

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณการลงแรงทำการประมง ปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้ ส่วนเหลือการตลาด และวิธีการตลาดสัตว์น้ำของชาวประมงพื้นบ้านจังหวัดสตูล รวมทั้งศึกษาปริมาณความต้องการสัตว์น้ำของผู้บริโภค และโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารแพชุมชน ของชาวประมงพื้นบ้าน ที่เป็นสมาชิกกลุ่มแพชุมชน 4 กลุ่มแพ ได้แก่ กลุ่มแพปลาชอนกลานกลุ่มแพชุมชนคนละ 2,000 กลุ่มแพคลองคูกัง และกลุ่มบ้านตันหยกกลิง จังหวัดสตูล โดยมีชาวประมงพื้นบ้านในชุมชนเป็นส่วนหลักของทีมวิจัย การดำเนินการวิจัยทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์/สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งชาวประมงพื้นบ้านผู้ประกอบการธุรกิจสัตว์น้ำ (พ่อค้า แม่ค้า แพปลา) โรงงานอุตสาหกรรม และผู้ค้าปลีกในแหล่งตลาดสัตว์น้ำสำคัญในจังหวัดสตูล และจังหวัดสงขลา ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสตูลมีพื้นที่ ที่มีการทำประมงพื้นบ้าน รวม 77 หมู่บ้าน และ 6 ชุมชน จำนวนครัวเรือนประมงพื้นบ้าน 7,937 ครัวเรือน การรวบรวมข้อมูลผลการจับสัตว์น้ำของสมาชิกแพชุมชน และแพเอกชนในพื้นที่ศึกษา (5 กลุ่มแพ 71 คน) ในช่วงการเก็บข้อมูล 60 วัน (ตุลาคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2553) โดยการบันทึกรายวัน พบว่าสัตว์น้ำที่จับเพื่อขายได้รวม 15,807.25 กิโลกรัม (มูลค่า 823,837.67 บาท) มีปลาทุเป็นสัตว์น้ำหลักที่จับได้ รองลงมาคือกุ้งแชบ๊วย การขายผลผลิตที่จับได้มีทั้งขายให้กับแพชุมชน แพเอกชนกลุ่มแปรรูปขนาดเล็ก รวมทั้งขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงวิธีการตลาดและส่วนเหลือการตลาดของสัตว์น้ำเหล่านี้ได้แสดงไว้ในรายงาน

เครื่องมือประมงที่ใช้ในแต่ละพื้นที่ที่ทำประมงพื้นบ้านในจังหวัดสตูล แต่ละครัวเรือนที่ทำประมงมีการใช้เครื่องมือหลายชนิด โดยมีการหมุนเวียนเปลี่ยนชนิดของเครื่องมือประมงให้เหมาะสมกับชนิดของทรัพยากรสัตว์น้ำในแต่ละฤดูกาล

จากการทบทวนผลการประกอบการของแพชุมชนพบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการของแพชุมชนประกอบด้วย 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบการบริหารแพชุมชนไม่ชัดเจน การขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจของสมาชิก และกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นไม่ยืดหยุ่น 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สัตว์น้ำมีปริมาณน้อย ปัจจัยด้านราคาตลาด และการไม่มีเครือข่ายทางการตลาด อย่างไรก็ตามกิจการแพชุมชนยังพอมีสักยภาพโดยเฉพาะแพขนาดเล็กที่ไม่มีภาระต้นทุนคงที่มากนัก โดยภาระในการบริหารจัดการแพชุมชน การบริหารงานบุคคลของชาวประมงเองที่ขาดประสบการณ์ยังเป็นอุปสรรคที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อไปเพื่อความสำเร็จของธุรกิจแพชุมชน

## **Abstract**

The objectives of this research are study the amount of fishing effort, aquatic animal catch, marketing margin and marketing channel of aquatic animal caught by fisherfolks in Satun Province, including study on demand of fish consumers and related industries for providing the appropriate guideline to manage community fish markets four community fish market (CFMs) in Satun Province. Some fisherfolks in the community are core of research team in collecting secondary data and primary data by using questionnaires and interviewing the source persons comprising of fisherfolks, wholesalers, fish processing factories and retail traders in some important fish markets in Satun and Songkhla provinces during November 2009 to November 2010.

It was found that the fishing grounds of small- scale fisheries in Satun were located in 77 villages/ Muban and 6 communities. Moreover, there were 7,937 families of fisherfolk. The daily records of fish catch by the members of community fish markets and private fish market (wholesaler) (71 people) for 60 days (October – November 2010) reveal that the total catch sold is 15,807.25kg (valued 823,837.67 Baht) and the main catch is mackerel and banana shrimp is the next. Fish catch were sold to community fish market, private fish market, small fish processing plant and direct to consumers. Marketing channels and marketing margin of fish catch are also included in the report.

Each fisherfolk family used various types of fishing gears based on availability of fisheries resource in each season.

Based on reviewing the outcome of operation of community fish markets, it was found that the factors obstructing the operation of community fish markets are (1) internal factors such as unclear administration system, lack of experience of the member in doing such business and the rules are not flexible, (2) external factors such as scarcity of aquatic animals, market price and lack of marketing networks. The burden of unexperienced fisherfolks on management system and personnel administration is an obstacle that needed to be developed for success of community fish market business.