

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน



มหกรรมตลาดเกษตรกร 2559
ยกระดับสินค้าเกษตรไทย สู่มาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน

พบสินค้าเกษตรเกรดพรีเมียมจากทั่วทุกภาคของประเทศไทย
 อาทิ ทุเรียน 4 ภาค มะพร้าวทองเสื่อ ไข่ไก่อารมณ์ดี ส้มโอทับทิมสยาม

30 มิ.ย. - 2 ก.ค. 2559 9 โมงเช้าถึง 2 ทุ่ม

ณ อาคารหอประชุมปิฎกภูภิวัตน์ (PIM) ก.แจ้งวัฒนะ

Logos: DDAE, CP, PIM, IAM



การสร้างแบรนด์

แนวทางการความสำเร็จใน
แบรนด์ คือ

- ความแตกต่าง
(Differentiate)
- โดนใจ(Heart
Touching)

"นี่แหละ คือแบรนด์ของฉัน"

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

การสร้างแบรนด์ (Branding)



who
are you?

- เป้าหมายคือ ให้ผู้บริโภคบอกว่า นี่ละคือแบรนด์ของฉัน
- เมื่อพูดถึงแบรนด์นี้ จะจินตนาการได้เลยว่าสินค้านั้นเป็นอย่างไร
- ทุกครั้งที่จะซื้อสินค้าในแบบเดียวกันจะนึกถึงแบรนด์นี้ก่อน
- มีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าในเชิงคุณภาพและคุณค่าในการใช้เสมอ

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

การสร้างแบรนด์



1. ตอบคำถามว่าเราคือใครด้วยตัวผู้บริโภคเองแต่
2. เราเป็นคนทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าของเราและ
3. จัดจำตัวสินค้าของเราได้ทั้งกายภาพและคุณภาพและ
4. พร้อมจะซื้อสินค้าของเราทันทีที่มีอุปสงค์เกิดขึ้น

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

3i Model

1.Brand Identity

- เน้นสร้างจุดยืนใน customer's mind
- ให้เหตุผลว่าแบรนด์ดีอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นอย่างไร

2.Brand Image

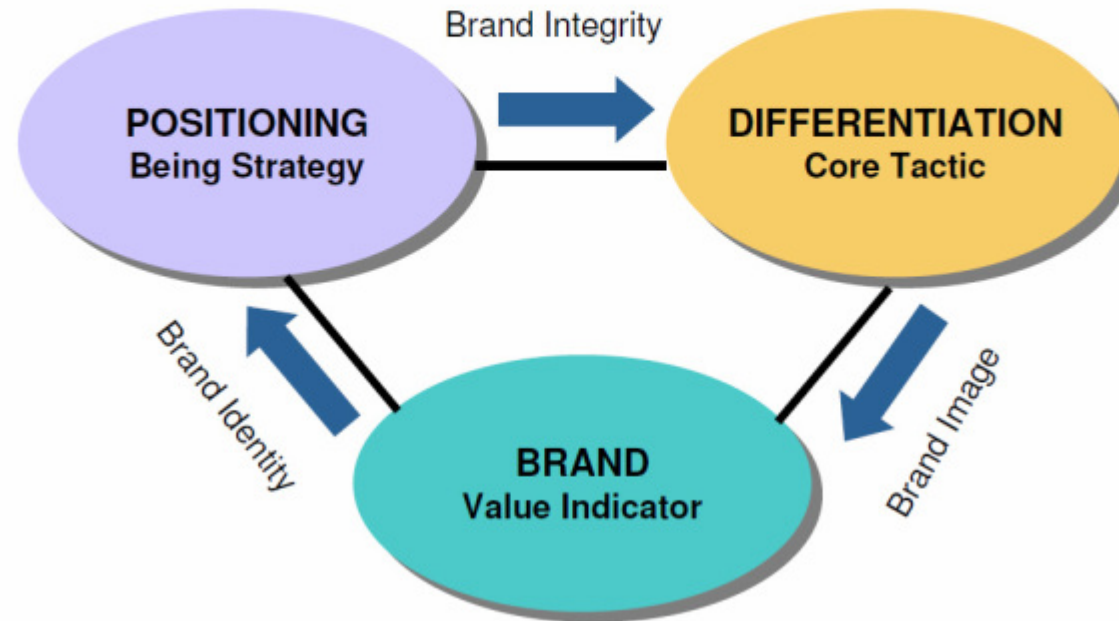
- เน้นภาพลักษณ์
- เน้นสร้างประสบการณ์ 5 ด้าน รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส
- เพื่อสร้างอารมณ์ลูกค้า

3.Brand Integrity

- การสร้างความน่าเชื่อถือ คุณงามความดีของผลิตภัณฑ์
- การมีรางวัล หรือมีมาตรฐานการรับรอง การยืนยัน นอกจาก
- พื้นฐานยังมีการทำเพื่อสังคม ประเทศชาติ สิ่งแวดล้อม หรือส่วนรวม

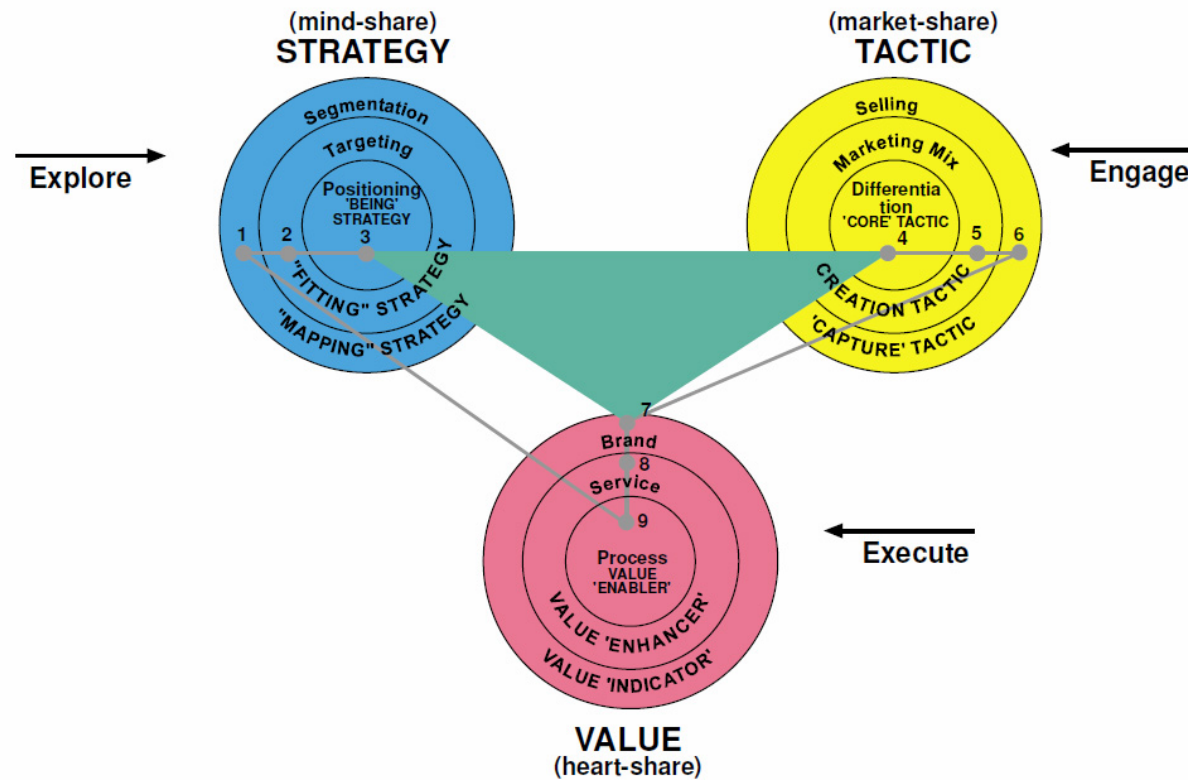
ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

Positioning-Differentiation-Brand Triangle



ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

The STV-Triangle: Nine Core Elements of Marketing



ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

ประโยชน์ของ Model 3I

- ช่วยให้แบรนด์มีการสร้าง 3 มิติ คือ ทางเหตุผล ทางอารมณ์ และ ทางจิตวิญญาณ
- มองลูกค้าเป็น คนที่มีเลือดเนื้อ มีจิตวิญญาณ และต้องการมีส่วนร่วมทั้งส่วนตัวและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุค Social Media ที่ทุกคนเป็นผู้เล่นได้ ไม่เป็นแค่ผู้ฟัง
- ตลาดหรือ Market Place มีมากมาย ช่องทางการสื่อสารไม่ถูกจำกัดแค่ทีวี
- ความสำคัญอยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่าง 3 มิติ

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน



ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

1. ให้เกษตรกรในตลาดเกษตรกรได้เรียนรู้ถึงตลาดยุคใหม่ที่จะสร้างสรรค์ความเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน
 1. จะต้องอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม
 2. ซึ่งจะเป็นปัจจัยนำไปสู่การดำเนินธุรกิจของเกษตรกรให้ประสบความสำเร็จ และจะ
 3. ต้องมีการพัฒนาเป็นองค์ความรู้ เพื่อสร้างสรรค์บุคลากร ที่จะพัฒนาและส่งแนวคิดไปยังรุ่นต่อไป
2. มุ่งทำการสร้างแบรนด์ (Branding) ของตลาดเกษตรกรแก่ผู้บริโภคเพื่อ
 1. สร้างค่านิยมในจิตใจของผู้บริโภคให้ผูกพันกับภาพลักษณ์ของตลาดเกษตรกร
 2. ที่ตระหนักถึง การรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พัฒนาสินค้า บริการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค



ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน

- ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย สุขอนามัยในการบริโภคผลผลิตทางการเกษตรมากขึ้น
- ประชาชนมีต้องการความมั่นใจว่าผลผลิตเกษตรที่เป็นอาหารนั้นมาจากช่องทางจัดจำหน่ายที่เชื่อถือได้
- การจัดตลาดเกษตรกร เป็นนวัตกรรมการจัดการตลาดเพื่อผู้บริโภค เพื่อ
 - เป็นช่องทางการจำหน่ายผลผลิตให้เกษตรกร
 - ได้พบกับผู้บริโภคโดยตรงเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค
 - พัฒนาการผลิตของเกษตรกรตอบสนองต่ออุปสงค์ได้อย่างถูกต้อง
 - สร้างความยั่งยืนทางธุรกิจเกษตรแก่เกษตรกร

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการตลาดยุค 3.0 รูปแบบการทำตลาดอย่างยั่งยืน



ภายใต้โมเดลการจัดการตลาดนี้ ผู้จัดการตลาดและเกษตรกรผู้ผลิตในตลาดเกษตรกรจะให้ความสำคัญกับการจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานของผลผลิตของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของตลาดเพื่อความมั่นใจแก่ผู้บริโภคด้วย Model 3I ดังนี้

1. เอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity)
2. ภาพลักษณ์ (Brand Image)
3. แบนด์ดีของสังคม (Brand Integrity)

1. เอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) ผลผลิตของเกษตรกรที่จำหน่ายแก่ผู้บริโภคเป็นผลิตภัณฑ์ในระดับพรีเมียมที่มีความแตกต่างสินค้าในตลาดทั่วไปเนื่องจากเกษตรกรจะต้องปฏิบัติตามสโลแกน “ตลาดเกษตรกรจริง จริง ทุกสิ่งปลอดภัย” โดยเริ่มต้นจาก

- **ทางราชการจะทำการตรวจสอบรับรองแปลง**
- **การตรวจสอบสุขภาพ ตรวจสอบเลือดเกษตรกรผู้ผลิตแต่ละรายว่าจะต้องไม่มีสารพิษปนเปื้อนในแปลงและในร่างกายของเกษตรกรและจะ**
- **มีการควบคุมตรวจสอบอย่างต่อเนื่องและ**
- **มีเอกสารรับรองที่ออกโดยกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าเกษตรกรใช้วิธีการผลิตตามแบบเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง**

2. ภาพลักษณ์ (Brand Image) เน้นภาพลักษณ์ที่มีการจัดการ พิถีพิถันตั้งแต่

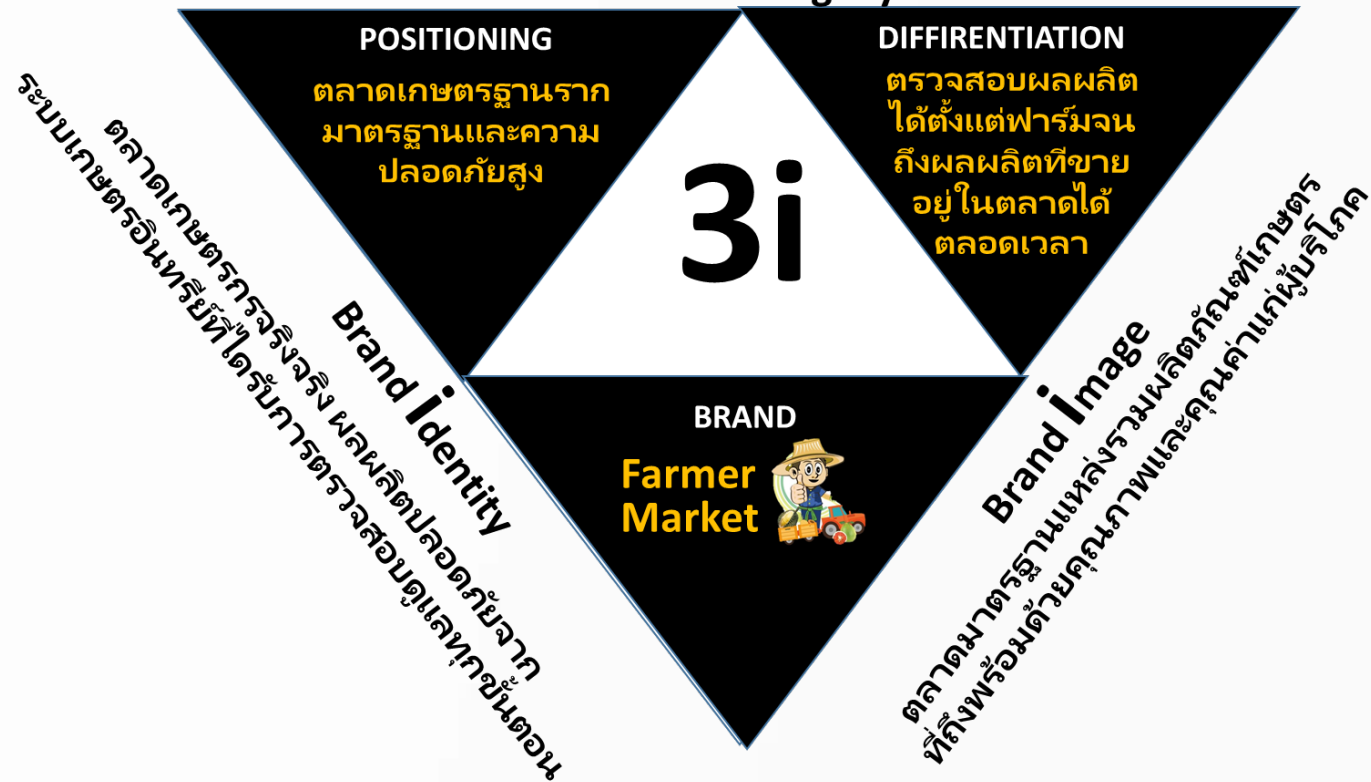
1. การจัดโซนสินค้าผลผลิตภัณฑ์
2. การจัดหน้าร้านที่มีรูปแบบมาตรฐาน
3. มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม แสดงให้เห็นผลผลิตที่ สะอาด เรียบร้อย สะดวกในการซื้อไปใช้
4. มีตราสัญลักษณ์ชัดเจน
5. มีการระบุเลขทะเบียนการรับรองความปลอดภัยและ
6. โลโก้ประกันความปลอดภัยเช่นตราสัญลักษณ์เลขแปด(แปด รี่ว)ของตลาดเกษตรกรจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นต้น รวมถึง
7. การพัฒนาไปสู่การใช้ QR Code เดิมรูปแบบในอนาคต เพื่อให้ ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบย้อนกลับไปถึงตัวเกษตรกรผู้ผลิตได้ โดยตรง อีกทั้ง
8. เกษตรกรจะเป็นเกษตรกรที่มีความสามารถที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ในการประกอบอาชีพหรือการผลิตผลผลิตของตนเป็นเรื่องราวที่มี สาระน่าเสนอได้

3. แบนด์ดีของสังคม (Brand Integrity)

1. เพื่อให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคใน มาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษ เกษตรกรจะแสดงเอกสารที่ผ่านการตรวจรับรองแปลงจากทางราชการไว้ ณ.ที่แปลงที่เป็นจุดจำหน่ายสินค้าของตนอย่างชัดเจน อีกทั้ง
2. ตลาดเกษตรกรทุกตลาดจะมีจุดตรวจสอบสารพิษปนเปื้อนในสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบรับรองมาจากแปลงได้อีก โดยทุกครั้งที่มีการจัดตลาดเกษตรกรนั้นจะเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมาประจำให้บริการตรวจสอบสารพิษปนเปื้อนที่ตลาด ตลอดเวลารวมถึงการตรวจเลือดของผู้บริโภคที่ต้องการจะตรวจสอบตนเองอีกด้วย

ความมั่นใจในคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าในตลาดเกษตรกร

Brand Integrity



Positioning-Differentiation-Brand Triangle of Farmer Market

"สับปะรดที่บ้านคาจะปลูกแบบปลอดสารและมีจุดเด่นคือความหวาน ไม่กัดลิ้น มีกลิ่นหอม เนื้อสีเหลืองสวย เนื้อละเอียด หนานุ่ม มีตาค่อนข้างตื้น ปอกง่าย รับประทานได้ทั้งลูก ทั้งเนื้อและแกน และเป็นที่ต้องการของตลาดผลสดและยังได้รับรางวัลผลผลิตดีเด่นด้วย สับปะรดบ้านคามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นของดีจังหวัดราชบุรี"

พบกับสับปะรดบ้านคา สับปะรดปัตตาเวียปลอดสารเพื่อการบริโภคสดคุณภาพสูงที่แตกต่างไปจากสับปะรดอื่นๆคือ "หวาน ไม่กัดลิ้น มีกลิ่นหอม เนื้อสีเหลืองสวย เนื้อละเอียด...ยด หนานุ่ม มีตาค่อนข้างตื้น ปอกง่าย รับประทานได้ทั้งลูก ทั้งเนื้อและแกน"



การ สร้าง แบนด์

ด้วยความมุ่งมั่นของเกษตรกรผู้ผลิตสับปะรดบ้านคา

เนื้อสีเหลืองสวย
กลิ่นหอม รสชาติหวาน ไม่กีดลิ้น

สับปะรด บ้านคา สับปะรด GI

ในร้านสหกรณ์ตลาดเกษตรกร Farmer Market
30มีย.-2กค. 2559 ณ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

DOAE 10 PIM IAM

น้ำเยี่ยม
ประทับคุณภาพ

- จัดวางวางตำแหน่ง (Positioning)
 - ให้สับปะรดบ้านคาเป็นสับปะรด
ปัตตาเวียปลอดสารเพื่อการบริโภค
สดคุณภาพสูง
- มีคุณสมบัติเฉพาะตัวแตกต่าง
(Differentiation) ไปจากสับปะรดอื่นๆทั้ง
 - ในรสชาติความหอมหวาน
 - เนื้อสัมผัสที่แตกต่าง
 - สะดวกในการปลอกเปลือกและ
 - รับประทานได้ทั้งผล



การสร้างแบรนด์

อัตลักษณ์ของสับปะรดบ้านคา

ผลผลิตได้มาตรฐานความปลอดภัย
ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบ GAP



อัตลักษณ์ของผลผลิต (Brand Identity)

มีการจัดการการเพาะปลูกตั้งแต่การเตรียมพื้นที่
การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการ
ปฏิบัติหลังเก็บเกี่ยว โดยมีเป้าหมายให้

- ผลผลิตได้มาตรฐานความปลอดภัย
สำหรับตลาดทั้งภายในและ
ต่างประเทศ รวมถึง
- ให้ผู้ผลิตสามารถ ใช้สารเคมีที่ถูก
ชนิดได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย
และลดการทำลายสิ่งแวดล้อม
- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบ GAP

ภาพลักษณ์ของสับปะรดบ้านคา (Brand Image) คือ



- ขนาดของผลที่สม่ำเสมอ ผลดูสุขภาพดี ผิวสวย สีสรรสดใส
- ใส่ถุงตาข่ายสีขาวสะอาดตาป้องกันผลไม่ให้ชำรุดเสียหาย
- ติดป้ายตราสับปะรดบ้านคามาตรฐานสวยงาม ชัดเจน ขณะที่
- เนื้อใน
 - หอมหวานไม่กัดลิ้น
 - เนื้อสีเหลืองสวย ละเอียดย หนา นุ่ม
 - ปลอกง่ายเพราะตาดี
 - รับประทานได้ทั้งลูก ทั้งเนื้อและแกน

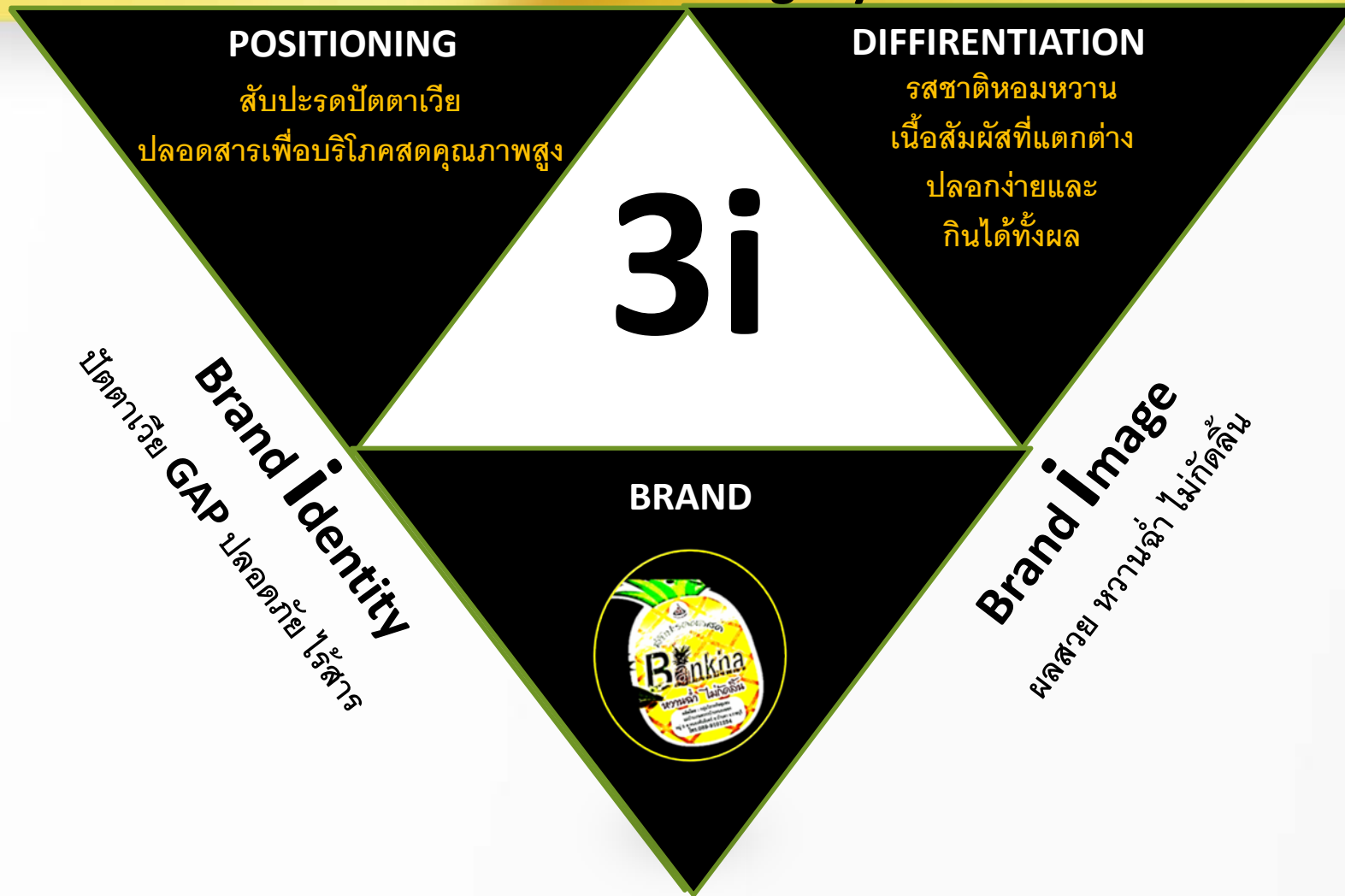
สับปะรดบ้านคาได้รับการยอมรับ (Brand Integrity)



- ได้รับรางวัลผลผลิตดีเด่นเป็นของดีจังหวัดราชบุรี
- ความภูมิใจในผลผลิตท้องถิ่นของเกษตรกรบ้านคา
- มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI)

ของดีราชบุรี มีคุณค่า จีไอ

Brand Integrity

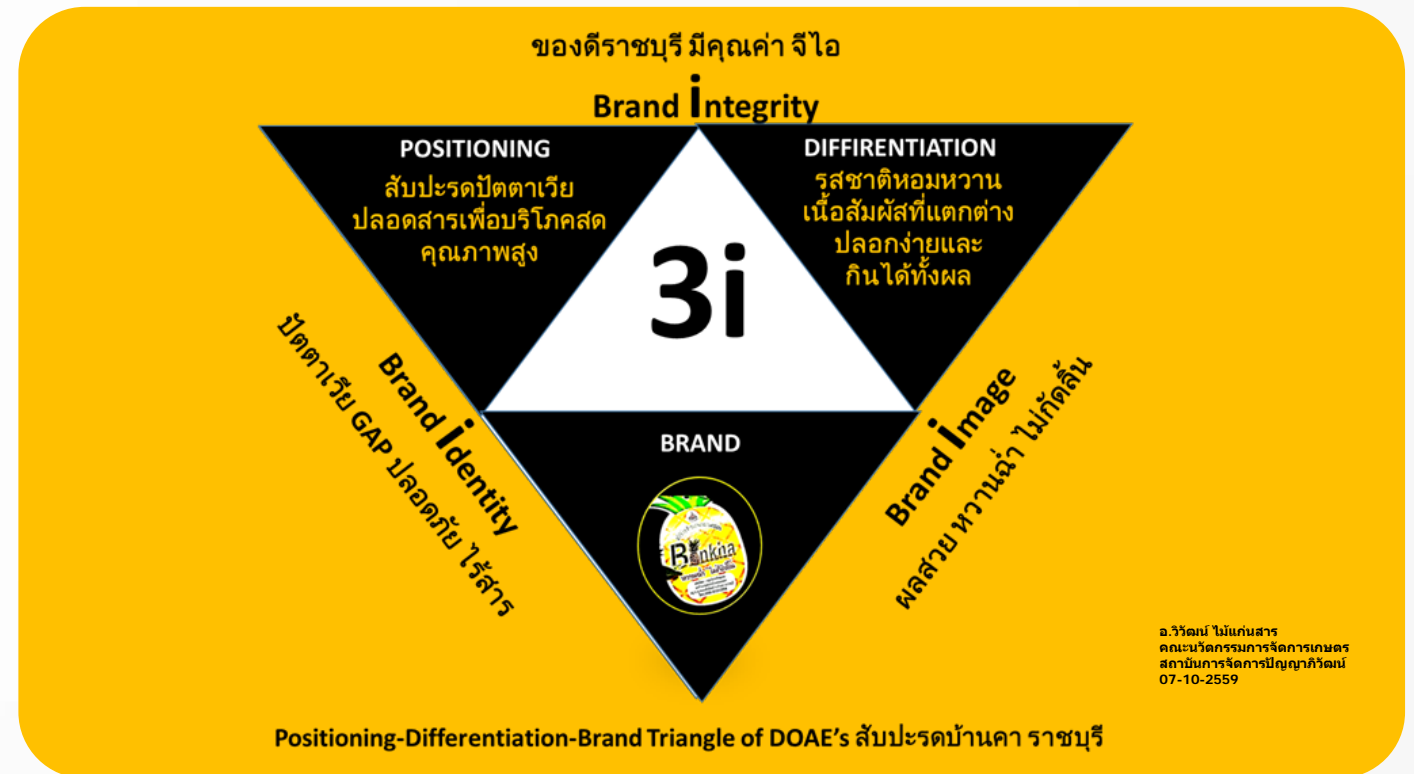


Positioning-Differentiation-Brand Triangle of DOAE's สับปะรดบ้านคา ราชบุรี

Bankha's Pineapple Branding

การสร้างแบรนด์ สับปะรดบ้านคา

สับปะรด 3i บ้านคา



๒๐๒๓/๑๑/๑๕ - ๑๕/๑๑/๒๐๒๓ - ๑๕/๑๑/๒๐๒๓ of DOAE, ๒ หมู่เกษตรวิทยารวม ๖๖๖๖๖



การ สร้าง แบนด์





ลิบประด บ้านคา ลิบประด GI

เนื้อสีเหลืองสวย
กลิ่นหอม รสชาติหวาน ไม่กีดลิ้น



นายเยม
ประกันคุณภาพ

ในงานมหกรรมตลาดเกษตรกร Farmer Market
30มิย.-2กค. 2559 ณ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์





ดอกทุเรียน ห้ามตลาด



พบกับสุดยอดทุเรียนสยาม หลงลิบแล
ในงานมหกรรมตลาดเกษตรกร Farmer Market
30มิย.-2กค. 2559 ณ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



น้ำเยี่ยม
ประกันคุณภาพ





ในงานมหกรรมตลาดเกษตรกร Farmer Market
30มีย.-2กค. 2559 ณ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



ลิ้มลองสุดยอดส้มโอไทย
รสชาติดี หวาน อร่อย



หน้าเยี่ยม
ประกันคุณภาพ



ในงานมหกรรมตลาดเกษตรกร Farmer Market
30มีย.-2กค. 2559 ณ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

เมล่อน คุณภาพ เนื้อดีสีสวย
หวานหอม ชื่นใจ



ห้าเยี่ยม
ประกันคุณภาพ







งานเสวนา

ตลาดเกษตรกร

นวัตกรรมการตลาดเพื่อผู้บริโภค

การพัฒนาตลาดเกษตรกรที่พัฒนา และทิศทางตลาดในอนาคต
ทดสอบความร่วมมือในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

จัดโดย: คณะผู้เชี่ยวชาญเกษตร ภาควิชาเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับ คณะกรรมการตลาดเกษตรกร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)

วันพฤหัสบดี 30 มิถุนายน 2559
 เวลา 16.00 - 17.00 ณ Auditorium ชั้น 16 อาคาร CP ALL Academy ถนนแจ้งวัฒนะ

<p>ผู้บริหารตลาดเกษตรกร ในเครือพัฒนาวิสาหกิจตลาด ผู้บริโภค ในเครือตลาด 7-Eleven จังหวัดนนทบุรี</p>	<p>ภาคีสถิตวิสาหกิจตลาด ผู้ขายภาค ภาคพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยุทธศาสตร์ผู้บริโภค ในเครือตลาด 7-Eleven จังหวัดนนทบุรี</p>
<p>ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดเกษตรกร ในเครือตลาดเกษตรกร พัฒนาวิสาหกิจตลาดในเครือ 7-Eleven จังหวัดนนทบุรี</p>	<p>ภาคีสถิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจตลาดเกษตรกรในเครือ 7-Eleven ในเครือ 7-Eleven จังหวัดนนทบุรี</p>

ผู้สนับสนุน:







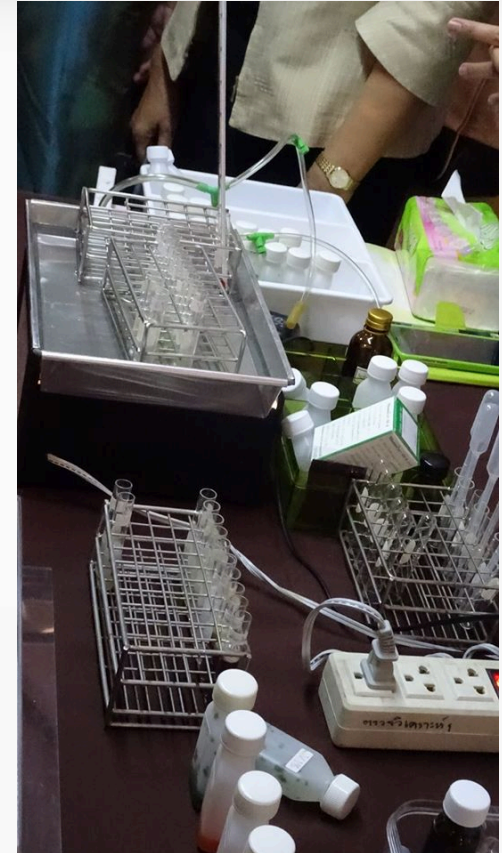


น้ำเยี่ยม
ประกันคุณภาพ



น้ำเยี่ยม
ประกันคุณภาพ





น้ำเยิ้ม
ประกันคุณภาพ











ตลาดเกษตรกร Farmer Market ตลาดเกษตรกร พ.ฟาร์ม- เมล่อน

ผลิตสินค้าฟาร์ม: เมล่อน ผักสด ไข่ไก่เทศเรอที ผักทองญี่ปุ่น และสินค้าแปรรูป พวงเมล่อน เมล่อนสุกที่ วิทยาลัยศรีศักดิ์ สวัสดิการ

ผลิตผลเพื่อคนรักสุขภาพ เพราะเราวางสุขภาพดี

กิจกรรมในฟาร์ม: ปุ๋ยหมักอินทรีย์ระบบโรงเรือน ไข่ดิบมาตรฐาน GAP เป็นสมาชิกกลุ่ม Melon King และ เป็นฟาร์มเป็นแห่งที่จังหวัดเลย

Contract person: อรุณีลา ธรรมาภรณ์ (โอชา)
 ที่ตั้งฟาร์ม: 427 หมู่ที่ ๕ ตำบลเขาเม็ช อำเภอป่าโมก
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
 โทรศัพท์ 093-5491820 FB : พ.ฟาร์ม

ตลาดเกษตรกร Farmer Market ตลาดเกษตรกร ต.วังจันทน์

ผักสดไฮโดร ทรีวงคคฟาร์ม

ข้อมูลสินค้า ร/

Brand Integrity: OAPIสิทธิบัตร เลข. 03-01001-2552-31404201500
 Brand Identity: กรอบ 30x40 ไข่แดง พาสเจอร์ลีนส์กล่องปิดอลัง
 Brand Image : ผักปลอดภัย จาก ต.วังจันทน์ ฟาร์ม

Story

จากการที่โครงการของโครงการปลูกผักไฮโดร ได้ทำถูกไปศึกษาจากอาจารย์ สุรดา และกตัญญา ซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ประจําครัวเรือน จนมาเป็นผลิตผักปลอดภัยของตนเอง ที่มีการรับรองการผลิตจากกรมวิชาการเกษตร

Contract person: เข็มศักดิ์ ผ่านเจติวงศ์ (จุงเพิ่ม)
 โทรศัพท์ 051-1437561 FB : ไร่เวฬุจุงเพิ่ม

ตลาดเกษตรกร Farmer Market ตลาดเกษตรกร นครนาวง

ไร่เวฬุจุงเครื่อง จุงเพิ่ม

ข้อมูลสินค้า ร/

Brand Integrity: พาสเจอร์ เลข.26-2-00541-2-001
 Brand Identity: ไร่เวฬุจุงนาวง
 Brand Image : กรอบ 30x40 ทานหนัก มีประโยชน์ ไร่เวฬุจุงเครื่อง จุงเพิ่ม

Story

จากสุกคุณนางจุงที่กรอบ มัน เขื่องนครนาวง กับรสชาติที่เข้มข้นจนกระทั่งรณารชวงกัน เป็น ไร่เวฬุจุงเครื่องจุงเพิ่ม ที่ใช้รสชาติคง ออองไข่เขื่องนิกที่คุ้นเคยลิ้มลอง

Contract person: เข็มศักดิ์ ผ่านเจติวงศ์ (จุงเพิ่ม)
 โทรศัพท์ 051-1437561 FB : ไร่เวฬุจุงเพิ่ม

ตลาดเกษตรกร Farmer Market ตลาดเกษตรกร นครนาวง

Coconut water น้ำมะพร้าว อินทรีจ

น้ำมะพร้าวจากฟาร์มที่ปลูกแบบอินทรีย์

น้ำชาผ่านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ได้น้ำมะพร้าวที่สะอาด ปลอดภัย รสชาติหวานกำลังดี ไข่สีน้ำตาลและสารกันบูด ผลิตจากธรรมชาติ 100%

ข้อมูลสินค้า ร/

Brand Integrity: เกษตรอินทรีย์จะปรับเปลี่ยน
 Brand Identity: น้ำมะพร้าวอินทรีย์ ขวานธรรมชาติ ไข่สีน้ำตาล ไข่สีสารกันบูด
 Brand Image : มะพร้าวอินทรีย์ที่ปลูกในฟาร์มของเราเอง เลิกหน้าไข่ช้อนและแฉ่จุมเดิมไป ที่ใช้ได้รสชาติที่หวานธรรมชาติ

Contract person: วรวิกรม อังจรงกูร (จุง)
 โทรศัพท์ 051-111-1111 FB : Thongrong Farm



ตลาดเกษตรกร นครหลวง
Farmer Market
ตลาดเกษตรกร นครหลวง
มะม่วงสีพาง



สูตรสีพางของที่บ้าน นำมาผสมผสานแปรรูปผลิตมะม่วงจากอินทรีย์
ทำไม่ได้รสชาติของมะม่วงที่รสชาติหวานพอดีถึงต้องพึ่งน้ำชาหรือสารปรุงแต่งอื่นๆ
ทานคู่กับเครื่องดื่มเปรี้ยวๆ และแป้งพางหอมๆ เก็บกินสดๆ ต้องลองแล้วจะติดใจ

ข้อมูลสินค้า 31
brand integrity: เกษตรอินทรีย์จะปรับเปลี่ยน
brand identity: มะม่วงสีพาง จากรสชาติของน้ำดอกไม้ออกของ ธำรงฟาร์ม
brand image : รสของมะม่วงที่ตัวเองจากมะม่วงอินทรีย์ที่ปลูกโดยระบบอินทรีย์
ทำให้ได้รสชาติที่ใกล้เคียงเนื้อจริง มาทำงานขอเป็น "มะม่วงสีพาง"
contract person: วรพรรณ ธำรงวรางกูร (๑๐๑)
โทรศัพท์ ๐๕๑-๑๗๑-๑๗๑๑ FB : Thamrong Farm

ตลาดเกษตรกร นครหลวง
Farmer Market
ตลาดเกษตรกร นครหลวง
Mango juice
น้ำมะม่วงน้ำดอกไม้ออก



ทำจากมะม่วงน้ำดอกไม้ออกที่ปลูกในพื้นที่
ธำรงฟาร์ม ตามกระบวนการเกษตรอินทรีย์ จึงได้มะม่วงที่หวานธรรมชาติ
และนำมาแปรรูปเป็นน้ำมะม่วงสดที่ใส่การปรุงแต่งใดก็ได้รสชาติที่เข้มข้น
จากความหวานจากมะม่วงธรรมชาติ โดยวัตถุดิบทั้งหมดเราปลูกเองจึงมั่นใจได้ใน
ความสด สะอาด และปลอดภัย

ข้อมูลสินค้า 31
brand integrity: เกษตรอินทรีย์จะปรับเปลี่ยน
brand identity: ความหวานธรรมชาติ ใส่น้ำตาล ใส่วิตามินบีทู อินทรีย์ ธรรมชาติ 100%
brand image : ผลิตจากมะม่วงน้ำดอกไม้ออก ผ่านกระบวนการปลูกระบบอินทรีย์
contract person: วรพรรณ ธำรงวรางกูร (๑๐๑)
โทรศัพท์ ๐๕๑-๑๗๑-๑๗๑๑ FB : Thamrong Farm

ตลาดเกษตรกร นครหลวง
Farmer Market
ตลาดเกษตรกร นครหลวง
ธำรงฟาร์ม
Thamrong Farm



ผลิตภัณฑ์ฟาร์ม: ผักสด ค่ะนัว มะเขือเทศเชอรี่ พริกหวาน
น้ำมะพร้าว มะม่วงน้ำดอกไม้ออก มะม่วงสีพาง น้ำจืดผสมรสสังค
และสินค้าแปรรูปจากวัตถุดิบในฟาร์ม
ความตั้งใจ: ของเราปลูกและจำหน่ายผักและผลไม้อินทรีย์ให้ทุกคนได้ทาน
ในราคาที่จับต้องได้ ทั้งยังได้สัมผัสรสชาติของผักและผลไม้ที่เป็นธรรมชาติจริงๆ
ใส่สิ่งอื่นเจือปน



contract person: วรพรรณ ธำรงวรางกูร (๑๐๑)
โทรศัพท์ ๐๕๑-๑๗๑-๑๗๑๑ FB : Thamrong Farm





















มาถึงวันนี้ พบความจริงเพิ่มอีกว่า
ผู้จัดการตลาดเกษตรกร ซึ่งเป็นข้าราชการ
จากกรมส่งเสริมการเกษตรนั้น
ไม่ได้ทำหน้าที่ของตนเพียงเพื่อผ่านไปวันๆ
เพียงได้รับความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน
แต่.....เขาทำด้วยใจเพื่อให้เกษตรกรที่เขา
รับผิดชอบนั้นประสบความสำเร็จในอาชีพ
หลุดพ้นจากความยากจน

ผมได้เห็นใบหน้าของผู้จัดการตลาดแต่ละ
คนนั้นแม้จะเหนื่อยล้าสักเพียงไรแต่ก็มีสี
หน้าที่มีความสุขมีรอยยิ้มอยู่ภายใน

ผมได้เห็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในยุค
ประเทศไทย 4.0 ที่เป็นนักส่งเสริมธุรกิจ
เกษตร ที่แข็งแกร่ง พร้อมจะเป็นผู้นำพา
เกษตรกรหลุดพ้นจากวัฏจักรแห่งความ
เลวร้ายในสังคมชนบท

ขอบคุณโอกาสที่ให้มีได้มีส่วนร่วมในงานอันยิ่งใหญ่ของท่านทุกคน
อ.วิวัฒน์ ไบกันสาร