

(10) การตลาดและช่องทางการจำหน่าย

กลยุทธ์การตลาด

การวางแผนการตลาดที่ดีเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจฟาร์มกวางรูซ่า:

1. การวิเคราะห์ตลาด:

- ศึกษาความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- วิเคราะห์คู่แข่งและหาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์:

- มุ่งเน้นคุณภาพและความปลอดภัย
- สร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดและรักษาคุณภาพ

3. การสร้างแบรนด์:

- สร้างเอกลักษณ์ของฟาร์ม
- พัฒนาโลโก้และสโลแกนที่จดจำง่าย
- สื่อสารจุดขายที่แตกต่าง เช่น มาตรฐานการเลี้ยง, ความปลอดภัย, ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. การส่งเสริมการขาย:

- จัดทำเว็บไซต์และสื่อออนไลน์
- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าเกษตรและอาหาร
- สร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ช่องทางการตลาด

1. ตลาดเขากวางอ่อน:

- ผู้ส่งออกไปยังประเทศจีน เกาหลี ญี่ปุ่น
- ผู้ผลิตยาแผนโบราณในประเทศ
- ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- วิธีติดต่อ: ผ่านสหกรณ์กวางแห่งประเทศไทย หรือติดต่อโดยตรง

2. ตลาดเนื้อกว้าง:

- ร้านอาหารระดับสูงและโรงแรม
- ซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียม
- ตลาดออนไลน์สำหรับผู้บริโภคโดยตรง
- ซัพพลายเออร์อาหารเพื่อสุขภาพ

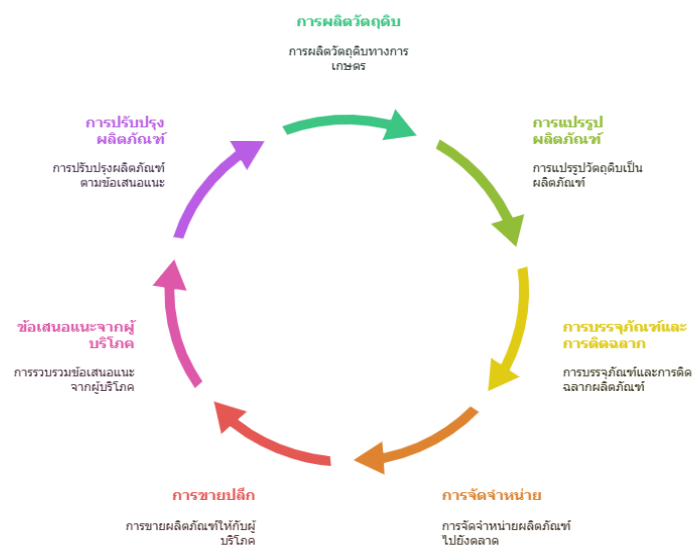
3. ตลาดพันธุ์กว้าง:

- ฟาร์มกวางรายใหม่
- สวนสัตว์เอกชนและสวนสาธารณะ
- รีสอร์ทและแหล่งท่องเที่ยว
- วิธีติดต่อ: เว็บไซต์ฟาร์ม, กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกวาง, สื่อสังคมออนไลน์

4. ตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป:

- ร้านขายของที่ระลึก
- ตลาดสินค้าพรีเมียม
- แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ
- ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

วงจรการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป



ภาพที่ 10.1 วงจรการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป

การส่งออก

การส่งออกผลิตภัณฑ์จากกวางมีศักยภาพสูง โดยเฉพาะในตลาดต่อไปนี้:

1. ตลาดหลัก:

- จีน (เขากวางอ่อน, เนื้อกวาง)
- เกาหลี (เขากวางอ่อน)
- ญี่ปุ่น (เนื้อกวางคุณภาพสูง)
- ยุโรป (เนื้อกวางเพื่อสุขภาพ)

2. ข้อกำหนดในการส่งออก:

- ใบรับรองสุขอนามัย
- ใบรับรองแหล่งกำเนิด
- ใบอนุญาตส่งออก
- มาตรฐานการผลิตที่ดี (GMP)

3. กลยุทธ์การส่งออก:

- ร่วมมือกับผู้ส่งออกที่มีประสบการณ์
- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- สร้างเครือข่ายกับผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมาย
- ขอกการสนับสนุนจากหน่วยงานส่งเสริมการส่งออก