

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืด การจัดการธุรกิจด้านการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาน้ำจืด ศึกษาถึงสภาพปัญหาในการจัดการธุรกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาน้ำจืด เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดให้ผู้สนใจ และทำความเข้าใจก่อนจะลงทุนประกอบธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 64 ราย โดยจำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืด 3 ชนิด คือ ปลาร้า ปลาสาม และน้ำปลา อย่างละ 21 ราย โดยเลือกศึกษาในอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม และศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไชยบุรี (สามปลาโด) อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม 1 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตปลาร้าและน้ำปลามีอีกอาชีพหนึ่งนั่นก็คือการทำประมงส่วนผลิตภัณฑ์ปลาสามผู้ผลิตนำเข้าปลาสดมาจากภาคกลางเพื่อการผลิต ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด มีกำลังในการผลิตปลาร้าโดยเฉลี่ย 52.86 โอ่ง/ปี กำลังในการผลิตปลาสามโดยเฉลี่ย 184.76 กก./วัน กำลังในการผลิตน้ำปลาโดยเฉลี่ย 31.19 โอ่ง/ปี ปลาที่ใช้ในการผลิตปลาร้าและน้ำปลาใช้ปลาเบญจพรรณเป็นหลัก ส่วนปลาที่ใช้ในการผลิตปลาสามนั้นเป็นปลาตะเพียนและสวายเป็นหลัก สภาพการตลาดปลาร้าจะถูกกระจายไปยังผู้รวบรวมในท้องถิ่นร้อยละ 74.73 พ่อค้าต่างอำเภอร้อยละ 32.35 พ่อค้าในจังหวัด ร้อยละ 42.38 ผู้บริโภคในจังหวัดร้อยละ 74.73 พ่อค้าต่างจังหวัดร้อยละ 25.27 ผู้บริโภคต่างจังหวัดร้อยละ 25.27 สภาพการตลาดปลาสามจะถูกกระจายไปยังผู้รวบรวมในท้องถิ่นร้อยละ 18.57 พ่อค้าต่างอำเภอร้อยละ 18.57 พ่อค้าอำเภอเมืองนครพนม ร้อยละ 29.05 ผู้บริโภคในจังหวัดร้อยละ 47.62 พ่อค้าต่างจังหวัด ร้อยละ 52.38 ผู้บริโภคต่างจังหวัดร้อยละ 52.38 และสภาพการตลาดน้ำปลาจะถูกกระจายไปยังผู้รวบรวมในท้องถิ่นร้อยละ 84.76 พ่อค้าต่างอำเภอ 71.43 พ่อค้าอำเภอเมืองนครพนม ร้อยละ 13.33 ผู้บริโภคในจังหวัดร้อยละ 84.76 พ่อค้าต่างจังหวัดร้อยละ 15.24 ผู้บริโภคต่างจังหวัดร้อยละ 15.24 ต้นทุนปลาร้าเท่ากับ 7.22 บาท/กก. กำไรเท่ากับ 0.78 บาท/กก. อัตราผลตอบแทนการลงทุนผลิตปลาร้า ร้อยละ 10.80 ต้นทุนปลาสามเท่ากับ 41.49 บาท/กก. กำไรเท่ากับ 3.51 บาท/กก. อัตราผลตอบแทนการลงทุนปลาสามร้อยละ 8.46 ต้นทุนการผลิตน้ำปลาเท่ากับ 7.42 บาท/ขวด กำไรเท่ากับ 0.58 บาท/ขวด อัตราผลตอบแทนการลงทุนผลิตน้ำปลาร้อยละ

7.82 วิธีการจัดการในธุรกิจผลิต ปลาร้า ปลาซ้มน้ำ และน้ำปลา ก็คือหลักการแบ่งงานกันทำและเลือกคนให้เหมาะสมกับงานและความถนัด เช่น จัดเตรียมวัตถุดิบ ซ้ำแหละปลา เป็นต้น หลักการจัดการสินค้าก็คือรักษามาตรฐานการผลิตและความพึงพอใจในการซื้อขายผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตปลาร้า ปลาซ้มน้ำ และน้ำปลา ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ สถานที่ในการผลิตไม่เหมาะสม ปัญหาด้านวัตถุดิบ ได้แก่ ราคาวัตถุดิบไม่คงที่มีขึ้นลงตามฤดูกาล ปัญหาด้านขั้นตอนการผลิต ได้แก่ ไม่มีการควบคุมคุณภาพสินค้าในการผลิต ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ไม่มีตลาดรองรับเมื่อผลิตมากขึ้นผูกขาดกับพ่อค้ารายเดิม อำนาจการต่อรองเรื่องราคาจึงน้อยลง

ผลการศึกษาธุรกิจปลาร้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไชยบุรีพบว่า ทางกลุ่มมีการวางแผนธุรกิจและการจัดการ โดยมีบุคลากรแยกหน้าที่เป็นแต่ละฝ่าย เช่น จัดหาวัตถุดิบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายตลาด บัญชีการเงิน เป็นต้น ในการผลิตปลาร้าได้นั้นใช้วัตถุดิบเป็นปลา 3 ชนิด คือปลากลาย ปลาชะโด ปลานวลจันทร์ เพื่อรสชาติที่ดีและลดต้นทุนการผลิต กำลังการผลิต 28,000 ห่อ/เดือน ราคาห่อละ 3 บาท กำไร 2.81 บาท/ห่อ สภาพการตลาดจะถูกกระจายไปยัง ผู้รวบรวมในท้องถิ่น ร้อยละ 42.75 พ่อค้าต่างอำเภอ ร้อยละ 42.85 พ่อค้าอำเภอเมืองนครพนม ร้อยละ 33.57 ผู้บริโภคในจังหวัด ร้อยละ 76.62 พ่อค้าต่างจังหวัด ร้อยละ 23.58 ผู้บริโภคต่างจังหวัด ร้อยละ 23.58 ปัญหาการผลิต ได้แก่ ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น คุณภาพใบตองที่ไม่สามารถกำหนดได้ ปัญหาการตลาด ได้แก่ ไม่มีการวางแผนการตลาดหรือหาตลาดเพิ่มได้น้อย ปัญหาทางการเงิน ได้แก่ ไม่มีการทำบัญชีรายได้และค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนทำให้ไม่ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดข้อเสนอแนะไว้ว่า ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาชุมชนและเทคโนโลยีอาหารได้ให้ความรู้ในการแปรรูป การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เข้าร่วมเป็นสมาชิก SMEs เพื่อการขยายช่องทางการจำหน่าย ที่ทำได้ ปลาร้า ปลาซ้มน้ำ และน้ำปลา ที่มีคุณภาพดีและเป็นที่ยอมรับของตลาดทั่วไป อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายย่อยมีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตที่มีระบบ เพื่อผลักดันสินค้าในท้องถิ่นให้เป็นสินค้าขึ้นชื่อในจังหวัด พัฒนาเป็นสินค้าคุณภาพในระดับประเทศและต่างประเทศต่อไป

The objectives of this research were to investigate the socio-economic conditions of the small entrepreneurs and farmer housewife group on fish production, the business management on the production and marketing of processed fish, and to study constraints on business management as well as production and marketing of processed fish products so that it becomes a case in the business management of fish products the interested before launching their business.

There were 64 subjects categorized as their three types of their fish products; preserved fish, pickled fish and fish sauce, 21 cases of each. The subjects residing in Srisongkram district, Changwat Nakhonpannom and Chaiyaburi farmer housewife group (Sompladoo) in Thabatai district, Changwat Nakhonpannom were included in the study.

The findings were found that the fish sauce and preserved fish producers had another career, fishery. The raw materials for pickled fish productions were imported from the central part of Thailand. Manpower for all types of fish productions were, on average, 52.86 jars/year. Product capacity of the pickled fish was 184.76 kgs/day. Product capacity of the fish sauce was 31.19 jars/year. The main raw materials of the preserved fish and fish sauce were mainly mixed fish, and of pickled fish were Pla tapai and Pla Sawai. The preserved fish products were distributed 74.73% for local collectors, merchants, 32.35% for up district merchants, 42.38% for local merchants, 74.73% for local consumers, 27.27% for up provinces merchants, and 25.27% for up province consumers, respectively. The pickled fish products were distributed 18.57% for local collectors, 18.57% for up district merchants, 29.05% for local merchants, 47.62% for local consumers, 52.38% for up provinces merchants, and 52.38% for up province consumers, respectively. The fish sauce products were distributed 84.76% for local collectors, 71.43% for up district merchants, 13.33% for local merchants, 84.76% for local consumers, 15.24% for up provinces merchants, and 15.24% for up province

consumers, respectively. The production cost of the preserved fish per kilogram was 7.22 bahts and the profit gained was 0.78 baht/kg, whose rate of return on investment was 10.80%. The production cost of the pickled fish per kilogram was 14.49 bahts and the profit gained was 3.51 bahts/kg, whose rate of return on investment was 8.46%. The production cost of the fish sauce per bottle was 7.42 bahts/unit and the profit gained was 0.58 bahts/unit, whose rate of return on investment was 7.82%. Business management applied in processed fish productions in all three lines were based upon work sharing and put right people in the right job. In addition, product management relied on standard controls and customer/producer satisfactions. The potential constraints in fish productions were that, in production, there were insufficiency of producing places, in raw materials, the material costs were fluctuated by seasons, in production process, the standard control was poor, and, in marketing, there were few market places and business interactions were limited to only same merchants, resulting in inferior bargaining.

The findings of the Pla do pickled fish business of farmer housewife group, Chaiburi district, were found that business management was based on personnel management dividing into different duties as raw material supply division, production division, marketing division, accounting division etc. The raw materials were Pla graw, Pla chado and Pla nuanchan due to its good flavors and less production costs. The productivity/month was 28,000 packs, in which one pack costed 3 bahts and net profit per pack was 2.81 bahts/pack, 42.85% local local collectors, 42.85% for up district merchants, 33.57% for local merchants, 76.42% for local consumers, 23.58% for up provinces merchants, and 23.58% for up province consumers. The challenging problems found were that, in production, the price of the raw materials was significantly high and the quality of banana leaves was out of control, in marketing, marketing plan and market channels were poor, in financing, there was no account, resulting in the fact that real costs of production was unclear.

According to the study, It is suggested that the related agencies on community development and food technology provide know-how on food processing, packaging. They should become members of SMEs for more distributing channels and better supplies of raw materials and finally product recognition. In addition, small producers must gather for standard production, in which the products may be promoted to be local merchandises and at last to be nationally and internationally developed.