

คู่มือโครงการส่งเสริมการเกษตร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

โครงการตลาดเกษตรกร กิจกรรม ตลาดเกษตรกร

1. ความสอดคล้อง

- 1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- 1.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การเกษตร
 - แผนแม่บทย่อย การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร
 - เป้าหมายแผนแม่บทย่อย (Y1).ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น
- 1.3 แผนปฏิรูปประเทศ

2. หลักการและเหตุผล

ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัย นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร เสริมสร้างความรู้และช่องทางการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างรายได้ สร้างอาชีพที่มั่นคง พัฒนาเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็ง ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในประเทศให้มีความอยู่ดีกินดี ตามวิสัยทัศน์ เกษตรกรมั่นคง ภาคการเกษตรมั่นคง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน และตามนโยบายของรัฐบาล ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้ โดยรัฐบาลให้ความสำคัญกับมาตรการสนับสนุนที่จะช่วยส่งเสริมให้การสร้างมูลค่าในภาคเกษตรดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมส่งเสริมความรู้และผลักดันการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อให้เป็นสถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง รวมทั้งส่งเสริมการตลาดให้แก่เกษตรกร เพื่อรองรับผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการผลิตที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กรมส่งเสริมการเกษตรมุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตรที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจร เพื่อยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานและปลอดภัย รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้า แปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น สามารถปรับตัวและวางแผนการผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกรในพื้นที่ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรได้มีการขับเคลื่อนและพัฒนาตลาดเกษตรกร เพื่อเป็นสถานที่ให้เกษตรกรได้มาเรียนรู้วิถีการตลาดผ่านตลาดเกษตรกรและมีผู้จัดการตลาดเกษตรกรเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อนในทุกมิติ ปัจจุบันพบว่า มีตลาดเกษตรกรทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 149 แห่ง มีเกษตรกรที่เป็นสมาชิกประมาณ 2,587 ราย โดยมีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้นกว่า 1.4 พันล้านบาท (ข้อมูลจาก <http://farmermarket.go.th> 20 กรกฎาคม 2566) ประกอบกับในปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภคที่นิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น กรมส่งเสริมการเกษตรจึงจัดทำเว็บไซต์ “www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com” ที่รวบรวมสินค้าเกษตรเพื่อเป็นสื่อกลางในการนำสินค้าเกษตรคุณภาพดี เกรดพรีเมียม ผิมีเกษตรกรตัวจริงจากทั่วประเทศ โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรที่จำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกรพัฒนาสินค้าให้สามารถจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ได้ ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันพบว่า มีเกษตรกรที่เป็นสมาชิกประมาณ 1,772 ราย มีสินค้าจำนวน 2,516 รายการ มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้นกว่า 805 ล้านบาท และมีผู้เข้าชมเว็บไซต์

จำนวนกว่า 5.1 ล้านราย (ข้อมูล www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com 20 กรกฎาคม 2566) นอกจากนี้ ได้สนับสนุนให้มีการกระจายผลผลิตทางการเกษตรไปยังตลาดศักยภาพอื่น ๆ ทั้ง ตลาด Modern Trade ตลาดในกลุ่ม HORECA ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร และตลาดออนไลน์ เช่น Thailand Postmart, DGT Farm, Lazada, Shopee ซึ่งจะเป็นการขยายโอกาส และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งช่วยเหลือเกษตรกร ในด้านการตลาดให้เข้มแข็ง เกษตรกรสามารถพึ่งพาตัวเองได้ เกิดการสร้างรายได้และอาชีพที่มั่นคง ผลตอบแทนสู่ครอบครัวเกษตรกรได้อย่างพอเพียง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตร แบบครบวงจร มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยี สามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online ตลอดจนพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ “เกษตรกรจริงจัง ทุกสิ่งปลอดภัย” กรมส่งเสริมการเกษตร จึงจัดทำ “โครงการตลาดเกษตรกร” ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาความรู้และศักยภาพของเจ้าหน้าที่และเกษตรกรในพื้นที่ 77 จังหวัด ให้มีความรู้และทักษะ ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร การรักษาคุณภาพสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารกิจกรรมของตลาดเกษตรกรให้ผู้บริโภคได้รับรู้อย่างแพร่หลาย เพื่อให้ตลาดเกษตรกรมีความเข้มแข็ง และมั่นคง เกษตรกรเตรียมพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการส่งออก ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้และผลตอบแทน สู่เกษตรกร สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

นิยามศัพท์เฉพาะ การบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร หมายถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้เรื่องการตลาด เพิ่มช่องทางการตลาด

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตรผู้รับผิดชอบโครงการและผู้เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร เป็นที่ปรึกษาเกษตรกรได้
2. เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตร แบบครบวงจร มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยี สามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ offline และ online
3. เพื่อพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ มีเอกลักษณ์บ่งบอก ที่ชัดเจนถึงความเป็นตลาดเกษตรกร ทั้งโครงสร้างสถานที่ เกษตรกรผู้จำหน่าย และสินค้าที่มีอัตลักษณ์ มีความ หลากหลาย มีมาตรฐาน ตลอดจนสร้างการรับรู้ให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักอย่างแพร่หลาย

4. เป้าหมาย/สถานที่ดำเนินการ

1. เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตร ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (77 จังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 – 6 เจ้าหน้าที่ส่วนกลาง) จำนวน 100 คน
2. เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร 77 จังหวัด จำนวน 840 ราย
3. สำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร ศูนย์ส่งเสริมเทคโนโลยี การเกษตรด้านแมลงเศรษฐกิจ ศูนย์ส่งเสริมเยาวชนเกษตรกรอาเซียน ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกร และตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพในพื้นที่ 77 จังหวัด

5. กิจกรรม และวิธีการดำเนินงาน

5.1 พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตร

พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบการดำเนินงานตลาดเกษตรกร ระดับจังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่ 1 - 6 เพื่อให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ วางแผน การบริหารจัดการธุรกิจเกษตร เชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรในทุกมิติ จำนวน 1 หลักสูตร คือ การพัฒนาศักยภาพนักส่งเสริมการเกษตรสู่การเป็นนักการตลาดมืออาชีพ

5.2 พัฒนาเกษตรกรเป็นผู้ประกอบการสู่ตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ

กิจกรรมที่ 1 : พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย โดยจังหวัดประสานงาน/บูรณาการ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจัดกระบวนการเรียนรู้พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกร เกษตรกรทั่วไปที่ต้องการพัฒนาความรู้เรื่องการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร ผ่านกระบวนการต่าง ๆ อาทิ ด้านกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีการเกษตร กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยวการแปรรูป การตลาด ฯลฯ เพื่อให้เกษตรกรมีองค์ความรู้และสามารถผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐานปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และมีทักษะการใช้เทคโนโลยีการเกษตรอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งจัดกิจกรรมศึกษาดูงานตลาดสินค้าเกษตรที่ประสบผลสำเร็จ และให้เกษตรกรร่วมกันถอดบทเรียนจากความสำเร็จของตลาดสินค้าเกษตรอื่น ๆ รวมถึงการติดตามผลการดำเนินงานของเกษตรกร เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กิจกรรมที่ 2 : พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรที่อยู่ระหว่างการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ เริ่มต้นในการจำหน่ายสินค้าในตลาด Online โดยถ่ายทอดความรู้และฝึกปฏิบัติให้แก่เกษตรกรเพื่อเพิ่มองค์ความรู้ ด้านการตลาดและทักษะในการจำหน่ายสินค้าทั้งในระบบตลาด Offline และ Online เช่น เทคนิคการสร้างตัวตนบนตลาดออนไลน์ เทคนิคการทำ content / story telling เทคนิคการขาย เป็นต้น รวมถึงพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดสินค้าเกษตรทุกระดับ โดยในแต่ละอำเภอควร มีสินค้าเข้าสู่ www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ไม่น้อยกว่า 1 รายการ (1 อำเภอ 1 สินค้าออนไลน์)

5.3 พัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีอัตลักษณ์ เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรที่มีศักยภาพ โดยเจ้าหน้าที่ผู้จัดการตลาดติดตามให้คำปรึกษาแนะนำเกษตรกรในการดำเนินการให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ดำเนินการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เกิดรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาดของเกษตรกร สามารถจำหน่ายสินค้าได้ทั้งตลาด Offline และ Online มีการเชื่อมโยงสินค้าจากเครือข่ายตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานจากแหล่งต่าง ๆ ส่งเสริมการนำสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นมาประชาสัมพันธ์และวางจำหน่ายในตลาดเกษตรกร ตลอดจนการดำเนินการตามมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรฐานความปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ใน 3 ด้าน เช่น

1. สถานที่ : จัดให้มีอัตลักษณ์บนโครงสร้าง/เต็นท์ พื้นที่จำหน่าย โต๊ะวางสินค้า หรือภาชนะตามพื้นถิ่น แสดงถึงสถาปัตยกรรมที่บ่งบอกถึงค่านิยม เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของพื้นที่/จังหวัดนั้น ๆ เช่น ตลาดภาคเหนือมีสถาปัตยกรรมแบบเรือนกาแล ภาคใต้มีสถาปัตยกรรมเรือนปั้นหยา ภาคอีสานมีสถาปัตยกรรมเฮือนแฝดหรือเฮือนเกย ภาคกลางมีสถาปัตยกรรมเรือนไทย แสดงชื่อและกำกับด้วยภาษาถิ่นเพิ่มเติม โดยยังคงสัญลักษณ์ตลาดเกษตรกรและสโลแกนของเดิมไว้ เช่น กาด-เกษตรกร-ลำปาง ตลาดเกษตรกรนนทบุรี เป็นต้น

2. ผู้จำหน่าย (เกษตรกร) : มีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตามวัฒนธรรม เช่น ชุดผ้าไทย แต่ละภาค ชุดพื้นเมือง อาเจียนกันใส่ตามช่วงเวลา เช่น ทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน และจัดให้มีผ้ากันเปื้อน ที่มีสกรีนลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่/จังหวัดนั้นๆ

3. สินค้า : แบ่งโซนจำหน่ายสินค้าให้ชัดเจน เพิ่มโซนจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์ตามพื้นถิ่น สินค้าฤดูกาล เพื่อรวมสินค้าประจำจังหวัดหรือพื้นที่นั้น ๆ ไว้ หรือทำสัญลักษณ์ของตลาดเกษตรกริตติที่ผลิตภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุ เมื่อประชาชนสัมพันธ์ออกไปให้รู้ว่า สามารถหาซื้อสินค้าเหล่านี้ได้จากตลาดเกษตรกร จังหวัดนั้น ๆ

5.4 ประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจ เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ผู้บริโภคมีโอกาสรู้จักและเข้าใจแหล่งที่มาของสินค้าเกษตรที่นำมาประกอบอาหาร สร้างความเชื่อมั่นว่าตลาดเกษตรกรเป็นแหล่งจำหน่ายที่มีสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพดี ปลอดภัย และเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายโดยตรง ส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้า ช่วยให้เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น เพิ่มยอดจำหน่ายขยายฐานลูกค้า เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร รวมถึงเกษตรกรได้เรียนรู้การผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรของเกษตรกรที่จำหน่ายในตลาดเกษตรกร เว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และตลาดต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง ตลอดจนส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ระหว่างผู้เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงไปสู่ตลาดสินค้าเกษตรที่สูงขึ้น ดำเนินการใน 2 กิจกรรม คือ

กิจกรรมย่อยที่ 1 : จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรระดับจังหวัด โดยศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร) จังหวัดเชียงราย ลำปาง พิจิตร ชัยภูมิ ราชบุรี กาญจนบุรีและจังหวัดกระบี่

กิจกรรมย่อยที่ 2 : จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรระดับประเทศ โดยสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร สามารถทำได้หลายวิธี เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ประชาชนทั่วไป และเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรต่าง ๆ เพื่อให้กิจกรรมประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีแนวทางในการดำเนินการ: ดังนี้

1. การวางแผน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมให้ชัดเจน เช่น การเพิ่มยอดจำหน่าย สร้างความตระหนักรู้ หรือส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น ศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้บริโภคทั่วไป ผู้ประกอบการ หรือเกษตรกร กำหนดช่วงเวลาจัดกิจกรรมให้เหมาะสม สอดคล้องการเข้าร่วมงานของกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดประเภทกิจกรรม เช่น การจัดงานมหกรรมตลาดสินค้าเกษตร งานเทศกาลสินค้าเกษตร การจัดนิทรรศการสินค้าเกษตร การประกวดผลผลิตทางการเกษตร การแข่งขันทำอาหาร การสาธิต หรือกิจกรรมบุฟเฟต์ผลไม้ อาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น

2. การจัดเตรียมกิจกรรมและการบริการจัดการ เช่น จัดเตรียมงบประมาณ จัดเตรียมพื้นที่สำหรับการแสดงสินค้า การสาธิต และกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระเบียบและดึงดูดความสนใจ มีข้อมูลที่ชัดเจน สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีเรื่องราว story ที่น่าสนใจ การประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้เรื่องการจัดงาน ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของสินค้าที่ดึงดูดใจ ในช่องทางสื่อที่หลากหลายและอย่างทั่วถึง เป็นต้น

3. มีการประเมินผล สอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกฝ่าย ประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ เช่น ยอดจำหน่าย ยอดผู้เข้าชม หรือความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งสรุปผลการดำเนินกิจกรรม และจัดทำรายงานเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนางานต่อไป

4. สรุปรายงานกรมส่งเสริมการเกษตรทราบ

5.5 ประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตร

ส่วนกลาง และสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 - 6 ติดตาม ประเมินผล และจัดเก็บข้อมูลการดำเนินงานตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร 77 จังหวัด เพื่อดำเนินการจัดขึ้นตลาดเกษตรกร โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกรและตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป รวมทั้งจัดทำข้อมูลผลการดำเนินงานผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ให้แก่เจ้าหน้าที่เกษตรกร และหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ในการนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

6. ระยะเวลาดำเนินการ

1 ตุลาคม 2566 – 30 กันยายน 2567

7. แผนปฏิบัติงาน

กิจกรรม/ขั้นตอน	แผนปฏิบัติงาน											
	ปี 2566			ปี 2567								
	ต.ค. 66	พ.ย. 66	ธ.ค. 66	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67
1 พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตร												
1.1 พัฒนาความรู้และศักยภาพเจ้าหน้าที่												
สัมมนาเชิงปฏิบัติการ จนท. ส่วนกลาง สสท.1 – 6 จังหวัด และศูนย์ปฏิบัติการฯ			↔									
2. พัฒนาเกษตรกรเป็นผู้ประกอบการสู่ตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ (ตลาดเกษตรกร และตลาดเกษตรกรถาวร)												
2.1 พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย												
2.1.1 จัดเวทีชุมชน		↔										
2.1.2 อบรม			↔									
2.1.3 ศึกษาดูงาน			↔									
2.2 พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรที่อยู่ระหว่างการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการด้านตลาดออนไลน์										↔		
3. พัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีอัตลักษณ์เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรที่มีศักยภาพ												
3.1 ตลาดเกษตรกรขนาดใหญ่ จำนวน 29 จังหวัด				↔					↔			
3.2 ตลาดเกษตรกรขนาดกลาง จำนวน 33 จังหวัด				↔					↔			
3.3 ตลาดเกษตรกรขนาดเล็ก จำนวน 15 จังหวัด				↔								
3.4 ตลาดเกษตรกร ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดเชียงใหม่				↔								

4. ประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร												
4.1 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรของศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร)												
4.2 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกรระดับประเทศ												
5. ประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตร												
5.1 ติดตามและจัดเก็บข้อมูลการดำเนินงาน (ส่วนกลาง)												
5.2 ติดตามและจัดเก็บข้อมูลการดำเนินงาน (สสก.1 - 6)												

8. ผลผลิต ผลลัพธ์ ตัวชี้วัด

8.1 ผลผลิต (output)

- 1) เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตรมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรสามารถพัฒนาเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตร จำนวน 100 ราย
- 2) เกษตรกรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 840 ราย
- 3) ตลาดเกษตรกร 77 จังหวัด ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาด และเป็นสถานที่หลักในการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร มีความเป็นอัตลักษณ์เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ สามารถเชื่อมโยงตลาดที่หลากหลาย
- 4) ข้อมูลจากเว็บไซต์ www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และ <http://farmermarket.doae.go.th> ได้นำมาวางแผนและพัฒนากิจการบริหารจัดการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลสินค้าคุณภาพของเกษตรกร 77 จังหวัดทั่วประเทศ สร้างการรับรู้ให้บุคคลทั่วไปให้สามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพดีได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น

8.2 ผลลัพธ์ (outcome)

เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร พัฒนาเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พึ่งพาตัวเองได้ เกิดการสร้างรายได้และอาชีพที่มั่นคง ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยในราคาที่สมเหตุสมผลและหลากหลายช่องทาง

8.3 ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ

1. เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานจำนวน 100 ราย ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร
2. เกษตรกรไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60 สามารถผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีทักษะการใช้เทคโนโลยีและเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online
3. มูลค่าการจำหน่ายในตลาดเกษตรกรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

เชิงคุณภาพ

เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีความรู้และทักษะการใช้เทคโนโลยีสามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online อีกทั้งตลาดเกษตรกรเกิดความเป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และสถานการณ์ มีสินค้าอัตลักษณ์ประจำถิ่น มีมาตรฐาน สามารถเชื่อมโยงกับตลาดที่หลากหลาย

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรมีความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร มีทักษะในการใช้เทคโนโลยี สามารถเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรทั้งในระบบ Offline และ Online โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรคุณภาพได้หลากหลายช่องทาง ตลอดจนการมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาด และเป็นสถานที่หลักในการจำหน่ายสินค้าเกษตรในพื้นที่ เกิดเป็นตลาดเกษตรกรที่มีอัตลักษณ์เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เชื่อมโยงผลผลิตคุณภาพจากเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อขยายช่องทางสู่การจำหน่ายในตลาดศักยภาพอื่น ๆ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และ <http://farmermarket.doae.go.th> นำมาเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร มีรูปแบบการดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อเกษตรกรสินค้า และพื้นที่ นำไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืน

10. การประเมินผลโครงการ

10.1 จังหวัดทั้ง 77 จังหวัด รายงานผลการดำเนินงานโครงการฯ ลงในระบบ e-Project เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมตามแผนการปฏิบัติงานโครงการฯ และจัดทำรายงานผลเมื่อสิ้นสุดโครงการฯ ตามแผนปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด

10.2 สำนักงานส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่ 1 - 6 ติดตามการดำเนินงาน ให้คำแนะนำเจ้าหน้าที่และเกษตรกร ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน เมื่อสิ้นสุดโครงการฯ รวบรวมข้อมูลจากจังหวัดจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน และประเมินผล เพื่อดำเนินการจัดตั้งตลาดเกษตรกรและจัดเกรดตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกรและตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตามบริบทพื้นที่ต่อไป

10.3 ส่วนกลาง ติดตามการดำเนินงาน ให้คำแนะนำเจ้าหน้าที่และเกษตรกร ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานโครงการฯ ทั้ง 77 จังหวัด รายงานผลการดำเนินงานโครงการฯ ลงในระบบ e-Project และระบบ eMENSCHER รายไตรมาส และเมื่อสิ้นสุดโครงการฯ นำข้อมูลที่ได้จากการรายงานสรุปผลของสำนักงานส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่ 1 - 6 มาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาโครงการตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ให้แก่เจ้าหน้าที่ เกษตรกร และหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ในการนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรต่อไป

11. หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

1. ชื่อ นายวิรัชศักดิ์ บุญเชิญ

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

โทรศัพท์ 0 2940 6125

2. ชื่อ นางสาวมณฑกาฬ ลิมา

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมธุรกิจเกษตร

โทรศัพท์ 0 2940 6128

E-mail: agriman62@hotmail.com
