แบบฝึกหัดประกอบการบรรยาย

การจัดการตลาดสำหรับผู้จัดการตลาดเกษตรกรมืออาชีพ

ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาความรู้และศักยภาพเจ้าหน้าที่
ในการจัดการธุรกิจเกษตร
จัดโดย กลุ่มส่งเสริมธุรกิจเกษตร สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
กรมส่งเสริมการเกษตร

ระหว่างวันที่ 27 - 29 พฤศจิกายน พ.ศ.2561
ณ โรงแรมเบสท์เวสเทิร์น พลัส แวนด้าฯ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี

จัดทำโดย
ทีมวิทยากรคณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

กิจกรรมที่ 1 ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาดโดยทั่วไป

วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

1. เพื่อประเมินความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของตลาด และ ความหมายของการตลาดในมิติของตลาดเกษตรกร
2. เพื่อจำแนกความหมายของ “Need Want และ Demand” ภายใต้บริบทของลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ ตลาดเกษตรกร

คำชี้แจง: จงตอบคำถามต่อไปนี้ โดยอ้างอิงข้อมูลจากตลาดเกษตรกรที่ท่านรับผิดชอบอยู่

ข้อที่ 1 จงระบุความหมายของคำว่า “ตลาด” มาพอสังเขป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 2 จงระบุความหมายของคำว่า “การตลาด” มาพอสังเขป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 3 จงยกตัวอย่างความต้องการในตลาดของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและบริการ ณ ตลาดเกษตรกร

Need เกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกาย	Want เกิดจากแรงกระตุ้นทางจิตใจและอารมณ์	Demand เกิดจากแรงกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับบริบททางเศรษฐกิจ

NOTE

กิจกรรมที่ 2 ทบทวนแนวคิดหลักทางการตลาดและเครื่องมือทางการตลาด

วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

1. เพื่อประเมินความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาการจัดการตลาดในมิติของตลาดเกษตรกร
2. เพื่อประเมินความเข้าใจและความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดมาประยุกต์กับการบริหารจัดการตลาดเกษตรกร

คำชี้แจง: จงตอบคำถามต่อไปนี้ โดยอ้างอิงข้อมูลจากตลาดเกษตรกรที่ท่านรับผิดชอบอยู่
ข้อที่ 1 จากการเรียนรู้เรื่อง "ปรัชญาการตลาด" ท่านคิดว่าแนวคิดใดต่อไปนี้ที่มีความสอดคล้องกับการบริหารจัดการตลาดเกษตรกรที่ท่านรับผิดชอบ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 แนวคิด) พร้อมอธิบายเหตุผลพอสังเขป

(1 แนวคิดที่มุ่งการผลิต (The Production Concept) (2) แนวคิดที่มุ่งผลิตภัณฑ์ (The Product Concept)
(3) แนวคิดที่มุ่งการขาย (The Selling Concept) (4) แนวคิดที่มุ่งการตลาด (The Marketing Concept)
(5) แนวคิดที่มุ่งการตลาดและสังคม (The Societal Marketing Concept)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 2 ท่านสามารถนำ “กระบวนการวิเคราะห์ เอส ที พี (STP-Marketing)” มาใช้กับการบริหารจัดการตลาดเกษตรกรได้อย่างไรบ้าง จงอธิบายพอสังเขป

Segmentation	การแบ่งส่วนตลาด
Targeting	การเลือกตลาดหนึ่งส่วน หรือ หลายส่วนเป็นเป้าหมาย
Positioning	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

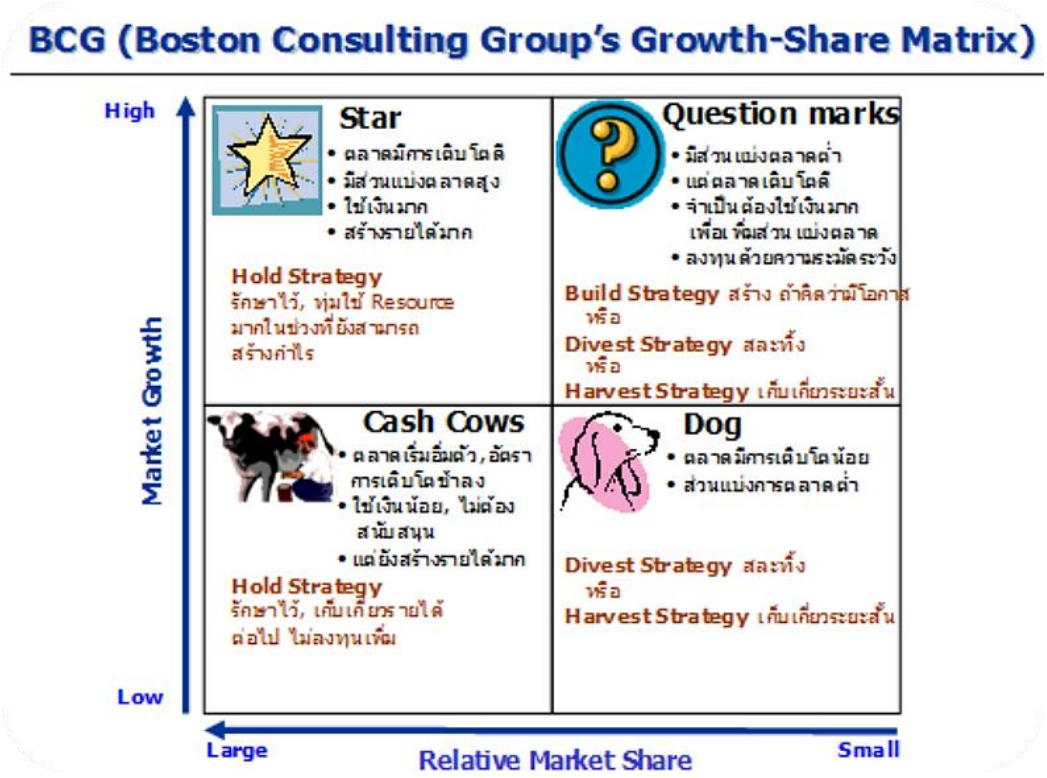
.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 3 พิจารณาภาพ BCG แล้วระบุว่าตลาดเกษตรกรของท่านอยู่ในอัตราการขยายตัวของตลาดแบบใด พร้อมระบุเหตุผลประกอบ



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

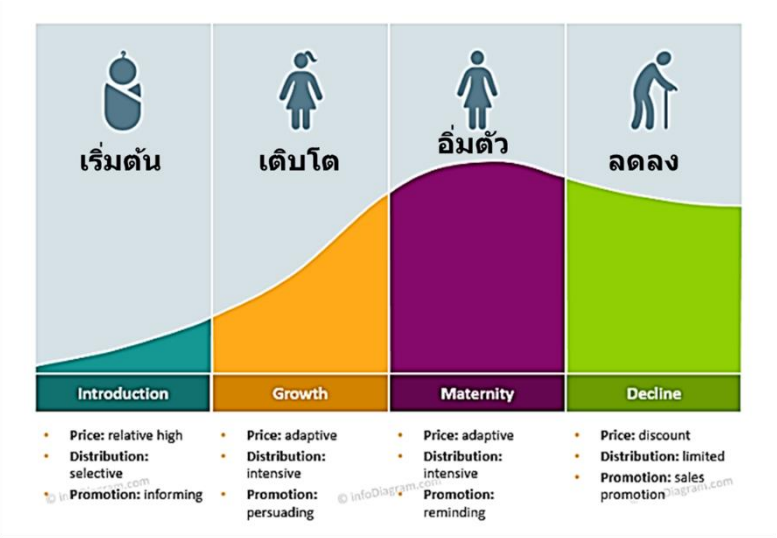
.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 4 พิจารณาภาพ “วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle-PLC)” แล้วระบุว่าตลาดเกษตรกรของท่านอยู่ในช่วงใด พร้อมระบุเหตุผลประกอบ



ภาพแสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle-PLC)

https://blog.infodiagram.com/2017/11/product-life-cycle-present-example-ppt-diagram.html

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 4 ท่านสามารถนำการเรียนรู้จาก “5 พลังของการแข่งขัน (5 Competitive Forces model)” ไปประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการตลาดเกษตรกรได้อย่างไรบ้าง

ปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ (Five-Forces Model)

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งขันใหม่
2. ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม
3. ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน
4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ
5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ หรือ ซัพพลายเออร์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อที่ 5 ในบริบทของการดำเนินงานของตลาดเกษตรกร โปรดระบุข้อมูลที่เกี่ยวข้องในความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps กับ 7 Cs ลงในตารางนี้

7 Ps	7 Cs
1.Product	1.Customer Solution
2.Price	2.Customer Cost
3.Place	3.Convenience Choice
4.Promotion	4.Communication
5.People	5.Caring / Competence Courtesy
6.Physical Environment	6.Comforatable / Comfort Cleanliness
7.Process	7.Compleate / Coordinate Continuity

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม : อ.พิไลลักษณ์ พิชัยวัตต์ คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
โทรฯ 02-855-0986 และ 094-091-4616 E-mail: pilailuckpic@pim.ac.th และ panpilailuck@gmail.com