

ข่าวเลขที่ 78

18 กรกฎาคม 2562

## กรมการค้าภายใน ปรับภาพลักษณ์ใหม่ Farm Outlet

### ตอบโจทย์ผู้ประกอบการ พร้อมเข้าถึงผู้บริโภคใหม่

.....

กรมการค้าภายใน ปรับภาพลักษณ์ใหม่ ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน หรือ ฟาร์มเอาต์เล็ต (Farm Outlet) ช่วยสร้างความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ เป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีศักยภาพรองรับผลผลิตของเกษตรกรและมีความสามารถในการแข่งขัน ตอบโจทย์ผู้ประกอบการด้านผู้เชี่ยวชาญการสร้างภาพลักษณ์ เชื่อมโยงภาพลักษณ์ใหม่ฟาร์มเอาต์เล็ต สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป พร้อมเข้าถึงผู้บริโภคใหม่

นายวิชัย โภชนกิจ อธิบดีกรมการค้าภายใน กล่าวว่า โครงการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (ฟาร์มเอาต์เล็ต : Farm Outlet) ได้จัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี ๒๕๕๒ เพื่อเป็นศูนย์กลางให้กับเกษตรกรได้นำผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปมาจำหน่าย ควบคู่ไปกับการพัฒนาให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนสร้างรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามปัจจุบันการเกษตรเป็นยุค ๔.๐ เป็นการเปลี่ยนแปลงจากเกษตรแบบดั้งเดิม ข้ามไปสู่เกษตรยุคใหม่ที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับตัว กรมการค้าภายในจึงได้ดำเนินโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มศักยภาพฟาร์มเอาต์เล็ต เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ถึงบทบาทความสำคัญ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของศูนย์ให้สามารถรองรับผลผลิตของเกษตรกร และมีความสามารถในการแข่งขัน มีการบริหารจัดการที่ดีพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน ซึ่งคาดว่าเมื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการแล้วจะเห็นการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างชัดเจนแน่นอน

"กรมการค้าภายในได้ปรับภาพลักษณ์ใหม่ของฟาร์มเอาต์เล็ต โดยการปรับอัตลักษณ์ให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อต่อยอดแบรนด์ พร้อมถ่ายทอดและให้ความรู้เรื่องภาพลักษณ์ใหม่ของฟาร์มเอาต์เล็ต แนวทางการพัฒนา การขายและการตลาดแก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการศูนย์ที่ปัจจุบันมี ๖๖ แห่ง ใน ๓๙ จังหวัด รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดให้ไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้เป้าหมายปี ๒๕๖๒ จะส่งเสริมและพัฒนาศูนย์ฯ เพิ่มขึ้นอีก ๗ แห่งอีกด้วย" นายวิชัย กล่าว

ทั้งนี้ที่ผ่านมาต้องขอขอบคุณผู้มีส่วนสนับสนุนทุกภาคส่วนโดยเฉพาะภาคเอกชน ที่ให้การสนับสนุนเลือกใช้และประชาสัมพันธ์ผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรไทยอย่างต่อเนื่อง อาทิ สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมเดอะเชฟ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมเซฟแห่งประเทศไทย ตลอดจนห้างสรรพสินค้า ชั้นนำต่างๆ บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด บริษัท เซ็นทรัลฟู้ด รีเทล จำกัด บริษัท ไอคอนสยาม จำกัด เป็นต้น ที่เปิดพื้นที่ขายให้กับสินค้าเกษตรไทย

ด้านนางดรฉนวนวรรณ ชาญพิพัฒน์ชัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ กล่าวว่า การปรับภาพลักษณ์ใหม่ของฟาร์มเอาต์เล็ตมีความจำเป็นเพื่อให้ก้าวทันกับเกษตรกรรมสมัยใหม่ที่ต้องใช้การตลาดนำการผลิต ตลอดจนใช้นวัตกรรมหรือการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร ซึ่งฟาร์มเอาต์เล็ตได้เปิดดำเนินการมานานกว่า ๑๐ ปีแล้ว บางศูนย์ยังขาดจุดดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และบางศูนย์การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบและไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง และที่สำคัญพบว่าปัจจุบันเกษตรกรและผู้บริโภคยังมีความสับสนและไม่เข้าใจถึงบทบาทที่แท้จริงของฟาร์มเอาต์เล็ต

“การทำเกษตรยุคใหม่ เกษตรกรไม่ใช่แค่ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิต แต่ต้องมองให้ครบรอบด้าน ตั้งแต่ต้นทางการผลิตไปจนถึงตลาดปลายทาง และให้ความสำคัญกับความต้องการผู้บริโภค รู้จักใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยยกระดับธุรกิจ ภาพลักษณ์ที่ดีและชัดเจนถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะสะท้อนตัวตนและสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ได้มากขึ้น” นางดรณวรรณ กล่าว

สำหรับโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ใหม่ฟาร์มเอาต์เล็ตดังกล่าวนี้ได้เริ่มตั้งแต่การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อฟาร์มเอาต์เล็ต อาทิ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการและตัวแทนผู้ประกอบการ รวมไปถึงความคิดเห็นของตัวแทนผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ของฟาร์มเอาต์เล็ตในพื้นที่เป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓๔ ศูนย์ รวมไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ราย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำมาวิเคราะห์จนได้ภาพลักษณ์ใหม่ออกมา

นายวิชาญ ช่วยชูใจ ผู้บริหารศูนย์ Farm Outlet ร้านทางไท จังหวัดสงขลา กล่าวว่า การเปิดฟาร์มเอาต์เล็ตเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรให้มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรเพิ่มขึ้น เป็นการสร้างมูลค่าสินค้าอย่างเป็นระบบ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด และยังได้มีการสร้างเครือข่ายการผลิต การตลาด กับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต และอยากให้ผู้ประกอบการฟาร์มเอาต์เล็ตทุกรายนอกจากการมองตลาดในประเทศแล้ว ให้มองไกลไปถึงตลาดต่างประเทศด้วย เพราะเชื่อมั่นว่าสินค้าเกษตรไทยมีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล

นางสาวกมลพร ตรียะชาติ ผู้บริหารศูนย์ Organic Farm Outlet จังหวัดอุดรธานี กล่าวว่า ผู้ประกอบการฟาร์มเอาต์เล็ตแต่ละรายต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการปรับภาพลักษณ์ใหม่ เช่น ปรับโฉมร้านค้าให้ทันสมัย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจขึ้น เพิ่มการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เป็นการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้กับร้านของตัวเอง

.....