ผลการจัดงานโครงการงานประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในประเทศเวียดนาม
(Thai Fantastic Fruit in Vietnam)
วันที่ 31พฤษภาคม – 6 มิถุนายน 2555
ณ กรุงฮานอย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

1. ข้อมูลทั่วไป

ผลไม้นับเป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ทั้งในด้านเป็นอาชีพหลักและสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรจำนวนมาก โดยเฉพาะภาคตะวันออกซึ่งเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด และจังหวัดระยอง โดยผลผลิตที่ได้มีการจำหน่ายทั้งภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ทำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละไม่น้อยกว่าหมื่นล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยผลผลิตที่ออกสู่ตลาดจะเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม – เดือนสิงหาคมของทุกปี โดยมีเวลาที่ผลผลิตออกพร้อมๆกัน หรือช่วงผลไม้กระจุกตัว (Peak) ประมาร 20- 30 วัน ทำให้ผลผลิตในช่วงกระจุกตัวมีมากเกินความต้องการของผู้บริโภคจนเกินกำลังของกลไกปกติที่จะรองรับได้ ประกอบกับสภาพการผลิตการตลาดที่ไม่สมดุลส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลบางชนิดต้องประสบปัญหาด้านราคาผลผลิตที่ตกต่ำ จากภาวะผลผลิตล้นตลาดเป็นประจำทุกปี ตลาดเพื่อนบ้านในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม เป็นตลาดเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมในการกระจายสินค้าเกษตรของไทย เนื่องจากกลุ่มประเทศอาเซียนมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และหากผลไม้ของไทยได้รับการยอมรับในตลาดดังกล่าว จะส่งผลให้ไทยสามารถระบายผลไม้ได้ปริมาณมากในแต่ละฤดู เพราะมีระยะทางขนส่งใกล้การคมนาคมสะดวก จึงเป็นที่มาของการจัดโครงการงานประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Fantastic Fruit in Vietnam) ระหว่างวันที่ 31พฤษภาคม – 6 มิถุนายน 2555 บริเวณลานเอเทรี่ยม 2 ชั้น 1 ศูนย์การค้าเดอะการ์เด้นท์ กรุงฮานอย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ของสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

1. ลักษณะและรูปแบบงาน

ชื่องานแสดงสินค้า	Thai Fantastic Fruit in Vietnam
ระยะเวลาในการจัดงาน	ระหว่างวันที่ 31พฤษภาคม – 6 มิถุนายน 2555
สถานที่จัดงาน	ณ ศูนย์การค้าเดอะการ์เด้นท์ บริเวณลานเอเทรี่ยม 2 ชั้น 1 กรุงฮานอย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม
ผู้จัดงาน	สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
ประเภทสินค้าที่จัดแสดง	ผลไม้ภาคตะวันออกของประเทศไทย (ทุเรียน มังคุด ลองกอง สละ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียน และมังคุด)
พื้นที่จัดแสดง	40 ตารางเมตร
พิธีเปิดงาน	ประธานพิธีเปิดงาน มี จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ ฝ่ายเวียดนาม MR. Robin

ฝ่ายไทย นายศุภชัย บานพับทอง รองปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
นางพรรณพิมล ชัญญานุวัตร อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร
นายสุรพล จารุพงศ์ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
นายณรงค์ ธีรจันทรางกูร ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี
นายอุบลศักดิ์ บัวหลวงงาม ประธานคณะกรรมการกลางกลุ่มเกษตรกรแห่งประเทศไทย
แขกผู้มีเกียรติในพิธีเปิดงาน ประกอบด้วย
นางธารทิพย์ ทองงามขำ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
นายมนู โป้สมบูรณ์ ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมการผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารา
นายทวีศักดิ์ ด้วงทอง ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมการผลิตไม้ผล
นายธรรมนูญ บุญไกรสร เกษตรจังหวัดระยอง
นางสาวศิลดา ประนาโส นักวิชาการเกษตรชำนาญการ

2. ภาพรวมของงาน

ผู้เข้าร่วมแสดงงาน เกษตรกรจำนวน 6 ราย จากจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด

ผู้เข้าชมงาน 3,000 ราย ทั้งนี้ เป็นผู้เข้าชมงานเป็นชาวเวียดนามและชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านมา

งานนักข่าว 10 ราย เป็นนักข่าวจากประเทศไทย 4 ราย และจากต่างประเทศทั้งหมด 6 ราย ดังนี้

นักข่าวจากประเทศไทย

1. นายจำรัส เซ็นนิล สถานีวิทยุโทรทัศแห่งประเทศไทย
2. นายสุรัตน์ อัตตะ หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก
3. นายโสภณ จันทร์กลม สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
4. นางสาวทิฆัมพร อยู่กำเนิด สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

นักข่าวจากต่างประเทศ

กิจกรรมพิเศษภายใน

1. จัดให้มีการแจก ชิม ผลไม้ไทย
2. การจำหน่ายผลไม้ภาคตะวันออกของเกษตรกร

3. การดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ

การตกแต่งคูหา สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตรได้จัดจ้างบริษัท เวิร์ดเด็กซ์ จี.อี.ซี. จำกัดในการดำเนินการก่อสร้างคูหา จ้างล่ามและค่าใช้จ่ายในการตกแต่งคูหารวมภายใต้แนวคิด ชม ชิม ช๊อป

การประชาสัมพันธ์

1 ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง e-mail ในกลุ่มลูกค้าของห้างเดอะการ์เด้น

2. ประชุมสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุท้องถิ่นของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

การขนส่งสินค้า ขนส่งผ่านบริษัทของ นางเหวียน ถิ เฟือง หรือ “เจ๊เฟื่อง” ชาวเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้นำเข้าผูกขาดผลไม้ไทยรายใหญ่ที่จำหน่ายในตลาดเวียดนามและส่งต่อไปยังจีน โดยเส้นทางการขนส่งใช้เส้นทาง R 8 ซึ่งออกจากประเทศไทยที่ด่านนครพนม ผ่านประเทศลาว และเข้าสู่เวียดนามที่ด่านเกาแจว

การอำนวยความสะดวกผู้เข้าร่วมงาน สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร ได้ดูแลผู้เข้าร่วมงานในการเดินทางค่าเช่าพื้นที่ การตกแต่งร้าน ตลอดจนการจัดหาล่ามเพื่ออานวยความสะดวกด้านภาษาตลอด 7 วันงาน

ผู้เข้าร่วมจำหน่ายผลไม้จากประเทศไทย เกษตรกรจากจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด 6 ราย ดังนี้

จังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 ราย ประกอบด้วย

1. นายดนัย อิ่มสมบูรณ์

สินค้า คือ ลองกอง จำนวน 140 กิโลกรัม

2. นางบุญเรือน แข็งขัน

สินค้า คือ มังคุด จำนวน 332 กิโลกรัม ลองกอง จำนวน 144 กิโลกรัม สระ จำนวน 30 กิโลกรัม และมังคุดแปรรูป จำนวน 55 ห่อ

3. นายรัฐไท พงษ์ศักดิ์

สินค้า คือ นำมังคุดแปรรูป จำนวน 50 ห่อ และทุเรียนแปรรูป จำนวน 10 ห่อ

จังหวัดตราด จำนวน 3 ราย ประกอบด้วย

1. นายเรือง ศรีนาราง

สินค้า คือ ทุเรียน จำนวน 650 กิโลกรัม

2. นายศรีศักดิ์ พฤกษาชาติ

สินค้า คือ ทุเรียน จำนวน 650 กิโลกรัม

3. นายสมนึก อนันต์

สินค้า คือ ทุเรียน จำนวน 650 กิโลกรัม

มูลค่าการจำหน่ายสินค้า

เกษตรกรผู้ขายสินค้ามีความพอใจในการออกงานครั้งนี้มากทั้งในด้านปริมาณกลุ่มลูกค้าและคุณภาพ โดยครั้งนี้มีมูลค่าการขาย 175,565,000 ดอง หรือ ประมาณ 270,100 บาท ทั้งนี้ สินค้าผลไม้ที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายได้รับความสนใจและสอบถามจากผู้เข้าชมมากทุกราย และที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษได้แก่ ทุเรียน และสละ

ผลการเจรจาการค้า

เกษตรกรผู้ขายผลไม้มีความพอใจกับการเข้าร่วมงานในครั้งนี้มากทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณของลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นชาวเวียดนาม ที่มีรายได้อยู่ในระดับกลางและระดับสูงที่สามารถซื้อผลไม้ไทยได้ ทั้งนี้ เกษตรกรผู้ขายได้รับความสนใจจากผู้บริโภคอย่างคึกคักตั้งแต่วันแรกของการเปิดงาน คาดกว่า 700-1000 รายต่อวัน โดยมีลูกค้าที่มีการซื้อซ้ำตลอดงานประมาณ 30 ราย นอกจากนี้ ยังมีผู้นำเข้าแสดงความสนใจต้องการนำผลไม้ไทยมาจำหน่าย 1 ราย ซึ่งถือว่าเป็นสัญญาณที่ดีที่สินค้าไทยเริ่มเป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากผู้นำเข้าแม้ราคาจะสูงกว่าผลไม้ในประเทศเวียดนาม ประกอบกับพื้นที่จัดแสดงเป็นพื้นที่เปิด จัดภายใต้คอนเซปต์เดียวกันจึงทำให้มีความโดดเด่นชัดเจนและมีความเป็นหนึ่งเดียวกัน สามารถมองเห็นได้ง่าย สวยงามสะดุดตา นอกจากนั้น ผู้จัดงานยังแบ่งการแสดงสินค้าตามประเภทสินค้าเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ

ปัญหาและอุปสรรค

1. ระยะเวลาในการดำเนินการจัดงานมีจำกัด ทำให้การเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานเมื่อพบปัญหามีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงสูง

2. สินค้าถูกเปลี่ยนจากเวียตนาม ซึ่งมีผลไม้ชนิดเดียวกับไทย

3. ค่าขนส่งสินค้าจากโกดังเจ๊เฟืองมาสถานที่จัดงานมีมูลค่าสูง

4. ปริมาณผู้ร่วมเดินทางที่สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตรต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายมีปริมาณมากเมื่อเทียบกับงบประมาณที่ได้รับ จึงยากต่อการบริหารจัดการด้านค่าใช้จ่าย

โอกาส

งานประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในประเทศเวียดนาม เป็นงานแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นผู้ที่เดินทางเข้าชมงานส่วนใหญ่จึงสามารถ ชิม และช๊อป และสามารถตัดสินใจซื้อได้ในทันที ซึ่งนับเป็นจุดเด่นของงานในครั้งนี้ จึงถือเป็นโอกาสดีในการผลักดันสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาด สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและรักษาความเชื่อมั่นให้กับสินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ คณะผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสพบปะและเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค(6W1H) ของชาวเวียดนามในเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการจัดงานและวางแผนทางการตลาดต่อไป

พฤติกรรมผู้บริโภค(6W1H) ของชาวเวียดนามในเบื้องต้นในการเลือกซื้อผลไม้จากประเทศไทย

(6W1H)	ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น
Who ? ใครคือลูกค้าของเรา	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลไม้ในงานครั้งนี้เป็นกลุ่มที่มีฐานะระดับปานกลางถึงระดับสูง
What ? อะไรที่ลูกค้าของเราต้องการ	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาชมงานและซื้อผลไม้เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความมุ่งหวังในการต้องการบริโภคผลไม้ที่นำมาจากประเทศไทยจริงๆ เนื่องจากชอบในรสชาติของผลไม้ไทย โดยเฉพาะทุเรียนที่ชาวเวียดนามชอบรับประทานโดยเน้นผลที่สุกงอมเท่านั้น

When ? เมื่อไหร่ที่ลูกค้าซื้อสินค้า	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลไม้จะเข้ามา ชิม ช๊อป ในช่วงเวลาตั้งแต่ประมาณ 14.00 น.เป็นต้นไป และจะมากขึ้นในช่วงเลิกงาน
Why ? ลูกค้าซื้อสินค้าของเราไปทำอะไร	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลไม้ส่วนใหญ่จะซื้อไปบริโภคเองในครอบครัว รองลงมาจึงซื้อเป็นของฝาก
Where ? ลูกค้าของเราชอบเดินเข้าไปซื้อสินค้าในสถานที่แบบใด	กลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นกลุ่มที่นิยมการมาเดินเลือกซื้อสินค้าในศูนย์การค้า
Who participat ? มีใครบ้างที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของลูกค้า	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลไม้ส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง
How ? ลูกค้าของเรามีการตัดสินใจซื้ออย่างไร	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าส่วนใหญ่ใช้เงินประจำชาติในการซื้อขาย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรใช้งาน ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในประเทศเวียดนาม เป็นช่องทางในการผลักดันสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดให้มากขึ้นและเป็นช่องทางในการพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงและในขณะเดียวกันเปิดโอกาสสู่กลุ่มผู้ประกอบการนำเข้ารายใหม่เป็นประตูสู่ตลาดในประเทศอื่นๆ อีก ซึ่งจากการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ เกษตรกรมีความพอใจเป็นอย่างมากและสนใจจะเข้าร่วมงานอีกในครั้งหน้าเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง
2. ควรส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างตรายี่ห้อ “Brand” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางการตลาด ตรายี่ห้อ(Brand) ช่วยให้แยกแยะสินค้าของเราออกจากผู้อื่น ตรายี่ห้อ(Brand) ช่วยให้ผู้บริโภคจำได้ว่า ประทับใจสินค้าใด ซึ่งจะมีผลต่อการกลับมาหาซื้อซ้ำ อาทิเช่น การติดสติ๊กเกอร์ที่ผลของผลไม้ที่ใช้โลโก้ที่บ่งบอกว่าผลิตจากประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นการป้องกันการเปลี่ยนสินค้าได้ในระดับหนึ่ง “สินค้าคือสิ่งที่ผลิต ตรายี่ห้อคือสิ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ สินค้าคือสิ่งที่ผู้บริโภคใช้”(ศาสตราจารย์ สตีเว่น คิง)
3. มีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ Buyer
4. เป็นโอกาสดีในการศึกษาแนวโน้มตลาด เพื่อการพัฒนาสินค้า และศึกษาเส้นทางในการขนส่งสินค้าของไทย

ภาพกิจกรรม

ภาพกิจกรรม

ภาพโดย :

คณะประชาสัมพันธ์ สสจ.