

การจัดการระบบตลาดปลาสวายในบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์
จังหวัดขอนแก่น
**Stripped Catfish Marketing Management of Ubonratana Dam's
Reservoir, Khon Kaen Province**

อิทธิพล มาศขาว¹ จรรย์ ไทยานนทร์² และ จินตนา เอี่ยมละออ²

Ittipon Maskow¹, Charun Dayananda² and Jintana Iamlaor²

Abstract

This research was aimed at studying the marketing system of Stripped Catfish, marketing channel, marketing margins, problems and recommendations to improve Stripped Catfish marketing system. Marketing data was collected from direct interview of fisherman, wholesalers and retailers by using questionnaires. The marketing channel of Stripped Catfish in the study started from fisherman → wholesalers → retailers → consumers because it was 90.33 percent of all quantities of fish. Marketing efficiency was measured by gross marketing margins which was composed of marketing costs and merchants profit (commissions). The results of the study indicated that marketing margins of wholesaler was 4.77 baht per one kilogram, dividing into marketing costs of 3.92 baht per one kilogram and merchants profit (commissions) of 0.85 baht per one kilogram the marketing margins of retailer was 26.93 baht per one kilogram, comprising marketing costs of 6.45 baht per one kilogram and merchants profit (commissions) of 20.48 baht per one kilogram. For the gross marketing margins was considered, Gross marketing margins was 31.70 baht per one kilogram, dividing into marketing costs of 10.37 baht per one kilogram and merchants profit (commissions) of 21.33 baht per one kilogram. Problems of Stripped Catfish marketing system were divided into 4 main problems. Firstly, fisherman equipments were very expensive. Secondly, There was intense competition between wholesalers to buy Stripped Catfish. Thirdly, Stripped Catfish's price highly fluctuated that it affected income of fisheries, wholesalers, and retailers. Finally, gasoline price sharply increased that caused high transportation cost. Recommendation for person who interested in this business might study consumer demand of Stripped Catfish, consumer satisfied of any Stripped Catfish product such as fresh or processed Stripped Catfish in order to reach mar.

¹ ผู้ช่วยนักวิจัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศญี่ปุ่น

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ระบบการตลาดของปลาสาวย ช่องทางการตลาด, ส่วนเหลือการตลาด, ปัญหา และข้อเสนอแนะ ในอันที่จะปรับปรุงระบบการตลาดปลาสาวย ข้อมูลการตลาด ได้รวบรวมจากการสัมภาษณ์ชาวประมง พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีก โดยตรงด้วยการใช้แบบสอบถาม ช่องทางการตลาดของปลาสาวยที่ใช้ศึกษาในที่นี้เริ่มจาก ชาวประมง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค เพราะว่าคิดเป็นร้อยละ 90.33 ของปริมาณปลาทั้งหมด จากนั้นก็หาส่วนเหลือการตลาดเพื่อใช้วัดประสิทธิภาพการตลาด ส่วนเหลือการตลาดประกอบด้วย ต้นทุนการตลาด และกำไรของพ่อค้า ผลการศึกษปรากฏว่า ส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายส่งเท่ากับ 4.77 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนการตลาดเท่ากับ 3.92 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 0.85 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายปลีกเท่ากับ 26.93 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนการตลาด 6.45 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้า 20.48 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อพิจารณาถึงส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดปรากฏว่า ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดเท่ากับ 31.70 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ 10.37 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 21.33 บาทต่อกิโลกรัม ปัญหาที่สำคัญของระบบการตลาดปลาสาวยมี 4 ข้อ ดังนี้ (1) เครื่องมือจับปลาของชาวประมงราคาแพง (2) มีการแข่งขันกันสูงมากในการซื้อปลาสาวยระหว่างพ่อค้าขายส่งท่าเรือ (3) ราคาปลาสาวยมีการเคลื่อนไหวขึ้นลงสูงมากทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของชาวประมง พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีก (4) ราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างรวดเร็วมีผลทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น ข้อเสนอแนะผู้ที่สนใจทำธุรกิจค้าปลานี้ ควรจะศึกษาถึงความต้องการปลาสาวยที่แท้จริง และควรจะศึกษาถึงความพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลผลิตปลาสาวย เช่น ต้องการซื้อเนื้อปลาสด หรือต้องการการแปรรูปปลาสาวยเสียก่อนเพื่อที่จะผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการของตลาด

บทนำ

การพัฒนาที่จะได้รับความร่วมมือจากเกษตรกร และมีประสิทธิภาพสูงย่อมต้องมีพื้นฐานอยู่ที่ความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของเกษตรกร สำหรับชาวไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคกลางและภาคอีสาน อาหารหลักคือข้าวกับปลา ดังจะเห็นได้ว่าเราเรียก “อาหาร” โดยทั่วไปว่า “กับข้าวกับปลา” และในการถามคนว่ารับประทานอาหารแล้วหรือยังเราจะพูดว่า “กินข้าวกินปลาแล้วหรือยัง” ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าปลาเป็นอาหารหลักควบคู่ไปกับข้าว (อคิน รพีพัฒน์ ,2529)

เขื่อนอุบลรัตน์ เป็นเขื่อนพลังงานน้ำแห่งที่สามของประเทศไทยและเป็นเขื่อนอเนกประสงค์ที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน ตัวเขื่อนสร้างกันแม่น้ำพอง ซึ่งเป็นสาขาของแม่น้ำชี ตรงรอยต่อของเทือกเขาภูพานและภูพานคำ ในเขตอำเภอบุขารัตน์ จังหวัดขอนแก่น เป็นเขื่อนดินที่บดอัดแน่นด้วยหิน แกนกลางเป็นดินเหนียว

อาณาเขตลุ่มน้ำของเขื่อนอุบลรัตน์ประกอบด้วยแม่น้ำใหญ่สองสายคือ แม่น้ำพอง และลำน้ำเชิญ ไหลมารวมกันผ่านช่องแคบเทือกเขาภูพานที่บริเวณที่เรียกว่า พองทับ ซึ่งเป็นที่ตั้งของตัวเขื่อนกักเก็บน้ำ (Impounding Dam) เมื่อดำน้ำพองถูกเก็บกักด้วยตัวเขื่อนอุบลรัตน์น้ำที่ไหลลงจากเทือกเขาไหลออกไม่ได้จึงท่วมตลิ่งและพื้นที่ดินเป็นอ่างเก็บน้ำ (Reservoir) มีลักษณะเป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเอื้อประโยชน์มากมายต่อประเทศชาติและประชากรในบริเวณตัวเขื่อนและอ่างเก็บน้ำ ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตไฟฟ้า ซึ่งสามารถผลิตไฟฟ้าได้ปีละ 65 ล้านกิโลวัตต์ต่อชั่วโมง ด้านการชลประทานและการเกษตรที่มีน้ำใช้ในด้านเกษตรตลอดปี ด้านการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดขอนแก่นแก่นที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมาก และทางด้านการประมง (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตเขื่อนอุบลรัตน์, 2512) ยังเป็นแหล่งประมงน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สำคัญแห่งหนึ่ง

ของประเทศ ทำให้ประชากรที่อาศัยในบริเวณริมอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์มีการประกอบอาชีพประมงเป็นส่วนใหญ่

ธุรกิจการผลิตปลาน้ำจืดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นธุรกิจที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม อันได้แก่ มีการใช้ทรัพยากรที่ดินหลากหลายขึ้นกว่าจากการใช้ปลูกพืชหลักๆ เพียงไม่กี่ชนิด ยังเป็นการช่วยแก้ปัญหาทุพโภชนาการหรือการบริโภคอาหารไม่ครบถ้วนตามหลักโภชนาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดโปรตีนในเด็ก และการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากภูมิภาคหรือจังหวัดอื่น ๆ

ปลาสวายเป็นปลาน้ำจืดประเภทไม่มีเกล็ดเช่นเดียวกับปลาเทโพเตพา และสังกะวาดเป็นปลาที่มีขนาดใหญ่มากรองจากปลาบึก ขนาดใหญ่ที่สุดมีความยาวถึง 150 เซนติเมตร ปลาชนิดนี้มีพบในแถบประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กัมพูชา เวียดนาม และไทย

ปลาสวายมีชื่อสามัญหรือชื่อภาษาอังกฤษว่า Stripped Catfish มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Pangasius sutchi* Fowler เป็นปลาที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศอีกชนิดหนึ่ง

ปลาสวายมีแหล่งกำเนิดในประเทศอินเดียและพม่า ต่อมาได้แพร่เข้ามาในประเทศไทย ปลาสวายมีรูปร่างค่อนข้างเรียวยาว หัวค่อนข้างกว้างแต่ไม่แบนมากนัก ปากอยู่ต่ำ กว้างทุ่ มีตาขนาดเล็ก มีหนวด 2 คู่คือ หนวดชากรโรโกรบน 1 คู่ และหนวดชากรโรกรล่าง 1 คู่ ซึ่งหนวดคู่แรกมีความยาวกว่าหนวดคู่ที่ 2 เส้นข้างตัวมีลักษณะเป็นเส้นสมบูรณ์ ส่วนสัดของลำตัวที่สำคัญ ๆ คือ ความยาวสุดของลำตัวประมาณ 4 เท่าครึ่ง ของความยาวส่วนหัว ส่วนความยาวมาตรฐานลำตัวยาวประมาณเกือบ 4 เท่าครึ่งของความกว้างลำตัว ครีบหลังมีก้านแข็ง 1 ก้าน มีลักษณะฟันเลื่อยและมีก้านแขนง 6 ก้าน มีครีบไขมันขนาดเล็กอยู่ระหว่างครีบหลังและครีบหาง ครีบกันมีก้านแข็ง 4 ก้าน และก้านแขนง 30-32 ก้าน ครีบหุมีก้านแข็ง 1 ก้าน และก้านแขนง 6 ก้าน ลักษณะภายในที่สำคัญ มีซี่เหงือก 20 ซี่ มีฟันซี่เล็ก ๆ เรียงเป็นแถวบนชากรโรกรบนทั้ง 2 คู่ มีฟันบนเพดาน

เรียงเป็น 2 แถว ปลาสวายที่แก่เต็มวัยจะมีลำตัวเป็นสี่เหลี่ยมด้านหน้าและด้านหลังและมีสีขาวบริเวณตั้งแต่ด้านข้างของลำตัว จากส่วนหน้าถึงโคนหางขนานไปกับเส้นข้างตัวทั้งด้านบนและด้านล่างทำให้แลดูสวยงามมาก และปลาสวายยังมีคุณค่าทางอาหารคือ เนื้อปลาสวายมีโปรตีนร้อยละ 14 ไขมันร้อยละ 5.5 ความชื้นร้อยละ 77.5 นอกจากนี้มีแคลเซียม เกลือ คาร์โบไฮเดรต และเถ้า เป็นต้น

ประโยชน์ของปลาสวายคือ ใช้บริโภคในครัวเรือน ใช้จำหน่ายสด และนำไปแปรรูป เช่น ทำปลาสวายรมควัน ลูกชิ้นปลาสวาย ข้าวเกรียบปลาสวาย ปลาสวายหวาน และเค็ม ในกรณีจำหน่ายปลาสวายสดไม่ได้ทันที สามารถเก็บไว้โดยวิธี แช่แข็ง คือ แล่เนื้อปลาเป็นชิ้น แล้วอัดเป็นก้อนเคลือบด้วยน้ำแข็งนำไปเก็บไว้ที่อุณหภูมิลบ 18 องศาเซลเซียส หรือต่ำกว่านี้ จะเก็บรักษาเนื้อปลาสวายได้นานถึงประมาณ 60 วัน โดยเนื้อปลาจะมีคุณภาพคงเดิม (ปกรณ อุ่นประเสริฐ, 2541)

ธุรกิจการผลิตปลาน้ำจืดในบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ จากการสำรวจในเบื้องต้นพบว่า ปลาสวายซึ่งเป็นผลผลิตจากอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์เป็นปลาที่ขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับปลาชนิดอื่น แต่กลับมีราคาต่ำ และยังพบว่าปลาสวายเหมาะสมที่จะศึกษาเกี่ยวกับวิธีการตลาดภายใต้ข้อจำกัดที่ว่าด้วยเรื่องเวลา คือ มีวิธีการตลาดที่สมบูรณ์ตามกระบวนการทางการตลาดคือ เริ่มจากชาวประมงไปยังพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีกที่ตลาดสดหลาย ๆ แห่งในจังหวัดขอนแก่น และที่สำคัญในขณะนี้ศึกษาเป็นช่วงเวลาที่ปริมาณปลาสวายเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงเป็นการเหมาะสมและสะดวกในการที่จะศึกษาระบบการตลาดของปลาชนิดนี้ เพราะปลาสวายมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการประกอบอาชีพของชาวประมง ถ้าปลาสวายมีราคาที่สูงขึ้นและคนนิยมบริโภคเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลต่อรายได้ของชาวประมงด้วย ส่งผลทำให้มีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวประมงดีขึ้นได้

ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจในการที่จะศึกษาถึงวิธีการดำเนินการทางการตลาดระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ปริมาณปลาและการจัดการผลผลิตปลาในบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ ระบบการตลาดปลาสายที่จับได้ในบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนทางการตลาด วิธีการตลาด ว่ามีลักษณะการดำเนินงานอย่างไร มีประสิทธิภาพเพียงใด มีปัญหาเกิดขึ้นอย่างไรรวมทั้งศึกษาปัญหาของการจัดการผลผลิตปลา ปัญหาทางการตลาดปลาสาย ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในระบบตลาด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ชาวประมงและพ่อค้าระดับต่าง ๆ สามารถจัดการผลผลิตและจัดการด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ชาวประมง พ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีก โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) กับชาวประมง พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีก แล้วทำการศึกษากระบวนการตลาด ช่องทางการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดดังนี้

ส่วนเหลือการตลาด	=	ราคาของผู้บริโภคจ่าย - ราคาที่เกษตรกรได้รับ
	=	$P_r - P_f$
หรือ	=	$M_c + C_m$
P_r	=	ราคาขายปลีกที่ตลาดสด (บาทต่อกิโลกรัม)
P_f	=	ราคาที่เกษตรกรได้รับ (บาทต่อกิโลกรัม)
M_c	=	ต้นทุนการตลาด (บาทต่อกิโลกรัม)
C_m	=	กำไรของพ่อค้า (บาทต่อกิโลกรัม)
P_r	=	$P_f + (M_c + C_m)$
M_c	=	ราคาน้ำมัน + ราคาถุงพลาสติก + ราคาน้ำแข็ง + ค่าเช่าแผง + ค่าโทรศัพท์ + ค่าแรงงาน + ค่าน้ำ + ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
C_m	=	กำไรของพ่อค้าขายส่ง + กำไรของพ่อค้าขายปลีก

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาด

วิธีการตลาดปลาสายเป็นการศึกษาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายของชาวประมงให้แก่พ่อค้าคนกลางต่าง ๆ จนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งผลการศึกษาวិธีการตลาด (Marketing channel) ของปลาสาย ดังแสดงใน Fig. 1

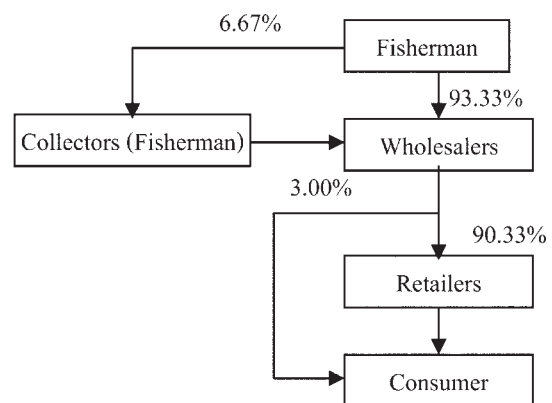


Fig. 1 Marketing channel of Stripped Catfish

ซึ่งสามารถนำมาแสดงเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ช่องทาง

ช่องทางที่ 1 ชาวประมง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค

ช่องทางที่ 2 ชาวประมง → ชาวประมงผู้รวบรวม → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค

ช่องทางที่ 3 ชาวประมง → ชาวประมงผู้รวบรวม → พ่อค้าขายส่ง → ผู้บริโภค

ช่องทางที่ 4 ชาวประมง → พ่อค้าขายส่ง → ผู้บริโภค

การวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดใช้ช่องทางที่ 1 ในการคำนวณเพราะช่องทางนี้ชาวประมงจะขายปลาสดไว้มากที่สุดถึงร้อยละ 90.93 ของปริมาณทั้งหมด ซึ่งสามารถเขียนเป็นช่องทางได้ดังนี้



Fig. 2 Marketing channel of Stripped Catfish for calculating marketing margins

ผลการคำนวณส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายส่ง ปรากฏว่าพ่อค้าขายส่งมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 4.77 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 26.43 ของราคาขายส่ง ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนการตลาดเท่ากับ 3.92 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 21.72 ของราคาขายส่ง และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 0.85 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 4.71 ของราคาขายส่ง (Table 1)

Table 1 A computation of marketing margins of wholesaler

Item	Stripped Catfish	
	Baht/kg	Percentage
1. Wholesale price	18.05	100.00
2. Farmer's price	13.28	73.57
3. Marketing margins of wholesaler	4.77	26.43
3.1 Marketing costs	3.92	21.72
- Gasoline	1.13	6.26
- Ice cost	0.91	5.04
- Telephone cost	0.25	1.39
- Labor cost	0.87	4.82
- Other expenditures	<u>0.76</u>	<u>4.21</u>
3.2 Commissions	0.85	4.71

ผลการคำนวณส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายปลีก ปรากฏว่าพ่อค้าขายปลีกมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 26.93 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 59.87 ของราคาขายปลีก ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ 6.45 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 14.34 ของราคาขายปลีก และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 20.48 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 45.53 ของราคาขายปลีก (Table 2)

Table 2 A computation of marketing margins of retailer

Item	Stripped Catfish	
	Baht/kg	Percentage
1. Retail or consumer price	44.98	100.00
2. Wholesale price	18.05	40.13
3. Marketing margins of retailer	26.93	59.87
3.1 Marketing costs	6.45	14.34
- Gasoline	3.77	8.38
- Plastic bag cost	0.54	1.20
- Ice cost	1.26	2.80
- Rent	0.36	0.80
- Telephone cost	0.30	0.67
- Water cost	0.03	0.07
- Other expenditures	<u>0.19</u>	<u>0.42</u>
3.2 Commissions	20.48	45.53
สรุปผลการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมด	ขายปลีก ดังนั้นส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดเท่ากับ	
ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดเท่ากับต้นทุน	31.70 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 70.48 ของราคา	
การตลาดทั้งหมดและกำไรของพ่อค้าทั้งหมด ราคาขาย	ขายปลีก ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนการตลาดทั้งหมดเท่ากับ 10.37	
ปลีกหรือราคาของผู้บริโภคเท่ากับ 44.98 บาทต่อกิโลกรัม	บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 23.05 ของราคาขายปลีก	
หรือร้อยละ 100.00 ชาวประมงผู้จับปลาจะได้รับราคา	และกำไรของพ่อค้าทั้งหมดเท่ากับ 21.33 บาทต่อกิโลกรัม	
13.28 บาทต่อกิโลกรัมหรือร้อยละ 29.52 ของราคา	หรือร้อยละ 47.42 ของราคาขายปลีก (Table 3)	

Table 3 Fisherman's price and gross marketing margins as the percentage share of retail or consumer price in stripped catfish marketing

Item	Baht/kg	Share of consumer Prices (%)
Fisherman's share	13.28	29.52
Gross marketing margins	31.70	70.48
Marketing costs*	10.37	23.05
Commissions	21.33	<u>47.42</u>
Retail or consumer price	44.98	100.00

* All operating costs plus transportation costs

ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดเท่ากับ 31.70 บาทต่อกิโลกรัม เกิดจากส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายส่งเท่ากับ 4.77 บาทต่อกิโลกรัม และส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายปลีก 26.93 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดทั้งหมด 10.37 บาทต่อกิโลกรัมที่เกิดจากต้นทุนการตลาดของพ่อค้าขายส่งเท่ากับ 3.92 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนการตลาดของพ่อค้าขายปลีกเท่ากับ 6.45 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้าทั้งหมดเท่ากับ 21.33 บาทต่อ

กิโลกรัม นั้นเกิดจากกำไรของพ่อค้าขายส่งเท่ากับ 0.85 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้าขายปลีกเท่ากับ 20.48 บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้นส่วนเหลือการตลาดสามารถคำนวณได้ 2 วิธีคือ (1) ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดเท่ากับต้นทุนการตลาดทั้งหมดรวมกับกำไรของพ่อค้าทั้งหมด = 10.37 + 21.33 = 31.70 บาทต่อกิโลกรัม (2) ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดเท่ากับราคาขายปลีกลบด้วยราคาของชาวประมง ($P_r - P_f$) = 44.98 - 13.28 = 31.70 บาทต่อกิโลกรัม (Table 3 และ Table 4)

Table 4 Fisherman’s price spreads and the break - down components of the gross marketing margins

Item	Stripped Catfish	
	Baht/kg	Percentage
1. Retail or consumer price P_r	44.98	100.00
2. Marketing costs M_c	10.37	23.05
Gasoline	4.90	10.89
Plastic bag cost	0.54	1.20
Ice cost	2.17	4.82
Rent	0.36	0.80
Telephone cost	0.55	1.22
Labor cost	0.87	1.93
Water cost	0.03	0.07
Other expenditures	<u>0.95</u>	<u>2.11</u>
3. Commissions C_m	21.33	47.42
4. Fisherman’s price P_f	13.28	29.52
5. Fisherman’s – retail price spread $P_r - P_f$	31.70	70.48
(Gross marketing margins)		

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงระบบการตลาดของปลาสาวย วิธีการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงระบบการตลาดปลาสาวย การศึกษานี้ได้เก็บรวบรวม

ข้อมูลระบบการตลาดจากการสัมภาษณ์ชาวประมง พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีก ด้วยแบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลปรากฏว่าได้ช่องทางการจัดจำหน่ายปลาสาวย 4 ช่องทาง คือ ช่องทางที่ 1 จากชาวประมง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค ช่องทางที่ 2

จากชาวประมง → ชาวประมงผู้รวบรวม → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค และช่องทางที่ 3 จากชาวประมง → ชาวประมงผู้รวบรวม → พ่อค้าขายส่ง → ผู้บริโภค และช่องทางที่ 4 จากชาวประมง พ่อค้าขายส่ง → ผู้บริโภค แต่การศึกษาส่วนเหลือการตลาดใช้ช่องทางที่ 1 ในการคำนวณ เพราะช่องทางนี้ชาวประมงขายปลามากที่สุดถึงร้อยละ 90.33 ของปริมาณทั้งหมด ซึ่งเขียนเป็นช่องทางได้ดังนี้ จากชาวประมง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค ผลการศึกษาส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายส่งปรากฏว่า พ่อค้าขายส่งมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 4.77 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนการตลาดเท่ากับ 3.92 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 0.85 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้าขายปลีก ปรากฏว่าพ่อค้าขายปลีกมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 26.93 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ 6.45 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 20.48 บาทต่อกิโลกรัม สรุปผลการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดของช่องทางนี้ปรากฏว่า ราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภคมีค่าเท่ากับ 44.98 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 100.00 ชาวประมงผู้จับปลาจะได้รับราคา 13.28 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 29.52 ของราคาขายปลีก ดังนั้นส่วนเหลือการตลาดทั้งหมด 31.70 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 70.48 ของราคาขายปลีก ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนการตลาดทั้งหมดเท่ากับ 10.37 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 23.05 ของราคาขายปลีก และกำไรของพ่อค้าทั้งหมดเท่ากับ 21.33 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 47.42 ของราคาขายปลีก

ปัญหาจากการศึกษา

1. อุปสรรคในการทำประมงมีราคาแพง
2. เกิดการแข่งขันกันสูงในการซื้อปลา ระหว่างพ่อค้าส่งในท่าเรือต่าง ๆ
3. ชาวประมง พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีก ประสบปัญหาหาราคาไม่แน่นอน จึงทำให้เกิดรายได้ไม่แน่นอนตามมา

4. น้ำมันมีราคาสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

การเสนอแนะนี้จะพยายามเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาสำหรับชาวประมง พ่อค้าขายส่งที่ทำปลาพ่อค้าปลีก เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับราคาที่เป็นธรรม และชาวประมงก็ได้รับราคาที่เหมาะสมและคุ้มทุน โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ปัจจุบันพบว่ายังไม่มีการแปรรูปปลาสดขายเท่าที่ควร ดังนั้นในช่วงที่ปลาสดมีปริมาณมาก หรือสินค้าล้นตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น ควรให้ความรู้เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาสดแก่ประชาชนในท้องถิ่น เพราะปลาสดสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด เช่น การทำปลาสดรมควัน หรือการทำลูกชิ้นปลาสด เป็นต้น ซึ่งการแปรรูปจะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้สูงขึ้น และหากมีกระบวนการแปรรูปที่มีประสิทธิภาพโดยการเสียต้นทุนที่ต่ำแล้ว ย่อมเกิดผลกำไรแก่ผู้แปรรูป และส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นได้

2) ในฤดูห้ามจับปลา หน่วยงานของรัฐควรเข้ามาอบรมให้ความรู้ในการประกอบอาชีพ เพื่อเป็นอาชีพเสริมให้ชาวประมง เพราะเกษตรกรผู้ทำประมงส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพประมงเพียงอย่างเดียว และจะมีเวลาว่างประมาณวันละ 5 ชั่วโมง เช่น การสานเสื่อ ซึ่งบริเวณเขื่อนอุบลรัตน์ มีต้นกกซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีมาก และประชากรบางส่วนในตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ก็มีอาชีพสานเสื่ออยู่แล้ว เป็นต้น

3) เกษตรกร รวมถึงพ่อค้าระดับต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ เช่น การรับรู้ข่าวสารการตลาด หรือข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมืองทั่วไป เพื่อรับรู้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น เมื่อราคาน้ำมันแพง ก็จะสามารถปรับตัวและวางแผนการผลิตหรือการดำเนินธุรกิจได้

4) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ ควรมีการศึกษาใน

เรื่องปริมาณความต้องการของผู้บริโภคปลาสวย ความพึงพอใจในการบริโภคปลาสวยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บริโภคปลาสวยสดหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อย่างอื่น เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตเพื่อที่จะผลิตสินค้าได้ตรงตามที่ต้องการ

เอกสารอ้างอิง

- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. 2548. เชื้อนอุบลรัตน์. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2548. จาก <http://www.stjohn.ac.th/department/school /www.egat.or.th/thai/dampowerplaht/ubolrat/ubolrat.html>.
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2520. รายงานผลการศึกษากลับกับการทำแพปลา.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525. กรุงเทพฯ.
- ชูพงษ์ ไชยไชย. 2545. ธุรกิจการผลิตปลาร้าในพื้นที่อ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปกรณ์ อุ่นประเสริฐ. 2541. การเพาะเลี้ยงปลาสวย. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2548. จาก <http://web.ku.ac.th/agri/saway>.
- พงษ์ศักดิ์ วิเศษสินธุ์. 2533. การตลาดสินค้าเกษตร. สงขลา: ฝ่ายพัฒนาไร่นาและสถาบันเกษตรกร สำนักงานส่งเสริมการเกษตรภาคใต้ สงขลา กรมส่งเสริมการเกษตร.
- ไพฑูรย์ รอดวินิจ. 2537. การตลาดสินค้าเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

เรืองฤทธิ์ ธีรฎฐ์ปัทมาพร. 2546. การวิเคราะห์ระบบการตลาดปลาช่อนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วีระพงษ์ พลธิรักษ. 2536/37. การศึกษาการผลิตปลาน้ำจืดเป็นการค้าในเขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 4 (2536/37). กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สละเทียน ปิ่นน้อย. 2536. หลักการจัดการฟาร์มสัตว์น้ำ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการจัดการประมง คณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุวิมล ตั้งประเสริฐ. 2542. องค์การและการจัดการ. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.

สำเนาวัลย์ ช้องสาย. 2540. รายงานการวิจัยเรื่องการผลิตการประมงน้ำจืดของเกษตรกรรายย่อยการเพิ่มผลผลิตการประมงน้ำจืดของเกษตรกรรายย่อย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อดิน รพีพัฒน์. 2529. ข้อคิดเห็นบางประการเกี่ยวกับการพัฒนาการประมง. กรุงเทพฯ.