



ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว เชียงใหม่

จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว



พันธุ์ข้าว	ชั้นพันธุ์	ราคา (บาท/กก.)	ราคาต่อกระสอบ (25 กก./ กระสอบ)	ราคาต่อกระสอบ (25 กก./กระสอบ) 10 กระสอบขึ้นไป
สันป่าตอง1	ขยาย	22	550	522.50
สันป่าตอง1	จำหน่าย	21	525	498.75

กลุ่มเกษตรกร, เกษตรกรทั่วไป

- สั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ ตั้งแต่ 5,000-499,999 บาท
(10 กระสอบ) ขึ้นไป ลด 5%

ตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวของกรมการข้าว

- ลด 5% เมื่อสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ ตั้งแต่ 5,000 - 499,999 บาท
- ลด 8% เมื่อสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ ตั้งแต่ 500,000 บาท ขึ้นไป



สอบถามข้อมูล

โทร. 053-114078, 053-114062 ต่อ 19

ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ (ใกล้พิชสวนโลก)
401 ม.12 ต.หนองควาย อ.หางดง จ.เชียงใหม่



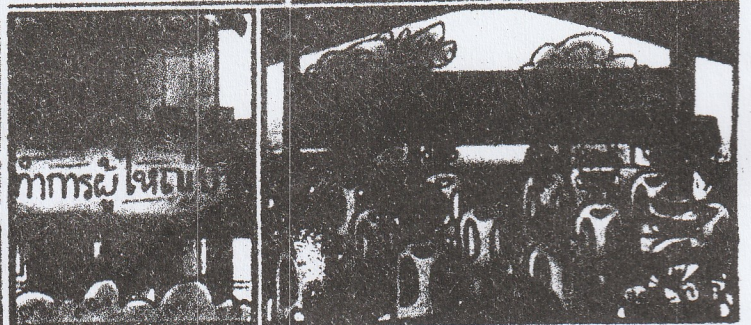
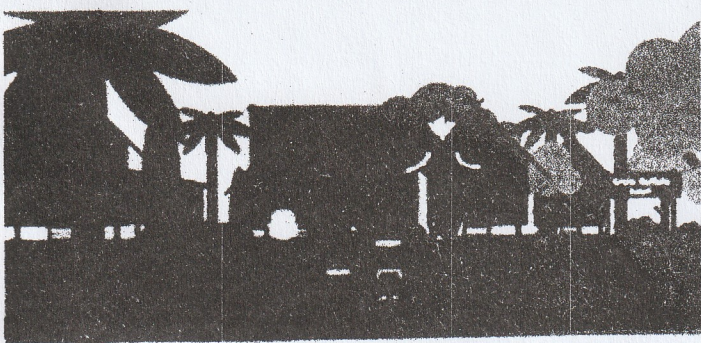
จดหมายข่าวเมล็ดพันธุ์ข้าว

ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่

กรมการข้าว

เชิญชวนเกษตรกรร่วมวางแผน “ระบบการผลิตแบบครบวงจร”

วันนี้ "Rice สารระ" จะพาทุกท่านมาร่วมวางแผน "ระบบการผลิตแบบครบวงจร" ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคทั้งระบบเพราะการพัฒนาเกษตรกรสู่การเป็นผู้จัดการแปลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในระยะยาวต้องประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การวิเคราะห์แปลง การเลือกใช้พันธุ์ การใช้ปุ๋ยที่เหมาะสม การจัดการศัตรูพืชการวางแผนบริหารจัดการกระบวนการเก็บเกี่ยว การแปรรูป และการตลาด รวมถึงการสร้างเครือข่ายที่มีความเข้มแข็งพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงปรับใช้เทคโนโลยีการผลิตข้าวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ตลอดจนถ่ายทอดเทคโนโลยีการลดต้นทุนการผลิต ที่เหมาะสมกับพื้นที่ให้กับเกษตรกรในชุมชน เพื่อยกระดับความเป็นผู้นำด้านการจัดการแปลงที่มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน



การวางแผนผลิตอย่างง่าย ๆ

Why

จะทำอะไร... ปลูกข้าวพันธุ์อะไรทำไมต้องทำ...ให้เหตุผลและกำหนดที่มาของการผลิต

Who

ใครเป็นคนทำ... วางแผนผู้รับผิดชอบงานให้เหมาะสมกับความสามารถของสมาชิก

When

ทำเมื่อไร... ระยะเวลาที่เหมาะสม

Where

ทำที่ไหน... ดำเนินการที่ไหน พื้นที่เหมาะสมกับพันธุ์ข้าวหรือไม่

How

ทำอย่างไร.... กำหนดขั้นตอนการปลูก เลือกเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม

How much

ทำกี่ไร่ ใช้งบประมาณเท่าไร?
โดยต้องคำนวณต้นทุนโดยรวมทั้งระบบ

การสร้างตราสินค้าและวางแผนการตลาด

> ออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design) คือการกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องและเหมาะสม กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องคำนึงถึงความสามารถในการผลิตความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ขนาด ความต้องการของผู้บริโภคและต้องพิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

> ภาพลักษณ์ (Branding) หรือความคาดหวัง ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งไม่ใช่เพียงสัญลักษณ์ทางการค้า แต่เป็นเรื่องราวที่สามารถสะท้อนความเป็นมาหรือจุดเด่นของสินค้า ที่จะสื่อสารกับผู้บริโภคให้ได้รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยหัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์คือการสร้างความแตกต่างและโดนใจ

> การตลาด (Marketing) สินค้าต้องตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีราคา...เหมาะสม มีกระบวนการจัดจำหน่ายอย่างเป็นระบบ และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีลด-แจก-แถม เพื่อจูงใจผู้บริโภค รวมถึงการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมการขายให้กับสินค้าและบริการ

สนใจติดต่อสอบถามข้อมูล

ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ (ใกล้พิชสวนโลก)
401 ม.12 ต.หนองควาย อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230
โทร. 053-114078, 062-4398715

