

## คู่มือโครงการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกร) จังหวัดนครพนม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

### ๑. ความสอดคล้อง

- ๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การเกษตร
  - แผนแม่บทย่อย การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร
- ๑.๓ แผนปฏิรูปประเทศ -
- ๑.๔ แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า

### ๒. หลักการและเหตุผล

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีนโยบายดำเนินการ “การตลาดนำการผลิต” และ “เกษตร ๔.๐” สู่การเป็นเกษตรทันสมัยที่ผ่านกระบวนการทำเกษตรรูปแบบสมัยใหม่ มีการนำเทคโนโลยีและข้อมูลทันสมัยมาใช้ เพื่อทำการผลิตอย่างแม่นยำ ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต ให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง มีคุณภาพปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐาน และตรวจสอบย้อนกลับได้ ตลอดจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ที่มีการเปลี่ยนแปลงสู่ยุค Internet Of Things ที่เทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนเป็นสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้ภาคการเกษตรต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะในเรื่องตลาดสินค้าเกษตรมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นโครงการสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ดำเนินการต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปี ๒๕๕๘ จนถึงปัจจุบัน กลายเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกร โดยมีเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายเองผ่านตลาดเกษตรกร และมีผู้จัดการตลาดเกษตรกรเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อนในทุกมิติ สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่กำหนดให้ “ลดต้นทุนการผลิตทางการเกษตร และเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน”

กรมส่งเสริมการเกษตรจึงมุ่งเน้นการสร้างให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตร ที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรครบวงจร เกษตรกรได้รับการพัฒนาทั้งความรู้และประสบการณ์จริง ในด้านการตลาด การบัญชี โลจิสติกส์สินค้าเกษตร สามารถวางแผนการผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง ทั้งตลาด Offline ที่มีศักยภาพ เช่น ตลาดเกษตรกร, ตลาด Modern Trade, ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร ตลอดจนขยายช่องทางสู่ตลาด Online จำหน่ายผ่าน Platform ที่มีศักยภาพ เช่น Thailand Postmart, DGT Farm, Lazada, Shopee ในปี ๒๕๖๓ กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดทำเว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ขึ้น และทางสำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนม ได้ส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่ องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer ให้เข้าร่วมประชาสัมพันธ์จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยการบูรณาการร่วมกันของภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการเกษตร ให้เกิดตลาดสินค้าเกษตรที่มีอัตลักษณ์ ขยายช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุม และยกระดับสู่ตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการตลาดให้เข้มแข็งและมั่นคง สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน

### ๓. วัตถุประสงค์

- ๓.๑ เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร และการจัดการโลจิสติกส์การเกษตร
- ๓.๒ เพื่อพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เกิดอัตลักษณ์ เกิดสินค้านวัตกรรม และเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักของเกษตรกรในพื้นที่

๓.๓ เพื่อพัฒนาสินค้าเกษตรขยายสู่ช่องทางการจำหน่ายในตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ (Offline&Online) เช่น ตลาด Modern Trade, ตลาดในกลุ่ม HORECA, ตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร, ตลาดออนไลน์ เป็นต้น

#### ๔. เป้าหมาย

เป้าหมายเกษตรกรทั้ง ๑๒ อำเภอ

#### ๕. สถานที่ดำเนินการ

ดำเนินการ ณ ตลาดเกษตรกรจังหวัดนครพนม

#### ๖. กิจกรรม/วิธีการดำเนินงาน

การพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร (ตลาดเกษตรกร) ของจังหวัดนครพนม งบประมาณ ๒๓,๐๐๐ บาท (สองหมื่นสามพันบาทถ้วน) รายละเอียดดังนี้

**๖.๑ พัฒนาคำถามรู้และศักยภาพในการจัดการธุรกิจเกษตรและโลจิสติกส์** งบประมาณ ๑๓,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นสามพันบาทถ้วน) วิธีการดำเนินงาน ดังนี้

**๖.๑.๑ พัฒนาคำถามรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย** โดยจังหวัดประสานงาน/บูรณาการ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจัดกระบวนการเรียนรู้ผ่านกระบวนการต่าง ๆ ด้านกระบวนการผลิต กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว การแปรรูป การขนส่ง การตลาด ฯลฯ โดยใช้เทคนิควิธีการ ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคำถามรู้และศักยภาพ ของเกษตรกรและ เครือข่าย ตามประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยปรับรูปแบบตามสถานการณ์ตามความเหมาะสม ดังนี้

๑) จัดทำฐานข้อมูลตลาดเกษตรกร รายงานยอดจำหน่ายในแอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ DOAE Market /เว็บไซต์ ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com โดยนำฐานข้อมูลไปใช้วางแผนการผลิต การตลาด โลจิสติกส์ และบริหารจัดการตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรทั้ง Offline และOnlineในมิติต่าง ๆ พร้อมจัดทำรายงานแผน-ผลการวางแผนการผลิตและการตลาดของตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร

๒) จัดกระบวนการเรียนรู้ โดยจัดเวทีวิเคราะห์/ประเมินสถานการณ์ พื้นที่ สินค้า เกษตรกรผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกร ผู้บริโภค ฯลฯ ๑ ครั้ง เพื่อให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา อุปสรรค สถานการณ์การแข่งขันว่าเป็นเช่นไร และต้องแก้ไขปรับปรุงในจุดใด ทบทวน บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารจัดการตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตรของจังหวัด พร้อมทั้ง ร่วมกันกำหนดแนวทางแก้ไขปรับปรุง และแผนวางกลยุทธ์อย่างมีทิศทาง กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการ ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ดำเนินการแบบ New Normal ให้เจ้าหน้าที่ ดำเนินการถ่ายทอดความรู้แบบออนไลน์ ผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือ โปรแกรมอื่น ๆ ตามความเหมาะสม หากจำเป็นต้องจัดกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร ควรแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ให้น้อยลง เป็นกลุ่มย่อย เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม

๓) จัดอบรมและศึกษาดูงานแก่เกษตรกรผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดเกษตรกรหรือตลาด สินค้าเกษตร (Offline และOnline) อย่างน้อย ๒ หลักสูตร เช่น หลักสูตรการพัฒนาตลาดเกษตรกรหรือตลาด สินค้าเกษตรในระดับที่สูงขึ้น การใช้นวัตกรรมในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดหรือพัฒนาสินค้า เพื่อจำหน่ายในตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร การจำหน่ายสินค้าในตลาดออนไลน์ต่างๆ รวมถึงต้องมีการถ่ายทอดความรู้การบริหารจัดการโลจิสติกส์สินค้าเกษตร เป็นต้น ทั้งนี้ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เกษตรกร และสถานการณ์ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายการส่งเสริมการเกษตรรูปแบบแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่ องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer

ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรเพื่อสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าคุณภาพสู่ตลาดเกษตรกรหรือตลาดสินค้าเกษตร ให้สามารถวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการจัดการด้านขนส่งลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน ครอบคลุมทุกกิจกรรมตั้งแต่กระบวนการผลิต เก็บเกี่ยว บรรจุภัณฑ์ และโลจิสติกส์ เพื่อให้ได้นวัตกรรมจากกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือสินค้าเกษตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์อย่างน้อย ๑ ชนิดที่สามารถยกระดับเป็นสินค้าเกษตรพรีเมียมพร้อมขยายช่องทางสู่ตลาดที่มีศักยภาพ ทั้งตลาด Modern Trade ตลาดออนไลน์ และตลาดสินค้าเกษตรอื่นๆ ได้ กรณีเกิดสถานการณ์ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ดำเนินการแบบ New Normal ให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการถ่ายทอดความรู้แบบออนไลน์ ผ่าน Application ZOOM /Google Meet /Line หรือโปรแกรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม หากจำเป็นต้องจัดกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร ควรแบ่งกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลง เป็นกลุ่มย่อย เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม ในกรณีกิจกรรมศึกษาดูงานให้ดำเนินการ ถ่ายทำบันทึกเป็นคลิปวิดีโอ YouTube หรือถ่ายทอดสดออนไลน์ เช่น Facebook Live /YouTube หรือระบบถ่ายทอดสัญญาณสดไลฟ์สตรีมมิง (Live Streaming) ในพื้นที่ศึกษาดูงาน และเผยแพร่ให้ความรู้แก่เกษตรกรผ่านระบบออนไลน์

### ๖.๒ พัฒนาตลาดเกษตรกร งบประมาณ ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)

พัฒนารูปแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม เป็นการบริหารจัดการสินค้าเกษตรให้เกิดรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สร้างอัตลักษณ์ให้กับตลาดเกษตรกร เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและโอกาสทางการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น ใช้งบประมาณนี้ในการเตรียมพื้นที่ตลาด ให้มีการพัฒนาการจัดวางสินค้า การจัดทำเรื่องราวสินค้า (story) การบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรม หรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด หรือจัดหาเครื่องมือตรวจสอบสารเคมีตกค้างพร้อมนำยาตรวจสอบในพืชผัก/ผลไม้/อาหาร เป็นต้น

### ๗. แผนปฏิบัติงาน

กิจกรรม/ขั้นตอน	แผนปฏิบัติงาน											
	ปี ๒๕๖๔			ปี ๒๕๖๕								
	ต.ค. ๖๔	พ.ย. ๖๔	ธ.ค. ๖๔	ม.ค. ๖๕	ก.พ. ๖๕	มี.ค. ๖๕	เม.ย. ๖๕	พ.ค. ๖๕	มิ.ย. ๖๕	ก.ค. ๖๕	ส.ค. ๖๕	ก.ย. ๖๕
<b>๑. พัฒนาความรู้และศักยภาพในการจัดการธุรกิจเกษตรและโลจิสติกส์</b>												
๑.๑ พัฒนาความรู้และศักยภาพของเกษตรกรและเครือข่าย												
๑) จัดเวทีชุมชน			↔									
๒) หลักสูตรที่ ๑ อบรม							↔					
๓) หลักสูตรที่ ๒ อบรมและศึกษาดูงาน									↔			
<b>๒. พัฒนาตลาดเกษตรกร</b>												
- พัฒนาตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตร								↔				

## ๘. งบประมาณรวมทั้งสิ้น ๒๓,๐๐๐ บาท (สองหมื่นสามพันบาทถ้วน)

๘.๑ พัฒนาคความรู้และศักยภาพในการจัดการธุรกิจเกษตรและโลจิสติกส์ งบประมาณ ๑๓,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นสามพันบาทถ้วน) (จังหวัดเบิกง่าย)

๘.๒ พัฒนาตลาดเกษตรกร งบประมาณ ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) (จังหวัดเบิกง่าย)

## ๙. ผลผลิต ผลลัพธ์

### ๙.๑ ผลผลิต (Output)

๑. เกษตรกรมีแผนการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งคุณภาพและปริมาณจำหน่าย ในช่องทางตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพทั้งตลาด Offline และ Online ทั้งหมด ๑๒ อำเภอ

๒. มีการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการตลาดและผลผลิตคุณภาพรองรับการเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายต่างๆ

### ๙.๒ ผลลัพธ์ (Outcome)

๑. เกษตรกรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่ ส่งผลให้มูลค่าผลผลิตสูงขึ้น ตลอดจนผลผลิตสินค้ามีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

๒. เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและเกิดความเข้มแข็ง มั่นคงและยั่งยืน

๓. ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยในราคาที่สมเหตุสมผลในทุกช่องทาง

## ๑๐. ตัวชี้วัด

### - เชิงปริมาณ

๑. มีตลาดเกษตรกรที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรได้

๒. เกษตรกรมีการจำหน่ายผลผลิตผ่านช่องทางออนไลน์อย่างน้อยจังหวัดละ ๓ รายการ และมีการปรับปรุงข้อมูลสินค้าในเว็บไซต์ตลาดเกษตรกรออนไลน์.com ให้เป็นปัจจุบัน

### - เชิงคุณภาพ

๑. มูลค่าการจำหน่ายในตลาดเกษตรกรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐

๒. มีการเชื่อมโยงตลาดเกษตรกรและตลาดสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ

๓. เกิดนวัตกรรมจากกระบวนการพัฒนาสินค้าเกษตร หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

๔. มีความภาคภูมิใจในอาชีพการเกษตรและมีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น

## ๑๑. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกษตรกรถูกพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการที่สามารถบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำที่ครอบคลุมด้านธุรกิจเกษตร สามารถผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งคุณภาพและปริมาณตามนโยบายตลาดนำการผลิต เพื่อความพร้อมสู่การจำหน่ายในทุกช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ (Offline & Online Market) ตลอดจนการมี “ตลาดเกษตรกร” เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการตลาดในทุกจังหวัด เพื่อเป็นสถานที่หลักในการจำหน่ายสินค้าเกษตรในพื้นที่ โดยตลาดเกษตรกรต้องพัฒนาให้เกิดอัตลักษณ์ มีสินค้านวัตกรรม เชื่อมโยงผลผลิตคุณภาพจากเครือข่ายต่างๆ เพื่อขยายช่องทางสู่การจำหน่ายในตลาดศักยภาพอื่น ๆ รวมทั้งมีฐานข้อมูลตลาดเกษตรกร และการสำรวจสถานการณ์ด้านการตลาดเพื่อนำมาวิเคราะห์ วางแผน พัฒนาตลาดเกษตรกร และตลาดเกษตรกรออนไลน์ให้มีรูปแบบการบริหารจัดการ การดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อเกษตรกร สินค้า และพื้นที่ นำไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างเข้มแข็ง มั่นคงและยั่งยืน

## ๑๒. หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร

นายสาโรจน์ ศรีรัตน์ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ