

สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง จังหวัดฉะเชิงเทรา ภายใต้โครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง “๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง”

๑. ความเป็นมา

จากสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันที่ผันผวน ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรที่เป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจของประเทศ และเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ เกษตรกรยังคงต้องเผชิญกับปัญหาของราคาผลผลิตที่ผันผวน ช่องทางทางการตลาดที่ไม่แน่นอน และไม่สามารถพัฒนาสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกษตรกรต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น และรายได้ที่ไม่มั่นคง

จังหวัดฉะเชิงเทรา มีพื้นที่เกษตรกรรมมากกว่าร้อยละ ๕๐ ของพื้นที่ทั้งหมด มีสินค้าเกษตรเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็นอัตลักษณ์ ได้แก่ มะม่วงน้ำดอกไม้ มะพร้าวน้ำหอม ข้าวหอมมะลิ กุ้งขาวแวนนาไม กุ้งก้ามกราม ปลานิล ปลากระพงขาว ปลากระพงขาวยักษ์ และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ซึ่งได้รับการส่งเสริมให้ผลิตในรูปแบบเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย สามารถยกระดับให้มีมูลค่าสูง รวมถึงการแปรรูปให้เป็นสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ มะพร้าวน้ำหอม กุ้งก้ามกราม ปลากระพงขาว ปลากระพงขาวยักษ์ และหม่อนไหม ซึ่งการจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงเป็นการจำหน่ายสินค้าแบบวัตถุดิบ ยังขาดการเชื่อมโยงระหว่าง การผลิต – การแปรรูป – การตลาด – การบริการ ทำให้ไม่สามารถยกระดับไปสู่สินค้าเกษตรมูลค่าสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่ บูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ในการขับเคลื่อน แต่ยังมีปริมาณไม่มาก อีกทั้งยังขาดการส่งเสริม และการประชาสัมพันธ์ให้การผลิตสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูงสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างเต็มศักยภาพ

ดังนั้น เพื่อช่วยให้การพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน โครงการนี้จึงมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาอย่างครบวงจร ตั้งแต่ ต้นน้ำ (พัฒนาสินค้าเกษตร) กลางน้ำ (เพิ่มมูลค่าสินค้าจากการแปรรูป และนวัตกรรม) และปลายน้ำ (ด้านการตลาด และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการยกระดับการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นต้องจัดทำโครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ การขับเคลื่อนและจำหน่ายสินค้าเกษตรมูลค่าสูงจังหวัดฉะเชิงเทรา ภายใต้โครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง “๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง” โดยการจัดกิจกรรมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๑. เพื่อแสดงผลการดำเนินโครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง “๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง” ของจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกร ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบัน เพื่อการศึกษาทั้งในระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

๔. ส่งเสริมและพัฒนาการขับเคลื่อนสินค้าเกษตรของจังหวัด เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรและบริการไปสู่มูลค่าสูง และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

๓. เป้าหมาย

๑. เกษตรกรหรือผู้ประกอบการ จัดแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูงและสินค้าเกษตรคุณภาพของจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑๐ ร้าน
๒. หน่วยงานภาครัฐ/กลุ่มผู้บริโภค/ประชาชนผู้สนใจ ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ราย

๔. กิจกรรมหลักของโครงการ

กิจกรรมที่ ๑ : กิจกรรมเสวนา "ทิศทางและโอกาสใหม่สู่เกษตรไทยมูลค่าสูง"

ผู้เข้าร่วมงาน	ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ คน
งบประมาณ	๒๒๔,๐๐๐ บาท (สองแสนสองหมื่นสี่พันบาทถ้วน)
ระยะเวลาดำเนินการ	วันที่ ๑๓ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๖๙
สถานที่	โรงแรมชั้นทาราเวลเนส รีสอร์ท จังหวัดฉะเชิงเทรา

กิจกรรมที่ ๒ กิจกรรมเชื่อมโยงและส่งเสริมเครือข่ายตลาดสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ภายในงาน “การประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ในโรงเรียนระดับชาติ ครั้งที่ ๒๕ (วทร.๒๕)”

ผู้เข้าร่วมงาน	ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน
ระยะเวลาดำเนินการ	วันที่ ๒๔- ๒๖ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๖๙
สถานที่	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
งบประมาณ	๒๖,๐๐๐ บาท (สองหมื่นหกพันบาทถ้วน)

๕. งบประมาณ ๒๕๐,๐๐๐ บาท

๖. หน่วยงานรับผิดชอบ

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดฉะเชิงเทรา

๗. ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI)

ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)

- ๑) ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๕๐๐ คน
- ๒) ร้านค้า/กลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๐ บูธ
- ๓) มูลค่าการจำหน่ายสินค้าในงานไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท
- ๔) จัดกิจกรรมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)

- ๑) เกษตรกรมีช่องทางทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทาง
- ๒) รายได้จากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐
- ๓) เกษตรกรมีเครือข่ายสินค้าเกษตรมูลค่าสูงเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า ๑ ราย

การประเมินผลโครงการ

- ๑) ประเมินผลจากจำนวนผู้เข้าร่วมงาน
- ๒) ประเมินจากการจำหน่ายสินค้าภายในงาน
- ๓) ประเมินจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน
- ๔) จัดทำสรุปผลการดำเนินโครงการ

๘. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ๑) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทิศทางและโอกาสของสินค้าเกษตรไทยพัฒนาไปสู่เกษตรมูลค่าสูง ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร
- ๒) ประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้การพัฒนาสินค้าเกษตรไปสู่มูลค่าสูง
- ๓) เกิดการเชื่อมโยงของสินค้าเกษตรมูลค่าสูงสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร
- ๔) สินค้าเกษตรมูลค่าสูงในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นผู้บริโภคและผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเพิ่มขึ้น
- ๕) เกษตรกรและผู้สนใจมีความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญในการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูงมากขึ้น
- ๖) ยอดจำหน่ายสินค้าเกษตรมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ผลการดำเนินงาน

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ การขับเคลื่อนและจำหน่ายสินค้าเกษตรมูลค่าสูง เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรของจังหวัดให้สามารถแข่งขันได้ ในตลาด สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค และเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมไปถึง มุ่งเน้นให้เกิดการขับเคลื่อนและพัฒนาอย่างครบวงจร ตั้งแต่ ต้นน้ำ (พัฒนาสินค้าเกษตร) กลางน้ำ (เพิ่มมูลค่า สินค้าจากการแปรรูป และนวัตกรรม) และปลายน้ำ (ด้านการตลาด และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร) ซึ่งจะช่วยให้เกิด การยกระดับการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก เพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน และขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

โดยสรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด (KPI)

ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผลการประเมิน
ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ คน	๖๕๐ คน	สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ ๓๐
ร้านค้า/กลุ่มเกษตรกร เข้าร่วมงาน	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ร้าน	๑๑ ร้าน/กลุ่ม	สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ ๑๐
กิจกรรมประชาสัมพันธ์	๑ ครั้ง	๔ ครั้ง	สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ ๓๐๐
มูลค่าการจำหน่ายสินค้า	ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท	๑๔๐,๐๐๐ บาท	สูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ ๔๐

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผลการประเมิน
เกษตรกรมีช่องทางจำหน่าย สินค้าเพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทาง	เพิ่มขึ้น ๓ ช่องทาง ได้แก่ - การจำหน่ายผ่าน งานแสดงสินค้า - การเชื่อมโยงกับ ระหว่างเกษตรกร กลุ่มผู้ผลิต และ ร้านอาหาร	สูงกว่าเป้าหมาย
เกษตรกรมีเครือข่ายสินค้า เกษตรมูลค่าสูง	ไม่น้อยกว่า ๑ ราย	เพิ่มขึ้น ๑๐ ราย	สูงกว่าเป้าหมาย
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๐	สูงกว่าเป้าหมาย

การประเมินผลโครงการ

ดำเนินการประเมินผลโครงการโดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประกอบด้วย

๑) ประเมินผลจากจำนวนผู้เข้าร่วมงาน

ประเมินผลโดยเปรียบเทียบจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริงกับค่าเป้าหมายที่กำหนด เพื่อสะท้อนถึงประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และความสนใจต่อกิจกรรมส่งเสริมสินค้าเกษตรมูลค่าสูง โดยกำหนดเป้าหมายผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ คน และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจริง ๖๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓๐ ของเป้าหมาย หรือ สูงกว่าเป้าหมายร้อยละ ๓๐ แสดงให้เห็นว่าสามารถประชาสัมพันธ์และดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด

๒) ประเมินจากการจำหน่ายสินค้าภายในงาน

ประเมินผลจากมูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรภายในงาน โดยเปรียบเทียบผลการจำหน่ายที่เกิดขึ้นจริงกับค่าเป้าหมายที่กำหนด เพื่อสะท้อนถึงผลสำเร็จในการสร้างช่องทางและโอกาสทางการตลาดให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการกำหนดเป้าหมายมูลค่าการจำหน่ายสินค้า ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท และมีผลการจำหน่ายจริง ๑๔๐,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๑๔๐ ของเป้าหมาย หรือสูงกว่าเป้าหมาย ร้อยละ ๔๐ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาตามตัวชี้วัดด้านรายได้ที่กำหนดให้รายได้จากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ พบว่า ผลการดำเนินงานสามารถเพิ่มรายได้ ร้อยละ ๔๐ ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ร้อยละ ๓๐๐

๓) ประเมินจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน

ประเมินผลโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน จำนวน ๕๐๐ ตัวอย่าง ครอบคลุมประเด็นด้านรูปแบบการจัดงาน ความเหมาะสมของเนื้อหา คุณภาพสินค้า การจัดนิทรรศการ ระยะเวลาในการจัดงาน และประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาประกอบการประเมินประสิทธิผลของการดำเนินโครงการผลการประเมินพบว่า ผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมในภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวม ๔.๘๓ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๕ คะแนน คิดเป็น ร้อยละ ๙๖.๖๗ สะท้อนให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรมูลค่าสูงได้เป็นอย่างดี

รายละเอียดกิจกรรมประกอบด้วย ดังนี้

กิจกรรมที่ ๑ : กิจกรรมเสวนา "ทิศทางและโอกาสใหม่สู่เกษตรกรไทยมูลค่าสูง" ภายใต้แนวคิด "๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง" เมื่อวันที่ ๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๔ ณ โรงแรมชั้นธารา เวลเนส รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล รายละเอียดดังนี้

๑. จัดกิจกรรมเสวนา "ทิศทางและโอกาสใหม่สู่เกษตรกรไทยมูลค่าสูง" เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ แนวโน้มตลาด และการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูง

๒. จัดนิทรรศการเผยแพร่ผลการดำเนินงานโครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการในจังหวัด

๔. ประชาสัมพันธ์สินค้ามูลค่าสูงและสินค้าอัตลักษณ์ รวมไปถึงสินค้าที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ มะพร้าวน้ำหอม ปลากระพงขาว ปลากระพงขาวยักษ์ กุ้งก้ามกราม หม่อนไหม ข้าวหอมมะลิและผลิตภัณฑ์แปรรูป

๕.สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และเกษตรกร เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูงอย่างครบวงจร

๑. ผลการบรรลุวัตถุประสงค์ การดำเนินโครงการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้
- ๑. สามารถเผยแพร่ผลการดำเนินงานโครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทราให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง
 - ๒. สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูงของจังหวัดได้รับการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคเพิ่มขึ้น
 - ๓. เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูง
 - ๔. เกษตรกรและผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น สามารถนำสินค้าเข้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรของจังหวัด

๒. ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด (KPI)

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน
ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๑๘๐ คน
ร้านค้า/กลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมงาน	๑๐ ร้าน/กลุ่ม
กิจกรรมประชาสัมพันธ์	๑ ครั้ง
มูลค่าการจำหน่ายสินค้า	๕๐,๐๐๐

๓. การประเมินผลโครงการ

จากการสำรวจผู้เข้าร่วมงาน จำนวน ๑๕๐ ตัวอย่าง แบ่งเป็น เพศ ชาย ๘๐ คน หญิง ๗๐ คน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ
๑. รูปแบบการจัดงาน	๕
๒. เนื้อหามีความเหมาะสม	๕
รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ
๓. คุณภาพสินค้า	๕
๔. การจัดนิทรรศการ	๕
๕. ระยะเวลาในการจัดงาน	๔
๖. ประโยชน์ที่ได้รับ	๕

คะแนนเฉลี่ยรวม ๔.๘๓ จาก ๕.๐๐ (ร้อยละ ๙๖.๖๗) อยู่ในระดับ "มากที่สุด"

๔. ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

๑. ประชาชนและผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าถึงสินค้าเกษตรมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน
๒. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ทำให้ผู้เข้าร่วมได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการตลาด การเพิ่มมูลค่าสินค้า และโอกาสในการพัฒนาสินค้าเกษตรไทยสู่เกษตรมูลค่าสูง
๓. สินค้าเกษตรมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ มะพร้าวน้ำหอม มะม่วงน้ำดอกไม้ ปลายะพงขาว ปลายะพงขาวยักษ์ กุ้งก้ามกราม หม่อนไหม และผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเกษตรของจังหวัดได้รับการยอมรับในวงกว้าง
๔. สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทราได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมเสวนา นิทรรศการ และการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้ประชาชนและผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเข้าถึงสินค้าเกษตรคุณภาพของจังหวัดมากยิ่งขึ้น
๕. สร้างภาพลักษณ์ให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งผลิต สินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ภายใต้โครงการ "๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง"
๖. การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรมูลค่าสูงช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ ทำให้เกิดยอดขายสินค้าและการเชื่อมโยงตลาดอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งมีการสร้างเครือข่ายคู่ค้า และโอกาสในการสั่งซื้อสินค้าภายหลังการจัดงาน ซึ่งเป็นการสนับสนุนการยกระดับรายได้ของเกษตรกรและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างยั่งยืน

สรุปผลการเสวนา
หัวข้อ "ทิศทางและโอกาสใหม่สู่เกษตรกรไทยมูลค่าสูง"

ประเด็น : ภาพรวมด้านการเกษตร/เกษตรกรไทย และของจังหวัดฉะเชิงเทราในวันนี้ เป็นอย่างไร

นายสุพล จารุพงศ์ ที่ปรึกษาผู้ตรวจราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ในภาพรวมจังหวัดฉะเชิงเทราตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคม และโลจิสติกส์ สามารถเชื่อมโยงตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีศักยภาพด้านการเกษตรครบทุกมิติ ทั้งพืช ประมง และปศุสัตว์ พร้อมด้วยสินค้าอัตลักษณ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาด จึงเป็นจังหวัดที่มีโอกาสสูงในการต่อยอดผลผลิตไปสู่สินค้าเกษตรมูลค่าสูงที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐได้ร่วมกันขับเคลื่อนนโยบายและโครงการต่าง ๆ เพื่อยกระดับศักยภาพของเกษตรกร ทั้งการพัฒนาศักยภาพ มาตรฐานการผลิต การแปรรูป การสร้างแบรนด์ และการเชื่อมโยงตลาด ทำให้เกษตรกรมีความพร้อมในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกและพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้เกษตรกรไทยจำเป็นต้องปรับบทบาทครั้งสำคัญ จาก **"ผู้ผลิต (Producer)"** ไปสู่ **"ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)"** ที่มีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ เข้าใจความต้องการของตลาด สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า พัฒนาแบรนด์ ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงสามารถทำตลาดและเชื่อมโยงการส่งออกได้ด้วยตนเอง การปรับตัวในลักษณะดังกล่าว จะช่วยให้เกษตรกรไม่เพียงแต่จำหน่ายผลผลิตในรูปวัตถุดิบ แต่สามารถจำหน่าย **"คุณค่า"** ของสินค้า สร้างรายได้ที่สูงขึ้น ลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา และยกระดับภาคการเกษตรของจังหวัดฉะเชิงเทราให้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรมูลค่าสูงของภาคตะวันออกได้อย่างยั่งยืน

ประเด็น : จากภาพรวมของเกษตรกรไทย และของจังหวัดฉะเชิงเทรา ตามที่ท่านสุพลฯ ได้กล่าวไว้ ในฐานะที่ท่านประโยชน์ฯ ก็เป็นเกษตรกรเช่นเดียวกัน สถานการณ์ด้านการเกษตรในปัจจุบัน มีการปรับตัวอย่างไร เพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีความแตกต่าง หรือให้สินค้าเกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น

นายประโยชน์ โสร้อยกิจ เกษตรกรดีเด่นแห่งชาติ สาขา อาชีพเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำกร่อย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙

ในฐานะเกษตรกรผู้เลี้ยงปลากระพงขาว ผมมองว่าปัจจุบันการทำเกษตรไม่ใช่เพียงการเป็น **"ผู้ผลิต"** แต่ต้องก้าวสู่การเป็น **"ผู้ประกอบการภาคการเกษตร (Agricultural Entrepreneur)"** ที่สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การสร้างแบรนด์ ไปจนถึงการทำตลาด ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างสินค้าเกษตรมูลค่าสูง

สิ่งแรกคือ **การวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (Market-Oriented Production)** เราต้องรู้ว่าตลาดต้องการสินค้าแบบไหน ปริมาณเท่าใด และช่วงเวลาใดที่มีความต้องการสูง เพื่อให้สามารถผลิตได้ตรงกับความต้องการ ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการฟาร์ม ทำให้สามารถจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่เหมาะสม

ประการต่อมา คือ **การยกระดับมาตรฐานการผลิตสู่มาตรฐานสากล** เช่น การได้รับการรับรองมาตรฐาน **GlobalG.A.P.** ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ การมีมาตรฐานดังกล่าวไม่เพียงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค แต่ยังเป็นเงื่อนไขสำคัญในการเข้าสู่ห่วงโซาอุปทานระดับโลก และตลาดส่งออก ทำให้สินค้ามีโอกาสจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่าสินค้าทั่วไป

อีกเรื่องที่สำคัญ คือ การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้เลือกซื้อสินค้าเพราะราคาเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย คุณภาพ และการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้า เกษตรกรจึงต้องควบคุมทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การเลือกพันธุ์ การจัดการฟาร์ม การใช้อาหารสัตว์ การไถ่และสารเคมีอย่างถูกต้อง รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งผลิตได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค นอกจากคุณภาพของสินค้าแล้ว การสร้างแบรนด์ (Branding) ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าได้อย่างมาก เกษตรกรควรมีตราสินค้าของตนเอง มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และสื่อสารจุดเด่นของสินค้าให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพ ความปลอดภัย วิธีการผลิต หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปในตลาด ปัจจุบัน การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ มีบทบาทอย่างมาก เกษตรกรไม่ควรรอให้คนอื่นมาประชาสัมพันธ์สินค้า แต่ควรเป็นผู้เล่าเรื่องของตนเอง ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นกระบวนการผลิต เห็นความตั้งใจ และเกิดความเชื่อมั่นในสินค้า กล่าวได้ว่า เกษตรกรยุคใหม่ควรเป็น Influencer ของสินค้าตนเอง เพราะการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่จริงใจ จะช่วยสร้างมูลค่าและสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคได้มากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว

ประเด็น: ในฐานะที่ ธ.ก.ส. เป็นสถาบันการเงินที่ใกล้ชิดกับเกษตรกร มีแนวทางหรือมีส่วนร่วมในการช่วยให้เกษตรกรสามารถพัฒนาสินค้าให้เกิดมูลค่าสูงอย่างไรบ้าง

นางสาวพรทิพย์ ราชเพชร ผู้แทนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีเป้าหมายในการก้าวสู่การเป็น "ธนาคารพัฒนาที่ยั่งยืน" (Sustainable Development Bank) โดยมุ่งสนับสนุนเกษตรกรให้สามารถยกระดับการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการภาคการเกษตร ผ่านการสนับสนุนใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ เงินทุน นวัตกรรม และการตลาด

ในด้าน เงินทุนจัดให้มีสินเชื่อที่ตอบโจทย์การพัฒนาภาคการเกษตร เช่น สินเชื่อเกษตรแปลงใหญ่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนผ่านการรวมกลุ่มของเกษตรกร และ สินเชื่อ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เพื่อสนับสนุนการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับการเกษตรสู่ความยั่งยืน

ในด้านนวัตกรรมมีการส่งเสริมการต่อยอดผลผลิตด้วยงานวิจัยและเทคโนโลยี โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตัวอย่างเช่น "ข้าวพร้อมทาน (Ready to Eat)" ที่สามารถเก็บรักษาไว้ในอุณหภูมิห้องได้นานถึง ๑๘-๒๔ เดือน ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตข้าว ขยายโอกาสทางการตลาด และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

และด้านการตลาดทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงโอกาสทางธุรกิจ โดยสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ของธนาคาร รวมถึงการจัดกิจกรรมแสดงสินค้าและ Business Matching เพื่อเชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้ประกอบการ ผู้ค้าปลีก และผู้ส่งออก ช่วยขยายช่องทางการจำหน่าย เพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ และผลักดันสินค้าเกษตรไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ประเด็น : สำหรับสินค้าเกษตรต่าง ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตนเองได้ การตลาดนับว่ามีส่วนสำคัญ ในส่วนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด มีส่วนในการส่งเสริม หรือประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดให้กับสินค้า เกษตรมูลค่าสูงเหล่านี้ แตกต่างไปจากสินค้าประเภทเดียวกันที่เป็นผลผลิตเดิม ๆ ได้อย่างไร

นางกฤษฎาพร สุนทรพจน์ พาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมุ่งยกระดับสินค้าเกษตรของจังหวัดให้สามารถแข่งขันในตลาด ระดับพรีเมียม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการพัฒนามาตรฐาน การสร้างอัตลักษณ์สินค้า และการขยายช่องทางการตลาด

ในด้าน การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดส่งเสริมสินค้า อัตลักษณ์ของจังหวัดที่มีคุณลักษณะเฉพาะจากแหล่งผลิต เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองบางคล้า มะม่วงชายตึก มะม่วงแรดแปดริ้ว และมะพร้าวน้ำหอม ให้ได้รับการขึ้นทะเบียน GI ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ เพิ่มความแตกต่าง จากสินค้าทั่วไป และเพิ่มมูลค่าทางการค้าให้แก่เกษตรกร ด้านการขยายช่องทางการตลาดพรีเมียม สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดผลักดันสินค้าเกษตรคุณภาพเข้าสู่ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และศูนย์การค้าระดับพรีเมียม เช่น สยามพารากอน โดยมีการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานที่กำหนด ส่งผลให้เกษตรกรสามารถ จำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงกว่าตลาดทั่วไป เช่น มะพร้าวน้ำหอม ที่สามารถจำหน่ายได้ในราคาประมาณ ๓๕ - ๕๒ บาทต่อผล สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพและมาตรฐานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการพัฒนาสินค้าเกษตรผ่าน โครงการข้าวปราณีต โดยสนับสนุนเครื่องจักรและเทคโนโลยี ที่จำเป็น เช่น เครื่องยิงสีข้าว เพื่อคัดแยกคุณภาพเมล็ดข้าวให้มีความสม่ำเสมอ ยกระดับเป็นข้าวเกรดพรีเมียม เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต และตอบสนองความต้องการของตลาดที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ในด้านการตลาด ดิจิทัล (Digital Marketing) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนำเครื่องมือออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้า โดยร่วมกับ Influencer ในการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของสินค้า รวมทั้งจัดกิจกรรม Online Business Matching เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการและผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศกับเกษตรกรโดยตรง ช่วยลดข้อจำกัด ด้านระยะทาง เพิ่มโอกาสทางการค้า และขยายตลาดสู่ระดับสากล

ประเด็น : ในส่วนของภาครัฐ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมีแนวทางในการส่งเสริมด้านการตลาดให้กับเกษตรกร ที่สามารถผลิตสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม หรือมูลค่าสูงได้ สำหรับภาคเอกชน หอการค้าจังหวัดมีแนวทาง หรือมีส่วนที่จะผลักดัน ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์สินค้ามูลค่าสูงของจังหวัดอย่างไร

นายยุทธ มาตเจือ ประธานหอการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา

หอการค้าจังหวัดให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของสินค้าเกษตร โดยมีแนวคิดในการพัฒนา Social/Digital Platform ให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลสินค้าเกษตรของ จังหวัด ที่สามารถแสดงรายละเอียดสินค้า พร้อมระบบ Traceability หรือการตรวจสอบย้อนกลับ ทำให้ผู้บริโภค สามารถทราบแหล่งผลิต เจ้าของสวน วิธีการผลิต และมาตรฐานของสินค้าได้โดยตรง ช่วยสร้างความโปร่งใส เพิ่มความเชื่อมั่น และยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา

อีกแนวทางสำคัญคือ การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) โดยเปลี่ยนจาก การจำหน่ายผลผลิตขั้นต้นไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น เช่น การนำข้าวเปลือกมาแปรรูปเป็นข้าวสารบรรจุกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กที่มีคุณภาพและมีแบรนด์ของตนเอง ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิต

จากระดับ **หลักหมื่นบาทต่อตัน** เป็น**หลักแสนบาทต่อตัน** สะท้อนให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการแปรรูป และการตลาด สามารถสร้างรายได้ที่สูงกว่าการจำหน่ายวัตถุดิบหลายเท่าตัว

ในด้านการตลาด หอการค้าจังหวัดใช้ประโยชน์จาก **เครือข่ายหอการค้าทั่วประเทศ (AFC)** ในการช่วยกระจายสินค้าไปยังจังหวัดต่าง ๆ เมื่อเกิดภาวะผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันหรือเกิดปัญหาสินค้าล้นตลาด ช่วยขยายช่องทางการจำหน่าย รักษาเสถียรภาพด้านราคา และลดผลกระทบที่เกิดกับเกษตรกร ซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบตลาดทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ นอกจากนี้ หอการค้าจังหวัดยังให้ความสำคัญกับการพัฒนา **Smart Farmer** และเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer/Gen Z) ให้มีความรู้ด้านธุรกิจ การตลาด เทคโนโลยี และนวัตกรรม สามารถนำเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในการผลิตและการบริหารจัดการฟาร์ม ตลอดจนสร้างแบรนด์และทำตลาดออนไลน์ได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนภาคการเกษตรสู่ยุคใหม่ที่มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

จากเนื้อหาการเสวนาทั้ง ๕ ภาคส่วน (ที่ปรึกษาผู้ตรวจราชการภาคประชาชน/เกษตรกรดีเด่นแห่งชาติ ปี ๒๕๖๙ สาขาเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำกร่อยยุคใหม่/พาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา/ธนาครเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/หอการค้าจังหวัด) สามารถสรุปแนวทางได้ดังนี้

๑. ปรับบทบาทเกษตรกรสู่ "ผู้ประกอบการเกษตร" (Agricultural Entrepreneur)

- ผลิตตามความต้องการของตลาด (Market-Oriented Production)
- บริหารต้นทุนและความเสี่ยง
- มีความรู้ด้านธุรกิจ การตลาด และการบริหารจัดการ
- สร้างรายได้จาก "คุณค่า" มากกว่าการขายวัตถุดิบ

๒. ยกระดับมาตรฐานการผลิตสู่ระดับสากล

- พัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน เช่น GlobalG.A.P.
- ผลิตสินค้าให้ปลอดภัย (Food Safety)
- มีระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)
- สร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มโอกาสในการส่งออก

๓. เพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรมและการแปรรูป

- นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ข้าวพร้อมรับประทาน
- ส่งเสริมการแปรรูปและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- เปลี่ยนสินค้าเกษตรจากวัตถุดิบสู่สินค้าพรีเมียม

๔. สร้างแบรนด์และอัตลักษณ์สินค้า

- ส่งเสริมการขึ้นทะเบียน GI
- สร้างตราสินค้า (Branding)
- ใช้ Storytelling ถ่ายทอดคุณค่าของสินค้า
- พัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่างและเป็นที่ยอมรับ

๕. ขยายตลาดด้วยการตลาดดิจิทัลและเครือข่ายธุรกิจ

- ใช้ Social Media และ Digital Marketing
- ใช้ Influencer สร้างการรับรู้
- จัด Online Business Matching
- เชื่อมโยงเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และหอการค้า เพื่อขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

๖. พัฒนาค้นและองค์กรสู่เกษตรอัจฉริยะ

- พัฒนา Smart Farmer และ Young Smart Farmer
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตและบริหารจัดการ
- สร้างผู้นำเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความคิดเชิงธุรกิจและนวัตกรรม
- เตรียมกำลังคนรองรับการเปลี่ยนแปลงของภาคเกษตร

๗. บูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน

- ภาครัฐสนับสนุนองค์ความรู้ มาตรฐาน และนโยบาย
- ช.ก.ส. สนับสนุนเงินทุน นวัตกรรม และการตลาด
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขยายตลาดและยกระดับสินค้า
- หอการค้าจังหวัดเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจและภาคเอกชน
- เกษตรกรเป็นผู้ขับเคลื่อนการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง

ภาพกิจกรรม

เสวนา “ทิศทางและโอกาสใหม่เกษตรไทยสู่มูลค่าสูง”

วันจันทร์ที่ ๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๙ เวลา ๐๘.๓๐ น.

ณ ห้องรอยัลอิน โรงแรมชั้นธาราเวลเนส รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล จังหวัดฉะเชิงเทรา









กิจกรรมที่ ๒ กิจกรรมเชื่อมโยงและส่งเสริมเครือข่ายตลาดสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ภายในงาน
“การประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ในโรงเรียนระดับชาติ ครั้งที่ ๒๕ (วทร.๒๕)”
รายละเอียดกิจกรรมดังนี้

๑. จัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ “สินค้าและบริการเกษตรมูลค่าสูง” ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และผู้ประกอบการด้านการเกษตร โดยใช้พื้นที่ภายในงาน “การประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ในโรงเรียนระดับชาติ ครั้งที่ ๒๕ (วทร.๒๕)” ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานจากนักเรียน ครู บุคลากรทางการศึกษา นักวิชาการ และประชาชนจากหลากหลายพื้นที่เป็นช่องทางในการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภค และขยายเครือข่ายทางการตลาด

๒. จัดบูธแสดงและจำหน่ายสินค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ บูธ

คัดเลือกและนำผู้ผลิต เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และผู้ประกอบการที่มีสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูงเข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า **ไม่น้อยกว่า ๑๐ บูธ** โดยเน้นสินค้าที่มีคุณภาพ มีอัตลักษณ์ มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่า และสามารถพัฒนาไปสู่ตลาดที่มีมูลค่าสูงได้ ภายในบูธส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเสนอ **สินค้าตัวอย่าง การสาธิตผลิตภัณฑ์ การให้ข้อมูลสินค้า การจำหน่ายสินค้า และการประชาสัมพันธ์ช่องทางการสั่งซื้อออนไลน์** เพื่อเชื่อมโยงไปยังช่องทางการตลาดของผู้ประกอบการ อันเป็นการสนับสนุนการตลาดแบบ Offline to Online และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่

๓. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ “สินค้าเกษตรมูลค่าสูง” กิจกรรมส่งเสริมการขาย **"จับไข่มุนรางวัล"** เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย กระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า และสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ได้จัดกิจกรรม **"เมื่อมียอดการสั่งซื้อ จับไข่มุนรางวัล"** ตลอดระยะเวลาการจัดงาน โดยเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดฉะเชิงเทรา มีรายละเอียดดังนี้

- ผู้ที่สั่งซื้อสินค้าภายในงาน จะได้รับสิทธิ์ **จับไข่มุนรางวัล จำนวน ๑ ครั้ง ต่อยอดการสั่งซื้อ** เพื่อรับของรางวัลหรือคูปองแทนเงินสด (Voucher)

- ภายในไข่มุนจะบรรจุรางวัลหลากหลายระดับ เพื่อสร้างความตื่นเต้นและเพิ่มแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า ประกอบด้วย

- Voucher มูลค่า ๒๐๐ บาท จำนวน ๑๐ ใบ มูลค่า ๒,๐๐๐ บาท
- Voucher มูลค่า ๑๐๐ บาท จำนวน ๑๕ ใบ มูลค่า ๑,๕๐๐ บาท
- Voucher มูลค่า ๕๐ บาท จำนวน ๒๐ ใบ มูลค่า ๑,๐๐๐ บาท
- รางวัลปลอบใจ มูลค่า ๑,๕๐๐ บาท สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่ได้รับ Voucher มูลค่าสูง เพื่อให้ผู้ร่วมกิจกรรมทุกคนได้รับของที่ระลึกและเกิดความประทับใจ
- ผู้ได้รับ Voucher สามารถนำไปใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าภายในงานตามเงื่อนไขที่ผู้จัดงานกำหนด

๒. ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด (KPI)

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน
ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๕๐๐ คน
ร้านค้า/กลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมงาน	๑๑ ร้าน/กลุ่ม
กิจกรรมประชาสัมพันธ์	๓ ครั้ง (ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน ๓ เพจ)
มูลค่าการจำหน่ายสินค้า	๙๐,๐๐๐ บาท

๓. การประเมินผลโครงการ

จากการสำรวจผู้เข้าร่วมงาน จำนวน ๕๐๐ ตัวอย่าง แบ่งเป็น เพศ ชาย ๑๕๐ คน หญิง ๓๕๐ คน

รายการประเมิน

ระดับความพึงพอใจ

- | | |
|-------------------------|---|
| ๑. รูปแบบการจัดงาน | ๔ |
| ๒. เนื้อหามีความเหมาะสม | ๕ |
| ๓. คุณภาพสินค้า | ๕ |
| ๔. การจัดนิทรรศการ | ๕ |
| ๕. ระยะเวลาในการจัดงาน | ๕ |
| ๖. ประโยชน์ที่ได้รับ | ๕ |

คะแนนเฉลี่ยรวม ๔.๘๓ จาก ๕.๐๐ (ร้อยละ ๙๖.๖๗) อยู่ในระดับ "มากที่สุด"

๕. ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

๑. เกิดการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการเกษตรมูลค่าสูงในวงกว้าง
๒. เกิดช่องทางการตลาดและการจำหน่ายสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น
๓. เกิดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น
๔. เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายทางการตลาด ระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ผลิตมีโอกาสนำเสนอสินค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภค ได้รับข้อมูลความต้องการของตลาด และสามารถต่อยอดช่องทางการจำหน่ายทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์
๕. สินค้าเกษตรมูลค่าสูงของจังหวัดฉะเชิงเทราได้รับการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดี โดยผู้เข้าร่วมงานได้รู้จักสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีศักยภาพของจังหวัด รวมถึงเห็นความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเชื่อมโยงตลาด

ภาพกิจกรรมเชื่อมโยงและส่งเสริมเครือข่ายตลาดสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง
ภายในงาน “การประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ในโรงเรียนระดับชาติ ครั้งที่ ๒๕ (วทร.๒๕)”
วันที่ ๒๔ - ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๖๙
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา









