

งบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

โครงการ ตลาดเกษตรกร

1. ความเชื่อมโยง

- 1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- 1.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การเกษตร
 - แผนแม่บทย่อย การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

2. หลักการและเหตุผล

ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัย นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร เสริมสร้างความรู้ และช่องทางการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างรายได้ สร้างอาชีพที่มั่นคง พัฒนาเป็นผู้ประกอบการ มืออาชีพ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็ง ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในประเทศให้มีความอยู่ดีกินดี ตามวิสัยทัศน์ “เกษตรกรมั่นคง ภาคการเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน” และตามนโยบายของรัฐบาล “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” โดยรัฐบาลให้ความสำคัญกับมาตรการสนับสนุนที่จะช่วยส่งเสริมให้การ สร้างมูลค่าในภาคเกษตรดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ส่งเสริมความรู้และผลักดันการรวมกลุ่ม ของเกษตรกรเพื่อให้เป็นองค์กรเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง สร้างสินค้าเกษตรมูลค่าสูง (High Value) ควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ทำเกษตรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Go Green) ด้วย BCG / Carbon Credit ส่งเสริมการตลาดให้แก่เกษตรกร ขยายตลาดเดิม เพิ่มตลาดใหม่ ๆ รวมถึงการใช้นวัตกรรมมาเป็นจุดขายสินค้าเกษตร ผ่านแพลตฟอร์มทั้งออนไลน์และออฟไลน์

กรมส่งเสริมการเกษตรมุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตรที่มีความพร้อม ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจร มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับการผลิต สินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานและปลอดภัย พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้า ใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษหรือวัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ และบรรจุภัณฑ์ที่ช่วย ยืดอายุผลผลิตให้นานขึ้น รวมถึงแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น สามารถปรับตัวและวางแผนการผลิต ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย โดยมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกรในพื้นที่ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรได้มีการขับเคลื่อนและพัฒนาดตลาดเกษตรกร เพื่อเป็นสถานที่ให้เกษตรกรได้มาเรียนรู้ วิธีการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มความต้องการสินค้าของตลาด โดยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ทำหน้าที่ผู้จัดการตลาดเกษตรกร เป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อนในทุกมิติ ปัจจุบันมีตลาดเกษตรกรทั่วประเทศจำนวนทั้งสิ้น 177 แห่ง มีเกษตรกรที่เป็นสมาชิกประมาณ 3,017 ราย มีมูลค่า การจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้นกว่า 2,267 ล้านบาท (ข้อมูลจาก <http://farmermarket.go.th> กันยายน 2567) ประกอบกับในปัจจุบันผู้บริโภคที่นิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น กรมส่งเสริมการเกษตร จึงจัดทำเว็บไซต์ “www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com” ที่รวบรวมสินค้าเกษตรเพื่อเป็นสื่อกลางในการนำสินค้าเกษตร คุณภาพดี เกรดพรีเมียม ฝีมือเกษตรกรตัวจริงจากทั่วประเทศ โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรที่จำหน่ายสินค้า

ในตลาดเกษตรกรพัฒนาสินค้าให้สามารถจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ได้ ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันพบว่า มีเกษตรกรที่เป็นสมาชิกประมาณ 1,950 ราย มีสินค้าจำนวน 2,594 รายการ มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้นกว่า 1,377 ล้านบาท และมีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนกว่า 10 ล้านราย (ข้อมูล www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com กันยายน 2567)

นอกจากนี้ ได้สนับสนุนให้มีการกระจายผลผลิตทางการเกษตรไปยังตลาดศักยภาพอื่น ๆ ทั้ง ตลาด Modern Trade ตลาดในกลุ่ม HORECA ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร และแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์อื่น ๆ เช่น Thailand Postmart, DGT Farm, BAAC Farmers Market, Lazada, Shopee, Tiktok เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการขยายโอกาส และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการตลาดให้เข้มแข็ง เกษตรกรสามารถพึ่งพาตัวเองได้ เกิดการสร้างรายได้และอาชีพที่มั่นคง ผลตอบแทนสู่ครอบครัวเกษตรกรได้อย่างพอเพียง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร สามารถปรับตัวให้เท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการแข่งขันที่สูงขึ้นของโลก เตรียมพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เติบโตสู่ตลาดอื่น ๆ รวมถึงตลาด E - Commerce มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยี ยกย่องกระบวนการผลิตให้มีผลผลิตทางการเกษตรด้วยมาตรฐานที่สูงขึ้น สร้างเกษตรมูลค่าสูง (High Value) สามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online ตลอดจนพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ (Soft Power) กรมส่งเสริมการเกษตรจึงจัดทำ “โครงการตลาดเกษตรกร” ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรในพื้นที่ 77 จังหวัด ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจรได้อย่างมีประสิทธิภาพ รักษาคุณภาพสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Go Green) และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ รวมถึงประชาสัมพันธ์สินค้าและข่าวสารกิจกรรมของตลาดเกษตรกรให้ผู้บริโภคได้รับรู้อย่างแพร่หลาย เพื่อให้ตลาดเกษตรกรมีความเข้มแข็งและมั่นคง สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนสู่เกษตรกร เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สมดุล ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นิยามศัพท์เฉพาะ การบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร หมายถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้เรื่องการตลาด เพิ่มช่องทางการตลาด

3.วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online

3.2 เพื่อพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และสถานการณ์ มีสินค้าอัตลักษณ์ประจำถิ่น มีความหลากหลาย มีมาตรฐาน สามารถเชื่อมโยงกับตลาดที่หลากหลาย สร้างการรับรู้ให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักอย่างแพร่หลาย

3.3 เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตคุณภาพของเกษตรกรและพัฒนาทักษะด้านการตลาดทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ บูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนขยายตลาดเดิม เพิ่มตลาดใหม่

4. เป้าหมายการดำเนินโครงการ

4.1 เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานตลาดเกษตรกร ตลาดเกษตรกรออนไลน์ และงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (77 จังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 – 6 เจ้าหน้าที่ส่วนกลาง) จำนวน 200 ราย

4.2 เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร 77 จังหวัด จำนวน 840 ราย

5. พื้นที่ดำเนินการ

สำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกร และตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพในพื้นที่ 77 จังหวัด

6. กิจกรรม และวิธีการดำเนินงาน

6.1 กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตร

6.1.1 กิจกรรมย่อยที่ 1 : จัดทำหลักสูตร Core Team พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานตลาดเกษตรกรระดับเขตให้สามารถเป็นที่เลี้ยง ให้คำปรึกษา และให้ข้อมูลด้านการตลาดสินค้าเกษตรแก่เจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด

หลักสูตร : พัฒนาเจ้าหน้าที่เป็นนักการตลาดมืออาชีพ Core Team (เช่น การวิเคราะห์การตลาด และการวางแผนการตลาด / การจัดการธุรกิจและการบริหารการเงิน/ โมเดลธุรกิจเกษตร/ กลยุทธ์การตลาดสินค้าเกษตร / เทคโนโลยีดิจิทัลกับการตลาด/ E-commerce/ โลจิสติกส์สินค้าเกษตร)

6.1.2 กิจกรรมย่อยที่ 2 : พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบการดำเนินงานตลาดเกษตรกรและตลาดเกษตรกรออนไลน์ระดับจังหวัด/อำเภอ เจ้าหน้าที่สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 - 6 และเจ้าหน้าที่ส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ วางแผน การบริหารจัดการธุรกิจเกษตรเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรในทุกมิติ

หลักสูตร : พัฒนาผู้จัดการตลาดในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรเชิงธุรกิจแบบครบวงจร (เช่น ความรู้เรื่องการตลาด /ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล /เพิ่มช่องทางการตลาด/การบริหารจัดการธุรกิจเกษตร)

6.2 กิจกรรมพัฒนาเกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านตลาด Offline และ Online ที่มีศักยภาพ

6.2.1 กิจกรรมย่อยที่ 1 : พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย โดยจังหวัด ประสานงาน/บูรณาการ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจัดกระบวนการเรียนรู้ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกร เกษตรกรเครือข่าย และองค์กรเกษตรกรที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยเปิดโอกาสให้เกษตรกรที่สนใจต้องการพัฒนาความรู้ เรื่องการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร อาทิ แนวโน้มการตลาด เทคนิคการขายและการสื่อสารกับลูกค้า การตั้งราคาสินค้า การเงินและภาษี การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึงกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพ กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดคุณภาพผลิต บรรจุกัญชี ตลอดจนการแปรรูปสินค้า เพื่อให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด ผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน ปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และมีทักษะการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตรที่เหมาะสม สามารถเชื่อมโยงสินค้าสู่ตลาดที่หลากหลายได้ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมศึกษาดูงานเกษตรกรต้นแบบ องค์กรเกษตรกร ตลาดสินค้าเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ประสบผลสำเร็จ และให้เกษตรกรร่วมกันสรุป และถอดบทเรียนจากความสำเร็จของตลาดสินค้าเกษตรอื่น ๆ เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

หลักสูตร : พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร (เช่น เทคนิคการขาย การตั้งราคา สินค้า การเงินและภาษี การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึงกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพ)
วิธีการดำเนินงาน : 1. จัดเก็บข้อมูลแบบสำรวจความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มาใช้บริการในตลาดเกษตรกร โดยกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ออกแบบสำรวจความพึงพอใจส่งให้จังหวัดดำเนินการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว เจ้าหน้าที่จังหวัดรวบรวมข้อมูลเก็บไว้ที่จังหวัด 1 ชุด และส่งกลับให้กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 1 ชุด เจ้าหน้าที่จังหวัดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการ

จัดเวทีชุมชนสำหรับเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกรและตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. จัดเวทีชุมชน โดยการจัดเวทีชุมชนประชุมสมาชิกตลาดเกษตรกรเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของเกษตรกร วิเคราะห์ข้อมูลและประเมินสถานการณ์การดำเนินงานตลาดเกษตรกรที่ผ่านมารวมถึงองค์ความรู้และทักษะของเกษตรกร ค้นหาศักยภาพของตลาดเกษตรกร จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อหาแนวทางปรับปรุง แก้ไข พัฒนาให้ดีขึ้น เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยเจ้าหน้าที่และเกษตรกรต้องมองเห็นเป้าหมายการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การดำเนินงานตลาดเกษตรกรบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การจัดอบรม เจ้าหน้าที่นำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีชุมชนมาวิเคราะห์ และกำหนดหลักสูตรการอบรมที่เหมาะสมกับเกษตรกร ทั้งนี้ เกษตรกรเป้าหมายที่เข้ารับการอบรมไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกตลาดเกษตรกรทั้งหมด สามารถเป็นเกษตรกรรายอื่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกรได้ เช่น เกษตรกรที่เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกรออนไลน์.com แพลตฟอร์ม วิสาหกิจชุมชน SF YSF เป็นต้น เพื่อสร้างโอกาสให้เกษตรกรที่สนใจต้องการเรียนรู้ด้านการตลาดได้มีโอกาสเข้าถึงความรู้เรื่องการตลาดมากยิ่งขึ้น ในการจัดอบรมควรมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข มหาวิทยาลัย เป็นต้น

4. กิจกรรมศึกษาดูงาน เจ้าหน้าที่จังหวัดดำเนินการวางแผนนำพาเกษตรกรเดินทางไปศึกษาดูงานเกษตรกรต้นแบบ องค์กรเกษตรกร ตลาดสินค้าเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ประสบผลสำเร็จ เพื่อให้เกษตรกรได้ศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวคิด และวิธีการทำงานจากผู้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้เกษตรกรเกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน ยกระดับความรู้ด้านการปฏิบัติงาน เกิดการพัฒนาและต่อยอดวิธีการให้ดียิ่งขึ้น โดยเจ้าหน้าที่จังหวัดและเกษตรกรร่วมกันสรุปและถอดบทเรียนจากความสำเร็จจากกิจกรรมศึกษาดูงาน เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การประเมินผลและติดตามผล : เจ้าหน้าที่ดำเนินการประเมินผลความรู้และติดตามผลการถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกร โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 วิธี ได้แก่

(1) วิธีที่ 1 การประเมินผลความรู้ ความคิด ซึ่งเป็นการวัดความสามารถทางสมอง เช่น ความจำ ความเข้าใจ ความสามารถนำไปใช้ การวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบความรู้ก่อนและหลังเรียน (Pre - test และ Post - test) โดยข้อสอบในแบบทดสอบครอบคลุมทุกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องในการอบรม และมีข้อสอบไม่น้อยกว่า 20 ข้อ เพื่อประเมินผลหลักสูตร เนื้อหาการอบรมวิธีการถ่ายทอดของวิทยากร และประเมินผลความรู้ความเข้าใจของเกษตรกร

(2) วิธีที่ 2 การติดตามประเมินผลหลังการจัดอบรม เป็นการประเมินผลหลังจากการถ่ายทอดความรู้สิ้นสุดลงแล้ว 3 เดือน โดยใช้วิธีการสังเกต สัมภาษณ์ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การวัดผลโดยใช้แบบทดสอบ ซึ่งอาจใช้เวทีประชุมประจำเดือนของสมาชิกตลาดเกษตรกรในการติดตามประเมินผลหลังการถ่ายทอดความรู้ ประเมินพฤติกรรมของเกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติอย่างไรหลังการอบรมและศึกษาดูงาน ว่าได้นำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปปฏิบัติเพียงใด พัฒนาหรือต่อยอดให้ดีขึ้นกว่าเดิมหรือไม่อย่างไร เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดวางสินค้าให้สวยงาม คำนึงถึงความปลอดภัยและมาตรฐานของสินค้า ใส่ใจความต้องการของผู้บริโภค มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดเกษตรกรมากขึ้น

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่นำผลประเมินทั้ง 2 วิธี มาวิเคราะห์และสรุปรายงานส่งกรมส่งเสริมการเกษตร พร้อมทั้งจัดทำเป็นฐานข้อมูลเก็บไว้ที่จังหวัดเพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรในด้านต่าง ๆ ต่อไป

6.2.2 กิจกรรมย่อยที่ 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)

หลักสูตร : พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (เช่น เทรนด์เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการตลาด การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ การสร้างแบรนด์และStorytelling สินค้า สร้างยอดขายยังงัยให้ปัง การโปรโมทสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ การบริหารจัดการสินค้าโลจิสติกส์สินค้าเกษตร เป็นต้น)

6.3 กิจกรรมพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีอัตลักษณ์ เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรที่มีศักยภาพ โดยเจ้าหน้าที่ผู้จัดการตลาดติดตามให้คำปรึกษาแนะนำเกษตรกรในการดำเนินการให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ดำเนินการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาดของเกษตรกรที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เกิดรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น เป็นตลาดจำหน่ายผัก ผลไม้ สินค้าแปรรูปและสินค้าพร้อมทาน หรือพัฒนาเป็นจุดรวบรวมสินค้าเกษตรตามฤดูกาลต่าง ๆ หรือเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้าเกษตรออนไลน์ของจังหวัด E-commerce center หรือเป็นตลาดกรีนมาร์เก็ตที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยสินค้าที่จำหน่ายในตลาดเกษตรกร ต้องมีคุณภาพ มาตรฐาน ปลอดภัย ตามสโลแกนตลาดเกษตรกร “เกษตรกรจริงจริง ทุกสิ่งปลอดภัย” รวมทั้งดำเนินการประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรให้เกษตรกร บุคคลทั่วไป และหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ได้รู้จักอย่างแพร่หลาย สามารถสื่อให้เห็นถึงความเป็นตลาดเกษตรกร มีการเชื่อมโยงสินค้าจากเครือข่ายตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบ offline และ online ส่งเสริมการนำสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่น สินค้า Green product / Low carbon มาประชาสัมพันธ์และวางจำหน่ายในตลาดเกษตรกร หรือสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ตลอดจนการดำเนินการตามหลักสุขาภิบาลอาหารและสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง มาตรฐานความปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อมโดยมีแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร ให้เป็นอัตลักษณ์ใน 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 อาเจ้านัดกันใส่ตามช่วงเวลา เช่น ทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน และจัดให้มีผ้ากันเปื้อนที่มีสกรีนลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่/จังหวัดนั้นๆ

3) สินค้า : แบ่งโซนจำหน่ายสินค้าให้ชัดเจน เพิ่มโซนจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์ตามพื้นถิ่น สินค้าฤดูกาล สินค้าปลอดภัยที่มีกระบวนการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อรวมสินค้าประจำจังหวัดหรือพื้นที่นั้น ๆ ไว้ ทำสัญลักษณ์ของตลาดเกษตรกรติดที่ผลิตภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุ เพื่อสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และเมื่อประชาสัมพันธ์ออกไปให้รู้ว่าจะสามารถหาซื้อสินค้าเหล่านี้ได้จากตลาดเกษตรกรจังหวัดนั้น ๆ

6.4 กิจกรรมประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจ เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ผู้บริโภคมีโอกาสรู้จักและเข้าใจแหล่งที่มาของสินค้าเกษตรที่นำมาประกอบอาหาร สร้างความเชื่อมั่นว่าตลาดเกษตรกรเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพดี ปลอดภัย มีมาตรฐาน ตรวจสอบย้อนกลับได้ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพได้ง่าย ซึ่งเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายโดยตรง ลดปัญหาพ่อค้าคนกลาง และช่วยให้เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น เพิ่มยอดขาย ขยายฐานลูกค้า เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร รวมถึงเกษตรกรได้เรียนรู้การผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรของเกษตรกรที่จำหน่ายในตลาดเกษตรกร เว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และตลาดต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง ตลอดจนส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ระหว่างผู้เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงไปสู่ตลาดสินค้าเกษตรที่สูงขึ้น ดำเนินการใน 2 กิจกรรม คือ

6.4.1 กิจกรรมย่อยที่ 1 : จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรระดับประเทศ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร

6.4.2 กิจกรรมย่อยที่ 2 : จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรระดับจังหวัด ทั้งนี้ สามารถดำเนินการได้หลายวิธีเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เช่น การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรประจำเดือนตลอดทั้งปี โดยการจัดโปรโมชั่นสินค้าเกษตรเพื่อกระตุ้นยอดขายและดึงดูดลูกค้า การจ้างรถแห่โฆษณาตลาดเกษตรกร การจัดงานตลาดเกษตรกรสัญจร หรือการจัดงานมหกรรมสินค้าเกษตร โดยเชิญ influencer ที่มีชื่อเสียงมาไลฟ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social ต่าง ๆ ประกวดการจัดร้านค้าที่โดนใจลูกค้า หรือการจัดกิจกรรมสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ สร้างสรรค์เมนูใหม่จากสินค้าในตลาดเกษตรกร สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริโภคและเกษตรกร การประเมินผลสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกฝ่าย ประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ เช่น ยอดจำหน่าย ยอดผู้เข้าชม หรือความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งสรุปผลการดำเนินกิจกรรม รวมถึงการติดตามประเมินผลหลังการจัดกิจกรรม และจัดทำรายงานเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร) จังหวัดเชียงราย ลำปาง พิจิตร ชัยภูมิ ราชบุรี กาญจนบุรี และจังหวัดกระบี่

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร สามารถทำได้หลายวิธีเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ประชาชนทั่วไป และเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรต่าง ๆ เพื่อให้กิจกรรมประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1) การวางแผน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมให้ชัดเจน เช่น การเพิ่มยอดขาย สร้างความตระหนักรู้ หรือส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น ศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้บริโภคทั่วไป ผู้ประกอบการ หรือเกษตรกร กำหนดช่วงเวลาจัดกิจกรรมให้เหมาะสม สะดวกต่อการเข้าร่วมงานของกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดประเภทกิจกรรม เช่น การจัดงานมหกรรมตลาดสินค้าเกษตร งานเทศกาลสินค้าเกษตร การจัดนิทรรศการสินค้าเกษตร การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเจรจาธุรกิจ การประกวดผลผลิตทางการเกษตร การแข่งขันทำอาหาร การสาธิต หรือกิจกรรมบุฟเฟต์ผลไม้ อาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น

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

3) การประเมินผล สอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกฝ่าย ประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ เช่น ยอดจำหน่าย ยอดผู้เข้าชม หรือความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งสรุปผลการดำเนินกิจกรรม รวมถึงการติดตามประเมินผลหลังการจัดกิจกรรมสิ้นสุดลงแล้ว 3 เดือน โดยการติดตามผลยอดจำหน่ายสินค้าและจำนวนผู้เข้าใช้บริการว่ามีเพิ่มขึ้นหรือไม่ ซึ่งอาจใช้เวทีประชุมประจำเดือนของสมาชิกตลาดเกษตรกรในการติดตามประเมินผลหลังการจัดกิจกรรม โดยการสอบถามและพูดคุยกับเกษตรกรว่ามีลูกค้าเพิ่มขึ้นหรือไม่ และติดตามข้อมูลยอดจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรในระบบบันทึกข้อมูล <http://farmermarket.go.th> ว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นหรือไม่ และจัดทำรายงานเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาต่อไป

4) สรุปรายงานกรมส่งเสริมการเกษตรทราบ

6.5 กิจกรรมประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตร

ส่วนกลาง สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 - 6 และจังหวัด ติดตาม สำรวจ สถานการณ์สินค้า ให้คำแนะนำ จัดเก็บข้อมูลการดำเนินงานตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร 77 จังหวัด ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มการตลาด โดยให้สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 - 6 วิเคราะห์ ประเมินผล สรุปและจัดชั้นตลาดเกษตรกร รายละเอียดตามภาคผนวกในคู่มือโครงการฯ พร้อมทั้งรายงานให้กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกร ตลาดเกษตรกร และโครงการตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

7. แผนปฏิบัติงาน

กิจกรรม/ขั้นตอน	แผนปฏิบัติงาน											
	ปี 2567			ปี 2568								
	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	มี.ค. 68	เม.ย. 68	พ.ค. 68	มิ.ย. 68	ก.ค. 68	ส.ค. 68	ก.ย. 68
1 พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตร					↔			↔				
1.1 พัฒนาคความรู้และศักยภาพเจ้าหน้าที่ส่วนกลาง สสค.1-6 (Core Team)								↔				
1.2 พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด สสค.1 - 6 และส่วนกลาง					↔							
2. พัฒนาเกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านตลาด Offline และ Online ที่มีศักยภาพ (ตลาดเกษตรกร และตลาดเกษตรกรถาวร)	↔				↔							
2.1 พัฒนาคความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย				↔		↔						
2.1.1 จัดเวทีชุมชน												
2.1.2 อบรม												
2.1.3 ศึกษาดูงาน												
2.2 พัฒนาคความรู้และศักยภาพของเกษตรกรที่ต้องการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการด้านตลาด Online									↔			↔
3. พัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีอัตลักษณ์เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรที่มีศักยภาพ	↔											↔
3.1 ตลาดเกษตรกรขนาดใหญ่ จำนวน 33 จังหวัด		↔			↔							
3.2 ตลาดเกษตรกรขนาดกลาง จำนวน 33 จังหวัด								↔				↔
3.3 ตลาดเกษตรกรขนาดเล็ก จำนวน 11 จังหวัด								↔				↔
4. ประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร		↔					↔		↔			

ผลลัพธ์ (outcome)

เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร ได้รับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พึ่งพาตัวเองได้ เกิดการสร้างรายได้ และมีอาชีพที่มั่นคง ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยในราคาที่สมเหตุสมผล และหลากหลายช่องทาง

11. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

12. การประเมินผลโครงการ

12.1 จังหวัดทั้ง 77 จังหวัด รายงานผลการดำเนินงานโครงการฯ ลงในระบบ e-Project เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมตามแผนการปฏิบัติงานโครงการฯ และจัดทำรายงานผลเมื่อสิ้นสุดโครงการฯ

12.2 สำนักงานส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่ 1 - 6 ติดตามการดำเนินงาน ให้คำแนะนำเจ้าหน้าที่และเกษตรกร ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน เมื่อสิ้นสุดโครงการฯ รวบรวมข้อมูลจากจังหวัดจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน และประเมินผล เพื่อดำเนินการจัดตั้งตลาดเกษตรกรและจัดเกิดตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกรและตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตามบริบทพื้นที่ต่อไป

12.3 ส่วนกลาง ติดตามการดำเนินงาน ให้คำแนะนำเจ้าหน้าที่และเกษตรกร ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานโครงการฯ ทั้ง 77 จังหวัด รายงานผลการดำเนินงานโครงการฯ ลงในระบบ E-Project และระบบ EMENSCER รายไตรมาส และเมื่อสิ้นสุดโครงการฯ นำข้อมูลที่ได้จากการรายงานสรุปผลของสำนักงานส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่ 1 - 6 มาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาโครงการตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ให้แก่เจ้าหน้าที่ เกษตรกร และหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ในการนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรต่อไป

13. หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

- | | |
|-----------|--|
| 13.1 ชื่อ | นายวุฒิชัย ชินวงศ์ |
| ตำแหน่ง | ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร |
| โทรศัพท์ | 0 2940 6125 |
| 13.2 ชื่อ | นางสาวมณฑกาฬ ลิมา |
| ตำแหน่ง | ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมธุรกิจเกษตร |
| โทรศัพท์ | 0 2940 6128 |
| E-mail: | agriman62@hotmail.com |

ภาคผนวก

เลขที่แบบสัมภาษณ์.....

วันที่...../...../.....

แบบสัมภาษณ์สำหรับเกษตรกร
เรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการตลาดเกษตรกร คำตอบในแบบสัมภาษณ์นี้ จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล ทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

1.1 สภาพส่วนบุคคล

1. เพศ : () 1.1 ชาย () 1.2 หญิง
2. อายุ :ปี (มากกว่า 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
3. ระดับการศึกษา : () 3.1 ไม่ได้ศึกษา () 3.2 ประถมศึกษา
() 3.3 มัธยมศึกษาตอนต้น () 3.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
() 3.5 อนุปริญญา / ปวส. () 3.6 ปริญญาตรี / เทียบเท่า
() 3.7 สูงกว่าปริญญาตรี
4. ประสบการณ์ในการทำการเกษตรปี

1.2 สภาพพื้นฐานทางสังคม

1. จำนวนสมาชิกในครัวเรือนคน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)
2. จำนวนแรงงานภาคการเกษตรคน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)
() 2.1 แรงงานในครัวเรือน.....คน () 2.2 แรงงานจ้าง.....คน
3. อาชีพหลัก (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
() 3.1 ประกอบอาชีพเกษตรกร () 3.2 รับเงินเดือนประจำ
() 3.3 รับจ้างทางการเกษตร () 3.4 รับจ้างทั่วไป
() 3.5 อื่น ๆ ระบุ

4. อาชีพรอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 4.1 ไม่มีอาชีพรอง | ☐ 4.2 ประกอบอาชีพเกษตร |
| ☐ 4.3 รับเงินเดือนประจำ | ☐ 4.4 รับจ้างทางการเกษตร |
| ☐ 4.5 รับจ้างทั่วไป | ☐ 4.6 อื่น ๆ โปรดระบุ |

1.3 สภาพทางเศรษฐกิจ

1. แหล่งเงินทุน

- ☐ 1.1 ไม่กู้ (ของตนเอง)
- ☐ 1.2 กู้ (ถ้าท่านกู้ กู้จากแหล่งใดบ้าง ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| ☐ 1) เงินกู้ธนาคาร | ☐ 2) สหกรณ์การเกษตร |
| ☐ 3) ธกส. | ☐ 4) ธนาคารพาณิชย์ |
| ☐ 5) กองทุนหมู่บ้าน | ☐ 6) กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร |
| ☐ 7) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

2. การถือครองพื้นที่ทำการเกษตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 2.1 ที่ดินของตนเอง จำนวนเนื้อที่ไร่งาน
- ☐ 2.2 ที่ดินเช่า จำนวนเนื้อที่ไร่งาน
- ☐ 2.3 ที่ดินประเภทอื่น ๆ โปรดระบุเนื้อที่ไร่งาน

3. รายได้จากการจำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกรต่อปี จำนวนเงินบาท

4. หนี้สินของครัวเรือนต่อปี
- ☐ 4.1 ไม่มี
- ☐ 4.2 มี โปรดระบุบาท

1.4 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

1. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดเกษตรกร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1.1 สินค้าของตนเอง ☐ 1.2 สินค้าของเครือข่าย

2. ท่านมีช่องทางหรือสถานที่ในการจำหน่ายสินค้านอกเหนือจากตลาดเกษตรกรหรือไม่

- ☐ 2.1 มี โปรดระบุ.....
- ☐ 2.2 ไม่มี

3. ท่านมีความถนัดในด้านใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 3.1 การปลูกพืช
- ☐ 3.2 การแปรรูป
- ☐ 3.3 การค้าขาย

4. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกมาจำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 4.1 หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนพื้นที่จำหน่ายฟรี () 4.2 ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ยอดขายดี
 () 4.3 เดินทางสะดวก ใกล้บ้านตนเอง () 4.4 เพื่อนชักชวน
 () 4.5 เจ้าหน้าที่ขอให้มาช่วยจำหน่าย () 4.6 ต้องการมีรายได้เพิ่มขึ้น
 () 4.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ตลาดเกษตรกรสร้างคุณค่าและประโยชน์ให้แก่ท่านอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 5.1 สร้างอาชีพที่มั่นคง () 5.2 รายได้เพิ่มมากขึ้น
 () 5.3 แหล่งกระจายสินค้า () 5.4 ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าให้ลูกค้าได้รู้จัก
 () 5.5 สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน () 5.6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร ในแต่ละปีเพิ่มขึ้นหรือไม่

- () เท่าเดิม () เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ.....

ตอนที่ 2 ความรู้ในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

ประเด็นความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาตลาดเกษตรกร	ใช่	ไม่ใช่
1. การจัดทำกฎระเบียบตลาดเกษตรกรมาจากเจ้าหน้าที่ สมาชิกและคณะกรรมการ ตลาดเกษตรกรเป็นผู้ร่วมกันกำหนด		
2. การพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคน		
3. การคัดเลือกคณะกรรมการตลาดเกษตรกรมาจากการแต่งตั้งของเจ้าหน้าที่		
4. สิ่งสำคัญในการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีความยั่งยืน คือการที่สมาชิกมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานในตลาดเกษตรกร		
5. ผู้สัมผัสอาหารไม่มีหนังสือรับรอง บัตรประจำตัวผู้สัมผัสอาหาร มีโทษจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือปรับไม่เกิน 25,000 บาท		
6. ผู้สัมผัสอาหาร หมายถึง บุคคลที่เกี่ยวข้องกับอาหารตั้งแต่กระบวนการเตรียมปรุงประกอบ จำหน่ายและเสิร์ฟอาหาร รวมทั้งการล้างภาชนะและเก็บภาชนะอุปกรณ์		
7. การจัดเรียงสินค้าให้ดูสะอาดและสวยงามช่วยดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้า		
8. การประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรให้บุคคลทั่วไปได้รู้จัก เป็นหน้าที่ของหน่วยงานราชการเท่านั้น		
9. บุคคลที่ไม่ใช่เกษตรกรสามารถนำสินค้ามาจำหน่ายในตลาดเกษตรกรได้		
10. เทคนิคการตั้งราคาสินค้าเพื่อดึงดูดใจลูกค้า คือ การตั้งราคาเดียวทั้งร้าน		
11. การขอใบรับรองมาตรฐาน GAP และอินทรีย์ สามารถดำเนินการขอได้ที่ อบต.		

ประเด็นความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาตลาดเกษตรกร	ใช่	ไม่ใช่
12. การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (GAP) มีข้อปฏิบัติจำนวน 10 ข้อ		
13. การจัดโซนสินค้าโดยแยกประเภทสินค้าอย่างชัดเจนช่วยให้ลูกค้าหาสินค้าได้ง่าย		
14. ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท และปรับวันละ ไม่เกิน 100 บาท จนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง		
15. ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์สามารถยื่นขอจดทะเบียนการค้าได้ที่สำนักงานเทศบาลในพื้นที่และต้องดำเนินการภายใน 30 วันนับตั้งแต่เริ่มประกอบกิจการ		

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

คำชี้แจง : ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาตลาดเกษตรกรของเกษตรกร โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตาราง ตามระดับ

ประเด็นการมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วม				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1) ท่านมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจเรื่องการกำหนดกฎระเบียบ และข้อปฏิบัติ					
2) ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานตลาดเกษตรกร					
3) ท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมภายในตลาดเกษตรกร					
4) ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของตลาดเกษตรกร					
5) ท่านมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการดำเนินงานของตลาดเกษตรกร					

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดเกษตรกรของเกษตรกร

4.1 ปัญหาในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

.....

.....

.....

4.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

.....

.....

.....

4.3 ภาพลักษณ์ที่อยากให้ตลาดเกษตรกรเป็น

.....

.....

.....

เลขที่แบบสัมภาษณ์.....

วันที่...../...../.....

แบบสัมภาษณ์สำหรับการวิจัย (สำหรับผู้ใช้บริการ)

เรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของตลาดเกษตรกร

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการดำเนินงานโครงการตลาดเกษตรกร คำตอบในแบบสัมภาษณ์นี้ จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบคำถามทุกข้อ ตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

1. เพศ : () 1.1 ชาย () 1.2 หญิง
2. อายุ :ปี (มากกว่า 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
3. ประเภทลูกค้า : () 3.1 ผู้บริโภคทั่วไป
() 3.2 ร้านอาหาร
() 3.3 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท
4. ระดับการศึกษา : () 4.1 ไม่ได้ศึกษา () 4.2 ประถมศึกษา
() 4.3 มัธยมศึกษาตอนต้น () 4.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
() 4.5 อนุปริญญา / ปวส. () 4.6 ปริญญาตรี / เทียบเท่า
() 4.7 สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ : () 5.1 นักเรียน นักศึกษา () 5.2 ข้าราชการ
() 5.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 5.4 พนักงานเอกชน
() 5.5 ธุรกิจส่วนตัว () 5.6 แม่บ้าน
() 5.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือนประมาณ.....บาท
7. มูลค่าการซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งบาท
8. พฤติกรรม (จำนวนครั้ง) ในการมาซื้อสินค้าเฉลี่ยเดือนละ.....ครั้ง
9. สินค้าที่ซื้อเป็นประจำในตลาดเกษตรกร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 9.1 ผัก และผลไม้ () 9.2 อาหารสด
() 9.3 สินค้าแปรรูป () 9.4 อาหารปรุงสำเร็จ
() 9.5 ข้าวสาร () 9.6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 10.1 คุณภาพสดใหม่ () 10.2 มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐาน
 () 10.3 ราคาถูก () 10.4 มีความจำเป็นในการใช้สินค้า
 () 10.5 เพื่อสุขภาพ () 10.6 เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ
 () 10.7 แพคเกจสวย น่าใช้ () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. สินค้าที่ต้องการให้เพิ่มเติมในตลาดเกษตรกร

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของตลาดเกษตรกร

คำชี้แจง : ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาตลาดเกษตรกร ตามประเด็นดังต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตารางตามระดับ

ความคิดเห็นซึ่งมี 5 ระดับ ดังนี้ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

2 หมายถึง ระดับน้อย

3 หมายถึง ระดับปานกลาง

4 หมายถึง ระดับมาก

5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ด้านสินค้า Product					
1) สินค้ามีคุณภาพและปลอดภัย					
2) สินค้ามีความหลากหลาย					
3) สินค้ามีใบรับรองมาตรฐาน					
4) ปริมาณสินค้าเพียงพอสำหรับการซื้อ					
2. ราคา Price					
1) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
2) สามารถต่อรองราคาได้					
3) มีวิธีการรับชำระเงินหลากหลาย					

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
3. การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ Promotion					
1) เกษตรกรมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส					
2) เกษตรกรแต่งกายสุภาพ					
3) มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง					
4) การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา					
5) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ					

4 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก Place					
1) ช่วงเวลาเปิดทำการเหมาะสม					
2) สถานที่ซื้อสะดวก เข้าถึงง่าย					
3) สถานที่จำหน่ายสะอาด สวยงาม					
4) การสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์					

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

คู่มือการจัดชั้นคุณภาพตลาดเกษตรกร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

กรมส่งเสริมการเกษตรได้ดำเนินโครงการตลาดเกษตรกร (Farmer Market) มาตั้งแต่ ปี ๒๕๕๗ ตามนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สนับสนุนการจัดตลาดเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีช่องทางการตลาด หรือมีสถานที่จำหน่ายผลผลิตสินค้าเกษตร โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่ผลิตตามระบบการผลิตสินค้าเกษตรที่ดี มีคุณภาพ และกำหนดให้เกษตรกรผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเองในตลาดดังกล่าว ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาจำหน่าย อย่างทั่วถึง เปิดโอกาสให้เกษตรกรได้พบปะกับผู้บริโภคโดยตรง ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันทำให้เกษตรกร ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิต พัฒนาสินค้าให้มีคุณลักษณะและปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้า ส่งผลให้เกษตรกรสามารถช่วยเหลือตนเองได้ แบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นวิถีดำเนินการที่เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เกษตรกรในการผลิตสินค้าเกษตรที่ดี และสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

“ตลาดเกษตรกร” เป็นหนึ่งในโครงการที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่มุ่งเน้นให้ทุกจังหวัด มีสถานที่จำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรคุณภาพที่มีความปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เกษตรอินทรีย์ และมาตรฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น GMP ออย. มผช.ฯ ให้แก่ผู้บริโภค โดยเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายเอง มีผู้จัดการตลาดเกษตรกรเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อนในทุกมิติ สอดรับกับนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” มุ่งสร้างความเข้มแข็ง ให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ พัฒนาเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีทักษะและความสามารถในการแข่งขันสามารถเชื่อมโยงตลาดได้ทุกมิติ และพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เกิดรูปแบบ ที่เป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาดของเกษตรกร เชื่อมโยงสินค้า จากเครือข่ายตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานจากแหล่งต่าง ๆ ส่งเสริมการนำสินค้า อัตลักษณ์พื้นถิ่นมาประชาสัมพันธ์และวางจำหน่ายในตลาดเกษตรกร ตลอดจนดำเนินการตามมาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช มาตรฐานความปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็น อัตลักษณ์ใน ๓ ด้าน เช่น

๑. สถานที่ : จัดให้มีอัตลักษณ์บนโครงสร้าง/เต็นท์ พื้นที่จำหน่าย โต๊ะวางสินค้า หรือภาชนะ ตามพื้นถิ่น แสดงถึงสถาปัตยกรรมที่บ่งบอกถึงค่านิยม เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของพื้นที่/จังหวัดนั้น ๆ เช่น ตลาดภาคเหนือมีสถาปัตยกรรมแบบเรือนกาแล ภาคใต้มีสถาปัตยกรรมเรือนปั้นหยา ภาคอีสานมีสถาปัตยกรรม เือนแฝดหรือเรือนเกย ภาคกลางมีสถาปัตยกรรมเรือนไทย แสดงชื่อและกำกับด้วยภาษาถิ่นเพิ่มเติม โดยยังคง สัญลักษณ์ตลาดเกษตรกรและสโลแกนของเดิมไว้ เช่น กาด-เกษตรกร-ลำปาง ตลาดเกษตรกรนนทบุรี เป็นต้น

๒. ผู้จำหน่าย (เกษตรกร) : มีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตามวัฒนธรรม เช่น ชุดผ้าไทย แต่ละภาค ชุดพื้นเมือง อาจนัดกันใส่ตามช่วงเวลา เช่น ทุกวันที่ ๑ และ ๑๖ ของเดือน และจัดให้มีผ้ากันเปื้อน ที่มีสกรีนลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่/จังหวัดนั้น ๆ

๓. สินค้า : แบ่งโซนจำหน่ายสินค้าให้ชัดเจน เพิ่มโซนจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์ตามพื้นถิ่น สินค้า ฤดูกาล เพื่อรวมสินค้าประจำจังหวัดหรือพื้นที่นั้น ๆ ไว้ หรือทำสัญลักษณ์ของตลาดเกษตรกรติดที่ผลิตภัณฑ์หรือ ภาชนะบรรจุ เมื่อประชาสัมพันธ์ออกไปให้รู้ว่า สามารถหาซื้อสินค้าเหล่านี้ได้จากตลาดเกษตรกรจังหวัดนั้น ๆ กรมส่งเสริมการเกษตรได้วางแนวทางการขับเคลื่อนภารกิจ โดยเน้นขับเคลื่อนงานส่งเสริมการเกษตรเชิงพื้นที่ ส่งเสริมการเกษตรแปลงใหญ่ วิสาหกิจชุมชน Smart Farmer และ Young Smart Farmer และกลุ่มผู้ผลิต สินค้าเกษตรให้มีการบริหารจัดการร่วมกัน ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรให้ปลอดภัย มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ทำเกษตรที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงสู่ตลาดที่หลากหลายทั้งในระบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมี “ตลาดเกษตรกร”

เป็นช่องทางสำคัญอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการตลาดให้เข้มแข็งและมั่นคง สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ตลาดเกษตรกรจึงควรมีการประเมินศักยภาพ วิเคราะห์ และหาแนวทางในการพัฒนาตนเอง เพื่อสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานของตลาดเกษตรกรได้

สัญลักษณ์โลโกแกน



หมายถึง เกษตรกรมาจำหน่ายด้วยตนเอง



หมายถึง สถานที่จำหน่าย (ตลาด)



หมายถึง คุณภาพของสินค้า



หมายถึง สินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร
(พืช ประมง ปศุสัตว์)

๑. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อประเมินศักยภาพการจัดชั้นคุณภาพ
๒. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา
๓. เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของตลาดเกษตรกรและศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกรจังหวัด

๒. เป้าหมาย

ตลาดเกษตรกร ๗๐ จังหวัด ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกร ๗ จังหวัด

๓. วิธีดำเนินการ

๓.๑ กรมส่งเสริมการเกษตรประชุมชี้แจงแนวทางการจัดชั้นคุณภาพตลาดเกษตรกร และศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกรจังหวัด ให้สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรทราบ

๓.๒ สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรดำเนินการวางแผนและชี้แจงจังหวัดในพื้นที่รับผิดชอบของตนเพื่อดำเนินการจัดชั้นคุณภาพตลาดเกษตรกร

๓.๓ สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตลาดเกษตรกรในพื้นที่รับผิดชอบ พร้อมทั้งสรุปรายงานผลการจัดชั้นคุณภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ

๓.๔ กรมส่งเสริมการเกษตร รวบรวม วิเคราะห์ และจัดทำรายงานผลการจัดชั้นคุณภาพประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘

๔. การแบ่งระดับตลาดเกษตรกร

๑. ตลาดเกษตรกรขนาดเล็ก	จำนวน	๑ – ๑๐	ร้านค้า
๒. ตลาดเกษตรกรขนาดกลาง	จำนวน	๑๑ – ๒๐	ร้านค้า
๓. ตลาดเกษตรกรขนาดใหญ่	จำนวน	๒๑	ร้านค้าขึ้นไป

๕. ประเด็นการประเมินและให้คะแนน แบ่งเป็น ๔ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ : การบริหารจัดการ	๒๕	คะแนน
ส่วนที่ ๒ : ด้านสินค้า	๒๕	คะแนน
ส่วนที่ ๓ : ผลการดำเนินงาน	๒๕	คะแนน
ส่วนที่ ๔ : ความยั่งยืนของกลุ่ม	๒๕	คะแนน
รวม	๑๐๐	คะแนน

๖ การจัดระดับเกรด

เกรด	คะแนน
A	๗๕ – ๑๐๐
B	๖๐ – ๗๔
C	น้อยกว่า ๖๐

๗. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๑ – ๖

แบบประเมินตลาดเกษตรกรเพื่อจัดชั้นคุณภาพ
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘

ชื่อตลาดเกษตรกร.....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ประเด็นการตรวจประเมิน	คะแนนเต็ม (คะแนน)	เกณฑ์การให้คะแนน			คะแนนที่ได้ (คะแนน)	หลักฐานประกอบการพิจารณา
		ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	ดำเนินการแล้ว		
ส่วนที่ ๑ การบริหารจัดการ	๒๕					
๑.๑ การแต่งตั้งคณะกรรมการตลาดเกษตรกร	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- รายชื่อและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการตลาดเกษตรกร - ทะเบียนผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร
๑.๒ การกำหนดกฎระเบียบของตลาดเกษตรกร	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- รายละเอียดกฎระเบียบของตลาดเกษตรกร
๑.๓ การจัดทำแผนพัฒนาตลาดเกษตรกร	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		แผนพัฒนาที่ชัดเจน - รายงานผลการประชุมสมาชิกตลาดเกษตรกร - รายงานผลการประชุมการจัดทำแผนพัฒนาตลาดเกษตรกร
๑.๔ การปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหารและสิ่งแวดล้อม	๑๐	(๐ คะแนน)	(๕ คะแนน)	(๑๐ คะแนน)		- ใบรับรองการผ่านอบรมความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหาร - แบ่งโซนร้านค้าตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน - ผู้จำหน่ายสวมผ้ากันเปื้อน มือและเล็บสะอาด กรณีเป็นร้านอาหาร ปรุงสุกต้องสวมหมวกคลุมผม และปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหาร - อาหารปรุงสำเร็จมีภาชนะหรือวัสดุปกปิดป้องกันแมลงวันและเชื้อโรค - มีการทำความสะอาดตลาดและจัดเก็บขยะอย่างเป็นระเบียบ
ส่วนที่ ๒ ด้านสินค้า	๒๕					
๒.๑ คุณภาพและมาตรฐานสินค้า	๑๐	(๐ คะแนน)	(๕ คะแนน)	(๑๐ คะแนน)		- ใบรับรองมาตรฐานสินค้า เช่น GAP อินทรีย์ ออ. มผช.ฯ - ใบรับรองความปลอดภัยด้านอาหาร (food safety) - รายงานผลการตรวจวิเคราะห์สารพิษตกค้างในผักและผลไม้

๒.๒ รูปแบบการจัดวางสินค้าและความหลากหลายของสินค้า	๑๐	(๐ คะแนน)	(๕ คะแนน)	(๑๐ คะแนน)		- มีความเป็นระเบียบ แบ่งเป็นหมวดหมู่ สบายตา ดึงดูดลูกค้า สามารถค้นหาสินค้าได้สะดวก และติดป้ายราคาที่ชัดเจน - จำนวนประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่าย ทั้งผลผลิตสดและแปรรูป สิ่งประดิษฐ์และหัตถกรรมฯ - บรรจุภัณฑ์ทันสมัยเหมาะสมกับสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
๒.๓ การใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในการรับชำระเงินให้แก่ลูกค้า	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- การรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ
ส่วนที่ ๓ ผลการดำเนินงาน	๒๕					
๓.๑ กิจกรรมพัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรฯ	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- การบันทึกข้อมูลใน e -project ตรงตามเวลาที่กำหนด - จัดทำแบบทดสอบความรู้เกษตรกรก่อน - หลังการอบรม (ผลการประเมิน)
๓.๒ กิจกรรมพัฒนาตลาดเกษตรกร	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- การบันทึกข้อมูลใน e -project ตรงตามเวลาที่กำหนด - รายละเอียดการจัดกิจกรรมพัฒนาตลาดเกษตรกรตรงกับความต้องการของเกษตรกรและเหมาะสมกับรูปแบบของตลาดเกษตรกร - พัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ใน ๓ ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านผู้จำหน่าย(เกษตรกร) และด้านสินค้า - การจัดเก็บแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการและเกษตรกรที่เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกร
๓.๓ การขยายเครือข่ายตลาดเกษตรกรในพื้นที่	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- สถานที่ตั้งและจำนวนของตลาดเครือข่าย
๓.๔ รายงานผลการดำเนินงานการจัดตลาดเกษตรกร	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- ผลการบันทึกข้อมูลของสมาชิกตลาดเกษตรกร (รูปถ่ายร้านค้าและสินค้า) รวมถึงยอดจำหน่ายสินค้าบนเว็บเพจตลาดเกษตรกร
๓.๕ การประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรและสินค้าของเกษตรกรผ่านสื่อต่าง ๆ	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคและบุคคลทั่วไปได้รู้จักตลาดเกษตรกรอย่างแพร่หลาย - อาทิ เพจ Facebook และ TikTok ตลาดเกษตรกร หรือช่องทาง Social Media ของเกษตรกร

ส่วนที่ ๔ ความยั่งยืนของตลาดเกษตรกร	๒๕					
๔.๑ ความสามารถและความพร้อมของ คณะกรรมการในการบริหารงาน	๕	(๐ คะแนน)	(๓ คะแนน)	(๕ คะแนน)		- มีการประสานงานกับสมาชิก บริหารงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้
๔.๒ ความเข้มแข็งของสมาชิก	๑๐	(๐ คะแนน)	(๕ คะแนน)	(๑๐ คะแนน)		- ความร่วมมือของสมาชิกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดเกษตรกร อาทิ การเข้าร่วมประชุมประจำเดือน การร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร
๔.๓ กิจกรรม CSR /Zero West/ เศรษฐกิจสีเขียว	๑๐	(๐ คะแนน)	(๕ คะแนน)	(๑๐ คะแนน)		- รายละเอียดและรูปแบบการดำเนินกิจกรรมช่วยเหลือสังคม - การใช้วัสดุธรรมชาติแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก - การนำเศษพืช เศษอาหารมาทำปุ๋ยหมัก - ส่งเสริมการใช้ถุงผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติก - การคัดแยกขยะ ลดปัญหามลภาวะจากขยะ
รวมคะแนน	๑๐๐					เกรด =

หมายเหตุ : วิธีการให้คะแนนการตรวจประเมินการจัดชั้นตลาดเกษตรกร กำหนดการให้คะแนน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ : ด้านการบริหารจัดการ

ข้อ ๑.๔ กรณีให้คะแนนการประเมินเกษตรกรในการปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม

- ๑๐ คะแนน

สำหรับ

จำนวนเกษตรกรที่ปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมจำนวน ๘๐ เปอร์เซนต์
- ๕ คะแนน

สำหรับ

จำนวนเกษตรกรที่ปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมจำนวน ๕๐ เปอร์เซนต์
- ๐ คะแนน

สำหรับ

ยังไม่ได้ดำเนินการ

ส่วนที่ ๒ : ด้านสินค้า

ข้อ ๒.๑ กรณีให้คะแนนการประเมินเกษตรกรที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร

- | | | |
|----------|--------|---|
| ๑๐ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๘๐ เปอร์เซนต์ขึ้นไป ได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร |
| ๕ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๕๐ เปอร์เซนต์ ได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร |
| ๐ คะแนน | สำหรับ | ยังไม่ได้ดำเนินการ |

ข้อ ๒.๒ กรณีให้คะแนนการประเมินรูปแบบการจัดวางสินค้าและความหลากหลายของสินค้า

- | | | |
|----------|--------|---|
| ๑๐ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๘๐ มีการติดป้ายราคาสินค้า จัดวางสินค้าเป็นระเบียบและสวยงาม และแบ่งโซนสินค้าอย่างชัดเจน |
| ๕ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๕๐ มีการติดป้ายราคาสินค้า จัดวางสินค้าเป็นระเบียบและสวยงาม และแบ่งโซนสินค้าอย่างชัดเจน |
| ๐ คะแนน | สำหรับ | ยังไม่ได้ดำเนินการ |

ข้อ ๒.๓ กรณีให้คะแนนการใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในการรับชำระเงินให้แก่ลูกค้า

- | | | |
|---------|--------|--|
| ๕ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๘๐ ให้บริการรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ |
| ๔ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๗๐ ให้บริการรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ |
| ๓ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๕๐ ให้บริการรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ |
| ๒ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๓๐ ให้บริการรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ |
| ๑ คะแนน | สำหรับ | จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๑๐ ให้บริการรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ |
| ๐ คะแนน | สำหรับ | ยังไม่ได้ดำเนินการ |

ส่วนที่ ๓ : ผลการดำเนินงาน

ข้อ ๓.๑ – ๓.๔ กรณีให้คะแนนผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานโครงการ

๕ คะแนน	สำหรับ	ดำเนินการเสร็จสิ้นเรียบร้อย ครบถ้วนสมบูรณ์
๔ คะแนน	สำหรับ	ดำเนินการเสร็จเรียบร้อย แต่ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์
๓ คะแนน	สำหรับ	อยู่ระหว่างดำเนินการและใกล้เสร็จเรียบร้อยแล้ว
๒ คะแนน	สำหรับ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
๑ คะแนน	สำหรับ	เพิ่งเริ่มดำเนินการ
๐ คะแนน	สำหรับ	ยังไม่ได้ดำเนินการ

ข้อ ๓.๕ กรณีให้คะแนนการประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกร

๕ คะแนน	สำหรับ	มีเพจ Facebook, TikTok ตลาดเกษตรกร และประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๐ ครั้งขึ้นไป/เดือน
๔ คะแนน	สำหรับ	มีเพจ Facebook ตลาดเกษตรกร และประชาสัมพันธ์ จำนวน ๙ ครั้ง/เดือน
๓ คะแนน	สำหรับ	มีเพจ Facebook ตลาดเกษตรกร และประชาสัมพันธ์ จำนวน ๗ ครั้ง/เดือน
๒ คะแนน	สำหรับ	มีเพจ Facebook ตลาดเกษตรกร และประชาสัมพันธ์ จำนวน ๕ ครั้ง/เดือน
๑ คะแนน	สำหรับ	มีเพจ Facebook ตลาดเกษตรกร และประชาสัมพันธ์ จำนวน ๓ ครั้ง/เดือน
๐ คะแนน	สำหรับ	ยังไม่ได้ดำเนินการ

ส่วนที่ ๔ : ความยั่งยืนของตลาดเกษตรกร

ข้อ ๔.๒ ความเข้มแข็งของสมาชิก

๑๐ คะแนน	สำหรับ	เกษตรกรร้อยละ ๘๐ ที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมของตลาดเกษตรกร
๕ คะแนน	สำหรับ	เกษตรกรร้อยละ ๗๐ ที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมของตลาดเกษตรกร
๐ คะแนน	สำหรับ	เกษตรกรร้อยละ ๕๐ ที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมของตลาดเกษตรกร

ข้อ ๔.๓ กิจกรรม CSR /Zero West/เศรษฐกิจสีเขียว

๑๐ คะแนน	สำหรับ	จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๘๐ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
๕ คะแนน	สำหรับ	จำนวนร้านค้าของเกษตรกรร้อยละ ๕๐ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
๐ คะแนน	สำหรับ	ยังไม่ได้ดำเนินการ

แนวทางการพัฒนา/ปรับปรุงการดำเนินงาน

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา (ระบุ)
ส่วนที่ ๑ การบริหารจัดการ	
๑.๑ การแต่งตั้งคณะกรรมการตลาดเกษตรกร	
๑.๒ การกำหนดกฎระเบียบของตลาดเกษตรกร	
๑.๓ การจัดทำแผนพัฒนาตลาดเกษตรกร	
๑.๔ การปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม	
ส่วนที่ ๒ ด้านสินค้า	
๒.๑ คุณภาพและมาตรฐานสินค้า	
๒.๒ รูปแบบการจัดวางสินค้าและความหลากหลายของสินค้า	
๒.๓ การใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในการรับชำระเงินให้แก่ลูกค้า	
ส่วนที่ ๓ ผลการดำเนินงาน	
๓.๑ กิจกรรมพัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรฯ	
๓.๒ กิจกรรมพัฒนาตลาดเกษตรกร/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร	
๓.๓ การขยายเครือข่ายตลาดเกษตรกรในพื้นที่	
๓.๔ การรายงานผลการดำเนินการจัดตลาดเกษตรกร	
๓.๕ การประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรและสินค้าของเกษตรกรผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ	
ส่วนที่ ๔ ความยั่งยืนของกลุ่ม	
๔.๑ ความสามารถและความพร้อมของคณะกรรมการในการบริหารงาน	
๔.๒ ความเข้มแข็งของสมาชิก	
๔.๓ กิจกรรม CSR /Zero West/ เศรษฐกิจสีเขียว	

คำนิยาม

๑. **การปฏิบัติตามหลักสุขภาพาส่งแวดล้อมของกระทรวงสาธารณสุข** หมายถึง มีการจัดโซนร้านค้าอย่างชัดเจน เช่น โซนผัก โซนผลไม้ โซนอาหารแปรรูป โซนอาหารสด เป็นต้น รวมถึงการแต่งกายของเกษตรกรควรแต่งกายด้วยชุดสุภาพ สะอาดเรียบร้อย ใส่ถุงมือหรือหมวกคลุมผม สวมผ้ากันเปื้อน และรักษาความสะอาดของร่างกายโดยเฉพาะส่วนที่สัมผัสกับอาหาร เช่น มือและเล็บมือให้สะอาดอยู่เสมอ เกษตรกรที่เป็นร้านอาหารปรุงสุกต้องผ่านการอบรมความรู้ด้านสุขภาพอาหารจากสาธารณสุขจังหวัด อาหารปรุงสำเร็จมีการปกปิดป้องกันเชื้อโรค มีการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ
๒. **คุณภาพและมาตรฐานสินค้า** หมายถึง วัตถุประสงค์ที่นำมาจำหน่ายต้องสะอาดและปลอดภัย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐาน ได้ใบรับรองมาตรฐานสินค้า เช่น GAP อินทรีย์ มพช. และอย. เป็นต้น การรักษาความสะอาดของสินค้า เช่น มีผ้าคลุมอาหารเพื่อป้องกันแมลงวัน, ภาชนะที่ใช้วางสินค้ามีความสะอาดและปลอดภัย เป็นต้น มีการดำเนินการตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักผลไม้อย่างสม่ำเสมอ และจัดทำรายงานผลการตรวจวิเคราะห์ให้ผู้บริโภคเห็นอย่างชัดเจน
๓. **ความเข้มแข็งของสมาชิก** หมายถึง การมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจเรื่องการค้ากำหนดกฎระเบียบ การวางแผนดำเนินงานและกิจกรรมภายในตลาดเกษตรกร ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ตลาดเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เช่น การเข้าร่วมประชุมสมาชิกประจำเดือน การนำสินค้ามาจำหน่ายในตลาดเกษตรกร มีการระดมทุนของสมาชิกและกองทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม สมาชิกมีเงินออม/ลดหนี้สินได้ และช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรให้ผู้บริโภคได้รับรู้อย่างแพร่หลาย เป็นต้น
๔. **กิจกรรม CSR /Zero West/เศรษฐกิจสีเขียว** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เช่น การบำเพ็ญประโยชน์ในวันสำคัญต่าง ๆ /ส่งเสริมการใช้วัสดุธรรมชาติแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก/ การนำเศษพืช เศษอาหารมาทำปุ๋ยหมัก /วิธีการกำจัดของเสียจากตลาด เป็นต้น
๕. **แนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ใน ๓ ด้าน** หมายถึง ดำเนินการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เกิดรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาดของเกษตรกร สามารถจำหน่ายสินค้าได้ทั้งตลาด Offline และ Online มีการเชื่อมโยงสินค้าจากเครือข่ายตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานจากแหล่งต่าง ๆ ส่งเสริมการนำสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นมาประชาสัมพันธ์และวางจำหน่ายในตลาดเกษตรกร ตลอดจนการดำเนินการตามมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรฐานความปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ใน ๓ ด้าน เช่น
 - ๕.๑. สถานที่ : จัดให้มีอัตลักษณ์บนโครงสร้าง/เต็นท์ พื้นที่จำหน่าย โต๊ะวางสินค้า หรือ ภาชนะตามพื้นถิ่น แสดงถึงสถาปัตยกรรมที่บ่งบอกถึงค่านิยม เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของพื้นที่/จังหวัดนั้น ๆ เช่น ตลาดภาคเหนือมีสถาปัตยกรรมแบบเรือนกาแล ภาคใต้มีสถาปัตยกรรมเรือนปั้นหยา ภาคอีสานมีสถาปัตยกรรม เือนแฝดหรือเอือนเกย ภาคกลางมีสถาปัตยกรรมเรือนไทย แสดงชื่อและกำกับด้วยภาษาถิ่นเพิ่มเติม โดยยังคงสัญลักษณ์ตลาดเกษตรกรและสโลแกนของเดิมไว้ เช่น ภาค-เกษตรกร-ลำปางตลาดเกษตรกรนทบุรี เป็นต้น

๕.๒ ผู้จำหน่าย (เกษตรกร) : มีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตามวัฒนธรรม เช่น ชุดผ้าไทย แต่ละภาค ชุดพื้นเมือง อาจนัดกันใส่ตามช่วงเวลา เช่น ทุกวันที่ ๑ และ ๑๖ ของเดือน และจัดให้มี ผ้ากันเปื้อนที่มีสกรีนลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่/จังหวัดนั้นๆ

๕.๓ สินค้า : แบ่งโซนจำหน่ายสินค้าให้ชัดเจน เพิ่มโซนจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์ตามพื้นถิ่น สินค้าฤดูกาล เพื่อรวมสินค้าประจำจังหวัดหรือพื้นที่นั้น ๆ ไว้ หรือทำสัญลักษณ์ของตลาดเกษตรกร ติดที่ผลิตภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุ เมื่อประชาชนสัมพันธ์ออกไปให้รู้ว่า สามารถหาซื้อสินค้าเหล่านี้ได้จาก ตลาดเกษตรกรจังหวัดนั้น ๆ

แบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงานตลาดเกษตรกร จังหวัด.....
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๑. ข้อมูลทั่วไป

- ๑.๑ วันที่เปิดจำหน่ายครั้งแรก :
- ๑.๒ วันและเวลาในการเปิดจำหน่าย :
- ๑.๓ สถานที่ตั้งตลาดเกษตรกร :
- ๑.๔ ประเภทของสถานที่ตั้ง : ☐ ราชการ
☐ รัฐวิสาหกิจ
☐ เอกชน
- ๑.๕ แผนที่ตลาดเกษตรกร (รูปถ่ายสถานที่ตั้ง)
- ๑.๖ จำนวนเกษตรกรผู้ค้า : ทั้งหมด.....ราย
- ๑) มาจำหน่ายประจำ..... ราย
- ๑.๑) เกษตรกรรายเดียว.....ราย
- ๑.๒) Young Smart Farmer.....ราย
- ๑.๓) กลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน.....ราย
- ๒) มาจำหน่ายไม่ประจำ..... ราย
- ๑.๑) เกษตรกรรายเดียว.....ราย
- ๑.๒) Young Smart Farmer.....ราย
- ๑.๓) กลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน.....ราย
- ๑.๗ ประเภทสินค้า
- ๑) ข้าวและธัญพืช ร้อยละ.....
- ๒) ผัก ร้อยละ.....
- ๓) ผลไม้ ร้อยละ.....
- ๔) ไม้ดอกไม้ประดับ ร้อยละ.....
- ๕) อาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม ร้อยละ.....
- ๖) สมุนไพรและเครื่องสำอาง ร้อยละ.....
- ๗) ผ้าและเครื่องแต่งกาย ร้อยละ.....
- ๘) หัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์ ร้อยละ.....
- ๙) อื่น ๆ ร้อยละ.....
- ๑.๘ มาตรฐานสินค้า
- ๑) ได้รับการรับรองแล้ว ร้อยละ.....
- ๒) ยังไม่มีการรับรอง (อยู่ในระหว่างดำเนินการ) ร้อยละ.....
- ๓) ยังไม่มีการรับรอง (ยังไม่มีแผนดำเนินการ) ร้อยละ.....

๑.๙ การจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์

- ๑) ขายออนไลน์ จำนวน.....ราย
๒) ไม่ขายออนไลน์ จำนวน.....ราย

๒. การบริหารจัดการตลาดเกษตรกร

๒.๑ โครงสร้างคณะกรรมการ

- ๑) รายชื่อคณะกรรมการ
๒) บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

๒.๒ ระเบียบตลาดเกษตรกร

๒.๓ จำนวนสมาชิก.....ราย จำนวนร้านค้า.....ร้านค้า

ข้อมูลสมาชิก

- ๑) ชื่อ - นามสกุล
๒) ชื่อกลุ่ม/ร้านค้า
๓) ที่อยู่
๔) เบอร์โทรศัพท์
๕) ประเภทสินค้า (รายละเอียดสินค้า/มาตรฐาน/ช่องทางการจำหน่าย เช่น ห้างสรรพสินค้า, Shopee, ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ฯ)

๒.๔ สินค้าเด่นประจำตลาดเกษตรกร (ชื่อร้านค้า/รายละเอียดสินค้า/การใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมในการผลิต/ รูปแบบบรรจุภัณฑ์, Story สินค้า)

๓. ผลการดำเนินงาน (สรุปผลขั้นตอนและวิธีการจัดอบรม/ผลการจัดอบรม/ภาพถ่ายประกอบ)

๓.๑ กิจกรรมพัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรฯ

- ๑) จัดเวที
๒) จัดอบรม
๓) ศึกษาดูงาน
๔) การจัดทำแบบประเมินความรู้ก่อน - หลัง การอบรม

๓.๒ กิจกรรมพัฒนาตลาดเกษตรกร/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร

๓.๓ การขยายเครือข่ายตลาดเกษตรกรในพื้นที่ (ถ้ามี)

(จำนวนและสถานที่ตั้งของตลาดเครือข่าย)

๓.๔ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร (สรุปผลยอดจำหน่ายสินค้าของตลาดเกษตรกรในแต่ละเดือนและสินค้าประเภทใดมียอดจำหน่ายมากที่สุด ๓ อันดับแรก)

๓.๕ การดำเนินงานตลาดเกษตรกรในรูปแบบ CSR/ Zero West/เศรษฐกิจสีเขียว

๓.๖ ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ

๔. แนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร

๔.๑ วิเคราะห์ตลาดเกษตรกรโดยใช้เทคนิค SWOT Analysis และ TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
	SO (ยุทธศาสตร์เชิงรุก)	WO (ยุทธศาสตร์เชิงพัฒนา)
	ST (ยุทธศาสตร์เชิงรับ)	WT (ยุทธศาสตร์เชิงถอย)

๔.๒ จัดทำข้อมูล Bussiness Model Canvas ตลาดเกษตรกร

๘. Key Partner พันธมิตรหรือเครือข่ายธุรกิจ	๗. Key Activities กิจกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดสินค้า	๒. Value Propositions คุณค่า,คุณประโยชน์ที่มอบให้กับลูกค้า	๔. Customer Relationships การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	๑. Customer Segments ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
	๖. Key Resources ทรัพยากรสำคัญ		๓. Channels ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า	
๙. Cost Structure ต้นทุนทั้งหมดที่ก่อให้เกิดสินค้า			๕. Revenue Streams แหล่งที่มาของรายได้	

๔.๓ แนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร

๔.๔ แผนการพัฒนาตลาดเกษตรกร

๑) แผนระยะสั้น

๒) แผนระยะยาว

๕. ความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาตลาดเกษตรกร

๖. ปัญหา – อุปสรรคในการดำเนินงาน

๗. วิธีแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

๘. ประเด็นท้าทายสู่ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดเกษตรกรในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙



วันที่ได้รับใบสมัคร...../...../.....
เวลา.....
เลขที่ใบสมัคร...../๒๕.....

ใบสมัครสมาชิกตลาดเกษตรกร
ตลาดเกษตรกรจังหวัดกรมส่งเสริมการเกษตร

๑. ข้อมูลผู้สมัคร

๑.๑ เกษตรกร ชื่อ(นาย / นาง / นางสาว).....นามสกุล.....

วัน/เดือน/ปี พ.ศ.เกิด...../...../.....บัตรประจำตัวประชาชนเลขที่

๑.๒ ประเภทเกษตรกร (โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับประเภทเกษตรกร)

- | | |
|---|---|
| ☐ เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียน ทบก. | ☐ SMART FARMER (SF) |
| ☐ กลุ่มส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ | ☐ YOUNG SMART FARMER (YSF) |
| ☐ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน | ☐ กลุ่มยุวเกษตรกร |
| ☐ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร | ☐ กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร |
| ☐ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร | ☐ กลุ่มเกษตรกร |
| ☐ กลุ่มเกษตรกรประมง | ☐ กลุ่มเกษตรกรปศุสัตว์ |
| ☐ อื่นๆ | |

๑.๓ กรณีเป็นกลุ่ม โปรดระบุชื่อกลุ่ม

๒. ที่อยู่ เลขที่.....หมู่ที่.....ซอย/ตรอก.....ถนน.....ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

เบอร์โทรศัพท์.....เบอร์มือถือ.....

ID Line.....E- Mail.....

๓. ระบุรายละเอียดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ที่เข้าร่วม (โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับประเภทสินค้า)

ประเภทสินค้า	ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ (รายละเอียดแนบ)	มาตรฐาน		ฤดูกาลผลิต/กำลังการผลิต ต่อเดือนหรือต่อปี	หมายเหตุ
		ได้รับ	อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ		
☐ ข้าวและธัญพืช					
☐ ผัก (สด)					
☐ ผลไม้ (สด)					
☐ ไม้ดอกไม้ประดับ (สด)					
☐ อาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม					
☐ สมุนไพรและเครื่องสำอาง					
☐ ผ้าและเครื่องแต่งกาย					
☐ หัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์					
☐ ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์/เนื้อสัตว์					
☐ ผลิตภัณฑ์ประมง/สัตว์น้ำ					
☐ อาหารปรุงสุก					
☐ อื่นๆ					

๔. ช่องทางการจำหน่ายประจำ (โปรดระบุ)

☐ ☐

๕. ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ประเภทต่าง ๆ (ถ้ามี) โปรดระบุที่อยู่ใน platform ให้ถูกต้อง

☐ Line ☐ Line@

☐ Instagram ☐ Facebook

☐ Thailandpostmart.com

☐ E-commerce ต่าง ๆ (ตย. เช่น LAZADA, Shopee ฯลฯ)

☐ อื่น ๆ

๖. เชื่อมโยงใน www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.COM

เชื่อมโยง ☐

ไม่เชื่อมโยง ☐

๗. รายละเอียด STORY สินค้า/ผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี) พร้อมไฟล์ภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ ภาพถ่ายเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า แปลงผลผลิต การเกษตร ขนาดไม่เกิน ๔ Mb จำนวน ๑๐ รูป พร้อมพิกัด GPS แปลง (แนบมาพร้อมใบสมัคร)

คุณสมบัติเกษตรกร

๑. ต้องเป็นเกษตรกรรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น เกษตรกรรายย่อยที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้ ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร (ทบก.) Smart Farmer (SF), Young Smart Farmer (YSF), กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มยุวเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรแปลงใหญ่, สมาชิกขององค์กรเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และองค์กรเกษตรกรอื่น ๆ ภายใต้การส่งเสริมของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยให้แนบหลักฐาน เช่น ทะเบียนเกษตรกร หนังสือรับรองการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน หรือหนังสือรับรองการจัดตั้งกลุ่ม

๒. เป็นเกษตรกรไม่ใช่พ่อค้าคนกลาง

คุณสมบัติของสินค้า

๑. สินค้าที่จำหน่ายต้องเป็นสินค้าเกษตร, สินค้าแปรรูปด้านการเกษตร, สมุนไพรและเครื่องสำอาง, ผ้าและเครื่องแต่งกาย, หัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร อาหารและเครื่องดื่ม เป็นสินค้าท้องถิ่น ที่มีคุณภาพเชื่อถือได้ มีการตรวจสอบความปลอดภัยของสินค้าในเบื้องต้นแล้ว

๒. เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น Good Agricultural Practice (GAP), มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ Participatory Guarantee System (PGS), Good Manufacturing Practice (GMP), Primary GMP, Hazard Analysis Critical control Point (HACCP), ออ., มาตรฐานอาหารฮาลาล มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นต้น สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยให้แนบหลักฐานที่เกี่ยวข้อง

๓. หากสินค้ายังไม่ได้ได้รับการรับรองมาตรฐานใดๆ เกษตรกรต้องเร่งดำเนินการในการขอการรับรองมาตรฐานต่างๆ ในระยะเวลา ๑๒ เดือน ถ้าได้ดำเนินการแล้วแต่ยังไม่ได้รับใบแสดงผลการรับรองมาตรฐาน ให้แนบหลักฐานการดำเนินการ และหากพ้นระยะเวลา ๑๒ เดือน จะต้องให้คณะกรรมการระดับจังหวัดเป็นผู้พิจารณา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าข้อความดังกล่าวเป็นความจริง และยอมรับในหลักเกณฑ์ของตลาดเกษตรกร ณ ตลาด ภายใต้ การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร กำหนดทุกประการ

ข้าพเจ้ายินยอมให้ กรมส่งเสริมการเกษตร เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลในข้างต้น สำหรับวัตถุประสงค์ในการสมัครสมาชิกตลาดเกษตรกร ทั้งนี้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ หรือกฎหมาย/ระเบียบข้อบังคับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงยินยอมให้ตรวจสอบความถูกต้องในรายละเอียดใบสมัคร

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)

วันที่/...../.....

ขอรับรองว่า..... เป็นเกษตรกร/สมาชิกองค์กรเกษตรกร มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์

ลงชื่อ.....ผู้รับรอง

(.....)

ตำแหน่ง.....

วันที่/...../.....

ประเภทสินค้า	ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์	มาตรฐาน		ฤดูกาลผลิต/กำลังการผลิต ต่อเดือนหรือต่อปี	หมายเหตุ
		ได้รับ	อยู่ระหว่างดำเนินการ		

หมายเหตุ : สินค้าเกษตรใดที่ได้รับมาตรฐานโปรดแนบไฟล์รูปถ่ายมาพร้อม