

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ลุยส่งเสริม เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร



กรมส่งเสริมสหกรณ์ เดินหน้าโครงการส่งเสริมเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร เน้นพัฒนากลุ่มเป้าหมายเดิม พร้อมขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ ครอบคลุมสินค้าเกษตร 5 ประเภท



การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรด้วยการส่งเสริม “เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น” ถือเป็นหนึ่งในนโยบายเร่งด่วนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ภายใต้การนำของศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ภิญโญสินวัฒน์ รัฐมนตรีและสหกรณ์ ที่ให้ความสำคัญเรื่องการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผ่านแนวคิด “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” ที่จะขับเคลื่อนภาคการเกษตรให้เกิดการพัฒนาทั้งระบบ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการยกระดับรายได้ของเกษตรกรเป็น 3 เท่า ภายใน 4 ปี

นายวิษณุ ศรีสุวรรณ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ เปิดเผยว่า กรมฯมุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งครอบคลุมสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย สินค้าศิลปาชีพ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงสินค้า

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พืชผลเกษตรและผลไม้เขตร้อน โดยการนำจุดเด่นของอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อผลักดันให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

“เรากำหนดแนวทางการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี พัฒนาระบบการผลิต และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ 2. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับความสามารถของเกษตรกรและชุมชนในการพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และ 3. สร้างอัตลักษณ์หรือนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า ซึ่งจากการพัฒนาที่ผ่านมาพบว่า สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นได้รับการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่บางแห่งยังขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตและเครือข่ายการตลาด จึงมีความจำเป็นที่ต้องขับเคลื่อนการพัฒนา มุ่งเน้นพัฒนากลุ่มเป้าหมายเดิม เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้เป็นที่รู้จัก ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ เป็นต้น” อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ กล่าว

ทั้งนี้ กรมส่งเสริมสหกรณ์ เริ่มดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 – 2567 ในกลุ่มสินค้า 4 ประเภท ได้แก่ ข้าว ผลไม้ หม่อนไหม และปศุสัตว์ (โคเนื้อ) ซึ่งตลอด 2 ปี มีมูลค่าการจำหน่ายถึง 1,300 ล้านบาท ทำให้ในปีงบประมาณ 2568 กรมฯ

จึงขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเป็น 85 แห่ง 47 จังหวัด โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มพัฒนาต่อยอด (สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมตั้งแต่ปี 2566 - 2567) จำนวน 57 แห่ง และ 2. กลุ่มผลักดันใหม่ (สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร/กลุ่มอาชีพภายใต้สังกัดสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น/ภูมิปัญญาพื้นถิ่น/ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน) จำนวน 28 แห่ง ครอบคลุมกลุ่มสินค้า 5 ประเภท ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ผ้าไหม/ผ้าทอ ปศุสัตว์ (โคเนื้อ) และผลิตภัณฑ์ชุมชน



สก๊อปพิเศษ

• ทีมข่าวภูมิภาค

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ส่งเสริมเกษตรกรอัตลักษณ์พื้นที่ ขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ ครอบคลุมสินค้าเกษตร 5 ประเภท

กรมส่งเสริมสหกรณ์ เดินหน้าโครงการส่งเสริมเกษตรกรอัตลักษณ์พื้นที่ของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร เน้นพัฒนากลุ่มเป้าหมายเดิม พร้อมขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ ครอบคลุมสินค้าเกษตร 5 ประเภท

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรด้วยการส่งเสริม “เกษตรกรอัตลักษณ์พื้นที่” ถือเป็นหนึ่งในนโยบายเร่งด่วนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ภายใต้การนำของ ศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ภูมิลินวัฒน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ให้ความสำคัญเรื่องยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ผ่านแนวคิด “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” ที่จะขับเคลื่อนภาคการเกษตรให้เกิดการพัฒนาทั้งระบบ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการยกระดับรายได้ของเกษตรกรเป็น 3 เท่า ภายใน 4 ปี

นายวิศิษฐ์ ศรีสุวรรณ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์เปิดเผยว่า กรมส่งเสริมสหกรณ์มุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ ซึ่งครอบคลุมสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์

โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย สินค้าศิลปาชีพสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พืชผลเกษตรและผลไม้เขตร้อน โดยการนำจุดเด่นของอัตลักษณ์พื้นที่และภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อผลักดันให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

“เรากำหนดแนวทางการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี พัฒนาระบบการผลิต และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าออกสู่ตลาด

ของสินค้าในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจากการพัฒนาที่ผ่านมาพบว่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่บางแห่งยังขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตและเครือข่ายการตลาด จึงมีความจำเป็นที่ต้องขับเคลื่อนการพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์



พื้นที่ของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นพัฒนากลุ่มเป้าหมายเดิม เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่เป็นที่รู้จักตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่นๆ ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ เป็นต้น” อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์กล่าว

ทั้งนี้ กรมส่งเสริมสหกรณ์ เริ่มดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2567 ในกลุ่มสินค้า 4 ประเภท ได้แก่ ข้าว ผลไม้ หม่อนไหม และปศุสัตว์ (โคเนื้อ) ซึ่งผลการขับเคลื่อนงานตลอด 2 ปี เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมากแก่สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีมูลค่าการ



อย่างสม่ำเสมอ 2) ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับความสามารถของเกษตรกรและชุมชนในการพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ 3) สร้างอัตลักษณ์หรือนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า รวมถึงสร้างความแตกต่างและความโดดเด่น





นายวิศิษฐ์ ศรีสุวรรณ
อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์

จำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์พื้นที่ประมาณ 1,300 ล้านบาท ทำให้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 กรมฯ จึงขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเป็น 85 แห่ง 47 จังหวัด โดยแบ่ง

กลุ่มการพัฒนาเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มพัฒนาต่อยอด (สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมตั้งแต่ปี 2566 - 2567) จำนวน 57 แห่ง และ 2) กลุ่มผลักดันใหม่ (สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร/กลุ่มอาชีพภายใต้สังกัดสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น/ภูมิปัญญาพื้นถิ่น/ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน) จำนวน 28 แห่ง ครอบคลุมกลุ่มสินค้า 5 ประเภท ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ผ้าไหม/ผ้าทอ ปศุสัตว์ (โคเนื้อ) และผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเชื่อมโยงด้านการตลาดกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอัตลักษณ์พื้นที่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาสินค้าของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรตลอดห่วงโซ่การผลิตได้อย่างครบวงจร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น ส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรสมาชิก รวมทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งแก่สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ให้เป็นที่พึ่งของมวลสมาชิกได้อย่างยั่งยืน

'กรมส่งเสริมสหกรณ์' ขยายเป้าหมาย กลุ่ม 5 สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น



กรุงเทพธุรกิจ • กรมส่งเสริมสหกรณ์
เดินทางโครงการส่งเสริมเกษตรอัตลักษณ์
พื้นถิ่นของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร เน้นพัฒนา
กลุ่มเป้าหมายเดิม พร้อมขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่
ครอบคลุมสินค้าเกษตร 5 ประเภทการสร้าง
มูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรด้วยการส่งเสริม
"เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น"

โครงการส่งเสริมเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น
ของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ถือเป็นหนึ่ง
ในนโยบายเร่งด่วนของกระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์ ที่ให้ความสำคัญเรื่องการยกระดับ
คุณภาพชีวิตของเกษตรกรผ่านแนวคิด "ตลาดนำ
นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้" ที่จะขับเคลื่อน
ภาคการเกษตรให้เกิดการพัฒนาทั้งระบบ
เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการยกระดับ
รายได้ของเกษตรกรเป็น 3 เท่า ภายใน 4 ปี

นายวิศิษฐ์ ศรีสุวรรณ์ อธิบดีกรมส่งเสริม
สหกรณ์ เปิดเผยว่า กรมส่งเสริมสหกรณ์
มุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่า
เพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น
ซึ่งครอบคลุมสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์
ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ
พื้นที่ สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย
สินค้าศิลปชีพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

รวมถึงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
พืชผลเกษตรและผลไม้เขตร้อน โดยการนำ
จุดเด่นของอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญา
ท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตและจำหน่าย
สินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อผลักดัน
ให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

"เรากำหนดแนวทางการพัฒนาและ
ต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร
อัตลักษณ์พื้นถิ่นไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1.ส่งเสริม
และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น
ด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี
พัฒนากระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์
เพื่อให้มีสินค้าออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ
2.ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับความสามารถ
ของเกษตรกรและชุมชนในการพัฒนาสินค้า
เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

3.สร้างอัตลักษณ์หรือนำเสนอเรื่องราว
เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า รวมถึงสร้าง
ความแตกต่างและความโดดเด่นของสินค้าใน
แต่ละท้องถิ่น ซึ่งจากการพัฒนาที่ผ่านมาพบว่า
สินค้าเกษตร อัตลักษณ์พื้นถิ่นได้รับการพัฒนา
องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแต่บางแห่งยังขาดการเชื่อมโยง
เครือข่ายผู้ผลิตและเครือข่ายการตลาด

จึงมีความจำเป็นต้องขับเคลื่อนการ
พัฒนาสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นของสหกรณ์
และกลุ่มเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้น
พัฒนากลุ่มเป้าหมายเดิม เพิ่มกลุ่ม
เป้าหมายใหม่ เพื่อต่อยอดและผลักดัน
ให้สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้เป็นที่
รู้จัก ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์
แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิต
อื่นๆ ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์
 เป็นต้น"

ทั้งนี้กรมส่งเสริมสหกรณ์ เริ่มดำเนินงาน
โครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตร
อัตลักษณ์พื้นถิ่น ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ.
2566 - 2567 ในกลุ่มสินค้า 4 ประเภท ได้แก่
ข้าว ผลไม้ หอมอ่อนใหม่ และปศุสัตว์ (โคเนื้อ)
ซึ่งผลการขับเคลื่อนงานตลอด 2 ปี เกิดผล
สัมฤทธิ์อย่างมากแก่สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร
ที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีมูลค่า การจำหน่าย
สินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นประมาณ 1,300 ล้านบาท
ทำให้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 กรมฯ
จึงขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเป็น 85 แห่ง
47 จังหวัด โดยแบ่งกลุ่มการพัฒนาเป็น 2 กลุ่ม
ประกอบด้วย

1.กลุ่มพัฒนาต่อยอด (สหกรณ์/กลุ่ม
เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมตั้งแต่ปี 2566 -
2567) จำนวน 57 แห่ง และ 2.กลุ่มผลักดันใหม่
(สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร/กลุ่มอาชีพภายใต้
สังกัดสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้า
ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น/ภูมิปัญญาพื้นถิ่น/
ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน) จำนวน 28 แห่ง
ครอบคลุมกลุ่มสินค้า 5 ประเภท ได้แก่ ข้าว
ผลไม้ ผักไหม/ผักพอ ปศุสัตว์ (โคเนื้อ) และ
ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงด้านการตลาด
กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่น อันจะ
นำไปสู่การพัฒนาสินค้าของสหกรณ์/กลุ่ม
เกษตรกร ตลอดห่วงโซ่อุปทานได้อย่าง
ครบวงจร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
ให้สูงขึ้น ส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกร
สมาชิก รวมทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็ง
แก่สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ให้เป็นที่พึ่งของ
มวลสมาชิกได้อย่างยั่งยืน

ชูอัตลักษณ์สินค้าเกษตร

นายวิศิษฐ์ ศรีสุวรรณ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ เปิดเผยว่า กรมดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น มาเป็นระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2566-2567 ในกลุ่มสินค้า 4 ประเภท ได้แก่ ข้าว ผลไม้ หม่อนไหม และ ปศุสัตว์ (โคเนื้อ) เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมากแก่สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นประมาณ 1,300 ล้านบาท

ทั้งนี้ ปีงบประมาณ 2568 กรมจึงขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเป็น 85 แห่ง 47 จังหวัด แบ่งกลุ่มการพัฒนาเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1.กลุ่มพัฒนาต่อยอด (สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมตั้งแต่ปี 2566-2567) จำนวน 57 แห่ง และ 2.กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร/กลุ่มอาชีพภายใต้สังกัดสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น/ภูมิปัญญาพื้นถิ่น/ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน) จำนวน 28 แห่ง

ทั้งนี้จะครอบคลุมกลุ่มสินค้า 5 ประเภท ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ผักไหม/ผักทอ ปศุสัตว์ (โคเนื้อ) และผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเชื่อมโยงด้านการตลาดกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่น นำไปสู่การพัฒนาสินค้าของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น สู่เป้าหมายการยกระดับรายได้ของเกษตรกรเป็น 3 เท่า ภายใน 4 ปี