



กรมประมง

สินค้าและบริการมูลค่าสูง 7 สินค้า ประกอบด้วย

1. สินค้าปลาสวยงาม
2. สินค้ากุ้งทะเลเต็มสุก/แช่แข็ง
3. สินค้ากุ้งทะเลมีชีวิต
4. สินค้ากุ้งก้ามกราม
5. สินค้าปลานิล
6. สินค้าปลากะพงขาว
7. สินค้าปูม้า

กรมประมง

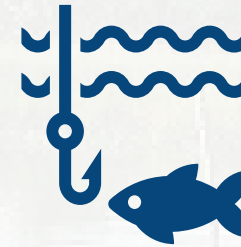
กลุ่ม/แปลง

23



จำนวนเกษตรกร

2,182 ราย



พื้นที่รวม

46,583.32 ไร่

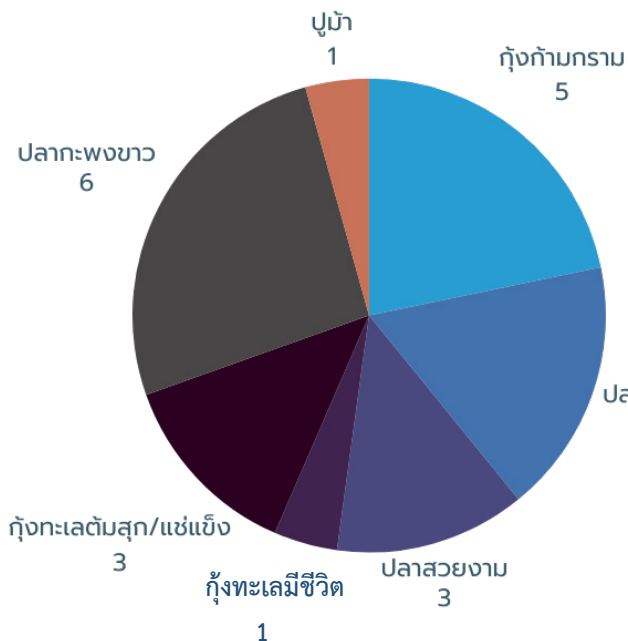


18 จังหวัด

23 อำเภอ

23 ตำบล

การแบ่งกลุ่มตามชนิดสินค้า



- ปลาสวายงาม 3
- กุ้งทะเลต้มสุก/แช่แข็ง 3
- กุ้งทะเลมีชีวิตร 1
- ปลาบิล 4
- กุ้งก้ามกราม 5
- ปลากะพงขาว 6
- ปูม้า 1

การรวมกลุ่ม

- กลุ่มแปลงใหญ่ 16 แปลง
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่ม
- ชมรมผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ 1 กลุ่ม
- คลัสเตอร์ 1 กลุ่ม
- กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ 1 กลุ่ม
- สมาคมผู้เพาะเลี้ยง 1 กลุ่ม
- องค์กรชุมชนประมงเข้มแข็ง 1 กลุ่ม

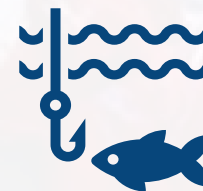
สินค้าปลาสวยงาม



3 กลุ่ม



จำนวนเกษตรกร
171 ราย



พื้นที่
178.32 ไร่

การรวมกลุ่ม

- แปลงใหญ่ 1 แปลง
- วิสาหกิจชุมชน 1 กลุ่ม
- ชมรมผู้เพาะเลี้ยง 1 กลุ่ม

- กลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำสวยงามจังหวัดราชบุรี ตำบลปากแรต จังหวัดราชบุรี
- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงปลากัดสี/ปลาสวยงามตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม
- ชมรมผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำสวยงามเพื่อการส่งออกจังหวัดนครปฐม ตำบลสามควายเผือก จังหวัดนครปฐม

ตัวอย่างการขับเคลื่อน “ **ปลาสวยงาม** ” 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงปลากัดสี/ปลาสวยงามตำบลหนองปากโลง ตำบลหนองปากโลง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

01

ความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่ม

จำนวนสมาชิก 104 ราย

พื้นที่เลี้ยง 78 ไร่

ปริมาณผลผลิต 11,280,000 กก./ปี

มาตรฐานที่ได้รับ GMP กรมประมง

ช่องทางการจำหน่าย

จีน , สหรัฐอเมริกา , สิงคโปร์

รายได้ต่อปี 45,120,00 บาท/ปี

02

การส่งเสริมกลุ่ม ของหน่วยงานที่ผ่านมา

ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรชุมชน

ประมงเข้มแข็ง จำนวน 100,000 บาท

ส่งเสริมให้เกษตรกรได้รับรองมาตรฐานฟาร์ม GAP

03

ผลลัพธ์ของการส่งเสริม

กลุ่มฯ มีผลผลิตและรายได้เพิ่มมากขึ้น

สมาชิกในกลุ่มได้รับรองมาตรฐานฟาร์ม GAP เพิ่มมากขึ้น

Pain Point

- ขาดแคลนอาหารมีชีวิตในบางช่วงการผลิต
- ไม่สามารถส่งออกปลาไปต่างประเทศในช่วงฤดูหนาว
- สัตว์น้ำเป็นโรคระบาดในช่วงฤดูฝน

แนวทาง

- ส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่มผลิตอาหารมีชีวิต
- อบรมให้ความรู้และแนวทางป้องกันเรื่องโรคสัตว์น้ำ
- ขยายช่องทางตลาดในประเทศ

Action Plan สินค้าปลาสวยงาม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงปลากัดสี/ปลาสวยงามตำบลหนองปากโลง

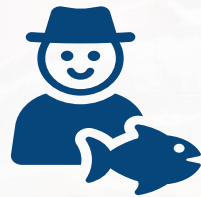
ลำดับที่	รายละเอียดกิจกรรม	มี.ค 67	เม.ย 67	พ.ค 67	มิ.ย	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67	
1	อบรมให้ความรู้ด้านการผลิตอาหารมีชีวิต	←————→							
2	ให้ความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาสายพันธุ์ตามความต้องการของตลาด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก	←————→							
3	พัฒนาเกษตรกรให้เข้าสู่มาตรฐานเพื่อการส่งออกไปต่างประเทศ	←————→							

สินค้ากุ้งทะเลต้มสุก/แช่แข็ง

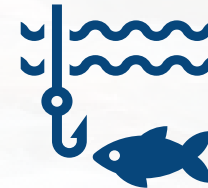


สินค้ากุ้งทะเลมีชีวิต

4 กลุ่ม



จำนวนเกษตรกร
1,009 ราย



พื้นที่
31,951 ไร่

การรวมกลุ่ม

- แปลงใหญ่ 3 แปลง
- กลุ่มคลัสเตอร์กุ้งกุลาดำ 1 กลุ่ม

สินค้ากุ้งทะเลต้มสุก/แช่แข็ง

- กลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งขาว นายายอาม ตำบลช้างข้าม จังหวัดจันทบุรี
- ชมรมผู้เลี้ยงกุ้งคุณภาพชุมพร ตำบลบางหมาก จังหวัดชุมพร
- กลุ่มเกษตรกรทำประมงพัฒนาเกษตรพอเพียง 49 ตำบลโรงเข้ จังหวัดสมุทรสาคร

สินค้ากุ้งทะเลมีชีวิต

- คลัสเตอร์กุ้งกุลาดำไทย ตำบลฉลอง จังหวัด ภูเก็ต

ตัวอย่างการขับเคลื่อน “ กุ้งทะเลมีชีวิต คลัสเตอร์กุ้งกุลาดำไทย ” 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง
คลัสเตอร์กุ้งกุลาดำไทย ตำบลฉลอง อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

01

ความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่ม

จำนวนสมาชิก 673 ราย

พื้นที่เลี้ยง 27,710 ไร่

ปริมาณผลผลิต 9,100 กก./ปี

มาตรฐานที่ได้รับ GAP , มกษ. 7436

ช่องทางการจำหน่าย จีน , ฮองกง

รายได้ต่อปี 2,275,000,000 บาท/ปี

02

การส่งเสริมกลุ่ม ของหน่วยงานที่ผ่านมา

1. ส่งเสริมการใช้ลูกกุ้งกุลาดำคุณภาพ
2. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากจุลินทรีย์ และสนับสนุนงบประมาณจัดตั้งศูนย์ผลิตหัวเชื้อจุลินทรีย์ที่มีคุณภาพ
3. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเป็นไปตามเงื่อนไขของประเทศคู่ค้า
4. สนับสนุนการตรวจโรคในโรงเพาะฟัก ฟาร์ม และ Packing house เพื่อการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้า (ประเทศจีน)
5. ส่งเสริมการเลี้ยงตามหลักวิชาการเพื่อเพิ่มอัตราการรอดของกุ้งกุลาดำ ณ ตลาดปลายทาง
6. ส่งเสริมฟาร์มเพาะเลี้ยงเข้าสู่การรับรองมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี เพื่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ
7. สร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค สนับสนุนการเพิ่มช่องทางการตลาด ทั้งการร่วมกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ และกิจกรรมเจรจาธุรกิจกับคู่ค้าต่างประเทศ

03

ผลลัพธ์ของการส่งเสริม

1. ลดต้นทุนการผลิต ลดความเสี่ยงการเกิดโรค กุ้งมีอัตราการสูงขึ้น ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น และมีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
2. ประเทศคู่ค้ามีความเชื่อมั่นในสินค้ากุ้งกุลาดำมีชีวิตที่ปลอดภัยก่อโรค
3. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากมูลค่าสินค้า และค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น
4. เกษตรกรได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี
5. มีช่องทางการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศเพิ่มขึ้น







Pain Point

- ต้นทุนการผลิตสูง
- มีเที่ยวบินในการส่งออกกุ้งทะเลมีชีวิตน้อย

แนวทาง

- การเพิ่มเที่ยวบินเพื่อส่งออกกุ้งทะเลมีชีวิตเพื่อการบริโภค
- การเปิดช่องทางขนส่งกุ้งทะเลและสัตว์น้ำโดยรถไฟผ่านสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน
- เจรจาบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์น้ำเพื่อลดราคาอาหารสัตว์น้ำให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อเป็นลดต้นทุนด้านอาหารสัตว์น้ำ
- การจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์และส่งเสริมการบริโภคกุ้งทะเลพร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายกุ้งทะเลภายในประเทศ

Action Plan สินค้ากุ้งทะเลมีชีวิต คลัสเตอร์กุ้งกุลาดำไทย

ลำดับที่	รายละเอียดกิจกรรม	มี.ค 67	เม.ย 67	พ.ค 67	มิ.ย 67	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67	
ระยะสั้น (ปี 2567)									
1	เพิ่มเที่ยวบินระหว่างจังหวัดภูเก็ตกับประเทศจีน และส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-จีน								
2	เจรจาเปิดด่านกักกันสัตว์ ที่ด่านโมฮาน และเตรียมความพร้อม อำนวยความสะดวกในการขนส่งผ่านด่านฯ หนองคาย								
3	เสนอของบประมาณในการตรวจวิเคราะห์โรคกุ้งทะเลเพิ่มเติม								
4	เจรจาบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์น้ำเพื่อลดราคาอาหารสัตว์น้ำ								
5	สนับสนุนและส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน Solar Cell								
6	ส่งเสริมให้ความรู้เรื่องการใช้จุลินทรีย์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ								

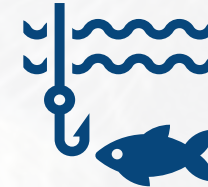
สินค้าปลานิล



4 กลุ่ม



จำนวนเกษตรกร
159 ราย



พื้นที่
1,483 ไร่

การรวมกลุ่ม

- แปลงใหญ่ 2 แปลง
- วิสาหกิจชุมชน 1 กลุ่ม
- กลุ่มเกษตรกร 1 กลุ่ม

- แปลงใหญ่ปลานิล ตำบลบ้านต้า จังหวัดพะเยา
- แปลงใหญ่ปลานิล ตำบลท่าข้าม จังหวัดชลบุรี
- กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ศรีดอนไชย ตำบลศรีดอนไชย จังหวัดเชียงราย
- วิสาหกิจชุมชนบ้านโป่งเกลือ ตำบลแม่ปืม จังหวัดพะเยา



ตัวอย่างการขับเคลื่อน “ **ปลาปัด** ” 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง
วิสาหกิจชุมชนบ้านโป่งเกลือ ตำบลแม่ปืม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา

01 ความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่ม

จำนวนสมาชิก 20 ราย

สถานที่ประกอบการแปรรูป 0.1 ไร่

ปริมาณผลผลิต 24,000 กก./ปี

มาตรฐานที่ได้รับ ประมงธงเขียว
, GMP , GAP , โอท็อป 4 ดาว ,
Aproduct

ช่องทางการจำหน่าย
จำหน่ายภายในประเทศ

รายได้ต่อปี 600,000 บาท/ปี

02 การส่งเสริมกลุ่ม ของหน่วยงานที่ผ่านมา

แนะนำสู่ขลัษณะการผลิต

ให้การรับรองมาตรฐานตราสัญลักษณ์ประมงธงเขียว

ส่งเสริมการตลาดสินค้าตราสัญลักษณ์ประมงธงเขียว

นำสินค้ามาจำหน่ายในร้าน Fisherman Shop

03 ผลลัพธ์ของการส่งเสริม

สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานประมงธงเขียว

มียอดจำหน่ายและรายได้เพิ่มมากขึ้น

Pain Point

- ขาดอุปกรณ์เครื่องมือในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสินค้า
- มีความต้องการขยายตลาด

แนวทาง

- สนับสนุนและปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องมือการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตลดเวลาและต้นทุน เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องสำหรับล้างและแยกกากกับเนื้อปลา
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า และประชาสัมพันธ์สินค้าให้ทั่วถึง

Action Plan สินค้าปลานิล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโป่งเกลือ

ลำดับที่	รายละเอียดกิจกรรม	มี.ค 67	เม.ย 67	พ.ค 67	มิ.ย 67	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67	
1	ส่งเสริมด้านการตลาดโดยการสร้างการรับรู้และการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ภายใต้การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการแปรรูปสัตว์น้ำ	←—————→							
2	นำข้อมูลจากการลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโป่งเกลือ ต. แม่ปืม อ. เมือง จ. พะเยา ประชุมและจัดทำแผนการพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ ดังนี้	↔							
	- พัฒนาเครื่องมือสำหรับล้างและแยกก้างและเนื้อปลา								
	- หาข้อมูลเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต								
	- จัดทำแผนถ่ายทอดความรู้และจัดฝึกอบรม ทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่กับด้านการตลาด	←—————→							
3	วิศวกรกรมดำเนินการพัฒนาเครื่องต้นแบบสำหรับล้างและแยกก้างและเนื้อปลา ระยะเวลาดำเนินการ								
4	ลงพื้นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการจัดการหลังการจับ การแปรรูปสัตว์น้ำ เทคนิคการบรรจุและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์								
	ติดตามผลการปรับปรุงโรงเรือนการผลิตและการยื่นขอเลขสารบบอาหาร (อย. ใหม่)								
5	จัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและด้านการเพิ่มช่องทางทางการตลาด	↔							
6	จัดทำอุปกรณ์ต้นแบบ และจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าของกลุ่ม พร้อมลงพื้นที่ถ่ายทอด	←—————→							
	เทคนิคการใช้และการรักษาเครื่องมือ (รอจัดสรรงบประมาณ)								
7	กิจกรรมเพิ่มช่องทางการตลาด โดยการกระจายสินค้าสู่ผู้แทนจำหน่ายหรือคู่ค้ารายใหม่ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ประกอบการ	↔							

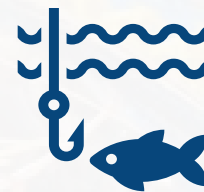
สินค้ากุ้งก้ามกราม



5 กลุ่ม



จำนวนเกษตรกร
178 ราย



พื้นที่
1,798 ไร่

การรวมกลุ่ม

- แปลงใหญ่ 5 แปลง

- กลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งบางระกำ ตำบลบางระกำ จังหวัดนครปฐม
- วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่กุ้งก้ามกรามบ้านสะพานพัฒนา ตำบลองครักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี
- แปลงใหญ่กุ้งก้ามกราม หมู่ที่ 18 ตำบลรางหวาย จังหวัดกาญจนบุรี
- แปลงใหญ่กุ้งก้ามกรามบ้านโปรงแค ตำบลบัว จังหวัดกาฬสินธุ์
- กลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามบางแพ ตำบลดอนใหญ่ จังหวัดราชบุรี

ตัวอย่างการขับเคลื่อน “ **กุ้งก้ามกราม** ” 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง
แปลงใหญ่กุ้งก้ามกราม ตำบลรางหวาย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

01 ความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่ม

จำนวนสมาชิก 41 ราย

พื้นที่เลี้ยง 521 ไร่

ปริมาณผลผลิต 130,771 กก./ปี

มาตรฐานที่ได้รับ GAP กรมประมง

ช่องทางการจำหน่าย
จำหน่ายภายในประเทศ

รายได้ต่อปี 25,892,658 บาท/ปี

02 การส่งเสริมกลุ่ม ของหน่วยงานที่ผ่านมา

- ส่งเสริมการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มเพื่อพัฒนาสู่การจัดตั้งเป็นกลุ่มสหกรณ์
- วางแผน การตลาดและการขาย (Marketing and sales) ความต้องการของผู้บริโภค
- ส่งเสริมการใช้ลูกพันธุ์ที่มีคุณภาพ
- วางแผนให้ได้ผลผลิตต่อเนื่อง มีผลผลิตตลอดทั้งปี
- พัฒนาสินค้าเพื่อให้ได้คุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี

03 ผลลัพธ์ของการส่งเสริม

- ลดต้นทุนการผลิตกุ้งก้ามกรามที่มีคุณภาพ
- สินค้ากุ้งก้ามกรามผ่านการรับรองมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปต่อยอดสู่ระดับมาตรฐานสากลต่อไป
- เชื่อมโยงและเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร

Pain Point

- มีความต้องการขยายตลาดไปในต่างประเทศ
- ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

แนวทาง

- ส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจและบูรณาการความร่วมมือในการส่งออกกุ้งก้ามกราม
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันแก้ไข บูรณาการเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

Action Plan สินค้ากุ้งก้ามกราม วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่กุ้งก้ามกรามบ้านสะพานพัฒนา

ลำดับที่	รายละเอียดกิจกรรม	มี.ค 67	เม.ย 67	พ.ค 67	มิ.ย 67	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67
1	เจรจาบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์น้ำเพื่อลดราคาอาหารสัตว์น้ำให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อเป็นลดต้นทุนด้านอาหารสัตว์	← →						
2	สนับสนุนอุปกรณ์พลังงานทดแทน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนพลังงาน		← →					
3	ส่งเสริมด้านการตลาดโดยการสร้างการรับรู้และการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ภายใต้การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการแปรรูปสัตว์น้ำ	← →						
4	กิจกรรมเพิ่มช่องทางการตลาด โดยการกระจายสินค้าสู่						← →	

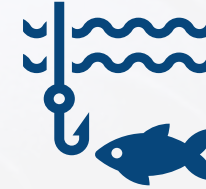


สินค้าปลากะพงขาว

6 กลุ่ม



จำนวนเกษตรกร
640 ราย



พื้นที่
11,173 ไร่

การรวมกลุ่ม

- แปลงใหญ่ 5 แปลง
- กลุ่มสมาคมผู้เลี้ยงปลาทะเลไทย 1 กลุ่ม

- แปลงใหญ่ปลากะพงขาว หมู่ 3,4,5,6 ตำบล คลองนิมมยาศรา จังหวัดสมุทรปราการ
- ผู้เลี้ยงปลาทะเลตำบลห้วงน้ำขาว ตำบลห้วงน้ำขาว จังหวัดตราด
- แปลงใหญ่ปลากะพงขาว ตำบลดอนยายหนู จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- แปลงใหญ่ปลากะพงขาวในกระชัง กลุ่มรักเกาะยอ หมู่ 4,5,8 ตำบลเกาะยอ จังหวัดสงขลา
- กลุ่มเลี้ยงปลากะพงขาวะหริ่ง ตำบลยามู ตำบลบางปู ตำบลหนองแรต จังหวัดปัตตานี
- สมาคมผู้เลี้ยงปลาทะเลไทย ตำบลบางกะไห จังหวัดฉะเชิงเทรา



ตัวอย่างการขับเคลื่อน “ **ปลากะพง** ” 1 ทองถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง

สมาคมผู้เลี้ยงปลาทะเลไทย ตำบลบางกะไห อำเภอมืองกะไห จังหวัดฉะเชิงเทรา

01

ความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่ม

จำนวนสมาชิก 500 ราย

พื้นที่เลี้ยง 10,000 ไร่

ปริมาณผลผลิต 29,400 กก./ปี

มาตรฐานที่ได้รับ GAP , มกษ. 7436

ช่องทางการจำหน่าย
พม่า, ตะวันออกกลาง

รายได้ต่อปี 1,800,000 บาท/ปี

02

การส่งเสริมกลุ่ม ของหน่วยงานที่ผ่านมา

1. ส่งเสริมการใช้ลูกพันธุ์คุณภาพ มีมาตรฐาน
2. ส่งเสริมฟาร์มเพาะเลี้ยงให้ได้มาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี และกระบวนการผลิตสัตว์น้ำให้ได้มาตรฐานสัตว์น้ำเพื่อการส่งออก
3. ส่งเสริมการใช้จุลินทรีย์เพื่อควบคุมโรค และคุณภาพน้ำทดแทนการใช้ยาและสารเคมี
4. ยกระดับคุณภาพสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
5. ส่งเสริมการจัดการและการแปรรูปปลากะพงขาวเพื่อเพิ่มมูลค่า
6. สร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค สนับสนุนการเพิ่มช่องทางการตลาด ทั้งการร่วมกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ (Seabass fair 2 ครั้ง) และ กิจกรรมเจรจาธุรกิจกับคู่ค้าต่างประเทศ

03

ผลลัพธ์ของการส่งเสริม

1. ลดต้นทุนการผลิต ลดความเสี่ยงการเกิดโรค เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตปลากะพงที่มีคุณภาพ ลดการใช้ยาและสารเคมี ลดสารตกค้างตรงความต้องการของผู้บริโภค
2. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากมูลค่าสินค้า และค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น
3. เกษตรกรได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี
4. มีช่องทางการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศเพิ่มขึ้น

Pain Point

- ต้นทุนการผลิตที่สูง
- มีความต้องการขยายตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

แนวทาง

- เจาะจาบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์น้ำเพื่อลดราคาอาหารสัตว์น้ำให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ
- ยกระดับมาตรการควบคุมการนำเข้าด้านอาหารปลอดภัย ซึ่งรวมถึงการตรวจวิเคราะห์โรคและสารตกค้างในสินค้านำเข้า
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายปลากะพงขาวภายในประเทศ โดยการเพิ่มจุดจำหน่ายผ่านร้านค้า โมเดิร์นเทรด และช่องทางการจำหน่ายออนไลน์
- การเปิดตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อส่งออกสินค้าปลากะพงขาวไปยังประเทศจีน

Action Plan สินค้า ปลากระพงขาว สมาคมผู้เพาะเลี้ยงปลาทะเลไทย

ลำดับที่	รายละเอียดกิจกรรม	มี.ค 67	เม.ย 67	พ.ค 67	มิ.ย 67	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67
ระยะสั้น (ปี 2567)								
1	จัดทำแผนการผลิตและการพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ	↔						
2	ดำเนินการมาตรการควบคุมการนำเข้าปลากระพงขาว	←	→					
3	จัดกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคปลากระพงขาวภายในประเทศ "Seabass Fair"	↔						
4	กิจกรรมตรวจประเมินฟาร์มและสถานประกอบการเพื่อเปิดตลาดส่งออกไปยังประเทศจีน		↔					
5	โครงการเชื่อมโยงการระบายจำหน่ายปลากระพง ปี 2567 (กรมการค้าภายใน)	←	→					
6	ส่งเสริมให้ความรู้เรื่องการใช้จุลินทรีย์ในการเลี้ยงปลากระพงขาว เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ	←	→					
7	พัฒนาตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าปลากระพงขาว เช่น การเสริม DHA	←	→					
8	ส่งเสริมการยกระดับการเพาะเลี้ยงปลากระพงขาวให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ GAP	←	→					
9	เจรจาบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์น้ำเพื่อลดราคาอาหารสัตว์น้ำ	←	→					

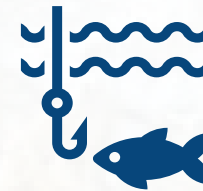


สินค้าปูม้า

1 กลุ่ม



จำนวนเกษตรกร
25 ราย



พื้นที่
0 ไร่

การรวมกลุ่ม

- กลุ่มธนาคารปูม้า บ้านอีเล็ด

กลุ่มธนาคารปูม้า บ้านอีเล็ด ตำบลหาดทรายรี อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร

ตัวอย่างการขับเคลื่อน “ **ปทุม** ” 1 ทองถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง

กลุ่มธนาคารปทุม บ้านอีเล็ด ตำบลหาดทรายรี อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร

ผลิตภัณฑ์ปทุม (จ๊อปู ทอดมันปู ปูจ๋า)

01

ความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่ม

จำนวนสมาชิก 25 ราย

พื้นที่เลี้ยง - ไร่

ปริมาณผลผลิต 7,200 กก./ปี

มาตรฐานที่ได้รับ ประมงธงเขียว

ช่องทางการจำหน่าย

จำหน่ายภายในประเทศ

รายได้ต่อปี 1,267,200 บาท/ปี

02

การส่งเสริมกลุ่ม ของหน่วยงานที่ผ่านมา

สนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้อเครื่องมือประมง (อวนตาห่าง) เพื่อให้กลุ่มฯ สามารถใช้สำหรับจับปูม้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

03

ผลลัพธ์ของการส่งเสริม

กลุ่มฯ สามารถใช้สำหรับจับปูม้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

Pain Point

- ปูม้าที่จับได้มีขนาดเล็ก เนื่องจากใช้อวนตาถี่
- มีความต้องการขยายตลาดภายในประเทศ
- ขาดแคลนอุปกรณ์แปรรูป

แนวทาง

- ส่งเสริมให้กลุ่มฯ ใช้อวนตาห่างในการจับปูม้า
- เพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่อขยายตลาดภายในประเทศ

Action Plan สินค้า ปูม้า กลุ่มธนาคารปูม้า บ้านอิเล็ด

ลำดับที่	รายละเอียดกิจกรรม	มี.ค 67	เม.ย 67	พ.ค 67	มิ.ย 67	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67
ระยะสั้น (ปี 2567)								
1	7.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์ปูม้าและสินค้าแปรรูป ให้มีความหลากหลาย และส่งเสริมให้ได้รับมาตรฐานประมงเชิงเขียว หรือมาตรฐานอื่นๆ							
2	7.1.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ปูม้า และส่งเสริมให้ได้รับมาตรฐานประมงเชิงเขียว หรือมาตรฐานอื่นๆ	←→						
4	7.1.2 พัฒนาจุดจำหน่ายและเชื่อมโยงการตลาด	←→						
5	7.1.3 ติดตามและประเมินผล					←→		←→
6	7.2 ส่งเสริมการใช้เครื่องมือประมงพื้นบ้านที่อนุรักษ์ปูม้าให้มีใช้มีจับอย่างยั่งยืน							
7	7.2.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้และสร้างจิตสำนึกการใช้ทรัพยากรปูม้าอย่างยั่งยืน (ลอบตาห่าง/อวนตาห่าง)	←→				←→		←→
8	7.2.2 ฟื้นฟูและสร้างเครือข่ายธนาคารปูม้า	←→				←→		←→