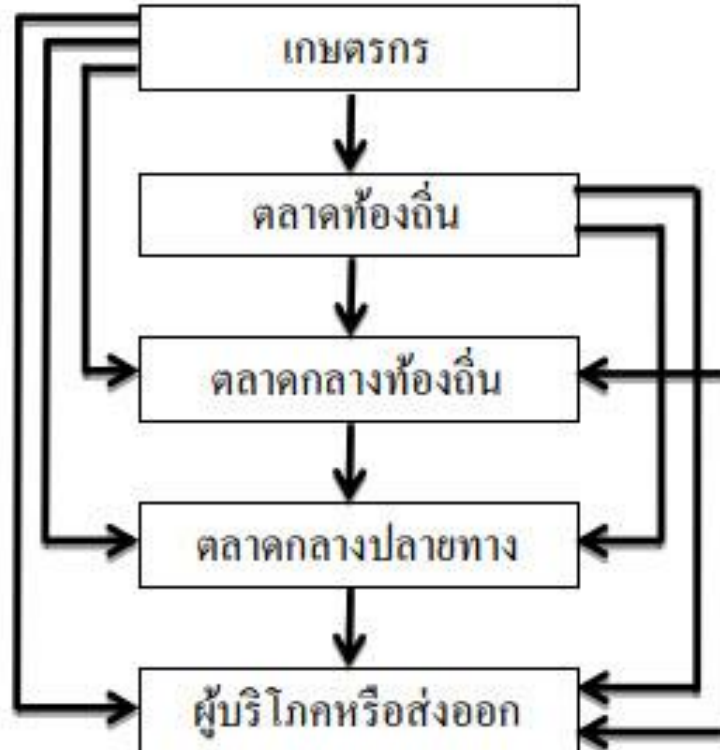
การบันทึกรายรับและรายจ่าย

ความสำคัญของการตลาดสินค้าเกษตร

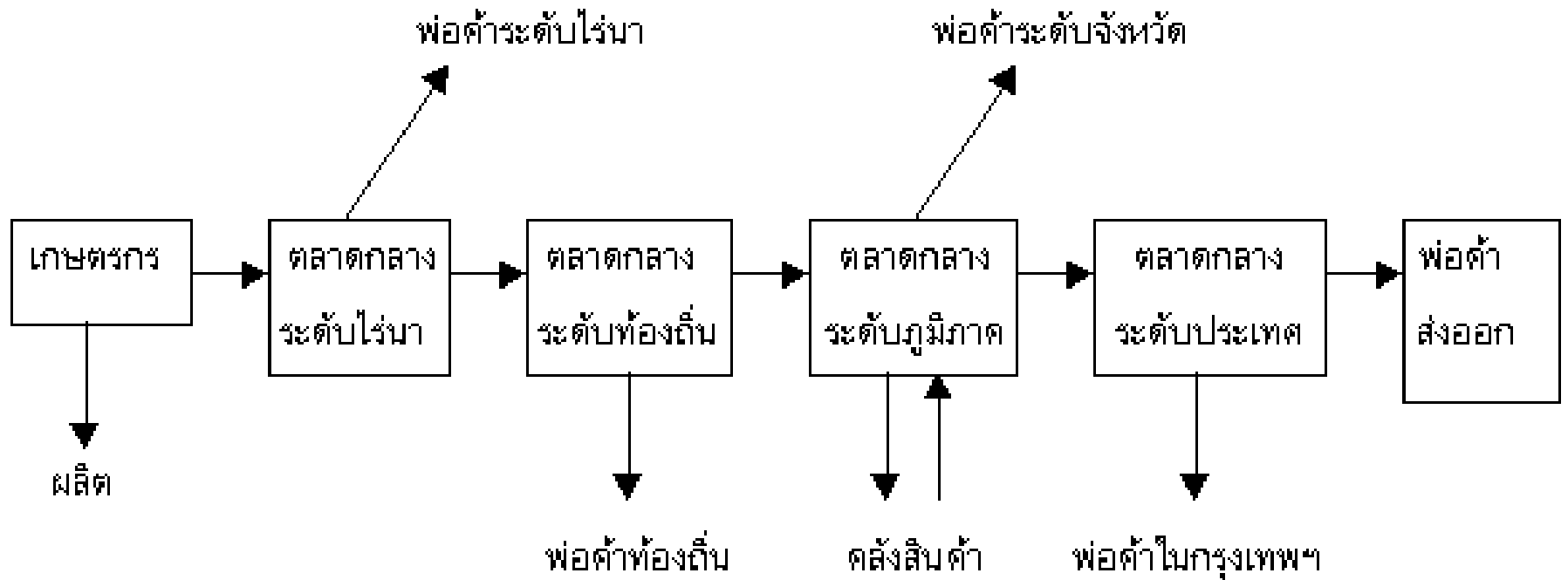
- ประเทศไทยพึ่งพิงการเกษตรมาตั้งแต่ดั้งเดิมหรือเรียกว่าเป็นสังคมเกษตรกรรมดั้งเดิม
- ตลาดสินค้าเกษตรนี้จึงถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศ
- ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพการเกษตร
- สินค้าเกษตรเป็นอาหารให้กับคนในประเทศบริโภค
- สินค้าเกษตรนำรายได้เข้าสู่ประเทศ

ระดับของตลาด

1. ตลาดท้องถิ่น หมายถึง ตลาดที่ตั้งอยู่ ณ แหล่งผลิตสินค้า
2. ตลาดท้องถิ่น หมายถึง ตลาดที่อยู่ในแหล่งผลิตแต่เป็นศูนย์กลางของแหล่งผลิต การคมนาคมสะดวก
3. ตลาดปลายทาง หมายถึง ตลาดที่สินค้าส่วนใหญ่ของประเทศมารวมกัน ณ ที่นั้น



ระบบกลไกการตลาดเกษตร



ความสำคัญของการตลาดสินค้าเกษตร (ต่อ)

- ตลาดสินค้าเกษตร เป็นแหล่งอุปทานแรงงาน
- เป็นปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจโดยส่วนอื่น ๆ ของประเทศ
- การผลิตสินค้าเกษตรเป็นแหล่งการกระจายรายได้สู่การแปรรูปทั้งอุตสาหกรรมครัวเรือนอุตสาหกรรมเกษตรอื่น ๆ และเป็นวัตถุดิบสำคัญในตลาดสินค้าอุตสาหกรรม

ลักษณะการตลาดสินค้าเกษตร

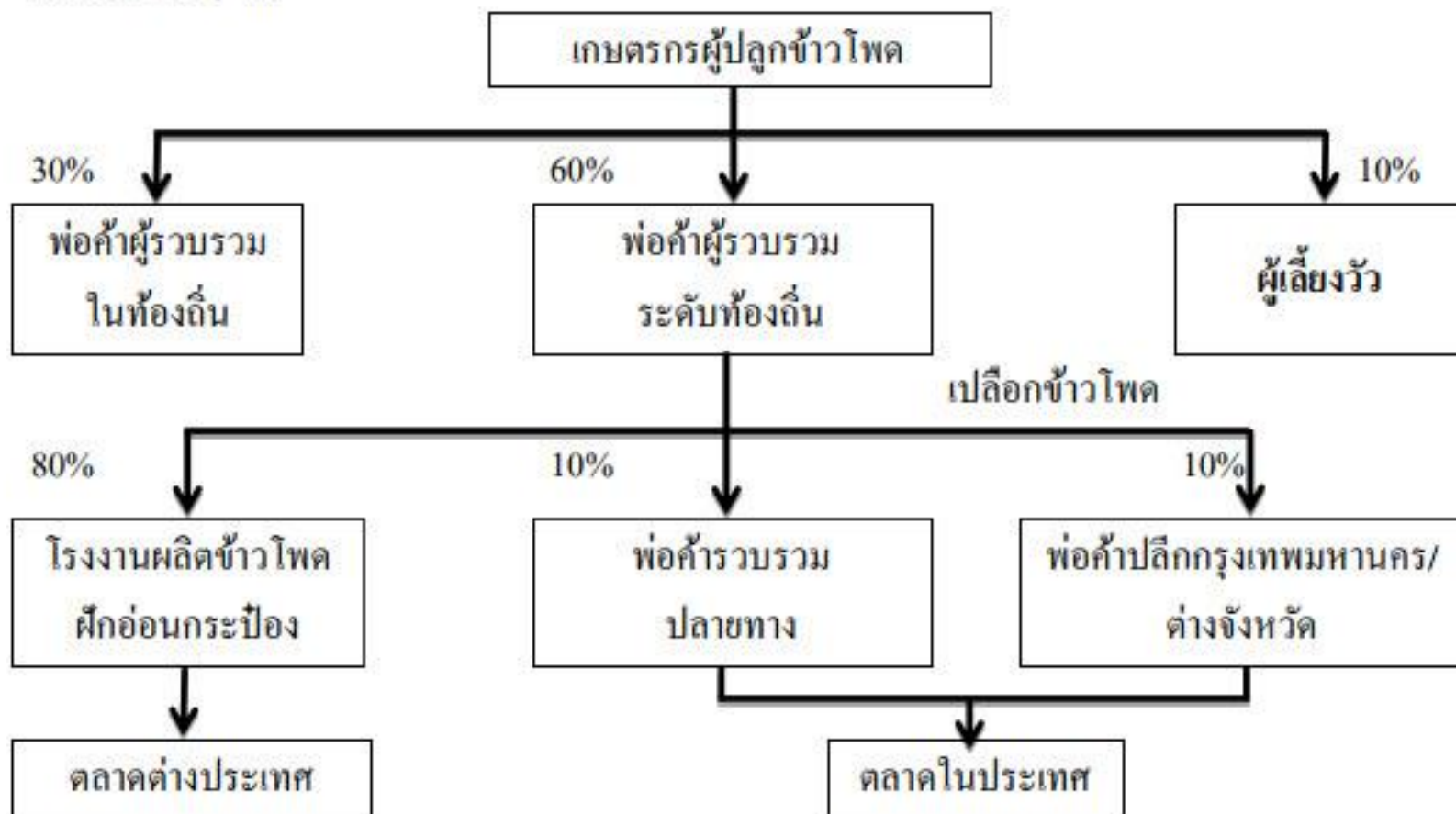
- ❑ ตลาดสินค้าเกษตรมักเป็นตลาดที่มีผู้ผลิตสินค้าแต่ละชนิดในจำนวนที่มากราย
- ❑ ผลผลิตทางด้านการเกษตรมักจะไม่มีความเป็นมาตรฐาน มีความแตกต่างกันในรูปร่าง คุณภาพ ควบคุมปริมาณการผลิตลำบากกว่าสินค้าอุตสาหกรรม

ลักษณะการตลาดสินค้าเกษตร

- สินค้าการเกษตร ชนิดเดียวกัน แต่ออกจากฟาร์มคนละฟาร์มเมื่อเข้าสู่ตลาด มักจะมีลักษณะไม่แตกต่างกัน
- การตลาดสินค้าเกษตรให้ความสำคัญต่อการกระทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การแปรรูป ซึ่งต่างจากสินค้าอุตสาหกรรมที่มักจะเป็นสินค้าสำเร็จรูป

วิธีการตลาด (Marketing Channel)

หมายถึง เส้นทางการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย วิธีการตลาดจะสามารถบ่งชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การเก็บรวบรวม การแปรรูป การจำหน่ายจ่ายแจก ในสินค้าต่างๆ ได้





การตลาดเกษตร อ.เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล

ความแตกต่างของสินค้าเกษตรกับสินค้าอุตสาหกรรม

ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	ตลาดสินค้าเกษตร
<ul style="list-style-type: none">- สามารถควบคุมคุณภาพ และปริมาณการผลิตของ	<ul style="list-style-type: none">- ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณได้เนื่องจากต้องอาศัยปัจจัยและข้อจำกัดทางธรรมชาติ
<ul style="list-style-type: none">- โดยส่วนใหญ่มีทำเลในแหล่งเดียวกัน มีการรวมกลุ่มเป็นนิคมอุตสาหกรรมเพื่อการสนับสนุนของภาครัฐและอำนาจประโยชน์ด้านอื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none">- ผู้ผลิตคือเกษตรกรส่วนใหญ่มีการผลิตกระจายอยู่ทั่วประเทศ
<ul style="list-style-type: none">- มีระบบการวางแผนการผลิต และการตลาดภายใต้การจัดการในหน่วยงานหรือในรูปองค์กร	<ul style="list-style-type: none">- การจัดการส่วนใหญ่ของผู้ผลิตในตลาดแยกกันโดยสิ้นเชิงทำให้การประกอบการมีข้อเสียเปรียบด้านต้นทุน

ความแตกต่างของสินค้าเกษตรกับสินค้าอุตสาหกรรม (ต่อ)

ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม

- มีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างของสินค้าอย่างชัดเจน และมักมีแบรนด์ในสินค้านั้น ๆ
- ลักษณะสินค้าสามารถเก็บรักษาได้นานคงทน และมีการซ่อมบำรุงได้ตามระยะ
- ความสามารถทางการเงินและศักยภาพของผู้ผลิตในการจัดการมีสูงกว่า
- กำหนดราคาได้ง่ายจากต้นทุนคำสั่งซื้อ

ตลาดสินค้าเกษตร

- ลักษณะกายภาพที่มีความแตกต่างในตัวสินค้ายังมีน้อย มักไม่มีตราหรือเครื่องหมายการค้า
- สินค้าไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน และมักมีต้นทุนการจัดการเพื่อดูแลเก็บรักษามาก
- ความสามารถทางการเงินและศักยภาพการจัดการส่วนใหญ่มีน้อยกว่า
- กำหนดราคาได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากมีความอ่อนไหวต่อราคา

the
MARKET

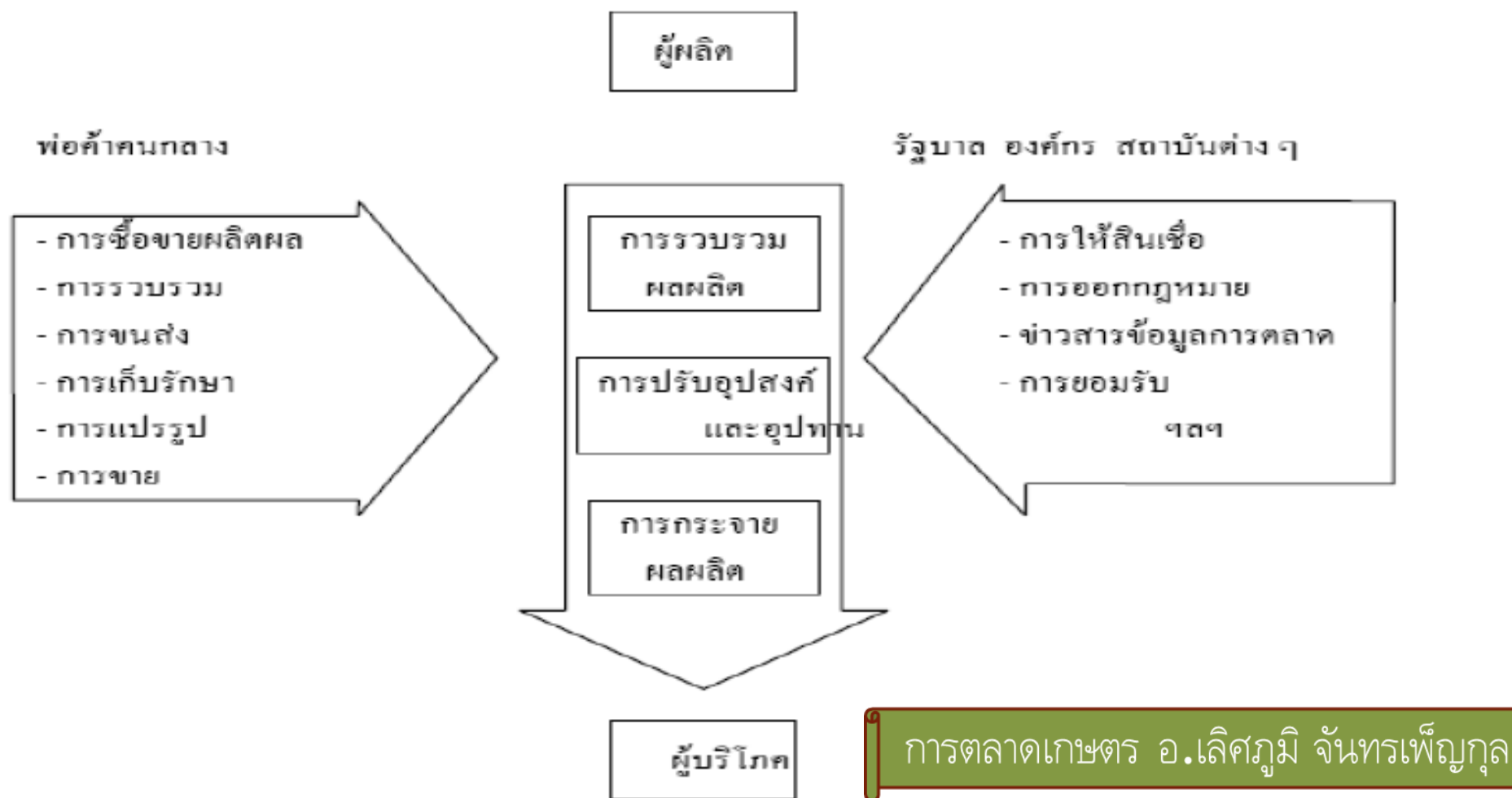


การตลาดเกษตร อ.เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล

กระบวนการการตลาดสินค้าเกษตร

- การรวบรวมผลผลิต
- การปรับให้เกิดสมดุลระหว่าง การผลิตและการบริโภค
- การกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค

กระบวนการตลาดสินค้าเกษตร



แผนภูมิที่ 4.1 กระบวนการตลาดสินค้าเกษตร

ความสำคัญของการผลิตสินค้าเกษตรต่อเศรษฐกิจของประเทศพิจารณาได้ ดังต่อไปนี้

- 1) เนื่องจากการผลิตสินค้าเกษตรเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของระบบธุรกิจการเกษตร การเปลี่ยนแปลงใดๆในระบบย่อยนี้ย่อมมีผลกระทบต่อระบบย่อยอื่นๆ
- 2) สินค้าเกษตรมีความสำคัญต่อการดำรงชีพของคนทั้ง ประเทศในแง่ของอาหารและของใช้ประจำวัน ดังจะเห็นได้ว่า สินค้าเกษตรกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่าผลผลิตได้ ภายในประเทศทั้งหมดใช้บริโภคภายในประเทศ ถ้าหากผลิต ไม่ได้ หรือผลิตได้ไม่เพียงพอจะต้องมีการนำเข้า นอกจากนี้จะทำให้ราคาภายในประเทศสูงขึ้นและทำให้เสียดุลการค้า

ความสำคัญของการผลิตสินค้าเกษตรต่อเศรษฐกิจ ของประเทศพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

- 3) มูลค่าสินค้าเกษตรเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (GDP)
- 4) สินค้าเกษตรก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องขึ้นภายในประเทศ และเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าดังกล่าว
- 5) การผลิตสินค้าเกษตรเป็นแหล่งงานและอาชีพที่สำคัญของ ประชากรภายในประเทศ
- 6) สินค้าเกษตรเป็นแหล่งเงินตราต่างประเทศที่สำคัญสำหรับพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ ถึงแม้ว่าร้อยละของมูลค่าสินค้าเกษตรที่ ส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดจะมีแนวโน้มลดลง

2.5 แนวโน้มของตลาดอาหาร FOOD MARKETING TRENDS

△ สภาวะอุตสาหกรรมอาหาร

△ ผลกระทบจากปัจจัยภายนอก

- รสนิยมของผู้บริโภค
- นโยบายของภาครัฐบาล
- นโยบายของประเทศคู่ค้า ความ
- เปลี่ยนแปลงของภัย ธรรมชาติ
- การเปลี่ยนแปลงของต้นทุน และ
- พลังงานเชื้อเพลิง





ทำไมราคาอาหารจึงสูงขึ้น ? จากปัจจัยภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์

ราคาอาหารที่แพงสูงขึ้นและคาดว่าจะยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจัยสำคัญที่ผลผลิตมีแนวโน้มลดลงสวนทางกับความต้องการบริโภคที่มีแนวโน้มสูงขึ้นและเกิดจากปัจจัยแทรกซ้อนหลายประการ

1. การเก็งกำไรและสภาวะเงินดอลลาร์ของสหรัฐอเมริกาที่ตกต่ำ

2. นโยบายเรื่องการส่งเสริมพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก

ปัจจัยภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์

3. สภาวะโลกร้อนที่ส่งผลให้สภาพอากาศแปรปรวน
4. ราคาน้ำมันที่แพงขึ้นและดูจะต่อเนื่องยาวนานจนต้องหันไปใช้ไบโอดีเซลทดแทน
5. การบริโภคสินค้าที่เพิ่มขึ้นมากของบรรดากลุ่มประเทศตลาดใหม่

(ที่มา: วิกฤตการณ์อาหารโลก / บทความจาก อธ.เอแบค

โดย ผู้จัดการออนไลน์ 22 กันยายน 2551)