

การดำเนินงานด้านธุรกิจต่างประเทศของ อ.ต.ก.

การทำธุรกิจ ต้องประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไป/ทั่วโลกได้รู้จัก อ.ต.ก. คือ อะไร มีพันธกิจ และภารกิจ อะไรบ้าง วิธีการ คือ

๑. หาวิธีนำเสนอตัวเองในช่องทางต่างๆ อาทิ ร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ที่มีกิจกรรมตรงกับภารกิจ ซึ่งก็คือ สินค้าเกษตรคุณภาพ เช่น

๑.๑. ใน internet เลือกจากปฏิทินการจัดงานโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ หรือ โดยผู้จัดงาน (Organizer)

๑.๒. ตามคำเชิญของหน่วยงาน เช่นสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุล ผู้นำเข้าสินค้าไทย หรือผู้ประกอบการสินค้าไทยในต่างประเทศ

๒. ต้องศึกษาทำความเข้าใจ กิจกรรม/รูปแบบของงาน วัตถุประสงค์ ของการจัดงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงานผู้เข้าช้ชมนงาน สถานที่จัดงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกไปประชาสัมพันธ์ องค์กร เช่น งานในประเทศ เช่น HORTI ASIA และ THAIFEX ในต่างประเทศ เช่น งาน FRUIT LOGISIGA ณ สหพันธรัฐเยอรมนี และงาน IFEX ณ ประเทศญี่ปุ่น

๓. ศึกษาประเทศที่จะไปจัดแสดงงาน จาก วิถีพีเดีย ให้รู้จักประเทศนั้นๆ ให้ดีขึ้นทั้งประวัติศาสตร์ สภาพภูมิศาสตร์ สภาพเศรษฐกิจ จำนวนประชากร เพื่อคำนวณหาความคุ้มค่า รวมทั้งศึกษาลักษณะนิสัยหรือ บุคลิก ลักษณะประจำชาติ รสนิยมในการบริโภค เพื่อคัดสรรสินค้าที่จะนำไปประชาสัมพันธ์ ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ข้อกีดกันทางการค้า เป็นต้น

๔. คัดสรรสินค้าคุณภาพ โดยแยกเป็นสินค้าที่ประชาชนในแต่ละประเทศนั้นชื่นชอบ และสินค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จักให้เป็นที่รู้จัก และคาดว่าจะเป็นที่ชื่นชอบ ตัวอย่างเช่น สละ เป็นผลไม้ทางภาคตะวันออกของไทยที่มีผลผลิตตลอดทั้งปี แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ บางพันธ์มีรสอมเปรี้ยว บางพันธ์มีรสหวาน ซึ่งชาวยุโรป มักนิยมผลไม้ที่มีรสชาติไม่หวานมาก แต่คนเอเชียชอบผลไม้ที่มีรสหวาน เป็นต้น

๕. คัดเลือกผู้ส่งออกมาเป็นพันธมิตรทางการค้า เนื่องจากผู้ส่งออกแต่ละรายมีมาตรฐานหรือ ประสบการณ์ด้านการจัดการสินค้าแตกต่างกันไป เราจึงต้องเลือกหาผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการในแต่ละประเภทของสินค้า และประเทศที่ส่งสินค้า

๖. ทำความรู้จักผู้นำเข้าในแต่ละประเทศให้มากที่สุด

๗. ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจในต่างประเทศ ต้องให้ความสำคัญในทุกเรื่อง ได้แก่

๗.๑ ผลผลิตที่มีคุณภาพ จากเกษตรกรคุณภาพ

๗.๒ ผู้ส่งออกที่ทำหน้าที่คัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพ

๗.๓ ผู้นำเข้าสินค้าในแต่ละประเทศ สินค้าจะเข้าไปยังประเทศต่างๆ ต้องผ่านผู้นำเข้าที่มีความจริงใจ

๘. ปัญหาอุปสรรค การทำธุรกิจ ของภาครัฐ

๘.๑ ระเบียบ กฎเกณฑ์ เรื่องของความโปร่งใส สุจริต ในขณะที่สินค้าเกษตร เป็นสินค้าที่อ่อนไหว ราคา ไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิต ฤดูกาล ดินฟ้าอากาศ ซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า

๘.๒ อัตราแลกเปลี่ยน ที่ผันแปรตลอดเวลา

๘.๓ การทำธุรกิจที่ขาดทุนไม่ได้

ด้วยปัญหาอุปสรรคดังกล่าว จึงต้องใช้ผู้ส่งออกเป็นเครื่องมือนำพาผลผลิตของเกษตรกร ไปสู่ตลาดโลกแต่จะอย่างไรก็ตาม ผลที่ได้รับก็ตกมายังเกษตรกรไทย ทั้งสิ้น และผลลัพธ์ที่ได้คือมูลค่าสินค้าเกษตรของไทย
