

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร

วันที่ 30 พฤศจิกายน 2561

ณ ตลาดไท อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

นายไอนุสาร พิทักษ์

ที่ปรึกษา บริษัท ไทย แอกริเคอ เอ็กสเชนจ์ จำกัด (ตลาดไท)

# # เกษตรกรต้องมียอดประกอบพื้นฐาน ในการเป็นเกษตรกร ผู้ประกอบการด้านการเกษตร (entrepreneur)

ผลิตเป็น

จัดการได้

ขายได้กำไร

ผลิตเป็น

ได้ผลผลิตสูง คุณภาพดี มีผลผลิตตรงเวลา ต้นทุนต่ำแข่งขันได้  
> ต้องการ พื้นที่ / คน / ปัจจัยการผลิต / ทุน ข้อมูล / ความรู้ เทคโนโลยี ฯลฯ

จัดการได้

จัดการให้พื้นที่ แรงงาน ปัจจัยการผลิต การเก็บรวบรวม การทำงานแบบกลุ่ม ขนส่งสินค้า  
สรุปกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ ผลิต > ตลาด เกิดประสิทธิภาพสูงสุด คุ่มค่าที่สุด  
ต้องการความรู้ความสามารถด้านบริหารจัดการ

ขายได้กำไร

สินค้าที่ผลิตขายได้ มีผู้ซื้อที่แน่นอน สินค้าขายได้ ราคาดี ขายได้มาก/หมด มีกำไร  
> ต้องการองค์ความรู้การตลาด ข้อมูลการตลาด ความต้องการ ชนิดสินค้า เวลา ปริมาณ  
คุณภาพ ฯลฯ ที่ตลาด/ลูกค้าต้องการ กำหนดราคาเป็น รู้ภาวะตลาด ตลาดตาย ตลาดเป็น

**# นักส่งเสริมการเกษตรรุ่นใหม่** โดยเฉพาะที่ต้องดูแลตลาดเกษตรกร ต้องมีความรู้หลักการตลาดพื้นฐาน มีข้อมูลตลาดพอสมควร มีความสามารถในการประสานจัดการการตลาด จำเป็นต้องส่งเสริมให้กลุ่มการผลิตที่มี ศักยภาพเดิม เป็นกลุ่มการตลาดด้วย (เพิ่มบทบาทการตลาดให้กลุ่ม สร้างให้มี ผู้แทนการตลาดของกลุ่ม ที่ดูแลการตลาดให้กลุ่มได้) เนื่องจากเกษตรกร ส่วนใหญ่ ไม่พร้อมที่จะทำการตลาดเอง และเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่พร้อมที่จะนำสินค้าเข้าตลาดหรือเชื่อมโยงกับตลาดได้ด้วยตนเอง

#ส่งเสริมให้เกษตรกรที่มีความพร้อมด้านการตลาด (ส่วนใหญ่ น่าจะมาจาก young smart farmers) ให้มีความรู้ความสามารถด้านการตลาด และเป็นผู้จัดการตลาดของกลุ่มเกษตรกร เกษตรกรจะนำหลักการการผลิต นำการตลาดมาใช้เป็นแนวทางได้ ต้องรู้จักตลาดที่จะจำหน่าย รู้จักสินค้าที่จำหน่าย รู้ความต้องการของลูกค้า ชนิดเวลา ราคา คุณภาพ ขนาด การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การรวบรวม การเก็บรักษา การตัดแต่ง คัดแยก เงื่อนไขการค้า ภาวะตลาด ฯลฯ ต้องไม่ใช่ราคานำการผลิตเป็นหลัก เพียงอย่างเดียว

# ให้เกษตรกรมีโอกาสเรียนรู้ กล้าที่มาศึกษาเยี่ยมชมเยียนตลาด  
และลูกค้า ใช้ความรู้ด้าน ไอที แสวงหาข้อมูลและเชื่อมโยงการตลาด

การทำให้สินค้าเกษตรมีชนิด คุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า  
การรับรองความปลอดภัยสินค้า การตรวจสอบย้อนกลับได้จริง ความพร้อม  
และถูกต้องของข้อมูล (ล่วงหน้า) ความต้องการสินค้า ข้อมูลสินค้าที่พร้อม  
จำหน่าย การค้าขายที่ซื่อตรง การตรงเวลา ความมั่นคงต่อเนื่องของสินค้า  
ราคาที่เหมาะสม การรวบรวมสินค้าให้มีปริมาณ  
*ความไม่รู้ไม่กล้า ไม่พร้อมด้านการตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร เจ้าหน้าที่  
ผู้เกี่ยวข้อง และปล่อยให้ทุกอย่างอยู่กับพ่อค้าแม่ค้า (Traders)  
ยังเป็นปัญหาสำคัญ ในการทำตลาดสินค้าเกษตร*