

กรุงเทพธุรกิจ Krungthep Turakij Circulation: 160,000 Ad Rate: 1,600	Section: First Section/SUSTAINABILITY วันที่: อังคาร 31 มกราคม 2566 ปีที่: 36 ฉบับที่: 12305 หน้า: 1(บน), 5		
	Col.Inch: 108.94 Ad Value: 174,304 PRValue (x3): 522,912 ศิลปิน: ลีลี		
	หัวข้อข่าว: วิสัยทัศน์ใหม่รับความท้าทาย 'อดก.' มุ่งเทรดเดอร์ 'เกษตรยั่งยืน'		

วิสัยทัศน์ใหม่รับความท้าทาย
 อดก. มุ่งเทรดเดอร์ 'เกษตรยั่งยืน'
 > 5

วิสัยทัศน์ใหม่รับความท้าทาย 'อดก.' มุ่งเทรดเดอร์ 'เกษตรยั่งยืน'

“ผมต้องการทำ อ.ต.ก. ให้เป็นเทรดเดอร์ และ
 จัดทำ Marketing ให้กับสินค้าเกษตรทุกชนิด
 ปตท.รม มีโซโฮ



วิสัยทัศน์ใหม่ อดก.



พันธกิจหลัก



© ยูพีพี พย์ทอง
 กรุงเทพธุรกิจ

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร(อ.ต.ก.)
 เป็นที่เชื่อมั่นมานาน ด้านการจำหน่ายสินค้า
 ที่มีคุณภาพ แต่ปัจจุบันเมื่อผู้ใดให้ความสำคัญ

กับความยั่งยืนมากขึ้นทำให้อ.ต.ก. ต้องปรับ
 นโยบายรองรับความต้องการของผู้บริโภค
 ที่ไม่ใช่เฉพาะผู้บริโภคในประเทศเท่านั้นแต่
 เป็นคนไทยคืออ.ต.ก. ต้องการสร้างภาพลักษณ์
 เป็นเทรดเดอร์ ให้กับภาคการเกษตรของไทย

ปตท.รม มีโซโฮ ผู้อำนวยการ อ.ต.ก.
 กล่าวว่า การช่วยเหลือเกษตรกรด้านการ
 ตลาดสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่
 เกษตรกร จัดหาและจำหน่ายปัจจัยการผลิต
 ที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรมและตรงตามเวลา

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/SUSTAINABILITY

วันที่: อังคาร 31 มกราคม 2566

ปีที่: 36

ฉบับที่: 12305

หน้า: 1(บน), 5

Col.Inch: 108.94

Ad Value: 174,304

PRValue (x3): 522,912

คลิป: 11

หัวข้อข่าว: วิสัยทัศน์ใหม่รับความท้าทาย 'อดก.' มุ่งเทรดเดอร์เกษตรยั่งยืน

ที่ต้องการให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร ในกรมเจรจา การจำหน่าย การตลาดและการเก็บรักษาซึ่งผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร คือวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้ง อ.ต.ก.

แต่ตลอดระยะเวลาที่จัดตั้ง อ.ต.ก. ขึ้นมา ในปี 2517 จนถึงปัจจุบันภารกิจที่ อ.ต.ก. ต้องปฏิบัติ คือถูกใช้เป็นเครื่องมือของนักการเมืองและนโยบายรัฐทำให้องค์กรเบี่ยงเบนไปขณะมีกว่า 2 หมื่นล้านบาท หนี้สินจำนวนหนึ่งถือเป็นสัดส่วน ร้อยละ 30 ไร่ ไม่สามารถลงทุนเพื่อสร้างรายได้ทางด้านอื่นได้ แม้ศักยภาพของ อ.ต.ก.

มีภาพจะเป็นตลาดกระจายสินค้าเกษตร ได้ทั้งตลาดในและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเมื่อสถานการณ์การค้า เศรษฐกิจ และความต้องการของผู้บริโภคของโลกเปลี่ยนไป มีการค้าทางออนไลน์เกิดขึ้น และสินค้าของเกษตรกรสามารถจะเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม

ดังนั้น **อ.ต.ก. จึงต้องปรับวิสัยทัศน์ใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยจะเป็นองค์กรที่เป็นศูนย์กลางและช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีความโดดเด่น นำเชือชื่อด้านคุณภาพเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรอย่างยั่งยืน** ผลักดันพันธกิจหลักคือ สร้างและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรในระบบออนไลน์ออฟไลน์ ทั้งส่วนกลางและภูมิภาคเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร สถาบันสนับสนุนและส่งเสริมสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อถือ ด้านคุณภาพ สร้างมาตรฐานแบรนด์ อ.ต.ก. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรโดยใช้การตลาดนำการผลิต

"มต้องการทำ อ.ต.ก. ให้เป็นเทรดเดอร์ และ จัดทำ Marketing ให้กับสินค้าเกษตรทุกชนิด เริ่มต้นนี้จากการร่วมงาน International Green Week ที่เยอรมนี ที่จัดขึ้นใน 20-29 ม.ค. 2023 ในงานนี้ อ.ต.ก. นำสินค้าเกี่ยว ด้านกรีนทั้งหมด เช่น ผัก หน่อ มะม่วงน้ำดอกไม้ ข้าวเหนียวมะม่วงฝรั่ง มะพร้าว เป็นต้นไปจำหน่าย พร้อมทั้งแนะนำเกษตรกรและรับออเดอร์ภายในงานด้วย เพื่อสร้างการตลาดส่งออก จากเดิมที่การร่วมงานดังกล่าว จะเน้นด้านการโชว์สินค้า และนำองค์กรให้เป็นรู้จักมากขึ้น ซึ่งผมคิดว่าสร้างประโยชน์น้อยเกินไป"

โดยการร่วมงานระดับสากล ดังกล่าว ในปี 2566 จะมีทั้งหมด 4 ครั้ง คือที่เยอรมนี 2 งาน ช่วงต้นปี ในงาน International Green Week และกลางปีอีกครั้ง นอกจากนี้เป็นการร่วมงานเช่นโต ที่ญี่ปุ่น และซาอุดีอาระเบีย เป็นการเปิดตลาดใหม่ สินค้าที่จะนำไปจำหน่ายจะคัดเลือกตามวัฒนธรรมการบริโภคที่สำคัญ สินค้าเกษตรของไทยต้องมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ จากการโรคโควิดเมื่อต้นพบว่าลูกค้าเหล่านั้นต้องการซื้อผ่าน Catering อ.ต.ก. มีความสามารถตรงนี้ ในการคัดเลือกสินค้า และจัดรูปแบบได้อย่างเหมาะสม มันใจว่า จะสามารถสร้าง Market Cap ได้

การแผนการตลาดของ อ.ต.ก. จะมี 3 รูปแบบ คือ

1. การจัด Marketplace ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ แต่ลดขนาดลงให้เป็นศูนย์กลางสินค้าพรีเมียม เริ่มจากสินค้าที่ขายได้หน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์นำมาต่อยอด สร้างแบรนด์ร่วมขึ้นมา

2. การสร้างแบรนด์ ซีล็ค หมายถึง การเลือกสินค้าแล้วคุมคุณภาพให้เป็นไปตามที่อ.ต.ก. ต้องการ

และ **3 การสร้างแบรนด์ของ อ.ต.ก.เอง** ทั้งสินค้าแปรรูป และสินค้าทั่วไป ซึ่งปัจจุบันมีสินค้าหลายอย่างที่ผู้บริโภคซื้อตั้งแต่การผลิตไม่ต่อเนื่องและไม่ได้รับการส่งเสริม

"อ.ต.ก. จะปรับปรุง อาคารหน้าถนนพหลโยธิน วงเงิน 7 ล้านบาท เพื่อเป็นศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ เน้นสินค้าจากหน่วยงานราชการ แล้วพเทรดเดอร์มากดูเป็นการทำงานตามกลไกของอ.ต.ก. ชื่อของชายเอง แทนการใช้เงินแทรกแซงอย่างอดีตที่ผ่านมา"

การรับซื้อสินค้าจะเป็นไปตามฤดูกาล แต่ไม่เป็นจำนวนมากเพื่อให้จ่ายต่อการจำหน่ายออก ทั้งขายส่งและปลีก วิธีการนี้จะส่งผลทางอ้อมต่อราคาในตลาดเนื่องจาก อ.ต.ก. ได้ซื้อน้ำตาลไปแล้วเป็นการกักตุนคุณภาพของสินค้าไปในตัว เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และยังสามารถสร้างรายได้และสร้างฐานการตลาดให้กับอ.ต.ก. ด้วย

ความท้าทายใหม่ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นทั้งปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้ธุรกิจติดหล่ม และหลุดออกจากวงจรได้ แต่อีกด้านหนึ่ง หากปรับมุมมอง หรือวิสัยทัศน์ใหม่ ความท้าทายที่ว่านี้ก็อาจกลายเป็นโอกาสที่สร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้