



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
เรื่อง

ศักยภาพทางการผลิตและการตลาดของผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงปลา
น้ำจืดในอำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี

Potential on Production and Marketing of Aquaculture
Entrepreneurs in Saiburi District, Pattani Province

Prince of Songkla University
Pattani Campus

ดร. รุสลี นุห์

นายอับบาส หลับด้วง

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนวิจัยวิทยาเขตปัตตานี
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
ประจำปีงบประมาณ 2562 สัญญาเลขที่ ISL6203009S

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดในจังหวัดปัตตานี (2) เพื่อศึกษาการจัดการการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดในจังหวัดปัตตานี (3) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงปลาน้ำจืดในจังหวัดปัตตานี (4) เพื่อศึกษาสภาพการตลาดของปลาน้ำจืดในจังหวัดปัตตานี (5) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และการตลาดของปลาน้ำจืดจังหวัดปัตตานี และ (6) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดของปลาน้ำจืดในจังหวัดปัตตานี โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรเพาะเลี้ยงปลากระชังน้ำจืดในพื้นที่อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี จำนวน 30 ราย ผู้ทำหน้าที่การตลาด 8 ราย และเจ้าหน้าที่จากสำนักงานประมงจังหวัดปัตตานี จำนวน 4 ราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง และใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยสถิติอย่างง่าย ในรูปแบบการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการผลิต และการตลาดปลาน้ำจืดในพื้นที่อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดของปลากระชังน้ำจืดในพื้นที่อำเภอสายบุรี 3 ชนิด ได้แก่ ปลาเก็ดเหลือง ปลากระพง และปลาหีบหิม ผลการศึกษาพบว่า ปลาเก็ดเหลืองได้ผลผลิตเฉลี่ย 7.19 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร จำหน่ายในราคา 111.8 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 59.91 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบไปด้วยต้นทุนแปรผันทั้งหมด 57 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนคงที่ทั้งหมด 2.9 บาทต่อกิโลกรัม โดยเกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาเก็ดเหลืองมีรายได้สุทธิ 54.79 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิ 51.89 บาทต่อกิโลกรัม ราคาคุ้มทุนเท่ากับ 59.91 บาทต่อกิโลกรัม และผลผลิตคุ้มทุนเท่ากับ 3.9 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร สำหรับปลากระพงได้ผลผลิตเฉลี่ย 11.36 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร จำหน่ายในราคา 122 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 64.63 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบไปด้วยต้นทุนแปรผันทั้งหมด 63.29 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนคงที่ทั้งหมด 1.35 บาทต่อกิโลกรัม โดยเกษตรกรเพาะเลี้ยงปลากระพงมีรายได้สุทธิ 58.73 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิ 57.37 บาทต่อกิโลกรัม ราคาคุ้มทุนเท่ากับ 64.6 บาทต่อกิโลกรัม และผลผลิตคุ้มทุนเท่ากับ 6.2 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร ส่วนการเพาะเลี้ยงปลาหีบหิมนั้นมีผลผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 7.6 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร จำหน่ายในราคา 58.89 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 38.24 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบไปด้วยต้นทุนแปรผันทั้งหมด 35.80 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนคงที่ทั้งหมด 2.4 บาทต่อกิโลกรัม โดยเกษตรกรที่เพาะเลี้ยงปลาหีบหิมมีรายได้สุทธิ 23.08 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิ 20.65 บาทต่อกิโลกรัม ราคาคุ้มทุนเท่ากับ 38.24 บาทต่อกิโลกรัม และผลผลิตคุ้มทุนเท่ากับ 4.92 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร

ผลการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดปลากระชังน้ำจืดในอำเภอสายบุรี พบว่า สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง ได้แก่ แรงงานในการผลิตปลากระชังจำนวนเพียงพอ มีความรู้และทักษะทางด้านกรเพาะเลี้ยงปลากระชังน้ำจืดเป็นอย่างดี นอกจากนี้เกษตรกรสามารถผลิตปลากระชังน้ำจืดได้อย่างต่อเนื่องมีผลผลิตออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดมีความสามารถด้านการขนส่งและสามารถเก็บรักษาปลาน้ำจืดให้คงคุณภาพความสดอยู่เสมอ สำหรับปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนคือ เกษตรกรขาดความรู้ในเรื่องระบบการป้องกันโรค ขาดการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตปลาน้ำจืด และอาหารที่ซื้อมาก่อนข้างมีราคาสูงซึ่งทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

ปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส คือ สภาพพื้นที่ของอำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานีมีตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมในการเพาะเลี้ยงปลากระชัง อีกทั้งพื้นที่อำเภอสายบุรีมีแม่น้ำไหลผ่านที่สะอาดและปริมาณน้ำ

เพียงพอต่อการเพาะเลี้ยงปลากระชัง และปัจจุบันมีตลาดรองรับผลผลิตจากปลากระชังน้ำจืดสูง ส่วนปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคคือ ยังขาดแหล่งให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงปลากระชัง นโยบายของรัฐยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร นอกจากนี้แล้วเกษตรกรยังได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ โควิด 2019 (COVID-19) ทำให้การขนส่งไปขายยังประเทศมาเลเซียต้องหยุดชะงัก และขาดการส่งเสริมการจัดตั้งตลาดเกษตรกรหรือตลาดชุมชนโดยหน่วยงานของภาครัฐ

สำหรับแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาการเพาะเลี้ยงปลากระชังน้ำจืดในอำเภอสายบุรี ได้แก่ ขยายอาชีพการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดในกระชังให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดและส่งเสริมเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาน้ำจืดหรือผู้จำหน่ายปลาน้ำจืดในตลาดให้เรียนรู้การตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น จัดอบรมส่งเสริมให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อรับมือกับวิกฤตการแพร่ระบาดของ COVID-19 และส่งเสริมให้มีการจัดตั้งตลาดเกษตรกร รวมทั้งกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ศักยภาพ การผลิต การตลาด ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืด

Abstract

The research of the potential on production and marketing of aquaculture entrepreneurs: a case study of Saiburi District in Pattani province is aimed to study (1) the social and economic features of the aquaculture entrepreneurs (2) aquaculture management (3) cost – return of aquaculture (4) aquaculture markets (5) SWOT analysis of aquaculture products and markets and (6) the strategy development of aquaculture products and markets in Saiburi district, Pattani. 30 aquaculture entrepreneurs, 8 marketing agents, and 4 officers from Pattani provincial fisheries office were interviewed using the structured questionnaire. The data was analyzed using descriptive analysis i.e. frequency, percentage, and mean. SWOT analysis was conducted to determine the strategy of aquacultural products and markets in Saiburi district Pattani province.

This study focused on analyzing the potential products and markets of aquaculture in three types i.e. Hemibagrus, Seabass and Tilapia. The results of cost – return analysis revealed that for Hemibagrus, the average total output was 7.19 Kgs/m³ and Hemibagrus price was 111.8 Baht/Kgs. Total cost was equal to 59.91 Baht/Kgs which comprised of 42.46 Baht/Kgs of total variable cost and 2.9 Baht/Kgs of total fixed cost. Hemibagrus entrepreneurs received the total revenue equal to 54.79 Baht/Kgs and net profit was 51.89 Baht/Kgs while the break – even price was 60 Baht/Kgs and break – even yield was 3.9 Baht/m³. In addition, the average total output of Seabass was 11.36 Baht/Kgs while price was 122 Baht/Kgs. Total cost was 64.63 Baht/Kgs which mostly covered of total variable cost around 50.31 Baht/Kgs and total fixed cost was around 1.35 Baht/Kgs. Seabass entrepreneurs received the total revenue equal to 58.73 Baht/Kgs and net profit was 57.37 Baht/Kgs while the break – even price was 64.6 Baht/Kgs and break – even yield was 6.2 Baht/m³. Lastly, for Tilapia, the average total output was 7.6 Kgs/m³ and Tilapia price was 58.89 Baht/Kgs. Total cost was equal to 38.24 Baht/Kgs which comprised of 35.80 Baht/Kgs of total variable cost and 2.4 Baht/Kgs of total fixed cost. Tilapia entrepreneurs received the total revenue equal to 23.08 Baht/Kgs and net profit was 20.65 Baht/Kgs while the break – even price was 38.24 Baht/Kgs and break – even yield was 4.92 Baht/m³.

The results of SWOT analysis for the strength of product and market of aquaculture in Saiburi reveals that aquaculture entrepreneurs have enough knowledgeable and skilful in doing aquaculture farm. Aquaculture entrepreneurs are able to produce the aquaculture products all year round. Marketing agents are skilful, keep safty and always keep fresh the aquaculture products during the transportation. For the weekness, aquaculture entrepreneurs still have less knowledge in disease resistant and feeds from markets are extreamly expensive which lead to have high feed cost. While, the opportunity, the area in Saburi is suitable in doing aquaculture farms where the river has good quality water. For the threat is that lacking source

of knowledge and information regarding doing the aquaculture farm. Moreover, due to COVID-19 pandemic, the transportation faces with difficulty in transporting the products to the customers. The strategies for development and improvement the products and markets of aquaculture are to expand more aquaculture farms to other areas in Saiburi. Promote the food transformation from aquaculture products. In addition, entrepreneurs should focus on learning the tools of online marketing in order to distribute more products to targeted customers. At the meanwhile, the government should promote the policies in assisting the aquaculture entrepreneurs by following their needs and more focuses on the real implementation and always monitoring and evaluation.

Keywords: Potential, Production, Marketing, Aquaculture Entrepreneurs

*Prince of Songkla University
Pattani Campus*