

## แผนการสอนวิชา 304445

1. รหัสวิชา 30445 ชื่อวิชา การตลาดป่าไม้ (Forest Marketing) 3 หน่วยกิต (3-0)  
บรรยาย วันพุธ เวลา 14.00-17.00น. ที่ห้องบรรยาย I (102)  
ภาควิชาการจัดการป่าไม้ คณะวนศาสตร์  
ผู้รับผิดชอบ ผศ.ดร.สันติ สุขสะอาด
2. วัตถุประสงค์ของวิชา  
เพื่อให้นิสิตสามารถนำความรู้ทางด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และธุรกิจทางด้านป่าไม้
3. หัวข้อรายวิชา
  - 3.1 บทนำ
    - ทำไมถึงศึกษาการตลาด
    - ความหมายของตลาดและการตลาด
    - การตลาดในธุรกิจป่าไม้
    - ลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้จากป่าไม้
    - ความสำคัญของการตลาดป่าไม้
  - 3.2 ความรู้ทั่วไปทางด้านการตลาด
    - วิวัฒนาการของแนวความคิดด้านการตลาด
    - การแบ่งส่วนตลาด
    - การเลือกตลาดเป้าหมาย
  - 3.3 การแข่งขันในตลาดทางด้านป่าไม้
    - ตลาดที่มีการแข่งขัน
    - ตลาดผู้ขายน้อยราย
    - ตลาดผูกขาด
  - 3.4 การวิเคราะห์ปัญหาการตลาด
    - การวิเคราะห์ตลาดเชิงประวัติศาสตร์
    - วิเคราะห์หน้าที่การตลาด
    - วิเคราะห์สถาบันการตลาด
    - วิเคราะห์ตัวสินค้า
    - วิเคราะห์โครงสร้างการตลาด

### 3.5 การวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดทางด้านธุรกิจป่าไม้

- ต้นทุนการตลาด
- ส่วนเหลืออมการตลาด
- ส่วนแบ่งผู้ผลิต

### 3.6 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับป่าไม้

- ไม้และของป่า
- อุตสาหกรรมป่าไม้

### 3.7 อุปสงค์และอุปทานทางป่าไม้

- อุปสงค์และอุปทาน
- ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทาน
- ผลของการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทาน
- ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน

### 3.8 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

- การจัดการผลิตภัณฑ์
- การจัดการราคา
- การจัดการช่องทางการจำหน่าย
- การจัดการการส่งเสริมการตลาด

### 3.9 \* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจป่าไม้

- กรมป่าไม้
- องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้
- บริษัทไม้อัดไทย จำกัด
- หน่วยงานเอกชน

\* แหล่งข้อมูลทางการตลาดของวนผลิตภัณฑ์

### 3.10 การวิจัยทางการตลาดของธุรกิจป่าไม้

#### 3.11 กระบวนการจัดการการตลาด

- การวิเคราะห์ทางการตลาด
- การวางแผนการตลาด
- การปฏิบัติและควบคุมการตลาด

### 3.12 กรณีศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยทางการตลาดป่าไม้

## 4 วิธีการสอน

การบรรยายในชั้นเรียน การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเอกสารทางการตลาดและงานวิจัย  
ค้นข้อมูลจาก Internet และศึกษากรณีศึกษาทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากป้า  
ธรรมชาติและป่าปลูก

#### 5 อุปกรณ์ และสื่อการสอน

แผ่นใส เครื่องฉายข้ามศีรษะ White board LCD หนังสือตามเอกสารอ้างอิงและข้อมูลจาก  
Internet

#### 6 การวัดผลสัมฤทธิ์ในการเรียน

* การสอบกลางภาค	35 %
* การสอบปลายภาค	40 %
* ทำรายงานและเสนอผลงาน	15 %
* การมีส่วนร่วมในห้องเรียน สอบย่อยและเข้าเรียน	10 %

#### 7 การประเมินผลการเรียน

นิสิตต้องมีเวลาเรียนครบ 80 % ของเวลาเรียนทั้งหมดถึงจะมีสิทธิสอบและจะได้รับการ  
พิจารณาการให้เกรดตามคะแนนที่นิสิตทำได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการวัดผลสัมฤทธิ์

** >80	=	A	=	4.0
** 75-80	=	B <sup>+</sup>	=	3.5
** 70-75	=	B	=	3.0
** 65-70	=	C <sup>+</sup>	=	2.5
** 60-65	=	C	=	2.0
** 55-60	=	D <sup>+</sup>	=	1.5
** 50-55	=	D	=	1.0
** <50	=	F	=	0

#### 8 การพบอาจารย์

ให้โอกาสนอกเวลาเรียนแก่นิสิตเข้าพบเพื่อขอคำแนะนำในด้านการเรียนทุกวัน ที่ห้อง 107  
ตึกภาควิชาการจัดการป่าไม้ คณะวนศาสตร์ หรือ Email : [fforsss@nontri.ku.ac.th](mailto:fforsss@nontri.ku.ac.th) หรือ  
โทรศัพท์ 9428372 9428376 ต่อ 17

## 9. เอกสารประกอบการสอน

- 9.1 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.2537. เอกสารคำสอนชุดวิชาตลาดสินค้าเกษตรกับเศรษฐกิจของไทย
- 9.2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2539. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดสินค้าเกษตร
- 9.3 ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. 2533. การบริหารการตลาดยุคใหม่
- 9.4 ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม
- 9.5 สมคิด ทักษิณวิสุทธิ.2543. หลักการตลาดสินค้าเกษตร
- 9.6 สมจิตร ล้วนจำเริญ.2532. การตลาดอุตสาหกรรม
- 9.7 Chuntanaparb, L, P, Sri-Aran and W, Hoamuangkaew. 1985. Non-wood Forest Products in Thailand.
- 9.8 F.A.O.1996. Marketing in Forestry and Agroforestry by Rural People.
- 9.9 Koppell,C.1995. Marketing Information Systems for Non-Timber Forest Products.
- 9.10 Kotler, P.1988. Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control. 6<sup>th</sup>edition.
- 9.11 Ottman, Jac Quelyn, A.1992. Green Marketing.
- 9.12 RECOFTC. 1997. Market Systems Analysis and Development : an Approach to Planning Sustainable Tree and Forest Product Enterprises.
- 9.13 Sinclair, A.S. 1992 Forest Products Marketing.
- 9.14 Upton, C and S, Bass. 1996. The Forest Certification Handbook.
- 9.15 เอกสารประกอบการสอนอื่น ๆ จะแจ้งให้ทราบภายหลัง



ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน  
ตนเดือนตนไม่ได้ใครจะเดือน