



ธ.ก.ส.ต้น
อุ่นอ้อม
สู่มโนเดลสร้างรายได้เกษตรกร

ธ.ก.ส. ปันโมเดล “อุ่นอ้อม” ข้าวพร้อมทานยกระดับเกษตรกร
สร้างรายได้กว่า 1.8 ล้านใน 8 เดือน พร้อมขยายสาขา BAAC Outlet
ทั่วประเทศ ดันผลิตภัณฑ์เกษตรสู่ตลาดพรีเมียม ด้วยกลไก Essence
of Agriculture สู่อุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืน

นายฉัตรชัย ศิริไล ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร(ธ.ก.ส.)เปิดเผยว่า ธ.ก.ส.พร้อมเดินหน้าเพิ่มศักยภาพและ
ยกระดับรายได้เกษตรกร ผู้ประกอบการเกษตร วิสาหกิจชุมชน และ
สหกรณ์การเกษตรทั่วประเทศ ด้วยการสนับสนุนองค์ความรู้ทั้งด้าน
การผลิต เทคโนโลยี นวัตกรรม และการตลาด ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยง
การผลิตและการตลาดตลอดห่วงโซ่

หัวใจของกลไกนี้คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรให้มีมูลค่า
สูงขึ้น ด้วยแนวคิด “ทำน้อยได้มาก” ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
การเพิ่มคุณภาพ และการปรับภาพลักษณ์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่
หนึ่งในตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน คือ ข้าวพร้อมทานแบรนด์
“อุ่นอ้อม” ของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ร้อยเอ็ด
(สกต.ร้อยเอ็ด)

ธ.ก.ส. ได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ GI พุงกุลาร์องให้ โดยนำเทคโนโลยี Retort หรือการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนมาใช้ในการแปรรูปข้าวให้สามารถเก็บรักษาในอุณหภูมิห้องได้นานถึง 18 เดือน โดยไม่ต้องแช่เย็น และยังสามารถนำไปอุ่นในไมโครเวฟเพียง 60 วินาทีก็รับประทานได้ทันที ทำให้ข้าวธรรมดากลายเป็นสินค้าพร้อมทานที่มีความสะดวก ถูกสุขลักษณะ และน่ารับประทาน

ธ.ก.ส. ยังสนับสนุนการต่อยอดผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนาเมนูจากข้าวกล้องหอมมะลิและข้าวไรซ์เบอร์รี่ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ นับตั้งแต่เริ่มจำหน่ายในเดือนกันยายน 2567 จนถึงปัจจุบัน ข้าว "อุ่นอิม" สามารถสร้างยอดขายรวมได้กว่า 1.8 ล้านบาท จากปริมาณกว่า 40,000 ถ้วยภายในระยะเวลาเพียง 8 เดือน ซึ่งถือเป็นผลสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในการเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรในพื้นที่

แผนการในอนาคต ยังเตรียมขยายโมเดล "อุ่นอิม" ไปยังสหกรณ์อื่น ๆ ทั่วประเทศ เช่น สกต.นครปฐม ที่มีข้าว กข.43 ซึ่งมีน้ำตาลต่ำ และ สกต.สุรินทร์ ที่มีข้าวหอมนิลและข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โดยวางแผนว่าในปีบัญชี 2568 (1 เม.ย. 2568 - 31 มี.ค. 2569) จะสามารถสร้างยอดขายข้าว "อุ่นอิม" จากทุกประเภทได้มากกว่า 5 ล้านบาท ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรสมาชิกของแต่ละสหกรณ์มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

ธ.ก.ส.ยังจะขับเคลื่อนสินค้าชุมชนผ่านช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้นคือ BAAC Branch Outlet โดยในปีบัญชี 2567 มีสาขาทั่วประเทศถึง 387 แห่ง และตั้งเป้าจะเพิ่มเป็นกว่า 600 แห่ง ในปี 2568 พร้อมขยายกิจกรรม "BAAC Outlet Mobile" เพื่อออกบูธจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ชุมชน ห้างสรรพสินค้า หรือหน่วยงานราชการ ช่วยให้สินค้าของเกษตรกรเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ธ.ก.ส. ยังเดินหน้าโครงการยกระดับสินค้า A-Product ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน เช่น GAP (Good Agricultural Practices) โดยเน้นการ Re-package และ Re-design เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจ ตอบโจทย์ตลาดกลางถึงบน และนำไปสู่การพัฒนาสินค้า Glam Agro หรือ "สินค้าเกษตรดีดงาม" ที่สามารถวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือส่งออกต่างประเทศได้

ธ.ก.ส. ยังผลักดันการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างสถาบันเกษตรกรกับพันธมิตรทางการค้า ทั้งในและต่างประเทศ โดยตั้งเป้าว่าจะจับคู่ธุรกิจได้ไม่น้อยกว่า 90 คู่ และสามารถรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรได้มากกว่า 700,000 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 5,900 ล้านบาท ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้เกษตรกรในวงกว้าง