**โครงการพัฒนาระบบตลาดภายในสาหรับสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกร)**

**1. ความสอดคล้อง**

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

1.2 แผ่นแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การเกษตร

- แผนแม่บทย่อย การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

1.3 แผนปฏิรูประเทศ -

1.4 แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า

**2. หลักการและเหตุผล**

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีนโยบายดำเนินการ “การตลาดนำการผลิต” และ “เกษตร 4.0” สู่การเป็นเกษตรทันสมัยที่ผ่านกระบวนการทำเกษตรรูปแบบสมัยใหม่ มีการนำเทคโนโลยีและข้อมูลทันสมัย มาใช้ เพื่อทำการผลิตอย่างแม่นยำ ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต ให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐาน และตรวจสอบย้อนกลับได้ ตลอดจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ที่มีการเปลี่ยนแปลงสู่ยุค Internet Of Things ที่เทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยน เป็นสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้  
ภาคการเกษตรต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะในเรื่องตลาดสินค้าเกษตร มี “ตลาดเกษตรกร”เป็นโครงการสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ดำเนินการต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรรวม 1,230 ล้านบาท (ตัดยอดสะสมกุมภาพันธ์ 2564) และกลายเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกรในพื้นที่ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด โดยมีเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายเองผ่านตลาดเกษตรกร และมีผู้จัดการตลาดเกษตรกรเป็นที่ปรึกษาให้คาแนะนา ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อนในทุกมิติ สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตร และสหกรณ์ที่กำหนดให้ “ลดต้นทุนการผลิตทางการเกษตรและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน” นอกจากนี้ ยังมีตลาดศักยภาพอื่นๆ ทั้ง ตลาดModern Trade ตลาดในกลุ่ม HORECA ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร และตลาดออนไลน์ เป็นต้น

กรมส่งเสริมการเกษตรจึงมุ่งเน้นการสร้างให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตรที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจร เกษตรกรได้รับการพัฒนาทั้งความรู้และประสบการณ์จริง ในด้านการตลาด การบัญชี โลจิสติกส์สินค้าเกษตร สามารถวางแผนการผลิตให้ตรงตามความต้องการ ของตลาดอย่างแท้จริง ทั้งตลาด Offline ที่มีศักยภาพ เช่น ตลาดเกษตรกร, ตลาดModern Trade, ตลาดในกลุ่ม HORECA, ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร เป็นต้น ตลอดจนขยายช่องทางสู่ตลาด Online จำหน่ายผ่าน Platform ที่มีศักยภาพ เช่น Thailand Postmart, DGTFarm, Lazada, Shopee เป็นต้น ซึ่งในปี 2563 กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดทำเว็บไซต์ ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com เพื่อรวบรวม และประชาสัมพันธ์สินค้าที่จำหน่าย ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ สร้างมูลค่าได้สูงถึง 176 ล้านบาท (ตัดยอดสะสมมีนาคม 2564) และที่สำคัญ เป็นการเชื่อมโยงผลผลิตที่มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกิจกรรมแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่

องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer ซึ่งต้องมีการบูรณาการร่วมกันของภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ให้เกิดตลาดสินค้าเกษตรที่มีอัตลักษณ์ ขยายช่องทาง การจำหน่ายที่ครอบคลุม และยกระดับสู่ตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และผลิตภัณฑ์ รวมทั้งช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการตลาดให้เข้มแข็งและมั่นคง สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน

**3. วัตถุประสงค์**

3.1 เพื่อพัฒนาเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตรผู้รับผิดชอบโครงการและผู้เกี่ยวข้องให้มีศักยภาพ ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร และการจัดการโลจิสติกส์การเกษตร

3.2 เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร และการจัดการโลจิสติกส์การเกษตร

3.3 เพื่อพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เกิดอัตลักษณ์ เกิดสินค้านวัตกรรม และเป็นแหล่งจาหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกรในพื้นที่

3.4 เพื่อพัฒนาสินค้าเกษตรขยายสู่ช่องทางการจาหน่ายในตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ(Offline&Online) เช่น ตลาดModern Trade, ตลาดในกลุ่ม HORECA, ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร, ตลาดออนไลน์ เป็นต้น

3.5 เพื่อจัดการฐานข้อมูลตลาดเกษตรกรทางแอปพลิเคชั่น DOAE Market

3.6 เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร สินค้าที่จาหน่ายในตลาดออนไลน์ และ เว็บไซต์ ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ให้เป็นที่รู้จักและกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคในวงกว้างขึ้น

3.7 เพื่อสร้างเครือข่ายด้านการตลาด ด้วยการเชื่อมโยงผลผลิตคุณภาพของเกษตรกรที่ได้รับ การส่งเสริมการเกษตรรูปแบบแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่ องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer สู่ตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร และขยายสู่ตลาดในระดับสูงขึ้น เช่น ตลาดModern Trade ตลาดในกลุ่ม HORECA จุดจาหน่ายในพื้นที่ ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร ตลาดออนไลน์ หรือเชื่อมโยงตลาดอื่นๆ

**4. เป้าหมายการดาเนินโครงการ**

4.1 เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตร 77 จังหวัด และเจ้าหน้าที่สานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 – 6

4.2 เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร (เกษตรที่สูง) ศูนย์ส่งเสริมเทคโนโลยีการเกษตรด้านแมลงเศรษฐกิจ และศูนย์ส่งเสริมเยาวชนเกษตรอาเซียน รวม 29 ศูนย์

**5. สถานที่ดำเนินการ**

ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตร

**6. กิจกรรม และวิธีการดำเนินงาน**

**6.1 กิจกรรมพัฒนาความรู้และศักยภาพในการจัดการธุรกิจเกษตรและโลจิสติกส์**

**6.1.1 พัฒนาความรู้และศักยภาพเจ้าหน้าที่** ผู้รับผิดชอบการดำเนินงานตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรในระดับจังหวัด เจ้าหน้าที่สานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1-6 และเจ้าหน้าที่ศูนย์ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง 29 ศูนย์ เพื่อให้มีความสามารถในการจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจร โดยส่วนกลางชี้แจงทาความเข้าใจเป้าหมายของโครงการแก่เจ้าหน้าที่ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเตรียมความพร้อมในการดาเนินงานตามโครงการ และจัดหลักสูตรพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่จานวน 2 หลักสูตร โดยใช้เทคนิค วิธีการ ในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และศักยภาพในการจัดการธุรกิจเกษตรและ โลจิสติกส์ โดยปรับรูปแบบตามสถานการณ์ตามความเหมาะสม ดังนี้

1) หลักสูตรที่ 1 พัฒนาผู้จัดการตลาดสู่การสร้างเกษตรกรผู้ประกอบการ และบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจรสู่การเชื่อมโยงตลาดหลายมิติ ให้แก่เจ้าหน้าที่จังหวัด 77 จังหวัด เจ้าหน้าที่สานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1-6 และเจ้าหน้าที่ศูนย์ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง 29 ศูนย์ เพื่อการสร้างโมเดล ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจรให้แก่เกษตรกร เป้าหมายเพื่อยกระดับตลาดเกษตรกรที่มีอัตลักษณ์ให้เป็นแหล่งจำหน่ายหลักในพื้นที่ พัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ มาตรฐาน สร้างสินค้านวัตกรรม ยกระดับเป็นสินค้าเกษตร  
พรีเมี่ยม และสร้างเกษตรกรผู้ประกอบการให้สามารถบริหารจัดการสินค้าเกษตรในพื้นที่พร้อมขยายช่องทางสู่ตลาดที่มีศักยภาพ ทั้งตลาด Modern Trade ตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ ตลาดออนไลน์ และตลาดสินค้าเกษตรอื่นๆ พร้อมสร้างเครือข่ายในการรองรับสินค้าเกษตรจากการส่งเสริมการเกษตร ในรูปแบบแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่ องค์กรเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และSmart Farmer

2) หลักสูตรที่ 2 พัฒนาผู้จัดการตลาดในการบริหารจัดการโลจิสติกส์การเกษตรสู่การเชื่อมโยงตลาดหลายมิติ ให้แก่เจ้าหน้าที่จังหวัด 77 จังหวัด เจ้าหน้าที่สานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1-6 และเจ้าหน้าที่ศูนย์ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง 29 ศูนย์ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรตั้งแต่ต้นน้าถึงปลายน้า รวมถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรทั้งกระบวนการ เชื่อมโยงสู่ช่องทางตลาดทุกมิติ สามารถผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาดได้ทั้งคุณภาพและปริมาณ ตลอดจนการเจรจาด้านธุรกิจกับผู้ประกอบการต่างๆ พัฒนาเป็นตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรคุณภาพในพื้นที่ และการเข้าถึงผู้บริโภค ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เป็น Marketplace/Startup ผ่านทางเว็ปไซด์หรือแอปพลิเคชั่นบน Platform ที่สามารถเป็นฐานข้อมูลตลาดเกษตรกรออนไลน์ โดยร่วมบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ เช่น สานักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นต้น

กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะดำเนินการแบบ New Normal โดยเจ้าหน้าที่ดำเนินการถ่ายทอดความรู้แบบออนไลน์ ผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือโปรแกรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม ในกรณีกิจกรรมศึกษาดูงานให้ดำเนินการถ่ายทำบันทึกเป็นคลิปวีดีโอ YouTube หรือถ่ายทอดสดออนไลน์ เช่น Facebook Live /YouTube หรือระบบถ่ายทอดสัญญาณสดไลฟ์สตรีมมิ่ง (Live Streaming) ในพื้นที่ศึกษาดูงาน หากจาเป็นต้องจัดกิจกรรมร่วมกัน อาจแบ่งกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลงเป็นกลุ่มย่อย เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม

**6.1.2 พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย** โดยจังหวัดประสานงาน/บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจัดกระบวนการเรียนรู้ผ่านกระบวนการต่างๆ ด้านกระบวนการผลิต กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว การแปรรูป การขนส่ง การตลาด ฯลฯ โดยใช้เทคนิควิธีการ ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และศักยภาพ ของเกษตรกรและเครือข่ายตามประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยปรับรูปแบบตามสถานการณ์ตามความเหมาะสมใน 77 จังหวัด ดังนี้

1) จัดทาฐานข้อมูลตลาดเกษตรกร รายงานยอดจาหน่ายในแอปพลิเคชั่น/เว็บไซต์ DOAE Market /เว็บไซต์ ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com โดยนาฐานข้อมูลไปใช้วางแผนการผลิต การตลาด โลจิสติกส์ และบริหารจัดการตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรทั้ง Offline และOnlineในมิติต่างๆ พร้อมจัดทารายงานแผน-ผลการวางแผนการผลิตและการตลาดของตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร โดยเฉพาะศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลาดเกษตรกร (ตลาดถาวร) 7 จังหวัด เพื่อให้สมาชิกทุกรายสามารถดาเนินงานได้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และความต้องการของตลาดมีสินค้าคุณภาพสามารถนามาจาหน่ายในตลาด ได้อย่างต่อเนื่อง

2) จัดกระบวนการเรียนรู้ โดยจัดเวทีวิเคราะห์/ประเมินสถานการณ์ พื้นที่ สินค้า เกษตรกร ผู้จาหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร ผู้บริโภค ฯลฯ 1 ครั้ง เพื่อให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา อุปสรรค สถานการณ์การแข่งขันว่าเป็นเช่นไร และต้องแก้ไขปรับปรุงในจุดใด ทบทวนบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารจัดการตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรของจังหวัด พร้อมทั้งร่วมกันกำหนดแนวทางแก้ไขปรับปรุง และแผนวางกลยุทธ์อย่างมีทิศทาง กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดาเนินการแบบ New Normal ให้เจ้าหน้าที่ดาเนินการถ่ายทอดความรู้แบบออนไลน์ ผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือโปรแกรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม หากจาเป็นต้องจัดกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร ควรแบ่งกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลง เป็นกลุ่มย่อย เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม

3) จัดอบรมและศึกษาดูงานแก่เกษตรกรผู้จาหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร (Offline และOnline) อย่างน้อย 2 หลักสูตร เช่น หลักสูตรการพัฒนาตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรในระดับที่สูงขึ้น การใช้นวัตกรรมในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดหรือพัฒนาสินค้าเพื่อจาหน่าย ในตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร การจาหน่ายสินค้าในตลาดออนไลน์ต่างๆ รวมถึงต้องมีการถ่ายทอดความรู้การบริหารจัดการโลจิสติกส์สินค้าเกษตร เป็นต้น ทั้งนี้ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เกษตรกร

และสถานการณ์ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายการส่งเสริมการเกษตรรูปแบบแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่ องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรเพื่อสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าคุณภาพสู่ตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร ให้สามารถวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการจัดการด้านขนส่ง ลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน ครอบคลุมทุกกิจกรรมตั้งแต่กระบวนการผลิต เก็บเกี่ยว บรรจุภัณฑ์ และโลจิสติกส์ เพื่อให้ได้นวัตกรรมจากกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือสินค้าเกษตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์อย่างน้อย 1 ชนิด ที่สามารถยกระดับเป็นสินค้าเกษตรพรีเมี่ยมพร้อมขยายช่องทางสู่ตลาดที่มีศักยภาพ ทั้งตลาด Modern Trade ตลาดออนไลน์ และตลาดสินค้าเกษตรอื่นๆ ได้ กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดาเนินการแบบ New Normal ให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการถ่ายทอดความรู้แบบออนไลน์ ผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือโปรแกรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม หากจาเป็นต้องจัดกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร ควรแบ่งกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลง เป็นกลุ่มย่อย เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม ในกรณีกิจกรรมศึกษาดูงานให้ดาเนินการ ถ่ายทาบันทึกเป็นคลิปวีดีโอ YouTube หรือถ่ายทอดสดออนไลน์ เช่น Facebook Live /YouTube หรือระบบถ่ายทอดสัญญาณสดไลฟสตรีมมิ่ง (Live Streaming) ในพื้นที่ศึกษาดูงาน และเผยแพร่ให้ความรู้แก่เกษตรกรผ่านระบบอนไลน์

**6.2 กิจกรรมพัฒนาตลาดเกษตรกร**

จังหวัดที่มีศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร) 7 แห่ง ได้แก่ จังหวัดราชบุรีกระบี่ ลาปาง พิจิตร ชัยภูมิ เชียงราย และจังหวัดกาญจนบุรี ที่ได้พัฒนาตลาดเกษตรกร ให้เป็นแหล่งจาหน่ายสินค้าได้อย่างถาวร ตลอดจนเป็นแหล่งค้าขาย จุดรวบรวมสินค้าเกษตรตามฤดูกาลต่างๆ หรือแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลให้เกิดศักยภาพด้านเศรษฐกิจที่ดี มีการเชื่อมโยงสินค้าจากเครือข่ายตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานจากแหล่งต่างๆ มาวางจาหน่ายโดยเกษตรกรในพื้นที่เอง อีกทั้งเป็นการเพิ่มทักษะด้านการตลาด พัฒนารูปแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม เป็นการบริหารจัดการสินค้าเกษตรให้เกิดรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สร้างอัตลักษณ์ให้กับตลาดเกษตรกร เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและโอกาสทางการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น ใช้งบประมาณนี้ในการเตรียมพื้นที่ตลาดถาวร ให้มีการพัฒนา การจัดวางสินค้า การจัดทาเรื่องราวสินค้า (story) การบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรม หรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด หรือจัดหาเครื่องมือตรวจสอบสารเคมีตกค้างพร้อมน้ายาตรวจสอบ ในพืชผัก/ผลไม้/อาหาร เป็นต้น

**6.3 กิจกรรมพัฒนาระบบฐานข้อมูลตลาดเกษตรกร**

ส่วนกลาง สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร เว็บไซต์ ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และพัฒนาโปรแกรม การบันทึกข้อมูลตลาดเกษตรกร ประมวลผลและรายงาน

**6.4 กิจกรรมสร้างและส่งเสริมเครือข่ายสู่ตลาดศักยภาพ**

ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรทุกระดับ โดยสานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1-6 จัดกิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายสู่ตลาดศักยภาพ โดยเชื่อมโยงเครือข่ายเจ้าหน้าที่และเกษตรกรระดับจังหวัดกับจังหวัดในพื้นที่รับผิดชอบในรูปแบบออนไลน์ จังหวัดละไม่น้อยกว่า 5 ราย เจ้าหน้าที่ระดับจังหวัดดาเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายสู่ตลาดศักยภาพร่วมกับสานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ตามกำหนดการในรูปแบบออนไลน์ ผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือโปรแกรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม (กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดาเนินการแบบ New Normal ควรแบ่งกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลง เป็นกลุ่มย่อย เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม) ผ่านกิจกรรมเจรจาธุรกิจเพื่อให้เกิดเครือข่ายและสนับสนุนการจาหน่ายสินค้าคุณภาพสู่ตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ ทั้งนี้แต่ละจังหวัดอาจเชื่อมโยงเกษตรกรในเครือข่ายการส่งเสริมการเกษตรที่แตกต่างกันตามชนิดพืชและศักยภาพที่แตกต่างกัน และส่งเสริมให้คัดเลือกสินค้าเกษตรที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้าคุณภาพในระดับพรีเมี่ยม เพื่อนาสินค้าคุณภาพเชื่อมโยงจาหน่ายในตลาดสินค้าเกษตร ตลาดเกษตรกรเครือข่าย ตลาดออนไลน์หรือตลาดศักยภาพอื่นตามความเหมาะสม อีกทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เพื่อกำหนดแนวทางการดาเนินงานสู่ความเข้มแข็งมั่นคงและยั่งยืนร่วมกัน

**6.5 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตร**

1) มหกรรมตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรระดับจังหวัด โดยศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร) 7 แห่ง ได้แก่ จังหวัดเชียงราย ลาปาง พิจิตร ชัยภูมิ ราชบุรี กาญจนบุรี และจังหวัดกระบี่ จัดงานมหกรรมตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรเพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรให้เป็นที่รู้จักในพื้นที่ มีการจัดงานมหกรรมที่เชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงมาจัดงาน เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภค ขยายฐานตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรไปสู่ระดับที่สูงขึ้น สร้างความยั่งยืนของตลาดจนเป็นแหล่งจาหน่ายสินค้าการเกษตรคุณภาพหลักในพื้นที่ รวมทั้งประชาสัมพันธ์สินค้าในตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ด้วย กรณีเกิดสถานการณ์ ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดาเนินการแบบ New Normal โดยพิจารณาดาเนินการผ่านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตามความเหมาะสม เช่น ถ่ายทอดสัญญาณสดไลฟสตรีมมิ่ง (Live Streaming) การถ่ายทอดสดออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook Live /YouTube /TikTok หรือรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กิจกรรมต่างๆ ของศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร) ให้สาธารณชนได้รับทราบ

2) มหกรรมตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกรระดับประเทศ โดยส่วนกลางพิจารณาสถานที่จัดในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดอื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกร สินค้าเกษตรทั้งในตลาดOffline และOnline หรือสินค้าในตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ให้เป็นที่รู้จักและกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคในวงที่กว้าง สร้างช่องทางการจาหน่ายของเกษตรกรและเกษตรกรเครือข่าย หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ช่องทางการจาหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงสินค้าด้านการเกษตรสู่ตลาดในระดับต่างๆ กิจกรรมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรสู่ตลาดตลาดในระดับต่างๆ เป็นต้น กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดาเนินการแบบ New Normal โดยพิจารณาดำเนินการผ่านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตามความเหมาะสม เช่น ถ่ายทอดสัญญาณสดไลฟสตรีมมิ่ง (Live Streaming) การถ่ายทอดสดออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook Live/YouTube/TikTok หรือรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม เพื่อเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กิจกรรมต่างๆ ของศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกรถาวร) และตลาดเกษตรกรให้สาธารณชนได้รับทราบ

**6.6 กิจกรรมประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตร**

ส่วนกลาง และสานักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1-6 ติดตามและจัดเก็บข้อมูลการดาเนินงานตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร โดยรวบรวมและจัดทาข้อมูลผลการดาเนินงานเพื่อนาเสนอข้อมูลผ่านทาง www.agriman.doae.go.th ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และแอปพลิเคชั่น/เว็บไซต์ DOAE Market

กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดาเนินการแบบ New Normal ให้เจ้าหน้าที่ดาเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือโปรแกรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| กิจกรรม/ขั้นตอน | แผนปฏิบัติงาน | | | | | | | | | | | |
| ปี 2564 | | | ปี 2565 | | | | | | | | |
| ต.ค. 64 | พ.ย. 64 | ธ.ค. 64 | ม.ค. 65 | ก.พ. 65 | มี.ค. 65 | เม.ย. 65 | พ.ค. 65 | มิ.ย. 65 | ก.ค. 65 | ส.ค. 65 | ก.ย. 65 |
| 1. พัฒนาความรู้และศักยภาพในการจัดการธุรกิจเกษตรและโลจิสติกส์ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1) จัดเวทีชุมชน |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2) หลักสูตรที่ 1 อบรม |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3) หลักสูตรที่ 2 อบรม |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. พัฒนาตลาดเกษตรกร |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - พัฒนาตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตร |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**7. ผลผลิต ผลลัพธ์**

1) ตลาดเกษตรกรใน จังหวัด ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ และสถานที่หลักในการจาหน่ายผลผลิตทางการเกษตร มีความเป็นอัตลักษณ์ เกิดสินค้านวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

2) ฐานข้อมูลจาก DOAE Market และเว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์ได้นามาวางแผน และบริหารจัดการตลาดเกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) เกิดการรับรู้เรื่อง “ตลาดเกษตรกร” และ “ตลาดเกษตรกรออนไลน์” ของผู้บริโภคในวงกว้าง

4) มีการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการตลาดและผลผลิตคุณภาพรองรับการเข้าสู่ช่องทางการจาหน่ายต่างๆ

ผลลัพธ์ (Outcome)

1) เกษตรกรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่ ส่งผลให้มูลค่าผลผลิตสูงขึ้น ตลอดจนผลิตสินค้ามีคุณภาพ ได้การรับรองมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

2) เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและเกิดความเข้มแข็ง มั่นคงและยั่งยืน

3) ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยในราคาที่สมเหตุสมผลในทุกช่องทาง

**8. ตัวชี้วัด**

**-เชิงปริมาณ**

1) มีตลาดเกษตรกรที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นแหล่งจาหน่ายผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรได้

2) เกษตรกรมีการจาหน่ายผลผลิตผ่านช่องทางออนไลน์อย่างน้อยจังหวัดละ 3 รายการ และมีการ

ปรับปรุงข้อมูลสินค้าในเว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ให้เป็นปัจจุบัน

3) มีรายงานแผน-ผลการวางแผนการผลิตและการตลาดของตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้า

4) มีการรายงานฐานข้อมูลตลาดเกษตรกรและรายงานยอดจาหน่ายในแอปพลิเคชั่น/เว็บไซต์

DOAE Market ให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่าเสมอ ทั้งหมด 77 จังหวัด

**-เชิงคุณภาพ**

1) มูลค่าการจาหน่ายในตลาดเกษตรกรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

2) มีการเชื่อมโยงตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ

3) เกิดนวัตกรรมจากกระบวนพัฒนาสินค้าเกษตร หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

4) มีความภาคภูมิใจในอาชีพการเกษตรและมีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น

**9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

เกษตรกรถูกพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการที่สามารถบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้าถึงปลายน้าที่ครอบคลุมด้านธุรกิจเกษตร สามารถผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งคุณภาพและปริมาณตามนโยบายตลาดนาการผลิต เพื่อความพร้อมสู่การจาหน่ายในทุกช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ (Offline & Online Market) ตลอดจนการมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาดในทุกจังหวัด เพื่อเป็นสถานที่หลักในการจาหน่ายสินค้าเกษตรในพื้นที่ โดยตลาดเกษตรกรต้องพัฒนาให้เกิดอัตลักษณ์ มีสินค้านวัตกรรม เชื่องโยงผลผลิตคุณภาพจากเครือข่ายต่างๆ เพื่อขยายช่องทางสู่การจาหน่ายในตลาดศักยภาพอื่น ๆ รวมทั้งมีฐานข้อมูลตลาดเกษตรกร และการสารวจสถานการณ์ด้านการตลาดเพื่อนามาวิเคราะห์ วางแผน พัฒนาตลาดเกษตรกร และตลาดเกษตรกรออนไลน์ให้มีรูปแบบการบริหารจัดการ การดาเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อเกษตรกร สินค้า และพื้นที่ นาไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างเข้มแข็งมั่นคงและยั่งยืน

10. หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการผลิต สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี

นายสักรินทร์ เทียนทอง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

โทร. 0-3248-8053, 08-9892-6326