

ด้าน V : Values การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร

- เป้าหมาย**
1. สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร มีความปลอดภัย มีคุณภาพมาตรฐานสากล มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และเป็น High value agriculture มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น
 2. สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของกลุ่มอาชีพ และกลุ่มสตรีในสังกัดสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร เพิ่มรายได้แก่สหกรณ์และสมาชิกอย่างยั่งยืน
 3. มีเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร และภาคเอกชนเพิ่มขึ้น เชื่อมต่อตลอดห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร
 4. สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ได้รับการยอมรับด้านความปลอดภัย คุณภาพ และมีภาพลักษณ์ของการส่งเสริมเกษตรกรและชุมชน ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคาสูง เพื่อซื้อสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการ

ลำดับ	แนวทางการขับเคลื่อน	ตัวชี้วัดการขับเคลื่อนนโยบาย ปี 2569 - 2570	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (ปรับ)
1	<p>ยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง</p> <p>1.1 ส่งเสริมการขอรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ให้ได้ตามมาตรฐานไทย และมาตรฐานสากล โดยเฉพาะสินค้าอาหารปลอดภัย เช่น GHP HACCP อินทรีย์ เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า</p> <p>1.2 ส่งเสริมการจดทะเบียนและเพิ่มคุณภาพสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น (GI) เพิ่มมูลค่าด้วย Storyline ของสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร</p> <p>1.3 วิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าตลอดห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร</p> <p>1.4 นำเทคโนโลยี งานวิจัยด้านการเกษตรมาต่อยอดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มุ่งสู่การเป็นสินค้าเกษตรมูลค่าสูง High value agriculture</p>	<p>1) สินค้าเกษตรเดิม ผลิตภัณฑ์เดิม หรือบริการเดิม ของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ได้รับการพัฒนาให้มีมูลค่าสูงขึ้น (Value) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 6</p> <p>2) สินค้าเกษตรใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือบริการใหม่ ได้รับการพัฒนาให้มีมูลค่าสูงอย่างน้อย 1 สินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการ (** ในการรายงานผลการขับเคลื่อนให้รายงานผลเชิงปริมาณ จำนวนสินค้าผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน มูลค่า ช่องทางการตลาด คู่ค้า เป็นต้น ที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน**)</p>	<p>1) การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ได้รับการพัฒนาคุณภาพตามมาตรฐานมีความปลอดภัย ได้รับการรับรองและมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค</p> <p>2) สินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่น และสินค้าเกษตรแปรรูปมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สินค้าสหกรณ์มีความแตกต่างและสามารถแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น</p> <p>3) มูลค่าการจำหน่ายการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สมาชิกสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น</p> <p>4) กลุ่มอาชีพกลุ่มสตรีและสหกรณ์มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดเพิ่มขึ้นเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถจำหน่ายได้จริงในตลาดที่มีมูลค่าสูง</p> <p>5) สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น</p>
2	<p>พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ กลุ่มสตรีและกลุ่มสมาชิก</p> <p>2.1 ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มต่าง ๆ แนวคิดที่สร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ผ่านการประกวด ให้แรงจูงใจในการพัฒนา เพิ่มมูลค่าด้วย Storylineและ Design ที่โดดเด่น</p> <p>2.2 มีการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์สินค้า(Brand Identity) เช่น ฉลาก บรรจุภัณฑ์สินค้า เพจโปรโมทสินค้า</p>		
3	<p>เชื่อมโยงเครือข่ายในวงกว้าง</p> <p>3.1 ขยายเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ภาคเอกชน สมาคมผู้ผลิต สมาคมผู้แปรรูปสินค้าสมาคมผู้ส่งออกสินค้าเกษตร ฯลฯ เชื่อมโยงด้วยการทำ MOU เกษตรพันธสัญญาเพื่อขยายบทบาทของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรตลอดห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์และบริการ</p>		
4	<p>ส่งเสริมการตลาด</p> <p>4.1 ส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ผ่านช่องทางของตนเอง การเข้าสู่ E-commerce และ Social Commerce</p> <p>4.2 ยกระดับภาพลักษณ์และราคาสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรด้วยการเชื่อมโยงพันธมิตรการตลาดระดับบน</p> <p>4.3 ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้คุณค่าของสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ด้วยการจัดอีเวนต์ tie-in กับสื่อต่าง ๆ และ Influencer</p>		