

คู่มือโครงการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

โครงการตลาดเกษตรกร

กิจกรรมตลาดเกษตรกร

1. ความสอดคล้อง

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ

- ยุทธศาสตร์ชาติ : ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

1.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

- ประเด็นแผนแม่บท ประเด็นที่ 3 การเกษตร

- ประเด็นแผนย่อย การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

2. หลักการและเหตุผล

ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัย นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร เสริมสร้างความรู้และช่องทางการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างรายได้ สร้างอาชีพที่มั่นคง พัฒนาเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็ง ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในประเทศให้มีความอยู่ดีกินดี ตามวิสัยทัศน์ “เกษตรกรรมมั่นคง ภาคการเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน” และตามนโยบายของรัฐบาล “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” โดยรัฐบาลให้ความสำคัญกับมาตรการสนับสนุนที่จะช่วยส่งเสริมให้การสร้างมูลค่าในภาคเกษตรดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ส่งเสริมความรู้และผลักดันการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อเป็นองค์กรเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง สร้างสินค้าเกษตรมูลค่าสูง (High Value) ควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ทำเกษตรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Go Green) ด้วย BCG/Carbon Credit ส่งเสริมการตลาดให้แก่เกษตรกร ขยายตลาดเดิม เพิ่มตลาดใหม่ รวมถึงการใช้นวัตกรรมมาเป็นจุดขายสินค้าเกษตรผ่านแอปพลิเคชันทั้งออนไลน์และออฟไลน์

กรมส่งเสริมการเกษตรมุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตรที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจร มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานและปลอดภัย มีกระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้า เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าและลดการสูญเสียระหว่างการเก็บรักษาและขนส่ง ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษหรือวัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ และบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุผลผลิตให้นานขึ้น รวมถึงแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น สามารถปรับตัวและวางแผนการผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ และปลอดภัย โดยมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกร ในพื้นที่ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรได้มีการขับเคลื่อนและพัฒนาตลาดเกษตรกร เพื่อเป็นสถานที่ให้เกษตรกรได้มาเรียนรู้วิธีการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มความต้องการสินค้าของตลาด พัฒนาทักษะด้านการตลาดให้เป็นเกษตรกรยุคใหม่ สามารถผลิตได้ ขายเป็น บริหารจัดการเก่ง ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงช่องทางการตลาดและผู้บริโภค โดยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นนักจัดการตลาด เป็นที่ปรึกษาและร่วมออกแบบแนวทางการตลาดให้แก่เกษตรกร ให้คิดเป็นและวางแผนอย่างเป็นระบบ ตลอดจนสนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อนด้านการตลาดสินค้าเกษตรในทุกมิติ ปัจจุบันมีตลาดเกษตรกรทั่วประเทศจำนวนทั้งสิ้น 177 แห่ง มีเกษตรกรที่เป็นสมาชิกประมาณ 3,307 ราย มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้นกว่า 2,520 ล้านบาท (ข้อมูลจาก <http://farmermarket.go.th> ณ วันที่ 31 สิงหาคม

2568) รวมถึงการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าให้แก่เกษตรกร ดังนั้น กรมส่งเสริมการเกษตรจึงจัดทำเว็บไซต์ “www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com” ที่รวบรวมสินค้าเกษตร เพื่อเป็นสื่อกลางในการนำสินค้าเกษตรคุณภาพดี เกรดพรีเมียม ผิมีเกษตรกรตัวจริงจากทั่วประเทศ โดยการส่งเสริมเกษตรกรที่จำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร พัฒนาสินค้าให้สามารถจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ได้ ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันพบว่า มีเกษตรกรที่เป็นสมาชิก 2,206 ราย มีสินค้าจำนวน 2,901 รายการ มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น มากกว่า 1,806 ล้านบาท และมีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนกว่า 14 ล้านครั้ง (ข้อมูลจาก www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2568) นอกจากนี้ ได้สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงกระจายผลผลิตทางการเกษตรไปยังตลาดศักยภาพอื่น ๆ ทั้งตลาดในประเทศ อาทิ Modern Trade ตลาดในกลุ่ม HORECA ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร และแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์อื่น ๆ เช่น Thailand Postmart, DGT Farm, BAAC Farmers Market, All Online, Lazada, Shopee, Tiktok และตลาดส่งออก เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการขยายโอกาสและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการตลาดให้เข้มแข็ง เกษตรกรสามารถพึ่งพาตัวเองได้ เกิดการสร้างรายได้และอาชีพที่มั่นคง มีผลตอบแทนสู่ครอบครัวเกษตรกรได้อย่างพอเพียง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร สามารถปรับตัวให้เท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการแข่งขันที่สูงขึ้นของโลก เตรียมพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเติบโตสู่ตลาดอื่น ๆ รวมถึงตลาด E - Commerce มีความรู้ และทักษะการใช้เทคโนโลยี ยกระดับกระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น สร้างสินค้าเกษตรมูลค่าสูง (High Value) สามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online ตลอดจนพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ (Soft Power) กรมส่งเสริมการเกษตรจึงจัดทำ “โครงการตลาดเกษตรกร” ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกร และองค์กรเกษตรกรในพื้นที่ 77 จังหวัด ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจรได้อย่างมีประสิทธิภาพ วางแผนการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Go Green) และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ตลอดห่วงโซ่การผลิตจนถึงการเก็บเกี่ยว รวมถึงประชาสัมพันธ์สินค้าและข่าวสารกิจกรรมของตลาดเกษตรกรให้ผู้บริโภคได้รับรู้อย่างแพร่หลาย เพื่อให้ตลาดเกษตรกรเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรคุณภาพ รวมถึงมีความเข้มแข็ง และมั่นคง สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนสู่เกษตรกร เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สมดุล ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นิยามศัพท์เฉพาะ การบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร หมายถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้ด้านตลาดและการตลาดเพิ่มช่องทางการตลาด

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร มีความรู้และทักษะด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยี สามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในระบบ Offline และ Online

3.2 เพื่อพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นอัตลักษณ์ เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ มีสินค้าอัตลักษณ์ประจำถิ่น มีความหลากหลาย มีมาตรฐาน สามารถเชื่อมโยงกับตลาดที่หลากหลาย กระจายผลผลิตของเกษตรกรในพื้นที่ได้ สร้างการรับรู้ให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักอย่างแพร่หลาย

3.3 เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตคุณภาพของเกษตรกร บูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในการขยายตลาดเดิม เพิ่มตลาดใหม่

4. เป้าหมาย

4.1 เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร จังหวัดสระบุรี จำนวน 10 ราย

5. สถานที่ดำเนินการ

สำนักงานเกษตรจังหวัดสระบุรี

6. กิจกรรม และวิธีการดำเนินงาน (ให้สอดคล้องกับรายละเอียดงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 โครงการตามตัวชี้วัด) (แบบ คง.2)

6.1 กิจกรรมพัฒนาเกษตรกรเพื่อบริหารจัดการตลาดเกษตรกร Offline และ Online เพื่อยกระดับตลาดสินค้าเกษตร (จำนวน 10 ราย)

6.1.1 กิจกรรมย่อยที่ 1 : พัฒนาความรู้และศักยภาพเกษตรกรและเครือข่าย (ตลาดเกษตรกร)

โดยจังหวัดประสานงาน/บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจัดกระบวนการเรียนรู้ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกร เกษตรกรเครือข่าย และองค์กรเกษตรกรที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยเปิดโอกาสให้เกษตรกรที่สนใจต้องการพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร การออกแบบธุรกิจของตนเอง และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร เข้ามาเรียนรู้และพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ ด้วย ยกตัวอย่าง เช่น แนวโน้มการตลาด เทคนิคการขายและการสื่อสารกับลูกค้า การตั้งราคาสินค้า การเงินและภาษี การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึงกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพ กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดคุณภาพผลิต บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการแปรรูปสินค้า เพื่อให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด ผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และมีทักษะการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตรที่เหมาะสม เพิ่มช่องทางการตลาด สามารถเชื่อมโยงสินค้าสู่ตลาดที่หลากหลายได้ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมศึกษาดูงานเกษตรกรต้นแบบ องค์กรเกษตรกร ตลาดสินค้าเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ประสบผลสำเร็จ และให้เกษตรกรร่วมกันสรุป และถอดบทเรียนจากความสำเร็จของตลาดสินค้าเกษตรอื่น ๆ เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานตลาดเกษตรกร ยกกระดับตลาดเกษตรกรให้เป็นตลาดที่มีอัตลักษณ์ เป็น soft power ในพื้นที่ เป็นพื้นที่บริการเกษตรกรในการกระจายสินค้า ตลอดจนบริหารจัดการสินค้าเกษตรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

หลักสูตร : พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร โดยคัดเลือกประเด็นที่กลุ่มเกษตรกรให้ความสนใจ ประเด็นที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือเกิดประโยชน์กับการดำเนินการด้านตลาดของเกษตรกร ตาม Gain-pain point ยกตัวอย่าง เช่น เทคนิคการขาย การตั้งราคาสินค้า การเงินและภาษี การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งเสริมการขาย การสร้างแบรนด์ สร้าง story สินค้า สร้างคุณค่าเพื่อยกระดับราคาสินค้า เทคนิคการสร้างการรับรู้ กระตุ้นการบริโภค กระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพ ฯลฯ

วิธีการดำเนินงาน

1) จัดเก็บข้อมูลแบบสำรวจความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มาใช้บริการในตลาดเกษตรกร โดยกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ออกแบบสำรวจความพึงพอใจ ส่งให้จังหวัดดำเนินการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว เจ้าหน้าที่จังหวัดรวบรวมข้อมูลเก็บไว้ที่จังหวัด 1 ชุด และส่งกลับให้กรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 1 ชุด เจ้าหน้าที่จังหวัดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการจัดเวทีชุมชนสำหรับเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกรและตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2) จัดเวทีชุมชน โดยการจัดเวทีชุมชนประชุมสมาชิกตลาดเกษตรกรเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของเกษตรกร วิเคราะห์ข้อมูลและประเมินสถานการณ์การดำเนินงานตลาดเกษตรกรที่ผ่านมา รวมถึงองค์ความรู้และทักษะของเกษตรกร ค้นหาศักยภาพของตลาดเกษตรกร จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา และ

อุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อหาแนวทางปรับปรุง แก้ไข พัฒนาให้ดีขึ้น เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยเจ้าหน้าที่และเกษตรกรต้องมองเห็นเป้าหมายการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การดำเนินงานตลาดเกษตรกรบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การจัดอบรม / จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ / จัดกระบวนการเรียนรู้รูปแบบต่าง ๆ เจ้าหน้าที่นำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีชุมชนและผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคมาวิเคราะห์ และกำหนดหลักสูตรการอบรม/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับเกษตรกร ทั้งนี้ เกษตรกรเป้าหมายที่เข้ารับการอบรม/พัฒนาความรู้ไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกตลาดเกษตรกรทั้งหมด สามารถเป็นเกษตรกรรายอื่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกรได้ เช่น เกษตรกรที่เป็นสมาชิกตลาดเกษตรกรออนไลน์.com แปลงใหญ่ วิสาหกิจชุมชน SF YSF เป็นต้น เพื่อสร้างโอกาสให้เกษตรกรที่สนใจต้องการเรียนรู้ด้านการตลาดได้มีโอกาสเข้าถึงความรู้เรื่องการตลาดมากยิ่งขึ้น ในการจัดอบรมควรมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข สถาบันการศึกษา เป็นต้น

4) กิจกรรมศึกษาดูงาน เจ้าหน้าที่จังหวัดดำเนินการวางแผนนำพาเกษตรกรเดินทางไปศึกษาดูงานเกษตรกรต้นแบบ องค์กรเกษตรกร ตลาดสินค้าเกษตร ทั้งภาครัฐและ/หรือภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้เกษตรกรได้ศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวคิด และวิธีการทำงานจากผู้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้เกษตรกรเกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน ยกกระดับความรู้ด้านการปฏิบัติงาน เกิดการพัฒนาและต่อยอดวิธีการให้ดียิ่งขึ้น โดยเจ้าหน้าที่จังหวัดและเกษตรกรร่วมกันสรุปและถอดบทเรียนจากความสำเร็จจากกิจกรรมศึกษาดูงาน เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5) การประเมินผลและติดตามผล เจ้าหน้าที่ดำเนินการประเมินผลความรู้ และติดตามผล การถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกร โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 วิธี ได้แก่

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

(2) วิธีที่ 2 การติดตามประเมินผลหลังการจัดอบรม เป็นการประเมินผลหลังจากการถ่ายทอดความรู้สิ้นสุดลงแล้ว 3 เดือน โดยใช้วิธีการสังเกต สัมภาษณ์ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การวัดผลโดยใช้แบบทดสอบ ซึ่งอาจใช้เวทีประชุมประจำเดือนของสมาชิกตลาดเกษตรกรในการติดตามประเมินผลหลังการจัดถ่ายทอดความรู้ ประเมินพฤติกรรมของเกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติอย่างไรหลังการอบรมและศึกษาดูงาน ว่าได้นำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปปฏิบัติเพียงใด พัฒนาหรือต่อยอดให้ดีขึ้นกว่าเดิมหรือไม่อย่างไร เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดวางสินค้าให้สวยงาม คำนิยามถึงความปลอดภัยและมาตรฐานของสินค้า ใส่ใจความต้องการของผู้บริโภค มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดเกษตรกรมากขึ้น และขอให้นำเสนอผลการติดตามผลหลังการดำเนินงาน/อบรม ในเล่มรายงานให้ชัดเจน

(3) วิธีที่ 3 ประมวลผลการดำเนินงานตลาดเกษตรกร เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร เพื่อยกระดับการดำเนินงานตลาดเกษตรกรสู่การเป็นตลาดสินค้าเกษตรที่มีอัตลักษณ์จำนวน 1 ฉบับ โดยมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

(3.1) ข้อมูลพื้นฐานของตลาดเกษตรกรที่เป็นปัจจุบัน

(3.2) การวิเคราะห์การดำเนินงานของตลาดเกษตรกร ด้วยวิธี SWOT ANALYSIS หรือวิธีอื่น ๆ ที่เหมาะสม

(3.3) การวิเคราะห์ความคาดหวังของตลาดในอนาคต ด้วยวิธี STP Marketing หรือวิธีอื่น ๆ ที่เหมาะสม

(3.4) แนวทางการยกระดับตลาดเกษตรกรสู่การเป็นตลาดสินค้าเกษตรที่มีอัตลักษณ์ที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ และวิถีชีวิตของเกษตรกร

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานนำผลประเมินทั้ง 3 วิธี มาวิเคราะห์ และสรุปรายงานส่งในรูปแบบไฟล์ไปยังสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่รับผิดชอบจังหวัดนั้น ๆ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในระดับเขต และกรมส่งเสริมการเกษตร พร้อมทั้งจัดทำเป็นฐานข้อมูลเก็บไว้ที่จังหวัด เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรในด้านต่าง ๆ ต่อไป

โดยมีเป้าหมายเกษตรกรเข้าร่วมกิจกรรมอย่างน้อย 10 ราย และกำหนดให้ทุกจังหวัดรับผิดชอบกิจกรรมนี้ ยกเว้น จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี ชัยภูมิ กระบี่ เชียงราย พิจิตร และจังหวัดลำปาง

(ทั้งนี้ สามารถบริหารจัดการงบประมาณสำหรับอบรมได้มากกว่า 10 ราย โดยให้เขียนบุคคลเป้าหมายในโครงการให้ชัดเจนว่าเป็นใครบ้าง สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ตามระเบียบของทางราชการ)

6.2 กิจกรรมที่ 2 : ประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตร

ส่วนกลาง สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 - 6 และจังหวัด ติดตาม สำรวจสถานการณ์สินค้า ให้คำแนะนำ และจัดเก็บข้อมูลการดำเนินงานตลาดสินค้าเกษตรและตลาดเกษตรกร 77 จังหวัด ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มการตลาด โดยให้สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 - 6 วิเคราะห์ประเมินผล สรุปและจัดชั้นตลาดเกษตรกร รายละเอียดตามภาคผนวกในคู่มือโครงการฯ พร้อมทั้ง รายงานให้กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาเกษตรกร ตลาดเกษตรกร และโครงการตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

7. ระยะเวลาดำเนินการ

ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

8. แผนปฏิบัติงาน

กิจกรรม/ขั้นตอน	แผนปฏิบัติงาน											
	ปี 2568						ปี 2569					
	ต.ค. 68	พ.ย. 68	ธ.ค. 68	ม.ค. 69	ก.พ. 69	มี.ค. 69	เม.ย. 69	พ.ค. 69	มิ.ย. 69	ก.ค. 69	ส.ค. 69	ก.ย. 69
1. พัฒนาเกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านตลาด Offline และ Online ที่มีศักยภาพ												
1.1 พัฒนาความรู้และศักยภาพเกษตรกร และเครือข่าย (ตลาดเกษตรกร)												
2. ประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าเกษตร												

9. ผลผลิต ผลลัพธ์ ตัวชี้วัด

9.1 ผลผลิต (output)

- 1) เกษตรกรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 10 ราย
- 2) ตลาดเกษตรกร จังหวัดสระบุรี ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาด และเป็นสถานที่หลักในการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร มีความเป็นอัตลักษณ์เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปรวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอย่างแพร่หลาย สร้างเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงสู่ตลาดที่หลากหลายยิ่งขึ้น

3) ข้อมูลจากเว็บไซต์ www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และ <http://farmermarket.doae.go.th> ได้นำมาวางแผนและพัฒนาการบริหารจัดการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลสินค้าคุณภาพของเกษตรกร 77 จังหวัดทั่วประเทศ สร้างการรับรู้ให้บุคคลทั่วไปให้สามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น

4) ข้อมูลรูปแบบตลาดสินค้าเกษตรต้นแบบ ตลาดนำร่องแบบ Offline (ตลาดเกษตรกร/ตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม) และ/หรือแบบ Online (E-commerce) สำหรับสินค้าเกษตรมูลค่าสูง สำหรับสินค้าคาร์บอนต่ำ สินค้าอัตลักษณ์ จำนวน 1 แห่ง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาต่อไป

9.2 ผลลัพธ์ (outcome)

เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรมีความรู้ ทักษะด้านการตลาด ทำเกษตรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Go Green) มีความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร ได้รับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พึ่งพาตัวเองได้ เกิดการสร้างรายได้และมีอาชีพที่มั่นคง ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยในราคาที่สมเหตุสมผลและหลากหลายช่องทาง

9.3 ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ

- 1) จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมอบรมพัฒนาศักยภาพตามแผนการดำเนินโครงการฯ ไม่น้อยกว่า 10 ราย
- 2) มูลค่ารวมการจำหน่ายสินค้าผ่านตลาดเกษตรกร ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
- 3) จำนวนตลาดเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเชิงอัตลักษณ์อย่างน้อย 1 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาพื้นที่จัดตลาด การพัฒนาและจัดการสินค้าเกษตร การพัฒนาเกษตรกรผู้จำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า ในพื้นที่เป้าหมาย 1 แห่ง

เชิงคุณภาพ

- 1) เกษตรกรที่เข้าร่วมอบรมพัฒนาศักยภาพตามแผนการดำเนินโครงการฯ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง
- 2) เกษตรกรมียอดขายสินค้าในตลาดเกษตรกรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
- 3) ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณภาพสินค้าและบริการจากตลาดเกษตรกรอยู่ในระดับดีขึ้นไปไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

10. ผลที่คาดว่าจะได้รับ (ระบุประโยชน์ การเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะได้เมื่อสิ้นสุดโครงการ ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์)

เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรยกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ สามารถผลิตได้ ขายเป็น บริหารจัดการเก่ง มีความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร มองธุรกิจอย่างเป็นระบบ มีทักษะด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยี สามารถเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรทั้งในระบบ Offline และ Online และเติบโตสู่ E - Commerce โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรคุณภาพได้หลากหลายช่องทาง ตลอดจนการมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาด และเป็นสถานที่หลักในการจำหน่ายสินค้าเกษตรในพื้นที่ เกิดเป็นตลาดเกษตรกรที่มีอัตลักษณ์เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เชื่อมโยงผลผลิตคุณภาพจากเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อขยายช่องทางสู่การจำหน่ายในตลาดศักยภาพอื่น ๆ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ www.ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com และ <http://farmermarket.doe.go.th> นำมาเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร มีรูปแบบการดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อเกษตรกร พื้นที่ และสินค้า เกษตรกรมีรายได้นำไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างเข้มแข็ง เกิดความภาคภูมิใจในอาชีพ เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สมดุล ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

11. การติดตามและประเมินผลโครงการ (ต้องระบุ ตัวชี้วัดและวิธีการประเมินผลให้ชัดเจนว่าจะมีการติดตามประเมินผลได้อย่างไร เมื่อใด)

11.1 จังหวัด รายงานผลการดำเนินงานโครงการฯ ลงในระบบ e-Project เมื่อเสร็จสิ้น กิจกรรมตามแผนการปฏิบัติงานโครงการฯ และจัดทำรายงานผลเมื่อสิ้นสุดโครงการฯ

12. หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดสระบุรี

- | | | |
|------|----------|--------------------------------------|
| 12.1 | ชื่อ | นางสาวน้ำทิพย์ มณีฉาย |
| | ตำแหน่ง | หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร |
| | โทรศัพท์ | 0890907882 |
| | E-mail: | saraburi@doae.go.th |
| 12.2 | ชื่อ | นายธเนศ พูนพิพัฒน์ |
| | ตำแหน่ง | นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ |
| | โทรศัพท์ | 0890183681 |
| | E-mail: | saraburi@doae.go.th |
-