

# ปัญหา/อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหา

---

สถาบันเกษตรราภิบาล

20 พ.ค.58

# 1.คน (Man)

กลุ่ม	หัวข้อ	เรื่อง	ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
กลุ่ม2	Man	คน	เกษตรกรขาดการมีส่วนร่วม	ให้ความรู้กับผู้ขายเรื่องตลาดเกษตรกร/คณะทำงานมีการพบปะพูดคุยบ้าง
กลุ่ม2	Man	คน	รายได้ต่อครั้งไม่คุ้มค่า/เกษตรกรไม่มีเวลามาขายเอง	จัดโครงสร้าง/แยกกลุ่ม-ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย
กลุ่ม3	Man	คน	เกษตรกร/ผู้จำหน่ายยังขาดความรู้เรื่องการตลาด/บริการ	ให้ความรู้/อบรม/ดูงานเรื่องการตลาดแก่เกษตรกร และความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอ/สร้าง brand
กลุ่ม4	Man	คน	ผู้จัดการมีข้อจำกัด ทำให้ไม่สามารถบริหารจัดการตลาดให้มีประสิทธิภาพได้ เช่น ผู้จัดการได้รับมอบอำนาจ แต่การจัดการข้ามหน่วยงานในทางราชการมีข้อจำกัดเพราะต้องผ่านผู้บริหารสูงสุดแต่ละหน่วยก่อน ผู้จัดการไม่สามารถบริหารจัดการเบ็ดเสร็จ เพราะทำงานเชื่อมโยงหลายหน่วยงาน สั่งการหรือขอความร่วมมือข้ามหน่วยงานได้ไม่รวดเร็ว	สร้างแรงบันดาลใจ สร้างเครือข่าย บูรณาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
กลุ่ม8	Man	คน	เกษตรกรยังมีแนวคิดแบบเกษตรกร	พบปะพูดคุยกับเกษตรกรบ่อยๆ
กลุ่ม8	Man	คน	ผู้จัดการตลาดขาดประสบการณ์	
กลุ่ม1	Man	คน	เกษตรกรไม่ชำนาญ/ขาดทักษะด้านการตลาด	ให้ความรู้/ศึกษาดูงานแก่เกษตรกร

## 2.การจัดการ (Management)

กลุ่ม1	Management	การจัดการ	การบริหารจัดการตลาดเกษตรกร (ภาครัฐเข้าไปจัดการ/เกษตรกรไม่รู้ลึกเป็นเจ้าของ)	ให้เกษตรกร/ผู้ขายเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ(ตั้งคณะกรรมการ, กำหนดกฎกติกา แสดงความคิดเห็น, ร่วมแก้ไขปัญหา ฯลฯ)
กลุ่ม5	Management	การจัดการ	เกษตรกรตัวจริงไม่สามารถมาจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง	ให้เกษตรกรร่วมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน ส่งตัวแทนมาขาย (ผจก.)
กลุ่ม6	Management	การจัดการ	ไม่มีการวางแผนการผลิตให้เชื่อมโยงความต้องการฯ เป็นตลาดสินค้าพรีเมียม(สินค้าน้อย, คนขายน้อย, สม่่าเสมอของสินค้า, คุณภาพ มาตรฐาน)	สำรวจความต้องการบริโภค, อบรมจัดทำแผนการผลิตสินค้าให้เกษตรกร(การปลูกผักนอกฤดู)
กลุ่ม7	Management	การจัดการ	ขาดระบบการจัดการสินค้าและการจัดหมวดหมู่ประเภทสินค้า	ให้องค์ความรู้ในการจัดการสินค้าและโซนนิ่งพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้า
กลุ่ม7	Management	การจัดการ	ขาดการวางแผนการผลิต	จัดระบบข้อมูลของกลุ่มเกษตรกรเพื่อวางแผนการผลิต
กลุ่ม8	Management	การจัดการ	ไม่สามารถแยกโซนสินค้าได้ชัดเจน	แยกโซนสินค้าตามผลผลิตส่วนใหญ่เป็นหลัก
กลุ่ม1	Management	นโยบาย	ความชัดเจนของนโยบายสำหรับผู้ปฏิบัติ(สินค้า premium, เกษตรตัวจริง, สถานที่ในเมือง, เอกชนลงทุน, ขายเสาร์-อาทิตย์)	นโยบายที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับให้เหมาะแก่การปฏิบัติในพื้นที่/สนับสนุนงบประมาณขั้นต้น
กลุ่ม8	Management	นโยบาย	นโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติเร่งรัดและไม่ชัดเจน	ใช้คณะทำงานฯจัดการตลาด มีการบูรณาการงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน

## 2.การจัดการ (Management)

กลุ่ม1	Management	สินค้า	สินค้าเกษตรกรนำเข้าเสีง่าย	
กลุ่ม4	Management	สินค้า	ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน พรีเมียม ครบทุกชนิด	อบรมเกษตรกรให้เห็นคุณค่าของสินค้าพรีเมียม พัฒนาตัวเองเป็นมืออาชีพ
กลุ่ม4	Management	สินค้า	ผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอ ไม่ต่อเนื่อง	
กลุ่ม5	Management	สินค้า	สินค้าเกษตรบางชนิดมีไม่ต่อเนื่อง	ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรกรตามฤดูกาล เพื่อให้ผู้บริโภคไม่ให้เกิดความว่าง ให้มีการจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง
กลุ่ม5	Management	สินค้า	สินค้าที่ผ่านมาตรฐานการรับรอง ยังมีน้อย	ส่งเสริมให้สินค้าเกษตรได้รับมาตรฐานมากยิ่งขึ้น
กลุ่ม5	Management	สินค้า	สินค้าเกษตรมีเฉพาะตามฤดูกาล	วางแผนการผลิตสินค้าเกษตรให้กับเกษตรกร
กลุ่ม8	Management	สินค้า	เป็นสินค้าตามฤดูกาลไม่ต่อเนื่อง	มีการวางแผนการผลิต
กลุ่ม8	Management	สินค้า	สินค้าส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานรับรอง	นำเกษตรกรเข้าสู่ระบบรับรอง

# 3.การตลาด (Marketing)

กลุ่ม1	Marketing	การตลาด	การประชาสัมพันธ์ตลาดยังไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย	ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง โดยการเลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง/เข้มข้น
กลุ่ม3	Marketing	การตลาด	ไม่สามารถจำกัดลูกค้า/กำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ (A,B)	พัฒนา/ยกระดับตลาดให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้า A,B
กลุ่ม3	Marketing	การตลาด	การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง	เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์(หลากหลาย, จริงจังอย่างต่อเนื่อง)
กลุ่ม5	Marketing	การตลาด	รูปแบบการขายสินค้าเกษตรยังไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการสินค้าแบบไหน
กลุ่ม6	Marketing	การตลาด	การประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ(มีงบฯ)
กลุ่ม7	Marketing	การตลาด	การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย	บูรณาการกับทุกส่วนโดยขอความร่วมมือในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรให้ทั่วถึง

# 3.การตลาด (Marketing)

กลุ่ม1	Marketing	สินค้า	สินค้าเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีน้อย	บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง(มอกช., สสจ.)
กลุ่ม1	Marketing	สินค้า	สินค้าไม่หลากหลาย	ควรมีการวิจัยตลาด(ผู้บริโภค,สินค้า) เพื่อการวางแผนการผลิตและการตลาด
กลุ่ม2	Marketing	สินค้า	สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน มีตลาดรองรับแล้ว	มีชุดตรวจสอบสารเคมีช่วงออกจำหน่าย
กลุ่ม2	Marketing	สินค้า	ผู้ผลิตมีสินค้าไม่ต่อเนื่อง	คัดผู้ผลิตที่อยู่ใกล้กับตลาด
กลุ่ม3	Marketing	สินค้า	สินค้าบางชนิดไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องการรับรองมาตรฐานเข้าไปดำเนินการ
กลุ่ม3	Marketing	สินค้า	สินค้าบางชนิดไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค/ลูกค้า	ให้เกษตรกรมีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม
กลุ่ม3	Marketing	สินค้า	สินค้าที่นำมาจำหน่ายไม่หลากหลายเพียงพอต่อผู้บริโภค	ให้เกษตรกรมีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม
กลุ่ม3	Marketing	สินค้า	สินค้าไม่มีบรรจุภัณฑ์	ให้ความรู้/อบรม/ดูงานเรื่องการตลาดแก่เกษตรกรและความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอ/สร้าง brand
กลุ่ม4	Marketing	สินค้า	เกษตรกรต้องพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์	สร้างเกษตรกรให้เป็นผู้จัดการตัวจริง
กลุ่ม5	Marketing	สินค้า	บรรจุภัณฑ์ ยังไม่โดนใจผู้บริโภค/เกษตรกรไม่ให้ความสำคัญ	
กลุ่ม7	Marketing	สินค้า	บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน	ขอรับการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน
กลุ่ม7	Marketing	สินค้า	สินค้าไม่ตรงกับความต้องการของตลาด	วิเคราะห์และสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย/ลูกค้า
กลุ่ม8	Marketing	สินค้า	ตลาดมีสินค้าไม่หลากหลาย	ขอความร่วมมือจากส่วนราชการ

# 4.อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก (Material)

กลุ่ม1	Material	สถานที่	สถานที่/ทำเลที่ตั้ง(เป็น outdoor ไม่เข้ากับเงื่อนไขตลาด/ไม่เหมาะสมกับลมฟ้าอากาศ) ไม่มั่นคงถาวร	ขอความร่วมมือกับภาคเอกชน (Modern Trade)
กลุ่ม2	Material	สถานที่	สถานที่/ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม	บูรณาการด้านสถานที่กับเอกชน / ประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง/หาสินค้าเด่นเพื่อดึงดูดลูกค้า
กลุ่ม5	Material	สถานที่	สถานที่จำหน่าย(บางจังหวัด) ไม่เหมาะสม	
กลุ่ม6	Material	สถานที่	ทำเลที่ตั้ง	ประสานภาคีเครือข่ายคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ
กลุ่ม7	Material	สถานที่	สถานที่ไม่เหมาะสมในการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร	บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดหาสถานที่
กลุ่ม8	Material	สถานที่	สถานที่ตั้งไม่เหมาะสม/ตลาดอยู่ห่างไกลแหล่งผลิต	ใช้ระบบฝากขาย/เป็นกลุ่ม
กลุ่ม3	Material	อุปกรณ์	ขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ในการบริหารจัดการ เช่น ชั้นจำหน่าย โต้ะ เก้าอี้	ขอรับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์จากภาคเอกชน
กลุ่ม5	Material	อุปกรณ์	อุปกรณ์ต่างๆไม่เพียงพอ	จัดหางบประมาณเพิ่มเติมเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์ที่ถาวร/บรรจุภัณฑ์
กลุ่ม7	Material	อุปกรณ์	ชั้นวางสินค้าไม่ได้มาตรฐาน	ขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์ให้ได้มาตรฐาน

# 5.เงิน (Man)

กลุ่ม4	Money	การเงิน	การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่องเพราะขาดงบประมาณ ผู้บริหารบางจังหวัดยังไม่ให้ความสำคัญ	
กลุ่ม6	Money	การเงิน	การดำเนินงานตลาดเกษตรไม่มีงบฯเฉพาะ	บูรณาการหน่วยงานภาคีจัดทำแผน สนับสนุน



# สรุป ประเด็นด้านการตลาด

1. คุณภาพสินค้า/ การรับรองมาตรฐานมีน้อย
2. ผู้ผลิตมีสินค้าไม่ต่อเนื่อง / ปริมาณบางชนิดไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค
3. สินค้าที่นำมาจำหน่ายไม่หลากหลาย / ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด
4. บรรจุภัณฑ์ ยังไม่โดนใจผู้บริโภค/ไม่ได้มาตรฐาน
5. การประชาสัมพันธ์ตลาดยังไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย

# แนวทางพัฒนาการตลาด

เรื่อง	แนวทางแก้ไขปัญหา
คุณภาพสินค้า	<ul style="list-style-type: none"><li>มีชุดตรวจสอบสารเคมีช่วงออกร้านจำหน่าย</li><li>ให้ความรู้/อบรม/ดูงานเรื่องการตลาดแก่เกษตรกร</li></ul>
ปริมาณไม่เพียงพอ	<ul style="list-style-type: none"><li>คัดผู้ผลิตที่อยู่ใกล้กับตลาด</li><li>ให้เกษตรกรมีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม</li></ul>
สินค้าไม่หลากหลาย/ไม่ตรงความต้องการลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"><li>วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการสินค้าแบบไหน</li><li>สร้างเกษตรกรให้เป็นผู้จัดการตัวจริง</li><li>ควรมีการวิจัยตลาด(ผู้บริโภค,สินค้า) เพื่อการวางแผนการผลิตและการตลาด</li><li>พัฒนา/ยกระดับตลาดให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้า A,B</li><li>ของบสนับสนุนเพื่อใช้สำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย</li></ul>
บรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"><li>ให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอ/สร้าง brandแก่เกษตรกร</li><li>พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน</li></ul>
ประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"><li>การเลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย</li><li>ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง จริงจังและต่อเนื่อง</li><li>จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ</li><li>บูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรให้ทั่วถึง</li></ul>

# แนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตร

---

สถาบันเกษตรราภิบาล

21 พ.ค.58

# แนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตร

กลุ่ม	สินค้า
กลุ่ม1	กระยาสารท ข้าวเหนียวลิ้มผัว บัวหิมะ
กลุ่ม2	มะม่วงน้ำดอกไม้
กลุ่ม3	กล้วยน้ำว้า ลำไย ข้าว
กลุ่ม4	ข้าว “ผิวสวย ตาใส หัวใจดี”(หอมมะลิ,สินเหล็ก หอมนิล สังกข์หยด หอมแดง) มะม่วงเบา กุ้งเชียงปลา สมุนไพร
กลุ่ม5	มะละกอ ข้าวสาร พริกสด
กลุ่ม6	ข้าวหอมมะลิ กล้วย ปลานิล
กลุ่ม7	ปลานิล ไวน์ข้าวเหนียวลิ้มผัว ชาข้าวน้ำผึ้งผสมมะนาว
กลุ่ม8	หญ้ารูปร่าง ข้าว ผักอินทรีย์ไอ โอเคิน

# มะม่วงน้ำดอกไม้

หัวข้อ	แนวทาง
1. คัดเกรด ราคาเพิ่ม/ลดตามเกรด	<ul style="list-style-type: none"><li>● จัมโบ้ A,B,C และ D</li></ul>
2.แปรรูป	<ul style="list-style-type: none"><li>● น้ำมะม่วง</li><li>● สัมแผ่น</li><li>● แยมมะม่วง</li><li>● ไอศกรีม</li><li>● ตากแห้ง</li><li>● มะม่วงหยี</li></ul>
3.การบรรจุหีบห่อ	<ul style="list-style-type: none"><li>● กล่องเล็ก(ใส่เนทโฟม) 1 กก. ประมาณ 3-5 ลูก</li><li>● ใส่กล่องใหญ่(ลัง)</li><li>● รวมสด+คิบ+แปรรูป ในกล่องเดียวกัน</li></ul>

# กล้วยน้ำว้า ลำไย ข้าว

หัวข้อ	แนวทาง
1.การสร้างมูลค่าเพิ่ม	<p>1)กล้วยน้ำว้า</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ นำไปแปรรูป</li><li>■ จัดทำบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดน่าสนใจ/น่าซื้อ</li><li>■ แบ่งจำหน่าย(จากหวี-&gt;แพ็คเล็ก) เหมาะกับการบริโภค</li></ul> <p>2) ลำไย</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ แปรรูป</li><li>■ บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ</li><li>■ พัฒนาสินค้าจากผลไม้เพื่อบริโภค เป็นยารักษาโรค/สมุนไพร</li></ul> <p>3)ข้าว</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ แปรรูป</li><li>■ บรรจุภัณฑ์ออกแบบดึงดูดน่าสนใจ</li><li>■ พัฒนาสินค้า เป็นเครื่องสำอาง(บำรุงพรรณ)</li></ul>

## 2. การพัฒนามาตรฐานสินค้า

กลัวน้ำว่า ลำไย ข้าว

สินค้าที่ยังไม่ได้รับ  
มาตรฐานการรับรอง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้การ  
รับรองไปดำเนินการ

สินค้าที่มีการรับรอง  
มาตรฐานแล้ว

เพิ่มการรับรอง มาตรฐานอื่นๆ  
(เพิ่มระดับ)

## หัวข้อ

## แนวทาง

### 3.การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

#### 1)ก๊วยน้ำว่า

- แบ่งก๊วยออกจากหีบบรรจุกล่องกระดาษ ข้างหน้าใส
- เพิ่มฉลากสรรพคุณ วันผลิต/หมดอายุ และคำแนะนำสำหรับบริโภค

#### 2) ลำไย

- ใช้วัสดุธรรมชาติ/ชะลอม
- เพิ่มฉลากสรรพคุณ

#### 3)ข้าว

- ทำบรรจุภัณฑ์ใหม่->size เล็กแบบสุญญากาศ (เช่น 1 ถุง เหมาะสำหรับบริโภคที่บ้าน)
- ถุงบรรจุภัณฑ์ใช้เป็นถุงตวงปริมาณในตัว เช่น ในถุง มีขีดบอกปริมาณการเติมน้ำสำหรับหุง
- เพิ่มฉลากสรรพคุณ



# ปลานิล

หัวข้อ	แนวทาง
ปลานิลพลังงาน	<p>1) วัตถุประสงค์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เกิดจากเกษตรกรในตำบล เลี้ยงปลานิลในกระชังกันมาก “สิ้นตลาด” ราคาตกต่ำ แม่บ้านเกษตรกรจึงคิดที่จะนำปลานิล มาแปรรูป และถนอมอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่า เพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มเกษตรกร ความสามัคคีพร้อมเพรียงของสมาชิก ความได้เปรียบที่มีกลุ่มเลี้ยงปลานิลในกระชังในพื้นที่ ทำให้ได้วัตถุดิบที่สดและราคาไม่สูง ส่งผลให้กลุ่มสามารถนำมาแปรรูปได้ตลอดทั้งปี</p> <p>2) ส่วนประกอบ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ เนื้อปลานิลสด 90% เกลือ 10%</li></ul> <p>3) วิธีการเก็บรักษา</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ เก็บในตู้เย็นได้นาน 1 ปี</li><li>■ นอกตู้เย็นเก็บได้นาน 3 เดือน</li></ul> <p>4) สถานที่ผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 77 หมู่ 1 ตำบล อีเซ อําเภอ โพธิ์ศรี จังหวัดศรีสะเกษ 33000 โทร 081-9701234, 045-622923</li></ul>

# มะละกอ ข้าวสาร ฟริกสด

หัวข้อ	แนวทาง
บรรจุกัญท์ (สินค้าทั้งสามอย่าง จะมี story มี ฉลากสินค้า มีข้อบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ มีการรับรองสินค้า)	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="622 261 1922 421">1) บรรจุกัญท์ของมะละกอ จะเป็นวัสดุที่ทำมาจากการถักสาน มีสายหรือหูหิ้วทำจากเชือกกล้วย เช่น ผักตบชวา กก ไหล เป็นต้น</li><li data-bbox="622 421 1922 581">2) บรรจุกัญท์ของข้าวสาร บรรจุถุงสุญญากาศ เป็นรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยมและทรงกลม</li><li data-bbox="622 581 1922 812">3) ฟริกสด การบรรจุจัดเรียงเม็ดฟริกให้เกิดความสวยงามและบรรจุในถุง active</li></ol>

# ข้าวหอมมะลิ กล้วย ปลูก

หัวข้อ	แนวทาง
1.การเพิ่มมูลค่า แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ	<p>1)ข้าวหอมมะลิ เช่น น้ำข้าวกล้อง ข้าวกล้องงอก แป้งข้าวหอมมะลิ ข้าวสวยกึ่งสำเร็จรูป โจ๊กข้าวหอมมะลิ</p> <p>2) กล้วย เช่น กล้วยก้อน กล้วยปิ้ง กล้วยทับ กล้วยชุบน้ำผึ้ง กล้วยฉาบ ทรงเครื่อง ฯลฯ</p> <p>3)ปลานิล เช่น ปลาต้ม ปลาแดดเดียว ปลาร้า ส้มปลา น้ำพริกปลา ปลาย่าง-เผา แหนมปลานิล กุนเชียงปลานิล นำไปประกอบอาหาร เช่น เมนูปลา เช่นปลาลุยสวน เป็นต้น</p>
2.พัฒนามาตรฐาน	<ul style="list-style-type: none"><li>■ พัฒนาแหล่งผลิตให้ได้ GAP</li><li>■ แหล่งแปรรูป+บรรจุให้ได้ GMP, HACCP, มพช, OTOP</li></ul>
3.พัฒนาบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"><li>■ ระบุตราสินค้า</li><li>■ ระบุคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง</li></ul>

# ข้าว ผักอินทรีย์

หัวข้อ	แนวทาง
1.การเพิ่มมูลค่า แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ	<p>1)ข้าว</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● ข้าว เช่น ข้าวขาว ข้าวเหนียว ข้าวหอมมะลิ ข้าวสีดำ</li><li>● ปลาข้าว เช่น ข้าวเหนียว+ซ้อค โกลีต/งาคำ/นมผง ฯลฯ</li></ul> <p>2) ผักอินทรีย์ ไอ โอดีน</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● ผักสดบรรจุถุง โดยมัดผัก จะห่อด้วยกาบกล้วย มัดด้วยตอกหรือเชือกกล้วย</li><li>● ผักอบแห้ง บด บรรจุแคปซูล</li></ul>
2.พัฒนาบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"><li>■ มีฉลาก ฯลฯ และวิธีรับประทาน</li></ul>