

**การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์
ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม**

นายชวลิต จันทร์สวัสดิ์

**การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช**

พ.ศ.2552

**An Analysis of Fish Marketing Strategy Toward the Operation
Of MaeKlong Fishery Cooperative Limited, Samut Songkram Province**

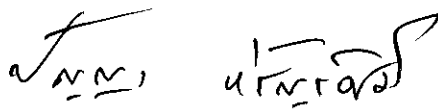
Mr. Chawalit Jansawad

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Cooperatives
School of Agricultural Extension and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University**

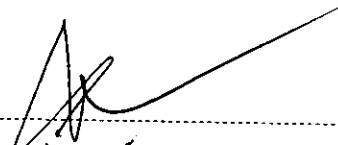
2009

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การวิเคราะห์ผลกระทบการตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของ
สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
ชื่อและนามสกุล นายชวลิต จันทร์สวัสดิ์
แขนงวิชา สหกรณ์
สาขาวิชา ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หิรัญรัมย์

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว

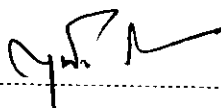


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หิรัญรัมย์)



..... กรรมการ
(อาจารย์สมศักดิ์ สุระวดี)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ อนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ สีสังข์)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์

วันที่ 20 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2553

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงาน
ของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

ผู้ศึกษา นายชวลิต จันทร์สวัสดิ์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หิรัญรัมย์ **ปีการศึกษา** 2552

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด (2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด และ (3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ข้อมูลที่ใช้ ได้แก่ รายงานประจำปีของสหกรณ์ และระเบียบข้อบังคับสหกรณ์ เป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่า สหกรณ์มีการบริหารงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีการจัดโครงสร้างเหมาะสม การดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรกประสบความสำเร็จเนื่องจากกำหนดกลยุทธ์การตลาดปลาที่ไม่เหมาะสม เมื่อมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ ทำให้การดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งที่สองประสบความสำเร็จมีการขยายตัวเรื่อยมา ส่งผลให้การดำเนินงานของสหกรณ์มีกำไรสูง กลยุทธ์การตลาดปลาที่สหกรณ์กำหนดและดำเนินการพบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ใช้รูปแบบตลาดปลาหนัก ไม่รวบรวมหรือขายปลาเอง แต่จัดบริการให้ผู้ซื้อผู้ขายมาซื้อขายกันในตลาดปลา คอยดูแลไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบ สัตว์น้ำที่เข้ามาขายต้องมีคุณภาพสะอาด ปราศจากสารฟอร์มาลิน เน้นคุณภาพการให้บริการและจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาดปลา กลยุทธ์ด้านราคา การกำหนดราคาซื้อขายเป็นเรื่องของผู้ซื้อผู้ขายที่จะตกลงราคากัน ส่วนอัตราค่าเช่าและค่าบริการจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดไว้ให้ สหกรณ์เป็นผู้กำหนดและจัดเก็บในอัตราที่เหมาะสม กลยุทธ์ด้านสถานที่ เลือกทำเลที่สะดวก พื้นที่กว้างเพื่อการต่อเติมในอนาคต เน้นความสะดวกและมาตรฐานตามที่กำหนด มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ตลาดปลาผ่านทางสื่อต่างๆ ด้านปัญหาพบว่าต้นทุนน้ำมันที่สูงและนโยบายภาครัฐที่ไม่ชัดเจนในการช่วยเหลือสหกรณ์ประมง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสหกรณ์

คำสำคัญ กลยุทธ์การตลาดปลา การดำเนินงาน สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
บริบทจังหวัดสมุทรสงคราม.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ประมง.....	13
ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าเกษตร.....	30
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด.....	31
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
สภาพทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	49
การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	57
ปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	82
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
สรุปผล.....	84
อภิปรายผล.....	88
ข้อเสนอแนะ.....	92
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก.....	97
ก งบดุลและงบกำไรขาดทุนเปรียบเทียบของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2550 – 2551 และ 2552.....	98
ข การจัดอันดับสารสนเทศทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ประจำปี 2552 ประเภทสหกรณ์ประมง จำแนกตามข้อมูลทางการเงินที่น่าสนใจ.....	113
ประวัติผู้ศึกษา.....	118

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 จำนวนสมาชิกและจำนวนสหกรณ์ประมง ปี 2551 และ 2552.....	14
ตารางที่ 2.2 ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ประมง ปี 2551 และ 2552.....	15
ตารางที่ 2.3 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ประมง ปี 2551 และ 2552.....	15
ตารางที่ 2.4 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2550 – 2552.....	27
ตารางที่ 4.1 ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2552.....	52
ตารางที่ 4.2 กำไรเฉพาะธุรกิจของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2552.....	53
ตารางที่ 4.3 ทุนดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2552.....	53
ตารางที่ 4.4 สรุปการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของสหกรณ์.....	55
ตารางที่ 4.5 สรุปการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดสหกรณ์และการดำเนินการ จำแนกตามระยะเวลา 4 ระยะ.....	77
ตารางที่ 4.6 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินหลังการปรับกลยุทธ์การตลาด ของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2550 – 2552.....	81
ตารางที่ 4.7 สรุปการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะการดำเนินงานของสหกรณ์.....	82

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ภาพที่ 2.1 สัญลักษณ์จังหวัดสมุทรสงคราม.....	9
ภาพที่ 2.2 ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	22
ภาพที่ 2.3 สำนักงานสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	23
ภาพที่ 2.4 แผนที่ตั้งสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	24
ภาพที่ 2.5 โครงสร้างสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	25
ภาพที่ 4.1 แผนภูมิแสดงปริมาณธุรกิจสหกรณ์จำแนกตามประเภทธุรกิจ ปี 2552.....	54
ภาพที่ 4.2 แผนภูมิแสดงกำไรเฉพาะธุรกิจจำแนกตามประเภทธุรกิจ ปี 2552.....	55
ภาพที่ 4.3 แผนภาพโครงสร้างการบริหารตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด.....	72

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์ คือ องค์กรธุรกิจซึ่งเกิดจากการรวมตัวของบุคคลตั้งแต่ 10 คน ขึ้นไป ซึ่งมีอาชีพเหมือนกัน อาศัยในท้องถิ่นเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และมีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน จดทะเบียนต่อนายทะเบียนสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ เพื่อร่วมกันดำเนินธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน ปรับปรุงพัฒนาการประกอบอาชีพ สร้างความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และระบบประชาธิปไตยของประเทศ โดยสหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารโดยสมาชิก และเพื่อประโยชน์ของสมาชิก ดำเนินงานโดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ภายใต้อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์

ปัจจุบันสหกรณ์ในประเทศไทย แบ่งเป็น 7 ประเภท คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน ปี 2552 มีจำนวนสหกรณ์ 7,551 สหกรณ์ สมาชิกทั้งสิ้น 10,015,274 คน มีปริมาณธุรกิจ จำนวน 1,205,777.98 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์ประมง จำนวน 97 สหกรณ์ มีสมาชิก 13,164 คน มีปริมาณธุรกิจ จำนวน 653.62 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจและมีกำไรสุทธิ จำนวนเงิน 30.42 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจประสบกับการขาดทุน จำนวนเงิน 28.34 ล้านบาท ทำให้ภาพรวมของสหกรณ์ประเภทนี้มียอดกำไรสุทธิเพียง 2.08 ล้านบาท ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณธุรกิจทั้งหมดของสหกรณ์ประมง คือ คิดเป็นร้อยละ 0.32 ของปริมาณธุรกิจทั้งหมด

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เป็นสหกรณ์ที่มีการดำเนินธุรกิจถือว่าประสบความสำเร็จมากแห่งหนึ่งในประเภทสหกรณ์ประมงด้วยกัน การดำเนินงานมีผลกำไรทุกปี เคยได้รับรางวัลสหกรณ์ดีเด่นแห่งชาติ 2 ครั้ง ในปี 2534 และปี 2544 และจากการจัดอันดับสารสนเทศทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ประจำปี 2552 โดยกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งเป็นการนำเสนอสหกรณ์ที่มีสารสนเทศทางการเงินสูงสุด 10 อันดับแรก ในแต่ละประเภทสหกรณ์ จำแนกตามข้อมูลทางการเงินที่น่าสนใจ จำนวน 13 รายการ ปรากฏว่า สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ได้รับการจัดอันดับ 1 จำนวน 2 รายการ คือ การจัดหาสินค้าจำหน่ายระหว่างปี และทุนของสหกรณ์ ได้รับการจัดอันดับ 2 จำนวน 6 รายการ คือ การให้บริการระหว่างปี ทุนดำเนินงาน รายได้ทั้งสิ้น

ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ค่าวัสดุ และการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์หลักระหว่างปี ได้รับการจัดอันดับ 3 จำนวน 1 รายการ คือ ทุนเรือนหุ้น ได้รับการจัดอันดับ 5 จำนวน 1 รายการ คือ การรับฝากเงิน ได้รับการจัดอันดับ 9 จำนวน 1 รายการ คือ การให้เงินกู้แก่สมาชิก ไม่คิด 10 อันดับแรก จำนวน 2 รายการ คือ จำนวนสมาชิก และการรวบรวมผลผลิตระหว่างปีเนื่องจากสหกรณ์ไม่ได้ดำเนินธุรกิจนี้

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เปลี่ยนฐานะมาจาก “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” ซึ่งจัดตั้งขึ้นในภาวะที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤตด้านน้ำมันเชื้อเพลิงชาวประมงได้รับความเดือดร้อน จากการที่น้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบอาชีพการประมงมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนทำการประมงสูง ในด้านของการตลาด เนื่องจากในจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่มีสะพานปลาหรือตลาดปลารองรับ เมื่อชาวประมงจับปลาได้แล้วจึงนำไปขายที่สะพานปลาของ องค์การสะพานปลาที่มหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร หรือที่กรุงเทพฯ ซึ่งอยู่ไกลถึง 33 – 100 กิโลเมตร ต้องใช้เวลาในการเดินทาง ทำให้สัตว์น้ำเสียความสดขายไม่ได้ราคา ชาวประมงเห็นว่าวิธีเดียวที่จะประคับประคองอาชีพการประมงให้อยู่รอดก็คือ “การรวมพลังให้เข้มแข็ง” จึงจัดตั้ง “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” ขึ้น เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2522 เพื่อแก้ไขปัญหาด้านน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นลำดับแรกก่อน

ต่อมาทางรัฐบาลมีนโยบายที่จะช่วยเหลือชาวประมงโดยผ่านกลไกขององค์การสหกรณ์ ด้วยการช่วยเหลือลดราคาน้ำมันให้ชาวประมงผ่านสหกรณ์ ดังนั้น “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” จึงได้เปลี่ยนฐานะมาเป็น “สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด” โดยได้รับการจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2524 ในระยะแรกของการดำเนินงาน สหกรณ์ดำเนินการจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงมาจัดสรรและจำหน่ายแก่สมาชิกในราคาต่ำกว่าท้องตลาด มียอดขายน้ำมันเดือนละประมาณ 800,000 ลิตร หรือประมาณ 25 % ของการบริโภคน้ำมันในภาคการประมงของจังหวัดสมุทรสงคราม ช่วยลดต้นทุนทำการประมงของสมาชิกลงได้ นอกจากนี้ได้ดำเนินการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นมาจำหน่ายให้แก่สมาชิกด้วยได้แก่ ถวดสติง อุปกรณ์เดินเรือ น้ำมันเครื่อง ข้าวสาร เป็นต้น

หลังจากแก้ไขปัญหาเรื่องน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีราคาสูงแล้ว สหกรณ์จึงเริ่มที่จะแก้ไขปัญหาด้านการตลาดของสมาชิกในเรื่องของสถานที่จำหน่ายปลาที่อยู่ไกล ต้องใช้เวลาเดินทาง มีค่าใช้จ่ายสูง ประกอบกับเรือลากปลาน้ำจืด ซึ่งเดิมจะวิ่งไปขายปลาที่มหาชัย ก็ปรับเปลี่ยนวิธีการขนส่งโดยนำปลาขึ้นฝั่งที่ชุมพร ถ่ายขึ้นรถบรรทุกปลาแล้วนำไปขายที่มหาชัย วิธีนี้จะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า ดังนั้นจึงมีเรือลากปลาที่ใช้วิธีนี้เพิ่มมากขึ้น เมื่อเรือมีมากขึ้น จำนวนรถบรรทุกก็มากขึ้น แต่สะพานปลาที่มหาชัยยังคงมีพื้นที่เท่าเดิม ทำให้รถบรรทุกปลาจากแม่กลองต้องเริ่มจอดคิว รอคิวเข้าขายปลา บางครั้งต้องขึ้นปลามารอขายนานถึง 2 วัน ปลาเสียความสด ทำให้ถูกกดราคา

จากแพปลาซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาปลาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สหกรณ์จึงคิดที่จะดำเนินธุรกิจตลาดกลางปลาขึ้น เพื่อทำหน้าที่รวบรวมและขายผลผลิตเองเป็นแพปลาเอง โดยได้เปิดสะพานปลา สหกรณ์ประมง แม่กลอง ให้บริการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำขึ้น ในปี 2524 แต่ดำเนินงานได้เพียง 7 เดือน ก็ต้องเลิกกิจการเนื่องจากประสบกับปัญหาต่างๆ มากมาย ซึ่งสหกรณ์ได้ประมวลสาเหตุและมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ โดยเฉพาะกลยุทธ์การตลาดปลาได้มีการเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรก สหกรณ์ได้ก่อสร้างตลาดปลาและเปิดดำเนินการเป็นครั้งที่ 2 ในปี 2532

ธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์เจริญก้าวหน้าเป็นลำดับ ในปีแรกที่ดำเนินการสหกรณ์มีรายได้จากธุรกิจตลาดปลา 1.25 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 7.75 ล้านบาทในปี 2539 ต่อมาในปี 2541 ได้มีการก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นเนื่องจากสถานที่เดิมคับแคบ ทำให้รายได้จากธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 15.39 ล้านบาทในปี 2546 และในปีนี้อเอง สหกรณ์ได้ดำเนินการขยายตลาดปลาเพื่อรองรับผู้มาใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้สหกรณ์มีรายได้จากธุรกิจตลาดปลาเพิ่มขึ้นเป็น 18.44 ล้านบาทในปี 2551

ปัจจุบันสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด นอกจากดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลา และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแล้ว ยังดำเนินธุรกิจสินเชื่อและธุรกิจรับฝากเงินด้วย แต่มีปริมาณธุรกิจไม่มากนักเมื่อเทียบกับสองธุรกิจแรก ในปี 2552 สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายสูงที่สุดและทำรายได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.01 ของปริมาณธุรกิจทั้งหมด ส่วนธุรกิจตลาดปลามีปริมาณธุรกิจรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 17.28 ของปริมาณธุรกิจทั้งหมด แต่ในด้านของการทำกำไร ธุรกิจตลาดปลาเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดกำไรกับสหกรณ์มากที่สุด โดยในปี 2552 สหกรณ์มีกำไรเฉพาะธุรกิจตลาดปลาคิดเป็นร้อยละ 73.51 ของกำไรสุทธิก่อนบวกรายได้อื่นและก่อนหักค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ในขณะที่ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายมีกำไรเฉพาะธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 26.03 ของกำไรสุทธิก่อนบวกรายได้อื่นและก่อนหักค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

ธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์มีการพัฒนาจากธุรกิจที่ล้มเหลวประสบกับการขาดทุนในระยะแรก จนกลายมาเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้และกำไรให้กับสหกรณ์ สามารถสนองตอบสมาชิกและผู้ให้บริการในตลาดปลาที่มีจำนวนมากและเพิ่มขึ้นเรื่อยมาตามลำดับ ทำให้สหกรณ์สามารถดำเนินงานอยู่รอดได้ในภาวะเศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทั้งนี้สหกรณ์ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสหกรณ์และธุรกิจของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยการจัดทำแผนกลยุทธ์ของสหกรณ์ ซึ่งมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆ รวมทั้งกลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์

จากผลการดำเนินงานของสหกรณ์ โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจตลาดปลาของ สหกรณ์ที่ ประสบผลสำเร็จด้วยดีส่งผลกระทบต่อการทำงานของสหกรณ์ ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะ ศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง การดำเนินงานและการพัฒนาสหกรณ์ให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น เป็นที่พึงให้กับสมาชิกและชาวประมง ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
- 2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
- 2.3 เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง

จำกัด

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ได้กำหนดตัวแปรออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) เป็นตัวแปรที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่ต้องการวิจัย ประกอบด้วย

3.1.1 *ผลิตภัณฑ์* คือ ตัวตลาดปลาทั้งหมดและบริการของสหกรณ์

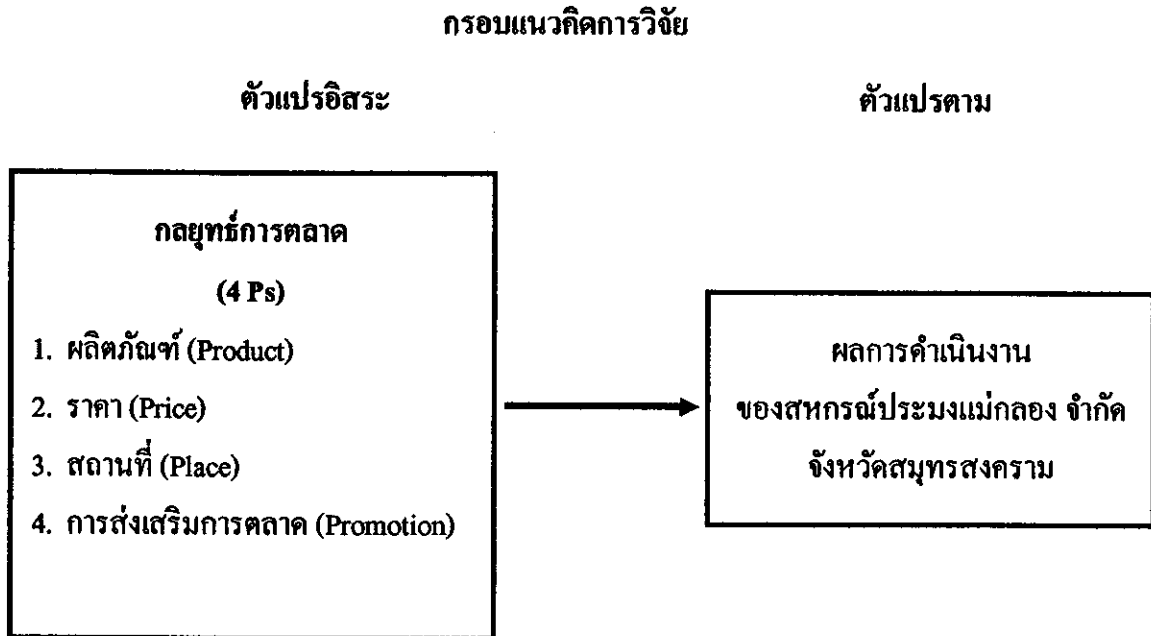
3.1.2 *ราคา* คือ รายได้ค่าบริการต่างๆ ที่เรียกเก็บจากผู้ซื้อขายในตลาดปลา ซึ่งสหกรณ์เป็นผู้กำหนดขึ้น

3.1.3 *สถานที่* คือ พื้นที่ตลาดปลาที่สหกรณ์จัดเตรียมไว้เพื่อการซื้อขาย

3.1.4 *การส่งเสริมการตลาด* การประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกและบุคคลภายนอกทั่วไปได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของตลาดปลา รวมทั้งการส่งเสริมการขายในตลาดปลาในรูปแบบต่างๆ

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) เป็นตัวแปรเป้าหมายของการวิเคราะห์ซึ่งเป็นผลจากตัวแปรอิสระ คือ ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

โดยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาข้อมูลจากรายงานการสอบบัญชีสหกรณ์ รายงานประจำปีของสหกรณ์ย้อนหลัง 3 ปี ในปีบัญชี 2550 – 2552 แผนกลยุทธ์ของสหกรณ์ ระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์ เพื่อให้ทราบฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของสหกรณ์ โดยการวิเคราะห์จากข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์จากกลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด โดยวิเคราะห์ตามหลักการกลยุทธ์การตลาด

4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาคือ ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนมีนาคม

พ.ศ. 2553

5. ข้อจำกัดในการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยและการค้นคว้ามีเวลาจำกัด ส่งผลต่อการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผล ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องเลือกใช้เครื่องมือเพียงบางเครื่องมือเท่านั้น

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด หมายถึง สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้มีอาชีพประมงที่มีจุดประสงค์เดียวกันในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม รวมกันจัดตั้งขึ้นและได้รับการจดทะเบียนเป็นสหกรณ์จากนายทะเบียนสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2511 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมพื้นฐานของมนุษย์ และจริยธรรมอันดีงาม เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จนสามารถอยู่ดีกินดีมีสันติสุข

6.2 ตลาดปลา หมายถึง ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เป็นสถานที่ที่สหกรณ์ก่อสร้างขึ้นเพื่อดำเนินการค้าปลาสดกลางคืนค้าสัตว์น้ำ ให้ผู้จับสัตว์น้ำหรือผู้เลี้ยงสัตว์น้ำนำสัตว์น้ำต่างๆ ที่จับ ได้หรือเลี้ยงไว้ มาจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อ ได้สะดวกและได้ราคาที่เป็นธรรม ได้รับการจดทะเบียนรับรองจากกรมการค้าภายในเป็น “ตลาดกลางสัตว์น้ำจังหวัดสมุทรสงคราม” เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2538

6.3 กลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการดำเนินการทางการตลาด ตามที่ได้มีการกำหนดไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ประกอบด้วยกิจกรรมและโครงการที่จะปฏิบัติตาม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามภารกิจและวิสัยทัศน์

6.4 การดำเนินงานของสหกรณ์ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติงานของสหกรณ์ในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ ให้เป็นไปตามแผนงาน เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสมาชิก สหกรณ์ และชุมชน

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานและการดำเนินธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

7.2 ผู้บริหารสหกรณ์ใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและการวางแผน เพื่อพัฒนาการดำเนินงานและการดำเนินธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์ต่อไป

7.3 ผู้สนใจทั่วไปสามารถนำผลการวิจัย ไปใช้เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจขององค์กร

7.4 นักวิชาการหรือผู้สนใจทั่วไป สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการค้นคว้าเอกสารต่างๆ ที่เป็นแนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิจัย และรวบรวมข้อมูล ประกอบการวิเคราะห์ ประกอบด้วย

1. บริบทจังหวัดสมุทรสงคราม
2. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ประมง
4. ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
5. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าเกษตร
6. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด
7. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. บริบทจังหวัดสมุทรสงคราม

1.1 ประวัติจังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นเมืองพระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 และเป็นเมืองของพระราชินีไทย 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอัมรินทรามาตย์ ในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี ในรัชกาลที่ 2

เมืองเก่าที่เคยเรียกชื่อว่า เมืองแม่กลอง นั้นมีมาตั้งแต่อดีตนานเท่าใดไม่ปรากฏหลักฐาน แต่เป็นชุมชนที่มีมาก่อนสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เดิมเป็นแขวงหนึ่งของจังหวัดราชบุรี เรียกว่า “สวนนอก” ครั้นต่อมาช่วงปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาต่อกับสมัยกรุงธนบุรี จึงแยกออกมาจากราชบุรี เรียกว่า “เมืองแม่กลอง”

นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวที่เล่าสืบเนื่องกันมา ว่าด้วยเรื่องกลองใหญ่ ที่วัดใหญ่ ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีนัยแบ่งเป็น 2 ทาง คือ สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 หลวงศรีสวัสดิ์ (ชื่น เทพสุวรรณ) นายอำเภอเมืองศรีสุวรรณ จังหวัดกาญจนบุรี ย้ายมาเป็นนายอำเภอแม่กลอง ได้นำขุขันธ์ใหญ่ที่ได้มาจากจังหวัดกาญจนบุรี

มาขุดทำคลองใบใหญ่ขึ้นหนึ่งใบ จึงด้วยหนึ่งวัฏกระทิงจากป่าเมืองกาญจนบุรี ครั้นสร้างเสร็จแล้ว ได้นำมาถวายที่วัดใหญ่ ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทางราชการ สมุทรสงครามจึงทำตราของจังหวัดเป็นรูปกลองลอยน้ำ สองฟากฝั่งเป็นต้นมะพร้าวอันเป็น สัญลักษณ์อาชีพหลักของจังหวัดสมุทรสงคราม อีกนัยหนึ่งเป็นนินยายชาวบ้านเล่าขานต่อมามี กลองใบใหญ่ลอยมาติดหน้าวัดใหญ่ และชาวบ้านช่วยกันเก็บไว้ที่วัด และกลองใบใหญ่นี้ก็ยังมี ปรากฏให้เห็นอยู่ที่วัดใหญ่จนปัจจุบัน กลองใบนี้เป็นกลองขนาดใหญ่มาก จึงเรียกว่า “แม่กลอง”



ภาพที่ 2.1 สัญลักษณ์จังหวัดสมุทรสงคราม

ที่มา : จังหวัดสมุทรสงคราม

1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสมุทรสงครามตั้งอยู่ทางภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ประมาณเส้น รุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก โดยอยู่ริมฝั่งทะเลอ่าวไทยด้านตะวันตก บริเวณปากแม่น้ำแม่กลอง ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ตามระยะทางหลวง แผ่นดินสาย 35 (ถนนพระราม 2) ประมาณ 65 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 416.707 ตารางกิโลเมตร หรือ 260,441.87 ไร่ และมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสาคร
ทิศใต้	ติดต่อกับอ่าวไทย บริเวณปากแม่น้ำแม่กลอง และจังหวัดเพชรบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดราชบุรี และจังหวัดเพชรบุรี

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มริมทะเลโดยตลอด สภาพของดินเป็น ดินเหนียวปนทราย ไม่มีภูเขาหรือเกาะ เดิมเคยมีป่าไม้โกงกาง ไม้แสม ตามชายฝั่งทะเล และมีป่า จากตามปากแม่น้ำ นอกจากนี้มีลำคลองใหญ่น้อยมากมายแยกจากแม่น้ำแม่กลองกว่า 300 คลอง กระจายทั่วทุกพื้นที่ แม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านคือ แม่น้ำแม่กลอง ไหลผ่านบริเวณท้องที่อำเภอบาง

คนที่อำเภออัมพวา ไปออกทะเลอ่าวไทยที่บริเวณปากแม่น้ำแม่กลอง ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสงคราม จากสภาพภูมิประเทศเช่นนี้ ทำให้เกิดความสะดวกในด้านการคมนาคมทางน้ำ และประกอบอาชีพด้านกสิกรรม

1.3 ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดสมุทรสงครามตั้งอยู่ชายฝั่งอ่าวไทยจึงได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ จากอ่าวไทย และทะเลจีนใต้ พัดพานำเอาฝนมาตก ในฤดูร้อนอากาศก็ไม่ร้อนจัดเกินไป และฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า จังหวัดสมุทรสงครามมีอากาศดีตลอดปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ย 30.87 องศาเซลเซียส

พายุและฟ้าคะนองมักเกิดขึ้นในระหว่างฤดูฝนและฤดูร้อน คือ ระหว่างเดือนเมษายนและเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นระยะเวลาก่อนที่จะมีมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ นอกจากนี้อาจได้รับพายุดีเปรสชันซึ่งเคลื่อนตัวจากทะเลจีนใต้เข้ามาทางฝั่งเวียดนามในสภาพของพายุไต้ฝุ่น หรือไซนร้อน ทำให้ฝนตกหนักต่อเนื่องกัน อาจก่อให้เกิดอันตรายได้

1.4 การปกครอง

จังหวัดสมุทรสงคราม แบ่งส่วนบริหารราชการออกเป็น 3 ส่วน คือ

1.4.1 ราชการส่วนกลาง

1.4.2 ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

1.4.3 ราชการบริหารส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ

1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงคราม

2) เทศบาล จำนวน 5 แห่ง คือ เทศบาลเมืองสมุทรสงคราม เทศบาลตำบล

อัมพวา เทศบาลตำบลเหมืองใหม่ เทศบาลตำบลบางนกแขวก และเทศบาลตำบลกระดังงา

จังหวัดสมุทรสงคราม แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ 36 ตำบล 284 หมู่บ้าน แบ่งเขตการเลือกตั้งเป็น 1 เขตเลือกตั้ง มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 1 คน

1.5 การประมง

การประมงจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นอาชีพที่ทำรายได้ให้กับจังหวัดมากที่สุด ในบรรดาอาชีพทางการเกษตรด้วยกัน ประชาชนมีอาชีพทำการประมง จำนวน 5,860 ครอบครัว หรือประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด พื้นที่ของจังหวัดสมุทรสงครามติดชายฝั่งทะเล ระยะทางกว่า 20 กิโลเมตร มีแม่น้ำแม่กลองและคลองเชื่อมติดต่อกันมากกว่า 300 คลอง และมีอยู่ 16 คลอง ที่ไหลลงสู่อ่าวไทย ทำให้พื้นที่ชายฝั่งเป็นแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ ประชาชนที่อาศัยตามชายฝั่งจึงยึดอาชีพทางการประมงตลอดมานับแต่โบราณ ลักษณะการประมงแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.5.1 การประมงทางด้านทะเล จังหวัดสมุทรสงครามมีเรือประมงขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ออกทำการประมงทั้งในทะเลลึกบริเวณชายฝั่งเป็นจำนวนมาก เครื่องมือที่ใช้จับสัตว์น้ำ ได้แก่ อวนลาก อวนลอย อวนติด และนอกจากนี้ยังมีเครื่องมือทำการประมงชายฝั่ง เช่น กระจ๊ะ รุนเคย โพงพาง เบ็ดราว การจับหอยแมลงภู่ และหอยแครง รวมทั้งการจับปลาไข่ ทั้งน้ำลึกและน้ำตื้น ชาวประมงประเภทนี้มีอยู่จำนวน 2,912 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 49.69 ของชาวประมงในจังหวัด

1.5.2 การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง ประกอบด้วยการเพาะเลี้ยงกุ้ง ได้แก่ กุ้งกุลาดำและกุ้งแชบ๊วย ซึ่งเคยมีผลผลิตสูงมากแต่ในปัจจุบันประสบปัญหาด้านการเกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในดินและในน้ำ ทำให้การเลี้ยงไม่ได้ผล ประสบความเสียหายมากมาย ทำให้บ่อเลี้ยงกุ้งกุลาดำและกุ้งแชบ๊วยในปัจจุบันได้เปลี่ยนสภาพเป็นพื้นที่ที่เลี้ยงหอยแครงและเลี้ยงปูทะเล บ้างแล้วบางส่วน ชาวประมงประเภทนี้มีอยู่จำนวน 1,894 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 32.32 ของชาวประมงในจังหวัด

1.5.3 การประมงน้ำจืด จังหวัดสมุทรสงครามประกอบด้วยแม่น้ำลำคลองมากมาย จึงมีพื้นที่ทำการประมงน้ำจืดเป็นจำนวนมาก โดยใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น โพงพาง เรือประมงขนาดเล็ก นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงปลาในกระชัง ร่องสวน และขุดบ่อเลี้ยงปลา ที่นิยมเลี้ยงกัน ได้แก่ ปลาสลิด ปลาหับทิม ปลาช่อน ปลาตะเพียน ปลาดุก ตะพานน้ำ เป็นต้น ชาวประมงประเภทนี้มีอยู่จำนวน 1,054 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 17.99 ของชาวประมงในจังหวัด

2. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2550 : 10 – 15, 58) กล่าวถึงความหมายของคำว่า “สหกรณ์” และเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ความหมายของ “สหกรณ์” (Cooperatives) สหกรณ์ คือ องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

2.2 ความหมายของ “คุณค่าของสหกรณ์” (Cooperative Values) สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรม

แห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคมและความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

2.3 ความหมายของ “อุดมการณ์สหกรณ์” (Cooperative Ideology) อุดมการณ์สหกรณ์ คือ ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเอง และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ จะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี มีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม

2.4 ความหมายของ “หลักการสหกรณ์” (Cooperative Principles) หลักการสหกรณ์ คือ แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ คือ

- หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง
- หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย
- หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก
- หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ
- หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ
- หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์
- หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน

2.5 ความหมายของ “วิธีการสหกรณ์” (Cooperative Practices) วิธีการสหกรณ์ คือ การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี

2.6 ประเภทของสหกรณ์ วันที่ 29 มิถุนายน 2548 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ออกกฎกระทรวง เพื่อกำหนดประเภทของสหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียนไว้ 7 ประเภท คือ

- 2.6.1 สหกรณ์การเกษตร
- 2.6.2 สหกรณ์ประมง
- 2.6.3 สหกรณ์นิคม
- 2.6.4 สหกรณ์ร้านค้า
- 2.6.5 สหกรณ์บริการ
- 2.6.6 สหกรณ์ออมทรัพย์
- 2.6.7 สหกรณ์เครดิตยูเนียน

ทั้งนี้ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 122 ตอนที่ 63 ก วันที่ 4 สิงหาคม 2548 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 สิงหาคม 2548 เป็นต้นไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ประมง

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2550 : 57, 62 – 63) กล่าวถึงสหกรณ์ประมงและเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สหกรณ์ประมงจัดตั้งขึ้นในหมู่ชาวประมงเพื่อไขแก้ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ ซึ่งชาวประมงแต่ละคนไม่สามารถแก้ไขให้ถูกลงไปได้ตามลำพัง บุคคลเหล่านี้จึงรวมตัวกัน โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

3.1 ความเป็นมาของสหกรณ์ประมง

สหกรณ์ประมงแห่งแรก ได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2492 ชื่อว่า “สหกรณ์ประมงพิษณุโลก จำกัด” ในท้องที่ลำคลองกระบัง โป่งนก อำเภอพรหมพิราม จังหวัดพิษณุโลก เป็นสหกรณ์ประมงประเภทน้ำจืด มีสมาชิกจำนวน 54 คน สหกรณ์ได้ดำเนินการจัดสรรที่ทำกินให้สมาชิก ช่วยเหลือสมาชิกในด้านการจำหน่าย การแปรรูปสัตว์น้ำ ขออนุญาตสัมปทานให้สมาชิกจับสัตว์น้ำได้โดยสะดวก แนะนำเทคนิคการจับสัตว์น้ำ และละเว้นการจับสัตว์น้ำที่ยังไม่ได้ขนาดเพื่อสงวนพันธุ์สัตว์น้ำ การดำเนินงานเป็นไปด้วยดี จนถึงปี พ.ศ.2513 ทางราชการมีนโยบายให้คลองต่างๆ ที่ราชการเป็นเจ้าของเป็นสาธารณะ การจับสัตว์น้ำเป็นไปโดยเสรี การดำเนินงานของสหกรณ์จึงไม่ได้ผลเท่าที่ควร ปัจจุบันสหกรณ์นี้ได้ควบเข้ากันกับสหกรณ์การเกษตรพรหมพิราม จำกัด

สำหรับการจัดตั้งสหกรณ์ประมงประเภทน้ำเค็ม ได้เริ่มจัดตั้งครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ.2495 ชื่อว่า “สหกรณ์ประมงกลาง จำกัด” ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดหาทุน จำหน่ายสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์แปรรูป จัดหาวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือประมง

3.2 ลักษณะการดำเนินงานของสหกรณ์ประมง

สหกรณ์ประมงดำเนินการจัดบริการต่างๆ มาให้แก่สมาชิก ดังนี้

3.2.1 รวบรวมผลผลิตของสมาชิมาจัดการขาย

3.2.2 จัดหาสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์และสิ่งของจำเป็นมาจำหน่ายให้แก่สมาชิก

3.2.3 จัดหาเงินทุนดอกเบี้ยที่เป็นธรรมมาให้สมาชิกนำไปลงทุนทำการประมง

3.2.4 รับฝากเงินจากสมาชิก

3.2.5 ส่งเสริมการประกอบอาชีพ

3.2.6 จัดให้มีการศึกษาอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการ

ตลอดจนเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่เสมอ

3.3 ทุนดำเนินงานของสหกรณ์ประมง

สหกรณ์ประมงมีแหล่งเงินทุน 3 ทาง คือ

3.3.1 ทุนจากสมาชิก ได้แก่

- 1) การถือหุ้นของสมาชิก
- 2) รับฝากเงินจากสมาชิกทั้งประเภทฝากประจำและฝากออมทรัพย์

3.3.2 ทุนจากสหกรณ์ ได้แก่

- 1) ทุนสำรองซึ่งได้จากการจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีของสหกรณ์
- 2) เงินสะสมอื่นๆ ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ

3.3.3 ทุนจากสถาบันการเงิน ได้แก่ การกู้ยืมเงินทั้งจากส่วนราชการ ธนาคารและบริษัทเงินทุนต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนสหกรณ์

3.4 การดำเนินงานของสหกรณ์ประมง

ปัจจุบันสหกรณ์ประมงจดทะเบียนดำเนินกิจการ จำนวน 97 สหกรณ์ แต่ยังคงดำเนินธุรกิจตามปกติ จำนวน 56 สหกรณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 57.73 ส่วนที่เหลือเป็นสหกรณ์ที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจ หยุดดำเนินธุรกิจ อยู่ระหว่างการเลิกสหกรณ์และชำระบัญชี จำนวนสมาชิกและจำนวนสหกรณ์ประมงแสดงได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 จำนวนสมาชิกและจำนวนสหกรณ์ประมง ปี 2551 และ 2552

สหกรณ์ประมง	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ
จำนวนสมาชิก (คน)	13,325	13,164	(161)	(1.21)
จำนวนสหกรณ์ (สหกรณ์)	99	97	(2)	(2.02)

ที่มา : สารสนเทศความรู้ทางการเงิน สหกรณ์ประมง ปี 2552 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สหกรณ์ประมงดำเนินธุรกิจเพื่อให้บริการด้านต่างๆ แก่สมาชิก และบุคคลภายนอก ได้แก่ การรับฝากเงิน การให้เงินกู้ การจัดหาสินค้ามาจำหน่าย การรวบรวมผลผลิต การแปรรูปผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการทั่วไป ในปี 2551 และ 2552 สหกรณ์ประมงมีปริมาณธุรกิจ ในภาพรวมทั้งประเทศจำแนกตามธุรกิจต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.2 ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ประมง ปี 2551 และ 2552

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทธุรกิจ	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ
การรับฝากเงิน	21.11	20.38	(0.73)	(3.46)
การให้เงินกู้	160.62	54.69	(105.93)	(65.95)
การจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	377.52	369.29	(8.23)	(2.18)
การรวบรวมผลิตผล	38.10	139.69	101.59	2.67
การแปรรูปผลิตผล/ผลิตภัณฑ์	0.58	0.00	(0.58)	ลดลงทั้งจำนวน
การให้บริการ	70.14	69.57	(0.57)	(0.81)
รวม	668.07	653.62	(14.45)	(2.16)

ที่มา : สารสนเทศความรู้ทางการเงิน สหกรณ์ประมง ปี 2552 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ตารางที่ 2.3 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ประมง ปี 2551 และ 2552

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทธุรกิจ	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ
จำนวนสหกรณ์ (สหกรณ์)	99	97	(2)	(2.02)
จำนวนสมาชิก (คน)	13,325	13,164	(161)	(1.21)
ปริมาณธุรกิจ	668.07	653.62	(14.45)	(2.16)
ผลการดำเนินงาน				
รายได้ธุรกิจหลัก	748.48	614.94	(133.54)	(16.80)
รายได้เฉพาะธุรกิจ	11.23	8.06	(3.17)	(11.23)
รายได้อื่น	14.63	11.16	(3.47)	73.55
ต้นทุนธุรกิจ	654.14	520.86	(133.28)	(19.43)
ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	178.47	75.48	(102.99)	39.67
ค่าใช้จ่ายอื่น	72.68	35.74	(36.94)	(15.64)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(130.95)	2.08	133.03	1.02 เท่า

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทธุรกิจ	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ
ฐานะการเงิน				
สินทรัพย์	624.38	620.41	(3.97)	(0.64)
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	70.72	92.73	22.01	31.12
เงินลงทุน	1.02	1.12	0.10	9.80
ลูกหนี้เงินกู้ยืม	82.46	91.27	8.81	10.68
ลูกหนี้อื่น	56.42	47.60	(8.82)	(15.63)
สินค้าคงเหลือ	8.80	7.55	(1.25)	(14.20)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	116.25	111.38	(4.87)	(4.19)
สินทรัพย์อื่น	288.71	268.76	(19.95)	(6.91)
หนี้สินและทุน	624.38	620.41	(3.97)	(0.64)
เงินกู้ยืม	211.60	215.45	3.85	1.82
เจ้าหนี้การค้าและอื่นๆ	21.82	24.66	2.84	13.02
เงินรับฝาก	90.60	89.91	(0.69)	(0.76)
หนี้สินอื่น	335.20	325.20	(10.00)	(2.98)
ทุนเรือนหุ้น	180.11	184.01	3.90	2.17
ทุนสำรอง	104.98	106.88	1.90	1.81
ทุนสะสมตามข้อบังคับ	31.31	31.53	0.22	0.70
ส่วนอื่นๆ	(220.29)	(359.31)	(139.02)	63.11
กำไรสุทธิ	(130.95)	2.08	133.03	1.02 เท่า

ที่มา : สารสนเทศความรู้ทางการเงิน สหกรณ์ประมง ปี 2552 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

4. ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงครามมีสหกรณ์ประมง จำนวน 3 สหกรณ์ ได้แก่ สหกรณ์ประมงบางจะเกร็ง – บางแก้ว จำกัด ประกอบด้วยสมาชิกผู้ประกอบอาชีพเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง จำนวน 116 คน ดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายเพียงธุรกิจเดียว สหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสดแพรงกหนามแดง จำกัด ประกอบด้วยสมาชิกผู้ประกอบอาชีพการประมงน้ำจืด (ขุดบ่อเลี้ยงปลาสดและแปรรูปปลาสด) จำนวน 171 คน ดำเนินธุรกิจสินเชื่อ รับฝากเงิน และจัดหาสินค้ามาจำหน่าย และสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ซึ่งเป็นสหกรณ์ประมงที่มีผลการดำเนินงานและฐานะการเงินดีกว่าสหกรณ์ประมงสองแห่งข้างต้น ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ประกอบด้วย

4.1 ความเป็นมา

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เปลี่ยนฐานะมาจาก “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” ซึ่งจัดตั้งขึ้นในภาวะที่ประเทศกำลังประสบปัญหาวิกฤตด้านน้ำมันเชื้อเพลิง เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2522 เพื่อให้บริการแก่สมาชิกในการลดต้นทุนการประมง และแก้ปัญหาด้านการตลาดของชาวประมงสมาชิก โดยเล็งเห็นว่า วิธีเดียวที่จะประคับประคองอาชีพประมงให้อยู่รอด คือ “การรวมพลังให้เข้มแข็ง”

เพื่อเป็นการสนองนโยบายรัฐบาลที่จะช่วยเหลือชาวประมง โดยผ่านกลไกขององค์การสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง ได้จัดประชุมใหญ่วิสามัญ ครั้งที่ 1/2523 เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2523 และมีมติเป็นเอกฉันท์ ให้เปลี่ยนฐานะของ “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” เป็น “สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด” ได้รับการจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ ประเภทสหกรณ์ประมง เลขทะเบียนสหกรณ์ที่ กสส.3/2524 เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2524 มีสมาชิกแรกตั้ง 154 คน มีทุนเรือนหุ้น 491,570 บาท มีเรือประมง 332 ลำ คิดเป็นมูลค่า 422,896,000 บาท สำนักงานแรกตั้งอยู่เลขที่ 705 ถนนประสิทธิ์พัฒนา ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม แผนกจัดหาสินค้ามาจำหน่ายและสถานที่จำหน่ายน้ำมัน ตั้งอยู่เลขที่ 157 ถนนแหลมใหญ่ ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ห้องที่ดำเนินงานครอบคลุมทุกอำเภอในจังหวัดสมุทรสงคราม

4.2 การดำเนินงาน

หลังจากจัดตั้งสหกรณ์แล้ว สหกรณ์ได้เริ่มดำเนินงานแก้ไขปัญหาเรื่องน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นลำดับแรก โดยการจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงมาจัดสรรและจำหน่ายให้แก่สมาชิกในราคาต่ำกว่าท้องตลาด มียอดขายน้ำมันเดือนละ 800,000 ลิตร หรือประมาณ 25 % ของการบริโภคน้ำมันในภาคการประมงของจังหวัดสมุทรสงคราม นอกจากนี้ดำเนินการจัดหาวัสดุอุปกรณ์และเครื่อง

อุปโภคบริโภคมาจำหน่ายแก่สมาชิกด้วย ได้แก่ สวดสติง อุปกรณ์เดินเรือ น้ำมันเครื่อง ข้าวสาร เป็นต้น

เมื่อสหกรณ์ดำเนินธุรกิจแก้ไขปัญหาน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาสูงได้แล้ว สหกรณ์เริ่มคิดแก้ปัญหาด้านการตลาดของสมาชิกในเรื่องของสถานที่จำหน่ายปลาหรือตลาดปลา กล่าวคือ ในจังหวัดสมุทรสงครามไม่มีสะพานปลาหรือตลาดปลา เมื่อสมาชิกจับปลาได้แล้วต้องไปขายที่สะพานปลาขององค์การสะพานปลาที่มหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร หรือที่กรุงเทพฯ ซึ่งอยู่ไกล 33 – 100 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง ประกอบกับเรือลากปลาน้ำจืดซึ่งเดิมจะวิ่งไปขายปลาที่มหาชัย ก็ปรับเปลี่ยนวิธีการขนส่งโดยนำปลาขึ้นฝั่งที่ชุมพรถ่ายขึ้นรถบรรทุกปลา แล้วนำไปขายที่มหาชัย วิธีนี้จะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า ดังนั้นจึงมีเรือลากปลาใช้วิธีนี้เพิ่มมากขึ้น เมื่อเรือมากขึ้น จำนวนรถบรรทุกปลาก็มากขึ้นด้วย แต่สะพานปลาที่มหาชัยยังคงมีพื้นที่เท่าเดิม ทำให้รถบรรทุกปลาจากแม่กลองต้องเริ่มจอดคิว รอคิวเข้าขายปลา บางครั้งต้องขึ้นปลามารอขายนานถึง 2 วัน ทำให้ปลาเสียความสด รวมทั้งการถูกกดราคาจากแพปลาซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาปลาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นอกจากนี้สหกรณ์ต้องการที่จะทำหน้าที่ให้สมบูรณ์ คือ ทำหน้าที่คัดคนกลางออกจากระบบการขายผลผลิตของสมาชิก โดยจะทำหน้าที่รวบรวมและขายผลผลิตเองเป็นแพปลาเอง จึงได้เปิดขายปลาและกำหนดหลักเกณฑ์ วิธิดำเนินงานขึ้น โดยนำเอาวิธีการของสะพานปลามาประยุกต์ สมาชิกต่างยืนยัน พร้อมใจจะนำปลาเข้ามาขายที่สะพานปลา สหกรณ์ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยการนัดประชุมพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสัตว์น้ำทั้งในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามและจากต่างพื้นที่ เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจรวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบด้วย สหกรณ์ได้เปิดสะพานปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ให้บริการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2524 โดยเช่าที่ดินจากกรรมการซึ่งตกลงให้สหกรณ์เช่าในราคาถูก ส่วนรายได้จากค่าจอดรถ การจำหน่ายน้ำแข็งคองปลาและอาหาร เป็นของเจ้าของที่ดิน

การดำเนินงานของสะพานปลาสหกรณ์ ในระยะแรกเป็นไปด้วยดีมียอดขายสูงมากเกินกว่าที่คาดหมายเอาไว้ สมาชิกได้รับประโยชน์ แต่นานไปก็เริ่มมีปัญหา ทอยเข้ามาให้แก้ไขอย่างต่อเนื่องและนับวันก็จะมีมากยิ่งขึ้น ได้แก่ สถานที่จอดรถคับแคบ บุคลากรขาดความรู้และประสบการณ์ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ มีไม่เพียงพอ ผลการดำเนินงานมีหนี้ค้างชำระที่เรียกเก็บไม่ได้ เป็นต้น ในที่สุดสะพานปลาแห่งนี้ก็ต้องเลิกกิจการไปหลังจากดำเนินการได้เพียง 7 เดือน โดยคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์มีมติยุบเลิกกิจการ ซึ่งสหกรณ์ได้ประมวลสาเหตุและสรุปได้ดังนี้

1. รายได้ของสหกรณ์ไม่คุ้มกับรายจ่าย เนื่องจากสหกรณ์ได้กำหนดค่าธรรมเนียมการขายไว้ต่ำมากเพียงร้อยละ 2 ของยอดขาย การกำหนดเช่นนี้ถ้าสมาชิกและ

ชาวประมงรวมตัวกันมาใช้บริการอย่างเหนียวแน่น ก็อาจยังคงดำเนินการต่อไปได้ แต่สถานะแวดล้อมของธุรกิจสะพานปลาในพื้นที่ยังไม่พร้อม เช่น ธุรกิจต่อเนื่องที่จะมารองรับ และการระบายสินค้าในพื้นที่ยังมีฐานแคบ แรงดึงดูดจึงยังไม่พอเพียง การกำหนดค่าธรรมเนียม 2 % จึงเป็นอุดมคติมากกว่าเป็น ธุรกิจ

2. การกำหนดค่าธรรมเนียมการขายไว้ 2 % ทำให้กระทบผลประโยชน์ของเจ้าของเดิมที่มหาชัยและกรุงเทพฯ โดยตรง ซึ่งสะพานปลาทั้งสองแห่งมีการจัดตั้ง มีการรวมตัวและมีธุรกิจต่อเนื่องรองรับอย่างเข้มแข็งมานาน มีพื้นฐานที่กว้างใหญ่กว่ามาก การริเริ่มทำธุรกิจแข่งขัน ทั้ง ๆ ที่มีกำลังน้อยกว่าจึงกลับตกเป็นฝ่ายจะเสียเปรียบ

3. สหกรณ์ขาดสภาพคล่อง ไม่มีทุนหมุนเวียน การที่สหกรณ์ผูกขาดเป็นแพปลาเพียงแพเดียวในสะพานปลา แม้ดูว่าจะถูกต้องตามหลักการและอุดมคติ แต่ในความเป็นจริงกลับไม่สอดคล้องกับการแข่งขันเสรีที่มีอยู่รอบๆ ตัว คู่แข่งที่มีกำลังทุนที่เข้มแข็งกว่าสามารถเพิ่มเครดิตให้แม่ค้าหรือเรือในสังกัด หรือผ่อนเครดิตให้ยาวกว่า สหกรณ์ก็พบความลำบากในการแข่งขัน

4. แม่ค้าข่อยที่ซื้อปลาและอยู่ในพื้นที่จริงๆ ยังมีน้อย ต้องอาศัยพึ่งพาแม่ค้าจากต่างพื้นที่ให้เข้ามาเพิ่มกำลังซื้อ มีการรวมกันกดราคา ประกอบกับชนิดของสินค้าปลาเป็นปลาเรือคู่ซึ่งมีปลาทุกกับปลาหมึกเป็นหลัก ทำให้ความหลากหลายของสินค้ามีไม่เพียงพอที่จะดึงดูดแม่ค้าจากต่างถิ่น

5. สมาชิกขาดความมั่นใจ เพราะเป็นสะพานปลาแห่งใหม่ สถานที่ที่เป็นของเอกชนที่เสียสละให้เช่า ทำให้ภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของสะพานปลาใหม่นี้ยังมีไม่พอ ทั้งเป็นการริเริ่มทำกันเองของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ ขาดภาคีที่หลากหลายมาสนับสนุนให้เกิดความมั่นใจ

แต่อย่างไรก็ตามสหกรณ์ก็ยังพยายามต่อไปที่จะสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ให้กับ ชาวประมงสมุทรสงคราม โดยจากความล้มเหลวที่ผ่านมา ได้ให้บทเรียนและข้อคิดแก่สหกรณ์ ดังนี้

ประการแรก ทำให้กรรมการและสมาชิกของสหกรณ์ได้เรียนรู้ถึงวิธีการจัดการสะพานปลาที่เป็นจริง

ประการที่สอง รูปแบบของสะพานปลา ไม่จำเป็นต้องเป็นสะพานปลาทางน้ำก็ได้ อาจทำเป็นสะพานบกหรือปลารถเป็นหลัก สอดคล้องกับประมงแม่กลองที่ทำวนลากคู่มากที่สุด และเป็นปลารถเกือบทั้งหมด นอกจากนั้นการทำสะพานบกอาจหาสถานที่ได้ง่ายกว่า กว้างขวาง สะดวกกว่า

ประการที่สาม สหกรณ์ฯ ควรมีบทบาทกลายเป็นองค์กรสะพานปลา คือ เป็นผู้กำหนดควบคุมในระดับเบื้องต้น หรือระดับนโยบายมากกว่าที่จะลงมาลงมือเป็นแพปลาเสียเอง เพราะระบบประเพณีการซื้อขายปลาค่อนข้างเสรี ไม่ต้องกลัวการผูกขาดหรือกคชี่ ขณะเดียวกันลักษณะอาชีพประมงนี้มีปัจจัยเปลี่ยนแปลงมาก ผู้ทำให้เป็นการค้าที่เสรีที่สุด เป็นธรรมชาติของมันเองมากที่สุดน่าจะดีกว่า สหกรณ์เพียงเฝ้าดูมิให้มีการผูกขาดคัดคอนเอารัดเอาเปรียบกันเกินไป ก็น่าจะเพียงพอ

ประการที่สี่ ปัญหาและอุปสรรคทั้งหลายที่ได้พบนี้ที่จริงมีค่าใหญ่หลวง เพราะทำให้ได้รู้ได้เห็นในสภาพที่เป็นจริง คิดอ่านแก้ไขไปจากสภาพที่มันเป็นจริง เช่น แทนที่สหกรณ์ จะเข้าแบกรับเป็นแพปลาเสียเอง ผู้สหกรณ์ส่งเสริมให้สมาชิก หรือชาวประมงอื่น ๆ รวมตัวเป็นแพปลาแต่ละแพเสียเอง ก็อาจเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมก็เป็นได้

ประการที่ห้า อุดมคตินั้นเป็นสิ่งดี เป็น “สิ่งที่ควรจะเป็น” แต่ควรจะพัฒนาไปตามสภาพจาก “สิ่งที่เป็นไปได้จริง” ก่อน

ประการที่หก เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์และความมั่นใจแก่คนทั้งหลายได้ ดีกว่า ตลอดจนมีโอกาสที่จะได้รับการประสานงานช่วยเหลือจากหลายๆ ทาง สมควรให้มีหน่วยราชการหรือกึ่งราชการเป็นผู้ลงทุนสร้างสะพานปลา เป็นการรวมกำลังของทุกฝ่าย ทั้งยังช่วยลดแรงกดดันด้านทานจากผู้เสียประโยชน์อื่น ๆ

การสร้างตลาดปลาแม่กลองครั้งที่สองได้เริ่มขึ้น มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และทัศนคติใหม่ เพื่อให้ดูเป็นแบบแผน เป็นทางการน่าเชื่อถือ เพื่อรวมใจรวมความสามัคคี ในแง่การหาพันธมิตร มีการแพร่กระจายขยายความคิด สร้างความรู้ความเข้าใจแก่องค์กรและสาธารณชนในท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง เช่น หอการค้า สภาจังหวัด ในแง่วิชาการ ก็มีการวิเคราะห์วิจัยสนับสนุนความเป็นไปได้ของ โครงการเพื่อให้เกิดความชัดเจนว่า สามารถจะลงทุนทำตลาดปลาในเชิงธุรกิจได้

ในปี 2530 จังหวัดและสหกรณ์ได้ประชุมรวบรวมข้อมูลทั้งหมดในที่สุดก็ปรากฏความเป็นไปได้ 2 แนวทาง คือ สะพานปลาที่หอการค้าจังหวัดสนับสนุนและจะ ไปหาเงินสนับสนุนจากต่างประเทศ อีกแนวทางหนึ่งก็คือ สหกรณ์เสนอขอให้จังหวัดจัดหางบประมาณสร้างสะพานปลาบนบกหรือตลาดปลาบนดิน เมื่อสร้างเสร็จสหกรณ์จะขอเป็นผู้ดำเนินการเอง ในช่วงแรกโดยเสนอให้ผลประโยชน์เข้าจังหวัดไม่น้อยกว่าที่จังหวัดลงทุน ซึ่งท้ายที่สุดก็เห็นพ้องกับแนวทางหลัง โดยให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดเข้ามาแบกรับการลงทุนเพื่อก่อสร้างตลาดปลาบนที่ดินเนื้อที่ 3 ไร่เศษ ที่นางบุญล้อม ถิ่นประเสริฐ สมาชิกสหกรณ์ยกให้ เป็นตลาดปลาขนาดย่อม ตั้งอยู่บนเส้นทางที่รถบรรทุกปลาจากทางภาคใต้ต้องผ่านก่อนไปถึงสะพานปลามหาชัยหรือ

สะพานปลากรุงเทพฯ ซึ่งหากราคาปลาที่แม่กลองกับสะพานปลาทั้งสองแห่งไม่แตกต่างกันนัก รถปลาก็น่าจะขายปลาที่สะพานปลาแม่กลอง นอกจากนี้แม่ค้าในพื้นที่และจากบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี สามารถมาซื้อสัตว์น้ำได้ไกลกว่า ใช้เวลาเดินทางน้อยกว่าเดิม สัตว์น้ำมีความสด ซึ่งสหกรณ์ใช้เรื่องความสดของสัตว์น้ำเป็นจุดเด่นและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ซื้อผู้ขายสัตว์น้ำมาซื้อขายสัตว์น้ำในตลาดปลาแห่งนี้ ตลาดปลาสหกรณ์ได้ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จและมีพิธีเปิดอาคารตลาดปลาสหกรณ์แม่กลองแห่งใหม่ เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2532 โดยสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เป็นผู้เช่าบริหารมีกำหนด 10 ปี อัตราค่าเช่าเดือนละ 50,000 บาท มีเงื่อนไขปรับปรุงค่าเช่าทุก 3 ปี

กิจการตลาดปลาแม่กลอง ได้เปิดบริการตั้งแต่วันที่ 6 พฤษภาคม 2532 และเจริญเติบโตก้าวหน้าเป็นลำดับ ในปีแรกที่ได้ดำเนินการ สหกรณ์มีรายได้จากรุกกิจการตลาดปลา 1.25 ล้านบาท มีรถบรรทุกปลาเข้าตลาดวันละกว่า 10 คัน ลดภาวะความตึงเครียดของสหกรณ์เกี่ยวกับรายรับ ที่จะนำไปจ่ายเป็นค่าเช่าตลาดและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในตลาดปลาลงไปได้มาก และเริ่มมองเห็นความมั่นคงและอนาคตอันสดใสของตลาดปลามากขึ้น

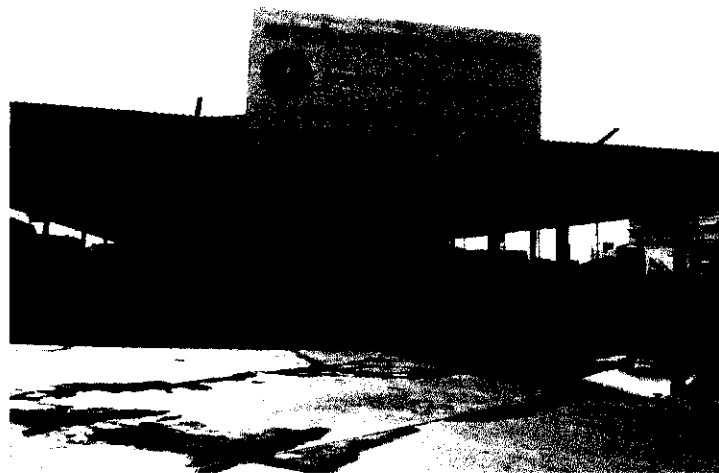
หลังดำเนินกิจการตลาดปลาได้ 1 ปี สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ได้ย้ายที่ตั้งสำนักงาน โดยได้ซื้ออาคารสำนักงานใหม่ เป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา อยู่ในบริเวณตลาดปลาแห่งนี้

ปี 2538 ตลาดปลาสหกรณ์ ได้รับการจดทะเบียนรับรองจากกรมการค้าภายในเป็น ตลาดกลางสัตว์น้ำจังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2538

ในปี 2540 หลังเปิดดำเนินตลาดปลาได้ 7 ปี กิจการตลาดปลามีการขยายตัวจนสถานที่เดิมคับแคบ จำนวนรถปลาที่เข้าขายปลามีจำนวนเพิ่มขึ้น เฉลี่ยตกวันละ 57 คัน (จำนวนรถเข้าขายปลาสูงสุดเคยถึงวันละ 108 คัน) จากจำนวนลือคปลาที่สหกรณ์มีอยู่ 60.5 ลือค สหกรณ์จึงต้องขยับขยายตลาดปลา โดยนำเงินทุนสำรองที่มี ชื่อที่ดินโดยรอบบริเวณไว้คิดเป็นเงินมูลค่า 38.879 ล้านบาท เพื่อสร้างเป็นตลาดปลาแห่งใหม่ และได้รับการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการพัฒนาตลาดกลาง จากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ให้เงินกู้ 10.126 ล้านบาท และกรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ให้เงินกู้ 10 ล้านบาท รวม 20.126 ล้านบาท กับเงินสนับสนุนจากชาวประมง ผู้ขายสินค้าสัตว์น้ำอีก 12 ล้านบาทเศษ สหกรณ์ก็สามารถสร้างตลาดปลาแห่งใหม่เสร็จและเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2541 โดยใช้งบประมาณในการก่อสร้างทั้งสิ้น 32 ล้านบาทเศษ ตลาดปลาแห่งใหม่นี้ สามารถรองรับรถบรรทุกปลาของสมาชิกได้มากกว่า 130 คันต่อวัน

ในปี 2545 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ดำเนินการขยายตลาดปลา โดยการก่อสร้างอาคารตลาดปลา เป็นอาคารหลังที่ 2 ต่อเชื่อมและอยู่ในแนวเดียวกันกับอาคารตลาดปลาเดิม มีความยาวของตัวอาคารใหม่โดยประมาณ 64 เมตร และได้ปรับปรุงพื้นที่โดยรอบตลาดปลาให้เป็นลานคอนกรีตเสริมเหล็ก เพื่ออำนวยความสะดวกในการจอดรถ เนื้อที่โดยรวม 11,200 ตารางเมตร โดยได้ดำเนินการก่อสร้างเสร็จและเปิดใช้ในเดือนกันยายน 2546 นอกจากนี้สหกรณ์ยังได้จัดสรร ที่ดินจำนวน 3 ไร่ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับน้ำทิ้งของตลาดปลา เพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมด้วย ผลจากการขยายตลาดปลาและปรับปรุงพื้นที่โดยรอบ ทำให้สหกรณ์มีรายได้จากการจอดรถของผู้ใช้บริการในตลาดปลาเพิ่มขึ้น ผู้ขายปลามีพื้นที่ขายปลาเพิ่มมากขึ้น อำนวยความสะดวกในการตั้ง สินค้าให้ผู้ซื้อได้เลือกซื้ออย่างเหมาะสม สามารถจัดระเบียบการขนส่งสินค้าสัตว์น้ำทั้งภายในและภายนอกอาคาร เป็นการระบายสินค้าสัตว์น้ำออกจากตลาดได้อย่างรวดเร็วและยังคงความสดไว้ได้

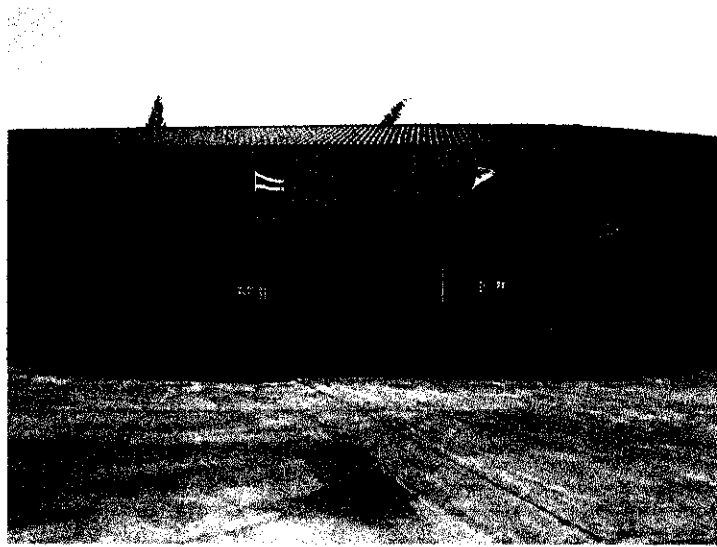
ในปี 2547 สหกรณ์ดำเนินการก่อสร้างอาคารตลาดปลาเพิ่มเติม โดยการสนับสนุนจากผู้ขายปลาและเงินทุนของสหกรณ์ ทำให้อาคารตลาดปลามีขนาดกว้าง 36 เมตร ยาว 272 เมตร ถือว่าเป็นอาคารตลาดปลาสดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในขณะนี้



ภาพที่ 2.2 ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

ที่มา : สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

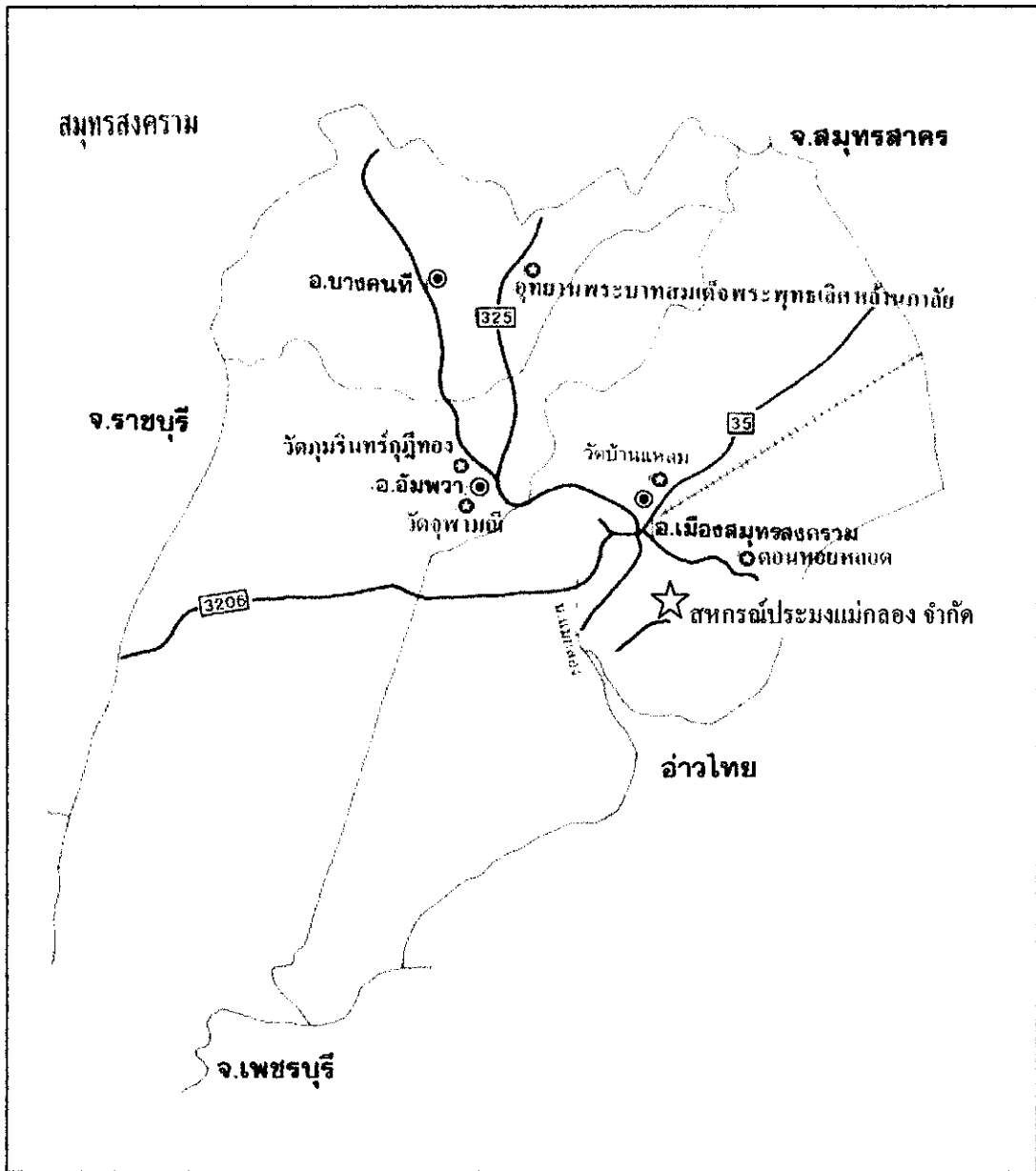
ปัจจุบันสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ได้ย้ายที่ทำการไปอยู่ที่อาคารสำนักงานที่ก่อสร้างใหม่ ตั้งอยู่บริเวณด้านในสุดของตลาดปลา เลขที่ 200 หมู่ 5 ตำบลแหลมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นอาคาร 2 ชั้น 8 คูหา ชั้นบนประกอบด้วยห้องประชุมขนาดใหญ่ (ห้องชัยพฤกษ์) ขนาดความจุ 200 คน และห้องประชุมขนาดกลาง (ห้องรวมคิด) ขนาดความจุ 35 คน ใช้สำหรับการประชุมคณะกรรมการดำเนินการ ส่วนชั้นล่าง ประกอบด้วยห้องทำงาน 3 ห้อง ห้องผู้บริหาร 2 ห้อง ห้องเอนกประสงค์ (ห้องพอเพียง) ขนาดความจุ 12 คน สำหรับการประชุมกลุ่มย่อย และห้องฝึกอบรมอาชีพ 2 ห้อง



ภาพที่ 2.3 สำนักงานสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

ที่มา : สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

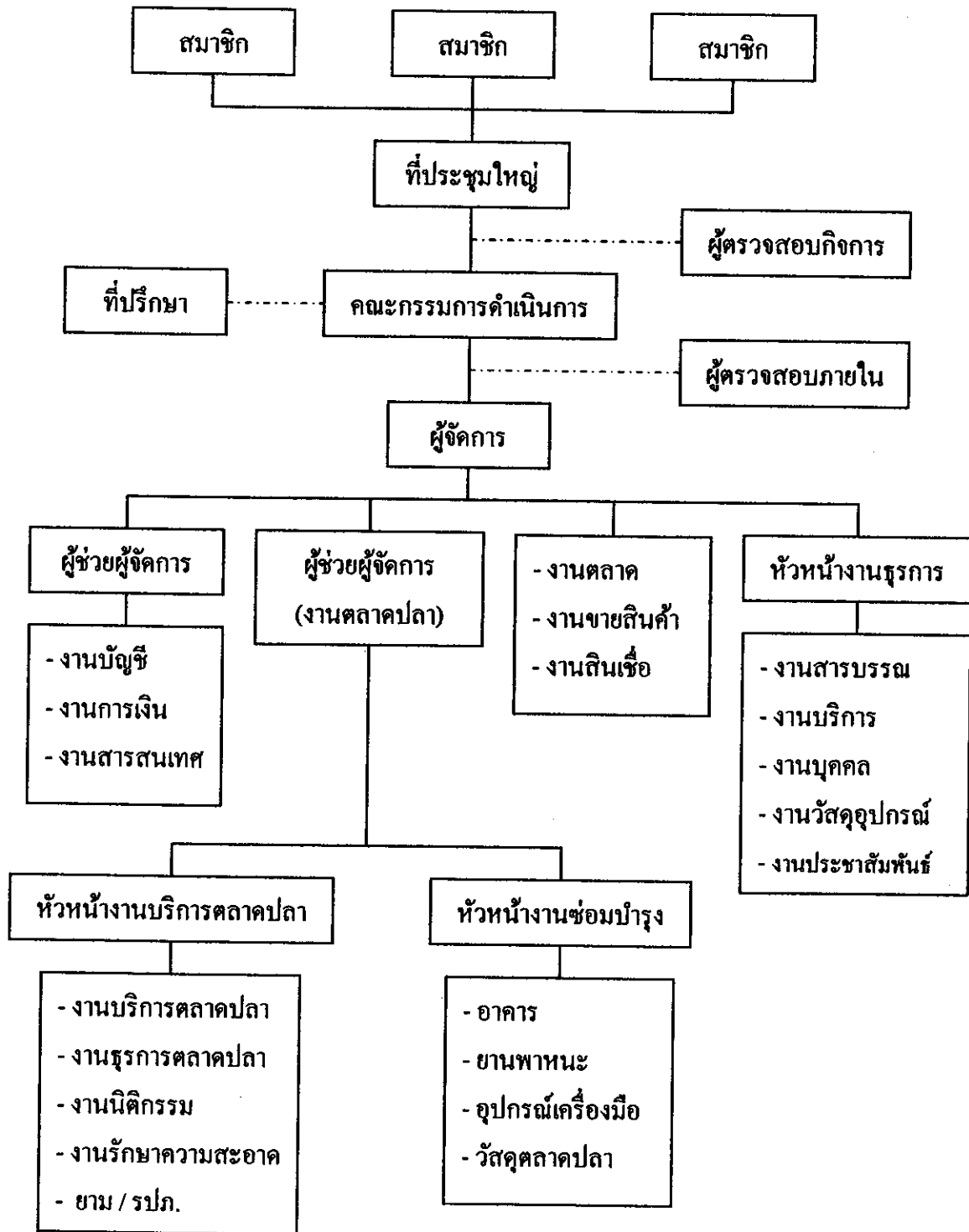
สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีเป้าหมายที่จะพัฒนาสหกรณ์ให้มีความพร้อมทั้งในด้านบุคลากร เทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับปรุงและขยายกิจการให้เจริญก้าวหน้า มิใช่เพียงเพื่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งแต่ละเรื่อง แต่เพื่อให้สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจ ในเชิงรุก สามารถแข่งขันกับภาคเอกชน และสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะเศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันอย่างรุนแรงอยู่ตลอดเวลา เป็นสถาบันหลักในการเอื้ออำนวย ประโยชน์แก่มวลสมาชิกทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการพัฒนาท้องถิ่นชุมชนอันเป็นที่ตั้งของสหกรณ์



ภาพที่ 2.4 แผนที่ตั้งสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

ที่มา : จังหวัดสมุทรสงคราม

4.3 โครงสร้างสหกรณ์



ภาพที่ 2.5 โครงสร้างสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

ที่มา : สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีโครงสร้างการบริหารงาน ประกอบด้วย

4.3.1 สมาชิก ซึ่งประกอบอาชีพทำการประมงทะเลและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ แบ่งสมาชิกออกเป็นกลุ่มย่อยตามสัดส่วนอาชีพ จำนวน 7 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มประมงทะเล 6 กลุ่ม และกลุ่มเพาะเลี้ยง 1 กลุ่ม นอกจากนี้ยังรับสมาชิกสมทบ ซึ่งได้แก่บุคคลอื่นที่ขาดคุณสมบัติในการเป็นสมาชิกสหกรณ์ และประสงค์จะใช้บริการทางธุรกิจของสหกรณ์

4.3.2 คณะกรรมการดำเนินการ มาจากการเลือกตั้งในที่ประชุมใหญ่ จำนวน 15 คน ประกอบด้วยประธานกรรมการ 1 คน รองประธานกรรมการ 2 คน เลขานุการ 1 คน เภรัณูญิก 1 คน และกรรมการ 10 คน

4.3.3 ฝ่ายจัดการ ประกอบด้วยผู้จัดการ 1 คน ผู้ช่วยผู้จัดการ 2 คน หัวหน้างาน 3 คน เจ้าหน้าที่ 13 คน ลูกจ้าง 56 คน รวม 75 คน แยกปฏิบัติงานประจำสำนักงาน 10 คน แผนกจัดหาสินค้ามาจำหน่าย 6 คน และแผนกให้บริการตลาดปลา 59 คน

4.3.4 ผู้ตรวจสอบกิจการ เลือกตั้งในที่ประชุมใหญ่ จำนวน 5 คน

4.3.5 ผู้ตรวจสอบภายใน แต่งตั้งโดยคณะกรรมการดำเนินการ จำนวน 2 คน

4.4 การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์

ปัจจุบัน สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีการดำเนินธุรกิจ 4 ประเภท คือ

4.4.1 ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ดำเนินการจัดหาสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์และสิ่งของที่จำเป็นมาจำหน่ายให้แก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป

4.4.2 ธุรกิจบริการตลาดปลา ดำเนินการให้บริการด้านตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำ เพื่อให้ผู้จับสัตว์น้ำหรือผู้เลี้ยงสัตว์น้ำ นำสัตว์น้ำที่จับได้หรือเลี้ยงไว้ มาจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อได้สะดวกและได้ราคาที่เป็นธรรม

4.4.3 ธุรกิจรับฝากเงิน ดำเนินการรับฝากเงินจากสมาชิก 2 ประเภท ได้แก่ เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ และเงินฝากออมทรัพย์สังจะ

4.4.4 ธุรกิจให้เงินกู้ ดำเนินการให้เงินกู้แก่สมาชิก 3 ประเภท ได้แก่ เงินกู้ระยะสั้น เงินกู้ฉุกเฉิน และเงินกู้ระยะปานกลาง

4.5 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน ปี 2550 – 2552 ดังนี้

ตารางที่ 2.4 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2550 - 2552

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
1. จำนวนสมาชิก (คน)	197	195	194
2. จัดหาสินค้ามาจำหน่าย	96,932,464.60	100,444,284.76	85,905,887.15
3. รายได้จากบริการตลาดปลา	18,730,858.62	18,444,408.94	18,325,181.09
4. เงินให้กู้ระหว่างปี	6,484,600.00	1,351,010.00	1,345,190.00
5. รับชำระคืนเงินกู้ระหว่างปี	6,519,724.07	605,777.93	1,705,692.75
6. ลูกหนี้เงินกู้	466,708.21	1,211,940.28	851,437.53
7. เงินรับฝาก	644,233.50	344,615.79	363,645.47
8. เจ้าหนี้การค้า	167,600.00	279,400.00	407,360.00
9. ทุนเรือนหุ้น	9,552,310.00	10,195,410.00	11,714,750.00
10. ทุนสำรอง	87,601,196.40	88,229,056.86	88,735,898.39
11. ทุนสะสมตามข้อบังคับ	9,797,957.52	9,185,859.85	8,895,548.99
12. รายได้รวม	119,075,471.80	122,194,021.48	107,026,519.41
13. ค่าใช้จ่ายรวม	116,204,614.35	117,126,379.95	101,686,713.52
14. กำไรสุทธิประจำปี	2,870,857.45	5,067,641.53	5,339,805.89
15. ทุนของสหกรณ์	109,822,321.37	112,677,968.24	114,686,003.27
16. ทุนดำเนินงาน	119,636,624.85	121,894,742.79	124,489,868.88

ที่มา : รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ ปี 2550 – 2552 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

4.6 แผนกลยุทธ์ของสหกรณ์

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีการจัดทำแผนกลยุทธ์เป็นประจำทุกปี โดยได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสหกรณ์ ปีบริหารงาน 2550 – 2554 ซึ่งสมาชิกกลุ่มต่างๆ ของสหกรณ์ได้ร่วมกันจัดทำและร่วมแสดงความคิดเห็น เน้นถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนากลุ่มสมาชิก รวมทั้งปัญหาการขาดทุนในการประกอบอาชีพในปัจจุบัน

ดังนั้น การดำเนินงานของสหกรณ์ ในปีบริหารงาน 2550 – 2554 สหกรณ์จึงให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเสริมรายได้ให้กับสมาชิก โดยเน้นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตจากอาชีพหลักของคนเป็นสำคัญ ให้สมาชิกได้ตระหนักในความประสานสามัคคี ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบในกิจกรรมที่ร่วมกันดำเนินการ ด้วยความซื่อสัตย์ และมีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง ภายใต้อัตลักษณ์ภูมิบาล อันจะส่งผลต่อการพัฒนากิจกรรมของสหกรณ์ให้เกิดศักยภาพในการดำเนินงาน และสอดคล้องตามความประสงค์ของสมาชิก ในการส่งเสริมให้เกิดความกินคืออยู่ดีมีสันติสุข ตามวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์

ผลจากการร่วมกันคิด ร่วมกันพิจารณาของสมาชิกสหกรณ์เมื่อต้นปี 2552 เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานตามแผนงานปี 2551 และการกำหนดแผนงานใหม่ในปี 2552 สหกรณ์จึงได้กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ในปีบริหารงาน 2552 ไว้ดังนี้

4.6.1 วิสัยทัศน์ของสหกรณ์

“ร่วมคิดร่วมทำ ตามหลักธรรมาภิบาล ประสานประโยชน์ชุมชน พัฒนาคน พัฒนาผลผลิต”

4.6.2 เป้าหมาย

- 1) สมาชิกร่วมกิจกรรมกลุ่มที่ตนสังกัด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- 2) สมาชิกเข้าร่วมประชุมใหญ่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- 3) สหกรณ์มีการขยายตัวทางธุรกิจ ปีละ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

4.6.3 พันธกิจ

- 1) มีการบริหารจัดการตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ภายใต้อัตลักษณ์ภูมิบาล โดยสมาชิกมีส่วนร่วม
- 2) บุคลากรมีประสิทธิภาพ
- 3) มีการผลิตและจำหน่ายอาหารทะเลที่สด สะอาด
- 4) มีเครือข่ายความร่วมมือที่ดีระหว่างสหกรณ์ ชุมชน และองค์กรอื่น

4.6.4 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 ปรับปรุงการบริหารจัดการ โดยเสริมสร้างความมีส่วนร่วมของสมาชิก

- 1) ส่งเสริมให้กลุ่มเข้มแข็ง
- 2) ปลุกจิตสำนึกในเรื่องหลักธรรมาภิบาลแก่สมาชิก
- 3) ส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มสมาชิกที่มีการพัฒนา สร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรและเสริมสร้างองค์ความรู้

และเจ้าหน้าที่

- 1) จัดอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการ ผู้ตรวจสอบกิจการ และเจ้าหน้าที่
- 2) จัดให้มีคู่มือการปฏิบัติงานแยกตามหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 3) จัดอบรมและทัศนศึกษาดูงานแก่คณะผู้บริหาร ผู้ตรวจสอบกิจการ
- 4) จัดประชุมสมาชิกเพื่อการจัดทำแผนงานและศึกษาดูงาน

กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์

- 1) การศึกษาแนวทางการร่วมมือกับสมาชิกทำธุรกิจแพปลาในตลาดปลา
- 2) การขยายธุรกิจจำหน่ายสินค้าตามความต้องการของกลุ่มสมาชิก
- 3) การพัฒนามาตรฐานความสะอาดในตลาดปลาสหกรณ์
- 4) การพัฒนาระบบชีวภาพในตลาดปลา
- 5) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
- 6) ปรับปรุงทางเข้า - ออกสำนักงาน
- 7) การจัดซื้อที่ดินและปรับปรุงพัฒนาตลาดปลา
- 8) จัดให้มีโครงการสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียในตลาดปลา

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมสนับสนุนการผลิต และจำหน่ายอาหารทะเลที่สด

สะอาด

- 1) ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้าของสมาชิก
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดแก่ผลิตภัณฑ์ของสมาชิก

กลยุทธ์ที่ 5 สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสหกรณ์ ชุมชน และ

องค์กรอื่น

- 1) เสริมสร้างความเข้มแข็งในด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสหกรณ์ ชุมชน และองค์กรอื่น

- (1) โครงการชุมชนสัมพันธ์วันแม่
- (2) โครงการชุมชนสัมพันธ์วันพ่อ
- (3) โครงการตลาดปลาสีขาว
- (4) โครงการสหกรณ์ปลอดเอดส์และวัณโรค
- (5) โครงการลดอุบัติเหตุเป็นศูนย์
- (6) โครงการ 5 ส.
- (7) โครงการมอบทุนการศึกษาบุตรเจ้าหน้าที่

- (8) โครงการมอบทุนการศึกษาแก่โรงเรียนสังกัดเทศบาล/วัด
- (9) โครงการบริจาคโลหิต

5. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าเกษตร

5.1 ความหมายของตลาดกลางสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายใน (2550 : 2 - 3) อ้างถึงในเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ตลาดกลางสินค้าเกษตร ได้ให้ความหมายของตลาดกลางสินค้าเกษตร ไว้ว่า

ตลาดกลางสินค้าเกษตร หมายถึง สถานที่นัดพบเพื่อการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก เข้ามาทำการซื้อขายโดยตรง ด้วยวิธีการตกลงราคาหรือประมูลราคากันอย่างเปิดเผย ภายใต้ราคาที่เป็นธรรม

กรมการค้าภายใน แบ่งตลาดกลางสินค้าเกษตรออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 5.1.1 ตลาดกลางข้าวและพืชไร่
- 5.1.2 ตลาดกลางผักและผลไม้
- 5.1.3 ตลาดกลางปศุสัตว์
- 5.1.4 ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ที่แปรสภาพจากสัตว์น้ำ

5.2 วัตถุประสงค์ของตลาดกลางสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายใน (2550 : 6 - 7) อ้างถึงในเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ตลาดกลางสินค้าเกษตร ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของตลาดกลางสินค้าเกษตร ไว้ดังนี้

- 5.2.1 เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายสินค้าเกษตรที่แน่นอน สะดวกต่อการกำหนดระยะเวลาในการขนส่งสินค้า เพื่อลดปัญหาความเสียหายของสินค้าระหว่างการเดินทาง
- 5.2.2 เพื่อให้เกษตรกรหรือผู้ขายสามารถจำหน่ายสินค้าเกษตรได้ในราคาที่เป็นธรรม ไม่ถูกกดราคาจากผู้ซื้อ และได้รับเงินจากการขายทันทีเมื่อมีการตกลงซื้อสินค้า
- 5.2.3 เพื่อให้เกษตรกรหรือผู้ขายสามารถฝากผลผลิตไว้ที่ตลาดกลางได้ เพื่อรอราคาขายที่ดีกว่า
- 5.2.4 เพื่อให้มีบริการเครื่องชั่ง ตวง วัด ที่ได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการป้องกันผลประโยชน์ทั้งของผู้ซื้อและผู้ขาย

5.2.5 เพื่อให้เกษตรกรหรือผู้ขาย มีข้อได้เปรียบในการขายสินค้าเกษตร จากบริการข้อมูลข่าวสารราคาสินค้าเกษตรทั่วประเทศที่มีไว้บริการในตลาดกลางสินค้าเกษตร

5.3 องค์ประกอบของตลาดกลาง

เชชชัย เรืองทวีคุณ (2535 : 5) ได้ให้ความคิดเห็นว่าองค์ประกอบที่สำคัญของตลาดกลางมีดังนี้

5.3.1 มีสถานที่ซื้อขายเปิดเผยและมีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมากเข้ามาทำการแข่งขัน การซื้อขายสินค้า ทำให้กลไกราคาทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2 มีระบบการซื้อขายที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับ กล่าวคือ มีการซื้อขายในรูปแบบขายส่งด้วยวิธีตกลงราคาอย่างเปิดเผย

5.3.3 มีระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และมีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ซื้อขายสำหรับบริการให้กับผู้ซื้อผู้ขายได้รับทราบอย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการค้าขายได้อย่างเหมาะสม

5.3.4 มีคลังสินค้าหรือสถานที่เก็บสินค้า เพื่อบริการด้านรับฝาก หรือรับจำหน่ายสินค้าเกษตรในกรณีที่ผู้ขายประสงค์จะเก็บไว้รอราคา

5.3.5 มีสินเชื่อสนับสนุนแก่ผู้ซื้อและผู้ขายที่เข้ามาทำการซื้อขายในตลาดกลาง

5.3.6 มีบริการกิจกรรมตลาดกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ให้กับผู้ซื้อผู้ขาย เช่น การรวบรวมสินค้า ถานจอรถ การขนถ่ายสินค้า การขนส่ง เจ้าหน้าที่บริการตลาด โทรศัพท์ และบ้านพักสำหรับผู้ซื้อ ผู้ขาย เป็นต้น

5.3.7 มีกฎระเบียบที่จะรักษาความเป็นธรรมในการซื้อขาย ให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น การชำระเงิน การคิดค่าบริการ การกำหนดเวลาเปิดปิดตลาด การระงับข้อพิพาท และการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

6. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด

6.1 ความหมายของการตลาด

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา อ้างในเชาว์ โรจนแสง, ประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิตและการตลาดสหกรณ์ หน่วยที่ 8 (2549 : 10) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการตลาด (Marketing) ไว้ดังนี้ “การตลาด คือ หน้าที่ขององค์กร กระบวนการในการสร้าง การสื่อสาร การเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า และการจัดลูกค้าสัมพันธ์ในส่วนที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย”

โชคชัย ชยรัช (2547 : 17 - 18) กล่าวว่า มีผู้ให้ความหมายการตลาดไว้ดังนี้
 การตลาด หมายถึง ระบบกิจกรรมของธุรกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการวางแผน
 (Plan) กำหนดราคา (Price) ส่งเสริม (Promotion) และจัดจำหน่าย (Distribute) ผลิภัณฑ์ ที่สามารถ
 ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายเพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

การตลาด หมายถึง การทำงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและ
 บริการจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค โภคหรือผู้ใช้ ซึ่งมีความหมายในประเด็นที่สำคัญ คือ

1. การตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจ คือ มีกิจกรรมทางการตลาดหรือหน้าที่
 การตลาด
2. กิจกรรมธุรกิจที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ จากผู้ผลิต ไปยัง
 ผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการระหว่างกันกับเงินหรือของมีค่าที่ใช้แทนเงิน
 ความหมายทางการจัดการ การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผน บริหาร
 แนวความคิดที่เกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย ความคิด สินค้า บริการ
 เพื่อเป็นการสร้างการแลกเปลี่ยนที่ตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและเป้าหมายขององค์กร

6.2 ตลาดและระบบการตลาด

โชคชัย ชยรัช (2547 : 32 – 34) กล่าวถึงตลาดและระบบการตลาด ไว้ดังนี้

6.2.1 ตลาดตามแนวคิดของบุคคลทั่วไป หมายถึง สถานที่ผู้ซื้อและผู้ขายมา
 รวมกลุ่มกันเพื่อทำการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือสถานที่ใช้ในการติดต่อซื้อขายระหว่างกัน ระหว่างผู้
 ซื้อกับผู้ขาย ตลาดจึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- 1) ตลาดตามสถานที่ เป็นตลาดที่มีตัวตน มีสถานที่เพื่อให้ลูกค้าเข้าไปเลือก
 ซื้อสินค้าในร้านได้
- 2) ตลาดที่ไม่ต้องใช้สถานที่ เป็นตลาดดิจิทัล กล่าวคือ การซื้อขายสินค้า
 จะทำกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยไม่มีร้านค้า
- 3) ตลาดรวม เป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีความสัมพันธ์กันอย่าง
 ใกล้ชิดในจิตใจของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน

6.2.2 ตลาดตามแนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์ มีหลายความหมาย ดังนี้
 ตลาด หมายถึง กิจการการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทั้งสิ้นของ
 ผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง

ตลาด หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขาย โดยทั่วไปเป็นผู้ผลิต และ
 ผู้บริโภค มาทำการต่อรองเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ

ตลาด หมายถึง เป็นสถานที่ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายทำการเจรจาต่อรอง

ซื้อขายในผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง

ตลาด หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขายโดยทั่วไปเป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคมาทำการต่อรอง เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

6.2.3 ระบบการตลาด ประกอบด้วยสถาบัน ที่ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดำเนินการเคลื่อนย้ายคุณค่าของสินค้าและบริการจากผู้ผลิต ไปยังลูกค้าหรือตลาด รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อ โปรแกรมการตลาดธุรกิจ

ระบบตลาดอย่างง่ายเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและตลาดกล่าวคือ ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถติดต่อกันได้ 4 ทาง คือ

- 1) ผู้ขายจะส่งสินค้าและบริการให้กับผู้ซื้อ
- 2) ผู้ซื้อจะจ่ายเงิน เพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ
- 3) ผู้ขายจะทำการติดต่อสื่อสาร ไปยังตลาด เช่น การโฆษณา จดหมายตรง
- 4) ผู้ซื้อจะส่งข้อมูลให้กับผู้ขาย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการขาย เป็นต้น

6.3 การบริหารการตลาด

โชคชัย ชยรัช (2547 : 61 – 66) กล่าวถึงการบริหารการตลาดไว้ดังนี้

6.3.1 ความหมายของการบริหารการตลาด หมายถึง กระบวนการในการวางแผน การบริหารแนวความคิด การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การจัดจำหน่าย ความคิด สินค้า บริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและสนองความพึงพอใจของบุคคล

6.3.2 ขั้นตอนการบริหารการตลาด มีขั้นตอนเหมือนกับการบริหารทั่วไป อันประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การควบคุมซึ่งแสดงให้เห็นถึงเครื่องมือการตลาดที่สำคัญ 4 ประการ ที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เครื่องมือทั้ง 4 นี้เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด ที่ต้องมีการวางแผนเพื่อสนองความพึงพอใจของแต่ละบุคคล และการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การด้วย ดังนั้น ก่อนที่จะมีการวางแผนงานการตลาดจึงต้องเริ่มต้นจากการกำหนดและวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย แล้วพัฒนาแผนการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่มี 4 ด้าน อันประกอบด้วย

- 1) การแก้ปัญหาของลูกค้า หรือความจำเป็นของลูกค้า
- 2) ต้นทุนของลูกค้า
- 3) ความสะดวกของลูกค้า
- 4) การติดต่อกับลูกค้า

การบริหารการตลาดหรือกระบวนการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวิจัยและการเลือกตลาดเป้าหมาย การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การวางแผนโปรแกรมการตลาด การจัดองค์กร การปฏิบัติการ และการควบคุมความพยายามทางการตลาด หรืออาจหมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมโปรแกรมในการออกแบบ เพื่อการสร้างและการรักษาผลประโยชน์ ในการแลกเปลี่ยนกับผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมาย ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

จากทั้งสองความหมายนี้ จะเห็นกระบวนการของการบริหารการตลาด ซึ่งเหมือนกับกระบวนการของการบริหารทั่วไป แต่เน้นความสำคัญในการวางแผน ที่เน้นการวิเคราะห์สถานการณ์หรือโอกาสทางการตลาด

กล่าวโดยสรุป กระบวนการในการบริหารตลาด หรือกระบวนการทางการตลาด ประกอบด้วย

ขั้นที่หนึ่ง การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ได้แก่ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน การจัดจำหน่าย และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ SWOT การวิจัยและการเลือกตลาดเป้าหมาย และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ขั้นที่สอง การวางแผนการตลาด ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด และการกำหนดกลยุทธ์การตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่สาม การปฏิบัติการทางการตลาด ได้แก่ การจัดองค์กรทางการตลาด และการปฏิบัติการทางการตลาด

ขั้นที่สี่ การควบคุมทางการตลาด

6.4 กลยุทธ์การตลาด

โชคชัย ชยธวัช (2547 : 75 – 77, 85 - 86) กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดไว้ดังนี้
กลยุทธ์ หมายถึง แผนการปฏิบัติการที่อธิบายถึงการจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมอื่นๆ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือหมายถึงแผนอย่างกว้างซึ่งได้พัฒนาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในระยะยาว

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง แผนที่กำหนดเกี่ยวกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่จะมุ่งใจให้บรรลุผลสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ หรือวิธีการทางการตลาดที่หน่วยธุรกิจคาดหวังจะบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด หรือ โปรแกรมทั้งหมดของธุรกิจสำหรับการเลือกและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

ประเด็นสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์การตลาด คือ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การกำหนดตลาดและพฤติกรรมของตลาด

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดนั้น จำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นอกจากนี้กลยุทธ์การตลาดจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับระบบการวางแผนการตลาด ระบบการจัดการองค์การ ระบบการปฏิบัติการทางการตลาด ระบบการควบคุมการตลาด และระบบข้อมูลทางการตลาด ซึ่งการใช้กลยุทธ์การตลาดนั้น ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและโปรแกรมการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์และส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

เชาว์ ไรจนแสง (2549 : 57) กล่าวถึงการกำหนดกลยุทธ์การตลาดไว้ว่า การกำหนดกลยุทธ์การตลาดกำหนดตามความเหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมการตลาด ประเภทกลยุทธ์การตลาดอาจจำแนกได้ดังนี้

- 1) กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration)
- 2) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
- 3) กลยุทธ์การพัฒนาตลาด (Market Development)
- 4) กลยุทธ์การเปลี่ยนธุรกิจ (Diversification)
- 5) กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Cost Leadership)
- 6) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation)
- 7) กลยุทธ์เน้นการตลาดเฉพาะ (Niche Marketing)
- 8) กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

6.5 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาดเป็นองค์ประกอบของเครื่องมือการตลาดที่ใช้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมาย Mr.Carthy ได้จัดแบ่งเครื่องมือดังกล่าวเป็น 4 กลุ่มกว้างๆ ที่เรียกว่า 4 Ps ของการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

6.5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

โชคชัย ชยธวัช (2547 : 77 - 79, 86) กล่าวว่า

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น

บรรจุกิจที่ ราคา คุณภาพ คราตินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลึกภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้ำ บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด

ผลึกภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวคนหรือไม่มีตัวคนก็ได้ ผลึกภัณฑ์จึงประกอบค้ำยสินค้ำ บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลึกภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่า ในสายค้ำยของลูกค้ำ จึงจะมีผลทำใ้ผลึกภัณฑ์สามารถขายได้

การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลึกภัณฑ์ต้องพยายามค้ำนึ่งถึงปัจจัย ค้ำไปนี้

1) ความแตกต่างของผลึกภัณฑ์ หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน เป็นการกำหนดลักษณะผลึกภัณฑ์ใ้แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถสร้างความพึงพอใจใ้กับลูกค้ำได้ ซึ่งการสร้างควมแตกต่างทางการแข่งขันสามารถทำได้ค้ำยวิธีการค้ำย คือ

- (1) ความแตกต่างด้านผลึกภัณฑ์
- (2) ความแตกต่างด้านบริการ
- (3) ความแตกต่างด้านบุคคล
- (4) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์

2) องค์กรประกอบหรือคุณสมบัติของผลึกภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุกิจ คราตินค้ำ ฯลฯ

3) การกำหนดค้ำแหน่งผลึกภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลึกภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงค้ำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้ำเป้าหมาย เช่น การกำหนดค้ำแหน่งคราตินค้ำ จะเป็นการออกแบบความแตกต่างของคราตินค้ำหรือธุรกิจ เพื่อแสดงถึงจุดเด่นและค้ำแหน่งผลึกภัณฑ์ที่มีคุณค่าในจิตใจของลูกค้ำเป้าหมาย

4) การพัฒนาผลึกภัณฑ์ เพื่อให้ผลึกภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงใ้ค้ำขึ้น ซึ่งต้องค้ำยสนองความต้องการของลูกค้ำใ้ค้ำยขึ้น

5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลึกภัณฑ์และสายผลึกภัณฑ์ ได้แก่ ส่วนประสมผลึกภัณฑ์ สายผลึกภัณฑ์ สินค้ำใ้เลือก คุณภาพสินค้ำ ลักษณะ การออกแบบ คราตินค้ำ การบรรจุกิจหีบห่อ ขนาด บริการ การรับประกัน การรับค้ำ

6.5.2 ราคา (Price)

โจคชัย ชยธวัช (2547 : 79 - 80, 87) กล่าวว้า

ราคา หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นค้ำที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อใ้ได้ผลึกภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค้ำผลึกภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้ำ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างค้ำยของผลึกภัณฑ์กับราคาของผลึกภัณฑ์นั้น ถ้าค้ำยสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะมีค้ำยใจซื้อ

การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึง

- 1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น
- 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 3) การแข่งขัน
- 4) ปัจจัยอื่นๆ

กลยุทธ์ด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมให้
ระยะเวลาการชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อ

การตั้งราคาและกำหนดกลยุทธ์ด้านราคานั้น จะต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า
เป้าหมาย ภาวะการแข่งขัน ต้นทุนในการผลิต กลยุทธ์และโปรแกรมด้านราคา

6.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

โชคชัย ชยธวัช (2547 : 79 - 80, 87) กล่าวว่า

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างช่องทางซึ่งประกอบด้วย
สถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำ
ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า
ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึง
ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

- 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความ
เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์ หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไป
ยังผู้บริโภคหรือใช้ทางธุรกิจ หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูก
เปลี่ยนมือ ไปยังตลาด

ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค
หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งจะใช้ช่องทางตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

การจัดจำหน่าย ได้แก่ ช่องทาง การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้า ความ
ครอบคลุม การเลือกคนกลาง ทำเลที่ตั้ง สินค้าคงเหลือ การขนส่ง การคลังสินค้า การค้าปลีก และ
การค้าส่ง

- 2) การกระจายสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด
หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้าย
วัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค โภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ

6.5.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โชคชัย ขยชววิช (2547 : 82 - 85) กล่าวว่า

การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเดือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้คน

เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ที่ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

1) การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

- (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา และยุทธวิธีการ โฆษณา
- (2) กลยุทธ์สื่อ

2) การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือปฏิบัติริยาต่อความคิด หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าที่ จะต้องเกี่ยวข้องกับ

- (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย
- (2) การบริหารหน่วยงานขาย

3) การส่งเสริมการขาย เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงานขาย ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการ โฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ คือ

- (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

- (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง
- (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่

พนักงานขาย

4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ มีความหมาย ดังนี้

(1) การให้ข่าว เป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือตราสินค้า หรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผ่านสื่อกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

(2) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริม หรือป้องกันภาพพจน์ หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

5) การตลาดทางตรง การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง และการตลาดเชื่อมตรง หรือการ โฆษณาเชื่อมตรง มีความหมายแตกต่างกัน ดังนี้

(1) การตลาดทางตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสาร โดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อ โฆษณาและแคตตาล็อก

(2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง เป็นข่าวสาร การโฆษณา ซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับ โดยตรง ไปยังผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งอาจจะใช้จดหมายตรง หรือสื่ออื่น เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือป้ายโฆษณา

(3) การตลาดเชื่อมตรงหรือการ โฆษณาเชื่อมตรง หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งหวังผลกำไรจากการค้า เครื่องมือที่สำคัญในขั้นนี้ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คู่มือปกป้องแลกรหัส

7. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ

7.1 ความหมายของการจัดการคุณภาพ

กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และสังเสริม หอมกลิ่น อ้างถึงในประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิตและการตลาดสหกรณ์ หน่วยที่ 4 (2549 : 8) ได้สรุปความหมายของการจัดการคุณภาพซึ่งมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายท่าน ดังนี้

“ การจัดการคุณภาพ (Quality Management) คือ กระบวนการจัดองค์การและกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ”

กิจกรรมที่สำคัญในด้านการจัดการคุณภาพในองค์การ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุม ซึ่งก็คือ กิจกรรมในการจัดการนั่นเอง

7.2 ความสำคัญของการจัดการคุณภาพ

กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และสังเสริม หอมกลิ่น อ้างถึงในประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิตและการตลาดสหกรณ์ หน่วยที่ 4 (2549 : 11 - 12) ได้สรุปความสำคัญของการจัดการคุณภาพไว้ 3 ประการ คือ

7.2.1 การจัดการคุณภาพมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการ (Profitability) เมื่อสินค้าและบริการขององค์การมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าแล้วลูกค้าก็จะยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้น ยอดขายที่เพิ่มขึ้นก็ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดสูงขึ้น รวมถึงราคาขายที่อาจเพิ่มสูงขึ้นได้ครบไค้ที่คุณภาพที่ลูกค้าได้รับคุ้มกับราคาที่กำหนด นอกจากนี้ต้นทุนต่อหน่วยจะลดลง เมื่อต้นทุนคงที่ต่อหน่วยต่ำลง รวมถึงต้นทุนในด้านอื่นๆ เช่น ต้นทุนในการซ่อมแซมสินค้า ต้นทุนในการประกันคุณภาพ และต้นทุนการผลิตอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรที่เพิ่มขึ้นขององค์การ

7.2.2 การจัดการคุณภาพทำให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น (Competitiveness) เมื่อคุณภาพของสินค้าและบริการขององค์การมีความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้แล้ว ก็จะส่งผลต่อความเชื่อถือจากลูกค้าและชื่อเสียงขององค์การ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประสบความสำเร็จทางธุรกิจในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

7.2.3 การจัดการคุณภาพทำให้เกิดความมั่นคงในระยะยาว (Long-term success) เมื่อองค์การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพคืออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอแล้ว ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นคงในระยะยาวขององค์การได้

7.3 การควบคุมคุณภาพ

กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และสังเสริม หอมกลิ่น อ้างถึงในประมวลสาระชุดวิชาการ บริหารการผลิตและการตลาดสหกรณ์ หน่วยที่ 4 (2549 : 12) กล่าวถึงการควบคุมคุณภาพว่า เป็น กิจกรรมที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดการคุณภาพ การควบคุมคุณภาพ หมายถึง กิจกรรมและ กระบวนการที่จัดทำขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ในการควบคุมให้สินค้าและบริการที่ผลิตมี มาตรฐานตามที่กำหนด กล่าวโดยทั่วไปการควบคุมคุณภาพประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

7.3.1 การกำหนดมาตรฐาน กำหนดความต้องการในด้านต่างๆ ของคุณภาพ เช่น มาตรฐานต้นทุน มาตรฐานการใช้งาน มาตรฐานความปลอดภัย มาตรฐานอายุการใช้งาน เป็นต้น

7.3.2 การประเมินผลคุณภาพ เป็นการเปรียบเทียบผลผลิตที่ได้กับมาตรฐาน ต่างๆ ที่กำหนดไว้

7.3.3 การแก้ไขปัญหา เมื่อคุณภาพสินค้าหรือบริการไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน ที่กำหนด จะต้องวางแผนและดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้แก่ การตลาด การออกแบบ วิศวกรรม การผลิต การติดตั้ง ตลอดจนงานบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ ผู้บริโภค

7.3.4 การวางแผนเพื่อปรับปรุง พัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงมาตรฐานด้าน ต้นทุน การใช้งาน ความปลอดภัย และความทนทานให้สูงขึ้นตลอดไป

7.4 หลักการจัดการคุณภาพ

ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช อ้างถึงในกฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และสังเสริม หอม กลิ่น, ประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิตและการตลาดสหกรณ์ หน่วย 4 (2549 : 23- 25) กล่าวว่า เคมมิ่งได้เน้นหลักการในการจัดการเพื่อความเป็นเลิศด้านคุณภาพไว้ 14 ข้อ ได้แก่

7.4.1 สร้างความมุ่งมั่นในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ

7.4.2 เรียนรู้และยอมรับปรัชญาใหม่ทางคุณภาพ

7.4.3 ขจัดการควบคุมคุณภาพโดยการตรวจสอบ

7.4.4 ไม่ตัดสินใจบนพื้นฐานของต้นทุน

7.4.5 ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

7.4.6 ฝึกอบรมโดยเน้นการป้องกันปัญหาคุณภาพ และการใช้เทคนิคการควบคุม

คุณภาพเชิงสถิติ

7.4.7 สร้างความเป็นผู้นำ

7.4.8 ขจัดความกลัว

7.4.9 การทำงานเป็นทีม

7.4.10 ขจัดคำขวัญหรือคำเตือน โปสเตอร์

7.4.11 ขจัดไควตาเชิงตัวเลข

7.4.12 ขจัดสิ่งกีดขวางความภาคภูมิใจของพนักงาน

7.4.13 จัดหลักสูตรฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการปรับปรุงตนเอง

7.4.14 ลงมือปฏิบัติ

7.5 การจัดการคุณภาพโดยรวม

กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และสังเสริม หอมกลิ่น อ้างถึงในประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิตและการตลาดสหกรณ์ หน่วยที่ 4 (2549 : 45 - 48) ได้กล่าวถึงการจัดการคุณภาพโดยรวม ไว้ดังนี้

7.5.1 ความหมายของการจัดการคุณภาพโดยรวม

การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) หรือทีคิวเอ็ม (TQM) คือ การจัดการองค์การที่มุ่งเน้นคุณภาพ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกคนในองค์การ เพื่อมุ่งสู่ผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ผู้เกี่ยวข้องขององค์การ รวมถึงสังคมโดยรวม

7.5.2 ลักษณะการจัดการคุณภาพโดยรวม

การจัดการคุณภาพโดยรวมจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1) เน้นการวางแผนกลยุทธ์ มองการจัดการในภาพรวมทั้งองค์การแต่ละส่วนขององค์การมีผลกระทบต่อกัน การกำหนดคุณภาพในอนาคตเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจ โดยใช้ตัววัดต่างๆ เพื่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์การ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การลดการสูญเสีย เป็นต้น

2) เน้นความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ค้า โดยมองทุกคนในองค์การเป็นทั้งลูกค้าและผู้ค้าในเวลาเดียวกัน โดยที่หน่วยงานหลังจะเป็นลูกค้าของหน่วยงานก่อนหน้า และจะเป็นผู้ค้าของหน่วยงานถัดไป ดังนั้นแนวคิดและเครื่องมือทางการตลาดจึงใช้การประเมินความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและภายนอก ความสัมพันธ์จึงมีลักษณะเป็นหุ้นส่วนกันเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ

3) ปรับโครงสร้างองค์การให้เป็นแนวนอนหรือแนวราบมากขึ้น โดยการอาศัยการสนับสนุนทั้งจากลูกค้าและผู้ค้า ผ่านกลไกทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ กระตุ้นให้เกิดกระบวนการดำเนินงานสอดคล้องและสัมพันธ์กับพันธกิจและวัตถุประสงค์ขององค์การ

4) **เน้นการเปลี่ยนแปลงองค์การ** ผู้บริหารในองค์การจะต้องเป็นผู้นำในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์การอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา มีการคิดริเริ่มและสร้างกระบวนการใหม่ๆ เสมอ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

5) **เน้นการทำงานเป็นทีม** ต้องสร้างแรงกระตุ้นให้บุคลากรร่วมมือกันทำงานในลักษณะ โครงสร้างทีมงาน โดยการให้การศึกษาศึกษาอบรม การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปรับปรุง เช่น สร้างกลุ่มควบคุมคุณภาพคณะกรรมการ ตลอดจนการทำงานแบบทีมข้ามสายงาน

6) **เน้นการออกแบบงานในลักษณะสูงใจ** ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำในการออกแบบงานให้ผู้ได้บังคับบัญชาเกิดการสูงใจในการปฏิบัติงานในองค์การ ผู้บริหารจะต้องไม่แทรกแซงการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา ควรให้เขาได้สร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าและมีคุณภาพตามที่พวกเขาเชื่อว่า มีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อองค์การและสังคม ซึ่งระบบจะเป็นเพียงตัวเสริมให้บุคลากรเกิดความคิดใหม่ๆ

7) **เน้นการจัดการและความเป็นผู้นำ** บุคลากรจะเกิดความภาคภูมิใจและสนุกสนานในการเรียนรู้และความสำเร็จ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์การ ได้ตามความเชื่อร่วมกันและด้วยความเข้าใจในพันธกิจ วัตถุประสงค์ และความต้องการของลูกค้า

7.5.3 หลักการของการจัดการคุณภาพโดยรวม

แนวคิดด้านการจัดการคุณภาพมีหลักการพื้นฐาน 4 ประการ คือ

- 1) การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer focus)
- 2) การวางแผนเชิงกลยุทธ์และความเป็นผู้นำ (Strategic planning and leadership)
- 3) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการเรียนรู้ (Continuous improvement and learning)
- 4) การให้อำนาจและการทำงานเป็นทีม (Empowerment and teamwork)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษยา อนุโยค (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาตลาดกลางผักและผลไม้ของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด : การดำเนินงานและผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีความคิดเห็นว่า ตลาดกลางจัดตั้งอำนวยความสะดวกบริการ และการดำเนินงานได้ในระดับดีเป็นที่น่าพอใจ ในด้านผลกระทบที่มีต่อผู้ซื้อและผู้ขายที่เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร

บ้านลาด จำกัด พบว่า กลุ่มผู้ซื้อร้อยละ 100 และกลุ่มผู้ขายร้อยละ 97.8 ได้รับประโยชน์ในการเดินทางมาซื้อขายผักและผลไม้ และมีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.7 ได้ทำงานใกล้บ้าน และได้อยู่ใกล้ชีวิตครอบครัวมากขึ้น

จากการศึกษายังพบว่า การดำเนินงานของตลาดแห่งนี้มีประเด็นที่ยังต้องปรับปรุงอยู่บ้าง ซึ่งควรปรับปรุงดังนี้ (1) ควรมีการตรวจสอบน้ำหนักและคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ (2) ควรแจ้งสหกรณ์ โดยการวิเคราะห์ปริมาณงาน การจัดวางตัวบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพ และสามารถลดต้นทุนได้ นอกจากนี้ควรปรับปรุงการบริหารงาน โดยเร่งการประชาสัมพันธ์และขยายการบริการด้านอื่นๆ เพื่อเพิ่มรายได้ และทางตลาดกลางควรจัดระบบการควบคุมและสนับสนุนการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะเครื่องมือสื่อสาร และเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ

มะลิวัลย์ พันธุระ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์การเกษตรเมืองศรีสะเกษ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ ผลการศึกษาพบว่า

1. คณะกรรมการสหกรณ์ เป็นผู้กำหนดนโยบายที่ดี ทันต่อสถานการณ์ กระจายอำนาจให้ฝ่ายจัดการ
2. ฝ่ายจัดการ มีความรู้เชิงปฏิบัติการ มีประสบการณ์เชิงธุรกิจทันต่อสถานการณ์ มีความสามารถในการวิเคราะห์ภาวะตลาด คู่แข่ง และเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม
3. เงินทุนมีการวางแผนในเรื่องเงินทุนเป็นอย่างดีทำให้สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนในการรวบรวมข้าวเปลือกได้ตลอดปี
4. สมาชิกสหกรณ์ มีจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของสหกรณ์
5. การประชาสัมพันธ์ สหกรณ์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทั้งทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และแผ่นพับ
6. ปัญหาและอุปสรรคของสหกรณ์ คือ อุปกรณ์การตลาดที่มีสภาพเก่า ล้าสมัย ชำรุดและเสื่อมสภาพ ปัญหาข้อจำกัดของสินค้าเกษตร อุปสรรคจากนโยบายของรัฐบาล คู่แข่ง และเรื่องการบริหารเงินทุนจากการกู้ยืม ขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านช่าง
7. ข้อเสนอแนะ ในด้านเงินทุน รัฐบาลควรจัดสรรเงินกู้ปลอดดอกเบี้ยให้สหกรณ์ เพื่อใช้ในการรวบรวมผลิตผลเกษตร เป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตร ด้านบุคลากร สหกรณ์ควรชักชวนวิธีการให้บริการแก่สมาชิก ด้านการจัดการ สหกรณ์ควรมีนโยบายในขั้นตอนปฏิบัติงานให้ชัดเจน ในด้านอุปกรณ์การตลาดที่มีสภาพเก่า ล้าสมัย และเสื่อมสภาพ สหกรณ์ควรติดต่อสถาบันการศึกษามาให้ความรู้ และส่งเจ้าหน้าที่สหกรณ์ฝึกปฏิบัติ ด้านการจัดการทั่วไป สหกรณ์ควรตั้งที่ปรึกษาของสหกรณ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้คำปรึกษา

ระเบียบ มโนรัตน์ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาการประเมินผลและศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจและการขยายธุรกิจตลาดกลาง ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านดาก จำกัด และสหกรณ์นิคมพืชพัฒนา จำกัด เนื่องจากสหกรณ์สองแห่งได้รับการสนับสนุนการก่อสร้างตลาดกลางผลิตผลเกษตรจากภาครัฐในลักษณะให้เปล่าแต่ปรากฏว่าอุปกรณ์การตลาดที่มีอยู่นั้นไม่เพียงพอ ผลการศึกษาพบว่า การวัดความสำเร็จขององค์กรของสหกรณ์การเกษตรบ้านดาก จำกัด จากผลการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลิตผลในมุมมองด้านการเงิน ปี 2541 – 2546 อัตรากำไรเบื้องต้นและอัตรากำไรสุทธิอยู่ในระดับต่ำ แต่สหกรณ์ไม่แสวงหากำไร มุ่งถึงประโยชน์ส่วนรวมของสมาชิก การปรับปรุงบริหารภายในและการพิจารณาลงทุนเพิ่มจะช่วยให้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ โดยสร้างความพึงพอใจ การรักษาลูกค้าเก่าและการหาลูกค้าใหม่ ในด้าน องค์กรและการเรียนรู้ มีอยู่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทำให้บุคลากรในองค์กรอยากอยู่ อยากทำ และอยากคิดนวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับการวัดความสำเร็จขององค์กรของสหกรณ์นิคมพืชพัฒนา จำกัด จากผลการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลิตผลในมุมมองด้านการเงิน ปี 2541 – 2546 มีอัตราการขาดทุนสุทธิ อาจเป็นปัจจัยลบในการตัดสินใจการลงทุนเพิ่มในธุรกิจรวบรวมผลิตผลได้ การปรับปรุงลด ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจและการพิจารณาลงทุนเพิ่มจะช่วยให้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ โดยสร้างความพึงพอใจ การรักษาลูกค้าเก่าไว้ ในด้านองค์กรและการเรียนรู้ก็ยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาบุคลากรให้อยากอยู่ อยากทำ อยากคิด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายการลงทุนเพิ่มของทั้งสองสหกรณ์ด้านการเงิน พบว่า ผลตอบแทนทางการเงิน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนเงินทุนสุทธิ อัตราผลตอบแทนเงินทุนรวม ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบัน อัตราส่วนปัจจุบันของผลประโยชน์ต่อรายจ่าย อัตราผลตอบแทนภายใน ดัชนีการทำกำไร อัตราผลตอบแทนภายในปรับค่า มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ ผลออกมาเป็นบวก หมายถึงคุ้มค่าในการลงทุน

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาการดำเนินงานของตลาดกลางจังหวัดพิษณุโลก เพื่อต้องการทราบขั้นตอนในการดำเนินงาน โดยละเอียด โดยต้องการหาผลตอบแทนในการดำเนินงาน เพื่อหาสัดส่วนของผลตอบแทนต่อการลงทุนในการดำเนินงานของตลาดกลางว่าจะคุ้มทุนหรือไม่ ผลการศึกษาปรากฏว่า มีความเป็นไปได้ที่จะจัดตั้งตลาดกลางซึ่งต้องอาศัยทุนและเงินทุนหมุนเวียนประมาณ 50 ล้านบาท เป็นเงินลงทุนที่อยู่ในเกณฑ์สูง ผู้ดำเนินธุรกิจตลาดกลางจำเป็นต้องหาเงินลงทุนสนับสนุน ส่วนการศึกษาสัดส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน ปรากฏว่าได้เท่ากับ 1.143 และ 1.034 เมื่อคิดอัตราส่วนลดเท่ากับร้อยละ 10 ต่อปี แต่คิดค่าเสียโอกาสเงินทุนร้อยละ 9.5 และ 15 ตามลำดับ ซึ่งผู้ทำธุรกิจตลาดกลางจะคุ้มทุนในปีที่ 5 ของการลงทุน สำหรับอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน ปรากฏว่าได้เท่ากับ 22.051 และ 13.457 กรณีคิดค่า

เสียโอกาสของเงินทุนหมุนเวียนร้อยละ 9.5 และร้อยละ 15 ตามลำดับ ดังนั้น ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดกลางของเอกชน โดยตรงคงเป็นไปได้น้อยเพราะต้องอาศัยเงินลงทุนสูง และได้ผลคุ้มค่าเมื่อเกิน 5 ปี ไปแล้ว การจัดตั้งตลาดกลาง จึงควรเป็นเอกชนที่อยู่ในรูปธุรกิจนี้อยู่แล้ว คือ ดำเนินธุรกิจเป็นท่าข้าว หรือ โกดังเก็บผลผลิตการเกษตร หรือทำการซื้อ - ขายสินค้าเกษตร และต้องพัฒนาเป็นตลาดกลางภายใต้การส่งเสริมของรัฐบาลหรืออีกนัยหนึ่ง ตลาดกลางควรเป็นการจัดตั้งของรัฐบาลโดยตรง รัฐบาลเป็นผู้ลงทุนและดำเนินการเอง โดยมีเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางเข้ามาซื้อขาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รายงานการสอบบัญชีสหกรณ์ รายงานประจำปีของสหกรณ์ ปี 2550 – 2552 เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ โดยการสังเกตพูดคุยกับคณะกรรมการดำเนินการและฝ่ายจัดการสหกรณ์ และใช้หลักการกลยุทธ์การตลาด 4 Ps ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม” ครั้งนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

2.1 การพูดคุยไม่เป็นทางการกับคณะกรรมการดำเนินการ และฝ่ายจัดการสหกรณ์

2.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลา โดยใช้กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์สถานที่ และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามพูดคุยไม่เป็นทางการกับคณะกรรมการดำเนินการ และฝ่ายจัดการสหกรณ์ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของ

สหกรณ์ แผนกลยุทธ์ กลยุทธ์การตลาดปลา โครงสร้างสหกรณ์ การบริหารจัดการสหกรณ์ การบริหารจัดการตลาดปลา การเงิน การผลิต การตลาด การบริการ ด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการสอบบัญชีสหกรณ์ รายงานประจำปีของสหกรณ์ ปี 2550 – 2552 แผนกลยุทธ์ของสหกรณ์ กลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ ระเบียบข้อบังคับสหกรณ์ รายงานการประชุมต่างๆ ของสหกรณ์ เอกสารทางวิชาการ แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์ เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของสหกรณ์ ประกอบด้วย

1. ประวัติของสหกรณ์
2. โครงสร้างของสหกรณ์
3. ผลการดำเนินงานของสหกรณ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ ประกอบด้วย

1. การวางแผนการตลาดโดยใช้กลยุทธ์การตลาด 4 Ps
2. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์
3. การดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้ตารางและแสดงค่าสถิติเป็นร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งดำเนินการ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานประจำปีของสหกรณ์ รายงานการสอบบัญชีสหกรณ์ แผนกลยุทธ์ กลยุทธ์การตลาด ระเบียบและข้อบังคับสหกรณ์ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของสหกรณ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของสหกรณ์

1.1 ประวัติของสหกรณ์

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จัดตั้งขึ้น โดยมติที่ประชุมใหญ่วิสามัญของกลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง ให้เปลี่ยนฐานะของ “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” เป็น “สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด และได้รับการจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2524 มีสมาชิกแรกตั้ง 154 คน มีทุนเรือนหุ้น 491,570 บาท มีเรือประมง 332 ลำ สำนักงานแรกตั้งเลขที่ 705 ถนนประสิทธิ์พัฒนา ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสหกรณ์ก็เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของสมาชิกในเรื่องของต้นทุนการประมง กล่าวคือ น้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นต้นทุนหลักมีราคาสูง เนื่องจากในขณะนั้นประเทศอยู่ในภาวะประสบกับปัญหาวิกฤตด้านน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้ต้นทุนการประมงของสมาชิกเพิ่มขึ้น ดังนั้นหลังจากจัดตั้งสหกรณ์แล้ว สหกรณ์จึงได้ดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่สมาชิกในราคาต่ำกว่าท้องตลาดเป็นธุรกิจแรก ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันเครื่อง ข้วสาร ลวดสลิง อุปกรณ์เดินเรือ เป็นต้น เมื่อดำเนินธุรกิจด้านน้ำมันจนมีความแข็งแกร่งมั่นคง สหกรณ์จึงเริ่มมีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลา โดยสหกรณ์จะทำหน้าที่รวบรวมและขายผลผลิตเอง และได้เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2524 แต่ก็ต้องเลิกกิจการไปหลังจากดำเนินการ ได้เพียง 7 เดือน เนื่องจากประสบปัญหาต่างๆ มากมาย การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนการตลาดที่วางไว้ ต่อมาได้มีการ

ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่ และดำเนินการก่อสร้างอาคารตลาดปลาแห่งใหม่ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2532 ต่อมาในปี 2533 สหกรณ์ย้ายที่ตั้งสำนักงานไปอยู่ที่อาคารสำนักงานใหม่ที่ซื้อไว้ในบริเวณตลาดปลาแห่งนี้ ตั้งอยู่เลขที่ 207/5 – 6 ถนนแหลมใหญ่ ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

ปี 2538 ตลาดปลาสหกรณ์ได้รับการจดทะเบียนรับรองจากกรมการค้าภายใน เป็น “ตลาดกลางสัตว์น้ำจังหวัดสมุทรสงคราม” กิจการตลาดปลามีการขยายตัว สถานที่เดิมคับแคบ ในปี 2541 จึงได้มีการก่อสร้างอาคารตลาดปลาแห่งใหม่ และเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2541 และมีการขยายต่อเติมอีก 2 ครั้ง ในปี 2545 และปี 2547 การดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลาของสหกรณ์ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องและประสบผลเป็นอย่างดี สหกรณ์ได้รับรางวัลสหกรณ์ดีเด่นแห่งชาติ ประเภทสหกรณ์ประมง 2 ครั้ง ในปี 2534 รับพระราชทานรางวัลจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ และในปี 2544 รับพระราชทานรางวัลจากสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร ในงานพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ในปี 2546 เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2546 ได้รับประกาศนียบัตร ประกาศให้เป็นสถานที่ขายอาหารทะเลสดที่มีความปลอดภัยด้านอาหาร และได้รับป้าย “FOOD SAFETY” รับรองความปลอดภัย นอกจากนี้ในปี 2550 ได้รับรางวัลสหกรณ์ดีเด่นด้านการใช้โปรแกรมบัญชีจากกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ปัจจุบันสหกรณ์ได้ย้ายไปอยู่ที่อาคารสำนักงานที่ก่อสร้างใหม่ เลขที่ 200 หมู่ 5 ตำบลแหลมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

1.2 โครงสร้างของสหกรณ์

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีการจัดโครงสร้างของสหกรณ์อย่างเหมาะสมเพื่อต่อการบริหารงานของสหกรณ์ ทำให้การบริหารงานสหกรณ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล กล่าวคือ

1.2.1 สมาชิก สหกรณ์มีการแบ่งสมาชิกซึ่งประกอบอาชีพประมงทะเล และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ออกเป็นกลุ่มย่อยตามสัดส่วนอาชีพและตามถิ่นที่อยู่ จำนวน 7 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มประมง จำนวน 6 กลุ่ม และกลุ่มเพาะเลี้ยง จำนวน 1 กลุ่ม แต่ละกลุ่มสามารถเลือกผู้แทนกลุ่มจำนวน 2 คน เข้าไปปรับเลือกตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ ซึ่งการตั้งกลุ่มย่อยจะทำให้เกิดการดูแลระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้ทราบปัญหาของกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่ม ผู้แทนกลุ่มซึ่งเข้าไปเป็นคณะกรรมการดำเนินการจะเป็นสื่อกลางระหว่างสมาชิกกับสหกรณ์ในการนำปัญหา ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของกลุ่มเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการเพื่อแก้ไขหรือดำเนินการตามข้อเสนอแนะ และนำข้อมูลข่าวสาร แผนงาน/โครงการ มติ ผลการ

ดำเนินงาน ฯลฯ ไปแจ้งหรือชี้แจงให้สมาชิกกลุ่มทราบ ทำให้การสื่อสารระหว่างสมาชิกและสหกรณ์มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การที่สหกรณ์เปิดรับสมาชิกสมทบสำหรับบุคคลอื่นที่ไม่มีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์แต่สนใจจะใช้บริการทางธุรกิจของสหกรณ์ จะเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มปริมาณธุรกิจและรายได้ของสหกรณ์อีกด้วย

1.2.2 คณะกรรมการดำเนินการ คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ที่มาจาก การเลือกตั้ง จำนวน 15 คนนั้น จะมีการกำหนดตำแหน่งเพิ่มเติมนอกเหนือจากตำแหน่งหลักที่มีการ กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ คือ มีตำแหน่งประธานกรรมการ 1 คน รองประธานฝ่ายบริหาร 1 คน รองประธานฝ่ายกิจการพิเศษ 1 คน ผู้ช่วยประธานฝ่ายบริหาร 2 คน ผู้ช่วยประธานฝ่ายกิจการ พิเศษ 2 คน เภรัญญิก 1 คน ผู้ช่วยเภรัญญิก 1 คน เลขานุการ 1 คน ผู้ช่วยเลขานุการ 1 คน ประชาสัมพันธ์ 1 คน ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ 1 คน ปฏิคม 1 คน และผู้ช่วยปฏิคม 1 คน การกำหนด ตำแหน่งดังกล่าวคณะกรรมการดำเนินการทั้งคณะจะร่วมกันพิจารณาเลือกกรรมการที่มีคุณสมบัติ มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งในแต่ละตำแหน่งดังกล่าว ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงาน ในภาพรวมมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล คณะกรรมการดำเนินการจะมีการประชุมเป็นประจำ ทุกเดือนอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง บางเดือนอาจ 2 - 3 ครั้ง ถ้ามีเรื่องที่ต้องปรึกษาหารือหรือปัญหา เร่งด่วนให้พิจารณา นอกจากนี้ยังมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเงินกู้จากคณะกรรมการดำเนินการ จำนวนไม่เกิน 5 คน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและความรวดเร็วในการพิจารณาเงินกู้ ก่อให้เกิด ประโยชน์แก่สมาชิกสหกรณ์ คณะกรรมการดำเนินการจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและแผนงานของ สหกรณ์ร่วมกับผู้จัดการสหกรณ์

1.2.3 ฝ่ายจัดการ สหกรณ์มีการกำหนดตำแหน่งงานตามธุรกิจและลักษณะของ งาน ได้แก่ งานบัญชี งานการเงิน งานตลาด งานบริการตลาดปลา งานสินเชื่อ งานสารบรรณ งาน บุคคล งานสารสนเทศ เป็นต้น มีการแบ่งแยกหน้าที่และกำหนดความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่แต่ละ งานอย่างเหมาะสม เจ้าหน้าที่แต่ละคนมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงาน สามารถปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ฝ่ายจัดการของสหกรณ์จะเป็นผู้นำแผนปฏิบัติงาน ไปปฏิบัติ มีการประชุมเพื่อสรุปผลการปฏิบัติงานและปัญหาจากการทำงานของแต่ละฝ่าย และ นำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการทราบหรือพิจารณาเป็นประจำทุกเดือน

1.2.4 ผู้ตรวจสอบกิจการ สหกรณ์มีการเลือกตั้งผู้ตรวจสอบกิจการ จำนวน 5 คน ในที่ประชุมใหญ่ตามที่กฎหมายกำหนด ผู้ตรวจสอบกิจการมีการตรวจสอบกิจการของสหกรณ์ และรายงานผลการตรวจสอบกิจการนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต่างจากสหกรณ์อีกจำนวนมากที่มีการเลือกตั้งผู้ตรวจสอบกิจการแต่ผู้ตรวจสอบกิจการมิได้ทำ หน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย การเลือกตั้งเป็นเพียงการดำเนินการไปตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ให้ความสำคัญกับผู้ตรวจสอบกิจการ เพราะถือว่าผู้ตรวจสอบกิจการคือตัวแทนของสมาชิกที่จะคอยตรวจสอบ แนะนำการปฏิบัติงานของคณะกรรมการดำเนินการและฝ่ายจัดการ ให้มีความถูกต้อง เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ และมติต่างๆ ทำให้เกิดความโปร่งใสในสหกรณ์

1.3 ผลการดำเนินงานของสหกรณ์

ปัจจุบันสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการตลาดปลา ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อ และธุรกิจรับฝากเงิน ในปีการเงิน 2552 สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจ มีกำไรเฉพาะธุรกิจ และมีทุนดำเนินงาน ตามตารางที่ 4.1 ตารางที่ 4.2 และตารางที่ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2552

ประเภทธุรกิจ	บาท	ร้อยละ
1. ธุรกิจบริการตลาดปลา	18,325,181.09	17.28
2. ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	85,905,887.15	81.01
3. ธุรกิจสินเชื่อ	1,345,190.00	1.27
4. ธุรกิจรับฝากเงิน	463,510.61	0.44
รวม	106,039,768.85	100.00

ที่มา : รายงานประจำปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ในปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายสูงสุด จำนวน 85,905,887.15 บาท คิดเป็นร้อยละ 81.01 ของปริมาณธุรกิจทั้งหมด รองลงไปเป็นธุรกิจบริการตลาดปลา ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อ และธุรกิจรับฝากเงิน จำนวน 18,325,181.09 บาท 1,345,190.00 บาท และ 463,510.61 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.28 ร้อยละ 1.27 และร้อยละ 0.44 ของปริมาณธุรกิจทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 กำไรเฉพาะธุรกิจของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2552

กำไรเฉพาะธุรกิจ	บาท	ร้อยละ
1. กำไรเฉพาะธุรกิจบริการตลาดปลา	7,517,714.30	73.51
2. กำไรเฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	2,662,150.08	26.03
3. กำไรเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ	46,953.31	0.46
รวม	10,226,817.69	100.00

ที่มา : รายงานประจำปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีกำไรเฉพาะธุรกิจ จำนวน 10,226,817.69 บาท แยกเป็นกำไรเฉพาะธุรกิจบริการตลาดปลา จำนวน 7,517,714.30 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.51 ของกำไรเฉพาะธุรกิจทั้งหมด เป็นกำไรเฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย และธุรกิจสินเชื่อ จำนวน 2,662,150.08 บาท และ 46,953.31 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.03 และร้อยละ 0.46 ของกำไรเฉพาะธุรกิจทั้งหมด

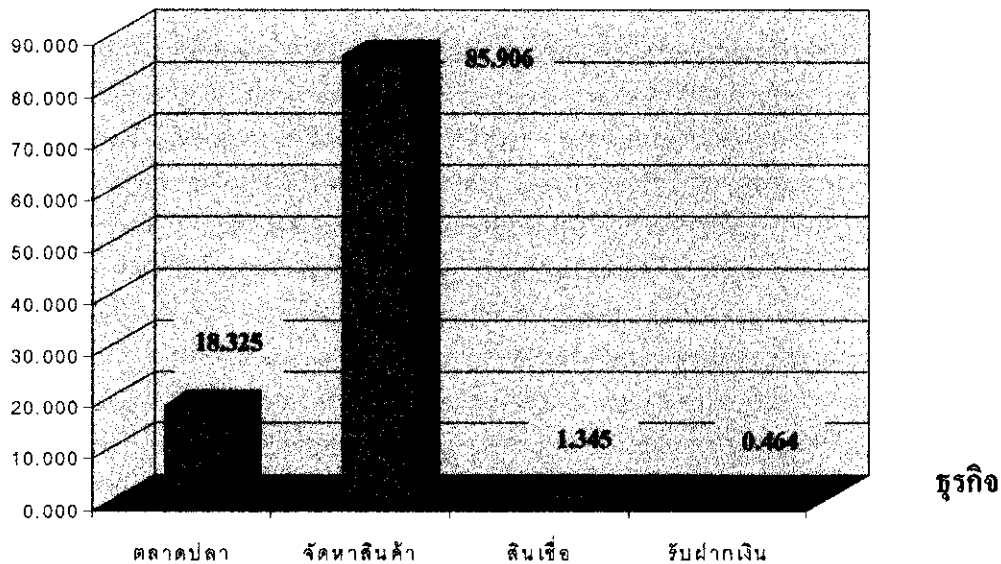
ตารางที่ 4.3 ทุนดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2552

รายการ	บาท	ร้อยละ
1. หนี้สิน	9,803,865.61	7.88
2. ทุนของสหกรณ์	114,686,003.27	92.12
- ทุนเรือนหุ้น	11,714,750.00	9.41
- ทุนสำรอง	88,735,898.39	71.28
- ทุนสะสมตามข้อบังคับ	8,895,548.99	7.14
- กำไรสุทธิประจำปี	5,339,805.89	4.29
รวม	124,489,868.88	100.00

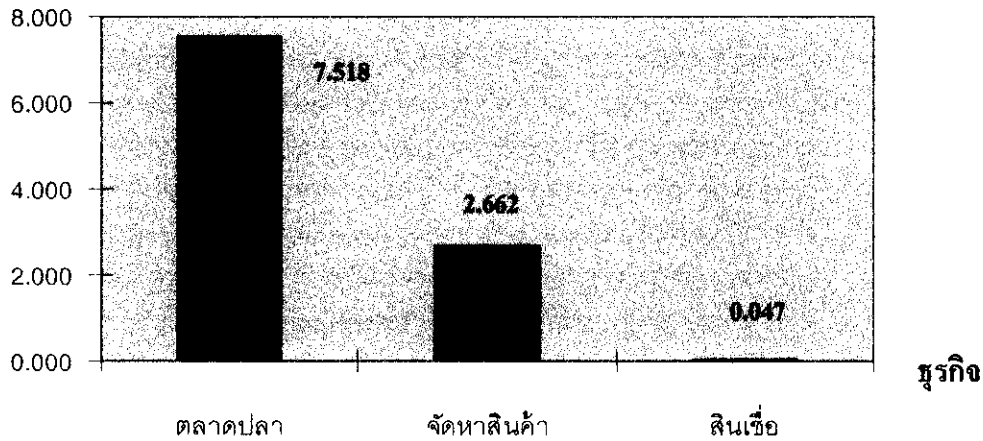
ที่มา : รายงานประจำปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีทุนดำเนินงาน จำนวน 124,489,868.88 บาท แยกเป็นหนี้สิน จำนวน 9,803,865.61 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.88 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด และเป็นทุนของสหกรณ์ จำนวน 114,686,003.27 บาท คิดเป็นร้อยละ 92.12 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด ทุนของสหกรณ์แยกเป็นทุนสำรองมากที่สุด จำนวน 88,735,898.39 บาท คิดเป็นร้อยละ 71.28 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด รองลงมาเป็นทุนเรือนหุ้น ทุนสะสมตามข้อบังคับและกำไรสุทธิประจำปี จำนวน 11,714,750.00 บาท จำนวน 8,895,548.99 บาท และจำนวน 5,339,805.89 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.41 ร้อยละ 7.14 และร้อยละ 4.29 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด ตามลำดับ ทุนดำเนินงานส่วนใหญ่มาจากทุนของสหกรณ์ และทุนของสหกรณ์ส่วนใหญ่มาจากทุนสำรอง แสดงให้เห็นว่าสหกรณ์มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง

ปริมาณธุรกิจ (ล้านบาท)



ภาพที่ 4.1 แผนภูมิแสดงปริมาณธุรกิจสหกรณ์จำแนกตามประเภทธุรกิจ ปี 2552
ที่มา : รายงานประจำปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด



กำไร (ล้านบาท)

ภาพที่ 4.2 แผนภูมิแสดงกำไรเฉพาะธุรกิจจำแนกตามประเภทธุรกิจ ปี 2552
ที่มา : รายงานประจำปี 2552 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

จากการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ในด้านประวัติของสหกรณ์ โครงสร้างของสหกรณ์ และผลการดำเนินงานของสหกรณ์ สรุปได้ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 สรุปการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของสหกรณ์

สภาพทั่วไป	การวิเคราะห์
ประวัติของสหกรณ์	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของสมาชิกในเรื่องน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการทำอาชีพการประมงมีราคาสูง โดยการจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงราคาถูกและสินค้าอื่นมาจำหน่าย หลังจากนั้นจึงแก้ไขปัญหาด้านการตลาดโดยทำธุรกิจตลาดปลา แต่ประสบกับความล้มเหลวเนื่องจากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนการตลาดที่วางไว้ ต่อมาเมื่อมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ ทำให้ธุรกิจตลาดปลาเจริญเติบโตเรื่อยมาเป็นลำดับ

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

สภาพทั่วไป	การวิเคราะห์
โครงสร้างของสหกรณ์	<p>สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีการจัดโครงสร้างตามที่กรมส่งเสริมสหกรณ์ กฎหมาย และข้อบังคับสหกรณ์ กำหนดไว้กล่าวคือ มีโครงสร้างประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สมาชิก แบ่งสมาชิกเป็นกลุ่มย่อย 7 กลุ่ม ตามสัดส่วนอาชีพและถิ่นที่อยู่ มีการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม มีการเลือกผู้แทนกลุ่มๆ ละ 2 คน เข้าไปรับการคัดเลือกในที่ประชุมใหญ่เพื่อเป็นคณะกรรมการดำเนินการ 2. คณะกรรมการดำเนินการ มีการกำหนดตำแหน่งเพิ่มเติมนอกเหนือจากตำแหน่งหลักที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ โดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถของแต่ละคนกับตำแหน่งที่จะแต่งตั้ง มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างทั่วถึงตามความถนัดของแต่ละคน 3. ฝ่ายจัดการ มีการกำหนดตำแหน่งงานตามธุรกิจและลักษณะของงาน มีการแบ่งแยกหน้าที่และกำหนดความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่แต่ละงาน แต่ละคน ไว้อย่างชัดเจน 4. ผู้ตรวจสอบกิจการ มีการเลือกตั้งผู้ตรวจสอบกิจการตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับสหกรณ์ ผู้ตรวจสอบกิจการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายในการตรวจสอบ แนะนำการปฏิบัติงานของคณะกรรมการและ ฝ่ายจัดการอย่างเคร่งครัด
ผลการดำเนินงานของสหกรณ์	<p>ปัจจุบัน สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด มีการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์ ในด้านปริมาณธุรกิจ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายเป็นธุรกิจที่มีปริมาณและรายได้สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 81.01 ของปริมาณธุรกิจทั้งหมด ในด้านการทำกำไร ธุรกิจบริการตลาดปลาเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนและทำกำไรให้กับสหกรณ์สูงสุด มีกำไรเฉพาะธุรกิจตลาดปลาคิดเป็นร้อยละ 73.51 ของกำไรสุทธิก่อนบวกรายได้และก่อนหักค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ในด้านทุนดำเนินงาน สหกรณ์มีทุนดำเนินงานส่วนใหญ่มาจากทุนของสหกรณ์เอง คิดเป็นร้อยละ 92.12 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด</p>

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จะเป็นการวิเคราะห์ในเรื่องของการวางแผนการตลาดของสหกรณ์ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ และการดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ โดยจะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 ระยะเวลา ดังนี้

ระยะที่ 1 การดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรก ระหว่างปี 2524 – 2525

ระยะที่ 2 การดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งที่สอง ระหว่างปี 2530 – 2540

ระยะที่ 3 การก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ และการขยายตลาดปลา 2 ครั้ง ระหว่างปี 2540 - 2547

ระยะที่ 4 ระยะเวลาปัจจุบัน ระหว่างปี 2547 - 2552

2.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ระยะที่ 1 (ปี 2524 – 2525)

การดำเนินธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด เริ่มต้นครั้งแรก หลังการจัดตั้งสหกรณ์ได้เพียง 5 เดือน กล่าวคือ เมื่อสหกรณ์ดำเนินการแก้ไขปัญหาค่าซื้อของสมาชิกในเรื่องของน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีราคาสูงได้แล้ว โดยการจัดหา น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันเครื่อง ข้าวสาร และสินค้าอื่นๆ ที่สมาชิกต้องการมาจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด สหกรณ์เริ่มมีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจตลาดปลา เนื่องจากสมาชิกชาวประมงประสบกับปัญหาเรื่องตลาดปลา เมื่อจับปลาได้แล้วต้องนำไปขายที่สะพานปลาขององค์การสะพานปลาที่กรุงเทพฯ หรือที่มหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีพื้นที่คับแคบ อยู่ห่างไกล ใช้เวลาในการเดินทาง ขึ้นปลา รอขายปลา นานถึง 2 วัน ทำให้ปลาเสียความสดและขายไม่ได้ราคา ถูกกดราคาจากแพปลา ทำให้รายได้ที่ได้รับต่ำ ในขณะที่ต้นทุนสูงขึ้น ประกอบกับสหกรณ์ต้องการทำหน้าที่คัดคนกลางออกจากระบบการขายผลผลิตของสมาชิก สหกรณ์จึงได้ดำเนินการเปิดสะพานปลาสหกรณ์ประมงแม่กลองให้บริการซื้อขายสัตว์น้ำ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2524 โดยมีกรวางแผนการดำเนินงาน และการกำหนดกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจตลาดปลา ไว้ดังนี้

- 1) สหกรณ์จะทำหน้าที่รวบรวมและขายผลผลิตเองเป็นแพปลาเอง โดยการนำเอาวิธีการของสะพานปลามาประยุกต์ใช้
- 2) สหกรณ์กำหนดค่าธรรมเนียมการขายไว้ร้อยละ 2 ของยอดขาย
- 3) สถานที่ดำเนินธุรกิจสะพานปลาสหกรณ์ เช่าที่ดินจากกรรมการซึ่งให้เช่าในราคาถูก โดยรายได้จากค่าจอดรถ การจำหน่ายน้ำแข็งคองปลา และอาหาร เป็นของเจ้าของที่ดิน

4) จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจให้กับพ่อค้าแม่ค้าที่ค้าขายสินค้า รวมทั้งประชาสัมพันธุ์ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ

การดำเนินงานของสะพานปลาสหกรณ์ในระยะแรกเป็นไปได้ด้วยดี มียอดขายสูงมากเกินกว่าที่คาดหมายไว้ สมาชิกได้รับประโยชน์ แต่หลังจากดำเนินธุรกิจไปได้เพียง 7 เดือน ธุรกิจสะพานปลาสหกรณ์ต้องเลิกกิจการไป เนื่องจากประสบกับปัญหาต่างๆ มากมายที่ทยอยเข้ามา เป็นปัญหาที่เกิดจากปัจจัยทั้งภายนอกและภายในสหกรณ์

จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่า การดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรกที่ประสบกับความล้มเหลวก็เนื่องมาจากขาดการวางแผนที่รอบคอบรัดกุม การกำหนดกลยุทธ์ การตลาดที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งขาดการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ซึ่งสามารถประมวลสาเหตุได้ดังนี้

1) การทำธุรกิจตลาดปลา โดยการรวบรวมและขายผลผลิตเองเป็นแพปลาเอง เป็นเรื่องที่ต้องขังเสี่ยง เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่สำหรับสหกรณ์ สหกรณ์ยังไม่มีประสบการณ์ เพียงแต่ไปนำเอาวิธีการของสะพานปลาที่ประสบความสำเร็จมาประยุกต์ใช้ ซึ่งสภาพแวดล้อมอาจมีความแตกต่างกัน วิธีการที่ใช้ก็ย่อมแตกต่างกันไป

2) การกำหนดค่าธรรมเนียมการขายไว้ร้อยละ 2 ของยอดขาย เป็นอัตราที่ค่อนข้างต่ำสำหรับการทำธุรกิจ การกำหนดไว้เช่นนี้อาจจะเพื่อประโยชน์ต่อสมาชิกผู้ขายสัตว์น้ำ ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นมีต้นทุนลดลง แต่ตัวสหกรณ์เองมีรายได้ที่ถือว่าน้อยมาก ธุรกิจสะพานปลาสหกรณ์อาจดำเนินงานต่อไปได้ ถ้าสมาชิกและชาวประมงรวมกันมาใช้บริการอย่างเหนียวแน่น ต่อเนื่อง แต่เนื่องจากสถานะแวดล้อมของธุรกิจสะพานปลาในพื้นที่ยังไม่พร้อม เช่น การขาดธุรกิจต่อเนื่องมารองรับ และการระบายสินค้าในพื้นที่ยังมีฐานแคบอยู่ แรงดึงดูดไม่เพียงพอ ทำให้สมาชิกและชาวประมงที่มาใช้บริการลดน้อยลง

3) การกำหนดค่าธรรมเนียมการขายไว้ร้อยละ 2 ของยอดขาย ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของเจ้าของเดิมที่มหาชัยและกรุงเทพฯ ซึ่งมีการจัดตั้ง มีการรวมตัวและมีธุรกิจต่อเนื่องรองรับ มีความเข้มแข็งกว่า มีพื้นฐานที่กว้างใหญ่กว่า ดังนั้น การทำธุรกิจสะพานปลาสหกรณ์จึงตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบเนื่องจากมีกำลังที่น้อยกว่า

4) การที่สหกรณ์ผูกขาดเป็นแพปลาเพียงแพเดียวในสะพานปลา แม้ดูว่าจะถูกต้องตามอุดมคติ แต่ในความเป็นจริงไม่สอดคล้องกับการแข่งขันเสรีที่มีอยู่รอบตัว คู่แข่งที่มีกำลังทุนใช้วิธีเพิ่มเครดิตให้แม่ค้าหรือเรือในสังกัด และให้เครดิตยาวนานกว่า ทำให้สหกรณ์ต้องประสบกับความลำบากในการแข่งขัน เนื่องจากสหกรณ์ไม่มีทุนหมุนเวียนเพียงพอ

5) แม้อำนาจข้อย่อยที่ซื้อปลาและอยู่ในพื้นที่จริงๆ ยังมีน้อย ต้องอาศัยแม่ค้าจากต่างพื้นที่ให้เข้ามาเพิ่มกำลังซื้อ ทำให้มีการรวมตัวกันกดราคา ประกอบกับชนิดของสินค้าส่วนใหญ่เป็นปลาทุกกับปลาหมึก ทำให้ความหลากหลายของสินค้าไม่เพียงพอที่จะดึงดูดแม่ค้าจากต่างถิ่น

6) สมาชิกขาดความมั่นใจเนื่องจากเป็นสะพานปลาแห่งใหม่ สถานที่ที่เป็นของเอกชนให้เช่า ทำให้ภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของสะพานปลามีไม่เพียงพอ ขาดภาคีที่หลากหลายมาสนับสนุนการดำเนินการธุรกิจตลาดปลา

การดำเนินการธุรกิจตลาดปลาครั้งแรกแม้จะประสบกับความล้มเหลว โดยต้องเลิกกิจการไปหลังจากดำเนินงานได้เพียง 7 เดือนก็ตาม แต่ก็ได้ให้บทเรียน ข้อคิด และประสบการณ์แก่สหกรณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลอันมีค่าในการนำไปวิเคราะห์ วางแผนงาน และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการธุรกิจตลาดปลาในครั้งต่อไป

2.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ระยะที่ 2 (ปี 2530 – 2540)

หลังจากความล้มเหลวจากการดำเนินการธุรกิจตลาดปลาครั้งแรก สหกรณ์ยังคงมีความคิดและความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการธุรกิจด้านนี้เรื่อยมา เพื่อช่วยเหลือสมาชิกชาวประมงที่ประสบปัญหาเรื่องการขายปลา การก่อสร้างตลาดปลาครั้งที่สองได้เริ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ในครั้งนี้สหกรณ์มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ เพื่อให้ดูเป็นแบบแผน เป็นทางการน่าเชื่อถือ มีการสร้างพันธมิตรทางด้านความคิดและการลงทุนด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่องค์กรและสาธารณชนในท้องถิ่นถึงความจำเป็นของสหกรณ์ในการดำเนินการธุรกิจตลาดปลา มีการวิเคราะห์วิจัยความเป็นไปได้ของ โครงการเพื่อแสดงให้เห็นว่า สามารถลงทุนทำตลาดปลาในเชิงธุรกิจได้

ในปี 2530 จังหวัดสมุทรสงครามได้เข้ามาช่วยเหลือสหกรณ์ โดยมีการประชุมร่วมกันระหว่างจังหวัด หน่วยงานต่างๆ และสหกรณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมด และหาแนวทางดำเนินการก่อสร้างตลาดปลา ผลการประชุมได้ข้อสรุปว่า มีความเป็นไปได้ 2 แนวทาง ในการดำเนินการ คือ

แนวทางที่ 1 ดำเนินการในรูปของสะพานปลา โดยมีหอการค้าจังหวัดสมุทร- สงครามสนับสนุนและหาเงินทุนสนับสนุนการดำเนินการจากต่างประเทศ

แนวทางที่ 2 สหกรณ์เสนอขอให้จังหวัดจัดหางบประมาณสร้างสะพานปลาเมื่อสร้างเสร็จ สหกรณ์จะขอดำเนินการเอง โดยเสนอให้ผลประโยชน์เข้าจังหวัด ไม่น้อยกว่าที่จังหวัดลงทุนไป

หลังจากพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว ในที่สุดก็เห็นพ้องกับแนวทางที่ 2 โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงครามแบกรับการลงทุนก่อสร้างตลาดปลา สหกรณ์ประมง

แม่กลอง จำกัด เป็นผู้เช่าบริหารงานมีกำหนดระยะเวลา 10 ปี อัตราค่าเช่าเดือนละ 50,000 บาท กำหนดเงื่อนไขปรับปรุงค่าเช่าทุก 3 ปี การดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จและทำพิธีเปิดอาคารตลาดปลา สหกรณ์แห่งใหม่นี้ เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2532 ในการดำเนินการก่อสร้างตลาดปลาครั้งที่สองนี้ สหกรณ์มีการวางแผนการดำเนินงาน การบริหารจัดการตลาดปลา การวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาดปลา และผลการดำเนินการตามแผนงานและตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

2.2.1 รูปแบบของตลาดปลา

ในการดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรก สหกรณ์ใช้รูปแบบสะพานปลาขององค์การสะพานปลามาประยุกต์ใช้เป็นสะพานปลาทางน้ำ แต่การดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งที่สองนี้ สหกรณ์เห็นว่า รูปแบบของตลาดปลาไม่จำเป็นต้องเป็นสะพานปลาทางน้ำก็ได้ อาจทำเป็นสะพานปลาบนบก รับปลารดเป็นหลัก ซึ่งจะสอดคล้องกับชาวประมงแม่กลองที่ทำวนลากคู่มากที่สุดและเป็นปลารดเกือบทั้งหมด ดังนั้น การทำตลาดปลาบนบกจึงน่าจะอำนวยความสะดวกแก่ชาวประมงผู้จับสัตว์น้ำและผู้ซื้อสัตว์น้ำมากกว่าสะพานปลาทางน้ำ นอกจากนี้ การทำตลาดปลาบนบกสามารถหาสถานที่ที่เหมาะสมได้ง่ายกว่า และสามารถขยายต่อเติมได้เมื่อธุรกิจเจริญเติบโตขึ้น เป็นการวางแผนระยะยาวของสหกรณ์ ตลาดปลาที่ก่อสร้างเป็นตลาดปลาขนาดย่อม

2.2.2 สถานที่ก่อสร้างตลาดปลา

สถานที่ก่อสร้างตลาดปลาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง เพราะถ้าตลาดปลาก่อสร้างในสถานที่ที่เหมาะสมก็จะอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อและผู้ขายสัตว์น้ำ สหกรณ์กำหนดกลยุทธ์ในเรื่องของสถานที่ที่จะก่อสร้างตลาดปลาไว้ดังนี้

- 1) อยู่ในทำเลที่การคมนาคมสะดวก เป็นจุดศูนย์กลางของชาวประมงผู้ขายสัตว์น้ำและผู้ซื้อสัตว์น้ำ ที่จะสะดวกในการเดินทางมาทำธุรกิจซื้อขายสินค้ากัน
- 2) ต้องมีพื้นที่กว้างขวางพอที่จะขยายต่อเติมตลาดปลาได้ในอนาคตเมื่อธุรกิจตลาดปลามีการเจริญเติบโตขึ้น
- 3) มีสภาพแวดล้อมที่ดี

ซึ่งในที่สุดสหกรณ์ก็สามารถหาพื้นที่ที่จะก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ได้ และสอดคล้องกับคุณสมบัติที่กำหนด เป็นที่ดินของนางบุญล้อม ลิมประเสริฐ สมาชิกสหกรณ์ซึ่งแสดงเจตนารมณ์ที่จะช่วยเหลือให้การสนับสนุนสหกรณ์ในการทำธุรกิจตลาดปลาโดยการยกที่ดินเนื้อที่ 3 ไร่เศษ ให้แก่สหกรณ์ เพื่อก่อสร้างตลาดปลาสหกรณ์ ที่ดินแปลงนี้อยู่ติดกับถนนพระราม 2 เมื่อข้ามสะพานพระพุทธเลิศหล้าซึ่งเป็นสะพานข้ามแม่น้ำแม่กลองตามเส้นทางที่จะไปจังหวัดเพชรบุรีแล้ว เลี้ยวซ้ายย้อนกลับไปตามถนนที่ขนานกับสะพานประมาณ 2 กิโลเมตร ก็จะถึงตลาดปลา ที่ดินดังกล่าวอยู่ในทำเลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขต่างๆ ที่กำหนดไว้ในกลยุทธ์ของสหกรณ์

หลังจากได้พื้นที่ก่อสร้างตลาดปลาแล้ว องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงครามได้ดำเนินการก่อสร้างตลาดปลาจนแล้วเสร็จ และเริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 6 พฤษภาคม 2532

2.2.3 การบริหารจัดการและการตลาดปลาสหกรณ์

สหกรณ์ได้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการตลาดปลาไว้ว่า สหกรณ์จะมีบทบาทและทำหน้าที่คล้ายเป็นองค์การสะพานปลา คือ เป็นผู้กำหนดควบคุมในระดับเมืองบน หรือระดับนโยบาย ไม่ลงมาเป็นแพปลาเอง เพราะระบบประเพณีการซื้อขายปลาค่อนข้างเสรีไม่ต้องกลัวการผูกขาดหรือกีดกัน นอกจากนี้ลักษณะอาชีพประมงมีปัจจัยเปลี่ยนแปลงมาก ดังนั้น ปล่อยให้เป็นการค้าที่เสรีที่สุด เป็นธรรมชาติของตัวเองที่สุดน่าจะดีกว่า สหกรณ์เพียงแค่เฝ้าดูมิให้มีการผูกขาดตัดตอนเอารัศเอาเปรียบกันเกินไปก็เพียงพอ และเพื่อให้การดำเนินงานของตลาดปลาเป็นไปตามนโยบายดังกล่าว สหกรณ์ได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการและกลยุทธ์การตลาดปลาไว้ดังนี้

- 1) การให้บริการที่มีคุณภาพในตลาดปลา ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุดแก่ผู้รับบริการตลาดปลา ซึ่ง ได้แก่ ผู้ซื้อและผู้ขายสัตว์น้ำในตลาดปลา
- 2) การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดปลา ไว้สำหรับบริการผู้ซื้อและผู้ขายสัตว์น้ำ ทั้งในเรื่องของสาธารณูปโภค พื้นที่จอดรถในตลาดปลา และอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่ง ได้แก่ ลังหัว โดยสหกรณ์จัดเก็บค่าบริการ ค่าเช่า ในอัตราที่เหมาะสม เพื่อเป็นรายได้ของสหกรณ์
- 3) การจัดและคัดเลือกสมาชิกผู้มีสิทธิ์เข้าไปเป็นผู้ขายปลาทำหน้าที่เป็นแพปลาในตลาดปลา เพื่อรับซื้อและขายสัตว์น้ำในตลาดปลา
- 4) ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำที่นำมาซื้อขายในตลาดปลาสหกรณ์ ต้องมีคุณภาพปราศจากสารฟอร์มาลิน
- 5) ควบคุมดูแลการซื้อขายในตลาดปลา ไม่ให้เกิดการเอารัศเอาเปรียบกันราคาซื้อขายให้เป็นไปตามกลไกการตลาด
- 6) การสร้างธุรกิจต่อเนื่องรองรับในตลาดปลา ได้แก่ ธุรกิจรับฝากลังหัว ธุรกิจให้เช่าที่จอดรถ ธุรกิจน้ำแข็ง ธุรกิจโรงอาหาร เป็นต้น
- 7) การจัดสรรพื้นที่ในตลาดปลา มีการจัดสรรพื้นที่เป็นโซนต่างๆ อย่างเป็นสัดส่วน ได้แก่ พื้นที่ซื้อขายปลา พื้นที่จอดรถ พื้นที่เก็บลังหัวและอุปกรณ์ เป็นต้น
- 8) การรักษาความสะอาดในตลาดปลา ตลาดปลาต้องมีความสะอาดถูกสุขลักษณะและสุขอนามัย

- 9) การปรับปรุงและพัฒนาตลาดปลาให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ
- 10) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดปลาสหกรณ์ และการดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลาให้สมาชิก ผู้ซื้อสัตว์น้ำ ผู้ขายสัตว์น้ำ ผู้แปรรูปสัตว์น้ำ ได้ทราบและเข้ามาใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ โดยการประชุมกลุ่มสมาชิก จัดทำแผ่นพับ จดหมายข่าว แจกเผยแพร่
- 11) การจัดซื้อที่ดินโดยรอบบริเวณตลาดปลาสหกรณ์ เพื่อเตรียมการขยายพื้นที่ตลาดปลาเมื่อธุรกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

2.2.4 โครงสร้างการบริหารตลาดปลาสหกรณ์

เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการบริหารจัดการและกลยุทธ์การตลาดที่ได้กำหนดไว้ สหกรณ์ได้กำหนดโครงสร้างการบริหารตลาดปลาสหกรณ์ไว้ในระเบียบสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ว่าด้วยการให้บริการตลาดปลา ซึ่งมีการแก้ไขปรับปรุง เปลี่ยนแปลงข้อกำหนดต่างๆ ไปตามเวลาและสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมการให้บริการตลาดปลามีคุณภาพและมีมาตรฐาน มีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนดไว้ ส่งผลให้การบริหารตลาดปลาสหกรณ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายบริการในตลาดปลาสหกรณ์มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลาดปลาของสหกรณ์ได้มาตรฐาน โดยในปี 2538 ตลาดปลาสหกรณ์ได้รับการจดทะเบียนรับรองจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ให้เป็น ตลาดกลางสัตว์น้ำจังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2538 สำหรับโครงสร้างการบริหารตลาดปลาสหกรณ์ที่กำหนดไว้ในระเบียบดังกล่าว มีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจตลาดปลา การควบคุมคุณภาพการให้บริการในตลาดปลา และคุณภาพของสัตว์น้ำ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) การแจ้งเข้าขายปลา

ผู้ที่จะนำปลามาขายในตลาดปลา ต้องนำรถบรรทุกปลาที่จะขายมาแจ้งทะเบียนรถ ชื่อ - นามสกุลของเจ้าของปลา และผู้ขายปลาต่อยาม ที่ฝ่ายบริการตลาดปลาก่อนทุกครั้ง ทั้งนี้ เพื่อรักษาสิทธิของสมาชิกในการรับส่วนเฉลี่ยคืน

สหกรณ์จะไม่รับแจ้งเข้าขายปลา ในกรณีที่นำรถเปล่าหรือรถคันอื่นมาแจ้งแทน

2) กำหนดเวลาขายปลา

ตลาดปลา กำหนดเวลาลง - ขายปลา เป็น 2 ช่วงเวลา โดยมีสัญญาเป็นเสียงกริ่ง 2 ครั้ง คือ

กริ่งครั้งที่ 1 เวลา 03.30 น. อนุญาตให้ลงปลาได้ทุกชนิดยกเว้นประเภทปลาที่กำหนดไว้ในกริ่งครั้งที่ 2

ครั้งที่ 2 เวลา 04.30 น. อนุญาตให้ลงปลาทุ มือกกล้วย ปลาอีปลั่ง ปลาโซปลั่ง ปลาทรายแดง ปลาอ่อง ปลาгимตัว ปลาแซลัน ปลาโคก ปลาไถ่กอ ปลาคาหวาน ปลาตุ้ม ปลาทรายดำ ปลาตาโต ปลาทุแวก ปลาแมว ปลาบ๊อด ปลาจวดท้องยาน ปลาจวดดำ ปลาจวดค่อม้า ปลาอีรง (หางแข็ง) ปลาโหมง โขย

การขายปลาก่อนกำหนด ให้สหกรณ์เรียกปรับทั้งผู้ขายปลาและหรือผู้เป็นเจ้าของปลา ในอัตรารายละ 5,000 บาทต่อครั้ง

3) การซื้อปลา

การซื้อปลา แบ่งเป็น 2 วิธี คือ

(1) **การซื้อแบบต่อรองราคา** โดยผู้ซื้อปลาและหลงจู้ตกลงราคากัน ณ ที่ขายปลา เมื่อได้ราคาที่ตกลงกันแล้ว ให้ผู้ซื้อปลาใส่ป้ายของปลาพร้อมทั้งเขียนใบราคาให้หลงจู้ไว้เป็นหลักฐาน และหลงจู้ต้องเขียนใบราคาให้ผู้ซื้อปลาไว้เป็นหลักฐานเช่นเดียวกัน แล้วให้เสมียนของผู้ขายปลาใส่ป้ายชื่อผู้ซื้อปลาและน้ำหนักลงในภาชนะที่ใส่ปลา ผู้ซื้อปลาต้องรักษาป้ายเก็บเงินที่เสมียนออกให้ไว้เป็นหลักฐานเพื่อแสดงความเป็นเจ้าของ

ห้ามปิดป้ายของปลาบนรถตู้ปลาและบนรถเข็นปลา หากมีปัญหา เจ้าของปลาหรือผู้ขายปลามีสิทธิแจ้งให้นายท่าตลาดปลาทราบ โดยนำหลักฐานการจองของผู้ซื้อปลามาแสดง ผู้ซื้อปลาจะต้องถูกปรับเป็นเงิน 2,000 บาททันที

(2) **การซื้อแบบประมูล** สามารถทำได้แต่ต้องมีผู้ซื้อปลาเข้าประมูลไม่ต่ำกว่า 4 ราย โดยให้ชมรมผู้ขายปลาทำหน้าที่เป็นคนกลางจัดการประมูลเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ส่วนกำหนดเวลา และวิธีการ ให้ชมรมผู้ขายปลาเป็นผู้กำหนด

กำหนดโทษปรับกรณีฝ่าฝืนระเบียบในการซื้อขายสินค้า ไว้ดังนี้

(1) ในกรณีที่ผู้ซื้อปลาคดกลงซื้อสินค้ากับหลงจู้ แล้วไม่มารับสินค้า หรือในกรณีที่หลงจู้ตกลงขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อปลา โดยมีหลักฐานการตกลงกันเรียบร้อยแล้ว แต่หลงจู้ได้นำสินค้านั้นไปขายให้แก่ผู้ซื้อปลารายอื่น ให้ลงโทษปรับ ดังนี้

ครั้งที่ 1 ปรับเป็นเงิน 5,000 บาท

ครั้งที่ 2 ปรับเป็นเงิน 5,000 บาท และห้ามเข้าตลาดปลา 3 วัน

ครั้งที่ 3 ปรับเป็นเงิน 10,000 บาท และห้ามเข้าตลาดปลา 7 วัน

ครั้งที่ 4 ห้ามเข้าตลาดปลาเป็นเวลา 6 เดือน

บทลงโทษนี้ ให้นับระยะเวลา 12 เดือน นับแต่วันที่ถูกลงโทษ

(2) ในกรณีฝ่าฝืนระเบียบในการประมูลให้ปรับชมรมผู้ขายปลาครั้งละ 10,000 บาท โดยค่าปรับให้แบ่งครั้งกันระหว่างเจ้าของหรือผู้เสียหายกับสหกรณ์

4) อัตราค่าบริการในตลาดปลา

สหกรณ์กำหนดอัตราค่าบริการต่าง ๆ ในตลาดปลาไว้ดังต่อไปนี้

(1) อัตราค่าจอครดบรรทุกปลา กำหนดอัตราค่าจอครดบรรทุกปลา

ดังนี้

ก) ให้ผู้ขายปลาจัดเก็บค่าจอครดบรรทุกปลา ที่เข้าขายในลือคปลา
ของผู้ขายปลา ในอัตราคันละ 250 บาท

ข) ตลาดปลาจัดเก็บค่าพื้นที่ขายปลาเป็นรายวัน ตามจำนวนลือค
ปลาที่ผู้ขายปลาได้รับสิทธิ์ไปจากสหกรณ์ ในอัตราลือคละ 220 บาทต่อวัน กรณีวันหยุดให้นำส่ง
เงินค่าพื้นที่ในวันทำการวันแรก

(2) อัตราค่าจอครดผู้ซื้อปลา กำหนดอัตราค่าจอครดผู้ซื้อปลา ดังนี้

ก) อัตราค่าจอครดรายวัน

- รถขนาด 4 ล้อ อัตราคันละ 15 บาท/ครั้ง
- รถขนาด 6 ล้อ อัตราคันละ 30 บาท/ครั้ง
- รถขนาด 10 ล้อ อัตราคันละ 45 บาท/ครั้ง

ข) อัตราค่าจอครดรายเดือน

- รถขนาด 4 ล้อ อัตราคันละ 300 บาท/เดือน
- รถขนาด 6 ล้อ อัตราคันละ 600 บาท/เดือน
- รถขนาด 10 ล้อ อัตราคันละ 900 บาท/เดือน

ในกรณีจอครดรายเดือน ตลาดปลาจะกำหนดสถานที่จอครดประจำ
ให้กับผู้ซื้อ และแจ้งให้ผู้ซื้อบัตรจอครดรายเดือนทราบ เมื่อผู้ซื้อบัตรจอครดรายเดือนได้แสดงความ
จ้างซื้อบัตรจอครดรายเดือนจากตลาดปลา ตลาดปลากำหนดเงื่อนไขในการใช้บัตรจอครดราย
เดือน ดังนี้

ก) บัตรจอครดสามารถใช้ได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในบัตร
เท่านั้น

ข) กรณีที่ผู้ซื้อปลาไม่ซื้อบัตรจอครดรายเดือนในเดือนใด จะต้อง
จ่ายเงินค่าจอครดในอัตรารายวัน ทุกวันที่นำรถมาจอดในบริเวณตลาดปลา ในเวลาทำการ

ค) การซื้อบัตรจอครดรายเดือนระหว่างเดือน ผู้ซื้อต้องจ่ายเงินตาม
อัตราบัตรจอครดรายเดือนเต็มจำนวน

ง) ตลาดปลากำหนดนำบัตรจอครดรายเดือนภายในวันที่ 25 ของเดือน
ก่อนหน้าเดือนที่กำหนดให้จอครดตามบัตร

ห้ามผู้ซื้อปลาจากรถในลานจอดรถขายปลาเว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก
ผู้ขายปลาและนายท่าตลาดปลา

(3) อัตราค่าเช่ากระบะและตะกร้าพลาสติก กำหนดไว้ดังนี้

ก) สำหรับผู้ขายปลาในที่ทำการของตลาด ตั้งแต่เวลา 03.00 ถึง 16.00 น.

กระบะพลาสติก อัตราใบละ 1.50 บาทต่อวัน

ตะกร้าพลาสติก อัตราใบละ 1.25 บาทต่อวัน

หากพ้นเวลาดังกล่าว ผู้ซื้อปลายังไม่ถ่ายสินค้าออก ถือเป็นเช่าต่อ
ซึ่งผู้ซื้อปลาจะต้องเสียค่าเช่าเพิ่มในอัตราใบละ 1.50 บาท (ทุกประเภทของภาชนะพลาสติก) แต่
ทั้งนี้ต้องไม่เกินเวลา 20.00 น. หากพ้นกำหนดนี้ ต้องได้รับอนุญาตจากนายท่าตลาดปลา

ข) กรณีผู้ซื้อปลาที่นำกระบะออกจากตลาดปลา และนำส่งภายใน
18.00 น. คิดในอัตราใบละ 4 บาทต่อวัน ถ้าส่งเกินเวลา 18.00 – 06.00 น. ของวันใหม่ คิดอัตราใบ
ละ 6 บาท

ค) ในกรณีเช่าเกิน 30 ใบขึ้นไป ส่งคืนภายใน

- ในเวลา 21.00 น. อัตราใบละ 4 บาท

- ในเวลาไม่เกิน 24.00 น. อัตราใบละ 5 บาท

- ในเวลาไม่เกิน 06.00 น. อัตราใบละ 6 บาท

ง) หากผู้ใดนำภาชนะพลาสติกของตลาดปลา ออกนอกบริเวณตลาด
ปลาโดยมิได้รับอนุญาต หากตรวจพบจะต้องถูกปรับ ตามอัตราดังนี้

- กระบะพลาสติก ปรับในอัตราใบละ 300 บาท

- ตะกร้าพลาสติก ปรับในอัตราใบละ 150 บาท

จ) กรณีที่ผู้เช่ากระบะ/ตะกร้าพลาสติก ทำสูญหายหรือส่งไม่ครบตาม
จำนวน ผู้นั้นต้องถูกปรับในอัตรา ดังนี้

- กระบะพลาสติก ใบละ 300 บาท

- ตะกร้าพลาสติก ใบละ 150 บาท

ฉ) กรณีสหกรณ์ตรวจพบกระบะ/ตะกร้าพลาสติก ของตลาดปลา มี
ผู้ใดผู้หนึ่งครอบครองโดยมิชอบ ให้นายท่าตลาดปลาหรือผู้แทน เรียกปรับในอัตราใบละ 300 บาท

ช) ในกรณีที่ผู้ซื้อปลา นำกระบะหรือตะกร้าที่ไม่ได้รับอนุญาตนำออก
นอกสถานที่มาคืน ไม่ถือเป็นความผิด ให้นายท่าตลาดปลาจ่ายชดเชยเงินจากการขายเศษปลาให้แก่
ผู้ที่นำมาคืนใบละ 30 บาท

ข) ห้ามใช้ข้อสับกระบะ ตะกร้าพลาสติกของตลาดปลา และถังพลาสติกของเจ้าของเรือ โดยเด็ดขาด ในกรณีที่ใช้ฝ่าฝืน ให้นายท่าตลาดปลาเรียกปรับจากนายจ้างของผู้กระทำผิด คนละ 50 บาทต่อครั้งที่กระทำผิด

บรรดาค่าปรับต่างๆ ตามข้อ ง) - ข) ให้นำเข้ากองทุนชายทะเลของพนักงานตลาดปลา

(4) ราคาน้ำแข็งคองปลาในตลาดปลา

สหกรณ์กำหนดราคาน้ำแข็งคองปลา ซึ่งจำหน่ายโดยผู้ขายที่ได้รับอนุญาตจากสหกรณ์ ในราคาตะกร้าละ 25 บาท (1 ถังน้ำแข็ง : 4 ตะกร้า) หากผู้ขายจะเปลี่ยนแปลงราคา ปริมาณ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน

ห้ามนำน้ำแข็งจากภายนอกเข้ามาคองปลาในตลาดปลา เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากนายท่าตลาดปลาก่อน ผู้ใดฝ่าฝืนสหกรณ์จะเรียกปรับตะกร้าละ 20 บาท

4) ผู้ขายปลา

(1) สหกรณ์อนุญาตให้สมาชิก หรือกลุ่มสมาชิก หรือผู้สมัครใช้บริการของสหกรณ์ ที่แสดงความจำนงเข้ามาประกอบการขายปลาให้กับสมาชิกและชาวประมงในตลาดปลา เป็นผู้ขายปลาได้ พร้อมทั้งได้รับการจัดสรรพื้นที่ขายปลาในอาคารตลาดปลาตามความเหมาะสม โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกแล้วนั้นจะต้องทำสัญญาให้ไว้กับสหกรณ์ ในอันที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบ เงื่อนไข และข้อกำหนดของสหกรณ์โดยเคร่งครัด ผู้ฝ่าฝืนสหกรณ์จะสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาอนุญาตการประกอบการและการต่อสัญญาตามเงื่อนไขสัญญาต่อไป

สหกรณ์กำหนดอายุสัญญาอนุญาตประกอบการ ครั้งละ 3 ปี ในการนี้ สหกรณ์สงวนสิทธิ์ที่จะไม่ต่อสัญญาให้กับผู้ขายปลารายที่หยุดขายปลาติดต่อกันเกินหนึ่งเดือน ในระหว่างเวลาแห่งสัญญาที่ผ่านมา

(2) ผู้ขายปลาที่ได้รับอนุญาตประกอบการ หรือพื้นที่ขายปลาจากสหกรณ์ จะโอนสิทธิของตนทั้งหมดหรือบางส่วนได้นั้น ต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการเป็นลายลักษณ์อักษรเสียก่อน จึงสามารถดำเนินการได้ และผู้ขายปลาต้องจ่ายรายได้จากการโอนสิทธิดังกล่าวนี้ให้สหกรณ์ร้อยละสิบของรายได้ทั้งหมดที่ได้รับตามจริง รายได้ที่สหกรณ์ได้รับนี้ ต้องไม่น้อยกว่าสี่ร้อยละห้าหมื่นบาท

ผู้จะเข้ามารับช่วงต่อจากผู้ขายปลารายเดิม ต้องดำเนินการจัดทำสัญญาและปฏิบัติตามระเบียบเงื่อนไขและข้อกำหนดของสหกรณ์ เสมือนเป็นผู้ขายปลาที่ได้รับคัดเลือกจากสหกรณ์ทุกประการ

(3) ผู้ขายปลาหรือพนักงานของผู้ขายปลาทั้งหมดในขณะปฏิบัติงานใน เวลาทำการของตลาดปลา ต้องใส่เครื่องแบบแสดงสังกัดของตนอย่างชัดเจน

ในกรณีคนงานเข็นปลาของผู้ขายปลา นอกจากใส่เครื่องแบบแสดง สังกัดแล้วต้องมีหมายเลขประจำตัวเพื่อให้เจ้าหน้าที่ของตลาดปลามองเห็นอย่างชัดเจน และไม่ให้ ซ้ำกับคนงานสังกัดอื่น ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสับสนในหมู่คนงาน

(4) ผู้ขายปลาต้องขนถ่ายสินค้าของเจ้าของปลาลงจากรถบรรทุกตาม เวลาที่กำหนด

(5) ผู้ขายปลาต้องจัดทำตัวแสดงชื่อสังกัดหรือชื่อผู้ขายปลา ชนิดของ ปลา น้ำหนักปลา และชื่อผู้ซื้อปลา เพื่อแสดงไว้ในภาชนะใส่ปลาที่ผู้ขายปลาได้จำหน่ายออก ให้กับผู้ซื้อ ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักฐานในการตรวจสอบสินค้าที่นำออกจากตลาดปลา

ในกรณีที่ผู้ซื้อจ้างกรรมกรนอกเงินปลาลงจากที่ขายปลาคนเข็นปลา ต้องตรวจสอบยืนยันสินค้าที่ซื้อว่าเป็นของผู้ซื้อปลารายนั้น ประเภท น้ำหนัก และรายการถูกต้องจึง เงินออกจากที่ขายปลาได้

(6) ผู้ขายปลาหรือพนักงานของผู้ขายปลาทั้งหมดต้องปฏิบัติตาม ระเบียบ เงื่อนไขและข้อกำหนดของสหกรณ์โดยเคร่งครัด หากฝ่าฝืนผู้ขายปลาต้องรับผิดชอบ ห้ามพนักงานของผู้ขายปลารับจ้างเงินปลา ให้กับผู้ซื้อปลาในบริเวณ ตลาดปลา ในเวลาทำการของตลาดปลา

(7) สหกรณ์กำหนดให้ผู้ขายปลาร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมผู้ขายปลา เพื่อดำเนินการควบคุมการดำเนินธุรกิจภายในตลาดปลาของบรรดาผู้ขายปลาทั้งหลาย และช่วย แก้ปัญหาที่เกิดจากผู้ซื้อปลา หรือปัญหาโดยทั่วไป ที่เป็นอุปสรรคในการประกอบกิจการของบรรดา ผู้ขายปลา ส่วนปัญหาของตลาดปลานั้น ให้ชมรมผู้ขายปลาเสนอผ่านนายท่าตลาดปลาตาม ขั้นตอน เพื่อเสนอคณะกรรมการพิจารณา

(8) สหกรณ์จัดสรรเงินรายได้ของสหกรณ์ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นเงิน อุดหนุนการบริหารงานของชมรมผู้ขายปลา ในอัตราลือคละ 10 บาท/วัน และสมทบเข้ากองทุน ช่วยเหลือสมาชิกผู้ประสพภัยพิบัติ ในอัตราลือคละ 10 บาท/วัน หรือให้เป็นไปตามมติของ คณะกรรมการ

5) ผู้ซื้อปลา

(1) การซื้อสินค้าในตลาดปลา ผู้ซื้อปลาต้องซื้อสินค้าจากผู้ขายปลา เท่านั้น ห้ามซื้อจากบุคคลอื่นที่มีใจผู้ขายปลาโดยเด็ดขาด ยกเว้นการซื้อเศษปลาจากพนักงานของ ตลาดปลานอกเวลาทำการของตลาดปลา มิฉะนั้นจะถือว่าซื้อของโจร หากจับได้และสอบสวนเป็น

จริง ให้ปรับทั้งผู้ซื้อปลาและผู้ขาย ปลาเป็นเงินห้าเท่าของมูลค่าปลานั้น และประกาศห้ามเข้ตลาดปลาเป็นเวลา 6 เดือน ส่วนการดำเนินคดีตามกฎหมาย ให้ผู้เสียหายเป็นผู้ดำเนินการ

ให้นายท่าตลาดปลาที่มีอำนาจสอบสวนข้อเท็จจริง แล้วเสนอให้
ประธานหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายสั่งการตามวรรคต้น

เงินค่าปรับร้อยละ 50 ให้เป็นรางวัลสำหรับผู้ชี้เบาะแสและผู้จับกุม
ส่วนที่เหลือให้สมทบเข้ากองทุนขายเศษปลาของพนักงานตลาดปลา

กรณีผู้ซื้อปลาคัดเศษปลา หรือปลาที่เสียใช้ไม่ได้ ออก และจะจำหน่าย
ให้ผู้ซื้อปลารายอื่นในตลาดปลา ให้ปฏิบัติดังนี้

- ก) ให้นำมาขายผ่านเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ที่ได้รับมอบหมาย
- ข) ผู้นำปลามาขายผ่านสหกรณ์ ต้องมีป้ายแสดงชื่อผู้ซื้อปลา ผู้ขายปลา น้ำหนัก และราคาไว้ชัดเจน และให้ตัวแทนนำมาแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ ณ ที่ทำการของตลาดปลา
- ค) การชำระเงิน ให้ผู้รับซื้อเศษปลาชำระเงินให้ผู้ขายเศษปลาหรือตัวแทนโดยตรง

- ง) สหกรณ์คิดค่าใช้จ่ายในการขายเศษปลา ก.ก.ละ 25 สตางค์
- จ) หากพบว่าเศษปลาที่นำมาขายผ่าน ได้มาโดยไม่สุจริต หรือมีการรับซื้อเศษปลาโดยไม่ผ่านสหกรณ์ ถือเป็นความผิด ผู้ขายเศษปลา และผู้รับซื้อเศษปลาดังกล่าวที่กระทำผิด จะต้องถูกปรับเงินเป็นจำนวน 50,000 บาท (ห้าหมื่นบาท) หรือห้ามเข้ซื้อปลาในตลาดปลาเป็นเวลา 1 ปี รวมทั้งตัวแทน

(2) พนักงานทั้งหมดของผู้ซื้อปลา ต้องใส่เสื้อแสดงสังกัดพร้อม
เลขหมายประจำตัวเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตลาดปลาสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

(3) สหกรณ์อนุญาตให้ผู้ซื้อปลา สามารถนำกระบะ/ตะกร้าพลาสติก
ออกนอกบริเวณตลาดปลาได้โดยความเห็นชอบของนายท่าตลาดปลา และปฏิบัติตามระเบียบโดย
เคร่งครัด

ห้ามผู้ซื้อปลา นำภาชนะบรรจุปลาของเจ้าของปลา ออกนอก
บริเวณตลาดปลาโดยเด็ดขาด ค่าปรับปรับใบละ 200 บาท

(4) ห้ามผู้ซื้อปลา คัดแยก ล้างปลา ล้างรด หรือล้างกระบะ ใน
ตลาดปลาหรือบริเวณที่จอดรถก่อนได้รับอนุญาตจากนายท่าตลาดปลา

6) กรรมการนอก

(1) กรรมการนอก เป็นบุคคลที่ได้จดทะเบียนไว้กับตลาดปลา เพื่อรับจ้างเงินปลาในตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง โดยรับผิดชอบเป็นกลุ่มๆ กลุ่มละไม่เกิน 10 คน

(2) กรรมการนอกเมื่อได้ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาดปลาแล้ว ต้องแต่งเครื่องแบบพร้อมหมายเลขประจำตัวตามที่ตลาดปลากำหนดขึ้น ลงชื่อเข้าทำงานกับหัวหน้ากลุ่ม แล้วนำเสนอนายทำเป็นประจำ พร้อมนำรูดเงินปลาและกระบะปิดปลามาใช้งานเป็นประจำเฉพาะตนทุกวัน

(3) กรรมการนอก ต้องมาทำงานทุกวันทำการของตลาดปลายกเว้นกรณีมีเหตุจำเป็น ต้องขออนุญาตจากนายท่าตลาดปลา แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิน 7 วัน ให้นายท่าตลาดปลาเสนอต่อประธาน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายสั่งการ

กรณีหยุดงานติดต่อกันเกิน 7 วัน โดยไม่ได้รับอนุญาต ให้คัดชื่อออกจากการเป็นกรรมการนอก

(4) ห้ามกรรมการนอก ทำลาย หีบออก สับเปลี่ยนชื่อในตะกร้าหรือกระบะโดยเด็ดขาด ไม่ว่าจะขณะเงินหรือกองปลาไว้ท้ายรถ โดยไม่มีผู้ซื้อปลาหรือพนักงานของผู้ซื้อปลาลงชื่อรับสินค้าให้ถูกต้องครบถ้วน

(5) ห้ามกรรมการนอก มีป้ายหรือตัวปลาของผู้ซื้อปลาหรือผู้ขายปลาติดตัวเป็นอันขาด มิฉะนั้นเจ้าหน้าที่จะถือว่าเตรียมการที่จะสับเปลี่ยนป้ายหรือขโมยสินค้า

(6) ห้ามกรรมการนอกเซ็นปลาที่ไม่มีป้ายหรือตัวใดๆ แสดงชื่อเจ้าของหรือผู้ซื้อปลา ประเภทสินค้า น้ำหนัก และผู้ขายปลา เป็นอันขาด

(7) อัตราค่าบริการของกรรมการนอก ให้เป็นไปตามอัตราที่ตลาดปลากำหนด

(8) ห้ามกรรมการนอกเป็นผู้ซื้อปลา ผู้จองปลาให้ผู้อื่น หรือตนเอง

(9) กรรมการนอก ต้องปฏิบัติหน้าที่ในตลาดปลาด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และปฏิบัติตามระเบียบ เงื่อนไข คำสั่ง ตลอดจนมติของสหกรณ์อย่างเคร่งครัด การใดที่มีได้กำหนดไว้เป็นระเบียบก็ให้ถือปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้อง ไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดีและกฎหมาย

(10) ความรับผิดชอบของกลุ่มกรรมการนอก ให้กรรมการนอกแต่ละกลุ่มดูแลความประพฤติของสมาชิกในกลุ่มเดียวกัน หากปรากฏมีพฤติกรรมที่ต่อไปในทางไม่

ทุจริต ให้รีบแจ้งต่อหัวหน้ากลุ่มและนายท่าตลาดปลา เพื่อหาทางป้องกัน แต่หากเกิดทุจริตโดยสมาชิกคนใดในกลุ่มกรรมการนอกทั้งกลุ่มต้องรับผิดชอบร่วมกัน

7) การตรวจสอบสารฟอร์มาลิน

(1) เพื่อให้ปลาในตลาดปลาปราศจากสารฟอร์มาลิน จึงได้กำหนดให้มีการสุ่มตรวจสอบสารฟอร์มาลินด้วยชุดทดสอบมาตรฐานของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ โดยเจ้าของปลาและผู้ขายปลาที่นำปลามาขายในตลาดปลา ต้องยอมให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสารฟอร์มาลินในปลาที่นำมาขายได้ทุกประเภทที่ต้องการตรวจ

(2) การตรวจสอบสารฟอร์มาลินให้ปฏิบัติดังนี้

ก) เจ้าหน้าที่ผู้ตรวจสอบจะต้องเป็นผู้มีความรู้เฉพาะด้าน ที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบสารฟอร์มาลินในตลาดปลา

ข) การเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ ให้มีเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย จัดเก็บตัวอย่างเพื่อรอการตรวจ โดยการจับเก็บตัวอย่างให้ใช้กล่องเก็บตัวอย่างหนึ่งกล่องต่อหนึ่งตัวอย่าง เก็บตัวอย่างพร้อมให้เจ้าของปลาและผู้ขายปลาลงนามรับทราบในแบบฟอร์มการจัดเก็บตัวอย่างที่สหกรณ์กำหนด เพื่อเป็นหลักฐานและเป็นประโยชน์ในการแจ้งผลการตรวจสอบ

ค) การตรวจสอบมี 2 วิธี ดังนี้

- การตรวจสอบเบื้องต้น ให้ใช้ชุดทดสอบสารฟอร์มาลินตามมาตรฐาน

- ในกรณีที่ตรวจสอบเบื้องต้น เมื่อตรวจพบสารฟอร์มาลิน เพื่อให้ได้ผลการตรวจสอบที่ชัดเจน ให้นำตัวอย่างนั้นๆ เข้าตรวจสอบ ณ ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ในทันทีที่กระทำได้

ง) ผลการตรวจสอบ ให้เจ้าหน้าที่ผู้ตรวจ บันทึกผลการตรวจสอบทุกครั้ง ที่ทำการตรวจสอบ พร้อมทั้งแจ้งผลให้นายท่าตลาดปลารับทราบด้วย

หากตรวจสอบพบสารฟอร์มาลิน ให้เจ้าหน้าที่ผู้ตรวจรายงานนายท่าตลาดปลาทันทีที่พบเพื่อนายท่าจะ ได้เรียกเจ้าของปลาและผู้ขายปลามารับทราบเพื่อแก้ไขในเบื้องต้นและดำเนินการต่อไป

(3) บทลงโทษกำหนดไว้ว่าเมื่อพบผู้ใดนำปลาที่มีการใส่สารฟอร์มาลินตามผลการตรวจสอบ ง) และมีการสอบสวนจากเจ้าหน้าที่อย่างชัดเจน

ก) การพบครั้งที่หนึ่ง ตลาดปลาจะไม่อนุญาตให้เจ้าของปลานำปลามาขายเป็นเวลา 10 วัน สำหรับผู้ขายปลาให้ทำหนังสือดักเตือนไว้เป็นครั้งที่หนึ่ง นับตั้งแต่

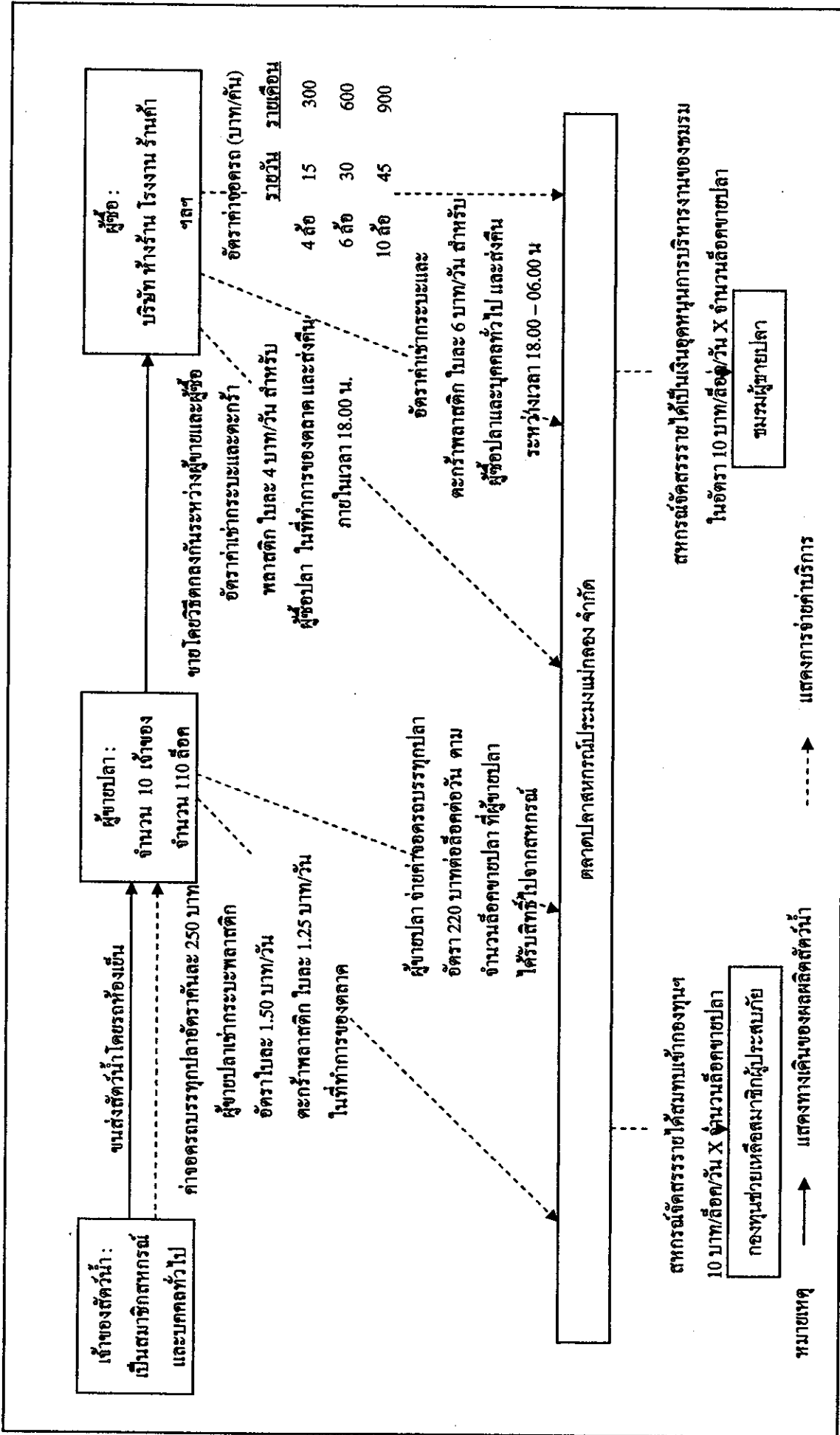
วันที่ตรวจสอบยืนยันชัดเจน

ข) หากพบผู้นำปลามาขายรายเดิม กระทำผิดเป็นครั้งที่สอง ตลาดปลาจะไม่อนุญาตให้เจ้าของปลานำปลาเข้ามาขายในตลาดปลาเป็นเวลาหนึ่งเดือน ให้ปรับผู้ขายปลาเป็นเงิน 5,000 บาท สำหรับรายนั้น ๆ นับตั้งแต่วันที่ตรวจสอบยืนยันชัดเจน

ค) หากพบผู้นำปลามาขายรายเดิม กระทำผิดอีกเป็นครั้งที่สามให้ส่งให้เจ้าหน้าที่ของรัฐดำเนินการตามกฎหมาย ให้ปรับผู้ขายปลาเป็นเงิน 50,000 บาท สำหรับรายนั้น ๆ นับตั้งแต่วันที่ตรวจสอบยืนยันชัดเจน

การบริหารจัดการธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์ดังกล่าวสามารถแสดงในรูปโครงสร้างการบริหารตลาดปลาของสหกรณ์ได้ตามภาพที่ 4.3

จากการกำหนดกลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ที่มุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสัตว์น้ำ การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก การควบคุมคุณภาพสัตว์น้ำที่นำเข้ามาจำหน่ายในตลาดปลา การดูแลให้มีการซื้อขายในราคาที่เป็นธรรม การรักษาความสะอาดของตลาดปลา ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจการของตลาดปลาสหกรณ์ ทำให้ธุรกิจบริการตลาดปลาสหกรณ์ในช่วงระยะที่ 2 ระหว่างปี 2532 – 2540 มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนสถานที่เดิมคับแคบ อันนำไปสู่ความคิดที่ต้องการจะก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้น



ภาพที่ 4.3 แผนภาพโครงการสร้างการบริหารตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

ที่มา : ระงับสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ว่าด้วยการให้บริการตลาดปลา ส พ 2550

2.3 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ระยะที่ 3 (ปี 2540 – 2547)

ในปี 2540 หลังเปิดดำเนินตลาดปลาได้ 7 ปี กิจการตลาดปลามีการขยายตัวจนสถานที่เดิมคับแคบ จำนวนรถปลาที่เข้าขายปลาเพิ่มจำนวนเพิ่มขึ้น เฉลี่ยตกวันละ 57 คัน (จำนวนรถเข้าขายปลาสูงสุดเคยถึงวันละ 108 คัน) จากจำนวนลือคปลาที่สหกรณ์มีอยู่ 60.5 ลือค สหกรณ์จึงต้องขยับขยายตลาดปลา โดยนำเงินทุนสำรองที่มี ชื่อที่ดินโดยรอบบริเวณไว้ คิดเป็นเงินมูลค่า 38.879 ล้านบาท เพื่อสร้างเป็นตลาดปลาแห่งใหม่ และได้รับการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการพัฒนาตลาดกลาง จากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ให้เงินกู้ 10.126 ล้านบาท และกรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ให้เงินกู้ 10 ล้านบาท รวม 20.126 ล้านบาท กับเงินสนับสนุนจากชาวประมง ผู้ขายสินค้าสัตว์น้ำอีก 12 ล้านบาทเศษ สหกรณ์ก็สามารถสร้างตลาดปลาแห่งใหม่เสร็จและเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2541 โดยใช้งบประมาณในการก่อสร้างทั้งสิ้น 32 ล้านบาทเศษ ตลาดปลาแห่งใหม่นี้ สามารถรองรับรถบรรทุกปลาของสมาชิกได้มากกว่า 130 คันต่อวัน

ในปี 2545 สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ดำเนินการขยายตลาดปลา โดยการก่อสร้างอาคารตลาดปลา เป็นอาคารหลังที่ 2 ต่อเชื่อมและอยู่ในแนวเดียวกันกับอาคารตลาดปลาเดิม มีความยาวของตัวอาคารใหม่โดยประมาณ 64 เมตร และได้ปรับปรุงพื้นที่โดยรอบตลาดปลาให้เป็นลานคอนกรีตเสริมเหล็ก เพื่ออำนวยความสะดวกในการจอดรถ เนื้อที่โดยรวม 11,200 ตารางเมตร โดยได้ดำเนินการก่อสร้างเสร็จและเปิดใช้ในเดือนกันยายน 2546

ในปี 2547 สหกรณ์ดำเนินการก่อสร้างอาคารตลาดปลาเพิ่มเติม โดยการสนับสนุนจากผู้ขายปลาและเงินทุนของสหกรณ์ ทำให้อาคารตลาดปลามีขนาดกว้าง 36 เมตร ยาว 272 เมตร ถือว่าเป็นอาคารตลาดปลาสดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในขณะนี้

จากการที่กิจการตลาดปลาสหกรณ์มีการขยายตัวต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว จนต้องดำเนินการก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ และมีการต่อเติมอาคารตลาดปลา 2 ครั้งในช่วงระยะเวลาเพียง 7 ปี แต่การดำเนินกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ยังคงยึดแนวทางเดิมที่ปฏิบัติในช่วงระยะที่ 2 คือ การให้บริการที่มีคุณภาพและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้สูงสุด มีการกำหนดคุณภาพสัตว์น้ำในตลาดปลา ต้องสะอาด ปลอดภัย ปราศจากสารฟอร์มาลิน มีระบบการจัดการคุณภาพ การตรวจสอบ และการควบคุมคุณภาพ โดยบุคลากรฝ่ายจัดการของสหกรณ์และการใช้ระเบียบว่าด้วยการให้บริการตลาดปลาเป็นเครื่องมือในการควบคุมคุณภาพการให้บริการ การรักษาความสะอาดและการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม การจัดระเบียบการขนส่งสินค้าสัตว์น้ำทั้งภายในและภายนอกอาคาร เพื่อให้การระบาย สินค้าสัตว์น้ำออกจากตลาดได้อย่างรวดเร็วและยังคงความสดไว้ได้ การเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสหกรณ์และการดำเนินธุรกิจของตลาดปลาผ่านทางสื่อต่างๆ การจัดทำเว็บไซต์ของ สหกรณ์เอง และเพื่อเตรียมการรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต สหกรณ์ได้เตรียมการ โดยการสะสมทุนสำหรับจัดซื้อที่ดินรอบบริเวณตลาดปลาอีกด้วย ในส่วนของพื้นที่ตลาดปลาที่มีการขยายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้น้ำเสียที่เกิดจากการทำความสะอาดตลาดปลา มีเพิ่มขึ้นตามไปด้วยนั้น สหกรณ์จะต้องรับภาระในการบำบัดและกำจัดน้ำเสียเหล่านี้ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข คณะกรรมการสาธารณสุข และข้อบัญญัติของเขตราชการส่วนท้องถิ่น ในช่วงระยะเวลานั้น สหกรณ์ได้ดำเนินการ โดยเข้าร่วมใน “โครงการแก้ไขปัญหามลพิษจากแผ่นดินในพื้นที่อำเภอไทยคอนในและชายฝั่งทะเลตะวันออก” (เทคโนโลยีบำบัดในการจัดการทำเทียบเรือประมง สะพานปลา และแพปลา) แนวทางของโครงการคือ การนำแนวความคิดเทคโนโลยีสะอาด (หรือการลดมลพิษที่แหล่งกำเนิด) มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมตลาดปลาของสหกรณ์ โดยแนวคิดดังกล่าวมุ่งเน้นไปที่การลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ไปพร้อมกับการลดของเสียที่เกิดขึ้นด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้ สหกรณ์ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการไปพร้อมกับการลดของเสียที่เกิดขึ้น เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย หลังจากนั้นจึงนำเทคโนโลยีบำบัดที่เหมาะสมมาใช้ เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การบำบัดน้ำเสียของสหกรณ์โดยเข้าร่วมและดำเนินการตามแนวทางโครงการดังกล่าว เป็นการแก้ไขในเบื้องต้นในช่วงระยะเวลานั้น ส่วนในอนาคตซึ่งแน่นอนว่า สหกรณ์ต้องก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย ดังนั้น สหกรณ์จึงได้เริ่มเตรียมการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย โดยการศึกษาวิจัยสภาพน้ำเพื่อสร้างระบบบำบัดที่ใช้ระบบธรรมชาติโดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2546 และในเดือนสิงหาคม 2546 ได้เชิญ ดร.จินต์ อ โฉมทัย นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มาศึกษาและวิจัยระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับตลาดปลา พร้อมทั้งออกแบบระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียดังกล่าวต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก สหกรณ์ต้องเตรียมการเตรียมหาเงินทุนทั้งจากภายในสหกรณ์เองและจากภายนอกสหกรณ์ ซึ่งในเบื้องต้นนี้ สหกรณ์ได้จัดสรรที่ดินจำนวน 3 ไร่ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับน้ำทิ้งของตลาดปลาไว้แล้ว

2.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ระยะที่ 4 (ปี 2547 – 2552)

การดำเนินกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ในระยะที่ 4 หรือในระยะปัจจุบัน ยังคงดำเนินการตามแนวทางที่เคยปฏิบัติในช่วงระยะที่ 2 และ 3 อย่างต่อเนื่องเรื่อยมา คือ การให้บริการที่มีคุณภาพและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้สูงสุด การกำหนดคุณภาพสัตว์น้ำในตลาดปลาต้องสะอาดปลอดภัย ปราศจากสารฟอร์มาลิน มีระบบการจัดการคุณภาพ การตรวจสอบ และการควบคุมคุณภาพ โดยบุคลากรฝ่ายจัดการของสหกรณ์และการใช้ระเบียบว่าด้วยการ ให้บริการตลาดปลาเป็น

เครื่องมือในการควบคุมคุณภาพการให้บริการ การรักษาความสะอาดและการดูแลรักษา สภาพแวดล้อม การจัดระเบียบการขนส่งสินค้าสัตว์น้ำทั้งภายในและภายนอกอาคาร เพื่อให้การ ระบาย สินค้าสัตว์น้ำออกจากตลาดได้อย่างรวดเร็วและยังคงความสดไว้ได้ การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ สหกรณ์และการดำเนินธุรกิจของตลาดปลาผ่านทางสื่อต่างๆ ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร เว็บไซต์ของ สหกรณ์ เป็นต้น สำหรับในเรื่องของการรักษาความสะอาด และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมนั้น สหกรณ์ได้นำเอาระบบชีวภาพเข้ามาใช้ โดยการผลิตน้ำหมัก ชีวภาพจากเศษปลาและเศษพืช มาใช้ในการทำความสะอาดตลาดปลา ซึ่งได้ผลดีสามารถลดกลิ่นเหม็นในตลาดปลาได้บ้าง ในขณะที่ ได้มีการรวมตัวของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ในฝ่ายธุรกิจตลาดปลา จัดตั้งกลุ่มอาชีพในสหกรณ์ขึ้นเพื่อผลิตน้ำหมักชีวภาพดังกล่าวขายให้กับสหกรณ์และในอนาคตถ้า มีการผลิตมากก็อาจจะนำออกขายแก่ผู้สนใจทั่วไป เป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับเจ้าหน้าที่ สหกรณ์เหล่านี้ และเพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์การตลาดปลาสหกรณ์ดังกล่าวให้ เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สหกรณ์มีการกำหนด โครงการต่างๆ รองรับโดย บรรลุไว้ในแผนกลยุทธ์ของสหกรณ์ทุกปี สำหรับในปี 2552 มีโครงการต่างๆ ที่สนับสนุนการ ดำเนินกลยุทธ์การตลาดปลาสหกรณ์ดังกล่าว จำนวน 7 โครงการ คือ

- 1) โครงการศึกษาแนวทางการร่วมมือกับสมาชิกทำธุรกิจแพปลาในตลาดปลา
- 2) โครงการพัฒนามาตรฐานความสะอาดในตลาดปลาสหกรณ์
- 3) โครงการพัฒนาระบบชีวภาพในตลาดปลา
- 4) โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
- 5) โครงการจัดซื้อที่ดินและปรับปรุงพัฒนาตลาดปลา
- 6) โครงการสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียในตลาดปลา
- 7) โครงการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้าของสมาชิก

จากการศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาทั้ง 4 ระยะ จะพบว่ากลยุทธ์ การตลาดปลาในระยะที่ 1 จะแตกต่างจากระยะอื่นๆ เมื่อดำเนินการไปแล้วธุรกิจตลาดปลาประสบ กับความล้มเหลว ในขณะที่กลยุทธ์การตลาดปลาในระยะที่ 2, 3 และ 4 แทบจะกล่าวได้ว่าไม่มี ความแตกต่างกัน จะมีก็เพียงวิธีการปฏิบัติปลีกย่อยที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ซึ่งแนวโน้มใน อนาคตคาดว่า สหกรณ์ก็ยังคงใช้กลยุทธ์การตลาดปลาตามแนวทางในระยะที่ 2, 3 และ 4 เช่นเดิม เพราะกลยุทธ์ดังกล่าวใช้แล้วประสบความสำเร็จ ธุรกิจตลาดปลามีการเติบโต มีการขยายตัว เรื่อยมาตามลำดับ โดยจะเห็น ได้จากการก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ รวมทั้งการต่อเติมอาคารตลาด ปลาอีก 2 ครั้ง ในเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ธุรกิจตลาดปลาในปัจจุบันกลายเป็นธุรกิจหลักของสหกรณ์ เป็นธุรกิจที่สร้างกำไร ให้กับสหกรณ์มากกว่าธุรกิจอื่นๆ ดังนั้น ถ้าธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์

ประสบความสำเร็จหรือขาดทุนเหมือนกับสหกรณ์ประเภทอื่นๆ แห่งแล้ว ก็จะส่งผลกระทบต่อ
ดำเนินงานของสหกรณ์อาจทำให้ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ลดลง รายได้ของสหกรณ์ลดลง และ
กำไรของสหกรณ์ลดลงหรืออาจถึงขั้นขาดทุนก็ได้

สำหรับกลยุทธ์การตลาดปลาทั้ง 4 ระยะเวลา ตลอดจนผลการดำเนินงานและ
ฐานะการเงินของสหกรณ์หลังการปรับกลยุทธ์การตลาดปลา 3 ปีซ้อนหลัง สามารถสรุปแสดงให้
เห็นได้ตามตารางที่ 4.5 และตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.5 สรุปการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดและการดำเนินการจำแนกตามระยะเวลา 4 ระยะ

กลยุทธ์การตลาด	ระยะที่ 1 (2524 – 2525)	ระยะที่ 2 (2530 – 2540)	ระยะที่ 3 (2540 – 2547)	ระยะที่ 4 (2547 – 2552)
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	<p>- ตัวตลาดเป้าหมายลักษณะเป็นสะพานปลาทางน้ำ สหกรณ์เป็นผู้รวบรวมและขายสัตว์น้ำเองเป็นของตัวเอง คังนัม ในระยะนี้ผลิตภัณฑ์คือ สัตว์น้ำที่สหกรณ์รวบรวมและขาย</p> <p>- ไม่ได้เน้นการกำหนดคุณภาพหรือการให้บริการมากนัก รวมทั้งคุณภาพสัตว์น้ำก็ไม่เข้มงวดมากนัก</p>	<p>- ตัวตลาดเป้าหมายลักษณะเป็นตลาดปลาบวบ สหกรณ์เป็นผู้รวบรวมและผู้ให้บริการ กำหนดให้สมาชิกเป็นผู้ขายปลา เป็นแพปลา สหกรณ์คอยควบคุมดูแล ไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบ การให้บริการให้ความสำคัญ เรื่องคุณภาพการให้บริการ มีความควบคุมคุณภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อผู้ขายปลา มีการใช้ระเบียบว่าด้วยการให้บริการตลาดปลาเป็นเครื่องมือในการควบคุมการจัดการคุณภาพ</p> <p>- คุณภาพสัตว์น้ำต้องสะอาด ปราศจากสารฟอร์มาลิน</p>	<p>- ตัวตลาดเป้าหมายลักษณะเป็นตลาดปลาบวบ สหกรณ์เป็นผู้รวบรวมและผู้ให้บริการ กำหนดให้สมาชิกเป็นผู้ขายปลา เป็นแพปลา สหกรณ์คอยควบคุมดูแล ไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบ การให้บริการให้ความสำคัญ เรื่องคุณภาพการให้บริการ มีความควบคุมคุณภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อผู้ขายปลา มีการใช้ระเบียบว่าด้วยการให้บริการตลาดปลาเป็นเครื่องมือในการควบคุมการจัดการคุณภาพ</p> <p>- คุณภาพสัตว์น้ำต้องสะอาด ปราศจากสารฟอร์มาลิน</p>	<p>- ตัวตลาดเป้าหมายลักษณะเป็นตลาดปลาบวบ สหกรณ์เป็นผู้รวบรวมและผู้ให้บริการ กำหนดให้สมาชิกเป็นผู้ขายปลา เป็นแพปลา สหกรณ์คอยควบคุมดูแล ไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบ การให้บริการให้ความสำคัญ เรื่องคุณภาพการให้บริการ มีความควบคุมคุณภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อผู้ขายปลา มีการใช้ระเบียบว่าด้วยการให้บริการตลาดปลาเป็นเครื่องมือในการควบคุมการจัดการคุณภาพ</p> <p>- คุณภาพสัตว์น้ำต้องสะอาด ปราศจากสารฟอร์มาลิน</p>

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านราคา	กลยุทธ์ที่กำหนดและการดำเนินการ			
	ระยะที่ 1 (2524 – 2525)	ระยะที่ 2 (2530 – 2540)	ระยะที่ 3 (2540 – 2547)	ระยะที่ 4 (2547 – 2552)
	<p>- มีการกำหนดค่าธรรมเนียมการขายร้อยละ 2 ของยอดขาย ซึ่งค่อนข้างต่ำ รายได้จากค่าธรรมเนียมการขายดังกล่าวไม่คุ้มกับรายจ่ายของสหกรณ์ และส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของแพปลาที่มหาชัยและกรุงเทพฯ ทำให้เกิดการแข่งขัน ซึ่งสหกรณ์เป็นฝ่ายเสียเปรียบ เนื่องจากกำลังที่น้อยกว่า</p>	<p>- ราคาซื้อขายเป็นเรื่องระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายปลาที่จะตกลงกัน โดยสหกรณ์คอยดูแลไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกัน เปรียบกันราคาปลา 2 ลักษณะ คือ แบบต่อรองราคา โดยผู้ซื้อปลา และผู้ขายปลาตกลงราคากัน ณ ที่ขาย ปลา และแบบประมูล ถ้ามีผู้ซื้อปลา ต้องการซื้อปลาและเข้าประมูล ไม่ต่ำกว่า 4 ราย</p>	<p>- ราคาซื้อขายเป็นเรื่องระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายปลาที่จะตกลงกัน โดยสหกรณ์คอยดูแลไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกัน ราคาปลา 2 ลักษณะ คือ แบบต่อรองราคา โดยผู้ซื้อปลา และผู้ขายปลาตกลงราคากัน ณ ที่ขาย ปลา และแบบประมูล ถ้ามีผู้ซื้อปลา ต้องการซื้อปลาและเข้าประมูล ไม่ต่ำกว่า 4 ราย</p>	<p>- ราคาซื้อขายเป็นเรื่องระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายปลาที่จะตกลงกัน โดยสหกรณ์คอยดูแลไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกัน ราคาปลา 2 ลักษณะ คือ แบบต่อรองราคา โดยผู้ซื้อปลา และผู้ขายปลาตกลงราคากัน ณ ที่ขาย ปลา และแบบประมูล ถ้ามีผู้ซื้อปลา ต้องการซื้อปลาและเข้าประมูล ไม่ต่ำกว่า 4 ราย</p>
		<p>- สหกรณ์มีรายได้จากค่าเช่าค่าบริการต่างๆ ในตลาดปลา มีการกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการอย่างเหมาะสม - การซื้อขายปลา การต่อรองราคา การประมูล การกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ กำหนดในระเบียบการให้บริการตลาดปลา</p>	<p>- สหกรณ์มีรายได้จากค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ ในตลาดปลา มีการกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการอย่างเหมาะสม - การซื้อขายปลา การต่อรองราคา การประมูล การกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ กำหนดในระเบียบการให้บริการตลาดปลา</p>	<p>- สหกรณ์มีรายได้จากค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ ในตลาดปลา มีการกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการอย่างเหมาะสม - การซื้อขายปลา การต่อรองราคา การประมูล การกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ กำหนดในระเบียบการให้บริการตลาดปลา</p>

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

กลยุทธ์ที่กำหนดและการดำเนินการ			
ระยะที่ 1 (2524 - 2525)	ระยะที่ 2 (2530 - 2540)	ระยะที่ 3 (2540 - 2547)	ระยะที่ 4 (2547 - 2552)
<p>กลยุทธ์การตลาดปลา</p> <p>ด้านสถานที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่ตั้งตลาดปลา เข่าที่ดินของกรมการในราคาถูก รายได้อื่นในที่ดินเป็นของเจ้าของที่ดิน - ในบริเวณตลาดปลา ไม่มีการจัดแบ่งพื้นที่อย่างเป็นทางการ - ในด้านการดูแลสภาพแวดล้อม ยังไม่มีการกำหนดไว้เป็นแผนงานของสหกรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ตั้งตลาดปลา ก่อสร้างบนที่ดินของสมาชิกที่ยกให้อู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก พื้นที่กว้างขวางสามารถขยายต่อเติมได้ สภาพแวดล้อมดีอบย.เป็นผู้ลงทุนก่อสร้าง ส่วนสหกรณ์เช่าบริหารงาน - มีการจัดสรรพื้นที่เป็นโซนต่างๆ ได้แก่ พื้นที่ซื้อขายปลา พื้นที่จอดรถ พื้นที่เก็บถังหิ้ว ทำให้ง่ายต่อการขนถ่ายสินค้าสะดวกรวดเร็ว - ช่วยรักษาคุณภาพสัตว์น้ำ - พื้นที่ตลาดปลาสะอาด มีมาตรฐาน มีคุณภาพและคำนึงถึงสภาพแวดล้อม - การจัดซื้อที่ดินโดยรอบไว้เพื่อการขยายพื้นที่ตลาดปลาในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> - การก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ บนที่ดินโดยรอบที่ซื้อเตรียมไว้เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ - และมีการต่อเติมตลาดปลาอีก 2 ครั้งในปี 2545 และ 2547 - โดยต่อเติมออกไปจากตลาดปลาหลังเดิม - การจัดซื้อที่ดินรอบตลาดปลาเพิ่มขึ้น - การจัดสรรพื้นที่เป็น โซนต่างๆ เช่นเดียวกับระยะที่ 2 - การรักษามาตรฐานความสะอาด - คุณภาพของตลาดปลา และการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมมากขึ้น - โดยมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสีย 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดซื้อที่ดินรอบตลาดปลาเพิ่มขึ้น - การจัดสรรพื้นที่เป็นโซนต่างๆ เช่นเดียวกับระยะที่ 3 - การรักษามาตรฐานความสะอาด - คุณภาพของตลาดปลา และการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมมากขึ้น - มีการใช้ระบบชีวภาพในการทำความสะอาดตลาดปลา และมีความคิดที่จะก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียในตลาดปลา

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

กลยุทธ์ที่กำหนดและการดำเนินการ				
กลยุทธ์การตลาดปลา	ระยะที่ 1 (2524 – 2525)	ระยะที่ 2 (2530 – 2540)	ระยะที่ 3 (2540 – 2547)	ระยะที่ 4 (2547 – 2552)
ด้านส่งเสริมการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการจัดประชุมผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนที่สนใจได้ทราบ - ใช้งบประมาณดำเนินการไม่มากนัก 	<ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และประชาชนทั่วไป ผ่านสื่อต่างๆ หลายช่องทาง ทางได้แก่ การประชุมกลุ่ม วิทยุท้องถิ่น และแผ่นพับ - ใช้งบประมาณดำเนินการมากกว่าในระยะที่ 1 	<ul style="list-style-type: none"> - การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินการมากขึ้นและมีการพัฒนามากขึ้น ผ่านสื่อต่างๆ หลายช่องทาง ได้แก่ การประชุมกลุ่ม 1 และ 2 วิทยุท้องถิ่น แผ่นพับ และ เว็บไซต์ของ สหกรณ์ - งบประมาณที่เพิ่มขึ้นในด้าน การลงทุนจัดทำเว็บไซต์ของ สหกรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการเพิ่มมากขึ้น มีการพัฒนาผ่านสื่อต่างๆ หลายช่องทาง ได้แก่ การประชุมกลุ่ม วิทยุท้องถิ่น แผ่นพับ เว็บไซต์ของ สหกรณ์ และเว็บไซต์ของงานราชการ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และโทรทัศน์ท้องถิ่น (เคเบิลทีวี) - ใช้งบประมาณเพิ่มขึ้น เนื่องจากช่องทางประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ที่มา : จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.6 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินหลังการปรับกลยุทธ์การตลาดปลา
ของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ปี 2550 – 2552

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
1. จำนวนสมาชิก (คน)	197	195	194
2. ปริมาณธุรกิจ	122,875,924.86	121,754,588.91	106,039,768.85
2.1 ธุรกิจบริการตลาดปลา	18,730,858.62	18,444,408.94	18,325,181.09
2.2 ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	96,932,464.60	100,444,284.76	85,905,887.15
2.3 ธุรกิจสินเชื่อ	6,484,600.00	1,351,010.00	1,345,190.00
2.4 ธุรกิจรับฝากเงิน	728,001.64	1,514,885.21	463,510.61
3. กำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจ	7,975,044.75	9,830,966.31	10,226,817.69
3.1 กำไรเฉพาะธุรกิจบริการตลาดปลา	6,796,645.13	7,791,120.22	7,517,714.30
3.2 กำไรเฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	1,097,679.51	2,006,351.57	2,662,150.08
3.3 กำไรเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ	80,720.11	33,494.52	46,953.31
4. กำไรสุทธิประจำปี	2,870,857.45	5,067,641.53	5,339,805.89
5. สินทรัพย์ของสหกรณ์	119,636,624.85	121,894,742.79	124,489,868.88
5.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	37,900,408.18	44,299,528.91	49,100,087.34
5.2 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	81,736,216.67	77,595,213.88	75,389,781.54
6. หนี้สินของสหกรณ์	9,814,303.48	9,216,774.55	9,803,865.61
6.1 หนี้สินหมุนเวียน	1,219,548.43	1,237,104.06	1,408,361.53
6.2 หนี้สินไม่หมุนเวียน	8,594,755.05	7,979,670.49	8,395,504.08
7. ทุนของสหกรณ์	109,822,321.37	112,677,968.24	114,686,003.27
8. ทุนดำเนินงาน	119,636,624.85	121,894,742.79	124,489,868.88

ที่มา : รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ ปี 2550 – 2552 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด พบว่าในการดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรกแล้วประสบกับความล้มเหลวต้องเลิกกิจการไปเนื่องมาจากการที่สหกรณ์กำหนดกลยุทธ์การตลาดไม่เหมาะสม ดำเนินธุรกิจในขณะที่สหกรณ์ขาดความพร้อมในด้านเงินทุนและขาดประสบการณ์ในการธุรกิจ ต่อมาเมื่อสหกรณ์มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ มีการวางแผนที่ดี มีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดอย่างเหมาะสม มีความพร้อมในด้านเงินทุนและมีการศึกษาเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ทำให้การดำเนินธุรกิจตลาดปลาในครั้งที่ 2 ประสบความสำเร็จ ตลาดปลามีการเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีการก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ และมีการต่อเติมอาคารตลาดปลาอีก 2 ครั้งในเวลาเพียงไม่กี่ปี ธุรกิจตลาดปลากลายเป็นธุรกิจหลักของสหกรณ์ในปัจจุบัน สหกรณ์มีความมั่นคงเข้มแข็ง ได้รับพระราชทานรางวัล สหกรณ์ดีเด่นระดับชาติถึง 2 ครั้ง และจากการจัดอันดับสารสนเทศทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ประจำปี 2552 โดยกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามข้อมูลทางการเงินที่น่าสนใจ ในแต่ละประเภทสหกรณ์ ก็ปรากฏว่า สหกรณ์ได้รับการจัดอันดับ 1 – อันดับ 3 รวมจำนวน 9 รายการ จากจำนวนรายการทั้งหมด 13 รายการ คณะกรรมการดำเนินการมีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารงานสหกรณ์ ฝ่ายจัดการและเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน สมาชิกให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมกับสหกรณ์ ดังนั้น พอจะกล่าวได้ว่า สหกรณ์จะไม่มีปัญหาในเรื่องของการบริหารงาน หรือการบริหารการเงิน แต่ก็มีปัญหาอื่นบ้างที่สหกรณ์ประสบอยู่ ซึ่งขอสรุปปัญหาดังกล่าวและให้ข้อเสนอแนะไว้ตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 สรุปการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะการดำเนินงานของสหกรณ์

ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
1. ด้านผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ปลาที่จับได้มีขนาดเล็ก และมีจำนวนน้อยลง และค้อยคุณภาพ อันเนื่องมาจากน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการทำประมงสูงตามไปด้วย ส่งผลให้สมาชิกออกจับปลาน้อยลง บางรายถึงกับงดออกหาปลา บางรายขายเรือ ขายกิจการ หรือเลิกจับปลาก็มี	สหกรณ์ควรรหาหนทางแก้ไขปัญหาด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง โดยประสานขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
<p>2. ด้านราคาสัตว์น้ำ สมาชิกขายปลาได้ในราคาที่ต่ำเนื่องจากคุณภาพของปลาที่ได้จับได้มีขนาดเล็ก ในขณะที่ต้นทุนการประมงสูง ทำให้รายได้ไม่คุ้มกับ ค่าใช้จ่าย</p>	<p>- สหกรณ์ควรแนะนำให้สมาชิกหันมา รวมกลุ่มผลิตอาหารทะเลแปรรูป ออกจำหน่าย หรือให้สหกรณ์เป็นผู้รับซื้อจากสมาชิกและทำตลาดเอง ซึ่งสหกรณ์ก็มีนโยบายด้านนี้ อยู่แล้ว แต่ควรดำเนินการให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น</p> <p>- สหกรณ์อาจดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านอาหารหรือแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตขึ้น</p>
<p>3. ด้านสถานที่ ในเรื่องการดูแลรักษา สภาพแวดล้อมภายในและรอบบริเวณตลาดปลาอื่นเนื่องมาจากน้ำเสียที่เกิดจากการทำความสะอาดตลาดปลา ที่มีมากขึ้นเนื่องจากตลาดปลามีพื้นที่มากจากการขยายตัวของธุรกิจ สหกรณ์จำเป็นต้องดำเนินการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งต้องใช้งบประมาณสูงมาก ในส่วนของงบลงทุนก่อสร้างไม่น่าจะมีปัญหา แต่จะมีปัญหาก็คือ งบประมาณในการดูแลรักษาและค่าใช้จ่ายในการเดินเครื่องระหว่างปี ซึ่งต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก</p>	<p>สหกรณ์ควรประสานขอความช่วยเหลือ สนับสนุนการลงทุนและการดำเนินงานจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะเป็นในรูปของเงินอุดหนุนจ่ายขาดหรือเงินกู้ยืมปลอดดอกเบี้ยระยะยาวก็ได้</p>
<p>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต โดยการจัดทำเว็บไซต์ของสหกรณ์เองเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ นั้น เว็บไซต์ของสหกรณ์มีคุณภาพในระดับหนึ่ง ยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันกับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของระบบสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา</p>	<p>สหกรณ์ควรมีการพัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบ โดยการจัดฝึกอบรมหรือส่งเข้ารับการ อบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้ และทักษะในการพัฒนาเว็บไซต์ของสหกรณ์ ให้มีประสิทธิภาพและทันกับการเปลี่ยนแปลง</p>

ที่มา : จากการวิเคราะห์

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผล

การวิจัยการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด 2) ศึกษากลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด 3) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด ใช้กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ทำการวิเคราะห์ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1 สภาพทั่วไปของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จัดตั้งขึ้น โดยมติที่ประชุมใหญ่สามัญของกลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง ให้เปลี่ยนฐานะของ “กลุ่มเกษตรกรทำประมงแม่กลอง” เป็น “สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด และได้รับการจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2524 มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของสมาชิกในเรื่องของต้นทุนการประมง กล่าวคือน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นต้นทุนหลักมีราคาสูง และปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากในจังหวัดสมุทรสงครามไม่มีสะพานปลาหรือตลาดปลารองรับ การขายปลาต้องไปขายที่สะพานปลาขององค์การสะพานปลาที่มหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร หรือที่กรุงเทพฯ ต้องใช้เวลาเดินทาง ทำให้ปลาเสียความสดขายไม่ได้ราคา มีค่าใช้จ่ายสูง หลังจากจัดตั้งสหกรณ์แล้ว สหกรณ์จึงได้ดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่สมาชิกในราคาต่ำกว่าท้องตลาดเป็นธุรกิจแรก ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันเครื่อง อุปกรณ์เดินเรือ ลวดสลิง ข้าวสาร เป็นต้น เมื่อแก้ไขปัญหาด้านน้ำมันแล้ว สหกรณ์จึงดำเนินการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดด้วยการดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลา โดยสหกรณ์จะทำหน้าที่รวบรวมและขายผลผลิตเอง และได้เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2524 แต่ก็ต้องเลิกกิจการไปหลังจากดำเนินการได้เพียง 7 เดือน เนื่องจากประสบปัญหาต่างๆ มากมาย ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ และดำเนินการก่อสร้างอาคารตลาดปลาแห่งใหม่ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2532 ในปี 2533 สหกรณ์ย้ายที่ตั้งสำนักงานไปอยู่ที่อาคารสำนักงานใหม่ที่ชื่อไว้ในบริเวณตลาดปลาแห่งนี้ ตั้งอยู่เลขที่ 207/5 – 6 ถนนแหลมใหญ่ ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

ในปี 2541 ได้มีการก่อสร้างอาคารตลาดปลาแห่งใหม่ และเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2541 และมีการขยายต่อเติมอีก 2 ครั้ง ในปี 2545 และปี 2547 การดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลาของสหกรณ์ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องและประสบผลเป็นอย่างดี สหกรณ์ได้รับรางวัลสหกรณ์ดีเด่นแห่งชาติ ประเภทสหกรณ์ประมง 2 ครั้ง ในปี 2534 และในปี 2544 ปัจจุบัน สหกรณ์ได้ย้ายไปอยู่ที่อาคารสำนักงานที่ก่อสร้างใหม่ เลขที่ 200 หมู่ 5 ตำบลแหลมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการตลาดปลา ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อ และธุรกิจรับฝากเงิน ในปีการเงิน 2552 ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับสหกรณ์มากที่สุด จำนวน 85,905,887.15 บาท แต่กลับเป็นธุรกิจบริการตลาดปลาที่ทำกำไรให้กับสหกรณ์มากที่สุด จำนวน 7,517,714.30 บาท มีกำไรสุทธิประจำปีจำนวน 5,339,805.89 บาท มีทุนดำเนินงาน จำนวน 124,489,868.88 บาท ทุนดำเนินงานมาจากทุนของ สหกรณ์เองเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 92.12 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด

1.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ระยะ แต่ละระยะสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.2.1 กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ระยะที่ 1 (ปี 2524 – 2525) พบว่าในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นการดำเนินธุรกิจตลาดปลาเป็นครั้งแรก เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2524 สหกรณ์มีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดปลาไว้ดังนี้

- 1) รูปแบบตลาดปลา เป็นสะพานปลาทางน้ำ
- 2) สหกรณ์จะเป็นผู้รวบรวมและขายผลผลิตเองเป็นแพปลาเอง
- 3) สถานที่ดำเนินธุรกิจหรือที่ตั้งตลาดปลา เช่นที่ดินจากกรรมการในราคาถูก โดยรายได้จากค่าจอดรถ การจำหน่ายน้ำแข็งคองปลา และอาหาร เป็นของเจ้าของที่ดิน
- 4) สหกรณ์กำหนดค่าธรรมเนียมการขายร้อยละ 2 ของยอดขาย
- 5) การประชาสัมพันธ์ โดยการจัดประชุมชี้แจงให้กับพ่อค้าแม่ค้าที่ค้าขายสินค้ารวมทั้งประชาชนทั่วไป

ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดปลาที่กำหนดดังกล่าว ปรากฏว่าในระยะแรกเป็นไปด้วยดี มียอดขายสูงมากเกินกว่าที่คาดหมายไว้ แต่หลังจากดำเนินธุรกิจไปได้เพียง 7 เดือน ธุรกิจสะพานปลาสหกรณ์ต้องเลิกกิจการไป เนื่องจากประสบกับปัญหาต่างๆ มากมาย ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยทั้งภายนอกและภายในสหกรณ์

1.2.2 กลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ระยะที่ 2 (ปี 2530 – 2540) พบว่าในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นการดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งที่สอง หลังจากล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งแรก สหกรณ์ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และทัศนคติใหม่ โดยเน้นความเป็นแบบแผน ความน่าเชื่อถือ การสร้างพันธมิตรทางด้านความคิดและการลงทุนด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่องค์กรและสาธารณชนในท้องถิ่นถึงความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจตลาดปลา ในที่สุดด้วยความช่วยเหลือของจังหวัดและหน่วยงานต่างๆ ทำให้สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจตลาดปลาได้ โดยเริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่วันที่ 6 พฤษภาคม 2532 เป็นต้นมา ในการวางแผนก่อสร้างตลาดปลาและการดำเนินธุรกิจตลาดปลาครั้งที่สองนี้ สหกรณ์ได้กำหนดกลยุทธ์การตลาดปลาไว้ดังนี้

1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตัวตลาดปลามีลักษณะเป็นตลาดปลานบงก สหกรณ์ไม่เป็นผู้รวบรวม แต่จะเป็นผู้ให้บริการ กำหนดให้สมาชิกเป็นผู้ขายปลาเป็นแพปลา สหกรณ์คอยควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการเอาเปรียบ การให้บริการให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพ การให้บริการ มีการควบคุมคุณภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อผู้ขายปลาในตลาดปลา มีการใช้ระเบียบว่าด้วยการให้บริการตลาดปลา เป็นเครื่องมือในการควบคุมการจัดการคุณภาพคุณภาพของสัตว์น้ำต้องสะอาด ปราศจากสารฟอร์มาลิน

2) กลยุทธ์ราคา ราคาซื้อขายเป็นเรื่องระหว่างผู้ซื้อปลากับผู้ขายปลาที่จะตกลงกัน โดยมีสหกรณ์คอยดูแลไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกัน ราคาปลา 2 ลักษณะคือ แบบต่อรองราคา โดยผู้ซื้อปลาและผู้ขายปลาคกลงราคากัน ณ ที่ขายปลา และแบบประมูล ถ้ามีผู้ซื้อปลาต้องการซื้อปลาและเข้าประมูลไม่ต่ำกว่า 4 ราย สหกรณ์มีรายได้จากค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ ที่จัดไว้บริการในตลาดปลา มีการกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการอย่างเหมาะสม การซื้อขายปลา การต่อรองราคา การประมูล การกำหนดอัตราค่าเช่า ค่าบริการต่างๆ และอื่นๆ จะกำหนดไว้ในระเบียบสหกรณ์ว่าด้วยการให้บริการตลาดปลา

3) กลยุทธ์สถานที่ การก่อสร้างตลาดปลาลงทุนก่อสร้างโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนสหกรณ์เป็นผู้เช่าบริหารงานระยะยาว กำหนดระยะเวลา 10 ปี อัตราค่าเช่าเดือนละ 50,000 บาท ก่อสร้างบนที่ดินของสมาชิกที่ยกที่ดินให้กับสหกรณ์ซึ่งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวกคิดถนนใหญ่ พื้นที่กว้างขวางสามารถต่อเติมได้ในอนาคต และมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีการจัดสรรพื้นที่เป็น โซนต่างๆ ได้แก่ พื้นที่ซื้อขายปลา พื้นที่จอดรถ พื้นที่เก็บถังหลัง ทั้งนี้เพื่อให้การระบายสินค้าสัตว์น้ำออกจากตลาดได้อย่างรวดเร็วและคงความสดไว้ เป็นการถนอมและรักษาคุณภาพสัตว์น้ำ พื้นที่ตลาดปลาต้องมีความสะอาด ได้มาตรฐาน มีคุณภาพคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม หลังเปิดดำเนินการ สหกรณ์มีการเตรียมเรื่องสถานที่สำหรับการต่อเติมขยายพื้นที่ตลาดปลาในอนาคตโดยการซื้อที่ดินโดยรอบไว้

4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินธุรกิจตลาดปลาแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตลอดจนประชาชนทั่วไปผ่านทางสื่อต่างๆ ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร วิทยุท้องถิ่น เว็บไซต์ รวมถึงการประชุมกลุ่มสมาชิก และการประชุมใหญ่ สหกรณ์ด้วย

ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์การตลาดปลาที่กำหนดดังกล่าว ปรากฏว่า ธุรกิจตลาดปลาของสหกรณ์มีความเจริญก้าวหน้าตามลำดับ มีผู้เข้ามาซื้อขายปลาเป็นจำนวนมาก ตลาดปลามีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว พื้นที่ตลาดปลาคับแคบลง ซึ่งนำไปสู่การก่อสร้างตลาดปลา แห่งใหม่ขึ้น

1.2.3 กลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ระยะที่ 3 (ปี 2540 – 2547) พบว่า ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นการก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่ บนที่ดินที่สหกรณ์ใช้เงินทุนสำรอง จำนวน 38.879 ล้านบาท ซื้อเตรียมไว้ และในปี 2540 สหกรณ์ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการก่อสร้างเป็นเงินกู้จากกรมการค้าภายใน และกรมส่งเสริมสหกรณ์ รวมจำนวน 20.126 ล้านบาท รวมกับเงินสนับสนุนจากผู้ขายสัตว์น้ำอีก 12 ล้านบาทเศษ ตลาดปลาแห่งใหม่ก็เกิดขึ้น การกำหนด กลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ยังคงยึดแนวทางเดิมเช่นเดียวกับที่ดำเนินการ ในระยะที่ 2 แต่จะ เน้นในเรื่องของการตรวจสอบฟอร์มาลินที่มีการดำเนินการกันอย่างจริงจังและเข้มข้นยิ่งขึ้น รวมทั้ง การศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนิน โครงการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสีย ซึ่งต้องดำเนินการตาม ประกาศกระทรวงสาธารณสุข คณะกรรมการสาธารณสุข และข้อบัญญัติของเขตราชการส่วน ท้องถิ่น ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่กำหนด ทำให้ธุรกิจตลาดปลา มีการขยายตัวยิ่งขึ้น ทำให้มี การต่อเติมอาคารตลาดปลาอีก 2 ครั้ง ในปี 2545 และปี 2547

1.2.4 กลยุทธ์การตลาดปลาของสหกรณ์ระยะที่ 4 (ปี 2547 – 2552) พบว่าใน ช่วงระยะเวลานี้ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดปลายังคงยึดตามแนวทางเดิมที่ดำเนินการในระยะที่ 2 และระยะที่ 3 และมีการนำระบบชีวภาพมาใช้ในการทำความสะอาดตลาดปลา เนื่องจากสหกรณ์ยัง ไม่ได้ดำเนินการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียเนื่องจากงบประมาณลงทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่าง ปีในการเดินเครื่องมีจำนวนสูงมาก แต่ความคิดก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียในตลาดปลายังคงมีอยู่

1.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จะไม่มีปัญหาเรื่องการบริหารงาน แต่จะเป็น ปัญหาที่เกิดกับสมาชิกและส่งผลกระทบต่อถึงสหกรณ์ และปัญหาการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม กล่าวคือ

1.3.1 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ สมาชิกประสบปัญหาปลาที่จับได้มีขนาดเล็ก มีจำนวนน้อย และค้อยคุณภาพ เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการประมงสูงตาม

ไปด้วย ส่งผลให้สมาชิกออกจับปลาน้อยลง บางรายถึงกับงดออกหาปลา ขายเรือ ขายกิจการ หรือ เลิกจับปลาที่มี สหกรณ์ควรดำเนินการประสานงานขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ

1.3.2 ปัญหาราคาสัตว์น้ำ สมาชิกขายปลาได้ในราคาที่ต่ำเนื่องจากคุณภาพของ ปลาที่จับได้มีขนาดเล็ก ในขณะที่ต้นทุนทำการประมงสูง ทำให้รายได้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย สหกรณ์ ควรแนะนำให้สมาชิกรวมกลุ่มผลิตอาหารทะเลแปรรูปจำหน่ายเอง หรือให้สหกรณ์รับซื้อและทำ ตลาดให้ นอกจากนี้สหกรณ์อาจดำเนินการเปิดร้านอาหารหรือแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตขึ้น โดยศึกษา ความเป็นไปได้ในการลงทุนก่อน

1.3.3 ปัญหาด้านสถานที่ ปัจจุบันสหกรณ์เริ่มประสบปัญหาในเรื่องการดูแล รักษาสภาพแวดล้อมภายในและรอบบริเวณตลาดปลา เนื่องจากน้ำเสียที่เกิดจากการทำความสะอาด ตลาดปลามีมากขึ้นเนื่องมาจากตลาดปลามีพื้นที่มากซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของธุรกิจ สหกรณ์จำเป็นต้องดำเนินการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งต้องใช้งบประมาณสูงมาก ในส่วนของงบ ลงทุน ไม่น่าจะมีปัญหา แต่จะมีปัญหาก็คือ งบประมาณในการดูแลรักษาและค่าใช้จ่ายในการ เดินเครื่องระหว่างปีที่ต้องใช้เงินจำนวนมาก สำหรับประเด็นปัญหานี้ สหกรณ์ควรประสานขอ ความช่วยเหลือสนับสนุนการลงทุนและการดำเนินงานจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง อาจจะเป็นในรูปของเงินอุดหนุนจ่ายขาดหรือเงินกู้ยืมปลอดดอกเบี้ยระยะยาวก็ได้

1.3.4 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์โดยผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตด้วยการจัดทำเว็บไซต์ของสหกรณ์เองนั้น เว็บไซต์ของสหกรณ์มีคุณภาพอยู่ในระดับ หนึ่ง ยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันกับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของระบบสารสนเทศที่มีการ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สหกรณ์ควรมีการพัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบ โดยการจัดฝึกอบรมหรือ ส่งเข้ารับการอบรมอย่างต่อเนื่อง

2. อภิปรายผล

จากการวิจัย การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สหกรณ์ ประมงแม่กลอง จำกัด พบว่า

2.1 สภาพทั่วไปของสหกรณ์

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของ สมาชิกชาวประมงในเรื่องน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการประมงสูงตามด้วย และปัญหา ด้านการตลาดในเรื่องสถานที่จำหน่ายปลาอยู่ไกล ทำให้ปลาเสียความสด ค่าใช้จ่ายสูง การดำเนิน ธุรกิจในระยะแรกจึงเริ่มจากการแก้ปัญหา น้ำมันราคาสูงก่อน แล้วจึง ไปแก้ปัญหาเรื่องการตลาด

เมื่อสหกรณ์สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้แล้ว จึงดำเนินธุรกิจสินเชื่อและธุรกิจรับฝากเงิน การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์ในการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของสมาชิก ในด้านการจัดโครงสร้างของสหกรณ์เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายสหกรณ์ ข้อบังคับและระเบียบของสหกรณ์ โครงสร้างของสหกรณ์มีความเหมาะสม เป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าสนับสนุนให้การดำเนินงานของสหกรณ์ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ มีการแบ่งสมาชิกเป็นกลุ่มย่อยตามสัดส่วนอาชีพและพื้นที่ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน การกำหนดให้มีการคัดเลือกผู้แทนกลุ่มเพื่อเข้าไปรับการคัดเลือกเป็นคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ ทำให้มีคณะกรรมการดำเนินการกระจายทั่วพื้นที่ดำเนินงานของสหกรณ์ ผู้แทนกลุ่มทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างสมาชิกกับสหกรณ์ ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านของคณะกรรมการดำเนินการซึ่งกำหนดตำแหน่งเพิ่มเติมนอกเหนือจากตำแหน่งหลักที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ โดยพิจารณาแต่งตั้งตามความรู้ความสามารถของแต่ละคนกับตำแหน่งที่จะแต่งตั้งนั้น ทำให้เกิดการมอบหมายงานและกระจายความรับผิดชอบ ทำให้คณะกรรมการดำเนินการแต่ละคนได้แสดงความรู้ความสามารถของตน เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในระหว่างคณะกรรมการดำเนินการด้วยกัน ในด้านของฝ่ายจัดการ ซึ่งกำหนดตำแหน่งงานตามธุรกิจและลักษณะของงาน มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบไว้ในแต่ละตำแหน่ง ทำให้สหกรณ์สามารถติดตามงานและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แต่ละคนได้อย่างถูกต้องชัดเจนและเกิดความ เป็นธรรมในการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่ง เป็นการกระตุ้นเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย และในส่วนของ การกำหนดให้มีผู้ตรวจสอบกิจการ นับเป็นการติดตามการปฏิบัติงานได้อย่างหนึ่ง และถือว่าเป็นวิธีการควบคุมภายในวิธีหนึ่ง

2.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์

สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์การตลาดทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์สถานที่ และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการดำเนินการตามกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม ทำให้ธุรกิจบริการตลาดปลา มีการขยายตัวเรื่อยมาจนต้องก่อสร้างตลาดปลาแห่งใหม่และต่อเติมอาคารตลาดปลาอีก 2 ครั้ง การดำเนินกลยุทธ์การตลาดแต่ละด้านมีการดำเนินการและส่งผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ ดังนี้

2.2.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ การที่สหกรณ์กำหนดรูปแบบตลาดปลาเป็นแบบตลาดปลานบงก์ ไม่รวบรวมหรือขายปลาเองแต่จะจัดบริการให้ผู้ซื้อผู้ขายมาซื้อขายกันในตลาดปลา โดยสหกรณ์คอยควบคุมดูแล ไม่ให้เกิดการเอาเปรียบ เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ และการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจซื้อขายปลาในตลาดปลา พร้อมกับการจัดระบบการควบคุมคุณภาพที่เหมาะสม โดยการกำหนดไว้เป็นระเบียบของสหกรณ์ว่าด้วยการ

ให้บริการตลาดปลา ซึ่งสหกรณ์ใช้ระเบียบนี้เป็นเครื่องมือในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์นั้น ทำให้สัตว์น้ำที่เข้ามาขายในตลาดปลามีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ปราศจากสารฟอร์มาลิน การควบคุมคุณภาพที่ดีส่งผลให้ผู้ซื้อผู้ขายตลอดจนผู้บริโภคทั่วไปเชื่อมั่นและมั่นใจในคุณภาพของสัตว์น้ำที่มาจากตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ทำให้มีผู้มาซื้อขายสัตว์น้ำเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น รายได้ค่าบริการต่างๆ ที่สหกรณ์ได้รับก็สูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลต่อการดำเนินงานโดยรวมของสหกรณ์ ทำให้สหกรณ์มีกำไรจากธุรกิจประเภทนี้เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพที่ระบุไว้ว่า องค์กรใดมีระบบการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี สินค้าและบริการมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าแล้ว ลูกค้าก็จะมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น รายได้ขององค์กรก็จะเพิ่มขึ้น ต้นทุนต่อหน่วยลดลง ส่งผลให้กำไรขององค์กรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าและสร้างชื่อเสียงให้แก่องค์กร ทำให้เกิดความมั่นคงในระยะยาว

2.2.2 กลยุทธ์ราคา เนื่องจากสหกรณ์ไม่ได้เป็นผู้รวบรวมหรือขายปลาเอง แต่จัดให้มีบริการซื้อขายในตลาดปลาสหกรณ์ การกำหนดราคาซื้อขายสหกรณ์ไม่เข้าไปเป็นผู้กำหนด แต่ปล่อยให้เป็นเรื่องของผู้ซื้อและผู้ขายที่จะตกลงราคากัน อาจจะ โดยวิธีการต่อรองราคาหรือการประมูลแล้วแต่กรณี ส่วนสหกรณ์ทำหน้าที่คอยควบคุมดูแล ไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกันในเรื่องของราคาซื้อขาย และดำเนินการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการผู้ซื้อผู้ขายสัตว์น้ำในตลาดปลา เช่น ลังหัว น้ำแข็งแช่ปลา เป็นต้น เป็นธุรกิจต่อเนื่องรองรับในตลาดปลา โดยมีกำหนดอัตราค่าเช่าและค่าบริการไว้ในอัตราที่เหมาะสม ทำให้การซื้อขายสัตว์น้ำในตลาดปลาเป็นไปด้วยความสะดวกและคล่องตัว เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสัตว์น้ำ การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการในตลาดปลาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจตลาดปลาหรือตลาดกลางอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของกุลยา อนุโยค (2546 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาดตลาดกลางผักและผลไม้ของ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด : การดำเนินงานและผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดกลางเห็นว่า ตลาดกลางจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการในตลาดกลาง

2.2.3 กลยุทธ์สถานที่ ในการเลือกสถานที่ก่อสร้างตลาดปลาของสหกรณ์นั้น สหกรณ์มีการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจตลาดปลา กล่าวคือ อยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก มีพื้นที่กว้างขวางพอที่จะขยายต่อเติมตลาดปลาได้ในอนาคต มีสภาพแวดล้อมที่ดีทำให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ซื้อผู้ขายสัตว์น้ำ การลงทุนก่อสร้างตลาดปลาครั้งแรก สหกรณ์ไม่ลงทุนเองเพราะใช้งบประมาณสูง แต่ให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงครามเป็นผู้ลงทุนก่อสร้างให้ ส่วนสหกรณ์เป็นผู้เข้ามาบริหารงาน เป็นการลดความเสี่ยงของสหกรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2549 : บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาการดำเนินงานของตลาดกลางจังหวัดพิษณุโลก พบว่า การจัดตั้งตลาดกลางมีความเป็นไปได้แต่ต้องอาศัยทุนและเงินทุนหมุนเวียนจำนวนมาก ประมาณ 50 ล้านบาท ได้ผลคุ้มค่าเมื่อเกิน 5 ปีไปแล้ว การจัดตั้งตลาดกลางควรเป็นเอกชนที่ดำเนินธุรกิจนี้อยู่แล้ว คือ ดำเนินธุรกิจเป็นท่าข้าว หรือ โกดังเก็บผลผลิตการเกษตร หรือทำการซื้อ - ขาย สินค้าเกษตร แล้วจึงพัฒนาเป็นตลาดกลางภายใต้การส่งเสริมของรัฐบาล ตลาดกลางควรดำเนินการจัดตั้งโดยรัฐบาล โดยตรง รัฐบาลเป็นผู้ลงทุนและดำเนินการเอง โดยมีเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางเข้าไปซื้อสินค้าเกษตรในตลาดกลาง หลังการเปิดตลาดปลาและดำเนินธุรกิจบริการตลาดปลาได้ระยะหนึ่ง สหกรณ์ได้ดำเนินการจัดซื้อที่ดินโดยรอบบริเวณตลาดปลาเพื่อรองรับการขยายหรือต่อเติมตลาดปลาในอนาคตเมื่อธุรกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นการวางแผนในระยะยาวที่ดี การแบ่งพื้นที่ตลาดปลาเป็น โซนต่างๆ ทำให้เกิดความสะดวกในการซื้อขายและสะดวกรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายสัตว์น้ำ ซึ่งส่งผลทำให้สัตว์น้ำมีความสด สะอาด และมีคุณภาพ มีการรักษาความสะอาดตลาดปลาให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมโดยการนำระบบน้ำหมัก ชีวภาพมาใช้ในการทำความสะอาดตลาดปลา ส่วนโครงการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสีย ซึ่งสหกรณ์ยังไม่ได้ดำเนินการเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างปีจากการเดินเครื่องสูงมาก แต่สหกรณ์ก็ได้มีการกำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์ของสหกรณ์ ซึ่งสหกรณ์ควร จะดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.2.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สหกรณ์จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ตลาดปลาสหกรณ์และการดำเนินงานของตลาดปลาให้สมาชิกและประชาชนทั่วไปได้ทราบ โดยผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ได้แก่ การประชุมกลุ่มสมาชิก แผ่นพับ เอกสารเผยแพร่ จดหมายข่าว วิทยุและโทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เว็บไซต์ของสหกรณ์และของหน่วยงานอื่น เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ตลาดปลาผ่านสื่อต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดและกลยุทธ์การตลาด นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษยา อนุโยค (2546 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาดตลาดกลางผักและผลไม้ของ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด : การดำเนินงานและผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ พบว่า สหกรณ์ต้องมีการประชาสัมพันธ์ตลาดกลาง ต้องจัดให้มีระบบการควบคุม เครื่องมือสื่อสารและเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดกลาง

2.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด พอจะกล่าวได้ว่า สหกรณ์ไม่มีปัญหาในเรื่องของการบริหารงานหรือการบริหารการเงินที่รุนแรง จะมีก็ในเรื่องของการดูแลรักษา สภาพแวดล้อมภายในและรอบบริเวณตลาดปลา โดยสหกรณ์จะต้องดำเนินการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำ

เสียซึ่งต้องใช้งบประมาณสูงมาก สหกรณ์ควรประสานขอความช่วยเหลือจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับปัญหาอื่นๆ อาจจะมีปัญหาบ้างแต่ก็สามารถแก้ไขให้สำเร็จลุล่วงได้ ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสหกรณ์ส่วนใหญ่จะเกิดกับสมาชิกแล้วส่งผลกระทบต่อ สหกรณ์ได้แก่ ปัญหาการจับปลาได้น้อยลง ปลาที่จับได้มีขนาดเล็ก และด้อยคุณภาพ ทำให้ขายได้ราคาต่ำ ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัญหาน้ำมันมีราคาสูง สหกรณ์ควรประสานขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ และดำเนินการส่งเสริมให้สมาชิกรวมกลุ่มผลิตอาหารทะเลแปรรูปออกจำหน่าย หรืออาจดำเนินการเปิดร้านอาหารหรือแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตขึ้น ทั้งนี้ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนก่อน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัย การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดปลาที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

3.1.1 การบริหารงานของสหกรณ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี สหกรณ์มีการจัดโครงสร้างที่เหมาะสม ในโครงสร้างแต่ละส่วนมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน ผู้รับผิดชอบแต่ละส่วนแต่ละฝ่ายมีความรู้ความสามารถอยู่ในระดับที่ดี สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ทำให้สหกรณ์มีผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมากเมื่อเทียบกับสหกรณ์ประมงด้วยกัน สหกรณ์ควรถือเป็นแนวทางการปฏิบัติต่อไป สิ่งที่ต้องดำเนินการคือ การพัฒนาบุคลากรในโครงสร้างแต่ละส่วนให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นทั้งในงานด้านที่ตนรับผิดชอบอยู่และงานด้านอื่นๆ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้ สหกรณ์มีปัญหาในการบริหารงาน การบริหารการเงิน และการบริหารธุรกิจ บ้างเล็กน้อยแต่ก็เป็นปัญหาที่อยู่ในวิสัยที่สามารถดำเนินการแก้ไขได้ สหกรณ์มีปัญหาที่ไม่ได้เกิดกับสหกรณ์โดยตรงแต่ก็ส่งผลกระทบต่อสหกรณ์ คือ ปัญหาสมาชิกจับปลาได้น้อยลง ขายปลาได้ในราคาที่ต่ำ ต้นทุนน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น ฯลฯ ซึ่งเป็นปัญหาที่สหกรณ์กำลังแก้ไขอยู่ สหกรณ์ควรประสานงานกับภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือ จัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไปมาจัดสรรและจำหน่ายให้แก่สมาชิกสหกรณ์และชาวประมงทั่วไป สหกรณ์ควรดำเนิน โครงการส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกให้มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นรายได้เสริมนอกเหนือจากรายได้หลักที่มาจากกาจับและขายสัตว์น้ำ โดยสหกรณ์สามารถขอรับการสนับสนุนการดำเนินงานผ่านทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อของบประมาณจาก โครงการตาม

แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม ได้ เนื่องจากโครงการดังกล่าวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัด

3.1.2 การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์ สหกรณ์มีการกำหนด กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมแล้วในภาวะปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านสถานที่ และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด สิ่งที่สหกรณ์ควรดำเนินการต่อไปคือ การพัฒนากลยุทธ์แต่ละด้านให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ได้แก่ การเพิ่มบริการและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ระบบการควบคุมคุณภาพ การพัฒนาคุณภาพสัตว์น้ำ การพัฒนามาตรฐานตลาดปลาในด้านความสะอาด การจัดพื้นที่ในตลาดปลา และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม การควบคุมดูแลการซื้อขายสัตว์น้ำในตลาดปลาให้มีความเป็นธรรมได้รับประโยชน์และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อและผู้ขายปลา และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดปลาให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น การพัฒนาทั้งหมดดังกล่าวสหกรณ์ต้องกำหนดเป็นกลยุทธ์ที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและบรรจุไว้ในแผนกลยุทธ์ของสหกรณ์ด้วย สำหรับในเรื่องการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะ โครงการก่อสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งสหกรณ์ยังไม่ได้ดำเนินการก่อสร้างเนื่องจากต้องใช้งบประมาณจำนวนมากนั้น สหกรณ์ควรประสานขอรับการสนับสนุนความช่วยเหลือจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไป เห็นควรวิจัยในเรื่องของนโยบายภาครัฐที่มีต่อการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของสหกรณ์ประมง ได้แก่

3.2.1 การสนับสนุนการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ที่ได้รับผลกระทบจากน้ำเสียที่เกิดจากการทำความสะอาดตลาดปลาของสหกรณ์ในเรื่องของการลงทุน โดยวิจัยว่าเป็นปัญหาที่ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือสหกรณ์ประมงหรือไม่ระดับใด

3.2.2 เรื่องของน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีราคาสูง โดยวิจัยว่า เป็นปัญหาที่ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือสหกรณ์ประมงหรือไม่ระดับใด เช่น เรื่องการจัดหาน้ำมันราคาถูกมาจำหน่ายให้แก่ชาวประมง หรือการรับซื้อเรือประมงจากชาวประมงที่เลิกกิจการ เพื่อให้มีทุนไปประกอบอาชีพอื่น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการค้าภายใน (2550) “ตลาดกลางสินค้าเกษตร” กรุงเทพมหานคร : กรมการค้าภายใน
กระทรวงพาณิชย์
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2551) “รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
จังหวัดสมุทรสงคราม” สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2550
- _____ (2552) “รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
จังหวัดสมุทรสงคราม” สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551
- _____ (2553) “รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
จังหวัดสมุทรสงคราม” สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2552
- _____ (2553) “สาระสนเทศน่ารู้ทางการเงิน สหกรณ์ทุกประเภท ประจำปี 2552”
กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
กรุงเทพมหานคร : บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด
- _____ (2553) “สาระสนเทศน่ารู้ทางการเงิน สหกรณ์ประมง ประจำปี 2552”
กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
กรุงเทพมหานคร : บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด
- _____ (2553) “สาระสนเทศน่ารู้ทางการเงิน 10 อันดับสหกรณ์ ประจำปี 2552”
กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
กรุงเทพมหานคร : บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด
- กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2550) “การสหกรณ์ในประเทศไทย” ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์
- กฤษฎา ประศาสน์วุฒิ และส่งเสริม หอมกลิ่น (2549) “ประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิต
และการตลาดสหกรณ์ หน่วยที่ 4” นนทบุรี : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
- กุลยา อนุโยค (2546) “ศึกษาตลาดกลางผักและผลไม้ของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด :
การดำเนินงานและผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ขวัญสุวรรณ อติโพธิ (2546) “สหกรณ์ประมงกับทะเลไทย กรณีศึกษา : สหกรณ์ประมงแม่กลอง
จำกัด” สถาบันการเรียนรู้และการพัฒนาประชาสังคม (CIVIC NET)

- เชษฐชัย เรื่องทิวถูด (2535) “หลักการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร” กรุงเทพมหานคร : กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
- โชคชัย ชยธวัช (2547) “นักรการตลาด CEO ตอนการบริหารการตลาด” กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด
- เขาว์ ไรจนแสง (2549) “ประมวลสาระชุดวิชาการบริหารการผลิตและการตลาด หน่วยที่ 8” นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- มะลิวัลย์ พันธุระ (2548) “ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์การเกษตรเมืองศรีสะเกษ จำกัด” ผลงานทางวิชาการสหกรณ์กรมส่งเสริมสหกรณ์
- ระเบียบ มโนรัตน์ (2547) “การประเมินผลและศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจและการขยายธุรกิจตลาดกลาง ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านดาก จำกัด และสหกรณ์นิคมพิชัยพัฒนา จำกัด” ผลงานทางวิชาการสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์
- สมาคมประมงสมุทรสงคราม (2538) “50 ปี สมาคมประมงสมุทรสงคราม” กรุงเทพมหานคร : บริษัท ส.เอเชียเพรส จำกัด
- สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด (2533) “ที่ระลึกเปิดสำนักงาน” กรุงเทพมหานคร : บริษัท ส.เอเชียเพรส จำกัด
- _____ (2541) ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง เพชรบุรี : บริษัท เพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด
- _____ (2550) ระเบียบสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด ว่าด้วยการให้บริการตลาดปลา
- _____ (2551) รายงานประจำปี 2550 สมุทรสงคราม : สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
- _____ (2552) รายงานประจำปี 2551 สมุทรสงคราม : สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
- _____ (2553) รายงานประจำปี 2552 สมุทรสงคราม : สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2549) “ศึกษาการดำเนินงานของตลาดกลางจังหวัดพิษณุโลก” พิษณุโลก : ผลงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
- สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม (2550) “ท่องเที่ยวสมุทรสงคราม เวนิสสยาม”
- สำนักงานประมงจังหวัดสมุทรสงคราม (2553) “สถิติสำคัญด้านการประมง ปี 2552” สมุทรสงคราม : สำนักงานประมงจังหวัดสมุทรสงคราม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
งบดุลและงบกำไรขาดทุนเปรียบเทียบของสหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
ปี 2550 – 2551 และ 2552

สภากรมประมงแม่ทองดำกัก
งบทด
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 และ 2550

<u>สินทรัพย์</u>	<u>หมายเหตุ</u>	<u>ปี 2551</u>	<u>ปี 2550</u>
		<u>บาท</u>	<u>บาท</u>
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินฝากธนาคาร	2	31,769,547.55	26,410,496.85
เงินให้กู้ยืมระยะสั้น	3	1,211,940.28	466,708.21
ลูกหนี้ระยะสั้น - สุทธิ	4	4,311,608.10	3,496,100.76
คอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมรับ - สุทธิ	5	10,098.78	1,075.60
สินค้าคงเหลือ		2,618,302.93	3,139,229.53
วัสดุคงเหลือ		4,018,668.20	4,024,612.00
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	6	359,363.07	362,185.23
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		44,299,528.91	37,900,408.18
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
เงินลงทุนระยะยาว	7	200,000.00	200,000.00
เงินให้กู้ยืมระยะยาว	3	5,386.04	133,684.68
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	8	74,974,242.65	77,849,837.05
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	9	2,415,585.19	3,552,694.94
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		77,595,213.88	81,736,216.67
รวมสินทรัพย์		121,894,742.79	119,636,624.85
<u>หนี้สินและทุนของสภากรม</u>			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้า		279,400.00	167,600.00
เงินรับฝาก	10	344,615.79	644,233.50
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		97,750.63	97,342.60
เงินรอจ่ายคืน		73,297.00	51,455.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม		94,683.10	50,472.54
เจ้าหนี้วัสดุสิ้นเปลือง		154,850.40	0.00
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	11	192,507.14	208,444.79
รวมหนี้สินหมุนเวียน		1,237,104.06	1,219,548.43

		ปี 2551	ปี 2550
	หมายเหตุ	บาท	บาท
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
สำรองบำเหน็จเข้าหน้าที่		5,867,270.00	5,643,210.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	12	2,112,400.49	2,951,545.05
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		7,979,670.49	8,594,755.05
รวมหนี้สิน		9,216,774.55	9,814,303.48
ทุนของสหกรณ์			
ทุนเรือนหุ้น (มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท)			
หุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าแล้ว		10,195,410.00	9,552,310.00
ทุนสำรอง		88,229,056.86	87,601,196.40
ทุนสะสมตามข้อบังคับ ระเบียบและอื่นๆ	13	9,185,859.85	9,797,957.52
กำไรสุทธิประจำปี		5,067,641.53	2,870,857.45
รวมทุนของสหกรณ์		112,677,968.24	109,822,321.37
รวมหนี้สินและทุนของสหกรณ์		121,894,742.79	119,636,624.85

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551 และ 2550

	ปี 2551		ปี 2550	
	บาท	%	บาท	%
ขาย/บริการ	118,923,701.41	100.00	115,740,176.98	100.00
หัก ต้นทุนขาย/บริการ (งบต้นทุนขาย/บริการ)	98,318,266.82	82.67	95,581,564.50	82.58
กำไรขั้นต้น	20,605,434.59	17.33	20,158,612.48	17.42
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ	2,491,825.30	2.09	2,595,131.80	2.24
	23,097,259.89	19.42	22,753,744.28	19.66
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	13,266,293.58	11.15	14,778,699.53	12.77
กำไรเฉพาะธุรกิจ (รายละเอียด 1 - 3)	9,830,966.31	8.27	7,975,044.75	6.89
บวก รายได้อื่น (รายละเอียด 4)	778,494.77	0.65	740,163.02	0.64
รวม	10,609,461.08	8.92	8,715,207.77	7.53
หัก ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (รายละเอียด 5)	5,541,819.55	4.66	5,844,350.32	5.05
กำไรสุทธิ	5,067,641.53	4.26	2,870,857.45	2.48

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 1
รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

	ปี 2551		ปี 2550	
	บาท	%	บาท	%
ขายน้ำมันโซล่า	80,593,356.89	80.24	87,311,982.20	90.07
ขายน้ำมันเครื่อง	13,492,283.83	13.43	3,102,527.39	3.20
ขายสินค้ารับฝากขาย	0.00	0.00	541,085.01	0.56
ขายข้าวสาร	6,340,630.00	6.31	5,976,870.00	6.17
ขายสินค้าเบ็ดเตล็ด	18,014.04	0.02	0.00	0.00
รวม	100,444,284.76	100.00	96,932,464.60	100.00
หัก ต้นทุนขาย	97,325,870.82	96.90	94,590,220.50	97.58
กำไรขั้นต้น	3,118,413.94	3.10	2,342,244.10	2.42
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ				
- รายได้ค่าปรับลูกหนี้การค้า	3,923.00	0.00	9,235.07	0.01
- รายได้ค่าบรรทุก	17,663.55	0.02	4,100.00	0.00
- รายได้ค่าบริการ	8,785.05	0.01	0.00	0.00
- เงินชดเชยกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง	4,807.00	0.01	0.00	0.00
รวมรายได้เฉพาะธุรกิจ	35,178.60	0.04	13,335.07	0.01
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ				
- เงินเดือนและค่าจ้าง	576,416.00	0.57	570,829.00	0.59
- ค่าเบี้ยเลี้ยง - พาหนะ	30,800.00	0.03	30,000.00	0.03
- ค่าสวัสดิการเจ้าหน้าที่	16,827.52	0.02	8,580.00	0.01
- ค่าธรรมเนียมธนาคาร	7,942.00	0.01	9,894.75	0.01
- ค่าซ่อมแซม	70,075.08	0.07	188,654.42	0.19
- ค่าน้ำมันรถ	117,355.25	0.12	108,710.40	0.11
- ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน	1,503.43	0.00	1,496.57	0.00
- ค่าเบี้ยประกันภัย	38,005.13	0.04	36,997.99	0.04
- ค่าตอบแทน	936.00	0.00	5,022.00	0.01
- ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	190,160.83	0.19	194,365.14	0.20
- ค่าล่วงเวลา	8,919.00	0.01	4,077.00	0.00
- ค่าอุปกรณ์ไฟฟ้า	519.00	0.00	589.00	0.00
- ค่าน้ำประปา - ไฟฟ้า - โทรศัพท์	14,922	0.01	12,262.50	0.01
- บำเหน็จเจ้าหน้าที่	33,140.00	0.03	37,950.00	0.04

- หนี้สงสัยจะสูญถูกหนีการค้า	(10,119.38)	(0.01)	(10,000.00)	(0.01)
- ค่าธรรมเนียมอื่น	9,406.11	0.01	7,393.89	0.01
- เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	26,965.00	0.03	26,918.00	0.03
- ค่าของใช้สิ้นเปลือง	480.00	0.00	5,493.00	0.01
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,988.00	0.01	18,666.00	0.02
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	1,147,240.97	1.14	1,257,899.66	1.30
กำไรเฉพาะธุรกิจ	2,006,351.57	2.00	1,097,679.51	1.13

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 2

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจให้บริการอาคารปลา

	ปี 2551		ปี 2550	
	บาท	%	บาท	%
รายได้ค่าเช่าสังหฬ	7,053,582.46	38.24	7,199,282.61	38.44
รายได้ค่าเช่าพื้นที่ขายปลา	7,788,000.00	42.22	7,678,000.00	40.99
รายได้ค่าเช่าโรงอาหาร	51,600.00	0.28	48,000.00	0.26
รายได้ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	82,500.00	0.45	82,500.00	0.44
รายได้ค่าเช่าสถานที่จอดรถ	2,427,051.48	13.16	2,687,956.01	14.35
รายได้ค่าเช่าสื่อคณศตร	711,675.00	3.86	705,120.00	3.76
รายได้ค่าสิทธิการให้เช่าสถานที่	330,000.00	1.79	330,000.00	1.76
รวม	18,444,408.94	100.00	18,730,858.62	100.00
หัก ต้นทุนบริการ	992,396.00	5.38	991,344.00	5.29
กำไรขั้นต้น	17,452,012.94	94.62	17,739,514.62	94.71
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ				
- รายได้ค่าน้ำแข็ง	1,320,000.00	7.16	1,320,000.00	7.05
- รายได้จากกรรคหณุน	73,151.38	0.40	73,151.38	0.39
- รายได้เบ็ดเตล็ด	1,062,977.00	5.76	1,183,279.00	6.32
รวมรายได้เฉพาะธุรกิจ	2,456,128.38	13.32	2,576,430.38	13.76
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ				
- เงินเดือนและค่าจ้าง	5,272,076.25	28.58	5,270,875.00	28.14
- ค่าเบี่ยงเลียง - พาหณะ	106,600.00	0.58	110,770.00	0.59
- ค่าสวัสดิการเจ้าหน้าที่	114,857.75	0.62	70,760.58	0.38

- ค่าซ่อมแซม	579,989.31	3.14	553,274.09	2.95
- ค่าน้ำมันรถ	177,026.61	0.96	145,149.88	0.78
- ค่าน้ำ - ไฟฟ้า - โทรศัพท์	854,892.68	4.63	874,870.80	4.67
- ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน	340,576.33	1.85	338,912.98	1.81
- ค่าเบี้ยประกันภัย	23,686.42	0.13	27,659.03	0.15
- ค่าตอบแทน	141,800.00	0.77	156,090.00	0.83
- ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	2,227,305.45	12.08	3,832,861.12	20.46
- ขาดทุนจากการเลิกใช้สินทรัพย์	330.13	0.00	0.00	0.00
- ค่าล่วงเวลา	82,966.00	0.45	70,027.00	0.37
- วัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป	556,529.80	3.02	512,818.00	2.74
- ค่าอุปกรณ์ไฟฟ้า	30,624.00	0.17	32,150.00	0.17
- บำเหน็จเจ้าหน้าที่	464,147.50	2.52	460,130.00	2.46
- ค่าธรรมเนียมอื่น	5,863.09	0.03	6,343.95	0.03
- เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	249,251.00	1.35	250,538.00	1.34
- ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	669,084.90	3.63	651,156.30	3.48
- ค่าของใช้สิ้นเปลือง	66,221.00	0.36	57,195.00	0.31
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	153,192.88	0.83	97,718.14	0.52
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	12,117,021.10	65.69	13,519,299.87	72.18
กำไรเฉพาะธุรกิจ	7,791,120.22	42.24	6,796,645.13	36.29

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 3

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจตามเชื้อ

	ปี 2551		ปี 2550	
	บาท	%	บาท	%
ดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ - รับจริง	24,143.30	68.97	75,778.16	98.60
- ค้างรับ	10,630.29	30.36	1,075.60	1.40
ดอกเบี้ยรับชดเชยจากกรมส่งเสริมสหกรณ์	234.12	0.67	0.00	0.00
รวม	35,007.71	100.00	76,853.76	100.00
หัก ต้นทุนบริการ	0.00	0.00	0.00	0.00
กำไรขั้นต้น	35,007.71	100.00	76,853.76	100.00
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ				
- รายได้ค่าปรับลูกหนี้เงินกู้พิเศษ	518.32	1.48	5,366.35	6.98
รวมรายได้เฉพาะธุรกิจ	518.32	1.48	5,366.35	6.98
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ				
- ค่าเบี้ยเลี้ยง - พาหนะ	1,500.00	4.28	1,500.00	1.95
- หนี้สงสัยจะสูญดอกเบี้ยเงินให้กู้ค้างรับ	531.51	1.52	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	2,031.51	5.80	1,500.00	1.95
กำไรเฉพาะธุรกิจ	33,494.52	95.68	80,720.11	105.03

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 4

รายละเอียดรายได้อื่น

	ปี 2551		ปี 2550	
	บาท	%	บาท	%
ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	773,439.50	0.65	721,773.25	0.62
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3,457.97	0.00	0.00	0.00
ค่าธรรมเนียมรับโอนหุ้น	186.92	0.00	93.46	0.00
รายได้เบ็ดเตล็ด	1,410.38	0.00	8,296.31	0.01
รายได้ค่าธรรมเนียมต่ออายุสัญญา	0.00	0.00	10,000.00	0.01
รวม	778,494.77	0.65	740,163.02	0.64

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 5

รายละเอียดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

	ปี 2551		ปี 2550	
	บาท	%	บาท	%
เงินเดือนและค่าจ้าง	2,071,444.00	1.74	2,138,611.00	1.85
ค่าเบี่ยงเลียง - พาหนะ	42,368.08	0.04	99,395.62	0.09
ค่าสวัสดิการเจ้าหน้าที่	119,832.31	0.10	70,410.00	0.06
ค่าเบี้ยประชุม	401,500.00	0.34	498,000.00	0.43
ค่ารับรอง	55,706.00	0.05	97,012.00	0.08
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	151,367.50	0.13	213,086.00	0.18
ค่าใช้จ่ายวันประชุมใหญ่	363,707.00	0.31	368,609.20	0.32
ค่าซ่อมแซม	94,550.28	0.08	79,094.45	0.07
ค่าน้ำมันรถ	7,325.40	0.01	5,910.00	0.01
ค่าน้ำ - ไฟฟ้า - โทรศัพท์	175,915.63	0.15	159,651.15	0.14
ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน	5,432.49	0.00	4,489.70	0.00
ค่าเบี้ยประกันภัย	16,534.68	0.01	8,643.88	0.01
ค่าตอบแทน	32,500.00	0.03	70,250.00	0.06
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	858,509.04	0.72	861,475.51	0.74
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	498,364.85	0.42	498,364.85	0.43
ค่าล่วงเวลา	5,149.00	0.00	11,356.00	0.01
ค่าอุปกรณ์ไฟฟ้า	2,213.00	0.00	1,480.00	0.00
ค่าใช้จ่ายการกุศล	10,000.00	0.01	7,800.00	0.01
ค่าธรรมเนียมอื่นๆ	7,851.27	0.01	5,495.74	0.01
ค่าบำรุงสมาคมประมงแห่งประเทศไทย	1,000.00	0.00	1,000.00	0.00
บำเหน็จเจ้าหน้าที่	219,395.00	0.18	233,310.00	0.20
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	15,338.00	0.01	16,082.39	0.01
เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	66,696.00	0.06	70,025.00	0.06
ค่าบำรุงสมาคมเรือลากู๋	84,000.00	0.07	84,000.00	0.07
คอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก	25,652.05	0.02	20,121.03	0.02
ค่าของใช้สิ้นเปลือง	37,455.00	0.03	31,452.00	0.03
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	172,012.97	0.14	189,224.80	0.16
รวม	5,541,819.55	4.66	5,844,350.32	5.05

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
งบดุล
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 และ 2551

สินทรัพย์		ปี 2552	ปี 2551
	หมายเหตุ	บาท	บาท
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินฝากธนาคาร	2	17,264,386.70	31,769,547.55
เงินฝากชุมชนสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด		18,000,000.00	0.00
เงินให้กู้ยืมระยะสั้น	3	851,437.53	1,211,940.28
ลูกหนี้ระยะสั้น – สุทธิ	4	5,892,873.01	4,311,608.10
คอกเบี้ยเงินให้กู้ค้างรับ – สุทธิ	5	4,076.15	10,098.78
สินค้าคงเหลือ		2,846,581.24	2,618,302.93
วัสดุคงเหลือ		3,735,015.00	4,018,668.20
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	6	505,717.71	359,363.07
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		49,100,087.34	44,299,528.91
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
เงินลงทุนระยะยาว	7	1,200,000	200,000.00
เงินให้กู้ยืมระยะยาว	3	146,209.00	5,386.04
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ – สุทธิ	8	72,812,557.06	74,974,242.65
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	9	1,231,015.48	2,415,585.19
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		75,389,781.54	77,595,213.88
รวมสินทรัพย์		124,489,868.88	121,894,742.79
<u>หนี้สินและทุนของสหกรณ์</u>			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้า		407,360.00	279,400.00
เงินรับฝาก	10	363,645.47	344,615.79
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		156,021.97	97,750.63
เงินรอจ่ายคืน		97,944.00	73,297.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม		208,802.93	94,683.10
เจ้าหนี้วัสดุสิ้นเปลือง		0.00	154,850.40
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	11	174,587.16	192,507.14
รวมหนี้สินหมุนเวียน		1,408,361.53	1,237,104.06

		ปี 2552	ปี 2551
	หมายเหตุ	บาท	บาท
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
ตำรองบำเหน็จเจ้าหน้าที่		6,672,289.00	5,867,270.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	12	1,723,215.08	2,112,400.49
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		<u>8,395,504.08</u>	<u>7,979,670.49</u>
รวมหนี้สิน		<u>9,803,865.61</u>	<u>9,216,774.55</u>
ทุนของสหกรณ์			
ทุนเรือนหุ้น (มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท)			
หุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าแล้ว		11,714,750.00	10,195,410.00
ทุนสำรอง		88,735,898.39	88,229,056.86
ทุนสะสมตามข้อบังคับ ระเบียบและอื่นๆ	13	8,895,548.99	9,185,859.85
กำไรสุทธิประจำปี		5,339,805.89	5,067,641.53
รวมทุนของสหกรณ์		<u>114,686,003.27</u>	<u>112,677,968.24</u>
รวมหนี้สินและทุนของสหกรณ์		<u>124,489,868.88</u>	<u>121,894,742.79</u>

สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2552 และ 2551

	ปี 2552		ปี 2551	
	บาท	%	บาท	%
ขาย/บริการ	104,279,204.57	100.00	118,923,701.41	100.00
หัก ต้นทุนขาย/บริการ (งบต้นทุนขาย/บริการ)	83,083,372.89	79.67	98,318,266.82	82.67
กำไรขั้นต้น	<u>21,195,831.68</u>	<u>20.33</u>	<u>20,605,434.59</u>	<u>17.33</u>
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ	2,086,462.53	2.00	2,491,825.30	2.09
	23,282,294.21	22.33	23,097,259.89	19.42
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	13,055,476.52	12.52	13,266,293.58	11.15
กำไรเฉพาะธุรกิจ (รายละเอียด 1 - 3)	10,226,817.69	9.81	9,830,966.31	8.27
บวก รายได้อื่น (รายละเอียด 4)	660,852.31	0.63	778,494.77	0.65
รวม	10,887,670.00	10.44	10,609,461.08	8.92
หัก ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (รายละเอียด 5)	5,547,864.11	5.32	5,541,819.55	4.66
กำไรสุทธิ	<u>5,339,805.89</u>	<u>5.12</u>	<u>5,067,641.53</u>	<u>4.26</u>

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 1
รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

	ปี 2552		ปี 2551	
	บาท	%	บาท	%
ขายน้ำมันโซล่า	63,082,064.42	73.43	80,593,356.89	80.24
ขายน้ำมันเครื่อง	17,184,672.73	20.00	13,492,283.83	13.43
ขายข้าวสาร	5,639,150.00	6.57	6,340,630.00	6.31
ขายสินค้าเบ็ดเตล็ด	0.00	0.00	18,014.04	0.02
รวม	85,905,887.15	100.00	100,444,284.76	100.00
หัก ต้นทุนขาย	82,085,716.89	95.55	97,325,870.82	96.90
กำไรขั้นต้น	3,820,170.26	4.45	3,118,413.94	3.10
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ				
- รายได้ค่าปรับลูกหนี้การค้า	5,128.00	0.01	3,923.00	0.00
- รายได้ค่าบรรทุก	280.37	0.00	17,663.55	0.02
- รายได้ค่าบริการ	4,766.30	0.01	8,785.05	0.01
- เงินชดเชยกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง	2,780.00	0.00	4,807.00	0.01
รวมรายได้เฉพาะธุรกิจ	12,954.67	0.02	35,178.60	0.04
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ				
- เงินเดือนและค่าจ้าง	554,260.00	0.65	576,416.00	0.57
- ค่าเบี้ยเลี้ยง - พาหนะ	29,700.00	0.03	30,800.00	0.03
- ค่าสวัสดิการเจ้าหน้าที่	13,325.83	0.02	16,827.52	0.02
- ค่าธรรมเนียมธนาคาร	2,450.18	0.00	7,942.00	0.01
- ค่าซ่อมแซม	145,663.60	0.17	70,075.08	0.07
- ค่าน้ำมันรถ	89,540.25	0.10	117,355.25	0.12
- ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน	1,500.00	0.00	1,503.43	0.00
- ค่าเบี้ยประกันภัย	36,386.81	0.04	38,005.13	0.04
- ค่าตอบแทน	0.00	0.00	936.00	0.00
- ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	116,674.07	0.14	190,160.83	0.19
- ค่าล่วงเวลา	42,210.00	0.05	8,919.00	0.01
- ค่าอุปกรณ์ไฟฟ้า	250.00	0.00	519.00	0.00
- ค่าน้ำประปา - ไฟฟ้า - โทรศัพท์	12,187.50	0.01	14,922	0.01
- บำเหน็จเจ้าหน้าที่	55,390.00	0.06	33,140.00	0.03
- หนี้สงสัยจะสูญลูกหนี้การค้า	14,735.61	0.02	(10,119.38)	(0.01)

- ค่าธรรมเนียมอื่น	7,400.00	0.01	9,406.11	0.01
- เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	20,652.00	0.02	26,965.00	0.03
- ค่าของใช้สิ้นเปลือง	320.00	0.00	480.00	0.00
- เงินชดเชยกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง	13,260.00	0.02	0.00	0.00
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	15,069.00	0.02	12,988.00	0.01
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	1,170,974.85	1.36	1,147,240.97	1.14
กำไรเฉพาะธุรกิจ	2,662,150.08	3.11	2,006,351.57	2.00

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 2

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจให้บริการตลาดปลา

	ปี 2552		ปี 2551	
	บาท	%	บาท	%
รายได้ค่าเช่าล้างหัว	6,996,351.34	38.18	7,053,582.46	38.24
รายได้ค่าเช่าพื้นที่ขายปลา	7,722,000.00	42.14	7,788,000.00	42.22
รายได้ค่าเช่าโรงอาหาร	63,200.00	0.34	51,600.00	0.28
รายได้ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	82,500.00	0.45	82,500.00	0.45
รายได้ค่าเช่าสถานที่จอดรถ	2,376,719.75	12.97	2,427,051.48	13.16
รายได้ค่าเช่าสื่อโฆษณา	754,410.00	4.12	711,675.00	3.86
รายได้ค่าสิทธิการให้เช่าสถานที่	330,000.00	1.80	330,000.00	1.79
รวม	18,325,181.09	100.00	18,444,408.94	100.00
หัก ต้นทุนบริการ	997,656.00	5.44	992,396.00	5.38
กำไรขั้นต้น	17,327,525.09	94.56	17,452,012.94	94.62
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ				
- รายได้ค่าน้ำมันแข็ง	1,091,362.00	5.95	1,320,000.00	7.16
- รายได้จากกรูดคูน	60,270.86	0.33	73,151.38	0.40
- รายได้เบ็ดเตล็ด	921,875.00	5.03	1,062,977.00	5.76
รวมรายได้เฉพาะธุรกิจ	2,073,507.86	11.31	2,456,128.38	13.32
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ				
- เงินเดือนและค่าจ้าง	5,291,845.00	28.88	5,272,076.25	28.58
- ค่าเบี้ยเลี้ยง - พาหนะ	110,100.00	0.60	106,600.00	0.58
- ค่าสวัสดิการเจ้าหน้าที่	190,832.21	1.04	114,857.75	0.62

- ค่าซ่อมแซม	668,954.51	3.65	579,989.31	3.14
- ค่าน้ำมันรถ	106,080.52	0.58	177,026.61	0.96
- ค่าน้ำ - ไฟฟ้า - โทรศัพท์	999,253.75	5.45	854,892.68	4.63
- ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน	339,420.74	1.85	340,576.33	1.85
- ค่าเบี้ยประกันภัย	22,864.92	0.12	23,686.42	0.13
- ค่าตอบแทน	142,600.00	0.78	141,800.00	0.77
- ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	1,335,204.02	7.29	2,227,305.45	12.08
- ขาดทุนจากการเลิกใช้สินทรัพย์	0.00	0.00	330.13	0.00
- ค่าล่วงเวลา	86,231.00	0.47	82,966.00	0.45
- วัสดุสิ้นเปลืองทั่วไป	884,030.40	4.83	556,529.80	3.02
- ค่าอุปกรณ์ไฟฟ้า	55,558.00	0.30	30,624.00	0.17
- บำเหน็จเจ้าหน้าที่	502,549.00	2.74	464,147.50	2.52
- ค่าธรรมเนียมอื่น	7,350.00	0.04	5,863.09	0.03
- เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	198,317.00	1.08	249,251.00	1.35
- ค่าใช้จ่ายค้ำจาย	669,084.86	3.65	669,084.90	3.63
- ค่าของใช้สิ้นเปลือง	92,332.00	0.51	66,221.00	0.36
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	180,710.72	0.99	153,192.88	0.83
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	11,883,318.65	64.85	12,117,021.10	65.69
กำไรเฉพาะธุรกิจ	7,517,714.30	41.02	7,791,120.22	42.24

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 3

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจสินเชื่อ

	ปี 2552		ปี 2551	
	บาท	%	บาท	%
ดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ - รับจริง	16,663.66	34.62	24,143.30	68.97
- ค้างรับ	4,290.68	8.91	10,630.29	30.36
ดอกเบี้ยรับลดหย่อนจากกรมส่งเสริมสหกรณ์	27,181.99	56.47	234.12	0.67
รวม	48,136.33	100.00	35,007.71	100.00
หัก ต้นทุนบริการ	0.00	0.00	0.00	0.00
กำไรขั้นต้น	48,136.33	100.00	35,007.71	100.00
บวก รายได้เฉพาะธุรกิจ				
- รายได้ค่าปรับลูกหนี้เงินกู้พิเศษ	0.00	0.00	518.32	1.48
รวมรายได้เฉพาะธุรกิจ	0.00	0.00	518.32	1.48
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ				
- ค่าเบี้ยเลี้ยง - พาหนะ	1,500.00	3.12	1,500.00	4.28
- หนี้สงสัยจะสูญดอกเบี้ยเงินให้กู้ค้างรับ	(316.98)	(0.66)	531.51	1.52
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	1,183.02	2.46	2,031.51	5.80
กำไรเฉพาะธุรกิจ	46,953.31	97.54	33,494.52	95.68

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 4

รายละเอียดรายได้อื่น

	ปี 2552		ปี 2551	
	บาท	%	บาท	%
ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	467,023.98	0.45	773,439.50	0.65
ดอกเบี้ยเงินฝากสหกรณ์	158,678.08	0.15	0.00	0.00
ดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาล	13,890.41	0.01	0.00	0.00
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	7,102.81	0.01	3,457.97	0.00
ค่าธรรมเนียมรับโอนหุ้น	93.46	0.00	186.92	0.00
รายได้เบ็ดเตล็ด	14,063.57	0.01	1,410.38	0.00
รวม	660,852.31	0.63	778,494.77	0.65

รายละเอียดประกอบงบการเงิน 5

รายละเอียดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

	ปี 2552		ปี 2551	
	บาท	%	บาท	%
เงินเดือนและค่าจ้าง	2,124,800.00	2.04	2,071,444.00	1.74
ค่าเบียดเบียน - พาหนะ	48,190.00	0.05	42,368.08	0.04
ค่าสวัสดิการเจ้าหน้าที่	56,981.00	0.06	119,832.31	0.10
ค่าเบี้ยประชุม	467,600.00	0.45	401,500.00	0.34
ค่ารับรอง	98,064.50	0.10	55,706.00	0.05
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	143,769.00	0.14	151,367.50	0.13
ค่าใช้จ่ายวันประชุมใหญ่	377,255.50	0.36	363,707.00	0.31
ค่าซ่อมแซม	108,888.53	0.11	94,550.28	0.08
ค่าน้ำมันรถ	3,880.00	0.00	7,325.40	0.01
ค่าน้ำ - ไฟฟ้า - โทรศัพท์	125,402.74	0.12	175,915.63	0.15
ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน	1,827.40	0.00	5,432.49	0.00
ค่าเบี้ยประกันภัย	16,809.26	0.02	16,534.68	0.01
ค่าตอบแทน	20,970.00	0.02	32,500.00	0.03
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	826,654.80	0.79	858,509.04	0.72
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	498,364.85	0.48	498,364.85	0.42
ค่าล่วงเวลา	24,948.00	0.02	5,149.00	0.00
ค่าอุปกรณ์ไฟฟ้า	1,657.00	0.00	2,213.00	0.00
ค่าใช้จ่ายการกุศล	3,221.00	0.00	10,000.00	0.01
ค่าธรรมเนียมอื่นๆ	2,126.33	0.00	7,851.27	0.01
ค่าบำรุงสมาคมประมงแห่งประเทศไทย	1,000.00	0.00	1,000.00	0.00
บำเหน็จเจ้าหน้าที่	247,080.00	0.24	219,395.00	0.18
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	14,412	0.01	15,338.00	0.01
เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	52,727	0.05	66,696.00	0.06
ค่าบำรุงสมาคมเรือลากู๋	84,000	0.08	84,000.00	0.07
คอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก	3,603.27	0.00	25,652.05	0.02
ค่าของใช้สิ้นเปลือง	44,414.00	0.04	37,455.00	0.03
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	149,217.93	0.14	172,012.97	0.14
รวม	5,547,864.11	5.32	5,541,819.55	4.66

ภาคผนวก ข

การจัดอันดับสารสนเทศทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ประจำปี 2552
ประเภทสหกรณ์ประมง จำแนกตามข้อมูลทางการเงินที่น่าสนใจ

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์	อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	1. ทุนค้ำเนินงาน		2. ทุนของสหกรณ์
1	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด	1	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
2	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด	2	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด
3	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด	3	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด
4	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด	4	สหกรณ์ประมงปากกระวะ จำกัด
5	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำท่าจีน จำกัด	5	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
6	สหกรณ์ประมงปากกระวะ จำกัด	6	สหกรณ์ประมงคุ้มครอง จำกัด
7	สหกรณ์การประมงบ้านแหลม จำกัด	7	สหกรณ์ประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำโกศุมพิสัย จำกัด
8	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งสุราษฎร์ธานี จำกัด	8	สหกรณ์ประมงศรีจุฬา จำกัด
9	สหกรณ์ประมงคู้กระเบน จำกัด	9	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
10	สหกรณ์ประมงปัดคานี จำกัด	10	สหกรณ์ประมงบางจะเกร็ง-บางแก้ว จำกัด

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์	อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	3. กำไรสุทธิ		4. กำไรจ่ายทั้งสิ้น
1	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด	1	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
2	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด	2	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
3	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด	3	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำสามร้อยยอด-ปราณบุรี จำกัด
4	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด	4	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด
5	สหกรณ์ประมงปัดคานี จำกัด	5	สหกรณ์ประมงปัดคานี จำกัด
6	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำสามร้อยยอด-ปราณบุรี จำกัด	6	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแปดริ้ว จำกัด
7	สหกรณ์ประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจังหวัดอุบลราชธานี จำกัด	7	สหกรณ์การประมงบ้านแหลม จำกัด
8	สหกรณ์ประมงการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำบ้านกอนนาง จำกัด	8	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำท่าจีน จำกัด
9	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอุตรดิตถ์ จำกัด	9	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำจันทบุรี จำกัด
10	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแปดริ้ว จำกัด	10	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งสุราษฎร์ธานี จำกัด

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์	อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	5. รายได้ทั้งสิ้น		6. การให้บริการระหว่างปี
1	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด	1	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด
2	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด	2	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
3	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด	3	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
4	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำสามร้อยยอด-ปราณบุรี จำกัด	4	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำระยอง จำกัด
5	สหกรณ์ประมงบึงคานี จำกัด	5	สหกรณ์ประมงเลี้ยงกุ้งบ้านหน้าโกฏิ จำกัด
6	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแปดริ้ว จำกัด	6	สหกรณ์ประมงบางแพ จำกัด
7	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด	7	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำปากพอง จำกัด
8	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำจันทบุรี จำกัด	8	-
9	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งสุพรรณบุรี จำกัด	9	-
10	สหกรณ์การประมงบ้านแหลม จำกัด	10	-

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์	อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	7. การรวบรวมผลผลิตผลระหว่างปี		8. การจัดหาสินค้ามาจำหน่ายระหว่างปี
1	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด	1	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
2	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำสามร้อยยอด-ปราณบุรี จำกัด	2	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
3	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งสุพรรณบุรี จำกัด	3	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด
4	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำตราด จำกัด	4	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำสามร้อยยอด-ปราณบุรี จำกัด
5	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำจันทบุรี จำกัด	5	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแปดริ้ว จำกัด
6	สหกรณ์ประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจังหวัดอุบลราชธานี จำกัด	6	สหกรณ์ประมงบึงคานี จำกัด
7	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแปดริ้ว จำกัด	7	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอุดรดิตถ์ จำกัด
8	สหกรณ์ประมงนอกน่านน้ำไทย จำกัด	8	สหกรณ์ประมงบางจะเกร็ง-บางแก้ว จำกัด
9	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำท่าทอง จำกัด	9	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด
10	สหกรณ์ประมงจังหวัดสุรินทร์ จำกัด	10	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำยะหริ่ง จำกัด

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์	อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	9. การให้เงินกู้ระหว่างปี		10. การรับฝากเงินระหว่างปี
1	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด	1	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด
2	สหกรณ์ประมงคู้งกระเบน จำกัด	2	สหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสดิคแพรทนามแดง จำกัด
3	สหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสดิคแพรทนามแดง จำกัด	3	สหกรณ์ประมงคู้งกระเบน จำกัด
4	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอุตรดิตถ์ จำกัด	4	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำชะหรั่ง จำกัด
5	สหกรณ์ประมงศรีจุฬา จำกัด	5	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
6	สหกรณ์ประมงคู้งกระเบน จำกัด	6	สหกรณ์การประมงบ้านแหลม จำกัด
7	สหกรณ์ประมงอนุรักษ์เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จำกัด	7	สหกรณ์ผู้เลี้ยงตะพานน้ำคลองขนาม จำกัด
8	สหกรณ์ประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำโกศุมพิสัย จำกัด	8	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
9	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด	9	สหกรณ์ประมงชายฝั่งบ้านแหลม จำกัด
10	สหกรณ์ประมงชายฝั่งบ้านแหลม จำกัด	10	สหกรณ์ประมงบัตตานี จำกัด

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์	อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	11. ทุนเรือนหุ้น		12. จำนวนสมาชิก
1	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด	1	สหกรณ์ประมงน้ำจืดหนองหาน จำกัด
2	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งสุราษฎร์ธานี จำกัด	2	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งสุราษฎร์ธานี จำกัด
3	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด	3	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำชะหรั่ง จำกัด
4	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด	4	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด
5	สหกรณ์ประมงปากกระวะ จำกัด	5	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
6	สหกรณ์การประมงบ้านแหลม จำกัด	6	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกบและสัตว์น้ำสุพรรณบุรี จำกัด
7	สหกรณ์ประมงคู้งกระเบน จำกัด	7	สหกรณ์ประมงจันทบุรี จำกัด
8	สหกรณ์ประมงนอกลำน้ำไทย	8	สหกรณ์ประมงคู้งกระเบน จำกัด
9	สหกรณ์ประมงบัตตานี จำกัด	9	สหกรณ์ประมงจังหวัดสุรินทร์ จำกัด
10	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด	10	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำท่าจีน จำกัด

อันดับ	ข้อมูลทางการเงิน/สหกรณ์
	13. <u>การดำเนินงานตามวัตถุประสงค์หลักระหว่างปี</u>
1	สหกรณ์ประมงพาน จำกัด
2	สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด
3	สหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด
4	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งลุ่มน้ำสามร้อยยอด-ปราณบุรี จำกัด
5	สหกรณ์ประมงระยอง จำกัด
6	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแปดริ้ว จำกัด
7	สหกรณ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอุตรดิตถ์ จำกัด
8	สหกรณ์ประมงบึงคานี่ จำกัด
9	สหกรณ์ผู้เลี้ยงสัตว์น้ำยะหริ่ง จำกัด
10	สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้งสุพรรณบุรี จำกัด

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายชวลิต จันทร์สวัสดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	7 สิงหาคม 2503
สถานที่เกิด	ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน กรุงเทพฯ พ.ศ.2526
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ชำนาญการ