



แผนวิสาหกิจ องค์การสะพานปลา

พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
(ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

องค์การสะพานปลา สะพานสู่การประมงที่ยั่งยืน
Bridge to Sustainable Fisheries



<https://new.fishmarket.co.th>
facebook: องค์การสะพานปลา
โทรศัพท์ : ๐-๒๒๑๑-๗๓๐๐

คำนำ

องค์การสะพานปลา (อสป.) ได้ดำเนินการจัดทำแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐) เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ ยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นโยบายรัฐมนตรีว่าการและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นโยบายประธานกรรมการองค์การสะพานปลา และยุทธศาสตร์รวมถึงแผนแม่บทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กรอบความคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้ เป็นไปตามแนวทางการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning : SP) ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ที่นำมาพัฒนาระบบการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ เพื่อส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงตามสภาพการณ์ปัจจุบัน การสร้างความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างความเชื่อมั่นในการบรรลุเป้าหมายระยะยาว สอดคล้องกับบริบทในด้านต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป

การจัดทำแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐) นี้ สำเร็จได้โดยการระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารระดับสูงทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อให้มีส่วนร่วมในการทบทวนแผน ปฏิบัติการที่สำคัญ และกำหนดตัวชี้วัด/เป้าหมาย ให้ทุกหน่วยงานใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานในการขับเคลื่อนองค์การสะพานปลาให้ก้าวไปสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงต่อไป

สำนักงานยุทธศาสตร์และแผนงาน

มกราคม ๒๕๖๙

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	๑
กรอบทิศทางการดำเนินงานขององค์การสะพานปลา	๒
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	
บทที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป	๗
๑.๑ ประวัติความเป็นมา	๗
๑.๒ วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง	๘
๑.๓ การดำเนินงานขององค์การสะพานปลา	๙
๑.๔ บทบาทองค์กรในการพัฒนาอุตสาหกรรมประมง	๑๑
๑.๕ โครงสร้างการบริหารขององค์การสะพานปลา	๑๒
บทที่ ๒ กรอบแนวคิด นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	๑๔
๒.๑ กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)	๑๕
๒.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)	๑๗
๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓	๒๑
๒.๔ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๗๐	๒๒
๒.๕ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	๒๓
๒.๖ นโยบายไทยแลนด์ ๔.๐	๒๕
๒.๗ แผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy)	๒๕
๒.๘ แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	๒๖
๒.๙ แผนพัฒนาแผนยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)	๒๙
๒.๑๐ นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	๓๑
๒.๑๑ นโยบายคณะกรรมการองค์การสะพานปลา	๔๐
บทที่ ๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Scanning)	๔๔
๓.๑ สถานการณ์การประมงของไทย	๔๔
๓.๒ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร (PESTEL Analysis)	๕๕
๓.๓ การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)	๕๗
๓.๔ การวิเคราะห์คู่เทียบ (Benchmarking Analysis)	๕๘
๓.๕ การวิเคราะห์สถานภาพภายในองค์กร	๘๑

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
๓.๖ การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม SWOT	๑๐๖
๓.๗ การวิเคราะห์ TOWS Matrix	๑๑๙
๓.๘ การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (SA) / ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (SC) /สมรรถนะหลัก (CC)	๑๒๐
๓.๙ การวิเคราะห์ตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Strategic Position)	๑๒๓
๓.๑๐ การวางตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning)	๑๒๔
๓.๑๑ การวิเคราะห์ Scenario Planning	๑๒๘
๓.๑๒ การวิเคราะห์ Business Model และ Intelligence Risk	๑๓๓
บทที่ ๔ สาระสำคัญของแผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา	๑๓๖
๔.๑ วิสัยทัศน์ (Vision)	๑๓๖
๔.๒ พันธกิจ (Mission)	๑๓๖
๔.๓ อัตลักษณ์และค่านิยมองค์กร	๑๓๗
๔.๔ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	๑๓๗
๔.๕ กระบวนการที่สำคัญขององค์การสะพานปลา (WORK SYSTEM)	๑๔๐
๔.๖ ความเชื่อมโยงและความสอดคล้องระดับกลยุทธ์ในแต่ละมิติ Strategy Map และ Balanced Scorecard	๑๔๒
๔.๗ ความสอดคล้องเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์และแผนแม่บท	๑๔๔
๔.๘ การบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (Risk Management)	๑๔๔
๔.๙ การติดตามประเมินผล	๑๔๗
๔.๑๐ ภาพรวมโครงการตามแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐)	๑๔๙
๔.๑๑ กระบวนการในการจัดสรรทรัพยากร	๑๕๒



บทสรุปผู้บริหาร

การจัดทำแผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในระยะ ๕ ปี (๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) สอดคล้องตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ของรัฐวิสาหกิจและหลักเกณฑ์การจัดทำแผนวิสาหกิจและแผนปฏิบัติการประจำปีของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) โดยมีองค์ประกอบการจัดทำแผนครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่ สคร. กำหนด สำหรับในปีงบประมาณ ๒๕๗๐ องค์การสะพานปลาได้ทบทวนแผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อประกอบการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์

คณะกรรมการองค์การสะพานปลาและผู้บริหารทุกระดับได้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการสู่องค์กรที่ทันสมัยอย่างมีธรรมาภิบาล เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสะพานปลา และทำเทียบเรือประมง และเพิ่มช่องทางธุรกิจและ๐.ความสามารถในการจัดหารายได้ ตลอดจนส่งเสริมชาวประมงและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีความมั่นคงทางอาชีพ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรจะบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้



กรอบทิศทางการดำเนินงานขององค์การสะพานปลาประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

วิสัยทัศน์ (Vision)



พันธกิจ (Mission)





อัตลักษณ์และค่านิยมองค์กร (Tagline and Shared Value)



วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (strategic Objective)

องค์การสะพานปลากำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายในระดับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อให้สามารถบรรลุตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ดังนี้

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาการบริหารจัดการสู่องค์กรที่ทันสมัยอย่างมีธรรมาภิบาล ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๑.๑ ระดับคะแนนสรุปผลการดำเนินงานประจำปีของรัฐวิสาหกิจ

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๒.๔๐ คะแนน	๒.๕๐ คะแนน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑.๑ พัฒนาคุณภาพในการบริหารจัดการองค์กรในทุกๆด้านให้เกิดประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑.๑.๑ พัฒนาสมรรถนะทุกด้าน ตาม Core Business Enablers

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๒.๑ ความสามารถในการเพิ่มรายได้และ/หรือลดรายจ่ายสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	ร้อยละ ๑๐	ร้อยละ ๑๕

๒.๒ ระดับความสำเร็จของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่ผ่านหลักเกณฑ์การตรวจวัดมาตรฐานด้านสุขอนามัยของท่าเทียบเรือประมง สะพานปลากิจการแพปลา หรือตลาดกลางซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำตามประกาศกรมประมง

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๒.๑ เพิ่มรายได้และ/หรือลดรายจ่ายการดำเนินงานของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

กลยุทธ์ที่ ๒.๑.๑ พัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่มีศักยภาพทางธุรกิจและการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้

กลยุทธ์ที่ ๒.๑.๒ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒.๒ รักษามาตรฐานแหล่งขนถ่ายและซื้อขายสัตว์น้ำให้ถูกสุขอนามัย

กลยุทธ์ที่ ๒.๒.๑ การดูแลและปรับปรุงสุขอนามัยของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ : เพิ่มช่องทางธุรกิจและความสามารถในการจัดหารายได้

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๓.๑ รายได้รวมขององค์การสะพานปลา

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๒๗๐ ล้านบาท	๓๐๐ ล้านบาท

๓.๒ ยอดการปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการ

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๕๐ ล้านบาท	๑๐๐ ล้านบาท

๓.๓ ยอดการจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๒๕ ล้านบาท	๓๐ ล้านบาท



ยุทธศาสตร์ที่ ๓.๑ เพิ่มรายได้จากการดำเนินธุรกิจการปล่อยสินเชื่อ

กลยุทธ์ที่ ๓.๑.๑ การปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่สะพานปลา และทำเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา

กลยุทธ์ที่ ๓.๑.๒ การปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ชาวประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่ต่าง ๆ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓.๒ เพิ่มรายได้จากการดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป

กลยุทธ์ที่ ๓.๒.๑ การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปในแบรนด์องค์การสะพานปลา

กลยุทธ์ที่ ๓.๒.๒ การจัดหาและจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำเพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงงานแปรรูป

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ส่งเสริมชาวประมงและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีความมั่นคงทางอาชีพ

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๔.๑ การเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมง

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	ร้อยละ ๒๐	ร้อยละ ๓๐

๔.๒ จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์การสะพานปลา

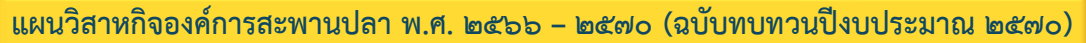
เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๕ กลุ่มวิสาหกิจ	๑๐ กลุ่มวิสาหกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔.๑ สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการประมงในการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำที่มีคุณภาพ

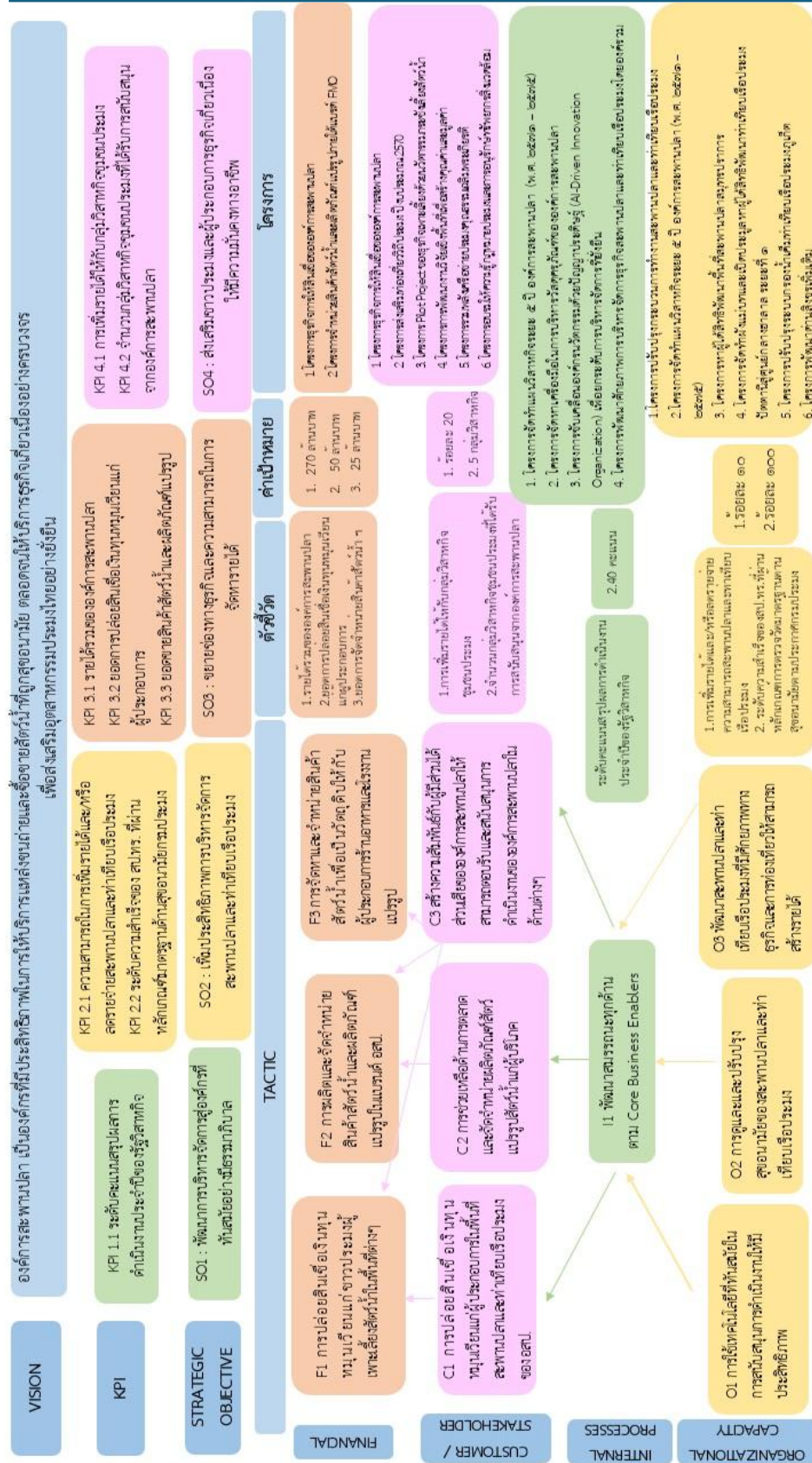
กลยุทธ์ที่ ๔.๑.๑ การช่วยเหลือด้านการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแปรรูปแก่ผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔.๒ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ใช้บริการ และยกระดับความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ ๔.๒.๑ สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสะพานปลาให้สามารถตอบรับและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในด้านต่าง ๆ



แผนยุทธศาสตร์ (Strategy Map)





บทที่ ๑

ข้อมูลทั่วไป

๑.๑ ประวัติความเป็นมา

ในปี พ.ศ. ๒๔๙๑ องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ได้ส่งคณะผู้เชี่ยวชาญมาศึกษาภาวะการณ์ประมงของประเทศไทยตามคำร้องขอของรัฐบาล ณ ขณะนั้นตลาดปลาที่สำคัญในกรุงเทพมหานครมีอยู่ด้วยกัน ๒ แห่ง แห่งแรก คือ “แพปลาทรงวาด” เป็นท่าขนถ่ายและจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำเค็มตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา ถนนทรงวาด อำเภอสัมพันธวงศ์ จังหวัดพระนคร และแห่งที่ ๒ คือ ตลาดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำจืด ตั้งอยู่ที่หัวลำโพง ริมคลองผดุงกรุงเกษม สถานที่ทั้ง ๒ แห่งดังกล่าวคับแคบและสกปรกทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างไม่สะดวก คณะผู้เชี่ยวชาญได้เสนอว่าระบบตลาดปลาที่มีอยู่เดิมขาดหลักการดำเนินงานทางวิชาการและขาดการส่งเสริมให้ในด้านสังคมและเศรษฐกิจสมควรที่รัฐบาลจะเข้าดำเนินการแก้ไขปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ๖ ประการ ดังนี้

๑. บริการเกี่ยวกับการขนส่งสัตว์น้ำไปสู่ตลาด (การขนส่ง)
๒. บริการเกี่ยวกับการเก็บสินค้าสัตว์น้ำที่สะพานปลา (ห้องเย็น)
๓. การจัดระบบประมวลสินค้าสัตว์น้ำ (ตลาดกลางหรือสะพานปลา)
๔. จัดองค์การให้ชาวประมงกู้ยืมเงินทุนและออมสิน (สินเชื่อการเกษตร)
๕. บริการเกี่ยวกับให้สินเชื่อเครื่องมือและอุปกรณ์การประมง (เครื่องมือและอุปกรณ์การประมง)
๖. บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมการประมง แนะนำทางวิชาการและอื่น ๆ ตลอดจนบริการเกี่ยวกับการเจ็บป่วย (วิชาการและสวัสดิการ)

เพื่อดำเนินงานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจการประมงด้านการตลาด กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงได้จัดทำโครงการเสนอรัฐบาล เมื่อรัฐบาลรับหลักการและเห็นชอบให้ดำเนินการแล้ว กรมประมงจึงได้เริ่มงานในการก่อสร้างสะพานปลาของรัฐขึ้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ตำบลยานนาวา อำเภอยานนาวา จังหวัดพระนคร ในปี พ.ศ. ๒๔๙๖ ต่อมาได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๔๙๖ เมื่อวันที่ ๒๑ มกราคม พ.ศ. ๒๔๙๖ อันเป็นกฎหมายในการจัดตั้งองค์การสะพานปลา โดยจัดอยู่ในกลุ่มเกษตรกรรม

ปัจจุบันองค์การสะพานปลาเป็นรัฐวิสาหกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีสำนักงานส่วนกลางตั้งอยู่ถนนเจริญกรุง ๕๘ และมีสำนักงานส่วนภูมิภาคที่ติดทะเล ทั้งฝั่งทะเลอ่าวไทยและฝั่งทะเลอันดามัน ประกอบด้วย ๔ สะพานปลา ๑๓ ท่าเทียบเรือประมง รวม ๑๗ สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง



สะพานปลาและท่าเทียบเรือขององค์การสะพานปลา



ฝ่ายสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๑	ฝ่ายสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๒
๑) สะพานปลากรุงเทพ ๒) สะพานปลาสมุทรสาคร ๓) สะพานปลาสมุทรปราการ ๔) ท่าเทียบเรือประมงตราด ๕) ท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา ๖) ท่าเทียบเรือประมงหัวหิน ๗) ท่าเทียบเรือประมงชุมพร ๘) ท่าเทียบเรือประมงหลังสวน ๙) ท่าเทียบเรือประมงสุราษฎร์ธานี ๑๐) ศูนย์ขนถ่ายและกระจายสินค้าสัตว์น้ำ ด้านสิงขร	๑) สะพานปลานครศรีธรรมราช ๒) ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๑ ๓) ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๒ (ท่าสะพาน) ๔) ท่าเทียบเรือประมงปัตตานี ๕) ท่าเทียบเรือประมงนราธิวาส ๖) ท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต ๗) ท่าเทียบเรือประมงระนอง ๘) ท่าเทียบเรือประมงสตูล

๑.๒ วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง

ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๔๙๖ กำหนดให้จัดตั้ง “องค์การสะพานปลา” ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์

๑. จัดดำเนินการและนำมาซึ่งความเจริญของสะพานปลา ตลาดสินค้าสัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมประมง

๒. จัดดำเนินการ หรือควบคุม และอำนวยความสะดวกซึ่งกิจการแพปลา การขนส่ง และกิจการอื่น ๆ อันเกี่ยวกับกิจการแพปลา



๓. จัดส่งเสริมฐานะ สวัสดิการ หรืออาชีพของชาวประมง และบูรณะหมู่บ้านการประมง
๔. จัดส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมการประมง

๑.๓ การดำเนินงานขององค์การสะพานปลา

๑.๓.๑ การกิจเชิงสังคม

เป็นการช่วยส่งเสริมฐานะสวัสดิการอาชีพของชาวประมง และบูรณะหมู่บ้านการประมง ส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมการประมง ซึ่งเป็นการเกษตรสาขาหนึ่งที่มีกะฎมองข้าม และไม่มีหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบโดยตรง ทำให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อบริการอาชีพประมงมีค่อนข้างจำกัดในขณะที่สินค้าประมง จัดเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ ทำรายได้ให้กับประเทศปีละกว่า ๓๐๐,๐๐๐ ล้านบาท อีกทั้ง ยังเป็นอาหารหลักที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนเคียงคู่กับกับข้าวซึ่งได้รับการดูแลจากภาครัฐ ในอันดับต้น ๆ องค์การสะพานปลาในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีลักษณะงานเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับชาวประมง โดยตรง และมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานตามพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์กรเพื่อสนับสนุนการประกอบอาชีพประมง จึงได้เปิดดำเนินงานสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงรวม ๑๗ แห่ง ตลอดแนวชายฝั่งทะเลทั้งในภาคใต้ ภาคตะวันออก รวมทั้งกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อให้บริการแก่ชาวประมง และผู้ประกอบการกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีสถานที่ในการประกอบอาชีพ รายละเอียดดังนี้

(๑) การจัดการพื้นฐานทางการประมง

จัดให้มีบริการพื้นฐานเพื่อบริการอาชีพประมง โดยเฉพาะท่าเทียบเรือประมงและตลาดสินค้าสัตว์น้ำที่ได้มาตรฐานจากกรมประมง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น โดยคิดค่าบริการในอัตราต่ำ และให้บริการแก่ทุกคนอย่างเสมอภาค ป้องกันการผูกขาด รักษาระดับราคาสัตว์น้ำให้เป็นธรรม แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนส่งเสริมอาชีพประมงการจัดการพื้นฐานทางการประมง

(๒) การพัฒนาการประมง

การพัฒนาอาชีพการทำประมงตลอดจนนำมาซึ่งความเจริญของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำและอุตสาหกรรมประมง จากภารกิจดังกล่าว องค์การสะพานปลา มีการปรับปรุงสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ให้เป็นสถานที่ที่มีความเป็นมาตรฐานด้านสุขอนามัย สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่ดีสามารถรองรับปริมาณสัตว์น้ำได้มากขึ้น สร้างรายได้ให้แก่ชาวประมงและองค์การสะพานปลา อีกทั้ง พัฒนาระบบสาธารณูปโภค ความปลอดภัย และปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม มีความทันสมัย เพื่อเป็นตลาดสินค้าสัตว์น้ำและสัตว์น้ำแปรรูป มีมาตรฐานถูกสุขอนามัยในราคายุติธรรม ในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

(๓) การส่งเสริมการประมง

ภารกิจสำคัญอีกส่วนหนึ่งตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา โดยการช่วยเหลือส่งเสริมฐานะและสวัสดิการและการประกอบอาชีพให้แก่ชาวประมง ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

(๓.๑) สนับสนุนเงินทุนในการดำเนินงานให้แก่สมาคมประมง สหกรณ์ประมง และกลุ่มเกษตรกรในการทำประมงต่าง ๆ เงินทุนที่นำมาช่วยเหลือดังกล่าวเรียกว่า เงินทุนส่งเสริมการประมง ซึ่งตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๕๔๖ ได้กำหนดให้องค์การสะพานปลาแบ่งเงินค่าบริการที่



เรียกเก็บจากผู้ประกอบกิจการแพปลาร้อยละ ๒๕ ของค่าบริการที่เก็บได้นำมาใช้จ่ายในการส่งเสริมการประมง ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการส่งเสริมการประมง โดยเงินทุนดังกล่าวจะเป็นการช่วยเหลือ ๑) ส่งเสริมฐานะ และสวัสดิการ ๒) ส่งเสริมอาชีพ ๓) บูรณะหมู่บ้านชาวประมง ๔) ส่งเสริมสมาคมกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ประมง ๕) ทุนการศึกษาด้านการประมง ๖) ทุนการศึกษาแก่บุตรชาวประมงผู้ประสบภัยทางทะเล

(๓.๒) ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย สุขอนามัย และวิชาชีพผู้ประกอบธุรกิจประมง ให้แก่ชาวประมงสามารถทำประมงถูกกฎหมาย มีมาตรฐานสุขอนามัย และส่งเสริมความรู้ด้านการแปรรูปสินค้าประมง สร้างผลิตภัณฑ์ในระดับสากล สร้างมูลค่าสินค้าประมง พัฒนาเป็นอุตสาหกรรมประมง ซึ่งเป็นการตอบ โจทย์ขององค์การสะพานปลาในการดำเนินงานบรรลุตามภารกิจ ในการพัฒนาอาชีพของชาวประมงแห่งประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพิ่มศักยภาพภาคประมง สหกรณ์ ชุมชน เศรษฐกิจ ฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เสริมสร้าง พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันภาคประมง และยกระดับ ผลิตภัณฑ์สินค้าสัตว์น้ำให้สู่มาตรฐานสากลต่อไป

(๓.๓) ส่งเสริมสนับสนุนประมงพื้นบ้าน เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ แก่อาชีพ ประมงพื้นบ้านและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

(๓.๔) ส่งเสริมชาวประมง และผู้ประกอบการแพปลา ในการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำ จากแหล่งทำประมงทั่วประเทศที่ได้รับผลกระทบต่าง ๆ โดยดำเนินการจัดทำ Platform เพื่อรวบรวมสินค้าสัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ไปยังผู้บริโภคในราคาเหมาะสม ปลอดภัย มีสุขอนามัยที่ดี และได้รับความสะดวก

๑.๓.๒ การกิจเชิงพาณิชย์

เป็นการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการหารายได้จากทรัพยากรที่องค์การสะพานปลา มีอยู่ทั้งในด้านของที่ดิน ทรัพยากร บุคลากร ประสิทธิภาพ และองค์ความรู้ รวมถึงความเชื่อถือนโยบายของรัฐ เพื่อลดการพึ่งพารายได้จากภาคประมงทะเลเช่นที่เป็นมาในอดีต และเป็นการแก้ไขปัญหาฐานะการเงินในระยะยาว การดำเนินงานในเชิงพาณิชย์ ได้แก่

(๑) การบริหารทรัพยากร

การจัดหาประโยชน์จากที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้างในสะพานปลาและ ท่าเทียบเรือประมงต่าง ๆ ทั้งในรูปของการให้เช่าและการให้สิทธิในการเข้าทำธุรกิจจัดเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการและเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ เนื่องจากสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา จัดเป็นศูนย์รวมธุรกิจประมง ซึ่งจำเป็นต้องมีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน เช่น โรงน้ำแข็ง ห้องเย็น โรงงาน แปรรูปสัตว์น้ำ อู่เรือ - คานเรือ เป็นต้น ไม่นับรวมอาคารสำนักงานของผู้ประกอบการแพปลา การให้เช่าพื้นที่เพื่อ แปรรูปเบื้องต้น บรรจุหีบห่อ หรือแม้แต่จำหน่ายเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ การวางแผนบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการประกอบธุรกิจซึ่งสนับสนุนและเกี่ยวข้องกับการประมงแล้ว ยังมีส่วน ในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่และช่วยสร้างรายได้



(๒) การดำเนินงานเชิงพาณิชย์อื่น

การดำเนินงานภายใต้กรอบภารกิจเพื่อหารายได้ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ปัจจุบันองค์การสะพานปลาดำเนินงานในเชิงพาณิชย์โดยการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการประมง และเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ในการจัดหาปัจจัยการผลิต เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ทำประมง การปรับปรุงเรือประมง อาหารสัตว์น้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ องค์การสะพานปลายังมีแผนขยายงานด้านการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ประมง ภายใต้เครื่องหมายการค้าขององค์การสะพานปลา

๑.๔ บทบาทขององค์กรในการพัฒนาอุตสาหกรรมประมง

ในโครงสร้างของอุตสาหกรรมประมงของไทย จุดอ่อนที่สุดก็คือการตลาดสัตว์น้ำ ซึ่งหากการตลาดสัตว์น้ำได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าในปัจจุบัน อุตสาหกรรมประมงของไทยจะเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นและผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จะได้รับผลประโยชน์อย่างยุติธรรม ที่สำคัญที่สุดทรัพยากรประมงที่มีอยู่จำกัดจะถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์การสะพานปลามีวัตถุประสงค์หลายประการในการดำเนินงาน แต่วัตถุประสงค์หลัก คือ การพัฒนาการตลาดสัตว์น้ำของไทยให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อให้ชาวประมงมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีขึ้นกว่าในปัจจุบัน และทำให้ประชาชนชาวไทยได้บริโภคสัตว์น้ำที่มีคุณภาพตอบสนองนโยบายรัฐบาลในด้านอาหารปลอดภัย (Food Safety) ในราคาที่เป็นธรรมตลอดจนยกระดับฐานะของประเทศเป็นครัวโลกในอนาคต

การดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในปัจจุบัน ทั้งภารกิจเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์มีส่วนช่วยในการพัฒนาอุตสาหกรรมประมงของไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ

(๑) จัดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน (Basic Infrastructure) ตามมาตรฐานสุขอนามัย สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง สำหรับการขนถ่ายสัตว์น้ำ การซื้อขายสัตว์น้ำ ตลอดจนพัฒนาระบบการซื้อขายด้วยวิธีการประมูล ซึ่งเป็นวิธีที่ยุติธรรมที่สุดสำหรับผู้ซื้อและผู้ขายสัตว์น้ำ

(๒) ส่งเสริมการรวมตัวของชาวประมง โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวประมงพื้นบ้าน เพื่อให้ชาวประมงมีอำนาจต่อรองมากขึ้น องค์การสะพานปลาได้จัดงบประมาณสำหรับสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มชาวประมง ทั้งในรูปของการให้เปล่าและการให้กู้โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำและมีระยะเวลาใช้เงินต้นคืนในระยะยาว

(๓) จัดสรรเงินสนับสนุนการวิจัยในสาขาวิชาการประมงแก่นักวิจัยในสถาบันการศึกษา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเรือและเครื่องมือทำการประมง

(๔) ให้เงินสนับสนุนเป็นทุนการศึกษาแก่บุตรชาวประมงที่มีฐานะยากจน

(๕) ให้เงินกู้แก่ชาวประมงและผู้ประกอบการธุรกิจการประมง

(๖) จัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาชุมชนประมง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น จัดหาแหล่งน้ำสะอาด สร้างถนน ทางเดินสำหรับชุมชนประมง

(๗) ปรับปรุงคุณภาพบริการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ใช้บริการ ได้แก่ ชาวประมง แพปลา สถาบันชาวประมง และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการเป็นพันธมิตรร่วมกันในการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการประมง



๔. หน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อ รองผู้อำนวยการด้านสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ได้แก่

๔.๑ ฝ่ายสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๑ ประกอบด้วย ๑๑ สำนักงาน ได้แก่

๑) สำนักงานบริหารสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๑ ๒) สำนักงานสะพานปลากรุงเทพ ๓) สำนักงานสะพานปลาสมุทรปราการ ๔) สำนักงานสะพานปลาสมุทรสาคร ๕) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงชุมพร ๖) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงหลังสวน ๗) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงสุราษฎร์ธานี ๘) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงหัวหิน ๙) ศูนย์ขนถ่ายและกระจายสินค้าสัตว์น้ำ ด้านสิงขร ๑๐) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงตราด ๑๑) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา

๔.๒ ฝ่ายสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๒ ประกอบด้วย ๘ สำนักงาน ได้แก่

๑) สำนักงานบริหารสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๒ ๒) สำนักงานสะพานปลานครศรีธรรมราช ๓) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงปัตตานี ๔) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต ๕) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๖) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงระนอง ๗) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงสตูล ๘) สำนักงานท่าเทียบเรือประมงนราธิวาส

๔.๓ สำนักงานบริหารหนี้

๕. หน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อ รองผู้อำนวยการด้านพัฒนากิจการประมง ได้แก่

๕.๑ ฝ่ายสินเชื่อและบริหารการตลาด ประกอบด้วย ๓ สำนักงาน ได้แก่ ๑) สำนักงานธุรกิจสินเชื่อ ๒) สำนักงานวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงสินเชื่อ ๓) สำนักงานบริหารหนี้สินเชื่อ

๕.๒ ฝ่ายส่งเสริมและโครงการพิเศษ ประกอบด้วย ๔ สำนักงาน ได้แก่ ๑) สำนักงานส่งเสริมการประมง ๒) สำนักงานบริหารโครงการพิเศษ ๓) สำนักงานวิจัยและพัฒนา ๔) สำนักงานบริหารการตลาดและกิจกรรมสังคม

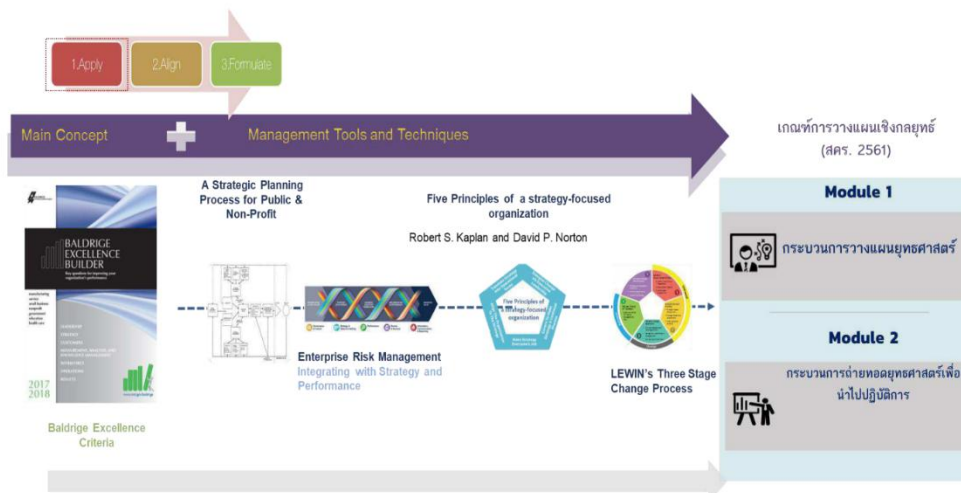


บทที่ ๒

กรอบแนวคิด นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

แผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐) ได้รวบรวมหลักการยุทธศาสตร์และนโยบายที่มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับบทบาทและภารกิจขององค์การสะพานปลา และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) หมวด ๒ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning : SP) ดังต่อไปนี้

หลักเกณฑ์ประเมินการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ เกิดจากการประยุกต์หลักการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ สรุปได้ดังนี้



องค์ประกอบของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐)



- รวบรวมและวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผน
- ทบทวน SWOT จาก Fact Base
- ทบทวนความท้าทายภายใต้บริบท Core Competency



- ทบทวนระดับความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการประจำปี
- วิเคราะห์ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ
- จัดสรรทรัพยากร



- กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์
- ทบทวน Business Model/ Intelligent Risk
- Scenario Planning



- กำหนดกระบวนการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการ
- กำหนดตัวชี้วัดระดับองค์กร
- ถ่ายทอดตัวชี้วัดองค์กรไปสู่แผนงานโครงการ



- ทบทวนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพ
- ตรวจสอบความสอดคล้องของ SO
- ออกแบบ Work System



- ติดตามผลการดำเนินงานตามแผน
- คาดการณ์ผลการดำเนินงาน
- ปรับเปลี่ยนแผนงาน (ปกติ/ไม่ปกติ)



- ทบทวนยุทธศาสตร์ระดับองค์กร
- ทบทวน Strategy Map



- รวบรวมข้อมูลการดำเนินงาน
- คัดกรองข้อมูลในระบบ USE-AM



๒.๑ กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

วิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ บัญญัติให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการ ประกอบด้วย ๖ ด้าน ดังนี้ ๑) ด้านความมั่นคง ๒) ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ๓) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ๔) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ๕) ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ๖) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ และรัฐบาลได้มอบให้ทุกหน่วยงานร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบและเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ โดยเห็นชอบแนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน





จากกรอบการพัฒนา และวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี อันได้แก่ • ด้านความมั่นคง สนับสนุนความมั่นคงด้านอาหาร น้ำ และพลังงาน • ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓ ต่อปี โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม ยกระดับสู่การเป็นเกษตรกร ชาวประมงสมัยใหม่เป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรและมีการเชื่อมต่อกับตลาดสินค้าและบริการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นให้สามารถพึ่งตนเองช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน • ด้านการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาศักยภาพคนให้มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมประมง • ด้านการสร้างโอกาส และความเสมอภาคทางสังคม ลดความเหลื่อมล้ำทุกมิติ • ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) การลดก๊าซเรือนกระจก ส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน • ด้านการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและบทบาทหน้าที่ของ หน่วยงานให้มีความเหมาะสม มีการบริหารงานแบบบูรณาการ รวมทั้งต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ เป็นต้น

องค์การสะพานปลาซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ถูกจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๔๙๖ ด้วย วัตถุประสงค์หลักขององค์กร ๒ ด้าน คือ จัดส่งเสริมฐานะ สวัสดิการ หรืออาชีพของชาวประมง และบูรณะหมู่บ้านการประมง นับได้ว่าองค์การสะพานปลาเป็นองค์กรที่มีความสำคัญอย่างมากและสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับเกษตรกร ชาวประมง องค์กรหนึ่งของภาคเกษตรกรรมประเทศไทย ดังนั้น การขับเคลื่อนและทิศทางการพัฒนาขององค์กร จึงมีนัยสำคัญต่อการบรรลุกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปีที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะตามกรอบการพัฒนาด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันภายในสังคม และด้านการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งองค์การ



สะพานปลา ทั้ง ๒ ด้านอย่างชัดเจน รวมถึงสอดคล้องกับพันธกิจการส่งเสริมการทำประมงให้เป็นอาชีพแก่เกษตรกร ชาวประมง ไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมประมงให้ครบวงจรและมีมูลค่าเพิ่ม และการสร้างแหล่ง ความรู้ด้านอุตสาหกรรมประมง ซึ่งองค์การสะพานปลาควรกำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนขององค์กรให้เป็นไปในลักษณะของการสร้างอาชีพการประมง ทั้งกับเกษตรกร ชาวประมง กลุ่มธุรกิจ และอุตสาหกรรมแบบครบวงจรตามห่วงโซ่อุปทาน ให้มีความมั่นคง ยั่งยืน ได้มาตรฐานสากล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงควรสนับสนุนด้านการพัฒนาวิจัย เทคโนโลยี ทั้งในเชิงของการสร้างสรรค์ ผลงานและการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างโอกาส และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประเทศ นอกจากนี้เพื่อการขับเคลื่อนองค์การสะพานปลาอย่างต่อเนื่องและการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางองค์การสะพานปลาควรพัฒนาทุนมนุษย์ภายใน และเสริมสร้างสมรรถนะขององค์กรอย่างครอบคลุมในทุกมิติ ร่วมกับการใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักธรรมาภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสมดุล

๒.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

เป็นแผนแม่บทเพื่อบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ ตามพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ เป็นแผนที่กำหนดประเด็นการพัฒนาในลักษณะที่มีการบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติมีจำนวน ๒๓ ฉบับ องค์การสะพานปลาเกี่ยวข้องประเด็นการเกษตร คือ มุ่งเน้นการยกระดับการผลิตให้เข้าสู่คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย การใช้ประโยชน์จากความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตร รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาสินค้าเกษตรและการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้าเกษตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการผลิตและการจัดการฟาร์ม นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศของภาคเกษตร เพื่อเสริมสร้างให้การพัฒนาได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง ในช่วงระยะเวลาของการพัฒนาเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติด้านต่าง ๆ

ภาคเกษตรมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ รวมทั้งเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ การพัฒนาภาคการเกษตรให้มีศักยภาพและสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการยกระดับผลิตภาพ การผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสร้างการเติบโตที่คำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ การพัฒนาภาคการเกษตรในช่วงปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกและการเป็นแหล่งวัตถุดิบหลักให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่องในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ผ่านการขยายพื้นที่เพาะปลูก การพัฒนาปัจจัยการผลิตให้มีคุณภาพ การพัฒนาและใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการ



ผลิตได้ในระดับหนึ่ง อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในปี ๒๕๖๑ ในประเทศสาขาเกษตรอยู่ที่ร้อยละ ๔.๔๙ และ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรอยู่ที่ร้อยละ ๒.๙๐ เมื่อพิจารณาในช่วงปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรอยู่ที่ร้อยละ ๐.๗๒ ร้อยละ -๔.๕๙ และ ร้อยละ ๑.๗๓ ตามลำดับ รวมทั้งอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรอยู่ที่ร้อยละ -๑.๒๑ ร้อยละ -๒.๔๘ และร้อยละ -๐.๔๗ ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาภาคเกษตรของไทยยังมีความท้าทายหลายด้าน ประกอบกับปัจจัยลบในเรื่องภัยธรรมชาติ การระบาดของโรคแมลงศัตรูพืชในช่วงปี ๒๕๖๒ และการชะลอตัวของ เศรษฐกิจโลก รวมทั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-๑๙ ไปทั่วโลกในปี ๒๕๖๓ ส่งผลให้แรงงานภาคส่วน อื่น ๆ ที่ถูกเลิกจ้างกลับคืนถิ่นสู่ภาคเกษตรมากขึ้น โดยในปี ๒๕๖๔ มีแรงงานในภาคเกษตรอยู่ที่ร้อยละ ๓๑.๙ ของ แรงงานทั้งหมดในประเทศ ซึ่งมากเป็นอันดับที่ ๒ รองจากแรงงานในภาคบริการและการค้า แต่แรงงานใน ภาคเกษตรสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เพียงร้อยละ ๖.๑๔ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ประเด็น ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการเร่งพัฒนาศักยภาพของภาคการเกษตรและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยเฉพาะการพัฒนาการผลิตและการแปรรูปให้เป็นไปตามมาตรฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ฐานข้อมูลด้านการเกษตร การบริหารจัดการด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร ดังนั้น ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันดำเนินการ ต่าง ๆ เพื่อยกระดับศักยภาพตลอดห่วงโซ่การผลิตของภาคเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การสนับสนุนให้ เกษตรกรมีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน การช่วยเหลือเกษตรกรให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเกษตร เพื่อลดต้นทุนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้เป็นไป ตามข้อกำหนดมาตรฐานความปลอดภัย การพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ การจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศด้านการเกษตร การส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์การเกษตร ทั้งการสร้างเครือข่ายและการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า การสร้างตราสินค้าและ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ รวมถึงการเชื่อมโยงภาคเกษตรกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ประกอบด้วย ๖ แผนย่อย โดยสรุปได้ดังนี้

แผนย่อยเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นด้วยการ ประยุกต์ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีและนวัตกรรม การขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสิทธิให้กับสินค้าและ ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและผลิตภัณฑ์และการสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรและ ชุมชน ในการพัฒนาอัตลักษณ์พื้นถิ่น รวมทั้ง สร้างอัตลักษณ์หรือเรื่องราวแหล่งกำเนิด สร้างความแตกต่างและ ความโดดเด่น และสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ พื้นถิ่นทั้งในระดับประเทศและเพื่อการส่งออก

แผนย่อยเกษตรปลอดภัย พัฒนาคุณภาพมาตรฐานและระบบการรับรองความปลอดภัยในระดับ ต่าง ๆ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนการ ผลิตสินค้า เกษตรที่ได้คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงอาหารอย่างทั่วถึงและ



ปลอดภัย สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของเกษตรปลอดภัย และส่งเสริมด้านการขยายตลาดบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย รวมทั้ง สนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ระดับอินทรีย์วิถีชาวบ้าน เพื่อต่อยอดสู่เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ที่ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

แผนย่อยเกษตรชีวภาพ สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพทางการเกษตรเพื่อนำไปสู่การผลิตและขยายผลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาองค์ความรู้และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพื่อการแปรรูปสินค้าจากความหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานเกษตรกรรมและฐานทรัพยากรชีวภาพ รวมถึงพัฒนาเชื่อมโยงไปสู่ภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และใช้ฐานการทำเกษตรกรรมยั่งยืนเพื่อใช้ประโยชน์และต่อยอดไปสู่สินค้าเกษตรชีวภาพ รวมทั้งส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสม และส่งเสริมให้มีการนำวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมและพลังงานที่เกี่ยวข้องกับชีวภาพ

แผนย่อยเกษตรแปรรูป สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ และผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และผลักดันเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ตลอดจนให้ความสำคัญกับตราสินค้าและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทานให้แก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร รวมทั้งสนับสนุนการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย ติดตามผลิตภัณฑ์ระหว่างขนส่งและยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า

แผนย่อยเกษตรอัจฉริยะ ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ปังจัยการผลิต เครื่องจักรกลและอุปกรณ์ทางการเกษตร รวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตรแห่งอนาคต เพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตการเกษตรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเกษตร เทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อวางแผนการเกษตรและพัฒนาเกษตรกรให้เป็นเกษตรกรอัจฉริยะที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมการทำระบบฟาร์มอัจฉริยะ โดยถ่ายทอดและสนับสนุนเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกรในราคาที่เข้าถึงได้ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการวางแผนการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

แผนย่อยระบบนิเวศการเกษตร ให้ความสำคัญกับมาตรการสนับสนุนที่จะช่วยให้การสร้างมูลค่าในภาคเกษตรดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม อาทิ การเพิ่มประสิทธิภาพและการจัดการทรัพยากรทางการเกษตร และการพัฒนาฐานข้อมูลทรัพยากรทางการเกษตร เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรมอย่างเหมาะสม การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการเกษตรและระบบติดตาม เฝ้าระวัง และเตือนภัยสินค้าเกษตรให้ทันกับสถานการณ์ การส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนภาคการเกษตรที่สอดคล้องกับความต้องการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์



การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภค การส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรในรูปแบบต่าง ๆ การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการค้าและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการให้มีความรวดเร็ว และการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า

แผนยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐–๒๕๗๙) เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรรมเป็นศูนย์กลาง ควบคู่กับการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรกรรมมั่นคง การเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน” ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับบทบาทและภารกิจขององค์การสะพานปลาในฐานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนี้

๑. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร องค์การสะพานปลามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอาชีพและรายได้ของชาวประมง ซึ่งถือเป็นเกษตรกรกลุ่มหนึ่ง โดยการจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านสะพานปลา ตลาดสัตว์น้ำ และการอำนวยความสะดวกด้านการซื้อขาย ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพ ส่งเสริมการรวมกลุ่มของชาวประมง สหกรณ์ และสมาคมประมง ให้สามารถพึ่งพาตนเองและดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้อย่างเข้มแข็ง

๒. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร การดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในการพัฒนามาตรฐานสะพานปลา สุขอนามัย ความปลอดภัยอาหาร และระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าสัตว์น้ำ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าประมง ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และช่วยลดปัญหาสินค้าล้นตลาดผ่านการพัฒนาระบบข้อมูล และการบริหารจัดการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

๓. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม องค์การสะพานปลามีบทบาทในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง เช่น ระบบดิจิทัลด้านการซื้อขาย การจัดเก็บข้อมูล การขนถ่าย และโลจิสติกส์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประมงให้สอดคล้องกับแนวทาง Thailand ๔.๐ และเกษตร ๔.๐

๔. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน การพัฒนาและบริหารจัดการสะพานปลาให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสียจากกิจกรรมประมง และการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์ ปั่นฟู และใช้ประโยชน์ทรัพยากรการเกษตรอย่างสมดุล เพื่อคงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในระยะยาว

๕. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ องค์การสะพานปลามีบทบาทในการยกระดับการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และทันสมัย โดยการพัฒนาศักยภาพ



บุคลากรให้เป็น Smart Officers การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของภาคการเกษตรและการประมง

๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓

เป็นแผนระดับที่ ๒ ซึ่งเป็นแผนฉบับแรกที่ทำขึ้นตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ที่มีการทบทวนการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทั้งในและนอกประเทศเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในมิติต่าง ๆ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ ในระยะ ๕ ปี กำหนดเป้าหมายหลัก ๕ ประการ ได้แก่ ๑) ปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ๒) การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ ๓) การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม ๔) การเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืน ๕) เสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ประกอบด้วย ๔ มิติ ๑๓ หมวดหมาย

องค์การสะพานปลามีแผนงานและโครงการที่สอดคล้องกับหมวดหมายต่าง ๆ ดังนี้ หมวดหมายที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง หมวดหมายที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน หมวดหมายที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง หมวดหมายที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้า การลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค





ความเชื่อมโยงระหว่างหมวดหมู่การพัฒนา กับเป้าหมายหลัก

1. การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม	2. การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่	3. การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม	4. การเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน	5. การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่
1 เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 2 การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน 3 การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า 4 การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง 5 ประสิทธิภาพการลงทุนและโลจิสติกส์ 6 อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 7 SMEs ที่เข้มแข็งแข่งขันได้ 8 พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ 10 เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ	1 เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 2 การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน 3 การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า 4 การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง 5 ประสิทธิภาพการลงทุนและโลจิสติกส์ 6 อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 7 SMEs ที่เข้มแข็งแข่งขันได้ 8 พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ 9 ความยากจนข้ามรุ่นและความคุ้มครองทางสังคม 12 กำลังคนสมรรถนะสูง	4 การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง 5 ประสิทธิภาพการลงทุนและโลจิสติกส์ 7 SMEs ที่เข้มแข็งแข่งขันได้ 8 พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ 9 ความยากจนข้ามรุ่นและความคุ้มครองทางสังคม 10 เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ 12 กำลังคนสมรรถนะสูง 13 ภาครัฐที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ	1 เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 2 การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน 3 การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า 5 ประสิทธิภาพการลงทุนและโลจิสติกส์ 8 พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ 10 เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ 11 กัญชาทางการแพทย์และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	1 เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 4 การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง 6 อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 8 พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ 10 เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ 11 กัญชาทางการแพทย์และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 13 ภาครัฐที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ

๒.๔ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๗๐

เพื่อใช้เป็นกรอบการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมขับเคลื่อนให้เกิดผลเป็นรูปธรรม โดยเร็วและยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์ เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ประชาชนมีรายได้ดี คุณภาพชีวิตดี รักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพให้มีคุณภาพที่ดี ด้วยการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์หลัก ๓ ประการ ได้แก่ ๑) การอนุรักษ์ ฟื้นฟู จัดการการใช้ประโยชน์ทรัพยากรชีวภาพ และวัฒนธรรม ๒) การสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value creation) ให้กับทรัพยากรชีวภาพและวัฒนธรรม ๓) การสร้างความสามารถในการพึ่งตนเอง และมียุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภาคสินค้าเกษตร มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การสร้างความยั่งยืนของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพด้วยการจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และการใช้ประโยชน์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งด้วยทุนทรัพยากร อัตลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ความเกี่ยวข้องของยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๗๐) กับองค์การสะพานปลา



ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นกรอบการพัฒนาประเทศที่มุ่งสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชีวภาพ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืน ซึ่งมีความสอดคล้องและเกี่ยวข้องโดยตรงกับบทบาท ภารกิจ และการดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในฐานะหน่วยงานสำคัญของรัฐด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบตลาดสัตว์น้ำ ดังนี้

๑. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างความยั่งยืนของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ องค์การสะพานปลามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างสมดุลและยั่งยืน ผ่านการพัฒนาและบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงให้เป็นไปตามมาตรฐานสุขอนามัยสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าสัตว์น้ำ ซึ่งช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์ พันธุ์ และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรชีวภาพทางทะเลอย่างมีความรับผิดชอบ สอดคล้องกับหลัก Bio และ Green Economy

๒. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง บทบาทขององค์การสะพานปลาในการส่งเสริมอาชีพ รายได้ และสวัสดิการของชาวประมง รวมถึงการสนับสนุนสหกรณ์สมาคมประมง และผู้ประกอบการรายย่อยในห่วงโซ่อุตสาหกรรมประมง ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนชายฝั่ง โดยใช้ทุนทรัพยากรสัตว์น้ำ อัตลักษณ์ท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง

๓. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๓ การยกระดับอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืน องค์การสะพานปลามีบทบาทเป็นกลไกสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านตลาด การขนถ่าย การจัดเก็บ และโลจิสติกส์สินค้าสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมประมงและอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสะพานปลาและระบบตลาด ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เพิ่มมูลค่า และเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประมงไทยภายใต้กรอบเศรษฐกิจ BCG

๒.๕ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

เป็นกำหนดวาระการพัฒนาภายหลังปี พ.ศ. ๒๕๕๘ (post - ๒๐๑๕ development agenda) ตามกระบวนทัศน์ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยอาศัยกรอบความคิดการพัฒนาที่สมดุลเชื่อมโยงร่วมกันใน ๓ มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งประชาคมโลกตกลงร่วมกันที่จะใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานด้านการพัฒนาด้วยเป้าหมาย ๑๗ ข้อ (SDGs: ๑๗ Goals) เพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ครอบคลุมระยะเวลา ๑๕ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ – ๒๕๗๓ ประกอบด้วย ๑) ขจัดความยากจน ๒) ขจัดความหิวโหย ๓) มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ๔) การศึกษาที่เท่าเทียม ๕) ความเท่าเทียมทางเพศ ๖) การจัดการน้ำและสุขาภิบาล ๗) พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้ ๘) การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ๙) อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน ๑๐) ลดความเหลื่อมล้ำ ๑๑) เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน ๑๒) แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน



๑๓) การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ๑๔) การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล ๑๕) การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก ๑๖) สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก ๑๗) ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

SDGs คือ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ซึ่งเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาของโลกภายหลัง ปี 2558 ที่องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) กำหนด ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย ประกอบด้วย



เป้าหมายที่ 1 ขจัดความยากจน	เป้าหมายที่ 10 ลดความเหลื่อมล้ำ
เป้าหมายที่ 2 ขจัดความหิวโหย ภาวะอดอยาก	เป้าหมายที่ 11 เมืองปลอดภัย
เป้าหมายที่ 3 สุขภาพและความแข็งแรงที่ดี	เป้าหมายที่ 12 การผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน
เป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่เสมอภาคทั่วถึง	เป้าหมายที่ 13 ต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
เป้าหมายที่ 5 ความเท่าเทียมทางเพศ	เป้าหมายที่ 14 อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล
เป้าหมายที่ 6 การจัดการน้ำและสุขาภิบาล	เป้าหมายที่ 15 การจัดการระบบนิเวศทางบก
เป้าหมายที่ 7 การเข้าถึงพลังงานที่ทันสมัย	เป้าหมายที่ 16 สังคมเป็นสุข
เป้าหมายที่ 8 การเติบโตเศรษฐกิจที่ยั่งยืน	เป้าหมายที่ 17 สร้างงานเข้มแข็งในระดับสากล
เป้าหมายที่ 9 พัฒนาอุตสาหกรรม นวัตกรรม และ	

ปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาที่ยั่งยืนมี 5 องค์ประกอบ คือ

1. ประชาชน : ขจัดปัญหาความยากจนและความเท่าเทียมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
2. ความมั่นคง : ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีสอดคล้องกับธรรมชาติ
3. โลก : ปกป้องดูแลโลก ทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพภูมิอากาศเพื่อคนรุ่นหลัง
4. สันติภาพ : การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ
5. หุ้นส่วนความร่วมมือ : ร่วมมือและดำเนินการตามการะการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก



ในส่วนของประเทศไทยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนมาโดยตลอด ณ ขณะนี้ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ SDGs เป็นประเด็นสำคัญที่ถูกหยิบยกนำมาใช้ในการกำหนดเป้าหมายของประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และการวางทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อให้ทุกภาคร่วมสร้างสังคมที่เป็นสุข ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมขจัดปัญหาความยากจน ส่งเสริมการเป็นเศรษฐกิจสีเขียว มีการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

17

เมื่อพิจารณาทิศทางของเป้าหมายที่ปรากฏกับบทบาทขององค์การสะพานปลา จะพบว่ามีความสอดคล้องกันในหลายประเด็น และองค์การสะพานปลาสามารถร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวไปกับประชาคมโลกได้ ตั้งแต่เป้าหมายที่ ๑ ขจัดความยากจน ในลักษณะของบทบาทการส่งเสริมและสร้างความมั่นคงในอาชีพชาวประมงในการจับและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เป้าหมายที่ ๒ ขจัดความหิวโหยในลักษณะของการกำหนดแนวทางพัฒนาเพื่อส่งเสริมการประมงอย่างยั่งยืน รวมถึงเพิ่มปริมาณสัตว์น้ำ และปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของชาวประมง ด้วยการสร้างและส่งเสริมอาชีพชาวประมงในการจับ และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำให้มีความมั่นคงยั่งยืน โดยเฉพาะในกลุ่มขนาดเล็ก ส่วนเป้าหมายที่ ๔ การศึกษาที่เท่าเทียมกันนั้น ทางองค์การสะพานปลาควรส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคนในลักษณะของการถ่ายทอดและเผยแพร่องค์ความรู้แก่ชาวประมง หน่วยธุรกิจผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจการประมง ตลอดจนผู้ที่สนใจในกิจการประมง นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่ ๙ อุตสาหกรรมนวัตกรรมโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่ทางองค์การสะพานปลาจะสามารถส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมประมงในประเทศ ให้สามารถปรับตัวเป็นอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนได้ รวมไปถึง เป้าหมายที่ ๑๒ แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมให้มีการรีไซเคิลและลดขยะมูลฝอยในอุตสาหกรรม ธุรกิจและผู้บริโภค เป็นต้น ทางองค์การสะพานปลาควรมุ่ง



ขับเคลื่อนในลักษณะของการตระหนักถึงการผลิตที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมในระดับสากล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๒.๖ นโยบายไทยแลนด์ ๔.๐

วิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจ มีวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ ๒๑ ได้ โดยองค์การสะพานปลา ได้ดำเนินงานที่สอดคล้องกับประเทศไทยยุค ๔.๐ เพื่อมุ่งสู่การเป็นรัฐวิสาหกิจ ๔.๐ โดยมีเป้าหมายพัฒนาเกษตรกรแบบดั้งเดิม ให้เป็นเกษตรกรสมัยใหม่ ตามแนวทาง Smart Farmer ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๒.๗ แผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy)

เป็นหนึ่งในแผนการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามภูมิทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทย (Digital Landscape) ซึ่งประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ภายใต้การกำหนดแผนการพัฒนาไว้ ๔ ระยะภายใน ๒๐ ปี คือ ระยะที่ ๑ : Digital Foundation ระยะที่ ๒ : Digital Thailand : Inclusion ระยะที่ ๓ : Digital Thailand Transformation และระยะที่ ๔ : Global Digital Leadership

ยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมทั้ง ๖ ด้าน มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ๑) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันก้าวทันเวทีโลก ๒) สร้างโอกาสและความเท่าเทียมทางสังคม ๓) พัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคดิจิทัล ๔) ปฏิรูปภาครัฐ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม





ความเกี่ยวข้องของแผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) กับองค์การสะพานปลา แผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นกรอบนโยบายสำคัญในการพัฒนาประเทศสู่สังคมดิจิทัล โดยมุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างโอกาสและความเท่าเทียมทางสังคม พัฒนาทุนมนุษย์ และปฏิรูปภาครัฐซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับบทบาทและภารกิจขององค์การสะพานปลาในฐานะหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่บริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานและระบบตลาดสัตว์น้ำ ดังนี้

๑. การยกระดับประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน องค์การสะพานปลาสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้พัฒนาระบบบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง เช่น ระบบข้อมูลการขนถ่ายและซื้อขายสัตว์น้ำ ระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ระบบโลจิสติกส์ และระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้สามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศและสากล

๒. การสร้างโอกาสและความเท่าเทียมทางสังคม การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการบริการและการตลาด ช่วยให้ชาวประมง ผู้ประกอบการรายย่อย และสหกรณ์ประมงสามารถเข้าถึงข้อมูล ตลาดและบริการของรัฐได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจในชุมชนประมงและพื้นที่ชายฝั่ง

๓. การพัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคดิจิทัล แผนดิจิทัลฯ สนับสนุนให้องค์การสะพานปลาพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่ชาวประมงและผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบอาชีพและดำเนินธุรกิจ

๔. การปฏิรูปภาครัฐและการบริหารจัดการองค์กร การนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการการให้บริการ และการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ช่วยยกระดับองค์การสะพานปลาไปสู่การเป็นองค์กรภาครัฐดิจิทัลที่มีความโปร่งใส คล่องตัว และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๘ แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (คนร.) กำหนดให้มีการจัดทำแผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจฯ) เพื่อรองรับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ โดยกรอบทิศทางหลักในการพัฒนารัฐวิสาหกิจ มีดังนี้ ๑) แนวนโยบายรัฐวิสาหกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ๒) บทบาทและกรอบภารกิจของสาขาเกษตรคือการดำเนินภารกิจในเชิงส่งเสริม เพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถการแข่งขันทางการเกษตร ๓) แนวทางการพัฒนารัฐวิสาหกิจ



กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ : การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) องค์การสะพานปลา (อสป.) องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.)

กระทรวงพาณิชย์ : องค์การคลังสินค้า (อคส.)

กระทรวงมหาดไทย : องค์การตลาด (อต.)

๑) บทบาทของสาขาเกษตร

บทบาท	กยท.	อ.ส.ค.	อสป.	อ.ต.ก.	อคส.	อต.
โครงสร้างพื้นฐาน						
บริการสาธารณะขั้นพื้นฐาน						
กิจการที่ไม่มีเอกชนดำเนินการได้อย่างเพียงพอ						
กิจการที่รัฐต้องควบคุม						
ภารกิจเชิงส่งเสริม	✓	✓	✓	✓	✓	✓

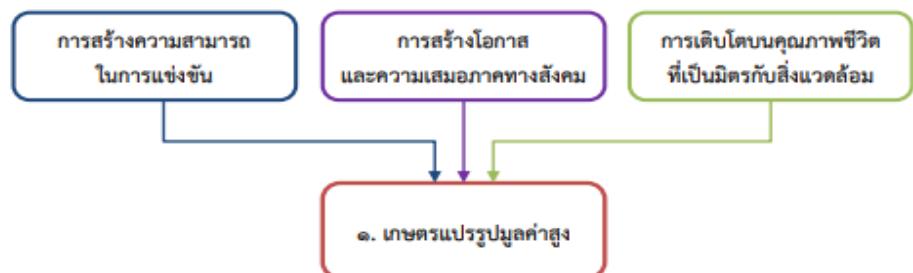
๒) กรอบภารกิจของสาขาเกษตร

การเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถการแข่งขันทางการเกษตร โดยเสริมสร้างศักยภาพด้านการผลิตและตลาดสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรและชุมชน รวมถึงสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความยั่งยืน

๓) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

ยุทธศาสตร์ชาติ

หมวดหมาย
ตามแผนพัฒนา
ฉบับที่ ๑๓



ความเกี่ยวข้องของแผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ กับองค์การสะพานปลา

แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ จัดทำขึ้นตามมติคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (คนร.) เพื่อเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาและยกระดับการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์การสะพานปลาในฐานะรัฐวิสาหกิจสังกัดภาคการเกษตรและประมง ดังนี้

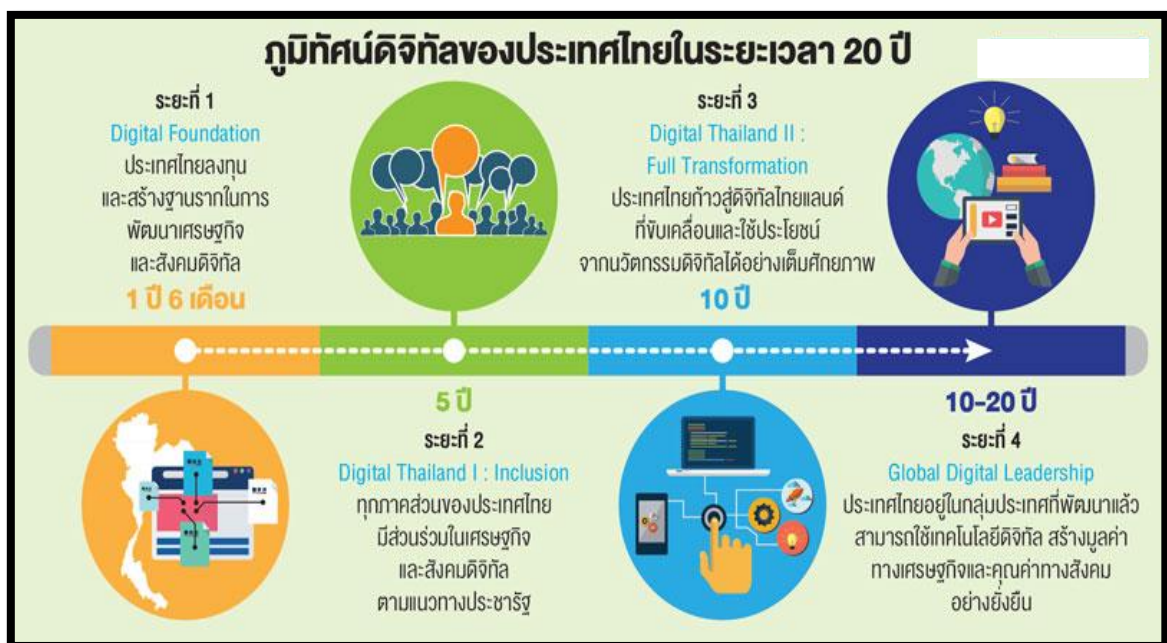
๑. ความสอดคล้องกับแนวนโยบายรัฐวิสาหกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ องค์การสะพานปลา มีบทบาทเป็นกลไกของรัฐในการสนับสนุนความมั่นคงทางอาหาร การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการเพิ่มขีดความสามารถ



ในการแข่งขันของภาคประมง ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายรัฐวิสาหกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งให้รัฐวิสาหกิจมีบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ต่อการพัฒนาประเทศ ควบคู่กับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และยั่งยืน

๒. บทบาทและกรอบภารกิจของรัฐวิสาหกิจในสาขาเกษตร แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจฯ กำหนดให้รัฐวิสาหกิจในสาขาเกษตรมุ่งดำเนินการในเชิงส่งเสริม เพิ่มมูลค่า และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางการเกษตร ซึ่งองค์การสะพานปลามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสะพานปลา ตลาดสัตว์น้ำ และระบบโลจิสติกส์ การขนถ่าย และการซื้อขายสัตว์น้ำ ที่ช่วยสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าและยกระดับอุตสาหกรรมประมงตลอดห่วงโซ่การผลิต

๓. แนวทางการพัฒนารัฐวิสาหกิจ องค์การสะพานปลาสามารถนำแนวทางการพัฒนารัฐวิสาหกิจภายใต้แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจฯ ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาองค์กรในหลายมิติ ได้แก่ การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการและธรรมาภิบาล การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงานและให้บริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจและตลาด การสร้างความยั่งยืนทางการเงินควบคู่กับการตอบสนองภารกิจเชิงสังคมและนโยบายภาครัฐ





หมวดหมายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓													
รล.	๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง	๒ การท่องเที่ยว	๓ ยานยนต์ไฟฟ้า	๔ การแพทย์/สุขภาพ	๕ การค้าการลงทุนดิจิทัล	๖ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ	๗ SME	๘ พื้นที่/เมืองอัจฉริยะ	๙ ความยากจนข้ามรุ่น	๑๐ เศรษฐกิจหมุนเวียน/carbonต่ำ	๑๑ ภัยธรรมชาติ	๑๒ กำลังคนสมรรถนะสูง	๑๓ ภาครัฐทันสมัย
กยท.	หลัก จัดการยางครบวงจรวิจัยและแปรรูปเพิ่มมูลค่าให้ตรงกับความต้องการของตลาด												
อสป.	หลัก พัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือที่มีมาตรฐานและช่วยประมงพื้นบ้าน	สนับสนุน ตลาดปลาเชิงท่องเที่ยว											
อ.ส.ภ.	หลัก ผลิตภัณฑ์หลากหลายและมูลค่าสูง	สนับสนุน ท่องเที่ยวพาร์มโคสนม											
อ.ค.ภ.	หลัก/Synergy การบริหารจัดการสินค้าเกษตรต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ												
อคส.													
อคต.													

๒.๙ แผนพัฒนาแผนยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)

เป็นการกำหนดทิศทางของการพัฒนาองค์กรตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เพื่อให้สอดคล้องจากทิศทางการพัฒนาเดิมที่เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) ซึ่งในแผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเกษตรกรของประเทศ โดยทิศทางการพัฒนาได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย และได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “เกษตรกรมั่นคง การเกษตร มั่งคั่ง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน” ประกอบไปด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร โดยเน้นให้เกษตรกรมีทักษะที่เพิ่มขึ้นและสามารถเลี้ยงตนเองได้ รวมทั้งสร้างคุณค่าให้เกษตรกรเชื่อมั่นกับการทำการเกษตรเป็นการสร้างรากฐานให้เกษตรกรไทยเข้มแข็งขึ้นและวางรากฐานการเกษตรในระยะยาว พร้อมทั้งการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการทำงานเนื่องจากสังคมไทยมีเปลี่ยนโครงสร้างไปสู่สังคมผู้สูงอายุ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรด้วยการใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ร่วมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้นและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก รวมถึงการวิจัยเรื่องปริมาณความต้องการของตลาดให้สอดคล้องกับการผลิตไม่ให้เกิด



สินค้าล้นตลาดเพราะจะทำให้เกิดภาวะราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ และแนวทางการพัฒนาฟาร์มของไทยให้เป็นฟาร์มอัจฉริยะ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตรให้สอดคล้องไปกับทิศทางของนโยบาย Thailand ๔.๐ และนโยบายการเกษตร ๔.๐ ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาไปสู่เกษตรเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบ และด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทั่วโลก

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืนมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาไปพร้อมกับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งเรียกได้ว่าแนวทางการพัฒนาจะคำนึงถึงการมีอยู่ของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในอนาคต เพื่อไม่ให้ทรัพยากรหมดไปและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย รวมทั้งการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรให้เกิดความสมดุลอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ โดยการพัฒนาทักษะและบุคลากรของทางการเกษตรให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็น Smart officers และ Smart researchers ที่มีความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการบูรณาการความเชื่อมโยงให้ทุกภาคส่วนโดยใช้กลไกประชารัฐ และการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลง และเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ

ความเกี่ยวข้องของแผนยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙)

กับองค์การสะพานปลา

แผนยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรเป็นศูนย์กลาง ควบคู่กับการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรกรมั่นคง การเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน” ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับบทบาทและภารกิจขององค์การสะพานปลาในฐานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนี้

๑. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร องค์การสะพานปลามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอาชีพและรายได้ของชาวประมง ซึ่งถือเป็นเกษตรกรกลุ่มหนึ่ง โดยการจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านสะพานปลา ตลาดสัตว์น้ำ และการอำนวยความสะดวกด้านการซื้อขาย ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพ ส่งเสริมการรวมกลุ่มของชาวประมง สหกรณ์ และสมาคมประมง ให้สามารถพึ่งพาตนเองและดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้อย่างเข้มแข็ง

๒. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร การดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในการพัฒนามาตรฐานสะพานปลา สุขอนามัย ความปลอดภัยอาหาร และระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าสัตว์น้ำ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าประมง ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และช่วยลดปัญหาสินค้าล้นตลาดผ่านการพัฒนาระบบข้อมูลและการบริหารจัดการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ



๓. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมองค์การสะพานปลามีบทบาทในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง เช่น ระบบดิจิทัลด้านการซื้อขาย การจัดเก็บข้อมูล การขนถ่าย และโลจิสติกส์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประมงให้สอดคล้องกับแนวทาง Thailand ๔.๐ และเกษตร ๔.๐

๔. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน การพัฒนาและบริหารจัดการสะพานปลาให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสียจากกิจกรรมประมง และการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และใช้ประโยชน์ทรัพยากรการเกษตรอย่างสมดุล เพื่อคงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในระยะยาว

๕. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ องค์การสะพานปลามีบทบาทในการยกระดับการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และทันสมัย โดยการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้เป็น Smart Officers การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของภาคการเกษตรและการประมง

๒.๑๐ นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์



คำแถลงนโยบายคณะรัฐมนตรี

(นายกรัฐมนตรี นายอนุทิน ชาญวีรกูล)

เมษายน ๒๕๖๙ | รัฐสภา

๓ หลักการสำคัญ

-  พักภัยสถาบันหลักของชาติ
-  ยึดมั่นระบอบประชาธิปไตยฯ
-  บริหารบนหลักนิติธรรม & ธรรมภิบาล



นโยบายเศรษฐกิจ

- แก้หนี้เบ็ดเสร็จครบวงจร
- คนละครึ่งพลัส
- หุน SMEs (Made in Thailand)
- อุตสาหกรรมใหม่ (AI/Digital/Clean Energy)



ต่างประเทศ & ความมั่นคง

- ทบนา Beyond Thailand
- เข้า OECD (๒๕๗๑)
- ปราบสเกมเมอร์/ยาเสพติด (โทษเด็ดขาด)
- ทหารอาสา (ยกเลิกเกณฑ์ทหารระยะยาว)



นโยบายสังคม

- เรียนฟรี (ออนไลน์ ทุกที่ ทุกเวลา)
- รักษาทุกที่ที่กันที่
- รองรับสังคมสูงวัย/Silver Economy
- ศูนย์บำบัดยาเสพติดทุกอำเภอ



สิ่งแวดล้อม & กัญชากัญ

- AI บริหารจัดการน้ำ
- Net Zero (๒๕๙๓ / ๒๐๕๐)
- ประกันภัยพิบัติแห่งชาติ
- เกษตรกรรุ่นใหม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



บริหารภาครัฐ & กฎหมาย

- รัฐบาลดิจิทัลอัจฉริยะ
- Super License (๑๘๐ วัน)
- ปฏิรูปราชการ (เล็กลง)
- ปราบคอร์รัปชันเชิงโครงสร้างด้วย AI

กลไกขับเคลื่อน: ระบบบูรณาการแบบกลุ่มยุทธศาสตร์ (Cluster)





นายสุริยะ จีรุงรุ่งเรืองกิจ
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

5 นโยบายหลัก

“เกษตรนวัตกรรม เพื่อความยั่งยืนเกษตรกรไทย”

- ยกระดับการผลิตด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม**
 - เปลี่ยนจากเกษตรดั้งเดิม สู่การใช้ Big Data ร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัล และ AI เพื่อทำการผลิตแบบแม่นยำ
 - ผลักดันผู้ให้บริการทางการเกษตรในชุมชน เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงเครื่องจักรกลอย่างทั่วถึง
- เพิ่มรายได้เกษตรกร**
 - ปรับปรุงสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า
 - เตรียมความพร้อมเกษตรกรไทยสู่การค้าการค้าโลกสีเขียว และมาตรฐานความปลอดภัยสากล
- พัฒนาศักยภาพเกษตรกร**
 - ยกระดับทักษะผ่านหลักสูตร Reskill และ Upskill
 - ส่งเสริมการรวมกลุ่มสหกรณ์ เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง และยกระดับเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร
- ตลาดนำการผลิต**
 - วางแผนการผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด
 - สนับสนุนให้เกิดจุดรวบรวมสินค้ามาตรฐาน และระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ
 - เร่งปราบปรามการสวมสิทธิ์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในตลาด
- บริหารจัดการทรัพยากรน้ำทั้งระบบอย่างยั่งยืน**
 - พัฒนาระบบจัดการข้อมูลน้ำที่แม่นยำ เพื่อรับมือภัยแล้งและน้ำท่วม
 - ต้นน้ำในเขื่อนหลัก/แหล่งกักเก็บน้ำระดับชุมชน รวมถึงกระจายน้ำเข้าสู่แปลงเกษตรอย่างทั่วถึง

ประเด็นที่ต้องดำเนินการ

เร่งด่วน

- มาตรการเพื่อรับมือสถานการณ์ตะวันออกกลาง**
 - ปูย (ปรับสัดส่วนการใช้ปุ๋ย เร่งเจรจาการนำเข้า และเร่งรัดโครงการวิจัยปุ๋ยชีวภาพ)
 - พลังงาน (กักตุนน้ำมันดิบขนส่งสินค้าเกษตร สืบเชื้อติดตั้ง Solar Cell ส่งเสริมเกษตรแม่นยำ เพื่อลดต้นทุนพลังงาน)
 - แรงงาน (เร่งรัดการต่ออายุ/ออกบัตรชมพูแรงงานเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบ Fast - Track)
 - ใช้กลไกทูตเกษตรและสหกรณ์ เพื่อขยายและเปิดตลาดในต่างประเทศ
- บริหารจัดการสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก และการบริโภคภายในประเทศ**
 - เร่งแก้ไขจุดคอขวดในการกระจายผลไม้ โดยเปิด Fast Lane
 - พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ
 - ส่งเสริมให้ส่วนราชการและโรงเรียน จัดซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรโดยตรงจากเกษตรกรและสหกรณ์
- บริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตรและประชาชน**
 - พัฒนาระบบปฏิบัติการน้ำอัจฉริยะ
 - เร่งรัดการก่อสร้างโครงการชลประทานขนาดใหญ่
- บริหารจัดการดินและที่ดิน**
 - มอบสิทธิในที่ดินทำกินให้แก่เกษตรกร 39,000 ราย
 - ปรับปรุง พื้นฟู และบำรุงดิน 575,000 ไร่
 - ยขยายพื้นที่เกษตรปลอดภัยการเผา ไม่น้อยกว่า 13,000 ไร่
- สร้าง Smart Farmer รุ่นใหม่**
 - ส่งเสริมอาชีพเกษตรกรไม่น้อยกว่า 86,000 ราย
 - พัฒนาแพลตฟอร์มเรียนรู้ Agri-Tech
- แก้ปัญหา PM 2.5**
 - ส่งเสริมการแปรรูปวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร
 - ส่งเสริมการขาย Carbon Credit เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกร



นโยบายรัฐบาลที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดำเนินการ

ตามที่นายกรัฐมนตรี (นายอนุทิน ชาญวีรกูล) ได้แถลงนโยบายของรัฐบาล ต่อรัฐสภาและประชาชน โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับภาคการเกษตรของประเทศ และมีความมุ่งมั่นชัดเจนในการเปลี่ยนผ่านภาคการเกษตรจากแบบดั้งเดิมไปสู่เกษตรแม่นยำ เกษตรมั่นคง เกษตรยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยอย่างเป็นรูปธรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ตระหนักถึงนโยบายและเจตนารมณ์ดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง และมี ความพร้อมในการร่วมขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การนำของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายสำคัญของรัฐบาลในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๑. ด้านเศรษฐกิจ

๑) การจัดการหนี้สินและการพัฒนาสินเชื่อสำหรับเกษตรกร

๑.๑) การช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาหนี้ (เกษตรกร) แบบเบ็ดเสร็จและเป็นองค์รวมยึดลูกหนี้เป็นศูนย์กลางเพื่อลดปัญหาหนี้สินของคนไทยและช่วยให้สามารถกลับเข้าสู่ระบบสินเชื่อได้

๑.๒) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs (สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร SF/YSF) เข้าสู่ธุรกิจและแหล่งเงินทุนในระบบเพื่อให้สามารถเข้าร่วมโครงการภาครัฐต่าง ๆ โดยเฉพาะสินเชื่อทางการเงินบนต้นทุนที่เหมาะสม

๒. ด้านเกษตร

๑) การพัฒนา Big Data, Meta Data และโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลภาคเกษตร

๑.๑) เตรียมความพร้อมในทุกมิติเพื่อพัฒนารัฐบาลดิจิทัลที่เชื่อมโยงกันทั้งระบบ และผลักดันการเปิดเผยข้อมูลเปิดของภาครัฐ ปรับกระบวนการทำงานของกระทรวงเกษตรฯ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของเกษตรกรและประชาชนได้อย่างทันทั่วถึง โปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง

๑.๒) มีฐานข้อมูลที่ครอบคลุมเกษตรกรที่สามารถเข้าถึงและเชื่อถือได้ เพื่อดำเนินการจัดทำ Meta Data and Data Governance ให้พร้อมสำหรับการเชื่อมต่อ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน บูรณาการข้อมูล และพัฒนาเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน เพื่อยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจและสังคมไทย รวมถึงเกษตรกรให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากเศรษฐกิจดิจิทัล และสามารถออกแบบและ จัดสวัสดิการแบบรวมศูนย์ คำนึงถึงสิทธิของเกษตรกรทุกกลุ่มอย่างเป็นระบบดำเนินการช่วยเหลือ เยียวยาที่เหมาะสมและตอบโจทย์ความต้องการของแต่ละกลุ่ม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๓) พัฒนาข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และ AI ในการวางแผนการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เชื่อมโยงการผลิตสินค้าเกษตรกับอุตสาหกรรมแปรรูปโดยใช้ความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเป็นตัวกำหนดทิศทางเพื่อให้ราคาสินค้าเกษตรอยู่ในระดับที่เหมาะสม

๑.๔) เพิ่มความแม่นยำในการพยากรณ์ปริมาณน้ำและสภาพอากาศในระดับตำบล



๑.๕) พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรที่ไม่สร้างภาระและต้นทุนให้แก่เกษตรกรเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความรับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน

๒) การพัฒนาทักษะดิจิทัล ทักษะแห่งอนาคต และทักษะทางการเงินให้เกษตรกร

๒.๑) การพัฒนายกระดับทักษะที่จำเป็นและทักษะแห่งอนาคตแก่เกษตรกร อาทิ ทักษะความรู้ความเข้าใจดิจิทัล (Digital literacy) ทักษะการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การสร้างระบบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้ลูกหนี้ที่มีวินัยในการชำระหนี้สม่ำเสมอ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะทางการเงิน (Financial literacy) เพื่อให้สามารถวางแผนทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒.๒) การจูงใจให้ผู้ประกอบการเกษตรมีส่วนในการสนับสนุนให้เกษตรกรที่เป็นคู่สัญญาซื้อขายมีโอกาสได้เรียนรู้ทักษะใหม่และเพิ่มทักษะที่จำเป็นต่อการยกระดับผลิตภาพหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ อาทิ การจูงใจให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ มีส่วนร่วมดูแลและพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ในห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาเครื่องมือ ที่ช่วยบริหารจัดการธุรกิจเพื่อขยายตลาดและลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ อาทิ ระบบบัญชีออนไลน์ฟรีระบบประเมินภาระภาษีฟรี ระบบใบกำกับภาษีออนไลน์ (E-invoice) ที่สามารถเชื่อมโยงกับระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-receipt) ระบบการเงินธุรกิจ (PromptBiz)

๓) การลดต้นทุนการผลิตและรายจ่ายประจำวันของเกษตรกร

๓.๑) การสร้างโอกาสในการหารายได้และลดต้นทุนให้แก่เกษตรกร ผู้ค้ารายย่อย วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SMEs

๓.๒) ดำเนินมาตรการเพื่อลดรายจ่ายให้กับพี่น้องประชาชนในการดำเนินชีวิตประจำวัน อาทิ ค่าพลังงาน (น้ำมัน ปุ๋ย) และปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้อง

๔) การส่งเสริมเทคโนโลยี Deep Tech นวัตกรรม การวิจัย และการนำไปใช้ในภาคเกษตร

๔.๑) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาคุณภาพ เพิ่มผลผลิตและ ลดต้นทุน อาทิ การพัฒนาเมล็ดพันธุ์ ต้นพันธุ์ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ วัตถุดิบอาหารสัตว์ ปุ๋ยคุณภาพสูงโดยสนับสนุนให้ภาคเกษตรกรสามารถพึ่งพาตัวเองได้ในด้านปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปุ๋ย เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าและสร้างเสถียรภาพด้านต้นทุนให้แก่เกษตรกร

๔.๒) พัฒนาการทำการเกษตรแม่นยำด้วย AI และเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อเพิ่มผลิตภาพและลดต้นทุนการทำการเกษตร รวมถึงช่วยให้เกษตรกรไทยสามารถปรับตัว ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างยืดหยุ่น

๔.๓) ยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม อาทิ การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานวิจัยหรือทดสอบเทคโนโลยีระดับสูงโดยเริ่มต้นจากอุตสาหกรรมที่ไทยมีความได้เปรียบ อาทิ เกษตร อาหาร ยาและเวชภัณฑ์ จากธรรมชาติ อุตสาหกรรมชีวภาพ

๔.๔) จัดเตรียมโครงการด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตร ด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ ด้านลดต้นทุนระบบโลจิสติกส์และ ด้านรองรับ การเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศ เพื่อ



ขอรับการสนับสนุนกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐาน กองทุนรวมวายุภักษ์ และการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน (Matching Fund) บ่มเพาะผู้ประกอบการนวัตกรรมรายใหม่ (Start-up)

๕) การพัฒนาการแปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม และห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร

๕.๑) สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนวิธีการเกษตรให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาดศักยภาพที่ของดินและแหล่งน้ำในพื้นที่

๕.๒) สร้างเสถียรภาพและยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารไทยให้เป็นศูนย์กลางความมั่นคงทางอาหารของโลกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร อย่างยั่งยืนโดยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่ใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรในพื้นที่พัฒนาใกล้เคียงที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถ นำผลผลิตไปจำหน่ายในราคา ที่เหมาะสมกับสภาวะตลาด

๕.๓) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตรให้มีประสิทธิภาพและอยู่ในระดับ ที่แข่งขันได้ สร้างความมั่นคงด้านปริมาณและคุณภาพสินค้าเกษตร

๖) การยกระดับสหกรณ์การเกษตร วิสาหกิจชุมชน และ Contract Farming

๖.๑) การสร้างองค์ความรู้และเทคนิคการเกษตรสมัยใหม่ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทานให้แก่เกษตรกรผ่านโครงการดอกเบี้ยคนละครึ่งสำหรับเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาระดับทักษะการใช้แม่ปุ๋ยและเมล็ดพันธุ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

๖.๒) การยกระดับสหกรณ์การเกษตรสู่การเป็นองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ที่มีธรรมาภิบาล เพื่อทำหน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิตและร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาช่องทางการตลาดเพิ่มอำนาจต่อรองให้แก่กลุ่มเกษตรกร รวมทั้งเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนให้เกษตรกรไทยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ปรับปรุงรูปแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) ที่มีความเป็นธรรมระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ

๗) การส่งเสริมบทบาทท้องถิ่นและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ส่งเสริมบทบาทท้องถิ่นในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ โดยการสนับสนุนข้อมูลสถิติการเกษตร บทวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจการเกษตร งานศึกษาวิจัยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมการผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิด ความร่วมมือระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่นในการวางแผนและ การพัฒนาท้องถิ่นรวมถึงนำเทคโนโลยีและงานวิจัยที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ไปสู่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์มีคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาด สร้างงาน สร้างอาชีพที่มีค่าตอบแทนเหมาะสมและมีสวัสดิการที่มั่นคงในท้องถิ่น

๘) การพัฒนาการค้าและแพลตฟอร์มการค้าดิจิทัลสำหรับสินค้าเกษตร

๘.๑) การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้สินค้าเกษตรและอาหารไทยในตลาดโลก



๘.๒) สร้างความสามารถในการแข่งขันและโอกาสให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ให้มีทักษะและความพร้อมด้านดิจิทัล เพื่อเข้าร่วม เข้าสู่แพลตฟอร์มการค้าดิจิทัลของประเทศ

๘.๓) การพัฒนากระบวนการแปรรูปด้านสุขอนามัยพืช สุขอนามัยสัตว์ รองรับการกำหนดกฎเกณฑ์ควบคุมการส่งออกสินค้าที่นำเข้ามาในประเทศเพื่อส่งออกโดยไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้ประเทศ อาทิ การปรับกลไกตรวจสอบแหล่งกำเนิดสินค้าให้เข้มงวดและโปร่งใส

๙) การแก้ไขปัญหาอนามินและการค้าที่ไม่เป็นธรรม

๙.๑) การปราบปรามสินค้าเกษตรเถื่อน

๙.๒) การประสานการปฏิบัติและบูรณาการเพื่อการจัดการปัญหาอนามินที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำธุรกิจ (ผู้รวบรวม คัดเกรด แปรรูป ส่งออก) อย่างไม่ตรงไปตรงมาเพื่อ ลดผลกระทบกับเกษตรกร ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs

๓. ด้านการท่องเที่ยว

๑) การเชื่อมโยงสินค้าเกษตรกับการท่องเที่ยวและสินค้า GI

๑.๑) การเชื่อมโยงสินค้าและบริการไทยผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวผนวกสินค้าและบริการไทย อาทิ ผลไม้ อาหาร และสปาให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่เกษตรกร ผู้ประกอบการแปรรูปไปจนถึงธุรกิจชุมชนทำให้เกิดกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

๑.๒) ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เชื่อมโยงกับสินค้า GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและยั่งยืน

๔. ด้านการค้าต่างประเทศและความมั่นคง

๑) การเปิดตลาดใหม่ และการค้าระหว่างประเทศ ทูตเกษตร และหน่วยงานด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร ด้านการค้าระหว่างประเทศ ของกระทรวงเกษตรฯ ยกระดับการค้าเสรีกับคู่ค้าเดิมและดำเนินการเชิงรุกในการ เปิดตลาดใหม่ขยายกรอบมูลค่าธุรกิจโดยการเจรจาเพื่อสร้างห่วงโซ่มูลค่าให้กับสินค้า และบริการของไทยกับประเทศพันธมิตร เน้นการกระจายตลาดลดการพึ่งพาสถานที่ใดตลาดหนึ่ง ลดความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศหลักและสร้างโอกาสให้ผู้ส่งออกรายย่อยโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs โดย ยึดมั่นในระบอบพหุภาคีโดยเฉพาะกรอบสหประชาชาติ หลักกฎหมายระหว่างประเทศ หลักการและค่านิยมสากล เพื่อให้ไทยมีบทบาทในการนำอาเซียนรับมือกับความท้าทายจากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในการเป็นประธานอาเซียนของไทยในปี พ.ศ. ๒๕๗๑ ตลอดจนเร่งผลักดันไทยเข้าเป็นสมาชิก OECD ภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๑ และเสริมสร้างเสถียรภาพ โดยยึดผลประโยชน์ของไทยเป็นที่ตั้งและรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับทุกขั้วอำนาจในบริบทโลกหลายขั้ว กระชับความสัมพันธ์กับมหาอำนาจขนาดกลางและพันธมิตรใหม่ในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อสร้างทางเลือกและเพิ่มความยืดหยุ่นในการถ่วงดุลระหว่างขั้วอำนาจต่าง ๆ (เตรียมการรองรับ De coupling Economy, Geo Economic, Geo politics)



๕. ด้านภัยพิบัติและสิ่งแวดล้อม

๑) การจัดการทรัพยากรน้ำและป้องกันภัยพิบัติ

๑.๑) บริหารจัดการน้ำและป้องกันภัยพิบัติอย่างเป็นระบบ โดยเร่งรัดการพัฒนาข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และใช้ AI ในการวิเคราะห์ พยากรณ์ ข้อมูลการบริหารจัดการน้ำและการพยากรณ์อากาศ ทั้งระบบให้มีความแม่นยำระดับตำบล เร่งลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านน้ำเพื่อป้องกันภัยพิบัติและกักเก็บน้ำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้ทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และภาคครัวเรือนมีน้ำใช้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ควบคู่กับการยกระดับการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีความรับผิดชอบที่ชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการน้ำตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนเร่งพัฒนาระบบการแจ้งเตือนภัยและบริหารสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีเอกภาพบนฐานข้อมูลดิจิทัล เพื่อลดความสูญเสีย ต่อชีวิตทรัพย์สิน และสามารถให้การช่วยเหลือ/เยียวยาเกษตรกรและประชาชนที่ได้รับผลกระทบอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ

๑.๒) พัฒนาระบบประกันภัยพิบัติแห่งชาติ (ประกันภัยพิบัติด้านการเกษตร) ที่ครอบคลุมเกษตรกรทุกระดับเรือนเพื่อสร้างหลักประกันและลดความเสี่ยงจาก ภัยธรรมชาติ โดยออกแบบกลไกการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศมีความยั่งยืนทางการคลังและสามารถให้ความคุ้มครองและเยียวยาผลกระทบได้อย่างรวดเร็ว เป็นธรรม เมื่อเกิดภัยพิบัติ รวมทั้งช่วยเสริมสร้างความมั่นคงของครัวเรือนและ ลดผลกระทบทางเศรษฐกิจในภาพรวม

๒) ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๒.๑) ผลักดันให้ประเทศบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็น ศูนย์ภายในปี พ.ศ. ๒๕๙๓ (ค.ศ. ๒๐๕๐) เพื่อรับมือกับการค้าระหว่างประเทศและ ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดย

- พัฒนาระดับวิถีเกษตรกรสู่เกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการเพาะปลูกที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ป้องกันและลดการเผาใน ภาคการเกษตรเพื่อแก้ปัญหาฝุ่นละออง PM ๒.๕ และส่งเสริมการทำเกษตรที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ (Zoning by Agri-map) โดยสนับสนุนการเข้าถึงสินเชื่อต้นทุนต่ำสำหรับการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ผลผลิตมีความสม่ำเสมอทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ การกำจัดเศษวัสดุทางการเกษตรที่มีต้นทุนต่ำ และการพัฒนาอุตสาหกรรมถ่านชีวภาพ (Biochar) เพื่อการส่งออก

- ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดภาคเกษตรที่เชื่อมโยงกับโครงสร้างตลาดพลังงานทางเลือก พลังงานสะอาด พร้อมทั้งสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ในภาพรวมของประเทศและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคการเกษตร

- จัดตั้งตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่ได้มาตรฐานสากลและผลักดันกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว อาทิ ร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. ...



จัดทำระบบฐานข้อมูลเกษตรกร (พีช ปศุสัตว์ ประมง) เพื่อรองรับการให้สินเชื่อทางการเงินสีเขียวเพื่อเพิ่มโอกาสให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่ำ จัดทำระบบการตรวจวัดและประเมินปริมาณการปล่อย การลดและการกักเก็บก๊าซเรือนกระจกตามหลักมาตรฐานสากล ระบบ MRV (Monitor Report Verify) เพื่อให้สามารถซื้อขายคาร์บอนเครดิตของไทยในตลาดสากลได้ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการหารายได้จากคาร์บอนเครดิตให้กับเกษตรกร ชุมชนและผู้ประกอบการเกษตรไทยในระยะยาว

๓) การจัดการดิน ที่ดิน และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

๓.๑) การอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณค่า (ดิน น้ำ ที่ดิน) และเร่งจัดสรรที่ดินทำกิน (สปก.) ควบคู่กับการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ชุมชน เพื่อลดการบุกรุกและรักษาพื้นที่ป่า สนับสนุนการจัดทำผังเมืองที่สนับสนุนการใช้ประโยชน์ที่ดินตามศักยภาพ (Zoning by Agri Map) และทรัพยากรในพื้นที่

๓.๒) ดำเนินการจัดการที่ดินเพื่อให้เกษตรกรมีความมั่นคงในสิทธิที่ดินทำกินอย่างเป็นธรรม ดำเนินการตรวจสอบและจัดระเบียบการใช้ประโยชน์ที่ดิน

๖. ด้านการบริหารภาครัฐและการปฏิรูปกฎหมาย

๑) การปฏิรูประบบราชการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกฎหมาย

๑.๑) เตรียมความพร้อมในทุกมิติเพื่อปรับโครงสร้างกระทรวง บทบาท ภารกิจและกฎหมายที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานให้ชัดเจน ลดภารกิจที่ซ้ำซ้อน จัดทำมาตรการเกษียณอายุก่อนกำหนดและมาตรการอื่นที่จำเป็นเพื่อให้ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เปลี่ยนบทบาทภาครัฐเป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” ให้เหลือบทบาท “ผู้ควบคุม” เพียงเท่าที่จำเป็น ควบคู่กับการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ Work from Anywhere เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รวมถึงเป็นการประเมินที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ตลอดจนดำเนินการลดรายจ่ายของภาครัฐที่ไม่จำเป็นและไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรง อาทิ การลงทุนในสิ่งปลูกสร้างที่ไม่จำเป็น การศึกษาดูงานต่างประเทศ

๑.๒) เร่งยกเลิกกฎหมายที่หมดความจำเป็นหรือซ้ำซ้อนกับกฎหมายอื่น ปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าการลงทุนสมัยใหม่ การทบทวนกฎหมายที่ใช้บังคับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายลำดับรอง ที่กำหนดกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งสร้างภาระงบประมาณและภาระ แก่เกษตรกรและประชาชน โดยจะลดกระบวนการและขั้นตอนที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุดและสามารถให้บริการแก่เกษตรกรและประชาชนด้วยดิจิทัลมากที่สุดซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยลดการใช้ดุลพินิจที่ไม่จำเป็นอันเป็นบ่อเกิดของการทุจริตคอร์รัปชันด้วย

๑.๓) เตรียมความพร้อมในทุกมิติเพื่อรองรับกฎหมายว่าด้วยการอำนวยความสะดวกและการให้บริการสาธารณะแก่เกษตรกรและประชาชน ซึ่งเป็นระบบหลัก (Super License) และปฏิรูปกระบวนการอนุมัติอนุญาต ให้มีความรวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดขั้นตอนและดุลพินิจที่ไม่จำเป็น เตรียมความพร้อมในทุกมิติเพื่อรองรับกฎหมายว่าด้วยการอำนวยความสะดวกและการให้บริการสาธารณะแก่เกษตรกรและ



ประชาชน ซึ่งเป็นระบบหลัก (Super License) รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลสาธารณะให้สอดคล้องกับหลักปฏิบัติของ OECD บูรณาการฐานข้อมูลภาครัฐเชื่อมข้อมูลขนาดใหญ่และใช้ AI เป็นเครื่องมือตรวจจับและประมวลผล เพื่อลดโอกาสและความเสี่ยงของการเกิดทุจริต ตลอดจนกำกับ ติดตาม และเร่งรัดการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ โดยมีตัวชี้วัดที่ระดับดัชนีการรับรู้การทุจริตของประเทศไทยให้ปรับตัว ดีขึ้น

ความเชื่อมโยงนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับภารกิจองค์การสะพานปลา

ลำดับ	นโยบายภาครัฐ	แนวทางดำเนินการตามนโยบาย	ภารกิจที่เกี่ยวข้องของ อสป.	แนวทางการขับเคลื่อนของ อสป.
๑	ยกระดับการผลิตด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล Big Data และ AI	การพัฒนาระบบบริหารจัดการสะพานปลาและตลาดสัตว์น้ำ	พัฒนาระบบตลาดปลาอัจฉริยะ (Smart Fish Market) และระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)
๒	เพิ่มรายได้เกษตรกร	ยกระดับมูลค่าสินค้าและสร้างช่องทางการตลาด	การเป็นศูนย์กลางรับซื้อและจำหน่ายสัตว์น้ำ	พัฒนาพื้นที่จำหน่ายสินค้า การประมูลและตลาดค้าปลีก/ออนไลน์
๓	พัฒนาศักยภาพเกษตรกร	Reskill / Upskill และส่งเสริมการรวมกลุ่ม	การส่งเสริมผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในพื้นที่	จัดอบรม พัฒนาศักยภาพผู้ค้าและชาวประมง ส่งเสริมการรวมกลุ่ม
๔	ตลาดนำการผลิต	วางแผนการผลิตตามความต้องการตลาด	การเป็นศูนย์กลางตลาดสัตว์น้ำ	พัฒนาระบบข้อมูลราคาและปริมาณสินค้าเพื่อเชื่อมโยงการผลิตกับตลาด
๕	บริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน	พัฒนาแหล่งน้ำและระบบบริหารจัดการน้ำ	การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่สะพานปลา	พัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียและการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ



ความเชื่อมโยง “ประเด็นเร่งด่วน” กับภารกิจองค์การสะพานปลา

ลำดับ	ประเด็นเร่งด่วน	แนวทางดำเนินการ	ภารกิจที่เกี่ยวข้องของ อสป.	แนวทางการขับเคลื่อนของ อสป.
๑	รับมือสถานการณ์ พลังงาน	ใช้พลังงานทางเลือก	การบริหารโครงสร้าง พื้นฐาน	ติดตั้ง Solar Cell ในพื้นที่สะพานปลาเพื่อ ลดต้นทุนพลังงาน
๒	ส่งออกสินค้า เกษตร	เพิ่มช่องทางการส่งออกและ มาตรฐานสินค้า	การเป็นศูนย์กระจายสินค้า	พัฒนาระบบ Cold Chain และยกระดับ มาตรฐานสินค้าเพื่อการส่งออก
๓	บริหารจัดการน้ำ	พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อ การเกษตร	การบริหารจัดการระบบ สาธารณูปโภค	ปรับปรุงระบบน้ำใช้ในสะพานปลา
๔	บริหารจัดการที่ดิน	จัดสรรและใช้ประโยชน์ที่ดิน	การบริหารทรัพย์สินของ อสป.	พัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์และตลาดให้เกิด มูลค่าเพิ่ม
๕	สร้าง Smart Farmer	ส่งเสริมเกษตรกรรุ่นใหม่	การพัฒนาเครือข่าย ผู้ใช้บริการ	เชื่อมโยงเกษตรกร/ชาวประมงกับตลาด ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล
๖	แก้ปัญหา PM ๒.๕	ลดมลพิษและส่งเสริม สิ่งแวดล้อม	การกำกับดูแลด้าน สิ่งแวดล้อม	บริหารจัดการของเสียและส่งเสริมพลังงาน สะอาดในพื้นที่

องค์การสะพานปลามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะด้านการเป็น ศูนย์กลางตลาดสัตว์น้ำ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการเชื่อมโยงการผลิตกับตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ ชาวประมง ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจภาคการประมงอย่างยั่งยืน

๒.๑๑ นโยบายคณะกรรมการองค์การสะพานปลา

เมื่อวันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๘ องค์การสะพานปลาจัดประชุมเชิงปฏิบัติการทบทวนแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ พร้อมจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙ องค์การสะพานปลา พร้อมประธาน กรรมการ คณะกรรมการ โดยมีผู้บริหารองค์การสะพานปลาในส่วนกลาง และผู้บริหารส่วนภูมิภาคเข้าร่วมประชุม เพื่อเป็นการถ่ายทอดนโยบายของคณะกรรมการองค์การสะพานปลา และการมีส่วนร่วมของผู้บริหารลงสู่การ ปฏิบัติในการกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร รวมถึงเป็นแนวทางในการจัดทำแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๙) และการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ โดยจัดให้ผู้เข้าร่วมประชุมระดม



ความคิดเห็นจัดทำ Workshop โดยคณะกรรมการฯ ร่วมให้ความรู้ความเข้าใจร่วมกัน อีกทั้งยังมีข้อเสนอแนะวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ และได้วางนโยบายกำกับดูแลการดำเนินงานขององค์การสะพานปลา พิจารณานุมัติแผนการดำเนินงานและนโยบายที่ชัดเจนขององค์การสะพานปลาแล้วนำเสนอแผนดำเนินงานและโครงการรายปีต่อกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพื่อขออนุมัติกรอบงบประมาณจากสำนักงบประมาณ

ประธานและคณะกรรมการองค์การสะพานปลาได้ให้นโยบายแผนงานไว้ ดังนี้

๑. การดำเนินงานอย่างมีความต่อเนื่องและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ให้หน่วยงานพิจารณาโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีความเชื่อมโยงและต่อเนื่องจากปีงบประมาณที่ผ่านมา โดยให้พิจารณาถึงความสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ ตลอดจนคำนึงถึงประสิทธิภาพของการบริหารจัดการภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างรอบคอบ

๒. การเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรบุคคลและองค์กร

ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในทุกระดับ โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ อันเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้สามารถปรับตัวแข่งขันกับภาคเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มและระบบดิจิทัลในการจัดเก็บรายได้และให้บริการประชาชนอย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส

๓. บทบาทในการกำกับดูแลและส่งเสริมภาคการประมง

องค์กรควรมีบทบาทเชิงรุกในการควบคุม กำกับดูแล และส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการประมง ให้ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน รวมทั้งพัฒนากลไกด้านสินเชื่อประมงเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในระดับฐานราก เช่น การให้สินเชื่อเพื่อจัดหาอุปกรณ์ติดตามเรือประมง (VMS) ซึ่งจะช่วยยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยและความโปร่งใสในภาคการประมงไทย

๔. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแปรรูปสินค้า

สนับสนุนและผลักดันผลิตภัณฑ์จากชุมชนประมงให้สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ตลอดจนใช้แบรนด์ของหน่วยงาน (FMO) เป็นสื่อกลางในการสร้างภาพลักษณ์และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

๕. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเพิ่มศักยภาพการใช้ประโยชน์

๑) ให้ดำเนินการสำรวจ วิเคราะห์ และจำแนกอสังหาริมทรัพย์ของหน่วยงานตามระดับศักยภาพการใช้ประโยชน์อย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาแยกประเภทตามความเหมาะสม อาทิ อสังหาริมทรัพย์ที่มีศักยภาพสูง ศักยภาพน้อย หรือไม่มีศักยภาพ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนาทรัพย์สินให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๒) ดำเนินการพัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือสะพานปลาที่มีศักยภาพการปรับรูปแบบในบทบาท หน้าที่ขององค์การสะพานปลาเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมควบคู่กันไป อาทิ การจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว



ร้านอาหาร ร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน และเพิ่มศักยภาพการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของหน่วยงานอย่างเต็มที่

๖. การประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน

เปิดกว้างให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและลงทุน โดยเฉพาะในด้านนวัตกรรม การพัฒนาสินทรัพย์ และการสร้างแบรนด์สินค้า โดยต้องคำนึงถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

๗. การพัฒนาองค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาล

ให้ทุกหน่วยงานดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ยึดหลักธรรมาภิบาล และคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ พร้อมทั้งประเมินและจัดลำดับความสำคัญของทรัพย์สินและโครงการต่าง ๆ อย่างรอบด้าน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

๘. การต่อยอดโครงการที่ประสบผลสำเร็จในอดีต

พิจารณานำโครงการที่เคยประสบผลสำเร็จในอดีต อาทิ โครงการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในราคาประหยัดให้แก่เรือประมงพื้นบ้าน มาดำเนินการต่อยอดอย่างเหมาะสม โดยให้ดำเนินการถอดบทเรียน วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ รวมถึงอุปสรรคที่เคยเกิดขึ้น เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานในรูปแบบที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสามารถขยายผลให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมต่อพี่น้องชาวประมงในวงกว้างต่อไป

๙. การย้ายสำนักงานใหญ่

การพิจารณาดำเนินให้คำนึงถึงความเหมาะสมในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง การเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกระดับ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงาน ลดภาระค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการกิจของหน่วยงานโดยรวม



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๖๖)





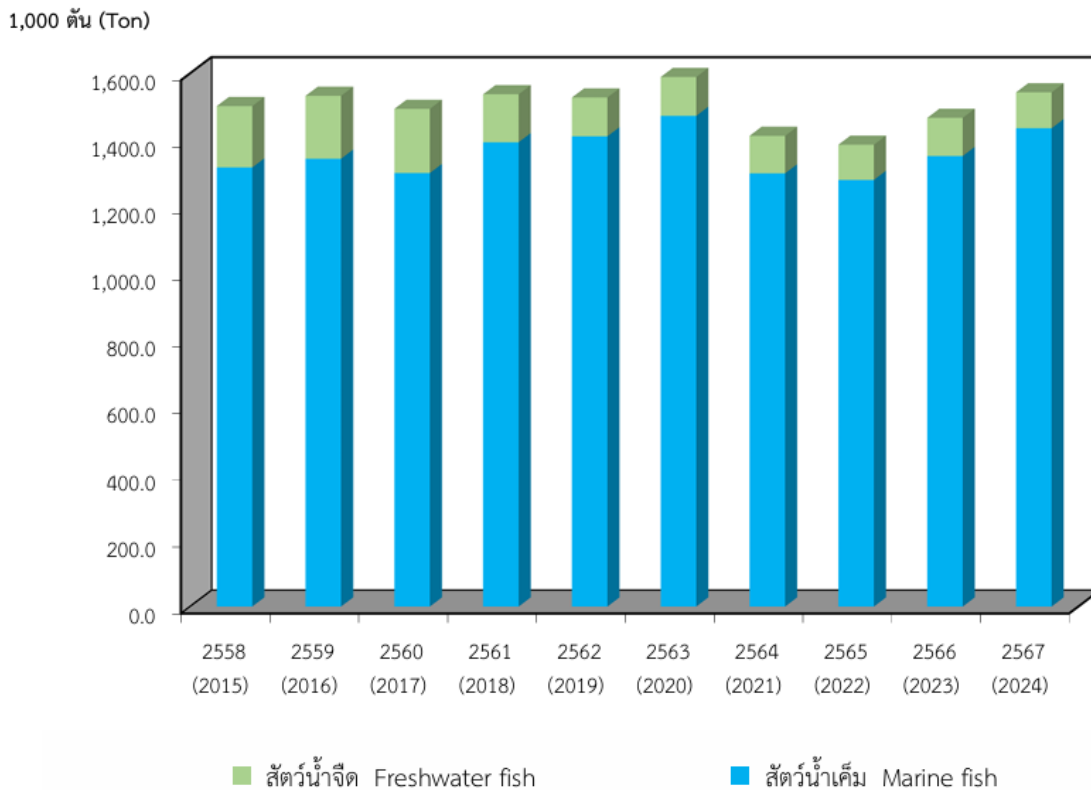
บทที่ ๓

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Scanning)

๓.๑ สถานการณ์การประมงของไทย

สถิติการประมงแห่งประเทศไทย ในปี ๒๕๖๗ ปริมาณสัตว์น้ำทั้งหมด ๒,๕๔๑,๔๐๐ ตัน คิดเป็นมูลค่าทั้งหมด ๑๘๒,๙๗๖.๓๐ ล้านบาท โดยแยกเป็น สัตว์น้ำเค็ม (ประกอบด้วย ปลา กุ้ง ปู หมึก หอย และอื่น ๆ) จำนวน ๑,๙๖๕,๑๐๐ ตัน มูลค่า ๑๔๕,๘๓๙.๙๐ ล้านบาท และสัตว์น้ำจืด (ประกอบด้วย ปลา กุ้ง และอื่น ๆ) จำนวน ๕๗๖,๓๐๐ ตัน มูลค่า ๓๗,๑๓๖.๔๐ ล้านบาท

แผนภูมิแสดงปริมาณสัตว์น้ำเค็มและสัตว์น้ำจืดที่จับได้ ปี ๒๕๕๘ - ๒๕๖๗



ที่มา : กลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง
ตารางแสดงปริมาณสัตว์น้ำทั้งหมด จำแนกตามกลุ่มสัตว์น้ำ ปี ๒๕๕๘ – ๒๕๖๗



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

ปริมาณ (Unit) : 1,000 ตัน (Ton)

ปี Year	รวม Total	สัตว์น้ำเค็ม Marine fisheries							สัตว์น้ำจืด Freshwater fisheries			
		รวม Sub- total	ปลา Fish	กุ้ง Shrimps	ปู Crabs	หมึก Squids & Cuttlefishes	หอย Molluscs	อื่นๆ Others	รวม Sub- total	ปลา Fish	กุ้ง Shrimps	อื่นๆ Others
2548 (2005)	4,118.6	3,380.4	2,292.5	482.8	37.9	159.4	371.1	36.7	738.2	699.6	33.2	5.4
2549 (2006)	4,053.1	3,311.7	2,064.7	570.1	47.4	147.5	342.1	139.9	741.4	697.7	31.0	12.7
2550 (2007)	3,675.4	2,924.7	1,837.9	586.6	35.1	131.8	324.9	8.4	750.7	708.6	35.6	6.5
2551 (2008)	3,204.2	2,453.1	1,292.9	560.6	30.5	113.0	306.1	150.0	751.1	710.3	36.4	4.4
2552 (2009)	3,287.3	2,558.6	1,344.1	629.9	31.6	110.5	324.3	118.2	728.7	695.5	27.8	5.4
2553 (2010)	3,062.6	2,356.7	1,345.0	614.0	31.8	127.0	201.6	37.3	705.9	676.9	23.3	5.7
2554 (2011)	3,036.5	2,427.4	1,292.6	660.0	36.0	128.4	204.9	105.5	609.1	581.5	22.1	5.5
2555 (2012)	2,991.6	2,317.9	1,260.5	655.2	40.5	119.9	200.1	41.7	673.7	648.6	19.9	5.2
2556 (2013)	2,822.1	2,176.0	1,296.4	366.7	31.3	117.0	236.9	127.7	646.1	621.4	19.7	5.0
2557 (2014)	2,567.8	1,970.9	1,254.3	320.3	28.4	100.9	201.8	65.2	596.9	574.6	18.0	4.3
2558 (2015)	2,421.6	1,826.0	1,093.9	326.4	26.9	91.0	211.2	76.6	595.6	572.9	17.4	5.3
2559 (2016)	2,413.9	1,843.4	1,086.8	378.8	36.1	109.0	168.7	64.0	570.5	545.9	22.2	2.4
2560 (2017)	2,381.7	1,781.9	1,072.2	396.2	35.9	98.1	118.4	61.1	599.8	570.5	23.0	6.3
2561 (2018)	2,458.7	1,889.0	1,156.8	427.2	34.0	111.2	101.8	58.0	569.7	531.0	34.0	4.7
2562 (2019)	2,490.6	1,947.2	1,203.7	462.0	52.6	98.3	122.0	8.6	543.4	504.2	34.4	4.8
2563 (2020)	2,600.2	2,028.8	1,249.9	437.3	47.3	99.7	147.1	47.5	571.4	524.4	43.2	3.8
2564 (2021)	2,402.9	1,839.6	1,108.0	441.8	49.0	92.3	116.6	31.9	563.3	513.9	45.4	4.0
2565 (2022)	2,386.7	1,814.0	1,108.2	444.2	51.4	96.5	103.8	9.9	572.7	522.5	46.8	3.4
2566 (2023)	2,467.3	1,892.7	1,192.8	445.1	52.5	86.0	106.9	9.4	574.6	527.3	43.5	3.8
2567 (2024)	2,541.4	1,965.1	1,262.9	459.9	56.5	86.6	91.2	8.0	576.3	527.9	44.0	4.4

ที่มา : กลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

ตารางแสดงมูลค่าสัตว์น้ำทั้งหมด จำแนกตามกลุ่มสัตว์น้ำ ปี ปี ๒๕๔๘ – ๒๕๖๗

มูลค่า (Value) : ล้านบาท (Million Baht)

ปี Year	รวม Total	สัตว์น้ำเค็ม Marine Fisheries							สัตว์น้ำจืด Freshwater Fisheries			
		รวม Sub- total	ปลา Fish	กุ้ง Shrimps	ปู Crabs	หมึก Squids & Cuttlefishes	หอย Molluscs	อื่นๆ Others	รวม Sub- total	ปลา Fish	กุ้ง Shrimps	อื่นๆ Others
2548 (2005)	141,026.1	113,010.7	42,326.1	56,109.6	2,609.0	9,781.8	2,049.7	134.5	28,015.4	23,617.7	3,952.8	444.9
2549 (2006)	146,967.3	118,336.7	41,565.2	60,920.4	3,871.2	9,212.6	2,501.1	266.2	28,630.6	23,619.2	4,126.2	885.2
2550 (2007)	138,331.3	107,976.7	36,699.8	56,787.9	3,223.4	8,796.5	2,428.2	40.9	30,354.6	25,458.1	4,307.2	589.3
2551 (2008)	129,308.2	97,292.3	26,184.1	58,165.2	2,926.0	7,484.8	2,420.2	112.0	32,015.9	26,780.6	4,404.9	830.4
2552 (2009)	141,735.5	109,325.0	27,641.5	67,790.8	3,083.7	7,488.6	3,247.3	73.1	32,410.5	28,011.9	3,706.2	692.4
2553 (2010)	143,248.9	110,126.0	29,947.4	65,312.0	3,190.9	9,073.3	2,536.6	65.8	33,122.9	28,766.9	3,641.2	714.8
2554 (2011)	162,738.1	131,053.2	32,198.6	81,620.1	3,797.0	10,410.0	2,904.0	123.5	31,684.9	26,611.9	4,347.4	725.6
2555 (2012)	174,393.2	138,128.3	35,659.8	82,353.9	4,792.0	11,503.9	3,704.3	114.4	36,264.9	31,140.3	4,379.6	745.0
2556 (2013)	158,568.6	121,544.2	37,566.4	63,894.9	4,029.9	11,461.7	4,209.4	381.9	37,024.4	31,472.8	4,876.4	675.2
2557 (2014)	145,413.9	110,456.1	36,093.6	56,771.4	4,058.6	9,563.4	3,778.6	190.5	34,957.8	29,844.6	4,532.8	580.4
2558 (2015)	140,747.5	105,531.1	34,841.5	51,634.8	4,240.7	9,242.4	5,295.6	276.1	35,216.4	30,164.9	4,406.1	645.4
2559 (2016)	153,338.5	119,344.5	33,611.7	61,756.6	5,948.8	11,709.5	6,006.7	311.2	33,994.0	28,729.9	5,062.7	201.4
2560 (2017)	159,840.9	127,576.5	37,364.2	67,018.1	5,707.3	11,727.2	5,222.0	537.7	32,264.4	26,634.6	5,317.7	312.1
2561 (2018)	168,773.9	133,913.9	38,720.5	66,019.0	6,777.3	15,265.7	6,835.9	295.5	34,860.0	26,110.7	8,423.3	326.0
2562 (2019)	172,285.4	139,310.5	40,189.1	68,280.5	10,019.6	12,399.9	8,340.1	81.3	32,974.9	25,272.1	7,389.3	313.5
2563 (2020)	166,338.8	132,013.3	38,686.0	63,764.5	9,893.8	13,314.5	6,122.8	231.7	34,325.5	25,980.9	8,100.1	244.5
2564 (2021)	166,819.7	132,808.7	38,988.5	63,947.9	9,145.7	14,851.4	5,657.8	217.4	34,011.0	25,747.8	8,005.9	257.3
2565 (2022)	176,403.1	140,884.4	40,518.0	68,479.3	9,508.2	16,912.2	5,127.9	338.8	35,518.7	26,291.8	9,002.4	224.5
2566 (2023)	175,157.7	139,763.3	44,301.4	62,720.1	10,946.8	15,408.7	6,065.5	320.8	35,394.4	26,835.3	8,323.9	235.2
2567 (2024)	182,976.3	145,839.9	46,669.5	66,328.5	12,065.0	14,797.5	5,737.5	241.9	37,136.4	27,701.4	9,137.8	297.2

ที่มา : กลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง



การค้าสินค้าประมงของไทยในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ - ๒๕๖๗) มูลค่าการค้าสินค้าประมงของไทยเฉลี่ย ๓ แสนล้านบาทต่อปี ในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา พบว่า ปริมาณการนำเข้าเฉลี่ย ๒.๐๔ ล้านตันต่อปี มูลค่า ๑๒๘,๓๖๖ ล้านบาทต่อปี โดยปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๓.๔๑ ต่อปี และมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๖.๓๐ ต่อปี ส่วนปริมาณการส่งออกเฉลี่ย ๑.๖๐ ล้านตันต่อปี มูลค่าเฉลี่ย ๒๑๓,๐๒๓ ล้านบาทต่อปี โดยปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๐.๗๙ ต่อปี มูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑.๙๒ ต่อปี ส่งผลทำให้มีดุลการค้าเกินดุลเฉลี่ย ๘๔,๖๕๗ ล้านบาทต่อปี โดยมูลค่าการนำเข้าและส่งออกในปี ๒๕๖๗ เป็นมูลค่าสูงสุดในรอบ ๑๐ ปี

ปริมาณ : ตัน มูลค่า : ล้านบาท

ปี	การนำเข้า		การเปลี่ยนแปลง		การส่งออก		การเปลี่ยนแปลง		ดุลการค้า (ล้านบาท)
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
2558	1,626,642	90,250			1,683,552	208,141			117,891
2559	1,895,437	113,893	16.52	26.20	1,666,249	220,547	-1.03	5.96	106,654
2560	1,939,170	126,105	2.31	10.72	1,510,118	218,448	-9.37	-0.95	92,343
2561	2,145,985	132,964	10.67	5.44	1,560,664	213,037	3.35	-2.48	80,072
2562	2,140,415	124,381	-0.26	-6.46	1,546,150	197,583	-0.93	-7.25	73,202
2563	2,226,979	120,127	4.04	-3.42	1,646,585	196,786	6.50	-0.40	76,658
2564	2,134,029	124,478	-4.17	3.62	1,557,507	195,220	-5.41	-0.80	70,741
2565	2,193,234	158,431	2.77	27.28	1,592,974	229,123	2.28	17.37	70,693
2566	1,948,981	145,442	-11.14	-8.20	1,476,737	211,286	-7.30	-7.79	65,844
2567	2,142,923	147,593	9.95	1.48	1,757,346	240,062	19.00	13.62	92,468
เฉลี่ย	2,039,380	128,366	3.41	6.30	1,599,788	213,023	0.79	1.92	84,657

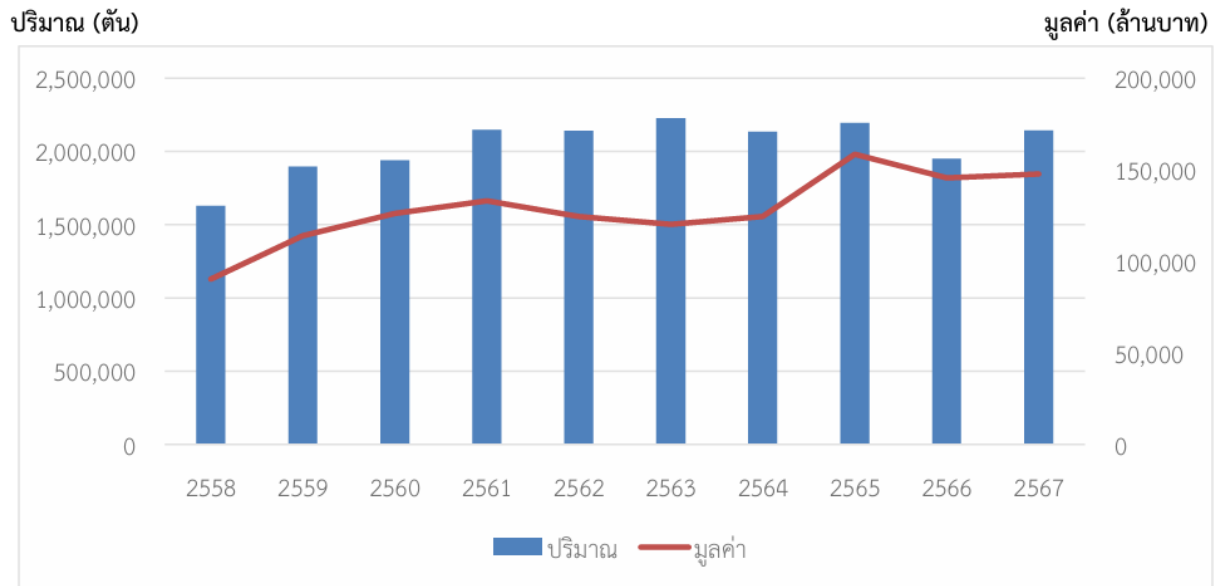
ที่มา : กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง

ประมวลผลจากข้อมูลกรมศุลกากร

การนำเข้า ในรอบ ๑๐ ปีที่ผ่านมา ปริมาณการนำเข้าเฉลี่ยปีละ ๒.๐๔ ล้านตันต่อปี มูลค่า ๑๒๘,๓๖๖ ล้านบาทต่อปี โดยปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๓.๔๑ ต่อปี และมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๖.๓๐ ต่อปี โดยปี ๒๕๖๓ ปริมาณการนำเข้าสูงสุด ๒,๒๒๖,๙๗๙ ตัน ส่วนมูลค่านำเข้าสูงสุดในปี ๒๕๖๕ เท่ากับ ๑๕๘,๔๓๑ ล้านบาท



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)



ตลาดนำเข้าสินค้าประมงของไทยที่สำคัญ

ปริมาณ : ตัน มูลค่า : ล้านบาท

ปี	กลุ่มอาเซียน		จีน		กลุ่มอเมริกาใต้		ไต้หวัน		อินเดีย		กลุ่มเอฟต้า	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2558	320,229	16,476	238,981	13,590	70,940	5,691	144,776	6,816	56,993	4,665	30,148	4,088
2559	583,796	23,452	267,533	16,919	48,046	5,966	156,477	8,955	77,407	6,473	31,935	5,547
2560	661,731	26,282	202,585	14,399	54,023	7,992	129,407	8,954	128,438	9,301	32,414	6,138
2561	661,416	26,872	200,932	14,032	64,815	8,719	147,118	8,932	149,785	11,172	35,026	6,086
2562	652,479	25,390	211,421	14,641	65,348	7,986	164,581	9,179	90,886	7,587	39,063	7,241
2563	742,824	26,619	216,429	14,785	81,511	8,533	166,527	8,749	56,333	4,800	33,680	6,156
2564	677,927	25,581	194,035	12,837	113,239	11,562	145,314	7,330	98,672	8,813	43,286	9,436
2565	582,837	28,670	225,917	16,604	113,670	14,366	139,585	8,899	157,633	12,878	50,151	13,612
2566	502,752	25,453	185,807	14,514	104,836	14,079	125,172	8,911	168,584	12,295	45,335	11,373
2567	610,894	28,990	188,911	16,894	60,951	8,531	161,159	9,450	122,699	9,809	46,024	11,916
เฉลี่ย	599,688	25,378	213,255	14,922	77,738	9,342	148,012	8,618	110,743	8,779	38,706	8,159
สัดส่วนเฉลี่ย	29.19	19.83	10.60	11.82	3.81	7.18	7.30	6.79	5.42	6.70	1.90	6.19
%เปลี่ยนแปลง	10.35	7.43	-1.73	3.59	1.71	7.19	2.14	4.51	17.30	15.41	5.50	15.04

ที่มา : กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง

ประมวลผลจากข้อมูลกรมศุลกากร

๑. กลุ่มอาเซียน ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) สัดส่วนการนำเข้าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ ๒๙.๑๙ ของปริมาณการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมดและเฉลี่ยร้อยละ ๑๙.๘๓ ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมด สินค้านำเข้าหลักได้แก่ ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง เนื้อปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง และทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง การนำเข้า ในปี ๒๕๖๓ เป็นปีที่น่าเข้าสูงสุด มีปริมาณ ๗๔๒,๘๒๔ ตัน มูลค่านำเข้าสูงสุด ๒๘,๙๙๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๖๗ ปริมาณ



นำเข้าเฉลี่ย ๕๙๙,๖๘๘ ตันต่อปี มูลค่า ๒๕,๓๗๘ ล้านบาทต่อปี ปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑๐.๓๕ ต่อปี มูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๗.๔๓ ต่อปี (ส่วนใหญ่นำเข้าจากเวียดนาม อินโดนีเซีย และพม่า)

๒. จีน ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) สัดส่วนการนำเข้าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ ๑๐.๖๐ ของปริมาณการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมดและเฉลี่ยร้อยละ ๑๑.๘๒ ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมด สินค้านำเข้าหลักได้แก่ หมึกสดแช่เย็นแช่แข็ง ทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง และปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง การนำเข้าในปี ๒๕๕๙ เป็นปีที่น่าเข้าสูงสุด มีปริมาณ ๒๖๗,๕๓๓ ตัน มูลค่า ๑๖,๙๑๙ ล้านบาท ปริมาณการนำเข้าเฉลี่ย ๒๑๓,๒๕๕ ล้านบาทต่อปี มูลค่านำเข้าเฉลี่ย ๑๔,๙๒๒ ล้านบาทต่อปี ปริมาณนำเข้าลดลงร้อยละ ๑.๗๓ ต่อปี มูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๓.๕๙ ต่อปี

๓. กลุ่มอเมริกาใต้ ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) สัดส่วนการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ ๓.๘๑ ของปริมาณการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมดและเฉลี่ยร้อยละ ๗.๑๘ ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมด สินค้าประมงนำเข้าหลักได้แก่ หมึกสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง การนำเข้าในปี ๒๕๖๕ เป็นปีที่น่าเข้าสูงสุด มีปริมาณ ๑๑๓,๖๗๐ ตัน มูลค่า ๑๔,๓๖๖ ล้านบาท ปริมาณนำเข้าเฉลี่ย ๗๗,๗๓๘ ตัน มูลค่านำเข้าเฉลี่ย ๙,๓๔๒ ล้านบาทต่อปี ปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ ๑.๗๑ ต่อปี มูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๗.๑๙ ต่อปี (ส่วนใหญ่นำเข้าจากชิลี อาร์เจนตินาและเปรู)

๔. ไต้หวัน ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) สัดส่วนการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ ๗.๓๐ ของปริมาณการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมดและเฉลี่ยร้อยละ ๖.๗๙ ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมด สินค้าประมงนำเข้าหลักได้แก่ ทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็งและปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง การนำเข้าในปี ๒๕๖๓ การนำเข้าสูงสุดมีปริมาณ ๑๖๖,๕๒๗ ตัน ส่วนมูลค่าสูงสุดในปี ๒๕๖๗ มูลค่า ๙,๔๕๐ ล้านบาท ปริมาณนำเข้าเฉลี่ย ๑๔๘,๐๑๒ ตัน ต่อปี มูลค่านำเข้าเฉลี่ย ๘,๖๑๘ ล้านบาทต่อปี ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๒.๑๔ ต่อปี มูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๔.๕๑

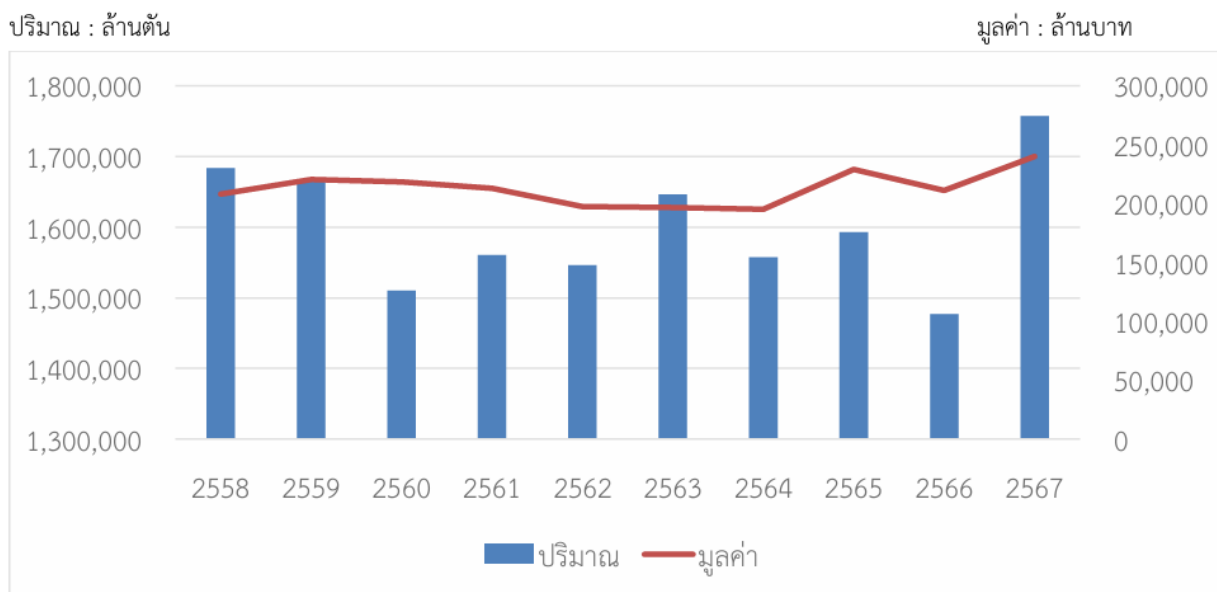
๕. อินเดีย ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) สัดส่วนการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ ๕.๔๒ ของปริมาณการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมดและเฉลี่ยร้อยละ ๖.๗๐ ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมด สินค้าประมงนำเข้าหลักได้แก่ ปลาสดแช่เย็นแช่แข็งและหมึกสดแช่เย็นแช่แข็ง การนำเข้าในปี ๒๕๖๖ เป็นปีที่น่าเข้าสูงสุด มีปริมาณ ๑๖๘,๕๘๔ ตัน และมูลค่า ๑๒,๘๗๘ ล้านบาท ในปี ๒๕๖๕ โดยปริมาณนำเข้าเฉลี่ย ๑๐๐,๗๔๓ ตันต่อปี มูลค่านำเข้าเฉลี่ย ๘,๗๗๙ ล้านบาทต่อปี ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑๗.๓๐ ต่อปี มูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑๕.๔๑

๖. กลุ่มเอฟต้า ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) สัดส่วนการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ ๑.๙๐ ของปริมาณการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมดและเฉลี่ยร้อยละ ๖.๑๙ ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าประมงทั้งหมด สินค้าประมงนำเข้าหลักได้แก่ ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง ในปี ๒๕๖๕ เป็นปีที่น่าเข้าสูงสุด มีปริมาณการนำเข้า ๕๐,๑๕๑ ตัน มูลค่า ๑๓,๖๑๒ ล้านบาท ปริมาณนำเข้าเฉลี่ย ๓๘,๗๐๖ ตันต่อปี มูลค่านำเข้าเฉลี่ย ๘,๑๕๙ ล้านบาทต่อปี ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๕.๕๐ ต่อปี มูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑๕.๐๔

การส่งออก ในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา ปริมาณการส่งออกเฉลี่ย ๑.๖๐ ล้านตันต่อปี โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๐.๗๙ ต่อปี ปริมาณ โดยปี ๒๕๖๗ ปริมาณการส่งออกมีมากที่สุด ๑.๗๖ ล้านตัน การส่งออกรวมลดลงอย่างต่อเนื่องในปี ๒๕๖๖ ปริมาณการส่งออกเพียง ๑.๔๘ ล้านตัน ซึ่งเป็นปริมาณการส่งออกที่ต่ำสุดใน



รอบ ๑๐ ปี โดยลดลงร้อยละ ๗.๓๐ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๖๕ ส่วนมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑.๙๒ ต่อปี โดยในปี ๒๕๖๗ มูลค่าการส่งออกสูงสุด ๒๔๐,๐๖๒ ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าการส่งออกสูงสุดในรอบ ๑๐ ปี โดยปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๙ และมูลค่าเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๖๒ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๖



ตลาดส่งออกสินค้าประมงของไทยที่สำคัญ

๑. ตลาดสหรัฐอเมริกา ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ - ๒๕๖๗) การส่งออกสินค้าประมงไปยังสหรัฐอเมริกามีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ ๒๑.๗๙ ของมูลค่าการส่งออกสินค้าประมงทั้งหมด โดยสินค้าประมงส่งออกหลัก ได้แก่ ทูน่ากระป๋อง กุ้ง และปลา กระป๋องอื่น ๆ ในปี ๒๕๖๐ มูลค่าการส่งออกสูงสุด ๕๑,๙๘๗ ล้านบาท และในปี ๒๕๖๒ มูลค่าต่ำสุด ๔๐,๒๖๗ ล้านบาท มูลค่าการส่งออกสินค้าประมงของไทยไปสหรัฐอเมริกาเฉลี่ย ๔๖,๔๑๓ ล้านบาทต่อปี โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ ๒.๒๖ ต่อปี

๒. ตลาดญี่ปุ่น ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ - ๒๕๖๗) การส่งออกสินค้าประมงไปยังญี่ปุ่นมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ ๑๘.๕๗ ของมูลค่าการส่งออกสินค้าประมงทั้งหมด โดยสินค้าประมงส่งออกหลัก ได้แก่ ทูน่ากระป๋อง เนื้อปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง และ กุ้ง ในปี ๒๕๕๙ มูลค่าการส่งออกสูงสุด ๔๓,๐๔๔ ล้านบาทและในปี ๒๕๖๓ มูลค่าต่ำสุด ๓๔,๕๐๗ ล้านบาท มูลค่าการส่งออกสินค้าประมงของไทยไปญี่ปุ่นเฉลี่ย ๓๙,๔๖๐ ล้านบาทต่อปี โดยมีมูลค่าการส่งออกลดลงเฉลี่ยร้อยละ ๐.๙๓ ต่อปี

๓. ตลาดอาเซียน ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ - ๒๕๖๗) การส่งออกสินค้าประมงไปยังกลุ่มอาเซียนมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ ๘.๘๙ ของมูลค่าการส่งออกสินค้าประมงทั้งหมด โดยสินค้าประมงส่งออกหลัก ได้แก่ ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์อาหาร ทะเลแปรรูป และกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ในปี ๒๕๖๕ มูลค่าการส่งออกสูงสุด ๒๑,๐๓๙ ล้านบาทและในปี ๒๕๖๒ มูลค่าต่ำสุด ๑๕,๕๖๘ ล้านบาท มูลค่าการส่งออกสินค้าประมงของไทยไปกลุ่มอาเซียนเฉลี่ย ๑๘,๕๙๕ ล้านบาทต่อปี โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๔.๒๗ ต่อปี



๔. จีน ในรอบ ๑๐ ปี (๒๕๕๘ - ๒๕๖๗) การส่งออกสินค้าประมงไปยังจีน มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ ๗.๑๒ ของมูลค่าการ ส่งออกสินค้าประมงทั้งหมด โดยสินค้าประมงส่งออกหลัก ได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารสุนัขและแมวกระป๋อง และ เนื้อปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง ในปี ๒๕๖๖ มูลค่าการส่งออกสูงสุด ๒๒,๗๐๘ ล้านบาทและ ในปี ๒๕๕๘ มูลค่าต่ำสุด ๘,๐๓๖ ล้านบาท มูลค่าการส่งออกสินค้าประมงของไทยไปจีนเฉลี่ย ๑๕,๑๕๓ ล้านบาท ต่อปี โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ ๑๓.๓๙ ต่อปี

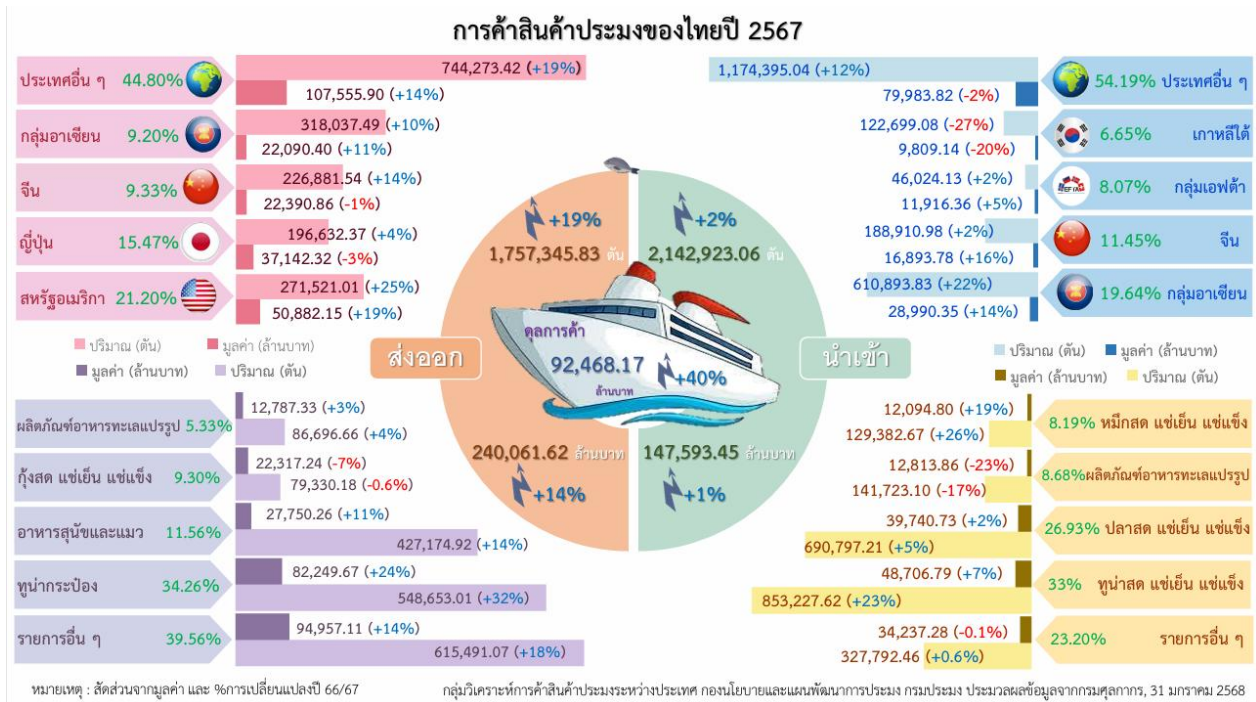
ปริมาณ : ตัน มูลค่า : ล้านบาท

ปี	สหรัฐอเมริกา		ญี่ปุ่น		จีน		กลุ่มอาเซียน	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2558	218,223	45,048	241,162	41,379	114,051	8,036	273,888	15,979
2559	227,392	50,226	232,111	43,044	125,014	9,220	283,659	19,466
2560	235,285	51,987	205,429	41,964	91,448	8,776	271,918	19,673
2561	217,276	42,267	219,556	42,599	117,084	13,192	273,645	18,584
2562	225,604	40,267	221,558	39,639	148,305	16,664	241,336	15,568
2563	261,914	46,243	196,075	34,507	187,600	15,269	300,426	17,851
2564	237,638	43,471	190,798	35,406	161,386	16,381	321,926	19,372
2565	250,645	50,815	196,261	40,464	162,771	18,875	316,283	21,039
2566	217,055	42,928	189,578	38,451	198,196	22,722	288,547	19,964
2567	271,521	50,882	196,632	37,142	226,882	22,391	318,037	22,090
เฉลี่ย	236,255	46,413	208,916	39,460	153,274	15,153	288,967	18,959
สัดส่วนเฉลี่ย	14.78	21.79	13.08	18.57	9.57	7.12	18.08	8.89
%เปลี่ยนแปลง	3.09	2.26	-2.05	-0.93	9.68	13.29	2.18	4.27

ที่มา : กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง
ประมวลผลจากกรมศุลกากร



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)



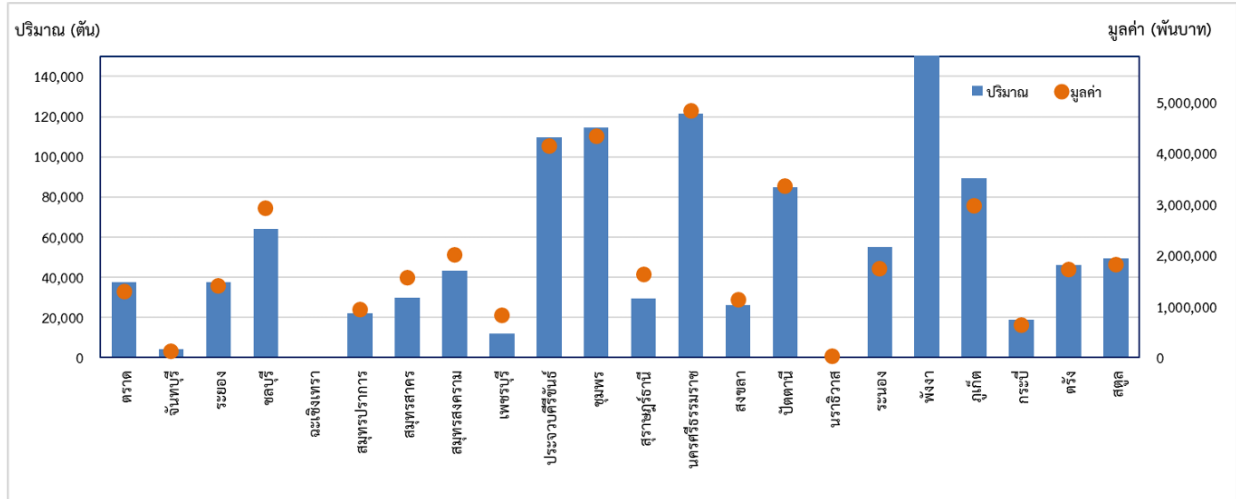
ส่วนแบ่งทางการตลาด

ประเทศไทยมีจำนวนท่าเทียบเรือประมงฯ ทั่วประเทศ ซึ่งตั้งกระจายตามชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ ตามพื้นที่ชายฝั่งทะเลและปากแม่น้ำ ไว้เป็นสถานที่รวบรวมสินค้าสัตว์น้ำ ทั้งที่จับจากธรรมชาติได้โดยชาวประมง และจากการเพาะเลี้ยงเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลจากกรมประมงโดยกลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง พบว่า ปริมาณและมูลค่าสัตว์น้ำที่จับได้จากการทำการประมงพาณิชย์ ๑,๑๕๒,๕๗๔ ตัน คิดเป็นมูลค่า ๔๕,๔๖๒,๖๔๔ พันบาท ส่วนใหญ่จับได้ในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย ๗๓๗,๑๘๙ ตัน (ร้อยละ ๖๓.๙๖) คิดเป็นมูลค่า ๓๐,๕๘๑,๑๕๕ พันบาท (ร้อยละ ๖๗.๒๖) และฝั่งอันดามัน ๔๑๔,๗๖๑ ตัน (ร้อยละ ๓๕.๙๙) คิดเป็นมูลค่า ๑๔,๘๘๑,๒๘๖ พันบาท (ร้อยละ ๓๒.๖๖) ส่วนที่เหลือเป็นปริมาณการจับสัตว์น้ำนอกน่านน้ำไทย ๖๒๔ ตัน (ร้อยละ ๐.๐๕) คิดเป็นมูลค่า ๓๕,๒๐๓ พันบาท (ร้อยละ ๐.๐๘) โดยเป็นปริมาณการจับสัตว์น้ำในบริเวณมหาสมุทรอินเดีย โดยจังหวัดที่มีการนำสัตว์น้ำขึ้นท่าเทียบเรือมากที่สุด คือ จังหวัดพังงา รองลงมา ได้แก่ จังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดชุมพร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดปัตตานี จังหวัดชลบุรี จังหวัดระนอง จังหวัดสตูล จังหวัดตรัง จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดตราด จังหวัดระยอง จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดกระบี่ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดนราธิวาส และจังหวัด ฉะเชิงเทราไม่มีการนำสัตว์น้ำขึ้นท่าเทียบเรือ



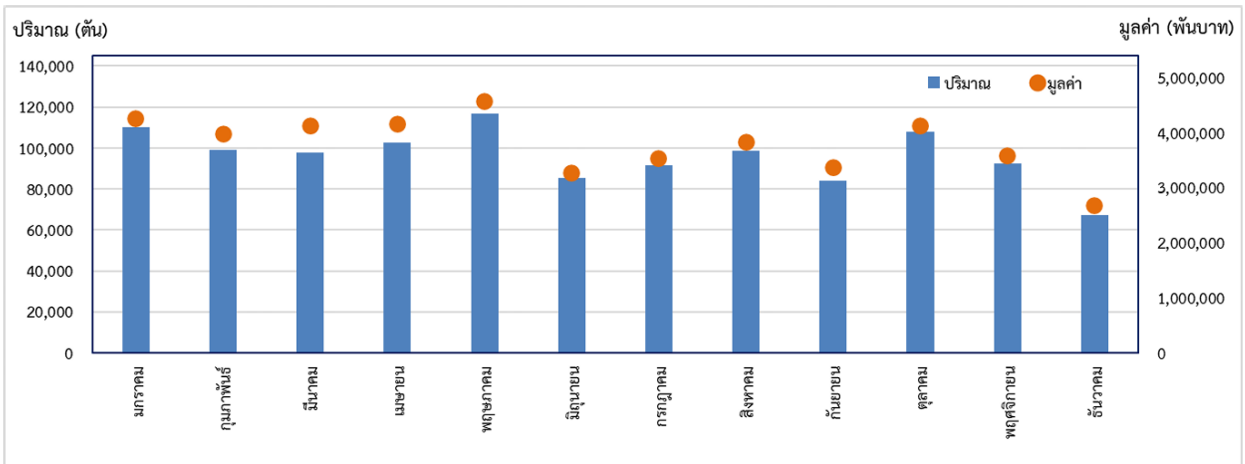
แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๖๗)

แผนภูมิแสดงปริมาณและมูลค่าสัตว์น้ำจากการทำการประมงพาณิชย์ที่ขึ้นท่าเทียบเรือจำแนกตามรายจังหวัด ปี ๒๕๖๗



ที่มา : ข้อมูลจากสถิติปริมาณและมูลค่าสัตว์น้ำเค็มขึ้นท่ารายจังหวัด, กลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง

แผนภูมิแสดงปริมาณและมูลค่าสัตว์น้ำจากการทำการประมงพาณิชย์ที่ขึ้นท่าเทียบเรือจำแนกตามรายเดือน ปี ๒๕๖๗



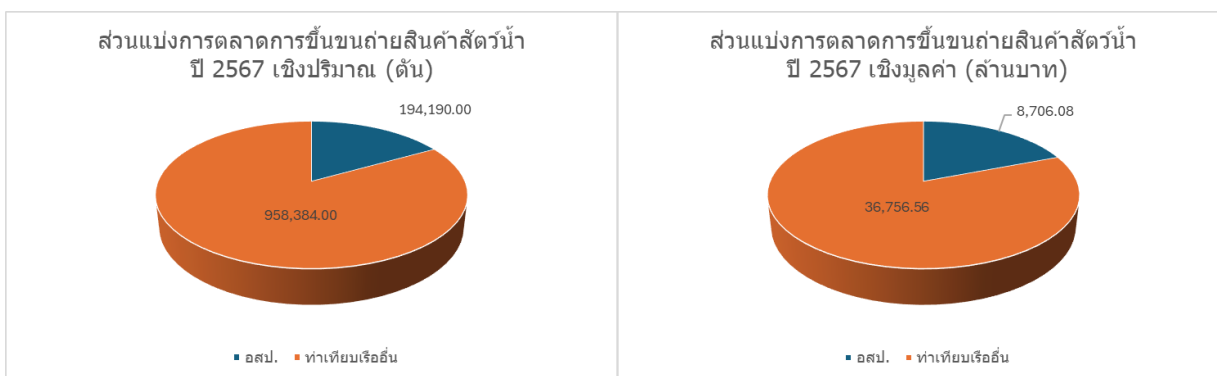
ที่มา : ข้อมูลจากสถิติปริมาณและมูลค่าสัตว์น้ำเค็มขึ้นท่ารายจังหวัด, กลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง



เปรียบเทียบส่วนแบ่งทางการตลาดการขึ้นขนถ่ายสินค้าสัตว์น้ำ ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗

ปี	มิติ	ปริมาณสัตว์น้ำ ผ่านท่า ของ อสป. (๑๗ แห่ง)	ปริมาณสัตว์น้ำ ผ่านท่าอื่นๆ	ปริมาณสัตว์น้ำเค็ม ขึ้นท่าทั่วประเทศ	ส่วนแบ่งการตลาด ของ อสป.
๒๕๖๔	เชิงปริมาณ (ตัน)	๒๒๙,๐๑๖	๘๐๐,๐๔๕	๑,๐๒๙,๐๖๑	๒๒%
๒๕๖๕	เชิงปริมาณ (ตัน)	๒๑๐,๐๘๒	๗๙๗,๐๓๐	๑,๐๐๗,๑๑๒	๒๑%
๒๕๖๖	เชิงปริมาณ (ตัน)	๑๘๒,๕๐๐	๘๘๙,๐๐๖	๑,๐๗๑,๕๐๖	๑๗%
๒๕๖๗	เชิงปริมาณ (ตัน)	๑๙๔,๑๙๐	๙๕๘,๓๘๔	๑,๑๕๒,๕๗๔	๑๗%

ปี	มิติ	ปริมาณสัตว์น้ำ ผ่านท่า ของ อสป. (๑๗ แห่ง)	ปริมาณสัตว์น้ำ ผ่านท่าอื่นๆ	ปริมาณสัตว์น้ำเค็ม ขึ้นท่าทั่วประเทศ	ส่วนแบ่งการตลาด ของ อสป.
๒๕๖๔	เชิงมูลค่า (ล้านบาท)	๑๑,๕๐๗.๕๕	๒๙,๐๓๑.๔๕	๔๐,๕๓๙.๐๐๐	๒๘%
๒๕๖๕	เชิงมูลค่า (ล้านบาท)	๑๐,๐๘๒.๘๒	๒๙,๓๙๑.๒๓	๓๙,๔๗๔.๐๕๐	๒๖%
๒๕๖๖	เชิงมูลค่า (ล้านบาท)	๗,๘๗๖.๒๔	๓๕,๗๙๕.๖๒	๔๓,๖๗๑.๘๖๓	๑๘%
๒๕๖๗	เชิงมูลค่า (ล้านบาท)	๘,๗๐๖.๐๘	๓๖,๗๕๖.๕๖	๔๕,๔๖๒.๖๔๔	๑๙%





๓.๒ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร (PESTEL Analysis)

การวิเคราะห์ PESTEL Analysis เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์การสะพานปลา ประกอบด้วย การพิจารณาปัจจัยภายนอก ๖ ด้าน คือ ปัจจัยด้านการเมืองและนโยบาย (Policy : P) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic : E) ปัจจัยทางสังคม (Social : S) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology : T) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment : E) และปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal : L) โดยสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

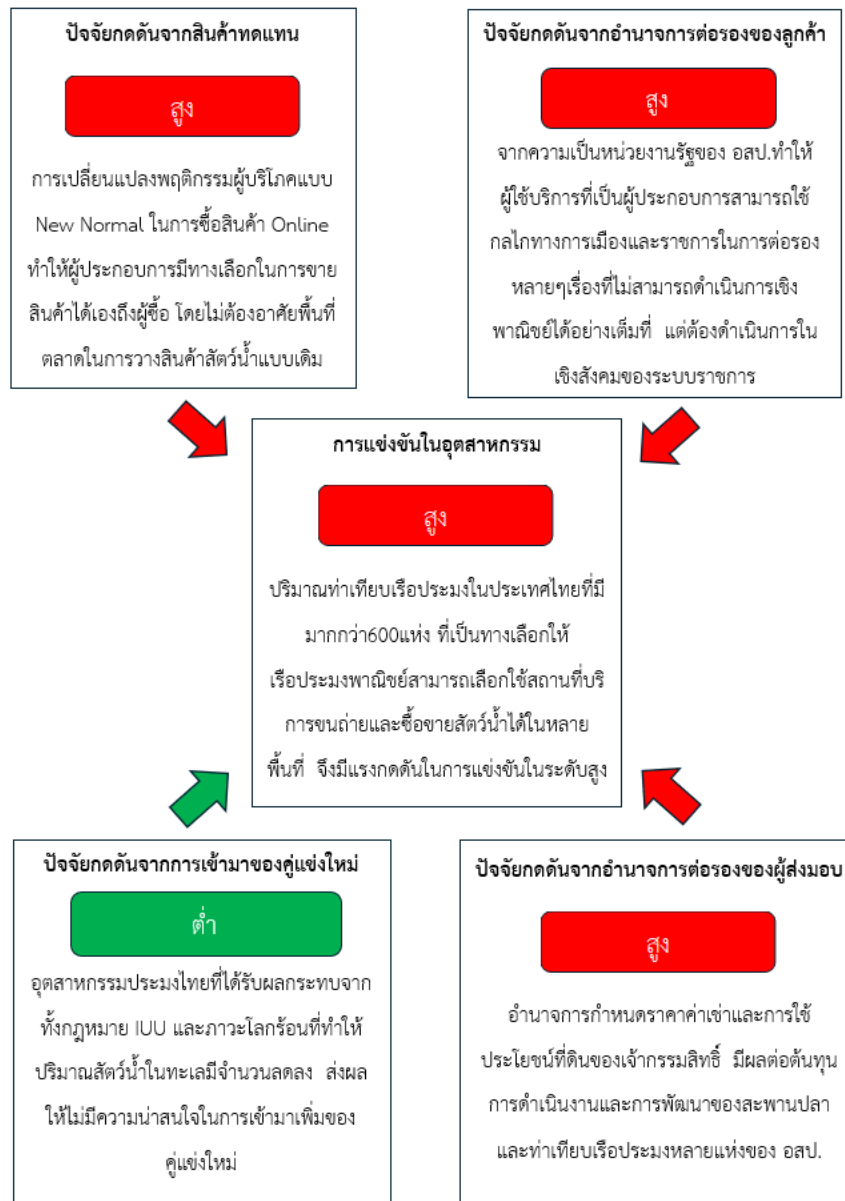




ปัจจัยภายนอก	ผลกระทบ
นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน (Political)	
นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธศาสตร์ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล ทำให้องค์การสะพานปลามีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล	(+)
นโยบายรัฐบาลส่งเสริม Big Data, Technology ส่งผลให้ องค์การสะพานปลา มีโอกาสพัฒนา Digital Platform และใช้ประโยชน์จาก Big Data	(+)
ยุทธศาสตร์ประเทศให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมประเทศด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมตามนโยบาย Thailand ๔.๐	(+)
สภาพเศรษฐกิจ ตลาด และการแข่งขัน (Economics)	
แนวโน้มเศรษฐกิจถดถอยและปัญหาสงครามระหว่างประเทศมีความไม่แน่นอนสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย	(-)
ปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศมหาอำนาจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าประมงไทย	(-)
พฤติกรรมและความนิยมของลูกค้า (Social)	
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ New Normal ในการซื้อสินค้า Online ส่งผลทั้งด้านบวกให้องค์การสะพานปลาสามารถมีช่องทางธุรกิจที่สามารถจำหน่ายสินค้าทาง Online ได้เพิ่มมากขึ้น แต่ก็ส่งผลทางด้านลบต่อความเป็นตลาดซื้อขายสินค้าสดน้ำที่ไม่จำเป็นต้องมาใช้สถานที่สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาที่สามารถเข้าถึงลูกค้าและผู้บริโภคได้	(+)/(-)
นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology)	
เทคโนโลยีมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สามารถพัฒนากระบวนการทำงาน, ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น	(+)
การซื้อสินค้า Online ผ่าน smartphone ส่งผลทั้งด้านบวกให้องค์การสะพานปลาสามารถมีช่องทางธุรกิจที่สามารถจำหน่ายสินค้าทาง Online ได้เพิ่มมากขึ้น แต่ก็ส่งผลทางด้านลบต่อความเป็นตลาดซื้อขายสินค้าสดน้ำที่ไม่จำเป็นต้องมาใช้สถานที่สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาที่สามารถเข้าถึงลูกค้าและผู้บริโภคได้	(+)/(-)
สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Environment and Sustainability)	
การเปลี่ยนแปลงสภาพร่อนน้ำที่ต้นเงินของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงหลายแห่งขององค์การสะพานปลา เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาขนถ่ายสินค้าสดน้ำของเรือประมงพาณิชย์	(-)
สภาวะโลกร้อนส่งผลกระทบต่อปริมาณวัตถุดิบสัตว์น้ำในทะเลที่จับโดยเรือประมงไทยมีอัตราการลดลงอย่างต่อเนื่อง	(-)
สภาพแวดล้อมด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับ (Legal)	
พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินกิจการขององค์การสะพานปลา และไม่สอดคล้องกับบริบทความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมประมงไทย	(-)



๓.๓ การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)





๓.๔ การวิเคราะห์คู่เทียบ (Benchmarking Analysis)

เพื่อให้การวิเคราะห์คู่เทียบ (Benchmarking Analysis) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในมิติต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๓.๔.๑ คู่เทียบในกลุ่มรัฐวิสาหกิจ มีดังนี้

๑. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.)



ประวัติการก่อตั้ง อ.ต.ก. ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปลายปี ๒๕๑๗ ในขณะนั้น อ.ต.ก. ไม่มีสำนักงานเป็นของตนเอง โดยอาศัยสถานที่ของกรมวิชาการเกษตร ที่ตึกกรมกสิกรรม (เดิม) ต่อมาปริมาณงานเพิ่มมากขึ้นทำให้สถานที่คับแคบจึงได้ย้ายไปเช่าตึกเอกชน ณ อาคารเลขที่ ๑๗๕/๑ ซอยกระทรวงสาธารณสุข ถนนสามเสน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๑๘ ในปีงบประมาณ ๒๕๑๘ คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติให้ อ.ต.ก. เช่าที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน ๔๒ ไร่เศษ ในบริเวณ ย่านรับส่งสินค้าย่านพลโยธิน อ.ต.ก. ได้รับงบประมาณสร้างอาคารสำนักงานเป็นตึก ๓ ชั้น แล้วเสร็จเมื่อวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๒๐ พร้อมทั้งได้สร้าง ตลาดกลางพลโยธินและคลังสินค้า จำนวน ๔ หลัง แล้วเสร็จเมื่อวันที่ ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๒๐ ต่อมาเมื่อวันที่ ๒๖ ธันวาคม ๒๕๒๙ อ.ต.ก. ได้ก่อสร้าง สำนักงานใหม่ อีกหลังหนึ่ง เป็นอาคาร ๖ ชั้น ซึ่งใช้เป็นสำนักงานจนถึงปัจจุบัน



วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร พ.ศ. ๒๕๑๗ เมื่อวันที่ ๕ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๑๗ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. จัดตั้งตลาดเพื่อให้เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และสินค้าอื่น ๆ

๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรส่งผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาจำหน่ายโดยตรงโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

๓. ซื้อและจัดให้มีการซื้อผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือน รวมทั้งเครื่องอุปโภคและบริโภคเพื่อจำหน่าย

๔. ดำเนินการพยุจราคาผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

๕. ช่วยเหลือเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรในการผลิต การจำหน่าย การตลาด การเก็บรักษาและการขนส่งซึ่งผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

๖. ดำเนินการหรือส่งเสริมให้สถาบันเกษตรกรดำเนินการค้า ขนส่งและรับฝาก ซึ่งผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ปัจจัยในการผลิต วัสดุการเกษตร เครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตร หรือเครื่องอุปโภคและบริโภค

๗. ส่งเสริมให้มีการปรับปรุงคุณภาพ มาตรฐานและการผลิต ผลิตผลทางการเกษตรให้ตรงกับความต้องการของตลาด

๘. ดำเนินการในฐานะตัวแทนของรัฐบาลและกระทรวง ทบวง กรม เพื่อจัดหาปัจจัยในการผลิตและเครื่องอุปโภคและบริโภค จำหน่ายให้แก่เกษตรกรในราคาอันสมควร

ดำเนินงานภายใต้การดูแลควบคุมของคณะกรรมการองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ประกอบด้วย

- ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธานกรรมการ

- ผู้แทนสำนักงบประมาณ และผู้แทนกระทรวงการคลังเป็นกรรมการ

- กรรมการอื่นๆ อีกไม่เกิน ๗ คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งโดยในจำนวนนี้ให้มีสถาบันเกษตรกรไม่น้อยกว่า ๒ คน และผู้อำนวยการเป็นกรรมการและเลขานุการ

ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดอำนาจหน้าที่ของ อ.ต.ก. เพิ่มเติมได้ "พระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ต.ก. พ.ศ. ๒๕๑๗"

วิสัยทัศน์ องค์การที่เป็นศูนย์กลางและช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีความโดดเด่น น่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

๑. สร้างและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรในระบบออนไลน์ ออฟไลน์ ทั้งส่วนกลางและภูมิภาคเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร

๒. สนับสนุนและส่งเสริมสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อถือด้านคุณภาพ และมีความปลอดภัย

๓. สร้างมาตรฐานแบรนด์ อ.ต.ก.

๔. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรโดยใช้การตลาดนำการผลิต

๕. สร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



๒. องค์การตลาด (อต.) กระทรวงมหาดไทย



ประวัติขององค์กร

ในสมัยรัฐบาล จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า บริเวณพระอารามหลวงวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) เป็นพระอารามเก่าแก่คู่บ้านคู่เมือง เป็นที่เคารพสักการะของประชาชนทั่วไป และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของ ชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก แต่สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรอบสกปรก ไม่เป็นระเบียบ มีสภาพคล้ายแหล่งสลัม ทั้งนี้เนื่องจาก มีพ่อค้าแม่ค้าปลุกเพิงพักอาศัยและวางสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคนานาชนิดขายเป็นประจำถาวร เกิดปัญหาแก่ วัด ประชาชน และทางราชการเป็นอย่างมาก ซึ่งถ้าหากทางราชการจะขับไล่ พ่อค้าแม่ค้าและครอบครัวจะเดือดร้อนไม่มีที่ทำมาหาเลี้ยงชีพ รัฐบาลจึง แก้ปัญหาโดยการจัดตั้งองค์การตลาดขึ้น ที่บริเวณปากคลองตลาด ซึ่งเป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางน้ำและทางบก เพื่อจัดตั้งตลาดกลางผักและผลไม้ขึ้นรองรับ และเพื่อความสมบูรณ์ได้ย้ายผู้ค้าส่งตลาดผักสด กรมภูธรเรศน์ (ตลาดเก่าเยาวราช) ให้มารวมกันอยู่บริเวณปากคลองตลาดเป็นแห่งเดียวกัน

องค์การตลาด ได้จัดตั้งขึ้น เมื่อวันที่ ๑๙ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๔๙๖ โดย "พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. ๒๔๙๖" ซึ่งครั้งแรก ที่จัดตั้งนั้น ได้สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงมหาดไทยมีเงินทุนสำหรับดำเนินกิจการตามมาตรา ๘ แห่งพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งฯ จำนวน ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท โดยรัฐบาลจ่ายให้เป็นทุนประเดิมครั้งแรกจำนวน ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท และจะจ่ายเพิ่มเป็นคราวๆ ไป ตามจำนวนที่รัฐบาลเห็นสมควรแต่ความเป็นจริงจำนวนเงินทุนเริ่มต้นที่องค์การตลาด ได้รับจากงบประมาณแผ่นดินเพียง ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท เท่านั้น



องค์การตลาดจำเป็นต้องกู้จากธนาคารออมสินเพิ่มอีกจำนวน ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท เพื่อรวมเป็นเงินทุนเพื่อการดำเนินงานขั้นต้นทั้งสิ้น ๑๗,๐๐๐,๐๐๐ บาท

ต่อมารัฐบาลเห็นว่ากรมประมงกระทรวงไม่ได้มีหน้าที่โดยตรงที่จะบริหารงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การตลาดได้ เนื่องจากเป็นระยะเริ่มต้นของการดำเนินการ ดังนั้นเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน เมื่อวันที่ ๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๐๑ จึงโอนองค์การตลาด ไปสังกัดกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เพราะได้เล็งเห็นว่า กรมการค้าภายในมีหน้าที่เกี่ยวกับ ธุรกิจการพาณิชย์ สามารถที่จะควบคุมงานขององค์การตลาดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งได้ระยะเวลา ๔ ปี ที่องค์การตลาดสังกัด กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ กิจกรรมไม่เจริญก้าวหน้าตามที่คาดหมายไว้ รัฐบาลโดย ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรี ได้มีบัญชาให้โอนองค์การตลาด ไปสังกัดกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๐๕ ซึ่งนับแต่นั้นเป็นต้นมากิจการขององค์การตลาดก็ได้เจริญก้าวหน้าและดำเนินการเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

องค์การตลาด เป็นรัฐวิสาหกิจหน่วยงานหนึ่งในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ดำเนินกิจการตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย โดยใช้งบประมาณจากเงินทุนหมุนเวียนขององค์การตลาด ไม่ได้ขอใช้งบประมาณแผ่นดินแต่อย่างใด และนำเงินส่งเป็น รายได้แผ่นดินในอัตราร้อยละ ๕๕ ของกำไรสุทธิประจำปี ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน สถานที่ตั้ง ๕๑/๔๗ สวนผัก ซอย ๔ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ ๑๐๑๗๐ เปิดดำเนินการวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น. องค์การตลาดเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา และบริหารเครือข่ายตลาดภาครัฐ และส่งเสริมตลาดร่วมเอกชน เพื่อเป็นกลไกของรัฐบาลในการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าชุมชน เพื่อประชาชน ปัจจุบันดำเนินการกิจ ๒ ประการ คือ

๑) การกิจในด้านการบริหารพื้นที่ตลาด โดยมีตลาดในความรับผิดชอบ ๕ แห่ง มีดังนี้

๑.๑ ตลาดกลางผักและผลไม้ สาขาปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

: มีเนื้อที่ ๕ ไร่ ๓ งาน ๑ ตรว. กรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นขององค์การตลาด

๑.๒ ตลาดกลางเกษตรกร สาขาหนองม่วง อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี

: มีเนื้อที่ ๔ ไร่ ๒ งาน กรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นขององค์การตลาด

๑.๓ ตลาดกลางเกษตรกร สาขาลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

: มีเนื้อที่ ๓ ไร่ เป็นที่ดินราชพัสดุ ของกรมธนารักษ์

๑.๔ ตลาดกลางเกษตรกร สาขาบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

: มีเนื้อที่ ๑๕ ไร่ กรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นขององค์การตลาด

๑.๕ ตลาดกลางเกษตรกร สาขตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

: มีเนื้อที่ ๒๑ ไร่ ๓ งาน เป็นที่ดินราชพัสดุ ของกรมธนารักษ์

และ ๒) การกิจในด้านธุรกิจอื่น เช่น ดำเนินการเกี่ยวกับการจำหน่ายข้าวสารและอาหารดิบให้แก่เรือนจำและส่วนราชการต่างๆ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง

๑. จัดสร้างตลาดสาธารณะให้เพียงพอแก่ความต้องการ

๒. ปรับปรุงตลาดสาธารณะที่มีอยู่แล้วให้ถูกสุขลักษณะและทันสมัย

๓. ส่งเสริมตลาดเอกชน



๔. จัดและส่งเสริมการผลิตโคกภักดิ์ให้พอแก่ความต้องการของตลาด

๕. จัดการขนส่งโคกภักดิ์ไปสู่ตลาดให้เป็นไปโดยสะดวก

๖. จัดดำเนินการ ควบคุมและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับตลาดขององค์การ

ให้องค์การมีอำนาจดำเนินการตามวัตถุประสงค์ในมาตรา ๖ และอำนาจเช่นนี้ให้รวมถึง

(๑) สร้าง ซื้อ จัดหา ยืม ให้ยืม เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครอง หรือดำเนินงานเกี่ยวกับเครื่องใช้บริการ หรือทรัพย์สินใดๆ อันเกี่ยวกับตลาด

(๒) กู้ยืมเงิน หรือให้กู้ยืมเงิน โดยมีหลักประกันด้วยบุคคล หรือด้วยทรัพย์สิน หรือรับทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้เพื่อสร้างตลาดและปรับปรุงตลาด การกู้ยืมเงินถ้าเป็นจำนวนเงินเกินสามล้านบาทต้องได้รับอนุญาตจากคณะรัฐมนตรีก่อน

(๓) ทำการค้าและขนส่งสินค้า

(๔) ออกเงินลงทุนหรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วน หรือถือหุ้นในบริษัทจำกัด เพื่อจัดตั้งหรือดำเนินการตลาด

(๕) วางระเบียบในการจัดตลาดขององค์การ

(๖) กระทำการอื่นใดเพื่อส่งเสริมตลาดและการผลิตโคกภักดิ์เพื่อให้พอแก่ความต้องการของตลาด

วิสัยทัศน์ : องค์การตลาดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภคสมประสงค์ อย่างยั่งยืน

พันธกิจ : องค์การตลาดมุ่งมั่นในการ นำสินค้าสู่ผู้บริโภค อย่างมีอาชีพ

ประเด็นยุทธศาสตร์

๑) ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era)

๒) เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re-inventing, Re-image)

๓) สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)



ค่านิยมหลัก (Core Values)

I Markets

I = Integrity

ซื่อตรง

M = Marketing Boldness

จริงใจ

A = Accountability

จิตสำนึกพร้อมรับการตรวจสอบ

R = Result oriented

มุ่งผลสัมฤทธิ์

K = Knowledge

รอบรู้

E = e-Commerce

เก่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

T = Trustworthy Advisory

เป็นที่ปรึกษาที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้

S = Self-Discipline & Social responsibility มีวินัย & รับผิดชอบต่อสังคม





คู่เทียบในกลุ่มรัฐวิสาหกิจ

อต. และ อตก. มีความได้เปรียบด้านการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลังตามมาตรา ๗ ทำให้ดำเนินการจัดซื้อเพื่อธุรกิจได้คล่องตัวกว่า

๓.๔.๒ คู่เทียบเอกชนในประเทศ การวิเคราะห์คู่เทียบผู้ประกอบการเอกชนในประเทศ มีดังนี้

๑. ตลาดทะเลไทย



ตลาดทะเลไทย ตั้งที่ ๑/๒ หมู่ ๑ ถนนพระราม ๒ ตำบลท่าจีน อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เกิดการรวมตัวของผู้มีอาชีพประมง และผู้ประกอบการธุรกิจต่อเนื่อง อันได้แก่ นักธุรกิจชั้นนำของจังหวัด โดยการร่วมมือของพ่อค้า ประชาชน ชาวประมง ได้ระดมเงินทุนถึง ๔๐๐ ล้านบาท ซื้อที่ดินซึ่งมีพื้นที่กว่า ๑๕๐ ไร่อยู่ห่างกรุงเทพฯ ประมาณ ๒๖ กิโลเมตร สร้างสรรค์ให้เป็นศูนย์กลางค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นศูนย์ส่งเสริมพาณิชย์กรรมของจังหวัดสมุทรสาครภายใต้ชื่อโครงการ “ตลาดทะเลไทย” การบริหารจัดการโดยสหกรณ์พัฒนาการประมงมหาชัย จำกัด ตลาดทะเลไทยนั้นได้แบ่งเป็น ๒ ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ ตลาดขายปลีกและตลาดขายส่ง โดยตลาดขายส่งจะแยกเป็น ๒ ประเภท คือ แพกุ้งประมาณ ๑๓๖ แพ และแพปลา ๑๒๐ แพ ซึ่งถือเป็นแหล่งรวมแพกุ้งและแพปลาที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ส่วนตลาดค้าปลีกจะเป็นแหล่งรวมผู้ซื้อผู้ขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปทุกประเภท เช่น หอยจ๊อ ลูกชิ้น ปูอัด รวมถึงอาหารแห้ง



เช่น ปลาแห้ง กุ้งแห้ง ปลาเค็ม เป็นต้น นอกจากนี้ทางตลาดทะเลไทยยังสามารถรับผู้ประกอบการได้ทั้งหมด ๒๐๐ ราย โดยมีผู้ซื้อมากถึง ๒,๐๐๐ รายต่อวัน มีปริมาณการซื้อขายสูงถึง ๓๐๐ ตันต่อวัน คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายต่อวัน ประมาณ ๖๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นมูลค่ารวมต่อปีประมาณ ๒๓,๗๒๕ ล้านบาท (ณ ๒๒ ธ.ค. ๒๕๖๐)

๒. ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง



สหกรณ์ประมงแม่กลอง จำกัด (ตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำ จังหวัดสมุทรสงคราม) สำนักงาน ๒๐๐-๒๐๑ หมู่ ๕ ตำบลแหลมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดปลา เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าสัตว์น้ำของสมาชิกและชาวประมงทั่วไป โดยดำเนินธุรกิจจากการรวบรวมผลผลิตจากสมาชิก เพื่อลดปัญหาในการนำปลาไปขายต่างจังหวัดและไม่สามารถกำหนดราคาได้ สหกรณ์ได้อนุญาตสมาชิกที่มีความสนใจเข้ามาทำหน้าที่แพปลาเพื่อเป็นผู้จัดการขายปลาของสมาชิก โดยสหกรณ์จัดการอำนวยความสะดวก ด้านที่จอดรถ ภาชนะ สถานที่เก็บของ น้ำแข็ง สุขา โดยระบบการประมูล อีกทั้งยังมีระบบกล้องวงจรปิด ระบบสุขอนามัย ระบบการคุ้มครองเครื่องจักรการคุ้มครองสารฟอร์มาลีน และมีการปรับปรุงตลาดเพื่อรองรับ IUU Fishing ปี ๒๕๓๘ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งเสริมสนับสนุนให้ตลาดปลาเป็น “ตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำ จังหวัดสมุทรสงคราม” โดยมีเนื้อที่อาคาร ๑๒,๐๐๐ ตารางเมตร ลานจอดรถคอนกรีตกว่า ๑๓ ไร่ สามารถรองรับปริมาณปลาวันละกว่า ๘๐ ตู้น้ำ เป็นปริมาณปลาวันละกว่า ๖๐๐ ตัน สหกรณ์ประมงแม่กลองมีตัวแทนจำหน่ายกว่า ๔๐ รายและมีผู้ซื้อหรือผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ รายต่อวัน ส่งผลให้เกิดมูลค่าการซื้อขายไม่ต่ำกว่า ๒๐ ล้านบาทต่อวันหรือคิดเป็นมูลค่าสูงถึง ๖๐๐ ล้านบาทต่อเดือน



๓. ตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำกรุงเทพบางบอน



ตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำกรุงเทพ - บางบอน ตั้งที่ ถนนบางบอน ๓ แขวงบางบอนเหนือ เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร จำหน่ายอาหารทะเลสด สัตว์น้ำเค็ม สัตว์น้ำจืดทุกชนิด ในราคาปลีก-ส่ง สินค้าสดใหม่สะอาดทุกวัน ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยจากสำนักงานกรุงเทพมหานครฯ เวลาเปิดขายอาหารทะเล รอบเวลา ๒๓.๐๐-๐๒.๐๐ น. เปิดขายปลาน้ำจืด กุ้งน้ำจืด สัตว์น้ำจืด รอบเวลา ๐๗.๐๐-๑๒.๐๐ น. เปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตามที่ตลาดฯประกาศหยุด

คู่เทียบในกลุ่มเอกชนในประเทศ

ทะเลไทย สหกรณ์แม่กลอง และตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำกรุงเทพบางบอน มีความคล่องตัวในเชิงเอกชน ที่ อสป. ต้องพัฒนารูปแบบจากราชการที่ล่าช้าให้เป็น ลักษณะเอกชนที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

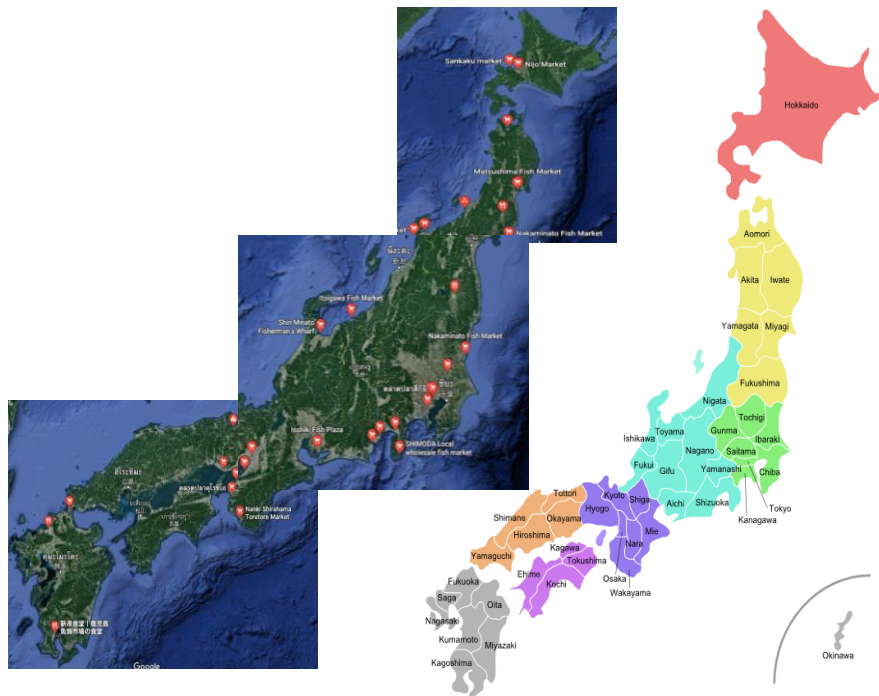
คู่แข่ง หัวเรื่อง	องค์การสะพานปลา	ทะเลไทย	สหกรณ์แม่กลอง	ตลาดกลางสินค้าสดวัน กรุงเทพบางบอน
มาตรฐานสุขอนามัย	มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสุขอนามัยของกรมประมง และได้รับใบรับรองด้านสุขอนามัยจากกรมประมงทุกปีทั้งหมด 13 แห่ง (คะแนน 10)	มีระบบสุขอนามัย ระบบตู้ตรวจเครื่องชั่ง และสารฟอรั่มาสีน	มีระบบสุขอนามัย ระบบตู้ตรวจเครื่องชั่ง และสารฟอรั่มาสีน	ได้รับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยจากสำนักงานกรุงเทพมหานคร
ราคาค่าธรรมเนียม	มีค่าธรรมเนียมส่วนตัวผ่านท่าที่ไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับสะพานปลาเอกชน (คะแนน 10)	มีค่าเช่าและค่าธรรมเนียมขนส่งภายในและข้อ ขายสดวัน	มีค่าเช่าและค่าธรรมเนียมขนส่งภายในและข้อ ขายสดวัน	มีค่าเช่าและค่าธรรมเนียมขนส่งภายในและข้อ ขายสดวัน
ระบบโครงสร้างพื้นฐาน	มีโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมติดกับทะเล มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมต่อการให้บริการ ในการขนถ่ายและซื้อขายสดวัน รวมถึงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านถนน ลานจอดรถ ระบบบำบัดน้ำเสีย และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (คะแนน 10)	มีสถานที่จอดรถ จำนวน 1,000 คัน สุขา จำนวน 60 ห้อง รองรับขยะมูลฝอย จำนวน 200 จุด	อาคารรองรับรถบรรทุกตู้กว่า 130 คัน ลานจอดรถคอนกรีตกว่า 13 ไร่ ดูแลความปลอดภัยด้วยกล้อง CCTV ไม่มียกกว่า 40 จุด	มีเรือคลุม ลานขนถ่ายสดวัน ลานจอดรถ
จำนวนสะพานปลา/ ท่าเทียบเรือประมง	มีความเหมาะสมในการดำเนินการด้านขนถ่ายและซื้อขายสดวัน ไปยังแหล่งอุตสาหกรรมและแหล่งบริโภค ได้อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ และกำลังเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพในการเป็นจุดศูนย์กลางการกระจายขนถ่ายและซื้อขายสดวันของประเทศไทย (คะแนน 10)	มีพื้นที่ 1/2 หมู่ 1 ถนนพหลโยธิน 2 ตำบลท่า จีน อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัด สมุทรสาคร	สหกรณ์แม่กลอง จำกัด (ตลาดกลาง สินค้าสดวัน จังหวัดสมุทรสาคร) สำนักงาน 200-201 หมู่ 5 ตำบลแหลม ใหญ่ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร	มี ตั้ง ถนนบางบอน 3 แขวงบางบอนเหนือ เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
ขนาดพื้นที่	มีทำเลเหมาะสม เหมาะแก่การเป็นจุดขนถ่ายและตลาดซื้อขายสดวันแล้ว ในทุกพื้นที่เขตพัฒนา และสิ่งปลูกสร้างที่มีศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจสะพานปลา ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ อีกมาก ทั้งในรูปแบบการขยายการ	มีทำเลอยู่ในทำเลที่แห้ง และใกล้ โรงงานแปรรูปอาหารทะเล ท้องเย็น จำนวนมาก มีพื้นที่จำนวนกว่า 150 ไร่	-เอทีโมคาร์ 12,000 ตารางเมตร ลาน จอดรถคอนกรีตกว่า 13 ไร่ -สามารถรองรับปริมาณปลาสดวันกว่า 80 ตู้เย็น เป็นปริมาณปลาสดวันกว่า 600 ตัน	มีเรือคลุม ลานขนถ่ายสดวัน ลานจอดรถ



๓.๔.๓ คู่เทียบจากตลาดปลาประเทศญี่ปุ่น

การวิเคราะห์คู่เทียบจากต่างประเทศเป็นกระบวนการที่มีการเปรียบเทียบกับหน่วยงานองค์กรธุรกิจอื่นทั้งในและต่างประเทศ ที่มีรูปแบบธุรกิจซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานในฟังก์ชันงานที่มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับสะพานปลาและทำเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) และนำไปสู่การกำหนดแนวทางและรายละเอียดในการพัฒนาเพื่อให้ทัดเทียมหรือเหนือกว่าคู่เทียบที่นำมาเปรียบเทียบได้ในอนาคต

ซึ่งหากพิจารณาคู่เทียบในลักษณะธุรกิจที่เกี่ยวกับสะพานปลาและทำเทียบเรือประมงที่มีความชัดเจนโดดเด่น และเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก ตลาดปลา (Fish Market) ของประเทศญี่ปุ่นจึงมีความเหมาะสมที่สุดที่จะทำให้สามารถเกิดประโยชน์ในการนำมาเปรียบเทียบเพื่อให้เกิดการพัฒนาสะพานปลาและทำเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา อันเนื่องมาจากประเทศญี่ปุ่นที่มีลักษณะเป็นเกาะที่มีตลาดปลาในรูปแบบต่าง ๆ จำนวนมากที่กระจายอยู่ทั้งแนวชายฝั่งและในตัวเมืองต่าง ๆ ของประเทศ ที่ทำให้สินค้าสัตว์น้ำที่จับมาได้จากชาวประมงมีเส้นทางการเดินทางและกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคทั้งรูปแบบการค้าส่งและค้าปลีกในประเทศ รวมไปถึงการส่งออกไปทั่วโลก ซึ่งตลาดปลาของประเทศญี่ปุ่นรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถค้นหาได้จาก Google Map เมื่อค้นหาคำว่า “Fish Market”





ตลาดปลาของประเทศญี่ปุ่นจึงเป็นมากกว่าช่องทางการซื้อขายสัตว์น้ำ เพื่อนำไปสู่ภาคการบริโภคของระบบอุตสาหกรรมการประมง แต่ยังสามารถเกิดมูลค่าในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่กลายเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมชม และศึกษาดูงานกิจกรรมต่าง ๆ ในตลาดปลาของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งถือได้ว่าตลาดปลาของประเทศญี่ปุ่นสามารถเป็นทั้งคู่เทียบ (Benchmark) และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนแม่บทด้านการพัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือ ประมงขององค์การสะพานปลา ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ซึ่งสามารถสรุปรูปแบบตลาดปลาในประเทศญี่ปุ่น ได้ ๒ รูปแบบ คือ

๑. ตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)
๒. ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction)

อีกทั้งสามารถแบ่งการพัฒนาตลาดปลาในประเทศญี่ปุ่นออกเป็น ๓ ระยะ ได้ดังนี้

๑. ระยะก่อนการพัฒนา (Pre-Development)
๒. ระยะการพัฒนาในเชิงเดี่ยว (Single Development)
๓. ระยะการพัฒนาในเชิงบูรณาการ (Integrated Development)

FISH MARKET TYPE	PHASE#1 PRE-DEVELOPMENT	PHASE#2 SINGLE DEVELOPMENT	PHASE#3 INTEGRATED DEVELOPMENT
RETAIL MARKET	MODEL 1.1 MODEL 1.2	MODEL 2.1	MODEL 3.1 MODEL 3.2 MODEL 3.3
WHOLESALE AUCTION	MODEL 1.3	MODEL 2.2 MODEL 2.3	



ซึ่งสามารถพิจารณารูปแบบ (MODEL) ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันได้จากตัวอย่างตลาดปลาแต่ละรูปแบบได้ดังนี้
รูปแบบที่ ๑.๑ (MODEL ๑.๑)

- ลักษณะเด่น : ตลาดปลาค้าปลีกของชุมชนแนวชายฝั่งทะเล
ประเภท : ตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)
ระยะ : ก่อนการพัฒนา (Pre-Development)
ตัวอย่าง : ตลาดปลานะคะมิเนโตะ (Nakaminato Fish Market) จังหวัดอิบะระกิ



ตลาดปลานะคะมิเนโตะ (Nakaminato Fish Market) จังหวัดอิบะระกิ เป็นตลาดปลาที่อยู่บริเวณแนวชายฝั่ง ซึ่งเป็นตลาดปลาที่คล้ายๆ กับตลาดปลาอื่นๆ ที่กระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดที่อยู่ในแนวชายฝั่งของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเกิดขึ้นโดยชุมชนที่จัดสรรพื้นที่อย่างง่าย ไม่ได้มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมากนัก จึงเป็นตลาดปลาที่ยังคงสภาพการค้าขายอย่างเรียบง่ายและมีเสน่ห์ในรูปแบบชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมของคนในพื้นที่



รูปแบบที่ ๑.๒ (MODEL ๑.๒)

- ลักษณะเด่น : ตลาดปลาค้าปลีกของชุมชนในเมือง
- ประเภท : ตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)
- ระยะ : ก่อนการพัฒนา (Pre-Development)
- ตัวอย่าง : ตลาดปลาซึกิจิ (Tsukiji Fish Market) กรุงโตเกียว (หลังจากย้ายการประมูลไปตลาดโทโยสุแล้ว)

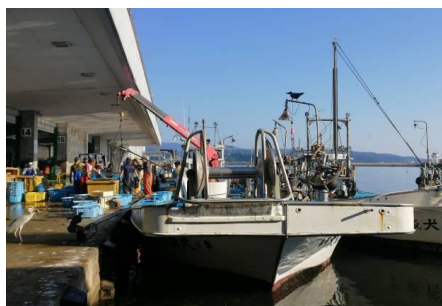


หลังจากย้ายกิจกรรมการประมูลไปตลาดโทโยสุแล้ว เพื่อเป็นการปรับปรุงพัฒนาและยกระดับสุขอนามัย และตลาดกลางในกรุงโตเกียวให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ตลาดปลาซึกิจิ (Tsukiji Fish Market) จึงเหลือเพียงส่วนร้านค้าและร้านอาหารญี่ปุ่นที่ก็ยังคงเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่มาเยือน เพราะความสะดวกสบายในการเดินทางในกรุงโตเกียวและตลาดที่ยังค่อนข้างมีรูปแบบดั้งเดิมตามอาคารพาณิชย์ของชุมชนเมือง



รูปแบบที่ ๑.๓ (MODEL ๑.๓)

- ลักษณะเด่น : ตลาดประมูลสัตว์น้ำในบริเวณท่าเทียบเรือลักษณะเปิดโล่ง
- ประเภท : ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction)
- ระยะ : ก่อนการพัฒนา (Pre-Development)
- ตัวอย่าง : ท่าเรือฮิมิ (Himi Fishing Port) จังหวัดโทะยะมะ



ท่าเรือฮิมิเป็นตลาดประมูลสัตว์น้ำในลักษณะท่าเทียบเรือที่เปิดโล่ง ซึ่งการประมูลสัตว์น้ำต่าง ๆ จะมีขึ้นในเวลา ๕.๐๐ น. โดยเป็นสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของการประมูลซื้อขายสัตว์น้ำในระบบค้าส่งโดยผู้จัดการประมูลและผู้เข้าร่วมประมูลเท่านั้น ไม่ได้รองรับการมาเยี่ยมชมการประมูลของนักท่องเที่ยว จึงไม่ได้มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ยังมีสภาพความสกปรกหรือเปียกแฉะจากการขนถ่ายและประมูลสัตว์น้ำ ที่มีเพียงมาตรการควบคุมระบบสุขอนามัยเบื้องต้น ซึ่งมีความคล้ายกับตลาดกลางซื้อขายสัตว์น้ำของประเทศไทยส่วนใหญ่ที่ยังไม่ถูกพัฒนาระบบสุขอนามัยไปถึงขั้นอุตสาหกรรมอาหาร และไม่ได้พัฒนาเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



รูปแบบที่ ๒.๑ (MODEL ๒.๑)

- ลักษณะเด่น : ตลาดปลาค้าปลีกที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
- ประเภท : ตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)
- ระยะ : ระยะการพัฒนาในเชิงเดี่ยว (Single Development)
- ตัวอย่าง : ตลาดปลาไยซู (Yaizu Fish Market) จังหวัดชิซุโอกะ



ตลาดปลาไยซูเป็นตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีการพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินช้อปปิ้งและรับประทานอาหารจากของทะเลสด, แห้ง, ร้านอาหาร, ของที่ระลึกต่าง ๆ ซึ่งมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น อาทิเช่น แผนผังของตลาด ระบบทำความเย็นและระบายอากาศ ระบบสุขอนามัย โดยเฉพาะความสะอาดและเป็นระเบียบของพื้นทางเดินที่ไม่มีความสกปรกหรือเปียกแฉะจากการขายสัตว์น้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว



รูปแบบที่ ๒.๒ (MODEL ๒.๒)

- ลักษณะเด่น : ตลาดประมูลสัตว์น้ำบริหารจัดการในลักษณะระบบปิด
- ประเภท : ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction)
- ระยะ : ระยะการพัฒนาในเชิงเดี่ยว (Single Development)
- ตัวอย่าง : ตลาดปลา มิซากิ (Misaki Fish Market) จังหวัดคานางาวะ



ตลาดปลา มิซากิ จะทำการประมูลปลา มากุโระ (ปลาทูน่าครีบน้ำเงิน) ตั้งแต่เวลา ๘.๐๐ น. โดยหากผู้เข้าร่วมประมูลดูขึ้นก่อนตัวอย่างแล้วต้องการประมูล ผู้เข้าร่วมการประมูลจะเขียนราคาลงในกระดาษตารางการเสนอราคา ที่จัดเตรียมไว้ให้ แล้วนำไปยื่นที่ส่วนกลางที่จะประมวลผลผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และนำราคาที่สูงที่สุดที่ชนะการประมูลขึ้นแสดงบนจอ Monitor ขนาดใหญ่ การชมการประมูลจะจัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจบนอาคารชั้น ๒ ที่มีกระจกกันไว้ ซึ่งจะมีห้องบรรยายขนาดไม่ใหญ่มากที่จัดเตรียมไว้ในบริเวณเดียวกับทางเดินชมการประมูล เพื่อให้ความรู้เรื่องการประมงและระบบการประมูล โดยเฉพาะกลุ่มเด็กนักเรียนที่โรงเรียนจัดมาทัศนศึกษาก็ถือเป็นกิจกรรมการให้ความรู้ที่ได้บรรยายให้ความสนุกแก่เด็กนักเรียนในลักษณะรูवादการ์ตูนซึ่งทำให้เด็ก ๆ ตื่นเต้นและสนุกสนานไปกับการประมูลได้เป็นอย่างดี



รูปแบบที่ ๒.๓ (MODEL ๒.๓)

- ลักษณะเด่น** : ตลาดประมูลสัตว์น้ำบริหารจัดการในลักษณะระบบปิดและมีสายการผลิต
- ประเภท** : ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction)
- ระยะ** : ระยะการพัฒนาในเชิงเดี่ยว (Single Development)
- ตัวอย่าง** : ตลาดปลาอิชิโนะมะกิ (Ishinomaki Fish Market) จังหวัดมิเยะจิ



ตลาดปลาอิชิโนะมะกิ มีอาคารขนาด ๔ ชั้น ความยาวถึง ๘๘๐ ม. และพื้นที่ทั้งหมด ๔๖,๐๐๐ ตรม. สถานที่ที่กว้างขวางและทันสมัยด้วยการใช้พลังงานจากระบบโซลาร์เซลล์ มีการควบคุมระบบสุขอนามัยตามมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหาร เช่น HACCP (การควบคุมจุดวิกฤตและการวิเคราะห์อันตราย) เนื่องจากมีสายการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำภายใต้แบรนด์ของตัวเอง เป็นแหล่งส่งต่อสัตว์น้ำต่าง ๆ ทางตอนเหนือไปยังตลาดอื่น ๆ ในประเทศญี่ปุ่นและส่งออกไปทั่วโลก การประมูลเริ่มตั้งแต่เวลา ๖.๐๐ น. โดยในบริเวณ ชั้น ๒ ของอาคารที่เป็นกระจกกันที่ เป็นพื้นที่ชมการประมูล จะมีการประมูลสัตว์น้ำที่มีความหลากหลายและปริมาณมาก มีห้องแสดงการประกอบอาหารที่เผยแพร่รายการทีวี ห้องรับรองและห้องประชุมขนาดใหญ่ เมื่อถึงเทศกาลสำคัญ พื้นที่การประมูลจะถูกเปลี่ยนเป็นสถานที่จัดงานที่เป็น Hall ขนาดใหญ่ที่สามารถจุคนได้จำนวนมาก



รูปแบบที่ ๓.๑ (MODEL ๓.๑)

- ลักษณะเด่น** : ตลาดประมูลสัตว์น้ำบริหารจัดการในลักษณะระบบปิดและตลาดซื้อขายสัตว์น้ำ เพื่อการค้าปลีกในพื้นที่อาคารสูง
- ประเภท** : ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction) และตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)
- ระยะ** : ระยะการพัฒนาในเชิงบูรณาการ (Integrated Development)
- ตัวอย่าง** : ตลาดโทโยสุ (Toyosu Market) กรุงโตเกียว



ตลาดโทโยสุเกิดจากการปรับปรุงระบบสุขอนามัยด้วยการย้ายการประมูลมาจากตลาดปลาซึกิจิ เมื่อปี ๒๐๑๘ โดยมีการประมูลสัตว์น้ำ ผัก และผลไม้ที่เป็นลักษณะการค้าส่งภายในอาคารและมีพื้นที่ต่าง ๆ ถึง ๓ โซน คือ ๑. พื้นที่การประมูลปลามากุโระ (ทูน่าครีบน้ำเงิน) และสัตว์น้ำต่างๆ ๒. พื้นที่ค้าส่งผัก-ผลไม้ ๓. ร้านอาหารและร้านค้า การประมูลจะมีขึ้นในเวลา ๕.๐๐ น. ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องชมผ่านกระจกใน ๒ ลักษณะ คือ ๑. Observation Window จะมีกระจกกันปิดสนิทตลอดทางเดินที่มีระดับความสูงจากพื้นที่การประมูลค่อนข้างมาก และ ๒. Observation Deck จะอยู่ในระดับความสูงใกล้เคียงระดับพื้น โดยจะมีกระจกกันแต่มีช่องเปิดด้านบนให้ได้บรรยากาศมากกว่า แต่ต้องจับฉลากผ่านเว็บไซต์ ด้วยวิธีการหาผู้โชคดีเพื่อเข้าชม ๑ เดือน



ล่วงหน้า รอบละ ๔๐ คน เพียง ๓ รอบ/วัน ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวและสำนักข่าวต่างๆ ทั่วโลกที่จะได้มาชมการประมูล

รูปแบบที่ ๓.๒ (MODEL ๓.๒)

- ลักษณะเด่น** : ตลาดประมูลสัตว์น้ำบริหารจัดการในลักษณะระบบปิดและตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีกในลักษณะถนนคนเดินขนาดใหญ่และศูนย์การค้าขนาดเล็ก
- ประเภท** : ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction) และตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)
- ระยะ** : ระยะการพัฒนาในเชิงบูรณาการ (Integrated Development)
- ตัวอย่าง** : ตลาดนุเมซึ (Numazu Fish Market) จังหวัดชิซุโอกะ



ตลาดปลานุเมซึ จะมีทั้งหมด ๓ ส่วนหลัก คือ ๑. พื้นที่อาคารประมูลปลาและสัตว์ทะเล ๒. พื้นที่ขายของทะเลสด - แห้ง และร้านอาหารต่าง ๆ ในลักษณะ Walking Street ๓. พื้นที่ร้านอาหารและขายของที่ระลึกในอาคาร (ติดแอร์) โดยทุกพื้นที่จะแยกส่วนจากกัน การประมูลจะมีในช่วงเวลา ๕.๐๐ - ๗.๐๐ น. ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องเดินขึ้นอาคารประมูลบริเวณชั้น ๒ เพื่อชมการประมูลสัตว์น้ำในบริเวณชั้น ๑ เมื่อประมูลเสร็จจะมีบริการระบบ Logistics ครบวงจรของผู้ประกอบการ โดยมีห้องเย็นและรถขนส่ง และเมื่อถึงเวลาประมาณ ๑๑.๐๐ น.



ก็สามารถเดินช้อปปิ้งและรับประทานอาหารจากของทะเลสด - แห้งและร้านอาหารต่าง ๆ ทั้งบริเวณพื้นที่ Walking Street ที่มีร้านค้าจำนวนมาก และในอาคารติดแอร์ที่สามารถแวะพักเหนื่อยคลายร้อนและซื้อของฝากต่าง ๆ ได้เช่นกัน

รูปแบบที่ ๓.๓ (MODEL ๓.๓)

ลักษณะเด่น : ตลาดประมูลสัตว์น้ำบริหารจัดการในลักษณะระบบปิดและตลาดซื้อขายสัตว์น้ำ เพื่อการค้าปลีกในลักษณะศูนย์การค้าขนาดเล็ก

ประเภท : ตลาดประมูลสัตว์น้ำเพื่อการค้าส่ง (Wholesale Auction) และตลาดซื้อขายสัตว์น้ำเพื่อการค้าปลีก (Retail Market)

ระยะ : ระยะการพัฒนาในเชิงบูรณาการ (Integrated Development)

ตัวอย่าง : ท่าเรือชินมินาโตะ (Shinminato Fisherman's Wharf) จังหวัดโทยะมะ



ท่าเรือประมงชินมินาโตะ จะมีทั้งหมด ๒ ส่วน หลัก ดังนี้ ๑.พื้นที่อาคารประมูลที่ติดกับท่าเรือ และ ๒.พื้นที่ร้านอาหารและขายของที่ระลึกในอาคาร (ติดแอร์) เนื่องจากมีการประมูลปูหิมะแดง (Red Snow Crab) ในช่วงบ่ายเวลา ๑๓.๐๐น. ที่อาคารประมูล ซึ่งเป็นหนึ่งในไม่กี่สถานที่ในประเทศญี่ปุ่นที่มีการประมูลในตอน



เที่ยงวัน ต่างจากที่อื่น ๆ ที่จะจัดการประมูลตอนเช้ามีด ตั้งแต่ ๕.๐๐ - ๘.๐๐ น. จึงทำให้สะดวกแก่นักท่องเที่ยว ชมการประมูลเสร็จสิ้นแล้ว ผู้ประกอบการบางส่วนที่เข้าร่วมประมูลจะนำปูหิมะแดงมานึ่งสดๆ จะสามารถ นึ่งรับประทานได้เลยหรือซื้อกลับไป โดยผู้ประกอบการก็จะมีรถทอกระเป๋ายอดเพื่อให้ความอุ่นและคงรสชาติได้

๓.๔.๔ องค์การที่มีลักษณะใกล้เคียง

Fish Marketing Organization (FMO – Hong Kong) ถือเป็น “คู่แข่งที่เหมือน แผลด” มากที่สุด เนื่องจากมีทั้งชื่อ บทบาท และโครงสร้างการดำเนินงานที่แทบจะเทียบเคียงได้โดยตรง (Fish Marketing Organization (FMO) โครงสร้างการดำเนินธุรกิจแบ่งออกเป็น ๔ หน่วยธุรกิจ ประกอบด้วย

- ๑) หน่วยธุรกิจตลาดปลาส่ง (Wholesale Fish Market Business Unit)
- ๒) หน่วยธุรกิจการค้าสินค้าประมง (Fishery Trading BU.)
- ๓) หน่วยธุรกิจสินเชื่อประมง (กองทุน) (Fishery Loan BU (Fund))
- ๔) หน่วยธุรกิจน้ำทะเลสะอาด (Clean Seawater Supplied BU)



ประวัติสำนักงานปฏิบัติการประมง (FMO) ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. ๒๔๘๘ ภายใต้กฎระเบียบ กลาโหมเพื่อช่วยเหลือชาวประมงในการกลับมาผลิตอีกครั้งหลังสงคราม และให้บริการขายส่งปลาทะเลอย่างเป็น ระเบียบและมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาการประมงและปรับปรุงสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชาวประมง กฎหมายว่า ด้วยปลาทะเล (การดำเนินงาน) (มาตรา ๒๕๑) ของกฎหมายฮ่องกง ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. ๒๕๐๕ ได้ให้



พื้นฐานทางกฎหมายสำหรับการจัดตั้งและการดำเนินงานของ FMO สำนักงานควบคุมปลานำโดยผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ และปัจจุบันดำรงตำแหน่งโดยผู้อำนวยการฝ่ายเกษตรประมง และการอนุรักษ์ FMO เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่เป็นอิสระทางการเงินและไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของข้าราชการพลเรือน

พันธกิจ (Mission) ให้บริการแก่อุตสาหกรรมประมงและผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์ประมงในท้องถิ่นด้วยความเป็นมืออาชีพ ความทุ่มเท ความสุภาพเอาใจใส่ และความมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กระบวนการจำหน่ายปลาทะเลสดต่อเป็นไปอย่างเป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การจัดการปลาทะเลที่มีเสถียรภาพและต่อเนื่องสำหรับผู้บริโภคในท้องถิ่น

สำนักงานจำหน่ายปลากลาง (FMO) ดำเนินงานตลาดขายส่งปลาทั้งหมด ๗ แห่ง ตั้งอยู่ที่ อาเบอร์ดิน, เส้าก๊ววัน, กวนตง, ฉางชวาน, คาสเชลฟิค, ไทโป และไซกง โดยให้บริการด้านสถานที่ซื้อขาย การจำหน่ายปลาส่งต่อ และงานบัญชีแก่ชาวประมง ผู้ค้าส่งปลา และผู้ซื้อ นอกจากนี้ FMO ยังให้บริการด้านการจัดการและงานสนับสนุนที่จำเป็นภายในตลาด เช่น การรักษาความปลอดภัย การทำความสะอาด การจอดรถ และการจัดการจราจร





แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

ตารางเปรียบเทียบองค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน



ข้อมูลเปรียบเทียบ



โครงสร้างธุรกิจ 3 ธุรกิจ

- 1.ธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง (FISH MARKET BU)
- 2.ธุรกิจการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำ(FISHERY TRADING BU)
- 3.ธุรกิจสินเชื่อ(NON-BANK BU)



โครงสร้างธุรกิจ 4 ธุรกิจ

- 1.WHOLESALE FISH MARKET BUSINESS UNIT
- 2.FISHERY TRADING BU.
- 3.FISHERY LOAN BU(FUND)
- 4.CLEAN SEAWATER SUPPLIED BU



ข้อมูลเปรียบเทียบ



อ้างอิงข้อมูล ปี 2567

ปีที่ก่อตั้ง	พ.ศ. 2496	พ.ศ. 2498
จำนวนสาขา	17 แห่ง	7 แห่ง
จำนวนพนักงาน	180 คน	153 คน
สินทรัพย์	1,210,686,980 บาท	370,508,634 HKD หรือ 1,553,340,657 บาท (คิดเป็น 1.28 เท่าของ อสป.)
รายได้	239,190,588 บาท	89,706,077 HKD หรือ 376,088,662 บาท (คิดเป็น 1.57 เท่าของ อสป.)
กำไร (ขาดทุน)	26,278,970 บาท	17,396,189 HKD หรือ 72,932,734 บาท (คิดเป็น 2.78 เท่าของ อสป.)
ส่วนแบ่งตลาด	ร้อยละ 17 ของประเทศไทย	ร้อยละ 43 ของเขตบริหารพิเศษฮ่องกง (จีน)
สัตว์น้ำผ่านท่า	ปริมาณ 194,190 ตัน	ปริมาณ 39,211 ตัน (คิดเป็น 0.20 เท่าของ อสป.)
การจัดสัตว์น้ำเพิ่ม ประมงพาณิชย์	ปริมาณ 1,152,574 ตัน	ปริมาณ 92,000 ตัน (คิดเป็น 0.08 เท่าของประเทศไทย)
ยอดปล่อยสินเชื่อประมง	16,420,000 บาท	72,350,000 HKD หรือ 303,324,096 บาท (คิดเป็น 18.47 เท่าของ อสป.)
ทุนการศึกษา	73,000 บาท	385,000 HKD หรือ 1,614,095 บาท (คิดเป็น 22.11 เท่าของ อสป.)
Return On Asset	2.17%	4.70% (2.16 เท่าของ อสป.)
Human Productivity	145,994 บาท/คน	476,685 บาท/คน (3.27 เท่าของอสป.)



๓.๕ การวิเคราะห์สถานภาพภายในองค์กร

การวิเคราะห์สถานภาพภายในองค์กรเป็นกระบวนการสำคัญในการประเมินศักยภาพและข้อจำกัดขององค์กร เพื่อให้เห็นภาพรวมของทรัพยากร ความสามารถ และระบบการดำเนินงานขององค์กรอย่างรอบด้าน อันจะนำไปสู่การระบุ จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนพัฒนาขององค์กรในระยะต่อไป

ในการจัดทำแผนวิสาหกิจครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยภายในโดยใช้หลักการ Functional Analysis ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตามหน้าที่หลักของการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการองค์กร (Management) ด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ด้านการเงิน (Finance) ด้านการดำเนินงาน/การปฏิบัติการ (Operations) ด้านการตลาดหรือการให้บริการ (Marketing / Service) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม (Information Technology & Innovation)

๓.๕.๑ ด้านผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจปีที่ผ่านมา

- สรุปผลการดำเนินงานตัวชี้วัดระดับองค์กร ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘ (เดือนตุลาคม ๒๕๖๗ ถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๘)

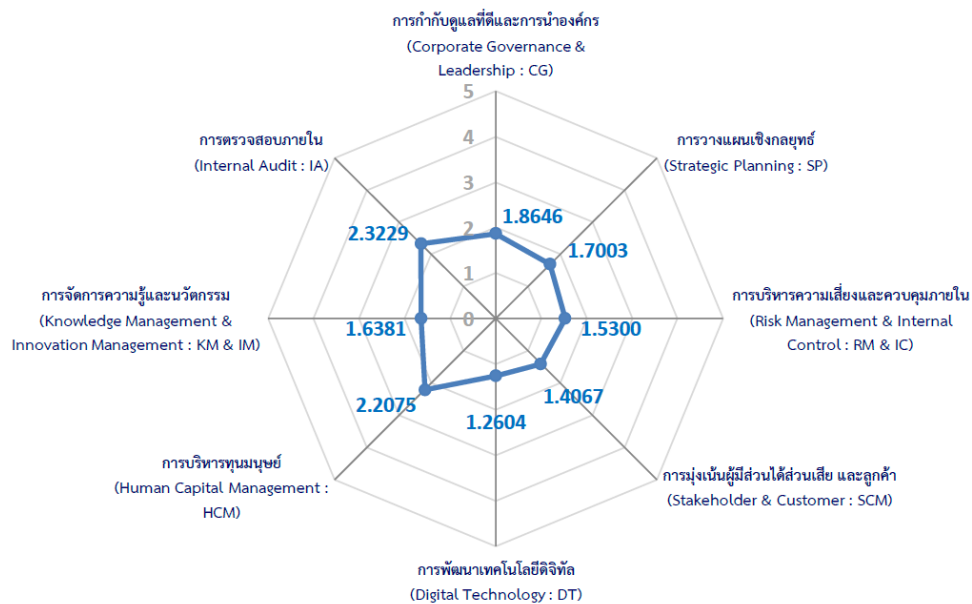
ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	สรุปผลการดำเนินงาน
ผลการดำเนินงานประจำปีของวิสาหกิจ	คะแนน ๒.๓๐	คะแนน ๒.๖๕๘๘	บรรลุเป้าหมาย
ความสามารถในการเพิ่มรายได้และ/หรือลดรายจ่าย สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง	ร้อยละ ๑๐	รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๙๑ รายจ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔.๐๔	ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
ความสำเร็จของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่ผ่าน หลักเกณฑ์การตรวจวัดมาตรฐานด้านสุขอนามัยของท่า เทียบเรือประมง สะพานปลาเพื่อการแปรรูป หรือตลาดกลาง ซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำตามประกาศกรมประมง	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	บรรลุเป้าหมาย
รายได้รวมขององค์การสะพานปลา	๒๔๐.๕๗ ล้านบาท	๒๔๑.๓๖ ล้านบาท	บรรลุเป้าหมาย
การปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการ	๒๐ ล้านบาท	๒๐.๗๘ ล้านบาท	บรรลุเป้าหมาย
การจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป	๒๔.๕๐ ล้านบาท	๑๙.๑๗ ล้านบาท	ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
การเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมง	-	-	-
จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงที่ได้รับการสนับสนุนจาก องค์การสะพานปลา	-	-	-



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

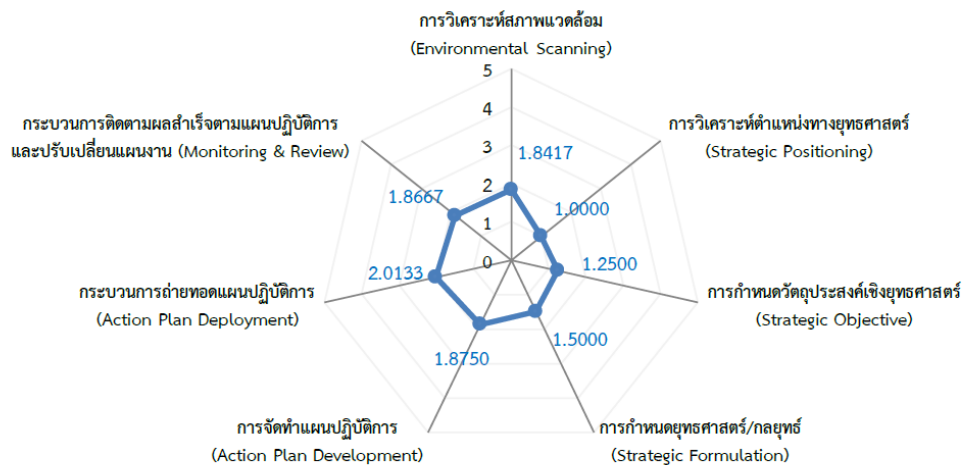
- ผลประเมินสถานการณ์การดำเนินงานขององค์การสะพานปลา ส่วน Core Business Enablers ประจำปี ๒๕๖๘

กราฟสรุปผลการประเมิน



กราฟสรุปผลการประเมิน หัวข้อ “การวางแผนเชิงกลยุทธ์”

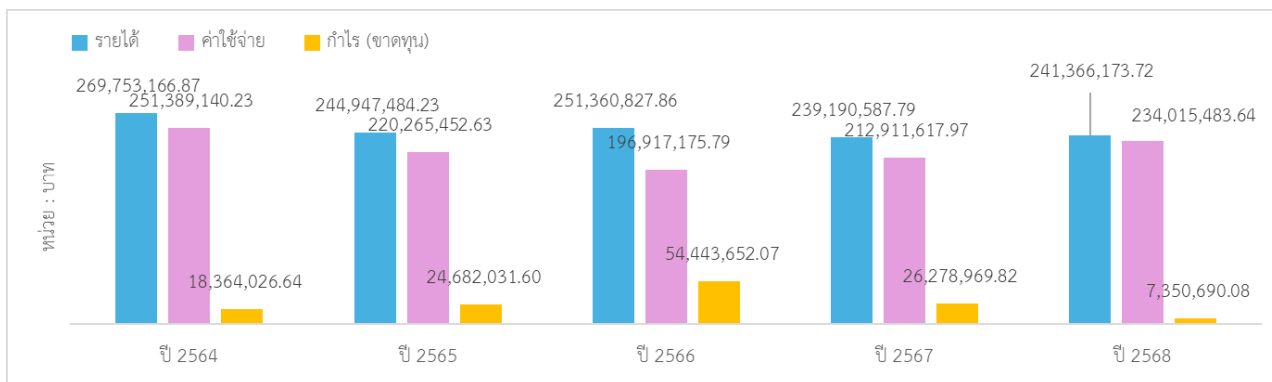
อยู่ที่ระดับคะแนน
1.7003



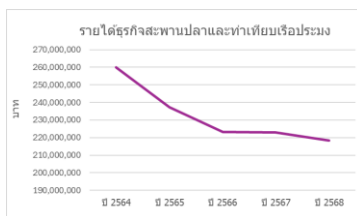


๓.๕.๒ ด้านการเงิน

• ภาพรวมผลการดำเนินงาน ประจำปี ๒๕๖๔ – ๒๕๖๘

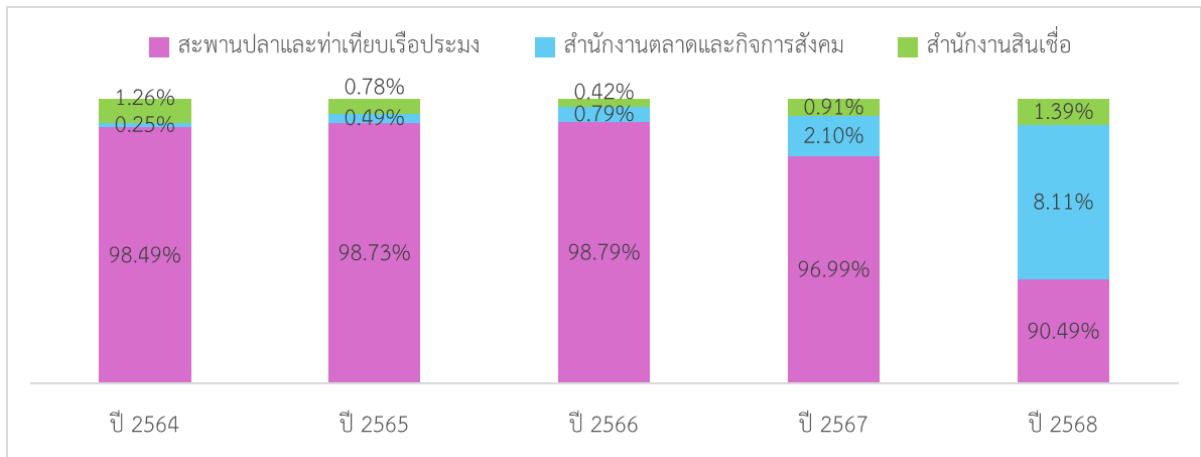


• การวิเคราะห์รายได้



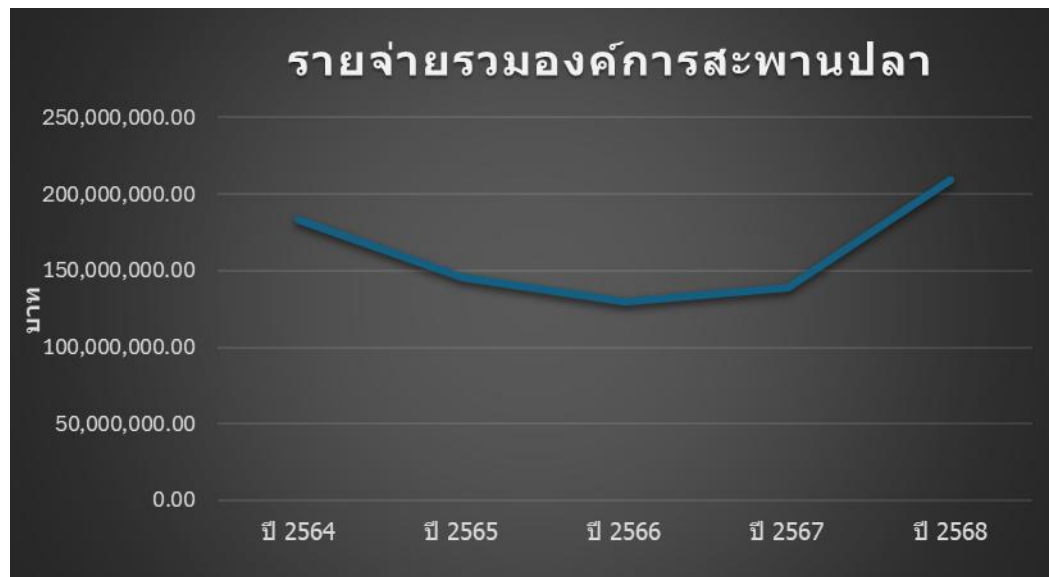


แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)



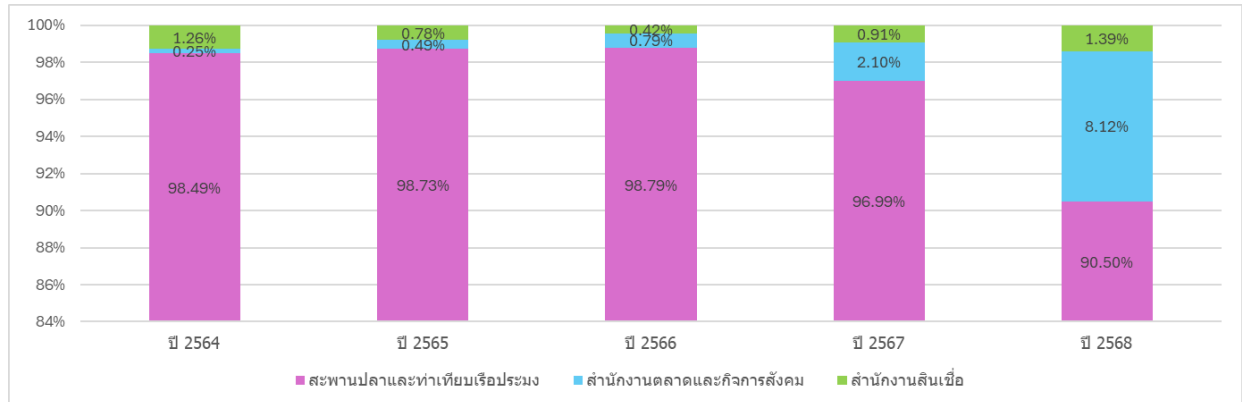
ในปี ๒๕๖๘ องค์การสะพานปลามีรายได้รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๔๑,๓๖๖,๑๗๓.๗๒ บาท ประกอบด้วย รายได้จากธุรกิจสะพานปลาและทำเทียบเรือประมง จำนวน ๒๑๘,๔๒๗,๒๘๕.๗๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๙๐.๕๐ รายได้จากธุรกิจสำนักงานตลาดและกิจการสังคม ๑๙,๕๙๓,๔๖๗.๒๒ บาท คิดเป็นร้อยละ ๘.๑๒ และรายได้จากธุรกิจสินเชื่อ จำนวน ๓,๓๔๕,๔๒๐.๗๙ บาท คิดเป็นร้อยละ ๑.๓๙ โดยในปี ๒๕๖๘ มีรายได้รวมลดลงจากปี ๒๕๖๔ จำนวน ๒๒,๕๗๓,๘๐๑.๙๖ บาท คิดเป็นร้อยละ ๙ โดยในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา รายได้จากธุรกิจสะพานปลาและทำเทียบเรือประมงมีอัตราการเติบโตที่ลดลงอย่างต่อเนื่องประมาณ ร้อยละ ๑๖ ในขณะที่รายได้จากธุรกิจสินเชื่อจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑ และรายได้จากธุรกิจซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ ๒,๐๐๐

• การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย

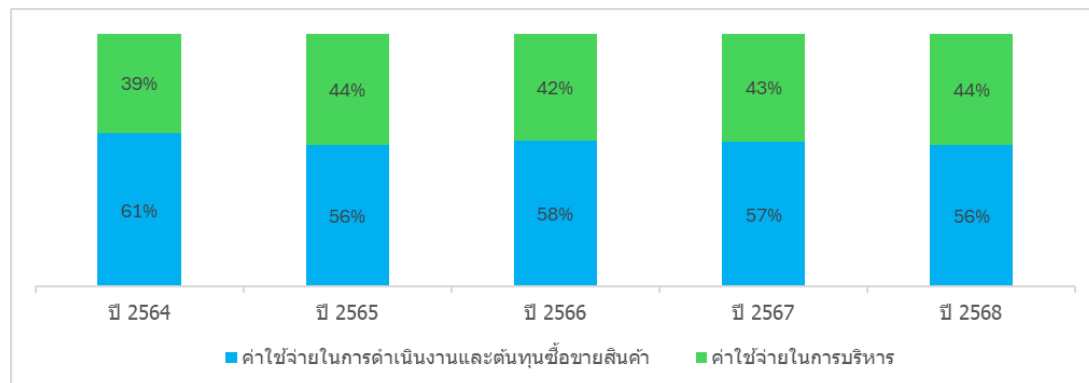




แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)



ในปี ๒๕๖๘ องค์การสะพานปลา มีรายจ่ายรวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๓๔,๐๑๕,๔๘๓.๖๔ บาท ประกอบด้วย รายจ่ายจากธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง จำนวน ๒๐๙,๔๗๔,๔๔๔.๑๔ บาท คิดเป็นร้อยละ ๘๙.๕๑ รายได้จากธุรกิจสำนักงานตลาดและกิจการสังคม ๒๐,๒๗๕,๔๒๒.๒๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๘.๖๖ และรายได้จากธุรกิจสินเชื้อ จำนวน ๔,๒๖๕,๖๑๗.๓๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๑.๘๒



สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและต้นทุนซื้อขายสินค้า และค่าใช้จ่ายในการบริหาร มีอัตราการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ยคงที่ โดยในปี ๒๕๖๘ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและต้นทุนซื้อขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ ๕๖ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีการเติบโตลดลงหรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก ได้แก่



ต้นทุนการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำแปรรูป สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริหาร คิดเป็นร้อยละ ๔๔ ค่าใช้จ่ายด้านการบริหาร ลดลงหรือเพิ่มขึ้นในทุกรายการ

๓.๕.๓ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

๑) ผลิตภัณฑ์บริการตามภารกิจเชิงสังคม

องค์การสะพานปลาจัดให้มีบริการพื้นฐานเพื่อรองรับอาชีพประมงที่ได้มาตรฐานจากกรมประมง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น โดยคิดค่าบริการในอัตราต่ำ และให้บริการแก่ทุกคนอย่างเสมอภาค ป้องกันการผูกขาด รักษาระดับราคาสัตว์น้ำให้เป็นธรรมแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนส่งเสริมอาชีพประมง การจัดบริการพื้นฐานทางการประมง โดยมีสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงกระจายอยู่ตามชายฝั่งทะเลทั้งอ่าวไทยและอันดามัน รวม ๑๖ แห่ง โดยแบ่งเป็นสะพานปลา ๔ แห่ง และท่าเทียบเรือประมง ๑๒ แห่ง ดังนี้ (๑) สะพานปลากรุงเทพ (๒) สะพานปลาสมุทรปราการ (๓) สะพานปลาสมุทรสาคร (๔) สะพานปลานครศรีธรรมราช (๕) ท่าเทียบเรือประมงตรวด (๖) ท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา (๗) ท่าเทียบเรือประมงหัวหิน (๘) ท่าเทียบเรือประมงชุมพร (๙) ท่าเทียบเรือประมงหลังสวน (๑๐) ท่าเทียบเรือประมงสุราษฎร์ธานี (๑๑) ท่าเทียบเรือประมงปัตตานี (๑๒) ท่าเทียบเรือประมงนราธิวาส (๑๓) ท่าเทียบเรือประมงระนอง (๑๔) ท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต (๑๕) ท่าเทียบเรือประมงสตูล (๑๖) ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๒ (ท่าสะพาน)

๒) ผลิตภัณฑ์บริการตามภารกิจเชิงพาณิชย์

(๑) องค์การสะพานปลาจัดหาประโยชน์จากที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้างในสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงต่าง ๆ ทั้งในรูปของการให้เช่าและการให้สิทธิในการเข้าทำธุรกิจจัดเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการและเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ เนื่องจากสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาจัดเป็นศูนย์รวมธุรกิจประมง ซึ่งจำเป็นต้องมีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน เช่น โรงน้ำแข็ง ห้องเย็น โรงงานแปรรูปสัตว์น้ำ อู่เรือ-คานเรือ เป็นต้น ไม่นับรวมอาคารสำนักงานของผู้ประกอบการแพปลา การให้เช่าพื้นที่เพื่อแปรรูปเบื้องต้น บรรจุหีบห่อ หรือแม้แต่จำหน่ายเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ การวางแผนบริหารทรัพยากรสินอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการประกอบธุรกิจซึ่งสนับสนุนและเกี่ยวข้องกับการประมงแล้ว ยังมีส่วนในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่และช่วยสร้างรายได้

(๒) องค์การสะพานปลาดำเนินงานในเชิงพาณิชย์โดยการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการประมง และเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ในการจัดหาปัจจัยการผลิต เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ทำประมง การปรับปรุงเรือประมง อาหารสัตว์น้ำ เป็นต้น

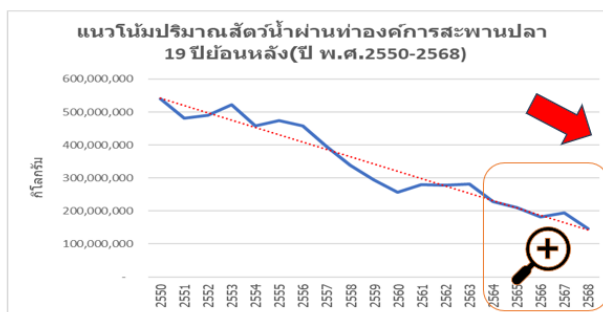
(๓) องค์การสะพานปลาดำเนินการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ประมงภายใต้เครื่องหมายการค้าขององค์การสะพานปลา



โอกาสในการดำเนินธุรกิจขององค์การสะพานปลาในอุตสาหกรรมประมง

ตามข้อมูลสถิติปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลตั้งแต่ ปี พ.ศ. ๒๕๕๐ มีปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าปริมาณ ๕๔๐,๗๙๗,๐๖๗ กิโลกรัม ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ มีปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าปริมาณลดลงเหลือเพียง ๑๔๕,๗๖๘,๗๒๑ กิโลกรัม หรือคิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ ๓๒ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนปริมาณสัตว์น้ำเค็มจากการทำประมงพาณิชย์ของไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ที่มีปริมาณทั้งหมด ๑,๐๔๔,๕๐๘,๐๐๐ กิโลกรัม หรือคิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ ๑๔ ที่ลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ที่คิดเป็นร้อยละ ๒๒ ของทั้งประเทศไทย ทำให้ องค์การสะพานปลาไม่สามารถพึ่งพิงเพียงรายได้จากการให้เช่าที่และค่าธรรมเนียมสัตว์น้ำผ่านท่า ที่จะลดลงตามปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่า จึงต้องสร้างธุรกิจเกี่ยวเนื่องทั้งการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและการให้สินเชื่อ ซึ่งจะเป็นการใช้ประโยชน์ทั้งสินทรัพย์ทางด้านบุคคลและอื่น ๆ ของสำนักงานบริหารสะพานปลาท่าเทียบเรือประมง รวมทั้งลูกค้าเดิมในพื้นที่สำนักงานบริหารสะพานปลาท่าเทียบเรือประมง องค์การสะพานปลาสามารถสร้างรายได้จากแหล่งใหม่ขึ้นมา ชดเชยส่วนที่ลดลง อีกทั้งองค์การสะพานปลาได้มีการปรับโครงสร้างของหน่วยงานฝ่ายสินเชื่อ โดยแบ่งส่วนงานเป็น ๓ สำนัก ได้แก่ ๑) สำนักงานธุรกิจสินเชื่อ ๒) สำนักงานวิเคราะห์และบริหารสินเชื่อ และ ๓) สำนักงานบริหารหนี้สินเชื่อ เพื่อรองรับภาระงานในการให้บริการสินเชื่อได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงได้มีการปรับโครงสร้างให้หน่วยงานสำนักงานบริหารการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการค้าในฝ่ายส่งเสริมและโครงการพิเศษ เพื่อที่จะสามารถบูรณาการทั้งการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากส่วนงานที่เป็นสำนักงานวิจัยและพัฒนา สินค้าจากผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ที่สำนักงานส่งเสริมการประมงได้สนับสนุนและส่งเสริม

ภาวะการถดถอยของปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าขององค์การสะพานปลา



รายการ	ปี 2564	ปี 2568	อัตราการเปลี่ยนแปลง
ปริมาณการสัตว์น้ำผ่านท่า องค์การสะพานปลา (กก.)	229,015,772	145,768,721	-36%
ปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากการทำประมงพาณิชย์ของไทย (กก.)	1,029,061,000	1,044,508,000	2%
รวมแบ่งการตลาดขององค์การสะพานปลา (Market Share)	22%	14%	-8%

ส่วนแบ่งการตลาด ลดลง 8% ในช่วง 5 ปี

หน่วยงาน	อัตราการเปลี่ยนแปลง
1. สะพานปลากรุงเทพ	-58%
2. สะพานปลาสมุทรปราการ	-48%
3. สะพานปลาสมุทรสาคร	-40%
4. สะพานปลานครศรีธรรมราช	-36%
5. ท่าเทียบเรือประมงทั่วถิ่น	-73%
6. ท่าเทียบเรือประมงชุมพร	-27%
7. ท่าเทียบเรือประมงสุราษฎร์ธานี	-29%
8. ท่าเทียบเรือประมงปัตตานี	-30%
9. ท่าเทียบเรือประมงสตูล	-43%
10. ท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต	-39%
11. ท่าเทียบเรือประมงระนอง	-56%
12. ท่าเทียบเรือประมงสงขลา	-56%
13. ท่าเทียบเรือประมงหลังสวน	-61%
14. ท่าเทียบเรือประมงราวีวาส	-56%
รวมองค์การสะพานปลา	-32%

ปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าลดลง 32% ตลอดช่วง 19 ปี





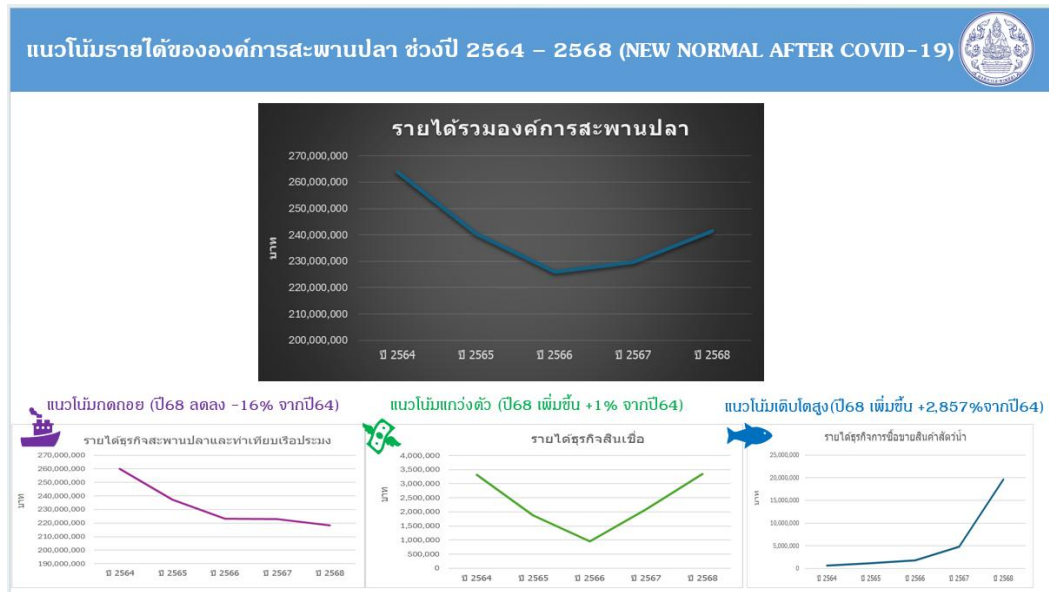
แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ จากรายได้รวม ๒๔๑ ล้านบาท ซึ่งเกิดจากหน่วยธุรกิจขององค์การสะพานปลาที่ประกอบไปด้วย ๓ ธุรกิจหลัก คือ ๑) ธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง มีรายได้ ๒๑๘ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๙๑ ๒) ธุรกิจการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำ มีรายได้ ๒๐ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๘ และ ๓) ธุรกิจสินเชื่อ มีรายได้ ๓ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑

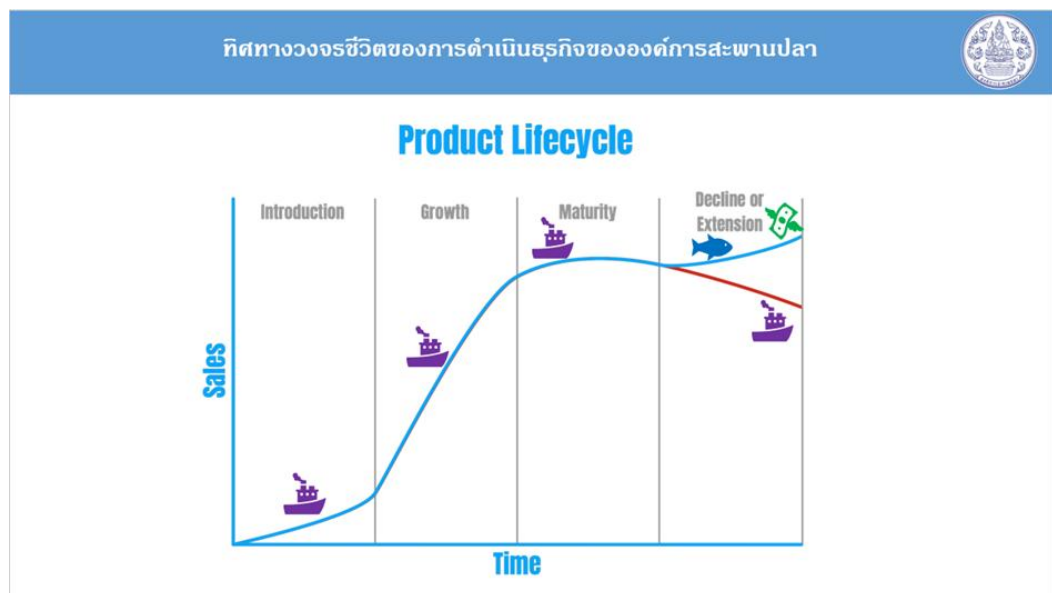
รูปแบบธุรกิจขององค์การสะพานปลา ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ (FMO BUSINESS MODEL)



และเมื่อพิจารณารายธุรกิจ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ถึงเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ ก็พบว่า ธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงมีรายได้ลดลงประมาณร้อยละ ๑๖ ซึ่งเป็นแนวโน้มเดียวกับปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ธุรกิจสินเชื่อจะมีรายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑ ซึ่งอาจจะยังมีทิศทางที่ไม่ชัดเจนนักในช่วงที่ผ่านมา และธุรกิจการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำที่เติบโตสูงถึงร้อยละ ๒,๐๐๐ หรือเป็นยอดขายได้เกือบ ๒๐ ล้านบาท

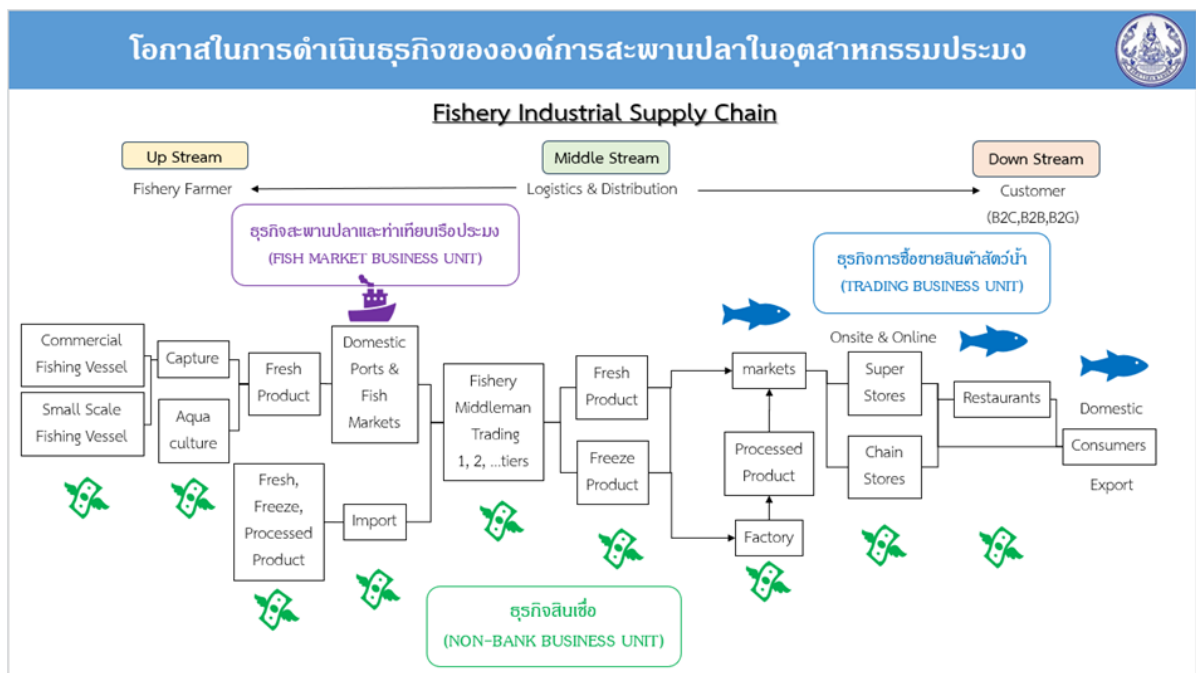


เมื่อพิจารณาจากวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ในการดำเนินธุรกิจที่มีอยู่ด้วยกัน ๔ ช่วง คือ ช่วงแนะนำ (Introduction) ช่วงเติบโต (Growth) ช่วงเติบโตเต็มที่หรือจุดสูงสุด (Maturity) และช่วงถดถอย (Decline) ก็ถือได้ว่า ธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาได้เข้าสู่ ช่วงของการถดถอยอย่างชัดเจน ในขณะที่ธุรกิจการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและธุรกิจสินเชื่อที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของ ช่วงแนะนำ สินค้าสู่ลูกค้าก็ยังมีความเป็นไปได้และโอกาสที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับองค์การสะพานปลาเพื่อชดเชยรายได้ที่ลดลงของธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง





จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมประมง (Fishery Industrial Supply Chain) ก็พบว่า แม้ว่าธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาที่อยู่ต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทานฯ จะถูกจำกัดตามสถานที่ให้บริการซื้อขายและขนถ่ายสัตว์น้ำซึ่งอยู่ในช่วงของการถดถอยอย่างชัดเจน แต่สำหรับธุรกิจการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและธุรกิจสินเชื่อนั้น องค์การสะพานปลาสามารถดำเนินการขยายการดำเนินกิจการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของห่วงโซ่อุปทานฯ ซึ่งเป็นโอกาสของการสร้าง S-Curve ในการหารายได้ของหน่วยธุรกิจที่องค์การสะพานปลา มีอยู่แล้วให้สามารถมีศักยภาพและประสิทธิภาพที่สูงขึ้นในการหารายได้



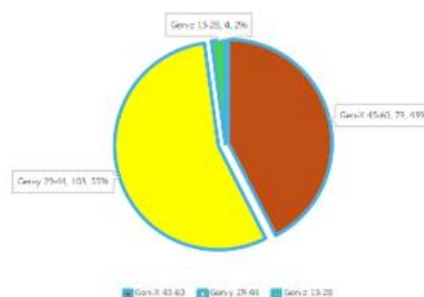


การวิเคราะห์ข้อมูลบุคลากรขององค์การสะพานปลา

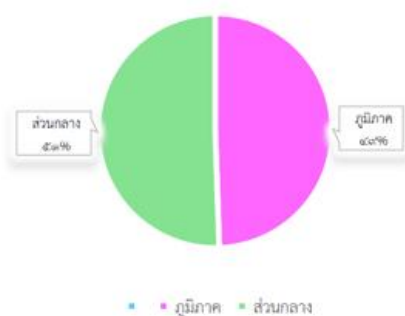
อัตรากำลังพนักงานองค์การสะพานปลา



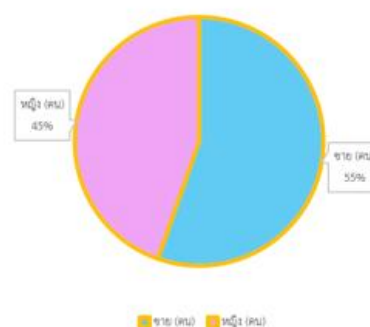
ช่วงอายุบุคลากร แบ่งตาม Generations



อัตรากำลังพนักงานองค์การสะพานปลา



บุคลากรแบ่งตามเพศ



สรุปข้อมูลจำนวนพนักงานตามวุฒิการศึกษา

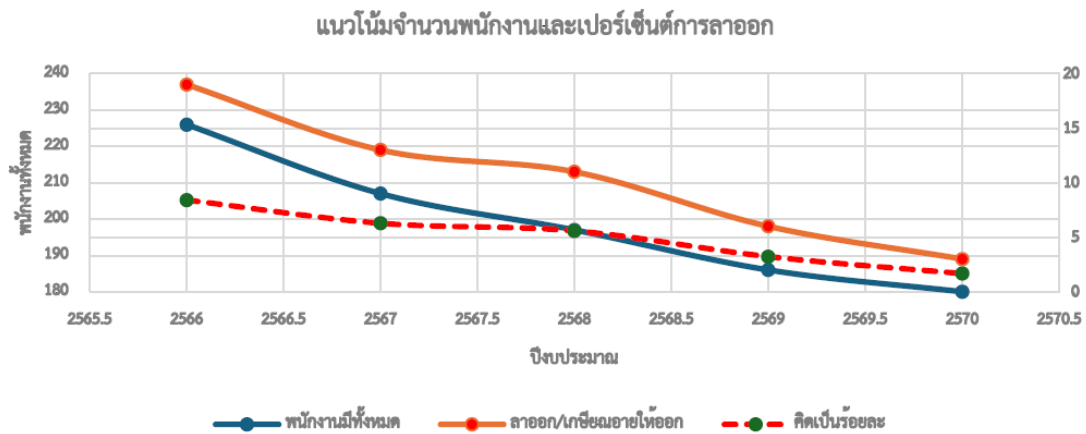
วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
ปริญญาเอก	3	๑.๖๑
ปริญญาโท	20	๑๐.๗๕
ปริญญาตรี	๙๕	๕๑.๐๘
อนุปริญญา	2	๑.๐๘
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	๑๓	๖.๙๙
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	๓๙	๒๐.๙๗
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.๖)	๙	๔.๘๔
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.๓)	๔	๒.๑๕
ประถมศึกษา	๑	๐.๕๔
รวม	๑๘๖	๑๐๐



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

ตารางสรุปข้อมูลบุคลากร

ปี งบประมาณ	พนักงานมีทั้งหมด (คน)	ลาออก/เกษียณ/ให้ออก (คน)	ปฏิบัติงานจริง (คน)
๒๕๖๖	๒๒๖	๑๙	๒๐๗
๒๕๖๗	๒๐๗	๑๓	๑๙๔
๒๕๖๘	๑๙๗	๑๑	๑๘๕
๒๕๖๙	๑๘๖	๖	๑๘๐
๒๕๗๐	๑๘๐	๓	๑๗๗



Human Capital Management: HCM | การบริหารทุนมนุษย์

ข้อมูลผู้เกษียณอายุ (ปี ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) องค์การสะพานปลา

ปีงบประมาณ	จำนวนเกษียณอายุ (คน)	ระดับ บริหาร	ระดับ ปฏิบัติการ
๒๕๖๖	๓	๒	๑
๒๕๖๗	๒	๑	๑
๒๕๖๘	๒	๑	๑
๒๕๖๙	๖	๕	๑
๒๕๗๐	๓	-	๓
รวม	๑๖	๙	๗



การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันฯ ขององค์การสะพานปลา ประจำปี ๒๕๖๘

สรุปรวมทุกด้าน

ข้อคำถามรายด้าน	N	Mean	Std. Deviation	อันดับ
ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร	163	4.34	.760	1
ด้านความผูกพันทางอารมณ์	163	4.14	.844	4
ด้านความผูกพันด้านแรงจูงใจและความตั้งใจในองค์กร	163	4.29	.804	2
ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้บริหารและวิสัยทัศน์ขององค์กร	163	4.21	.840	3
สรุปภาพรวมทุกด้าน	163	4.2464	.78160	

จากการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานองค์การสะพานปลา ประจำปี ๒๕๖๘ พบว่า โดยภาพรวมทุกด้านพนักงานองค์การสะพานปลา มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๕ ค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้าน มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ ข้อคำถามรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงควรมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำ และข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ควรมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงนั้น พบว่า ด้านที่มีความสอดคล้องกันมากที่สุดคือ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำสุด จากข้อมูลดังกล่าว ด้านที่ควรมุ่งเน้นคือ ด้านความผูกพันทางอารมณ์

ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ผลสำรวจความผูกพันบุคลากร

๑. การเสริมสร้างความผูกพันทางอารมณ์และการรับรู้คุณค่า (ด้านที่ต้องเร่งปรับปรุง) ด้านความผูกพันทางอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (๔.๑๔) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็น "ข้าพเจ้ารู้สึกที่องค์กรให้คุณค่ากับฉัน" ซึ่งได้คะแนนต่ำที่สุดในทุกรายการสำรวจ (๓.๙๙)

ข้อเสนอแนะ:

- สร้างระบบการยอมรับและให้รางวัล: จัดตั้งโครงการยกย่องและเชิดชูบุคลากรทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การกล่าวขอบคุณ, การมอบรางวัลสำหรับผลงานดีเด่น, หรือการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความขอบคุณเป็นประจำ
- ลงทุนในการพัฒนาบุคลากร: จัดให้มีแผนการฝึกอบรม (Training) และการพัฒนาสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นว่าองค์กรเห็นคุณค่าและพร้อมลงทุนในอนาคต
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วม: เปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของตนเองมากขึ้น เพื่อให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร



๒. การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริหารและวิสัยทัศน์ (ด้านที่มีความเห็นหลากหลาย) ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้บริหารและวิสัยทัศน์ขององค์กร มีค่า S.D. สูงที่สุด (๐.๘๔๐) ซึ่งบ่งชี้ว่าบุคลากรมีความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลาย และยังไม่มีความมั่นใจในดำนนี้อยู่มาก

ข้อเสนอแนะ:

- เพิ่มความโปร่งใสในการสื่อสาร: ผู้บริหารควรสื่อสารวิสัยทัศน์ แผนงาน และทิศทางขององค์กร อย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชี้แจงเหตุผลเบื้องหลังการตัดสินใจที่สำคัญ
- จัดเวทีพบปะผู้บริหาร: จัดกิจกรรม Q&A Session ให้ผู้บริหารระดับสูงได้พบปะบุคลากรโดยตรง เพื่อรับฟังความคิดเห็นและตอบข้อสงสัยต่าง ๆ อย่างเปิดอก เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นร่วมกัน

๓. การรักษาและเสริมสร้างความภาคภูมิใจในองค์กร (ด้านที่เป็นจุดแข็ง) ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (๔.๓๔) แสดงว่าบุคลากรมีความรู้สึกเชิงบวกต่อองค์การสะพานปลาสูงมาก

ข้อเสนอแนะ:

- ใช้จุดแข็งในการสื่อสารภายใน: ใช้ช่องทางการสื่อสารภายในเพื่อเน้นย้ำถึงความสำเร็จขององค์กร บทบาทสำคัญขององค์การสะพานปลาที่มีต่อประเทศชาติ และคุณค่าที่บุคลากรนำมาสู่องค์กร เพื่อตอกย้ำความรู้สึกภาคภูมิใจอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการเป็นทูตองค์กร (Ambassador): สนับสนุนให้บุคลากรที่ภาคภูมิใจในองค์กรอยู่แล้ว ได้มีโอกาสนำเสนอเรื่องราวดี ๆ ขององค์การสะพานปลาสู่ภายนอก เพื่อดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

สรุปโดยรวม : องค์การสะพานปลาควรใช้ความภาคภูมิใจที่มีอยู่ในระดับสูงเป็นรากฐานในการดำเนินการปรับปรุง โดยมุ่งเน้นการสร้างให้บุคลากรรู้สึก "ได้รับคุณค่า" และ "เข้าใจทิศทาง" จากผู้บริหารอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอเป็นอันดับแรก

๓.๕.๕ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสะพานปลา

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) เป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร โดยพิจารณาตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาปัจจัยนำเข้า (Input) การดำเนินการกระบวนการผลิตหรือการให้บริการ (Process) ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการสู่ผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Output/Customer) เพื่อทำความเข้าใจว่าในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินงาน องค์กรสามารถสร้างคุณค่า (Create Value) ให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างไร แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าแบ่งกิจกรรมขององค์กรออกเป็น ๒ ประเภทหลัก ได้แก่

๑. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างสินค้าและบริการ การดำเนินงาน และการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการ



๑.๑ ปัจจัยนำเข้า (Input)

- มีการเตรียมความพร้อมของท่าเทียบเรือประมง พื้นที่รับสัตว์น้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับเรือประมงและสินค้าสัตว์น้ำที่นำเข้ามายังท่าเทียบเรือ เช่น การบริหารพื้นที่ท่าเทียบเรือ การจัดการสถานที่ขนถ่ายสัตว์น้ำ และการจัดเตรียมระบบสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้อง

๑.๒ กระบวนการผลิตหรือการให้บริการ (Process)

- เป็นกระบวนการให้บริการภายในพื้นที่สะพานปลา เช่น การจัดพื้นที่ซื้อขายสัตว์น้ำ การบริหารจัดการตลาดสัตว์น้ำ การกำกับดูแลด้านสุขอนามัยและความสะอาด ตลอดจนการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายและกระจายสัตว์น้ำ

๑.๓ การส่งมอบสินค้าและบริการสู่ผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (Output/Customer)

- บริการสถานที่และอื่น ๆ ให้ผู้ใช้บริการ ชาวประมง ผู้ประกอบการ ผู้ค้าส่ง ผู้แปรรูป และประชาชนทั่วไป

๑.๔ การตลาด (Marketing)

- การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขายยังมีไม่มาก
- ข้อมูลลูกค้าเชิงลึกยังไม่เพียงพอสำหรับการวางกลยุทธ์การตลาด
- การส่งเสริมการใช้บริการพื้นที่สะพานปลา การพัฒนากิจกรรมทางธุรกิจในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์ และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ

๑.๕ การบริการ (Service)

- การให้บริการแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ชาวประมง ผู้ประกอบการค้าและแปรรูปสัตว์น้ำ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการดำเนินธุรกิจภายในพื้นที่สะพานปลา

๒. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๑ โครงสร้างองค์กร

- (+) มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน และมีการปรับให้สอดคล้องกับการดำเนินงานในปัจจุบัน
- (-) โครงสร้างยังไม่เอื้อต่อการบูรณาการและการสื่อสารข้ามสายงาน
- (-) ยังขาดหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลและสนับสนุนการทำงานแบบ Cross Function

๒.๒ ทรัพยากรบุคคล

- (+) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจหลักขององค์กร
- (+) มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- (-) ยังมีข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากรและทักษะด้านเทคโนโลยีหรือการวิเคราะห์ข้อมูล

๒.๓ เทคโนโลยีดิจิทัล

- (-) ระบบฐานข้อมูลยังไม่เชื่อมโยงกันทั้งหมด และบางระบบยังต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับการใช้งานมากขึ้น

๒.๔ การจัดซื้อจัดจ้าง

- (+) มีระบบและกฎหมายรองรับ เช่น พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพและความคุ้มค่าในการจัดหาวัสดุหรือบริการ



๓. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

จากการเชื่อมโยงของกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ทำให้องค์การสะพานปลาสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจประมง ได้แก่

- การเป็นศูนย์กลางตลาดซื้อขายสัตว์น้ำที่มีมาตรฐาน
- การอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานแก่ชาวประมงและผู้ประกอบการ
- การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจประมงตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- การส่งเสริมรายได้และความเป็นอยู่ของชาวประมงและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมประมง

ทั้งนี้ กิจกรรมต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่คุณค่ามีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันเสมือนเป็น “ห่วงโซ่” ที่ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรและผู้รับบริการ ดังแสดงในภาพ

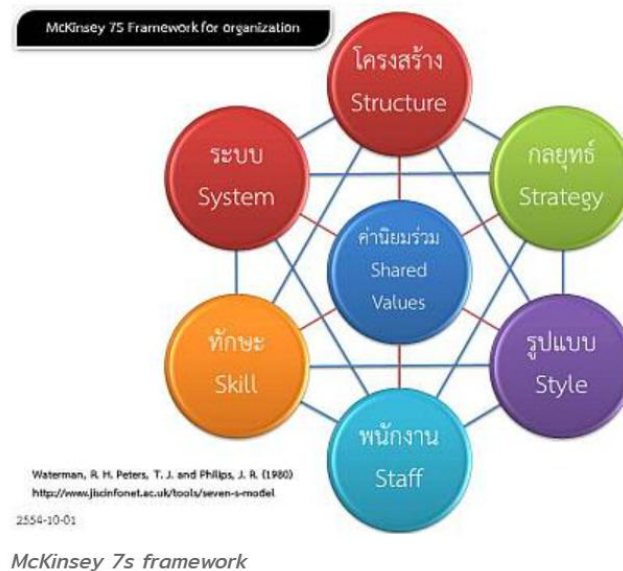


จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การสะพานปลา พบว่าองค์กรมี **จุดแข็งสำคัญ**ในด้านบทบาทการเป็นศูนย์กลางตลาดซื้อขายสัตว์น้ำและโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับกิจกรรมประมง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การรับสัตว์น้ำจากเรือประมง การจัดการพื้นที่ซื้อขาย การกระจายสินค้า ไปจนถึงการให้บริการแก่ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุตสาหกรรมประมง ส่งผลให้องค์การสะพานปลาสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ยังพบ **ช่องว่างในการพัฒนา (Value Chain Gap)** ในบางด้าน เช่น การพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการเชื่อมโยงข้อมูล การยกระดับกิจกรรมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มการรับรู้และการใช้บริการพื้นที่สะพานปลา รวมถึงการพัฒนารูปแบบบริการและกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ ๆ ภายในพื้นที่ ทั้งนี้ หากสามารถพัฒนาและเชื่อมโยงกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าให้มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น จะเป็น **โอกาสสำคัญในการสร้างรายได้และ**



มูลค่าเพิ่มใหม่ให้กับองค์การสะพานปลา เช่น การพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ การยกระดับศูนย์กลางการกระจายสินค้าสัตว์น้ำ การเชื่อมโยงธุรกิจแปรรูปและโลจิสติกส์ รวมถึงการพัฒนากิจกรรมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับอุตสาหกรรมประมงในพื้นที่สะพานปลา ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

๓.๕.๖ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (McKinsey ๗S Framework)



การวิเคราะห์ปัจจัยภายในขององค์กร ด้วยหลัก McKinsey ๗-S Framework หรือ ๗S ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายในองค์กร ๗ มิติ คือ ๑) มิติด้านกลยุทธ์ (Strategy) ๒) มิติด้านโครงสร้างองค์กร (Structure) ๓) มิติด้านระบบการทำงาน (Working System) ๔) มิติด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill) ๕) ด้านการจัดการบุคคล (Staff) ๖) มิติด้านรูปแบบการบริหารจัดการ (Style) และ ๗) มิติด้านค่านิยมร่วม (Shared values)) โดยเป็นการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยภายในองค์กร โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

๗S Framework	รายละเอียด
Structure-โครงสร้างองค์กร	- องค์การสะพานปลาประกาศใช้ผังโครงสร้างการบริหารขององค์การสะพานปลาเป็นไปตามข้อบังคับองค์การสะพานปลาวาดด้วยระเบียบบริหารและแบ่งส่วนงาน พ.ศ. ๒๕๖๘ โดยแบ่งเป็น ๘ ฝ่าย ๓๗ สำนักงาน ๑๔ แผนก ๑ ศูนย์ ตั้งแต่วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๖๘ โครงสร้างขององค์กรฯ เป็นโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Structure) ซึ่งกำหนดอำนาจ



๗S Framework	รายละเอียด
	หน้าที่และความรับผิดชอบชัดเจน จึงสามารถควบคุมและติดตามงานได้ง่าย ส่งเสริมความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีลำดับชั้นในตำแหน่งงานที่ชัดเจน สร้างแรงจูงใจในการเติบโต - โครงสร้างองค์กรขององค์การสะพานปลา มีการจัดแบ่งภารกิจเป็น ๓ ส่วน โดยมีรองผู้อำนวยการรับผิดชอบ คือ ๑.ด้านบริหาร ๒.ด้านสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๓.ด้านพัฒนากิจการประมง
Strategy-กลยุทธ์	องค์การสะพานปลา มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยเชิญผู้บริหารที่รับผิดชอบแผนแม่บทและแผนดำเนินงาน เพื่อถ่ายทอดทิศทางการดำเนินงานที่สำคัญขององค์กร รวมถึงบูรณาการแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ ให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา ประจำปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๖๙) ในวันที่ ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๘
Shared Value-ค่านิยมร่วม	องค์การสะพานปลา ได้กำหนดอัตลักษณ์และค่านิยมที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายในระยะยาว อัตลักษณ์ : องค์การสะพานปลา สะพานสู่การประมงที่ยั่งยืน ค่านิยม : FORWARD โดยมีความหมายดังนี้ F: Focus on Customers มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง O: Ownership มีความรับผิดชอบและเป็นเจ้าของงาน R: Respect & Integrity เคารพผู้อื่นและยึดมั่นในความซื่อสัตย์ W: Work Together ทำงานร่วมกันอย่างมีพลัง A: Agility คล่องตัว ปรับตัวได้รวดเร็ว R: Result - Oriented มุ่งผลลัพธ์เป็นสำคัญ D: Development & Innovation พัฒนาและสร้างนวัตกรรม
Style-รูปแบบการบริหาร	รายงานผลการสำรวจความผูกพันองค์กรของพนักงานองค์การสะพานปลา ประจำปี ๒๕๖๘ พบว่า ๑. ผลสำรวจรายข้อคำถาม หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ๒) ข้าพเจ้ารู้สึก ว่าองค์กรให้คุณค่ากับฉัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๙



๗S Framework	รายละเอียด
	๒. ผลสำรวจรายด้าน ข้อคำถามรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความผูกพันทางอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๔ สรุปโดยรวม : องค์การสะพานปลาควรใช้ความภาคภูมิใจที่มีอยู่ในระดับสูงเป็นรากฐานในการดำเนินการปรับปรุง โดยมุ่งเน้นการสร้างให้บุคลากรรู้สึก "ได้รับคุณค่า" และ "เข้าใจทิศทาง" จากผู้บริหารอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอเป็นอันดับแรก
System-ระบบงาน	- ระบบงานขององค์การสะพานปลายังเป็นระบบงานที่ยังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านของระบบงานเก่าแบบระบบราชการ กับระบบงานตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ของรัฐวิสาหกิจซึ่งอ้างอิงระบบการบริหารงานคุณภาพ หรือ Total Quality Management ที่หน่วยงานภายใน อสป. ก็ยังไม่สามารถปรับปรุงระบบงานให้เกิดประสิทธิภาพและมีมาตรฐานได้เท่าที่ควร - มีการทบทวนระบบงาน (Work system) และกระบวนการทำงานที่สำคัญ (Work Process) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กร
Staff-บุคลากร	บุคลากรขององค์การสะพานปลายังขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญ และศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาองค์กรได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในปัจจุบัน
Skill-ทักษะ	- ทักษะของบุคลากรขององค์การสะพานปลายังเป็นทักษะที่ยังยึดติดกับรูปแบบการปฏิบัติงานแบบเดิมในอดีต ยังขาดการอบรมและพัฒนา - ทักษะที่จำเป็นในการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในปัจจุบัน อาทิเช่น ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการแก้ปัญหาและปรับปรุงงาน ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการสื่อสาร ฯลฯ



๓.๕.๗ ปัจจัยความยั่งยืนขององค์การสะพานปลา

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



จากแผนปฏิบัติการปี ๒๕๖๙ ขององค์การสะพานปลาสามารถเชื่อมโยง “ประเด็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)” กับการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเป็นระบบ โดยสรุปในเชิง “ประเด็นยุทธศาสตร์ → SDGs ที่สอดคล้อง” ได้ดังนี้

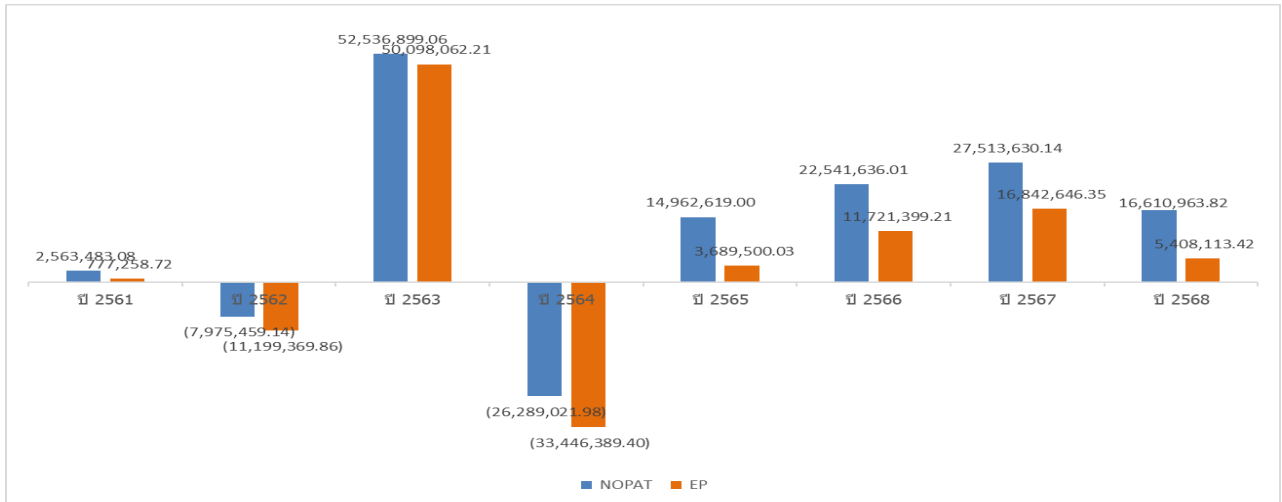
ประเด็นเป้าหมาย SDGs	ประเด็นการดำเนินงานของ อสป. ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs
๑) ขจัดความยากจน	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมชาวประมงและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีความมั่นคงทางอาชีพ
๒) ขจัดความอดอยาก สร้างความมั่นคงทางอาหาร ส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน	ยุทธศาสตร์ที่ ๔.๑ สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการประมงในการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำที่มีคุณภาพ
๔) ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้	กลยุทธ์ที่ ๔.๑.๑ การช่วยเหลือด้านการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำแก่ผู้บริโภค - โครงการให้ความรู้และส่งเสริมฐานะแก่ชุมชนประมง - โครงการส่งเสริมเชิงท่องเที่ยววิถีประมง - โครงการศึกษาความเป็นไปได้การยกระดับคุณภาพชีวิตกลุ่มประมงพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมกระชังเลี้ยงสัตว์น้ำ - โครงการการพัฒนางานวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่า
๘) ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน	
๙) ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนและนวัตกรรม	



๓.๕.๘ การวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนค่ากำไรทางเศรษฐกิจศาสตร์

การวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่าทางเศรษฐกิจศาสตร์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการประกอบการดำเนินงานจัดทำหรือทบทวนแผนวิสาหกิจ โดยเป็นเครื่องมือที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ได้กำหนดให้องค์กรรัฐวิสาหกิจนำมาใช้ เพื่อให้องค์กรสามารถจัดทำหรือทบทวนแผนยุทธศาสตร์ (Corporate Strategy) และแผนธุรกิจ (Business Plan) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนามูลค่าทางเศรษฐกิจศาสตร์ขององค์กร (Economic Profit : EP) เพื่อให้การทบทวนแผนวิสาหกิจสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนามูลค่าทางเศรษฐกิจศาสตร์ (Economic Profit : EP) องค์การสะพานปลาจึงใช้การวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนค่ากำไรทางเศรษฐกิจศาสตร์เชิงลึกเป็นเครื่องมือหนึ่งประกอบการทบทวนและจัดทำแผนวิสาหกิจ โดยดำเนินการ ๓ ขั้นตอน ดังนี้

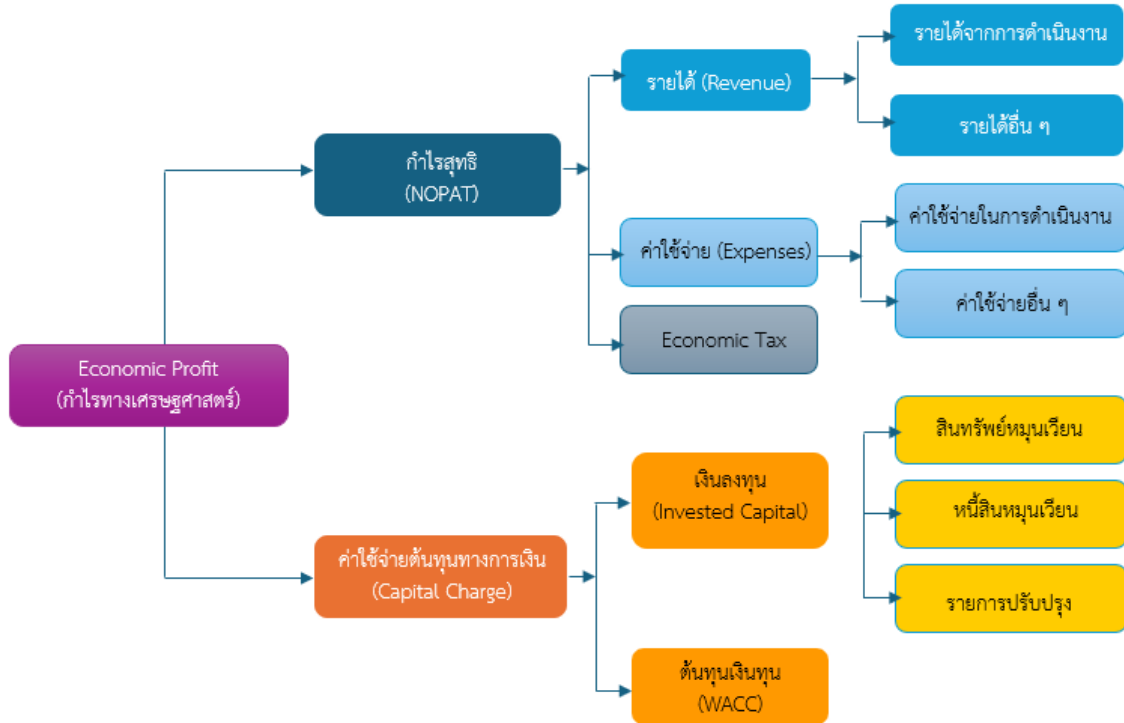




กราฟแสดงการเปรียบเทียบกำไรสุทธิ (NOPAT) และค่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Profit : EP) ขององค์การสะพานปลา ประจำปี ๒๕๖๑ – ๒๕๖๘

ในปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้กำหนดค่าอัตราผลตอบแทนปราศจากความเสี่ยง (Risk Free Rate : Rf) เป็นร้อยละ ๒.๖๘ ร้อยละ ๒.๗๐ ร้อยละ ๑.๐๖ และร้อยละ ๑.๓๓ ตามลำดับ และค่าส่วนเพิ่มความเสี่ยงของตลาด (Market Risk Premium : MRP) เป็นร้อยละ ๖.๙๒ ร้อยละ ๘.๑๘ ร้อยละ ๖.๗๗ และร้อยละ ๖.๒๗ ตามลำดับ สำหรับปี ๒๕๖๕ เป็นต้นมา ได้กำหนดค่า Rf เป็นร้อยละ ๒.๑๓ และกำหนดค่า MRP เป็นร้อยละ ๕.๘๒

ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ (Operational Driver Trees Financial Driver Trees) คือ การวิเคราะห์รายการบัญชีต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่มาของค่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์ แบ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อกำไรสุทธิ (NOPAT) ประกอบด้วย ตัวแปรด้านรายได้ และตัวแปรด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายต้นทุนทางการเงิน (Capital Charge) ประกอบด้วย ตัวแปรเงินลงทุน และตัวแปรต้นทุนเงินทุน แสดงรายละเอียดดังแผนภาพ



๒. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัยขับเคลื่อนทางการเงิน (Sensitivity Analysis)

การจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยขับเคลื่อนทางการเงินผ่านการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เพื่อพิจารณาผลกระทบต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มขององค์กรของแต่ละปัจจัยขับเคลื่อนทางการเงิน

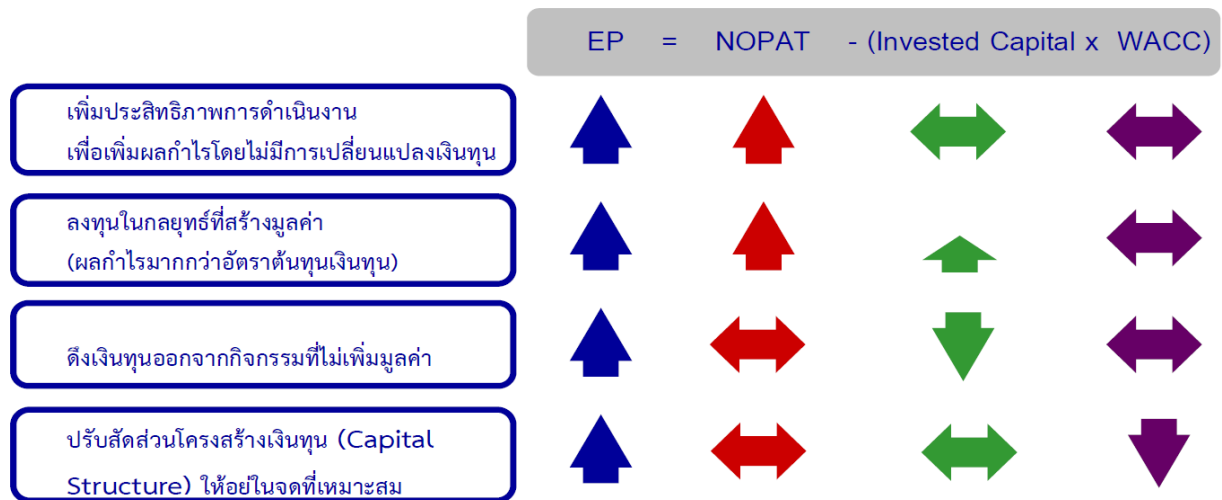
๓. การวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนการดำเนินงาน (Operational Driver) เพื่อระบุแผนกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (Strategic Improvement Plan)

การวิเคราะห์ Sensitivity ต่อค่า EP พร้อมระบุถึงความสามารถในการควบคุมและบริหารปัจจัยขับเคลื่อนสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยขับเคลื่อน โดยปัจจัยขับเคลื่อนใดควรเป็นปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่าหลักของหน่วยงานปัจจัยขับเคลื่อนที่เป็น High sensitivity และ High manageability ควรเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่ควรให้ความสำคัญก่อน และจะต้องมีการวางแผนในการพัฒนาปัจจัยขับเคลื่อนนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลให้ค่า EP เพิ่มขึ้น โดยทั่วไปแนวทางในการพัฒนาค่า EP สามารถดำเนินการได้ ๔ แนวทางหลัก ดังนี้

๑. การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไรโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงเงินทุน ได้แก่ การเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานและ/หรือลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งทำให้กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น และส่งผลให้ ค่า EP เพิ่มสูงขึ้น



๒. การลงทุนในกลยุทธ์ที่สร้างมูลค่า เป็นการเพิ่มเงินทุนในกิจกรรมที่ทำให้กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ในสัดส่วนที่มากกว่า ซึ่งส่งผลให้ค่า EP เพิ่มสูงขึ้น
๓. การดึงเงินทุนออกจากกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า เป็นการลดเงินลงทุนซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการสร้างรายได้ ซึ่งทำให้ต้นทุนเงินทุนลดลง ส่งผลให้ค่า EP เพิ่มสูงขึ้น
๔. การปรับสัดส่วนโครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในจุดที่เหมาะสม ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต้นทุนเงินทุนที่ต่ำลง ส่งผลให้ค่า EP เพิ่มสูงขึ้น



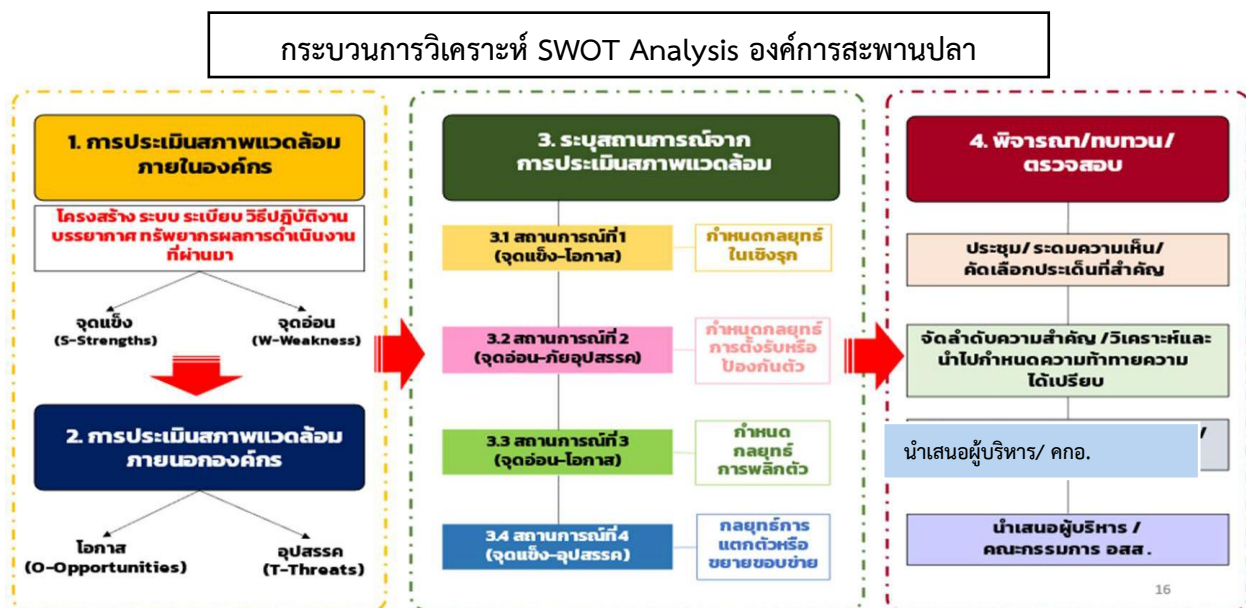
ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า	ความสำคัญต่อองค์กร	ประเด็นวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์
ปริมาณสัตว์น้ำที่ขนถ่ายผ่านสะพานปลา	เป็นรายได้หลักขององค์กรจากค่าบริการขนถ่ายและการใช้พื้นที่ตลาด	แนวโน้มปริมาณสัตว์น้ำในประเทศ การแข่งขันกับตลาดเอกชน การพัฒนาระบบโลจิสติกส์
จำนวนผู้ประกอบการ/ผู้ใช้บริการสะพานปลา	ส่งผลต่อรายได้ค่าธรรมเนียมและการใช้พื้นที่	การสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น
รายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	เพิ่มรายได้ให้กับองค์กร	การพัฒนาธุรกิจต่อยอดและเพิ่มมูลค่าให้พื้นที่สะพานปลา
มาตรฐานสุขอนามัยและคุณภาพสินค้า	ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ซื้อและผู้บริโภค	การยกระดับมาตรฐานตลาดสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
โครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์	ทำเทียบเรือ ระบบขนถ่าย ระบบห้องเย็น	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ



ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า	ความสำคัญต่อองค์กร	ประเด็นวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์
นโยบายภาครัฐด้านอุตสาหกรรมประมง	มีผลต่อปริมาณสัตว์น้ำและรูปแบบธุรกิจ	การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐและกฎหมายประมง
แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	ความต้องการอาหารปลอดภัยและการตรวจสอบย้อนกลับ	การพัฒนากระบวนการผลิตสัตว์น้ำที่ทันสมัยและโปร่งใส

๓.๖ การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม SWOT

จากการประยุกต์กรอบและเครื่องมือที่กล่าวข้างต้น คณะผู้จัดทำได้ทำการรวบรวมข้อมูลและนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทั้งสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกจะได้ผล ๔ ด้าน แบ่งออกเป็นสภาพแวดล้อมทั้งภายใน ๒ ด้าน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) สภาพแวดล้อมทั้งภายนอก ๒ ด้าน ได้แก่ โอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) หรือเรียกว่า SWOT โดยองค์การสะพานปลา มีกระบวนการในการดำเนินการ ดังนี้





การวิเคราะห์ SWOT ฉบับทบทวนปี พ.ศ. ๒๕๗๐

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงสัญญาณบ่งชี้ที่สำคัญด้านต่าง ๆ ทำให้สามารถระบุ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ขององค์การสะพานปลาในปัจจุบัน รวมถึงมีการแนบ ที่มา/ข้อมูลที่น่ามาอ้างอิง (Evidence-based) โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

Weight	Description	Evidence-Based
๘.๗๗%	S๑. ท่าเลที่ตั้งของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ทั้ง ๑๗ แห่งของ อสป. กระจายตัวในจังหวัดต่างๆ ครอบคลุมแนวชายฝั่งไทย	สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ทั้ง ๑๗ แห่งของ อสป. ประกอบด้วย สะพานปลารุงเทพ, สะพานปลาสมุทรสาคร, สะพานปลาสมุทรปราการ, สะพานปลานครศรีธรรมราช, ท่าเทียบเรือประมงตราด, ท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา, ท่าเทียบเรือประมงหัวหิน, ท่าเทียบเรือประมงชุมพร, ท่าเทียบเรือประมงหลังสวน, ท่าเทียบเรือประมงสุราษฎร์ธานี, ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๑, ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๒ (ท่าสะพาน), ท่าเทียบเรือประมงปัตตานี, ท่าเทียบเรือประมงนราธิวาส, ท่าเทียบเรือประมงสตูล, ท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต, ท่าเทียบเรือประมงระนอง
๗.๕๙%	S๒. อสป. มีฐานลูกค้าซึ่งเป็นเรือประมงพาณิชย์, ผู้ประกอบการแพปลาและธุรกิจเกี่ยวเนื่องอยู่เป็นจำนวนมากที่ใช้บริการต่างๆในพื้นที่ของ อสป.	จากข้อมูลสถิติปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากการทำการประมงพาณิชย์ ปี ๒๕๖๗ ของกรมประมง มีปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากการทำการประมงพาณิชย์ ของไทย จำนวน ๑,๑๕๒,๕๗๔,๐๐๐ กก. และข้อมูลปริมาณการสัตว์น้ำผ่านท่าสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงของ ของ อสป. จำนวน ๑๙๔,๑๙๐,๑๕๘ กก. คิดเป็น ๑๗% ของทั้งประเทศ โดยมีเรือประมงพาณิชย์มากกว่า ๒,๐๐๐ ลำ และผู้ประกอบการแพปลาและธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆที่ใช้บริการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ทั้ง ๑๗ แห่งของ อสป. มากกว่า ๕,๐๐๐ ราย
๑๐.๕๕%	S๓. สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงทุกแห่งของ อสป. ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยของกรมประมง	ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. ๒๕๖๘) สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงของ อสป. ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยของกรมประมง ๑๕ แห่ง ประกอบด้วย สะพานปลารุงเทพ, สะพานปลาสมุทรสาคร, สะพานปลาสมุทรปราการ, สะพานปลานครศรีธรรมราช, ท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา, ท่าเทียบเรือประมงหัวหิน, ท่าเทียบเรือประมงชุมพร, ท่าเทียบเรือประมงหลังสวน, ท่าเทียบ



Weight	Description	Evidence-Based
		เรือประมงสุราษฎร์ธานี, ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๒ (ท่าสะพาน), ท่าเทียบเรือประมงปัตตานี, ท่าเทียบเรือประมงตราด, ท่าเทียบเรือประมงสตูล, ท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต และท่าเทียบเรือประมงระนอง
๕.๒๓%	S๔. อสป. มีสะพานปลากรุงเทพที่อยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจและมีเครือข่ายระบบขนส่งสาธารณะที่อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ที่เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวที่ติดอันดับโลก	- กรุงเทพฯ มีรายได้จากการท่องเที่ยว ๖๙๗,๙๖๘ ล้านบาท เป็นจังหวัดอันดับ ๑ ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดในปี ๒๕๖๒ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : ซิลไปไหน ๑ ต.ค. ๖๒) - จากรายการสำรวจในปี ๒๐๑๘ โดย Mastercard Global Destination Cities Index กรุงเทพฯ ครองแชมป์อันดับ ๑ ของเมืองน่าเที่ยวที่สุดในโลกติดต่อกันเป็นปีที่ ๔ (Post Today ๔ ก.ย. ๖๒) - กรุงเทพฯ (Bangkok) ถูก Search หาในเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่พิกัดแม้อายุที่ยังปิดประเทศที่ติดอันดับที่ ๑๐ จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (ไทยรัฐออนไลน์ ๑๕ ส.ค. ๖๓)
๖.๒๐%	S๕. อสป. มีท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต ที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่อยู่ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูงของประเทศไทยและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	- จังหวัดภูเก็ต มีรายได้จากการท่องเที่ยว ๓๑๓,๑๘๖ ล้านบาท เป็นจังหวัดอันดับ ๒ ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดในปี ๒๕๖๒ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : ซิลไปไหน ๑ ต.ค. ๖๒) - ผลโหวตจากสื่อต่างชาติระบุ “ภูเก็ต” ไข่มุกอันดามัน คว้าอันดับ ๑๐ สถานที่ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกจากการโหวตของผู้ใช้งานบนเว็บไซต์ U.S.News & World Report โดยอิงปัจจัยต่างๆ ของแต่ละสถานที่ อาทิ แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม อาหาร ความสะดวกสบายในการเดินทาง ฯลฯ ภูเก็ตยังเป็นหนึ่งในที่หมายต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (MGR ONLINE ๓ มิ.ย. ๖๔)
๕.๑๒%	S๖. อสป. มีท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา ในจังหวัดชลบุรี ที่มีจุดขายในการเป็นตลาดปลาทะเลแห่งแรกและแห่งเดียวของประเทศไทย	- จังหวัดชลบุรี มีรายได้จากการท่องเที่ยว ๑๘๑,๕๙๘ ล้านบาท เป็นจังหวัดอันดับ ๓ ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดในปี ๒๕๖๒ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : ซิลไปไหน ๑ ต.ค. ๖๒)



Weight	Description	Evidence-Based
		- ท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลาเริ่มเปิดดำเนินการในวันที่ ๑ มิ.ย. ๖๔ ซึ่งถือเป็นตลาดปลากลางทะเลแห่งแรกของประเทศไทย (ประชาชาติธุรกิจ ๑ มิ.ย. ๖๔)
๓.๓๕%	ส๗. อสป. มีสะพานปลาสมุทรสาครที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดที่เป็นจุดศูนย์กลางการขนถ่าย ซื้อขายสัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าประมงของประเทศไทย	โดยจังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเลอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง ๒๖ กิโลเมตร ถือเป็นจังหวัดที่อยู่ติดแนวชายฝั่งที่อุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด และเป็นแหล่งอาหารทะเลที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้พื้นที่นี้เป็นแหล่งซื้อขายและจุดกระจายสินค้าสัตว์น้ำใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (ไทยโพสต์ ๒๒ ธ.ค. ๖๐)
๓.๙๗%	ส๘ อสป. มีศักยภาพในการพัฒนาศูนย์ด่านสิงขรเป็นจุดเชื่อมโยงการค้าสัตว์น้ำและโลจิสติกส์ชายแดน	- ด่านสิงขร เป็นจุดผ่านแดนไทย-เมียนมา ที่เชื่อมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับฝั่งทะเลอันดามันของเมียนมาอยู่ใกล้แหล่งประมงทะเลสำคัญทั้ง อ่าวไทย-อันดามัน และเส้นทางเดินเรือระหว่างประเทศระยะทางสั้นกว่าเมื่อเทียบกับการขนส่งอ้อมผ่านท่าเรือหลัก ทำให้ ลดต้นทุนโลจิสติกส์และเวลา (Time & Cost Efficiency) - ความพร้อมด้านภารกิจ ความต้องการตลาดที่ชัดเจน และผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ-สังคมที่เป็นรูปธรรม

จุดอ่อน (Weaknesses)

Weight	Description	Evidence-Based
๕.๕๑%	W๑. พนักงานของ อสป.ยังขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญ และศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาองค์กรได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในปัจจุบัน	จากแนวทางการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ด้าน Core Business Enablers ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ที่นำมาพัฒนาระบบการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗ อสป. ได้รับการประเมินผลคะแนนด้าน Core Business Enablers = ๑.๖๗๗๒ ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ โดยประกอบด้วย ๑. การกำกับดูแลที่ดี และการนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership : CG) = ๑.๖๘๔๒, ๒. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning : SP) = ๑.๖๔๑๗, ๓. การบริหารความเสี่ยง และ



Weight	Description	Evidence-Based
		ควบคุมภายใน (Risk Management & Internal Control : RM & IC) = ๑.๔๘๐๐, ๔. การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ ลูกค้า (Stakeholder & Customer : SCM) = ๑.๓๖๙๒, ๕. การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT) = ๑.๓๓๗๙, ๖. การบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management : HCM) = ๒.๑๕๕๓, ๗. การจัดการความรู้ และนวัตกรรม (Knowledge Management & Innovation Management : KM & IM) = ๑.๕๕๒๖ และ ๘. การตรวจสอบภายใน (Internal Audit : IA) = ๒.๑๙๗๑
๔.๕๗%	W๒. อสป.ยังมีการใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยเพื่อสนับสนุนการทำงานให้มีประสิทธิภาพได้น้อย	ปัจจุบัน (ปี พ.ศ.๒๕๖๘) ระบบการออกเอกสารการจัดเก็บค่าธรรมเนียมสัตว์น้ำผ่านท่าและค่าบริการต่างๆของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงของ อสป. ยังคงใช้การเขียนและออกเอกสารที่เป็นกระดาษในการรับชำระค่าบริการซึ่งยังมีประสิทธิภาพต่ำ เนื่องจากมีต้นทุนสูงและเสี่ยงต่อการทุจริตในการรับเงินสดของพนักงานผู้ปฏิบัติงาน
๔.๒๗%	W๓. พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินกิจการของ อสป. และไม่สอดคล้องกับบริบทความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมประมงไทย	ในบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของ อสป. ประจำปีบัญชี ๒๕๖๗ และ ๒๕๖๘ หัวข้อ ๑.๓ ระดับความสำเร็จของการทบทวนแนวทางการดำเนินงานตามพันธกิจและการรองรับการดำเนินงานของ อสป. ในอนาคต ซึ่งประเมินผลจากระดับความสำเร็จของการทบทวนพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ.๒๕๔๖ ที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) บรรจุไว้ในตัวชี้วัดของ อสป.อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับหน่วยงาน
๔.๑๙%	W๔. สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงของ อสป. บางแห่งไม่สามารถดำเนินกิจการในเชิงพาณิชย์ที่คุ้มทุนได้	จากปัญหาต้นทุนในการเช่าและใช้ประโยชน์ที่ดินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาทิเช่น ท่าเทียบเรือประมงนราธิวาสกับเทศบาลเมืองนราธิวาสที่สิ้นสุดสัญญาเช่าลงแล้ว และ ท่าเทียบเรือประมงสงขลา ๒ (ท่าสะพาน) กับเทศบาลเมืองสงขลาที่จะสิ้นสุดสัญญาเช่าในปี พ.ศ. ๒๕๗๐ ท่าเทียบเรือประมงหลายแห่งของ อสป.



Weight	Description	Evidence-Based
๓.๒๖%	W๕. โครงสร้างพื้นฐานของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงของ อสป. บางแห่งมีความชำรุดทรุดโทรม	สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงของ อสป. หลายแห่งมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เป็นอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่เก่าและทรุดโทรม อาทิเช่น สะพานปลากรุงเทพที่อาคารสำนักงานได้รับผลกระทบจากเหตุแผ่นดินไหวระดับรุนแรงที่เกิดขึ้นเมื่อวันที่ ๒๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ ที่มีขนาด ๘.๒ แมกนิจูด จากรอยเลื่อนสะกาย ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และเสาโครงสร้างท่าเทียบเรือประมงสตูลมีการแตกร้าวอย่างรุนแรงซึ่งมีความเสี่ยงต่อการทรุดตัวและถล่มลงแต่ก็ยังไม่ได้รับงบประมาณในการซ่อมแซม เป็นต้น
๒.๑๒%	W๖. สภาพร่องน้ำที่ตื้นเขินของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงหลายแห่งของ อสป. เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาขนถ่ายสินค้าสัตว์น้ำของเรือประมงพาณิชย์	ปัจจุบัน (ปี พ.ศ.๒๕๖๘) อสป. มีสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่ประสบปัญหาร่องน้ำตื้นเขิน อาทิเช่น สะพานปลานครศรีธรรมราช,ท่าเทียบเรือประมงตราด,ท่าเทียบเรือประมงหัวหินและท่าเทียบเรือประมงภูเก็ต ที่มีร่องน้ำที่ตื้นเขินจากจากเปลี่ยนแปลงสภาพธรรมชาติทางทะเลและหากไม่สามารถได้รับงบประมาณในการขุดลอกร่องน้ำก็จะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาขนถ่ายสินค้าสัตว์น้ำของเรือประมงพาณิชย์ ซึ่งจะส่งผลให้เรือประมงที่ไม่สามารถเข้าเทียบท่าของ อสป. ได้เลือกไปใช้บริการท่าเทียบเรือประมงของเอกชนอื่นๆ
๑.๗๓%	W๗. การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่สามารถสื่อสารให้องค์กรเป็นที่รู้จัก	ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. ๒๕๖๘) อสป. มีช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่าน www.fishmarket.co.th และ https://www.facebook.com/FMOonthemove ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตาม ๖,๙๐๐ คน และ https://www.facebook.com/FMOPProduct ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตาม ๒๗๗ คน และ https://www.tiktok.com/@fmothailand ๑๕๖ คน และ https://x.com/fish_marketing ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตามเพียง ๕๕ คน เท่านั้น



โอกาส (Opportunities)

Weight	Description	Evidence-Based
๑.๖๘%	๐๑.สถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการประมงมีอยู่จำนวนน้อย	สถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการประมงหลักๆ คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารออมสิน รวมถึงกรมประมง ตามโครงการสินเชื่อเพื่อเสริมสภาพคล่องผู้ประกอบการประมงที่ได้รับอนุมัติจากรัฐบาลเป็นการพิเศษเป็นรอบๆ ในการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจประมงเนื่องจากการทำธุรกิจประมงถือเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์ทั่วไปจะไม่ให้สินเชื่อ
๑.๖๙%	๐๒. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวหน้าและเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวก	ในปี ๒๕๖๓ ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยผู้ใช้กว่า ๕๓ ล้านคน มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้งานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลจากพฤติกรรม New Normal ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ คาดการณ์ประมาณ ๖๒ ล้านคน ภายในปี ๒๕๖๘ ซึ่งแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดได้แก่ Facebook (๙๔%), YouTube (๙๔%), LINE (๘๕%), FB Messenger (๗๖%) และ Instagram (๖๕%) ตามลำดับ การเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียในยุคปัจจุบันส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องตรวจสอบกลยุทธ์และจัดการวางแผนการพัฒนายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตได้ (Techhub ๖ ม.ค. ๒๕๖๔)
๒.๑๕%	๐๓. การทำการประมงแบบเพาะเลี้ยงมีอัตราการเติบโตและได้รับการสนับสนุนจากกรมประมง	จากข้อมูลประมาณการผลผลิตและมูลค่าสัตว์น้ำจากการประมงของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๖๙ ของกรมประมง คาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในอัตราร้อยละ ๑.๕๔ และ ๑.๘๖ ต่อปี ตามลำดับ โดยมีผลผลิตเฉลี่ย ๒,๔๙๖,๒๘๑ ตันต่อปี คิดเป็นมูลค่า ๑๖๐,๙๔๒ ล้านบาทต่อปี ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ได้จากการทำการประมงเฉลี่ย ๑,๕๔๗,๘๑๒ ตันต่อปี (ร้อยละ ๖๑.๙๘) คิดเป็นมูลค่า ๖๘,๕๕๑ ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ ๔๒.๕๙) และผลผลิตจากการเพาะเลี้ยงเฉลี่ย ๙๕๐,๒๙๕ ตันต่อปี (ร้อยละ ๓๘.๐๗) คิดเป็นมูลค่า ๙๒,๗๙๐ ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ ๕๗.๖๕) โดยผลผลิตและมูลค่าสัตว์น้ำจากการเพาะเลี้ยง พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๖๙ คาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้ม



Weight	Description	Evidence-Based
		เพิ่มขึ้นอัตรา ร้อยละ ๐.๙๗ และ ๐.๐๔ ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากปัจจัยทางด้านราคาที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้เกษตรกรหันมาเลี้ยงสัตว์น้ำเพิ่มขึ้น ประกอบกับสภาพภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการเลี้ยง ปริมาณน้ำในแหล่งน้ำต่าง ๆ มีเพียงพอ ตลอดจนมีความสนใจในการเลี้ยง เพื่อเพิ่มรายได้ และเพื่อบริโภคในครัวเรือน และความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นทางภายในท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนวิธีการขายผลผลิตโดยใช้สื่อออนไลน์ รวมทั้งมีการแปรรูป สัตว์น้ำ เช่น ปลานิลแดดเดียว ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้า เป็นต้น นอกจากนี้กรมประมงได้เสนอโครงการพัฒนาศักยภาพการผลิตพันธุ์ สัตว์น้ำเพื่อยกระดับความมั่นคงด้านอาหารและอาชีพ เพื่อให้หน่วยงานกรมประมงผลิตพันธุ์ สัตว์น้ำเพื่อแจกจ่าย สนับสนุนให้เกษตรกรที่ได้รับการพักชำระหนี้และเกษตรกรทั่วไปนำไปเลี้ยงเป็นอาชีพเสริม โดยคาดการณ์ว่าจะมี จำนวนฟาร์มเลี้ยงเฉลี่ย ๕๙๖,๐๙๑ ฟาร์มต่อปี เนื้อที่ ๑,๓๓๒,๔๒๓ ไร่ต่อปี มีผลผลิตเฉลี่ย ๑,๐๒๕,๗๓๒ ตันต่อปี คิดเป็น มูลค่า ๑๐๐,๒๒๒ ล้านบาทต่อปี ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ยังคงจับได้จากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งมีจำนวนฟาร์มเลี้ยง เฉลี่ย ๔๕,๐๒๗ ฟาร์มต่อปี (ร้อยละ ๗.๕๕) เนื้อที่ ๕๐๕,๕๒๑ ไร่ต่อปี (ร้อยละ ๓๖.๘๓) มีผลผลิตเฉลี่ย ๕๖๓,๖๐๗ ตันต่อปี (ร้อยละ ๕๔.๙๕) คิดเป็นมูลค่า ๗๒,๘๘๒ ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ ๗๒.๗๒) และจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด มีจำนวน ฟาร์มเลี้ยงเฉลี่ย ๕๕๑,๐๖๔ ฟาร์มต่อปี (ร้อยละ ๙๒.๔๕) เนื้อที่ ๘๖๖,๙๐๒ ไร่ต่อปี (ร้อยละ ๖๓.๑๗) มีผลผลิตเฉลี่ย ๔๖๒,๑๒๕ ตันต่อปี (ร้อยละ ๔๕.๐๕) คิดเป็นมูลค่า ๒๗,๓๔๐ ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ ๒๗.๒๘)
๓.๓๔%	๐๔. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ New Normal ในการซื้อสินค้า Online	“แมนพาวเวอร์กรุ๊ป ประเทศไทย” รายงานผลสำรวจในหัวข้อ “วิถีชีวิตแบบใหม่หลังโควิดส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคุณอย่างไร”อันดับที่หนึ่ง ๙๐.๙๑% คือ พฤติกรรมเกี่ยวกับรูปแบบการช้อปปิ้งออนไลน์ ในปี ๒๕๖๓ ธุรกิจช้อปปิ้งออนไลน์ มีมูลค่าที่ ๒๒๐,๐๐๐ ล้านบาท หรือ คิดเป็น ๔-๕% ของค่าปลีกทั้งประเทศ จะเห็นได้ว่า ช้อปปิ้งออนไลน์ในปี ๒๕๖๓ เติบโต ๓๕% จากปี ๒๕๖๒ ที่มีมูลค่า ๑๖๓,๓๐๐ ล้านบาท สัดส่วน ๓% ของค่าปลีกทั้งประเทศ (MGR ONLINE ๑๖ ก.ย. ๖๓)



Weight	Description	Evidence-Based
๑.๒๘%	๐๕. สินค้าประมงแปรรูปโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประมงพื้นบ้านได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและการทำประมงเชิงอนุรักษ์	ประมงพื้นบ้านได้รับการยอมรับในเรื่องของคุณภาพและความยั่งยืนในการทำประมง การประมงพื้นบ้านมักใช้วิธีการแบบดั้งเดิมและเครื่องมือที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลให้ได้สัตว์น้ำที่มีคุณภาพดีและช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในเชิงคุณภาพ การประมงพื้นบ้านมักใช้วิธีการจับสัตว์น้ำแบบคัดเลือก ทำให้ได้สัตว์น้ำที่มีคุณภาพดี ไม่ถูกทำลายจากการใช้อุปกรณ์ที่รุนแรง และในเชิงการทำประมงเชิงอนุรักษ์ชาวประมงพื้นบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพโดยคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากร ไม่ทำลายแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ และใช้เครื่องมือที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น อวนลากขนาดเล็ก หรือเครื่องมือที่ไม่ทำลายล้าง
๑.๒๘%	๐๖. จังหวัดที่มีศักยภาพในภูมิภาคห่างไกลจากแนวชายฝั่งทะเล ยังไม่มีตลาดซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำที่เป็นแหล่งกระจายสินค้าสู่จังหวัดใกล้เคียง	ปัจจุบัน(ปี พ.ศ.๒๕๖๘) ตลาดซื้อขายสัตว์น้ำจะมีในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคใต้ ที่กระจายตัวในจังหวัดต่างๆ ตลอดแนวชายฝั่งไทย ซึ่งในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังไม่พบการดำเนินงานในลักษณะเดียวกันนี้ จะมีเพียงห้องเย็นของผู้ประกอบการภาคเอกชนที่จะเป็นที่เก็บและกระจายสินค้าสัตว์น้ำในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงเท่านั้น
๐.๙๙%	๐๗. การพัฒนาของตลาดปลาในต่างประเทศที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นต้นแบบและแนวทางในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ	ปัจจุบัน(ปี พ.ศ.๒๕๖๘) มีการพัฒนาตลาดปลาในต่างประเทศที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นต้นแบบและแนวทางในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็น Sydney Fish Market ที่ประเทศออสเตรเลีย หรือ Toyosu Market และอีกหลายๆแห่งในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น
๑.๓๔%	๐๘ การเปิดการค้าชายแดนและการเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจใหม่เพิ่มโอกาสขยายบทบาทของ อสป.	การค้าชายแดนต้องพึ่งพามาตรฐานสุขอนามัยสัตว์น้ำ การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) บทบาทของ อสป. ขยายจาก “ผู้กำกับดูแล” เป็น “ผู้เอื้ออำนวยความสะดวก (Trade Facilitator)”

อุปสรรค(Threats)

Weight	Description	Evidence-Based
๕.๑๔%	๕.๑. ปริมาณวัตถุดิบสัตว์น้ำที่จับโดยเรือประมงไทยมีอัตราการลดลงอย่างต่อเนื่อง	จากข้อมูลสถิติกรมประมง ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ อัตราการจับสัตว์น้ำ (catch per unit effort: CPUE) ในอ่าวไทยโดยเรือสำรวจประมง มีอัตราการจับสัตว์น้ำ ๓๐๐ กิโลกรัม/ชั่วโมง ในปี พ.ศ.



Weight	Description	Evidence-Based
		๒๕๖๕ มีอัตราการจับสัตว์น้ำเหลือเพียง ๒๕ กิโลกรัม/ชั่วโมง คิดเป็นอัตราการลดลง ๙๑.๖๖๗ % ส่วนอัตราการจับสัตว์น้ำ (catch per unit effort: CPUE) ในอันดามัน ในปี พ.ศ. ๒๕๐๙ มีอัตราการจับสัตว์น้ำ ๔๑๐ กิโลกรัม/ชั่วโมง ในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ มีอัตราการจับสัตว์น้ำเหลือเพียง ๕๐ กิโลกรัม/ชั่วโมง คิดเป็นอัตราการลดลง ๘๑.๘๐๕ % และเมื่อพิจารณา ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากการทำการประมงพาณิชย์ของไทย มีปริมาณ ๑,๒๒๑,๙๒๓,๐๐๐ กก. ในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ พบว่าปริมาณการจับสัตว์น้ำเค็มจากการทำการประมงพาณิชย์ของไทย มีปริมาณ ๑,๑๕๒,๕๗๔,๐๐๐ กก. คิดเป็นอัตราการลดลง ๕.๖๗๕ %
๓.๒๓%	T๒. การหดตัวทางเศรษฐกิจ การบริโภคและการลงทุนต่างๆทั้งในและต่างประเทศ	การบริโภคภาคเอกชนและภาคท่องเที่ยวมีสัญญาณอ่อนแอลงต่อเนื่อง ความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนพฤษภาคมร่วงต่ำสุดในรอบกว่า ๒ ปี ขณะที่ทางการกำลังพิจารณามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนพฤษภาคมลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๔ สู่ระดับต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนเมษายน ๒๕๖๖ ที่ ๕๔.๒ จาก ๕๕.๔ ในเดือนเมษายน เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับ (i) การชะลอตัวของเศรษฐกิจไทย หลังหมดมาตรการกระตุ้นในไตรมาสแรก (ii) ความเสี่ยงจากนโยบายการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ และ (iii) ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมืองในประเทศการลดลงอย่างต่อเนื่องของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคบ่งชี้ถึงสัญญาณเชิงลบต่อแนวโน้มการใช้ภายในประเทศ เมื่อพิจารณาร่วมกับดัชนีการบริโภคภาคเอกชน (PCI) ซึ่ง ธปท. รายงานว่าในเดือนเมษายนหดตัวเป็นครั้งแรกในรอบ ๑๖ เดือน ที่ -๔.๐% YoY สะท้อนถึงการบริโภคที่อาจถูกกดดันจากหลายปัจจัย อาทิ รายได้ฟื้นตัวช้า ภาระหนี้ครัวเรือนสูง รวมทั้งนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ที่อาจกระทบต่อภาคการผลิตและการจ้างงาน ส่วนการเจรจาการค้าระหว่างไทยกับสหรัฐฯ เริ่มมีความคืบหน้าแต่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและจำเป็นต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ขณะเดียวกัน มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจวงเงิน ๑.๕๗ แสนล้านบาท ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาของรัฐบาล หากมีความล่าช้า อาจลดทอนประสิทธิภาพในการกระตุ้นอุปสงค์ในประเทศ



Weight	Description	Evidence-Based
		โดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปีทีภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มชะลอตัวรุนแรงขึ้น(บทวิเคราะห์เศรษฐกิจประจำสัปดาห์วิจัยกรุงศรี ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ๑๖ มิ.ย. ๖๘)
๑.๖๑%	T๓. ผู้ประกอบการในธุรกิจทำเทียบเรือประมงของประเทศไทศที่มีจำนวนมากในปัจจุบัน	ปัจจุบัน (ปี พ.ศ.๒๕๖๘) มีทำเทียบเรือประมงพาณิชย์และทำเทียบเรือประมงพื้นบ้านที่ขึ้นทะเบียนกับกรมประมงทั้งสิ้น ๑,๖๐๓ แห่ง
๑.๐๙%	T๔. ตลาดทะเลไทยในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นที่รู้จักในฐานะตลาดศูนย์กลางสัตว์น้ำที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย	โดยจังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดชายทะเลอยู่ห่างจากกรุงเทพฯเพียง ๒๖ กิโลเมตร ถือเป็นจังหวัดที่อยู่ติดแนวชายฝั่งที่อุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด และเป็นแหล่งอาหารทะเลที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้พื้นที่นี้เป็นแหล่งซื้อขายและจุดกระจายสินค้าสัตว์น้ำใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยมีตลาดทะเลไทย ซึ่งเป็นตลาดกลางสัตว์น้ำ ภายใต้การส่งเสริมของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินการซื้อขายอาหารทะเลสดรวมไปถึงผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่ใหญ่ที่สุดใน ประเทศไทย มียอดมูลค่าการซื้อขายสูงกว่า ๒๓,๐๐๐ ล้านบาท ต่อปี (ไทยโพสต์ ๒๒ ธ.ค.๖๐)
๒.๖๐%	T๕.อำนาจการกำหนดราคาค่าเช่าและการใช้ประโยชน์ที่ดินของเจ้ากรรมสิทธิ์ มีผลต่อต้นทุนการดำเนินงานและการพัฒนาของสะพานปลาและทำเทียบเรือประมงหลายแห่งของ อสป.	ที่ดินราชพัสดุของกรมธนารักษ์ ที่ อสป. เข้าใช้ประโยชน์ที่ดิน อาทิเช่น สะพานปลากรุงเทพ,ทำเทียบเรือประมงหัวหิน, ทำเทียบเรือประมงสงขลา ๑, ทำเทียบเรือประมงระนอง และทำเทียบเรือประมงปัตตานี และที่ดินของเทศบาล ที่ อสป. เข้าใช้ประโยชน์ที่ดิน อาทิเช่น ทำเทียบเรือประมงสงขลา๒ (ท่าสะพาน), ทำเทียบเรือประมงนราธิวาส ซึ่งกรณีทำเทียบเรือประมงนราธิวาสที่สิ้นสุดสัญญาเช่ากับเทศบาลเมื่อนราธิวาสแล้ว องค์การสะพานปลาก็ไม่ได้มีการต่อสัญญาเช่าเนื่องจากต้นทุนค่าเช่าที่เกิดขึ้นสวนทางกับรายได้จากปริมาณสัตว์น้ำผ่านท่าที่ลดลงเรื่อย ๆ ดังนั้นเช่นเดียวกันกับสะพานปลาและทำเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาแห่งอื่นในอนาคตก็มีความเสี่ยงในลักษณะเดียวกันกับทำเทียบเรือประมงนราธิวาส
๑.๑๗%	T๖.ความไม่สงบในพื้นที่ ๓ จังหวัดชายแดนใต้ ยังมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่	นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) โฆษกกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนครอบคลุมพื้นที่ ๕ จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่จัดทำร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัด



Weight	Description	Evidence-Based
		ชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นจังหวัดชายแดนภาคใต้ ไตรมาส ๑ ปี ๒๕๖๘ ปรับลดลงทั้งโดยรวม ในปัจจุบัน และในอนาคต ดัชนีโดยรวมปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ ๕๕.๔๔ จากระดับ ๕๖.๔๒ ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากการปรับลดลงด้านความมั่นคงขณะที่ด้านเศรษฐกิจและสังคมปรับเพิ่มขึ้นอย่างไรก็ดี พบว่า ความเชื่อมั่นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่น ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในปัจจุบันปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ ๕๑.๗๗ จากระดับ ๕๒.๓๖ และความเชื่อมั่น ในอนาคต (๓ เดือนข้างหน้า) ปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ ๕๙.๑๑ จากระดับ ๖๐.๔๘ โดยดัชนีความเชื่อมั่นทั้งโดยรวม ปัจจุบัน และในอนาคต ยังอยู่ในช่วงเชื่อมั่น สาเหตุการปรับลดลงของดัชนีโดยรวม คาดว่ามาจากสถานการณ์ความไม่สงบในหลายพื้นที่ ประกอบกับ ปัญหาอาชญากรรมที่สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ชาวมาเลเซียที่เข้ามาในช่วงเทศกาลตรุษจีนและวันหยุดปิดภาคเรียน ประกอบกับการดำเนินนโยบายกระตุ้น เศรษฐกิจของภาครัฐ ช่วยเพิ่มการบริโภคในประเทศ รวมถึงช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และหนี้สินของ ภาคธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง ภาวะหนี้สินระดับครัวเรือน และปัญหาด้านความมั่นคง ยังคงเป็นปัจจัยกดดันต่อความเชื่อมั่นของจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่จะต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ๑๓ พ.ค. ๖๘)
๐.๒๘%	๓.๗.การกำหนดกำแพงภาษีของประเทมหาอำนาจเพื่อกีดกันทางการค้าส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าประมงของไทย	ภาษีที่สหรัฐฯ ขึ้นกับสินค้าส่งออกของไทย โดยเฉพาะสินค้าประมง จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยอย่างแน่นอน โดยเฉพาะสินค้าปลาทูน่าและกุ้งแปรรูป ซึ่งเดิมมีอัตราภาษี ๐% แต่ถูกปรับขึ้นเป็น ๓๖%. การขึ้นภาษีนี้อาจทำให้ราคาสินค้าไทยสูงขึ้นในตลาดสหรัฐฯ ทำให้ผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าจากประเทศอื่นที่มีราคาถูกกว่า หรืออาจทำให้ผู้บริโภคในสหรัฐฯ ลดการบริโภคสินค้าประมงของไทยลง โดยทรมัมบีขึ้นภาษีผลไม้สดไทย หุบส่งออก ๕ หมื่นล้าน ‘ปลาจีน’ ทะลัก ซึ่งกรมประมงเรียกสมาคม/สหพันธ์/กลุ่มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ระดมผู้ภาษีตอบโต้ของ “ทรมัมบี” American First Seafood ที่จะ



Weight	Description	Evidence-Based
		เรียกเก็บไทย ๓๖% หลังครบกำหนด ๙๐ วัน ลุ้นทุนน่ากระป๋อง ยังไปได้ ส่วนกุ้งทะเลได้รับผลกระทบส่งออกมากที่สุด จากคู่แข่ง “เวียดนาม-อินโดนีเซีย-อินเดีย” ถึงขั้นแข่งขันไม่ได้-เสียตลาด พร้อมจับตา ๓ สินค้า “ปลานิลจีน-ดอลลี่-หมึกกล้วย” ทะลัก เข้าไทย ส่วนการเจรจาเพื่อลดภาษีตอบโต้สหรัฐของไทยยัง ไม่มีนัดหมาย เหตุเพิ่งส่ง “ข้อเสนอ” ไปให้กระทรวงการคลัง- USCR เมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา (ประชาชาติธุรกิจ ๑๔ พ.ค. ๖๘)



১১৯

[illegible]



๓.๘ การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (SA) / ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (SC) /สมรรถนะหลัก (CC)

๓.๘.๑ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage : SA)

S + O -> Strategic Advantage: กลยุทธ์เชิงรุก

- | | | |
|---------------------|----|---|
| S๑, S๒ + O๑, O๓ | -> | SA๑ : การปล่อยสินเชื่อกู้ยืมเงินหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลารวมถึงชาวประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่ต่างๆ |
| S๔, S๕, S๖ + O๗ | -> | SA๒ : การพัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่มีศักยภาพในเชิงท่องเที่ยว ให้เป็นตลาดปลาที่รองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ |
| S๑, S๗ + O๔, O๕, O๖ | -> | SA๓ : แปรรูปวัตถุดิบสัตว์น้ำจากประมงพาณิชย์และประมงพื้นบ้านเพื่อจำหน่ายทั้งแบบ offline และ online ด้วยแบรนด์องค์การสะพานปลา |
| O๕, O๗ | -> | SA๔ : Tourism-Fishery Integration: การเปลี่ยนจาก "สะพานปลายายส่ง" เป็น "แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีประมง" โดยเฉพาะที่อ่างศิลาและภูเก็ต เพื่อดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ |
| S๘ + O๘ | -> | SA๕ : Cross-Border Logistics Hub: การใช้พื้นที่ด่านสิงขร เป็นจุดเชื่อมโยงการค้าสัตว์น้ำและโลจิสติกส์ชายแดน ซึ่งสอดคล้องกับการเปิดเส้นทางเศรษฐกิจใหม่ |
| S๒ + O๒, O๔ | -> | SA๖ : Digital Marketplace Entry: การใช้ฐานลูกค้าที่มีอยู่จำนวนมากมาสร้าง Ecosystem บนโลกออนไลน์ เพื่อตัดตัวกลางและเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการ |

๓.๘.๒ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge : SC)

W + O + T -> Strategic Competition: กลยุทธ์เชิงแก้ไข + กลยุทธ์เชิงรับ

- | | | |
|------------------------|----|--|
| W๑, W๒ + O๒ + T๕ | -> | SC๑ : การพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดต้นทุนการดำเนินงานด้านต่างๆ |
| W๓, W๔ + O๔ + T๑, T๓-> | | SC๒ : การปรับปรุงพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆที่หลากหลาย และไม่พึ่งพิงเพียงธุรกิจเดิม |
| W๑, W๒ | -> | SC๓ : Internal Capability Gap: ปัญหาพนักงานขาดความเชี่ยวชาญและระบบเทคโนโลยีที่ล้าสมัยท่ามกลางโลกที่เปลี่ยนเป็น New Normal และการแข่งขันที่รุนแรง |
| W๕, W๖ | -> | SC๔ : Infrastructure & Environment Decay: สภาพโครงสร้างพื้นฐานที่ชำรุดและปัญหาร่องน้ำตื้นเขินซึ่งเป็นอุปสรรคโดยตรงต่อการเข้ามาของเรือประมงพาณิชย์ขนาดใหญ่ |



๓.๘.๓ การวิเคราะห์สมรรถนะหลัก (Core Competency : CC)

สมรรถนะหลักขององค์กร หรือความสามารถเชิงลึกที่องค์กรมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ ซึ่งแตกต่างและโดดเด่นกว่าหน่วยงานอื่น โดยเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความได้เปรียบและความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร ได้แก่

- **Network Dominance (เครือข่ายครอบคลุม):** การมีสะพานปลาและท่าเทียบเรือถึง ๑๘ แห่ง กระจายตัวอยู่ตลอดแนวชายฝั่งทั้งอ่าวไทยและอันดามัน (S๑) ซึ่งยากที่เอกชนรายเดียวจะเลียนแบบได้
- **Certified Standards (มาตรฐานภาครัฐ):** การได้รับการรับรองมาตรฐานสุขอนามัยจากกรมประมงในทุกแห่ง (S๓) สร้างความเชื่อมั่นในระดับ B๒B และ B๒C ได้เหนือกว่าตลาดทั่วไป
- **Strategic Locations (ทำเลทองเชิงยุทธศาสตร์):** การครอบครองพื้นที่ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง เช่น กรุงเทพฯ (S๔), ภูเก็ต (S๕) และสมุทรสาคร (S๗) ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ทั้งด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม

สามารถทำได้โดยการใช้ VRIO Framework ในการวิเคราะห์ทรัพยากรภายในองค์กร เช่น ทรัพยากรบุคคล (Human Resource) ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resource) หรือ องค์ความรู้ (Knowledge) ซึ่งจะต้องเป็นทรัพยากรที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ยาก

การวิเคราะห์ความสามารถพิเศษขององค์กร (Core Competency) สามารถทำได้โดยการใช้ VRIO Analysis Framework เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) และปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้อง เพื่อคัดเลือกและกำหนดความสามารถพิเศษขององค์กรในปัจจุบัน (CC) และความสามารถพิเศษขององค์กรในอนาคต (FCC) ที่สามารถตอบสนองต่อเกณฑ์การประเมินดังกล่าวได้อย่างครบถ้วน โดยเกณฑ์การประเมิน VRIO ประกอบด้วย

๑. Value สมรรถนะที่มีสามารถสร้างคุณค่า ทำให้องค์กรได้เปรียบคู่แข่ง
๒. Rarity สมรรถนะที่มีเป็นสิ่งที่หาได้ยากจากอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด
๓. Inimitable สมรรถนะที่มีเป็นสิ่งที่ยากในการลอกเลียนแบบของคู่แข่ง/สินค้าทดแทน
๔. Organized องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็ง (Strength) / สมรรถนะที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ตารางเกณฑ์การประเมิน VRIO

ลำดับ	หลักเกณฑ์	ระดับ	ความหมาย
๑	การสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร (Value)	V๑ (สูง)	สมรรถนะนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์จากการตอบสนองโอกาสและต่อต้านหรือบรรเทาภัยคุกคาม
		V๒ (ปานกลาง)	สมรรถนะนี้สามารถสร้างคุณค่าหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
		V๓ (ต่ำ)	สมรรถนะนี้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรได้เปรียบคู่แข่ง
๒	การหายาก (Rareness)	R๑ (สูง)	สมรรถนะนี้มีจำนวนองค์กรอื่นที่มีเช่นเดียวกันน้อย
		R๒ (ปานกลาง)	สมรรถนะนี้สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปในองค์กรคู่แข่งหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
		R๓ (ต่ำ)	สมรรถนะนี้้องค์กรคู่แข่งไม่สามารถครอบครองได้ในระยะเวลาไม่เกิน ๕ ปี
๓	ความยากในการลอกเลียนแบบ (Imitability)	I๑ (สูง)	สมรรถนะนี้ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย
		I๒ (ปานกลาง)	สมรรถนะนี้ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์/สินค้า/บริการทดแทนได้โดยง่าย
		I๓ (ต่ำ)	สมรรถนะนี้จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรทั้งด้านการเงินและมิใช่ด้านการเงินจำนวนมากในการทำซ้ำลอกเลียนแบบของคู่แข่ง/สินค้าทดแทน
๔	องค์การสามารถนำมาใช้ประโยชน์ (Organized)	O๑ (สูง)	สมรรถนะนี้้องค์กรมี ๑. โครงสร้างอัตรากำลัง ๒. กระบวนการทำงาน และ ๓. เทคโนโลยีดิจิทัลรองรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
		O๒ (ปานกลาง)	สมรรถนะนี้้องค์กรมีแผนงานรองรับที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
		O๓ (ต่ำ)	สมรรถนะนี้้องค์กรมีทักษะ ความเชี่ยวชาญ องค์ความรู้ รองรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



การระบุสมรรถนะหลัก (Core Competency)

VRIO Framework	Value (V)			Rarity (R)			Inimitable (I)			Organized (O)		
	V๑	V๒	V๓	R๑	R๒	R๓	I๑	I๒	I๓	O๑	O๒	O๓
CC : ปัจจุบัน มีการให้บริการแหล่งขนถ่ายและ ซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำ รวมถึงพื้นที่ เช่าของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง			✓		✓				✓			✓
FCC : อนาคต นอกจากการให้บริการแหล่งขน ถ่ายและซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำ รวมถึงพื้นที่เช่าของธุรกิจ เกี่ยวเนื่องแล้ว จะมีการให้บริการ สินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนที่จะช่วย ให้เพิ่มสมรรถนะในการแข่งขัน กับท่าเทียบเรือประมงเอกชน ได้มากขึ้น		✓			✓			✓			✓	

๓.๙ การวิเคราะห์ตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Strategic Position)

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็น โดยการจัดทำแบบสำรวจทั้งพนักงานจากส่วนกลางและพนักงานส่วนภูมิภาคขององค์การสะพานปลา จำนวน ๑๕๑ ตัวอย่าง สามารถสรุปได้ คือ

ปัจจัยภายนอก

มีโอกาส (Opportunities) ๑๔.๔๕% มากกว่าอุปสรรค (Threats) เป็นสัดส่วน ๑๐.๖๕%

ปัจจัยภายใน

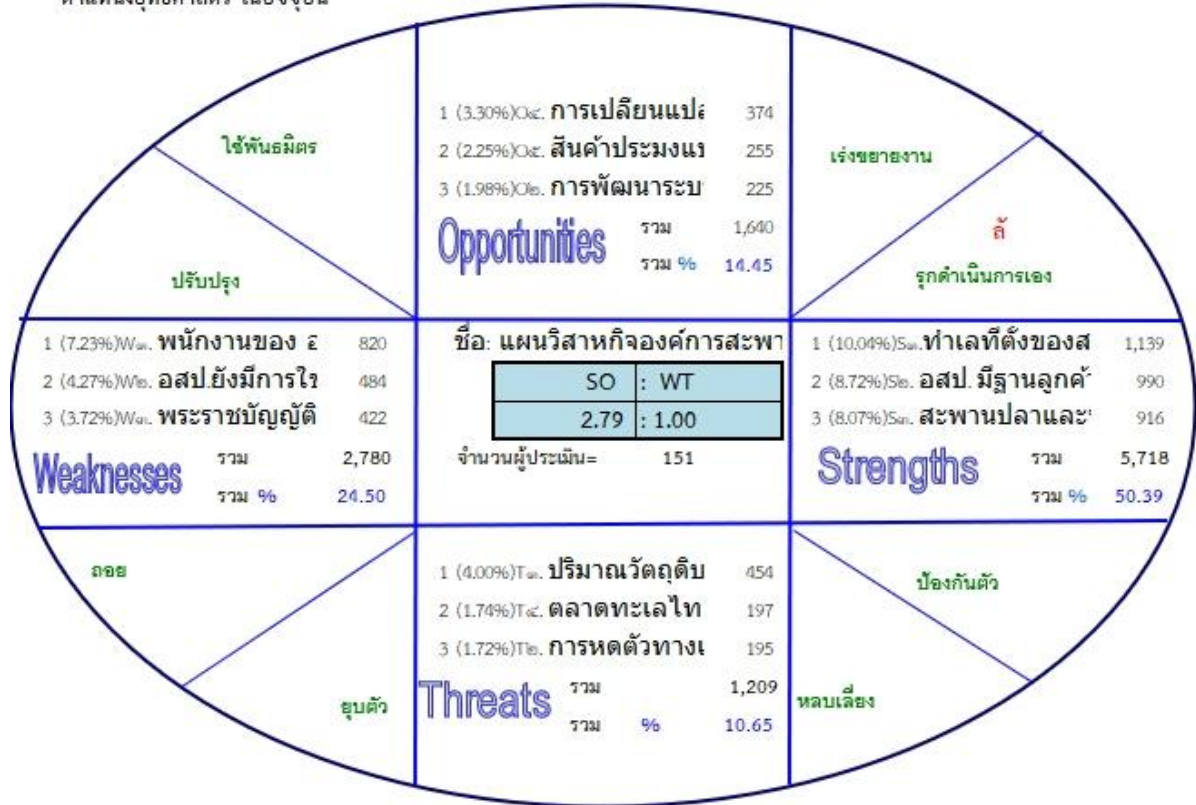
มีจุดแข็ง (Strengths) เป็นสัดส่วน ๕๐.๓๙% ซึ่งมากกว่า จุดอ่อน (Weaknesses) ๒๔.๕๐%

ดังนั้น จึงทำให้ตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Strategic Position) ในปัจจุบันขององค์การสะพานปลาอยู่ในตำแหน่ง “รุกดำเนินการเอง” คือ มีจุดแข็ง (Strengths) แต่ยังมีอุปสรรค (Threats) อยู่มาก ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่องค์การสะพานปลาเผชิญอยู่ คือองค์การสะพานปลาควรใช้ประโยชน์จากจุดแข็งด้านทำเลที่ตั้ง เครือข่ายฐานลูกค้า และมาตรฐานสุขอนามัยของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง มาบูรณาการร่วมกับโอกาสจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อรุกดำเนินการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล ระบบตลาดออนไลน์ และการสนับสนุนสินค้าประมงแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประมง



พื้นบ้าน อันจะนำไปสู่การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ยกกระดับภาพลักษณ์องค์กร และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ตำแหน่งยุทธศาสตร์ ในปัจจุบัน



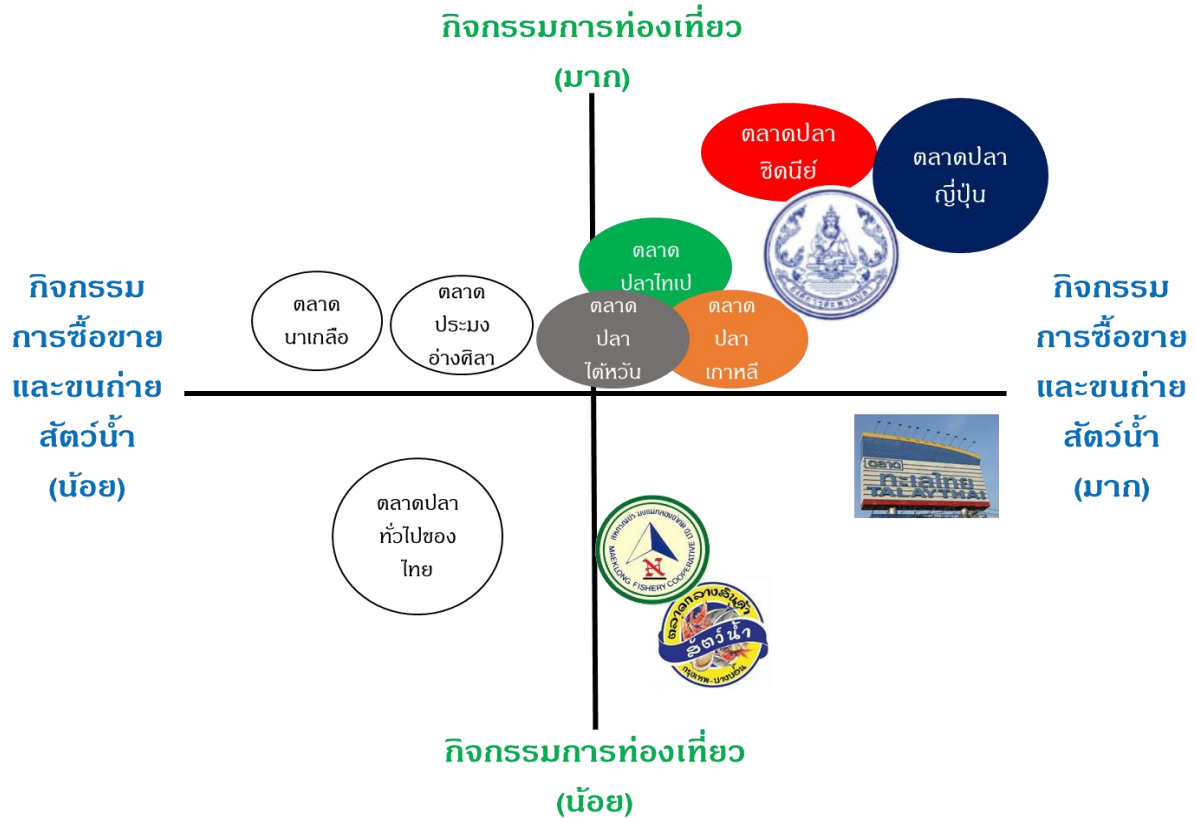
๓.๑๐ การวางตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning)

๓.๑๐.๑ การวางตำแหน่งการรับรู้ (Brand Positioning) และการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis)

องค์การสะพานปลาซึ่งมีสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง ๑๗ แห่ง ซึ่งแต่ละแห่งมีจุดเด่นและศักยภาพที่แตกต่างกัน โดยมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ที่เป็นตลาดซื้อขายและขนถ่ายสินค้าสัตว์น้ำทั้งค้าส่งและค้าปลีก และมีศักยภาพในเชิงการท่องเที่ยวในจังหวัดที่อยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศไทย อาทิเช่น ท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา ในจังหวัดชลบุรี ที่มีจุดขายในการเป็นตลาดปลาทะเลแห่งแรกและแห่งเดียวของประเทศไทย ท่าเทียบเรือประมงภูเก็ตที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่อยู่ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูงของประเทศไทยและเป็นที่รู้จักในชื่อไข่มุกแห่งอันดามันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ท่าเทียบเรือประมงหัวหินซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และสะพานปลากรุงเทพที่อยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจและมีเครือข่ายระบบขนส่งสาธารณะที่อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ที่เป็นจุดหมาย



ของนักท่องเที่ยวที่ติดอันดับโลก จึงทำให้การวางตำแหน่งการรับรู้ (Brand Positioning) ขององค์การสะพานปลาจะวางในตำแหน่งที่ทัดเทียมกับตลาดปลาที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นตลาดปลาซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย หรือจะเป็นตลาดปลาที่โด่งดังหลาย ๆ แห่งในประเทศญี่ปุ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก



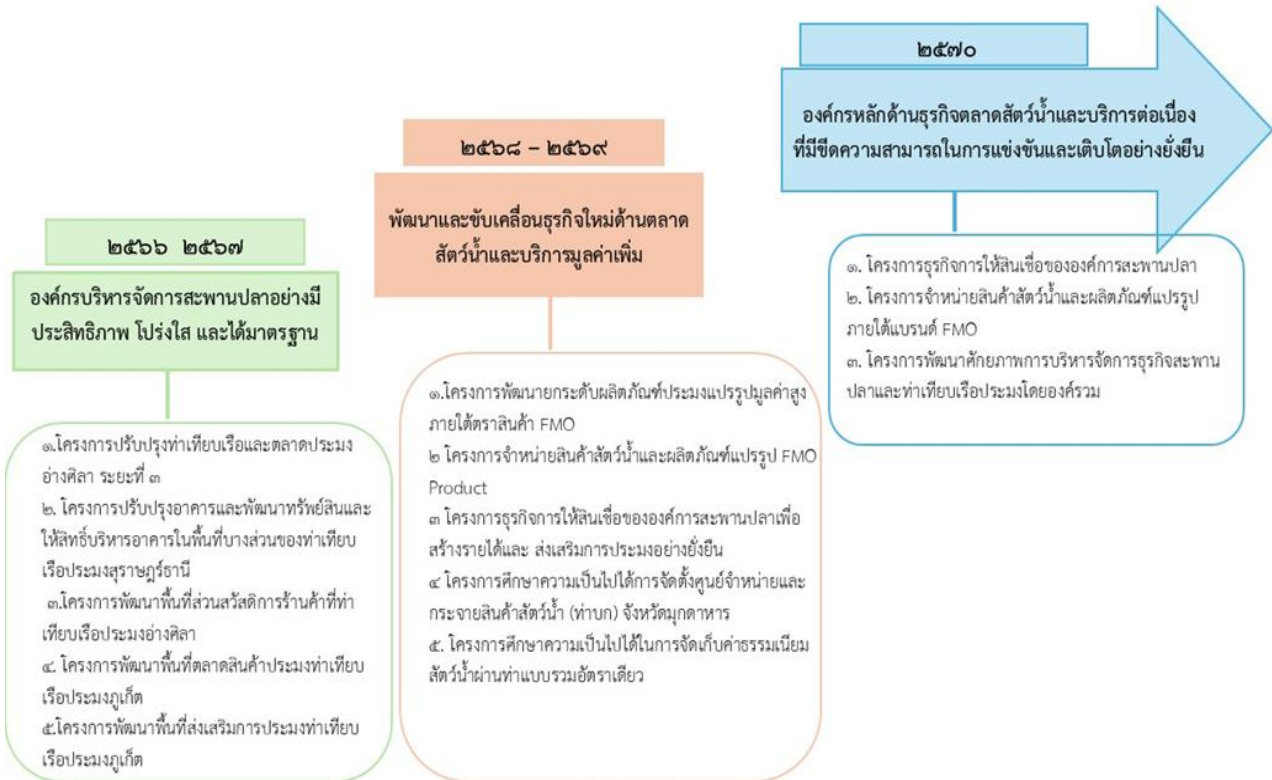


๓.๑๐.๒ ทิศทางและตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning)

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning)			ระยะสั้น ปี ๒๕๖๖-๒๕๖๗		ระยะกลาง ปี ๒๕๖๘-๒๕๖๙		ระยะยาว ปี ๒๕๗๐
			องค์การบริหารจัดการ สะพานปลาอย่างมี ประสิทธิภาพ		พัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจ ใหม่ ด้านตลาดสัตว์น้ำและ บริการ มูลค่าเพิ่ม		องค์กรหลักด้านธุรกิจ ตลาดสัตว์น้ำและ บริการต่อเนื่องที่มีขีด ความสามารถในการ แข่งขันและเติบโตอย่าง ยั่งยืน
			ค่าเป้าหมาย		ค่าเป้าหมาย		ค่าเป้าหมาย
มุมมอง	ตัวชี้วัด	หน่วย	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	ปี ๒๕๖๘	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
กระบวนการ ทำงาน	ระดับคะแนน สรุปผลการ ดำเนินงาน ประจำปีของ รัฐวิสาหกิจ	คะแนน	๒.๑	๒.๒	๒.๓	๒.๔	๒.๕
กระบวนการ ทำงาน	ความสามารถ ในการเพิ่ม รายได้และ/ หรือ ลดรายจ่าย สะพานปลา และทำเทียบ เรือประมง	ร้อยละ	๕	๕	๑๐	๑๐	๑๕
ความมั่นคง ทางการเงิน	รายได้รวม ขององค์การ สะพานปลา	ล้านบาท	รายได้ ๒๕๑.๓๖ ล้านบาท	รายได้ ๒๓๙.๑๙ ล้านบาท	รายได้ ๒๔๑.๓๖ ล้านบาท	รายได้ ๒๗๐ ล้านบาท ปล่อยสินเชื่อ ๕๐ ล้านบาท ยอขายสินค้า ๒๕ล้านบาท	รายได้ ๓๐๐ ล้านบาท ปล่อยสินเชื่อ ๑๐๐ ล้านบาท ยอขายสินค้า ๓๐ ล้านบาท
มุมมองด้าน ภารกิจและ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	การส่งเสริม เพิ่มรายได้ ให้กับ วิสาหกิจ ชุมชน					อย่างน้อย ๕ วิสาหกิจ และ มีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่า ๒๐%	อย่างน้อย ๑๐ วิสาหกิจ และ มีรายได้เพิ่ม ขึ้น ไม่ต่ำกว่า ๓๐%



กรอบการดำเนินงานในแต่ละระยะ





๓.๑๑ การวิเคราะห์ Scenario Planning

๑) สมมติฐานสำหรับการคาดการณ์ผลการดำเนินงาน ฉบับทบทวนปี ๒๕๗๐ : Best Case

Scenario

รายการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑
	สตง. รับรองแล้ว	สตง. รับรองแล้ว	ส่ง สตง. แล้ว	ประมาณการ	ประมาณการ	ประมาณการ
รายได้						
รายได้จากโครงการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์แปรรูป	๑.๒๗๖	๖.๖๐๐	๑๙.๐๗๐	๒๐.๗๘๖	๒๓.๐๗๓	๒๕.๖๑๑
รายได้จากค่าบริการและค่าธรรมเนียม	๗๘.๗๐๓	๘๕.๐๔๐	๗๗.๔๖๙	๘๔.๔๔๒	๙๓.๗๓๐	๑๐๔.๐๔๑
รายได้ค่าเช่า	๖๘.๘๑๓	๗๐.๘๖๓	๖๕.๓๒๒	๗๑.๒๐๑	๗๙.๐๓๓	๘๗.๗๒๗
รายได้อื่น	๗๑.๒๘๒	๗๖.๖๘๘	๗๖.๘๙๐	๘๓.๘๑๐	๙๓.๐๒๙	๑๐๓.๒๖๒
รวมรายได้	๒๒๐.๐๗๔	๒๓๙.๑๙๑	๒๓๘.๗๕๑	๒๖๐.๒๓๘	๒๙๙.๘๖๕	๓๒๐.๖๔๐
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนโครงการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์แปรรูป	๐.๘๗๖	๕.๘๘๒	๑๗.๗๒๒	๑๘.๐๗๗	๑๘.๔๓๘	๑๘.๘๐๗
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบริหาร	๑๔๐.๘๗๒	๑๔๓.๙๓๔	๑๕๓.๐๓๐	๑๕๖.๐๙๑	๑๕๙.๒๓๓	๑๖๒.๓๙๗
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	๔๕.๔๕๔	๔๒.๒๐๒	๔๑.๖๒๐	๔๒.๔๕๒	๔๓.๓๐๑	๔๔.๑๖๗
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์อื่น	๙.๗๓๒	๑๑.๙๗๓	๑.๗๗๙	๑.๘๑๕	๑.๘๕๑	๑.๘๘๘
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	๑.๖๙๗	๑.๗๙๑	๑.๙๐๙	๑.๙๔๗	๑.๙๘๖	๒.๐๒๖
ค่าเสื่อมราคาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	๐.๗๒๖	๒.๑๑๘	.๒๗๘	.๒๘๓	.๒๘๙	.๒๙๕
ค่าใช้จ่ายตามโครงการส่งเสริมการประมง	๐.๘๘๐	๐.๑๓๑	๑๑.๖๑๖	๑๑.๘๘๘	๑๒.๐๘๕	๑๒.๓๒๗
ค่าใช้จ่ายอื่น	-๗.๖๓๑	๑.๖๖๐	๒.๖๐๘	๒.๖๖๐	๒.๗๑๓	๒.๗๖๗
รวมค่าใช้จ่าย	๑๙๒.๖๐๕	๒๐๙.๖๙๑	๒๓๐.๕๖๒	๒๓๕.๑๗๓	๒๓๙.๘๗๖	๒๔๔.๖๗๔
กำไร(ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน	๒๗.๔๖๙	๒๙.๕๐๐	๘.๑๘๙	๒๕.๐๖๖	๔๘.๙๘๘	๗๕.๙๖๖
ต้นทุนทางการเงิน	-๔.๓๑๒	๓.๒๒๑	๒.๖๕๗	๒.๗๑๐	๒.๗๖๕	๒.๘๒๐
กำไร(ขาดทุน) สำหรับงวด	๒๓.๑๕๗	๒๖.๒๗๙	๕.๕๓๒	๒๒.๓๕๕	๔๖.๒๒๔	๗๓.๑๔๖
กำไร(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น						
ผลกำไร(ขาดทุน)จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์						
ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงาน	๓๑.๒๘๗		๑.๘๒๕			
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	๕๔.๔๔๔	๒๖.๒๗๙	-๓.๓๓๓	๒๒.๓๕๕	๔๖.๒๒๔	๗๓.๑๔๖



คำอธิบาย Best Case

- ๑) โครงการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป มีการขยายตัวมากกว่าเป้าหมายจากแผนการขยายช่องทางจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และการส่งเสริมจากภาครัฐและภาคเอกชน
- ๒) รายได้จากค่าบริการและค่าธรรมเนียมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมและเป็นธรรม สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ พร้อมกับการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพทำให้มีผู้ประกอบการเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
- ๓) รายได้จากค่าเช่าดีกว่าเป้าหมายที่กำหนดเนื่องจาก การแบ่งสัดส่วนพื้นที่เช่าอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถใช้พื้นที่ได้คุ้มค่าและสร้างรายได้สูงสุด
- ๔) รายได้จากการปล่อยสินเชื่อมีผลลัพธ์เชิงบวกเกินคาด มีผู้ประกอบการสนใจเกินกว่าเป้าหมายและชำระดอกเบี้ยและเงินต้นครบถ้วนและตรงตามกำหนด ไม่มีปัญหาการผิดนัดชำระหนี้ หรือหนี้เสีย (NPL)
- ๕) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลงหรืออยู่ในระดับที่ต่ำกว่าที่ประมาณการไว้ เนื่องจากแผน การควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่มีเหตุการณ์ไม่คาดคิดหรือค่าใช้จ่ายฉุกเฉิน



๒) สมมติฐานสำหรับการคาดการณ์ผลการดำเนินงาน ฉบับทบทวนปี ๒๕๗๐ : Base Case

Scenario

รายการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑
	สตง. รับรองแล้ว	สตง. รับรองแล้ว	ส่ง สตง. แล้ว	ประมาณการ	ประมาณการ	ประมาณการ
รายได้						
รายได้จากโครงการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์แปรรูป	๑.๒๗๖	๖.๖๐๐	๑๙.๐๗๐	๑๙.๔๕๑	๑๙.๘๔๐	๒๐.๒๓๗
รายได้จากค่าบริการและค่าธรรมเนียม	๗๘.๗๐๓	๘๕.๐๔๐	๗๗.๔๖๙	๗๙.๐๑๙	๘๐.๕๙๙	๘๒.๒๑๑
รายได้ค่าเช่า	๖๘.๘๑๓	๗๐.๘๖๓	๖๕.๓๒๒	๖๖.๖๒๘	๖๗.๙๖๑	๖๙.๓๒๐
รายได้อื่น	๗๑.๒๘๒	๗๖.๖๘๘	๗๖.๘๙๐	๗๘.๔๒๗	๗๙.๙๙๖	๘๑.๕๙๖
รวมรายได้	๒๒๐.๐๗๔	๒๓๙.๑๙๑	๒๓๙.๗๕๑	๒๔๓.๕๒๖	๒๔๙.๓๙๖	๒๕๓.๓๖๔
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนโครงการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์แปรรูป	๐.๘๗๖	๕.๘๘๒	๑๗.๗๒๒	๑๘.๐๗๗	๑๘.๔๓๘	๑๘.๘๐๗
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบริหาร	๑๔๐.๘๗๒	๑๔๓.๙๓๔	๑๕๓.๐๓๐	๑๕๖.๐๙๑	๑๕๙.๒๑๓	๑๖๒.๓๙๗
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	๔๕.๔๕๔	๔๒.๒๐๒	๔๑.๖๒๐	๔๒.๔๕๒	๔๓.๓๐๑	๔๔.๑๖๗
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์อื่น	๙.๗๓๒	๑๑.๙๗๓	๑.๗๗๙	๑.๘๑๕	๑.๘๕๑	๑.๘๘๘
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	๑.๖๙๗	๑.๗๙๑	๑.๙๐๙	๑.๙๔๗	๑.๙๘๖	๒.๐๒๖
ค่าเสื่อมราคาสงักริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	.๗๒๖	๒.๑๑๘	.๒๗๘	.๒๘๓	.๒๘๙	.๒๙๕
ค่าใช้จ่ายตามโครงการส่งเสริมการประมง	.๘๘๐	.๑๓๑	๑๑.๖๑๖	๑๑.๘๔๘	๑๒.๐๘๕	๑๒.๓๒๗
ค่าใช้จ่ายอื่น	-๗.๖๓๑	๑.๖๖๐	๒.๖๐๘	๒.๖๖๐	๒.๗๑๓	๒.๗๖๗
รวมค่าใช้จ่าย	๑๙๒.๖๐๕	๒๐๙.๖๙๑	๒๓๐.๕๖๒	๒๓๕.๑๗๓	๒๓๙.๘๗๖	๒๔๔.๖๗๔
กำไร(ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน	๒๗.๔๖๙	๒๙.๕๐๐	๘.๑๘๙	๘.๓๕๓	๘.๕๒๐	๘.๖๙๐
ต้นทุนทางการเงิน	-๔.๓๑๒	๓.๒๒๑	๒.๖๕๗	๒.๗๑๐	๒.๗๖๕	๒.๘๒๐
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	๒๓.๑๕๗	๒๖.๒๗๙	๕.๕๓๒	๕.๖๔๓	๕.๗๕๕	๕.๘๗๐
กำไร(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น						
ผลกำไร(ขาดทุน)จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์						
ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงาน	๓๑.๒๘๗		๑.๘๒๕			
กำไร(ขาดทุน)จากการปรับปรุงหนี้ตามสัญญา			-๓๓๓			
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	๒๓.๑๕๗	๒๖.๒๗๙	๗.๐๒๔	๒๗.๓๔๑	๗.๓๐๘	.๐๐๐

คำอธิบาย Base Case

โครงการหรือกิจกรรมดำเนินงานไปตามแผนที่วางไว้ โดยรายได้ ค่าใช้จ่าย และผลลัพธ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับที่สอดคล้องกับเป้าหมายหรือประมาณการเดิม ไม่มีปัจจัยเสริมพิเศษหรืออุปสรรคที่รุนแรงส่งผลกระทบต่อทิศทางของโครงการมากนัก



๓) สมมติฐานสำหรับการคาดการณ์ผลการดำเนินงาน ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙ : Worst Case

Scenario

รายการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑
	สดง. รับรองแล้ว	สดง. รับรองแล้ว	ส่ง สดง. แล้ว	ประมาณการ	ประมาณการ	ประมาณการ
รายได้						
รายได้จากโครงการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์แปรรูป	๑.๒๗๖	๖.๖๐๐	๑๙.๐๗๐	๑๙.๐๘๙	๑๙.๑๐๘	๑๙.๑๒๗
รายได้จากค่าบริการและค่าธรรมเนียม	๗๘.๗๐๓	๘๕.๐๔๐	๗๗.๔๖๙	๗๗.๕๔๗	๗๗.๖๒๔	๗๗.๗๐๒
รายได้ค่าเช่า	๖๘.๘๑๓	๗๐.๘๖๓	๖๕.๓๒๒	๖๕.๓๘๗	๖๕.๔๕๓	๖๕.๕๑๘
รายได้อื่น	๗๑.๒๘๒	๗๖.๖๘๘	๗๖.๘๙๐	๗๖.๙๖๗	๗๗.๐๔๓	๗๗.๑๒๑
รวมรายได้	๒๒๐.๐๗๔	๒๓๘.๑๙๑	๒๓๙.๗๕๑	๒๓๘.๙๙๐	๒๓๙.๒๒๙	๒๓๙.๔๖๘
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนโครงการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์แปรรูป	๐.๘๗๖	๕.๘๘๒	๑๗.๗๒๒	๑๘.๙๖๓	๒๐.๒๙๐	๒๑.๗๑๐
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบริหาร	๑๔๐.๘๗๒	๑๔๓.๙๓๔	๑๕๓.๐๓๐	๑๖๓.๗๔๒	๑๗๕.๒๐๔	๑๘๗.๔๖๙
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	๔๕.๔๕๔	๔๒.๒๐๒	๔๑.๖๒๐	๔๔.๕๓๓	๔๗.๖๕๐	๕๐.๙๘๖
ค่าเสื่อมราคาสหกรณ์ใช้ทรัพย์สิน	๙.๗๓๒	๑๑.๙๗๓	๑.๗๗๙	๑.๙๐๔	๒.๐๓๗	๒.๑๘๐
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	๑.๖๙๗	๑.๗๙๑	๑.๙๐๙	๒.๐๔๓	๒.๑๘๖	๒.๓๓๙
ค่าเสื่อมราคาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	.๗๒๖	๒.๑๑๘	.๒๗๘	.๒๙๗	.๓๑๘	.๓๔๐
ค่าใช้จ่ายตามโครงการส่งเสริมการประมง	๐.๘๘๐	๐.๑๓๑	๑๑.๖๑๖	๑๒.๔๒๙	๑๓.๒๙๙	๑๔.๒๓๐
ค่าใช้จ่ายอื่น	-๗.๖๓๑	๑.๖๖๐	๒.๖๐๘	๒.๗๙๐	๒.๙๘๖	๓.๑๙๕
รวมค่าใช้จ่าย	๑๙๒.๖๐๕	๒๐๙.๖๙๑	๒๓๐.๕๖๒	๒๔๖.๗๐๑	๒๖๓.๙๗๐	๒๘๒.๔๔๘
กำไร(ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน	๒๗.๔๖๙	๒๘.๕๐๐	๘.๑๘๙	-๗.๗๑๑	-๒๔.๗๔๑	-๔๒.๙๘๐
ต้นทุนทางการเงิน	-๔.๓๑๒	๓.๒๒๑	๒.๖๕๗	๒.๘๔๓	๓.๐๔๒	๓.๒๕๕
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	๒๓.๑๕๗	๒๖.๒๗๙	๕.๕๓๒	-๑๐.๕๕๕	-๒๗.๗๘๔	-๔๖.๒๓๕
กำไร(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น						
ผลกำไร(ขาดทุน)จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์						
ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงาน	๓๑.๒๘๗		๑.๘๒๕			
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	๕๔.๔๔๔	๒๖.๒๗๙	-๓.๓๓๓	-๑๐.๕๕๕	-๒๗.๗๘๔	-๔๖.๒๓๕



คำอธิบาย Worst Case

๑) โครงการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปไม่สามารถดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้ อันเกิดจากปัจจัยภายนอกและภายในที่ส่งผลกระทบ เช่น ความต้องการบริโภคสินค้าสัตว์น้ำลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจชะลอตัวหรือพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง มีคู่แข่งรายใหญ่เข้ามาในตลาด ทำให้โครงการไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น

๒) รายได้จากค่าบริการและค่าธรรมเนียมลดลง เนื่องจากการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่ไม่สอดคล้องกับสภาพตลาด และการจัดเก็บที่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจและหันไปใช้บริการจากคู่แข่ง ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการลดลงต่อเนื่อง และกระทบต่อรายได้และกำไรขององค์กรในระยะยาว

๓) รายได้จากค่าเช่าต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ไม่สามารถหาผู้เช่าได้ครบตามเป้าหมาย/ผู้เช่ารายเดิมยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนดเนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจถดถอย หรือภัยพิบัติ

๔) รายได้จากการปล่อยสินเชื่อไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการที่ขอสินเชื่อจริงต่ำกว่าที่ประมาณการไว้ โดยผู้ขอสินเชื่อบางส่วนมีคุณสมบัติไม่ผ่านเกณฑ์พิจารณา

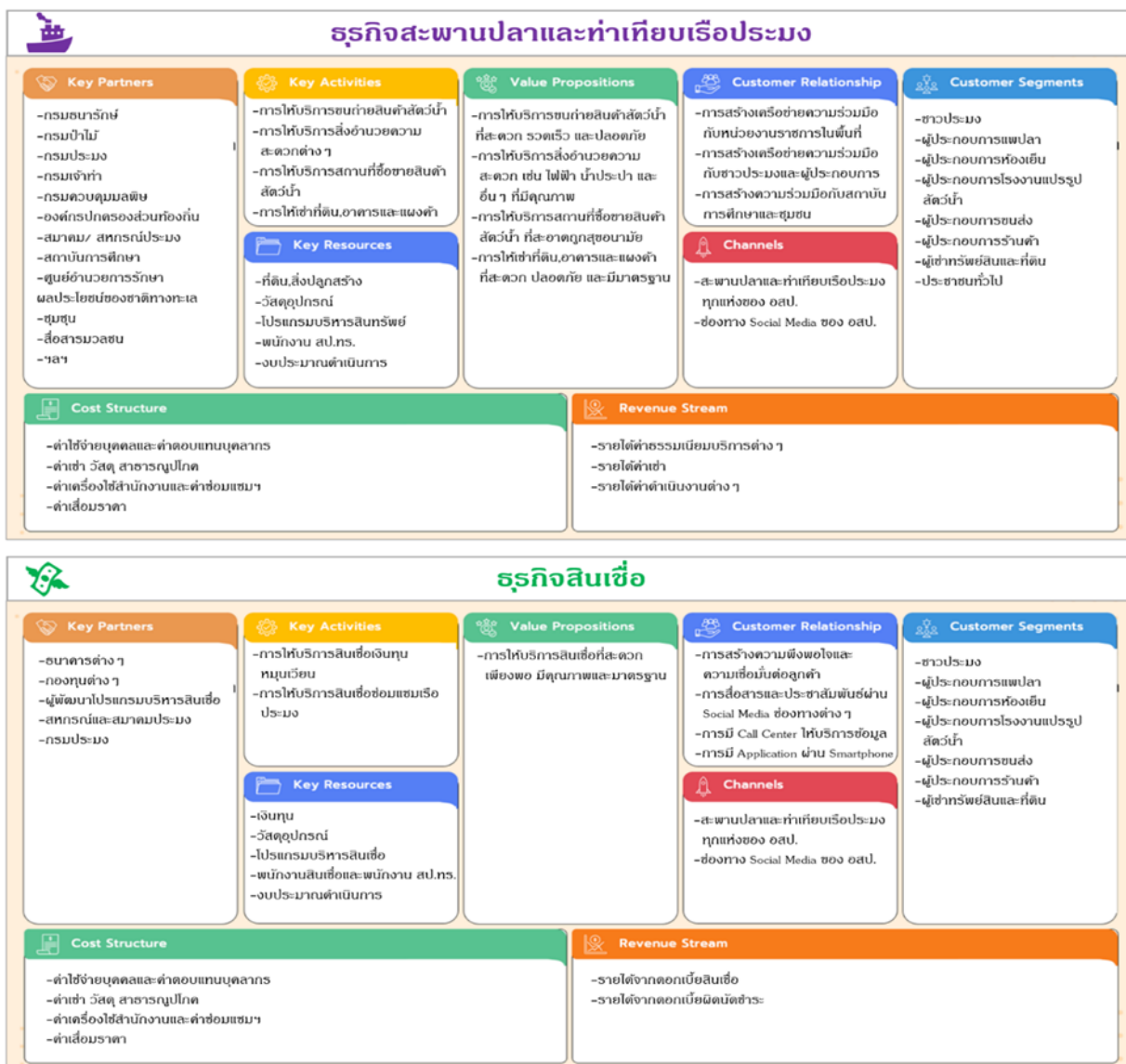
๕) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงกว่าที่ประมาณการไว้ เนื่องจากขาดประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุน หรือมีความล่าช้าในการดำเนินแผนลดค่าใช้จ่าย

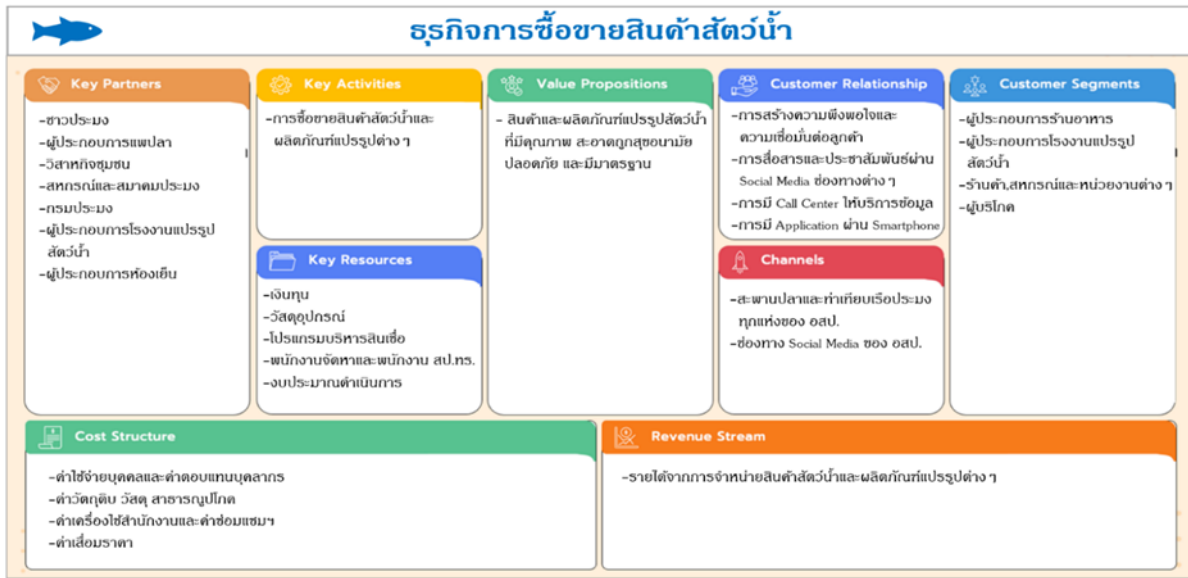


๓.๑๒ การวิเคราะห์ Business Model และ Intelligence Risk

๓.๑๒.๑ Business Model

การวิเคราะห์ Business Model ขององค์การสะพานปลาในการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และบริการ การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และองค์ประกอบอื่น ๆ โดยมีการจัดทำ Business Model Canvas ซึ่งมีการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ของทั้ง ๓ ธุรกิจขององค์การสะพานปลา ทั้งระยะสั้น พ.ศ.๒๕๖๙ และระยะกลาง พ.ศ. ๒๕๖๙ - ๒๕๗๐ ดังนี้





๓.๑๒.๒ การระบุ Key Strategic Opportunities และ Intelligent Risk

เมื่อมีการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ และรูปแบบทางธุรกิจขององค์กร จะเกิดช่องว่างและโอกาสในการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนองค์กรในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งในการดำเนินงานที่กำหนดขึ้นเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายขององค์กร ถือเป็นโอกาสใหม่ที่มีความเสี่ยงในการดำเนินงาน ทั้งนี้ การดำเนินงานเหล่านี้สามารถเพิ่มมูลค่า (Value Enhancement) หรือสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value Creation) ให้เกิดขึ้นกับองค์กรได้ มูลค่าขององค์กรสะท้อนมาจากวิสัยทัศน์ ภารกิจ แผนยุทธศาสตร์ หรือแผนวิสาหกิจ ซึ่งเป็นเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงเพื่อเพิ่มมูลค่าขององค์กร (Value Enhancement) คือ การที่องค์กรมีการระบุ ประเมิน และจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อลดโอกาสเกิดและ/หรือ ผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งอาจเป็นเป้าหมายทางการเงิน เช่น รายได้ การควบคุม/บริหารต้นทุน หรืออาจเป็นเป้าหมายที่ใช้การเงิน เช่น การยอมรับจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความพึงพอใจ การบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าขององค์กร (Value Creation) คือ การที่องค์กรสามารถระบุโอกาส(Opportunity) ที่ช่วยสร้างมูลค่าขององค์กรได้ เป็นการดำเนินกิจกรรมใหม่ ๆ ที่อยู่นอกเหนือจากภารกิจเดิมขององค์กร โดยที่ "โอกาสของธุรกิจ" พิจารณาจากการวิเคราะห์ "SWOT" ซึ่งผลการวิเคราะห์โอกาสจะใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อที่จะวางแผนดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ จากนั้นจึงวิเคราะห์ถึงปัจจัยเสี่ยงของโอกาสทั้งหมด แล้วนำปัจจัยเสี่ยงที่วิเคราะห์ได้มาเข้ากระบวนการบริหารความเสี่ยง จนสามารถทำให้ระดับความรุนแรงของปัจจัยเสี่ยงลดลง

การวิเคราะห์ Intelligent Risk เป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงเพื่อเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น ๒ ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์และระบุความเสี่ยงในการบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดในตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ และการวิเคราะห์และระบุความเสี่ยงเพื่อสอดคล้องกับโอกาสทางธุรกิจที่ระบุใน S-W-O-T ขององค์กร โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ความเสี่ยงเบื้องต้น ดังนี้



• การวิเคราะห์ Intelligent Risk จาก Key Strategic Opportunities

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ทำให้สามารถระบุปัจจัยที่เป็นโอกาสขององค์การสะพานปลา และดำเนินการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยพิจารณาจากความสำคัญของโอกาสนั้น ๆ ทำให้สามารถระบุโอกาสทางธุรกิจ (Key Strategic Opportunities) หรือโอกาสที่มีคะแนนสูงสุด ซึ่งเป็นโอกาสที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยสนับสนุนองค์กรให้สามารถไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ และได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยง เพื่อเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ โดยจะเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ และกำหนดแผนการบริหารความเสี่ยงเพื่อสามารถเข้าถึงโอกาสนั้นได้

Key Strategic Opportunities	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	Intelligent Risk
๐๔ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ New Normal ในการซื้อสินค้า Online	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ : เพิ่มช่องทางธุรกิจและความสามารถในการจัดหารายได้	ความเสี่ยงจากความพร้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การและผู้ประกอบการในเครือข่ายที่อาจยังไม่เพียงพอ ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบสารสนเทศ และทักษะดิจิทัลของบุคลากร ส่งผลให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
๐๕. สินค้าประมงแปรรูปโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประมงพื้นบ้านได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและการทำประมงเชิงอนุรักษ์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ส่งเสริมชาวประมงและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีความมั่นคงทางอาชีพ	ความเสี่ยงด้านศักยภาพบุคลากรและทรัพยากรภายในองค์กร บุคลากรอาจมีข้อจำกัดด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญ และภาระงาน ส่งผลให้ไม่สามารถขับเคลื่อนภารกิจด้านการพัฒนาและสนับสนุนสินค้าประมงแปรรูปได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๐๖. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวหน้าและเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวก	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ : พัฒนาการบริหารจัดการสู่องค์กรที่ทันสมัยอย่างมีธรรมาภิบาล วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ : เพิ่มช่องทางธุรกิจและความสามารถในการจัดหารายได้	การพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงฐานข้อมูล/ระบบบริหารจัดการยังล่าช้า



บทที่ ๔

สาระสำคัญของแผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา

๔.๑ วิสัยทัศน์ (Vision)



๔.๒ พันธกิจ (Mission)



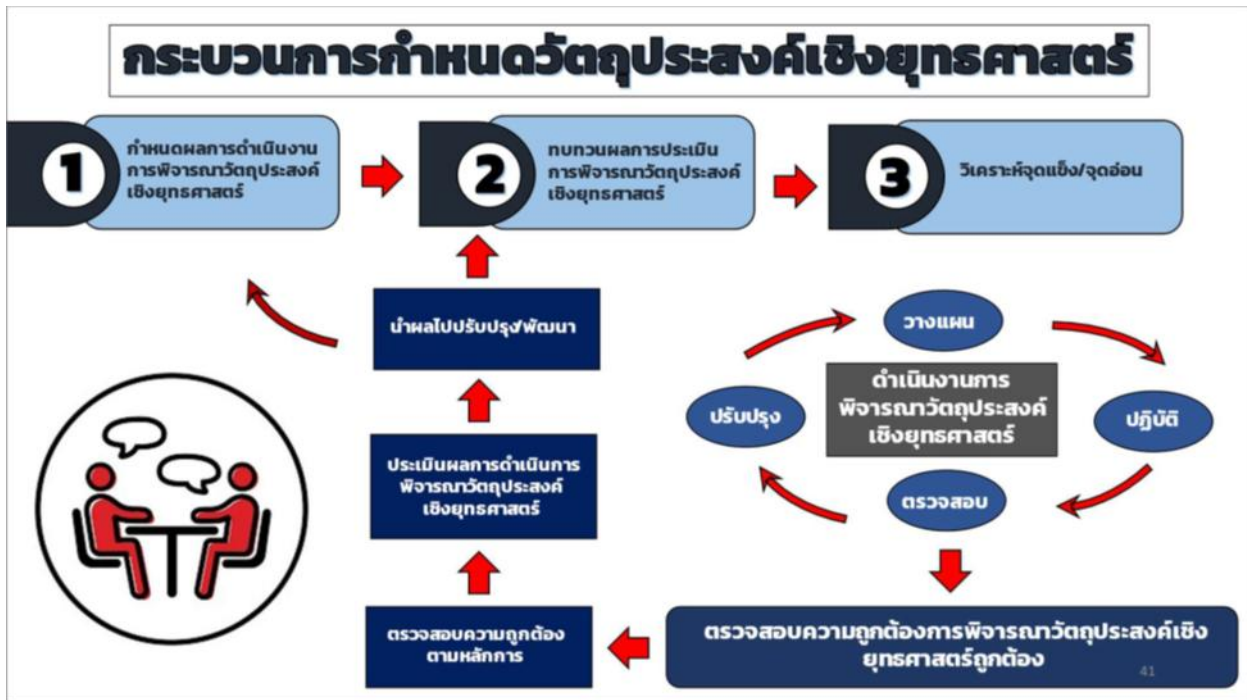


๔.๓ อัตลักษณ์และค่านิยมองค์กร



๔.๔ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)

จากการทบทวนยุทธศาสตร์ภายใต้แผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ในปี พ.ศ. ๒๕๗๐ ขององค์การสะพานปลาเพื่อให้แผนวิสาหกิจสามารถขับเคลื่อนสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ในการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปีขององค์กร จึงจำเป็นต้องทบทวนให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างเหมาะสม จึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective) เพื่อเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาองค์กร และได้มีการกำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นตัวชี้วัดสู่การบรรลุเป้าหมาย ซึ่งองค์การสะพานปลาได้กำหนดกระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้



วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และยุทธศาสตร์ขององค์การสะพานปลา

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาการบริหารจัดการสู่องค์กรที่ทันสมัยอย่างมีธรรมาภิบาล
ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๑.๑ ระดับคะแนนสรุปผลการดำเนินงานประจำปีของรัฐวิสาหกิจ

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๒.๔๐ คะแนน	๒.๕๐ คะแนน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑.๑ พัฒนาคุณภาพในการบริหารจัดการองค์กรในทุกๆด้านให้เกิดประสิทธิภาพ
กลยุทธ์ที่ ๑.๑.๑ พัฒนาสมรรถนะทุกด้าน ตาม Core Business Enablers

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง
ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๒.๑ ความสามารถในการเพิ่มรายได้และ/หรือลดรายจ่ายสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	ร้อยละ ๑๐	ร้อยละ ๑๕



๒.๒ ระดับความสำเร็จของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่ผ่านหลักเกณฑ์การตรวจวัดมาตรฐานด้านสุขอนามัยของท่าเทียบเรือประมง สะพานปลากิจการแพปลา หรือตลาดกลางซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำตามประกาศกรมประมง

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๒.๑ เพิ่มรายได้และ/หรือลดรายจ่ายการดำเนินงานของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

กลยุทธ์ที่ ๒.๑.๑ พัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่มีศักยภาพทางธุรกิจและการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้

กลยุทธ์ที่ ๒.๑.๒ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒.๒ รักษามาตรฐานแหล่งขนถ่ายและซื้อขายสัตว์น้ำให้ถูกสุขอนามัย

กลยุทธ์ที่ ๒.๒.๑ การดูแลและปรับปรุงสุขอนามัยของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ : เพิ่มช่องทางธุรกิจและความสามารถในการจัดการรายได้

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๓.๑ รายได้รวมขององค์การสะพานปลา

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๒๗๐ ล้านบาท	๓๐๐ ล้านบาท

๓.๒ ยอดการปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการ

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๕๐ ล้านบาท	๑๐๐ ล้านบาท

๓.๓ ยอดการจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๒๕ ล้านบาท	๓๐ ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ ๓.๑ เพิ่มรายได้จากการดำเนินธุรกิจการปล่อยสินเชื่อ

กลยุทธ์ที่ ๓.๑.๑ การปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา

กลยุทธ์ที่ ๓.๑.๒ การปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ชาวประมงผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่ต่าง ๆ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓.๒ เพิ่มรายได้จากการดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป



กลยุทธ์ที่ ๓.๒.๑ การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปในแบรนด์ องค์การสะพานปลา

กลยุทธ์ที่ ๓.๒.๒ การจัดหาและจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำเพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการ ร้านอาหารและโรงงานแปรรูป

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ส่งเสริมชาวประมงและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีความมั่นคงทางอาชีพ

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๔.๑ การเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมง

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	ร้อยละ ๒๐	ร้อยละ ๓๐

๔.๒ จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์การสะพานปลา

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๙	ปี ๒๕๗๐
	๕ กลุ่มวิสาหกิจ	๑๐ กลุ่มวิสาหกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔.๑ สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการประมงในการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูป สัตว์น้ำที่มีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ ๔.๑.๑ การช่วยเหลือด้านการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแปรรูปแก่ ผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔.๒ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ และยกระดับความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ ๔.๒.๑ สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสะพานปลาให้สามารถ ตอบรับและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การสะพานปลาในด้านต่าง ๆ

๔.๕ กระบวนการที่สำคัญขององค์การสะพานปลา (WORK SYSTEM)

ในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่จะต้องมีการจัดทำหรือทบทวนระบบงานเพื่อ ขับเคลื่อนหรือรองรับการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางยุทธศาสตร์และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งองค์การ สะพานปลาได้จัดทำระบบงาน (work system) โดยวิเคราะห์จาก ห่วงโซ่คุณค่า Value Chain ตามกิจกรรมการ ดำเนินงานขององค์กรสำหรับระบบงาน (work system) ขององค์การสะพานปลา ประกอบด้วยสามส่วนหลักที่ เชื่อมโยงกัน

๑. Management Process กระบวนการบริหารจัดการ เป็นระบบที่กำหนดนโยบายทิศทางการ ดำเนินงาน และกำกับดูแล เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย ประกอบด้วย ระบบกำกับดูแลองค์กร ระบบการวางแผนกล ยุทธ์ และระบบการควบคุม

๒. Core Process กระบวนการหลัก คือ กระบวนการดำเนินงานตามภารกิจหลักจากทิศทางที่ Leader System กำหนด ประกอบด้วย ระบบการดำเนินธุรกิจ



๓. Support Process กระบวนการสนับสนุน เป็นกระบวนการที่ช่วยให้การดำเนินงานหลักและกระบวนการอื่นของ Leader Process และ Core Process ราบรื่น สะดวก คล่องตัว ประกอบด้วย ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ ระบบพัฒนาความรู้สู่นวัตกรรม ระบบงานดิจิทัล ระบบงานการเงิน ระบบการบริหารทรัพยากรสัตว์น้ำ และระบบงานกฎหมาย



Management Process		Support Process	Core Process	
Planning and Improvement	Governance		Operation	Customer
M๑ จัดทำแผนพัฒนาองค์กร M๒ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	M๓ ควบคุมภายใน M๔ ความเสี่ยง M๕ ตรวจสอบภายใน M๖ ธรรมาภิบาล และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	S๑ จัดการทรัพยากรบุคคล S๒ จัดซื้อจัดจ้างและการจัดการพัสดุ S๓ การจัดทำสัญญาเช่าพื้นที่ S๔ บริหารงานงบประมาณและการเงิน S๕ จัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ S๖ งานอำนวยการ	C๑ ใช้เช่าทรัพยากรสัตว์น้ำและที่ดิน (อาคารและสถานที่) C๒ จำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำ C๓ จำหน่ายไฟฟ้าและน้ำประปา C๔ บำรุงรักษาพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน C๕ ปลอ่ยสินค้า	C๖ ตรวจสอบและจัดทำใบแจ้งหนี้ C๗ รับชำระค่าธรรมเนียม C๘ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า C๙ จัดการงานแจ้งเหตุ/ข้อร้องเรียน



Management Process		Support Process	Core Process	
Planning and Improvement	Governance		Operation	Customer
		S๗ วิจัยและพัฒนา S๘ จัดการความรู้		

๔.๖ ความเชื่อมโยงและความสอดคล้องระดับกลยุทธ์ในแต่ละมิติ Strategy Map และ Balanced Scorecard

Balanced Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือในการการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน โดยเป็นกระบวนการในการวัดผลสำเร็จของการดำเนินงานโดยพิจารณาผลสำเร็จของตัวชี้วัดการดำเนินงานใน ๔ มุมมอง (Perspective) ดังนี้

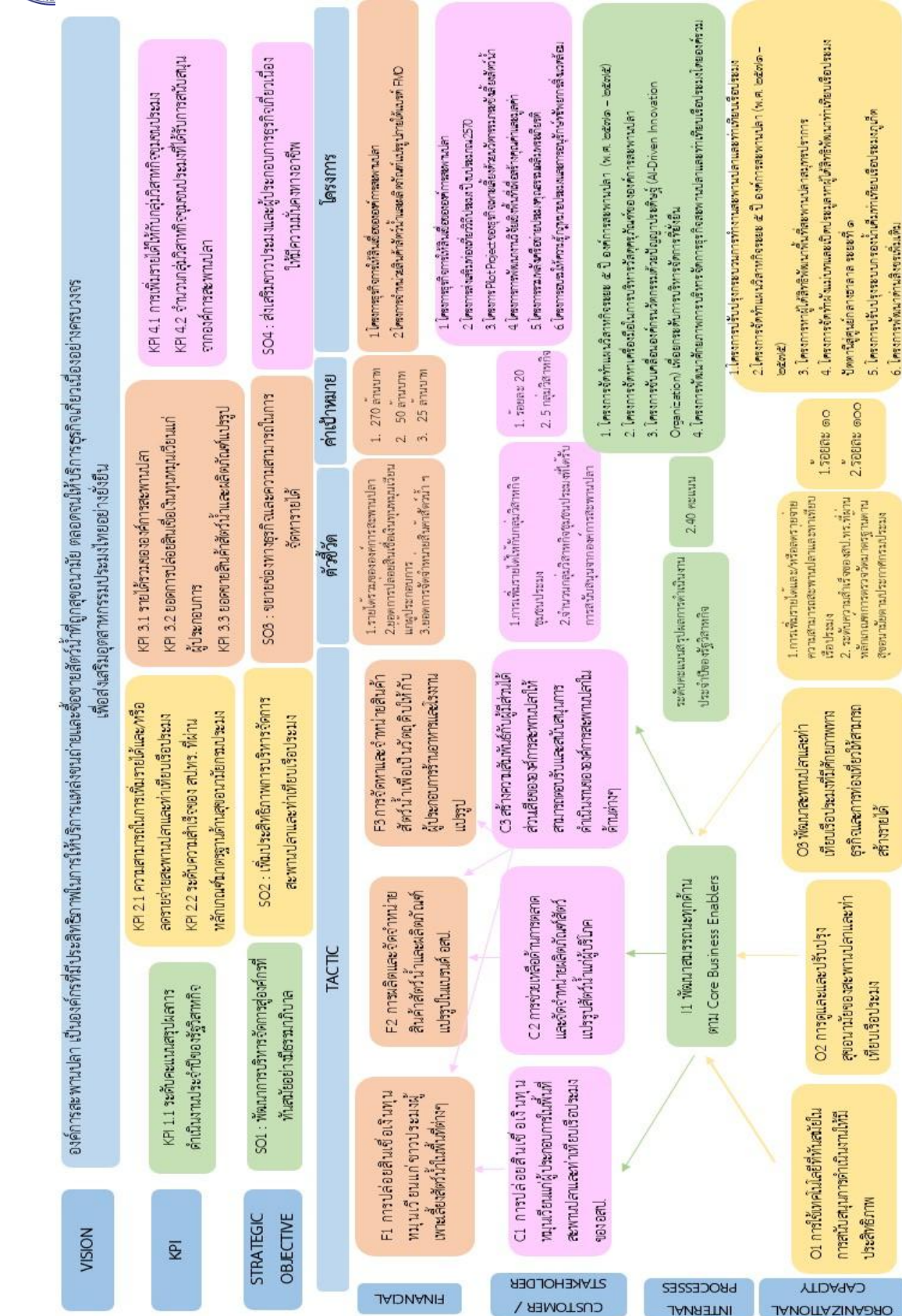
๑. มุมมองด้านการเงิน/ประสิทธิผล (Financial/Effectiveness Perspective)
๒. มุมมองด้านลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer/Stakeholder Perspective)
๓. มุมมองด้านกระบวนการภายใน/ประสิทธิภาพ (Internal Process Perspective)
๔. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา/การพัฒนาองค์กร (Learning & Growth Perspective)

จากการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ต่างๆขององค์การสะพานปลา ภายใต้ความเชื่อมโยงและสอดคล้องตามแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน ๒๕๗๐) สามารถพิจารณาความเชื่อมโยงและความสอดคล้องระดับกลยุทธ์ในแต่ละมิติ Strategy Map (Balanced Scorecard) ดังต่อไปนี้



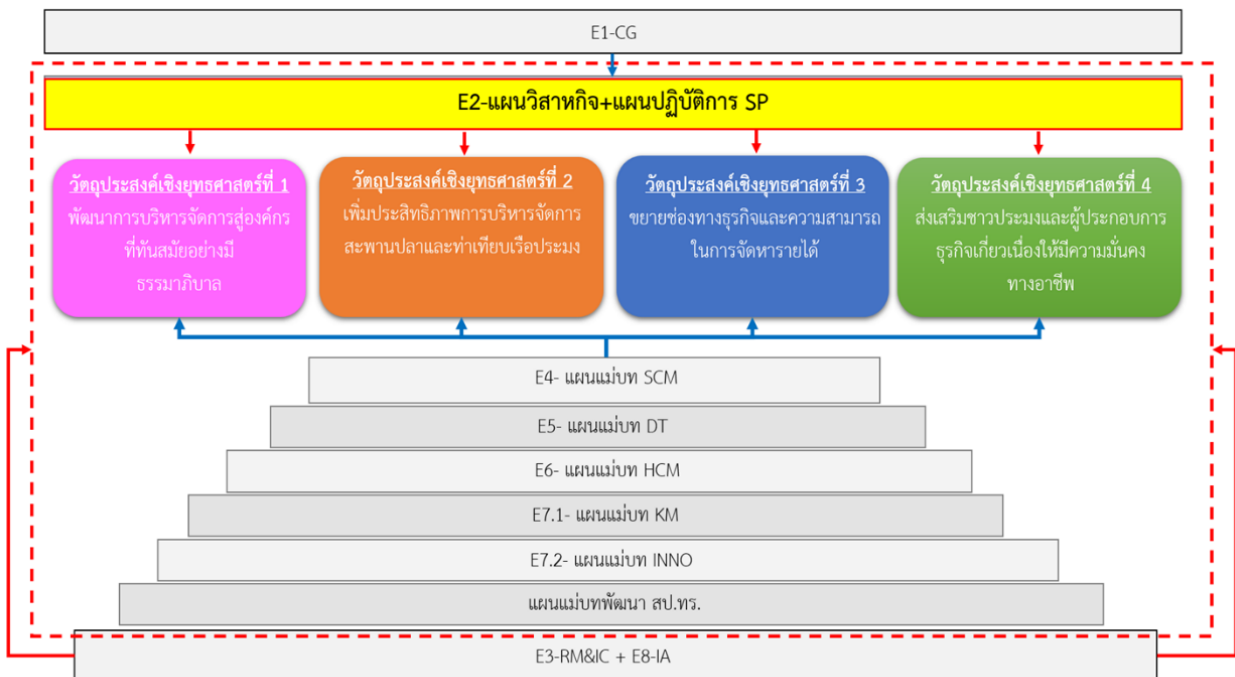
แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)





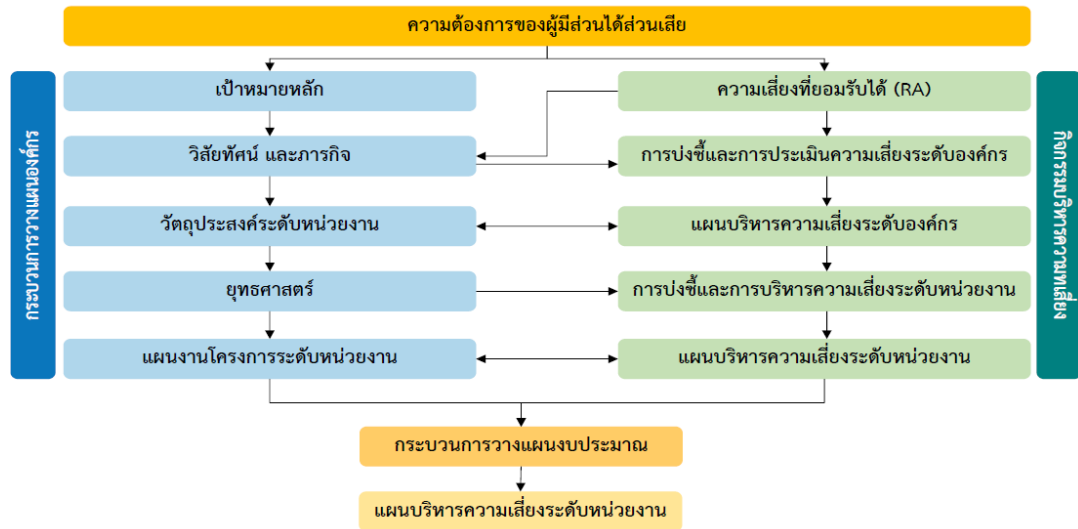
๔.๗ ความสอดคล้องเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์และแผนแม่บท



๔.๘ การบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (Risk Management)

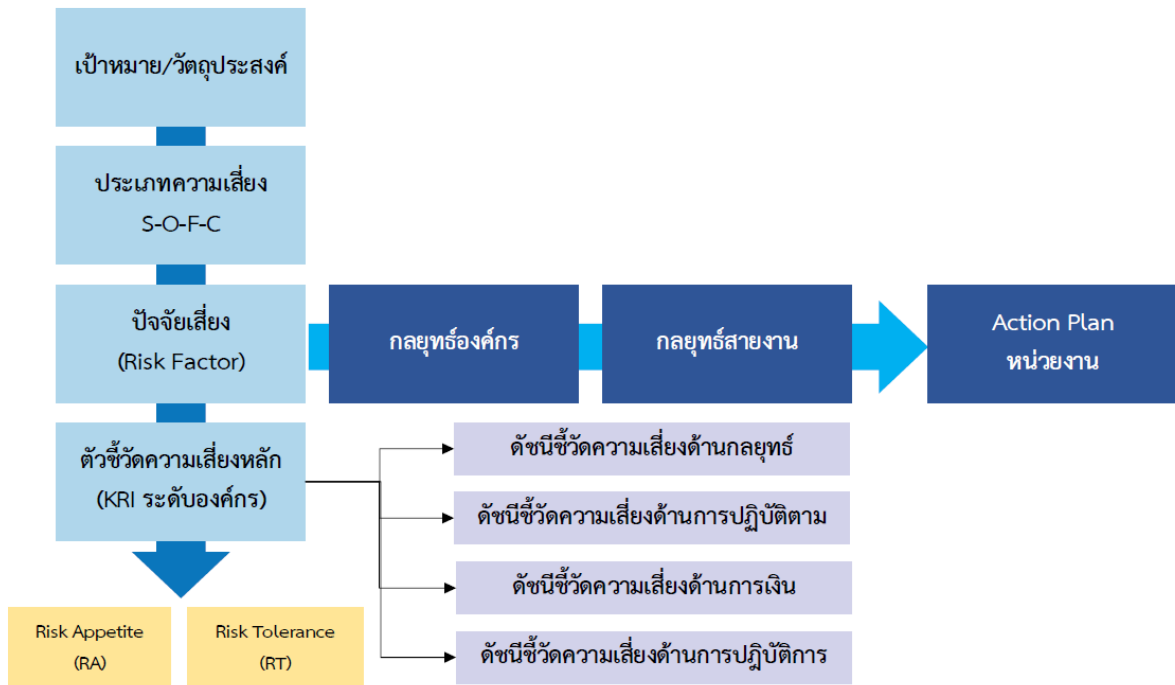
๔.๘.๑ การบูรณาการกระบวนการบริหารความเสี่ยงกับกระบวนการที่สำคัญขององค์กร

การบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเชื่อมโยงกับกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์หรือแผนวิสาหกิจ และกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อลดระดับความรุนแรง ตลอดจนมีการติดตามและรายงานผลการบริหารความเสี่ยง โดยจะต้องมีการดำเนินการร่วมระหว่างหน่วยงานในองค์กร เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์องค์กรต่อไป



๔.๘.๒ การกำหนด Risk Appetite (RA) ละ Risk Tolerance (RT) ขององค์กร

องค์การสะพานปลากำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) จากตัวชี้วัดและเป้าหมายของวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์สามารถนำมากำหนดระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ Risk Appetite (RA) และระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมให้เบี่ยงเบน Risk Tolerance (RT) ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงทั้ง ๔ ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) ด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) ด้านการเงิน (Financial Risk) และด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ (Compliance Risk) ดังนี้



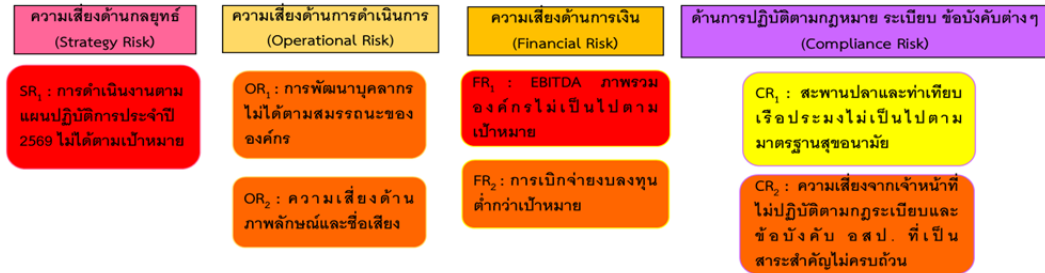


ประเภทความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)	ช่วงเปี่ยงเบนของ ระดับความเสี่ยงที่ ยอมรับได้ (Risk Tolerance)
๑. ด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : SR)	สอดคล้องตามเป้าประสงค์ใน แผนยุทธศาสตร์	ระดับค่า ๓ ตามบันทึกข้อตกลงประจำปี องค์การสะพานปลา กับ สคร.
๒. ด้านการเงิน (Financial Risk : FR)	สามารถรักษาระดับ ความสามารถ ในสร้างความ มั่นคงทางการเงินในระยะเวลา	ระดับค่า ๓ ตามบันทึกข้อตกลงประจำปี องค์การสะพานปลา กับ สคร.
๓. ด้านการดำเนินงาน (Operation Risk :OR)	การดำเนินงานเป็นไปตาม มาตรฐาน/คุณภาพ/ปริมาณที่ กำหนดไว้ในแผนงาน	ระดับค่า ๓ ตามบันทึกข้อตกลงประจำปี องค์การสะพานปลา กับ สคร.
๔. ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ (Compliance Risk :CR)	องค์การสะพานปลาจะดำเนินการภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบาย ของรัฐบาล	

๔.๘.๓ การกำหนด Risk Appetite (RA) ละ Risk Tolerance (RT) ขององค์กร ประจำปี ๒๕๖๙

การวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงองค์การสะพานปลาประจำปี 2569
(CAUSE AND EFFECT DIAGRAM)





๔.๙ การติดตามประเมินผล

๔.๑๐.๑ กระบวนการติดตามและประเมินผลแผนวิสาหกิจ

การติดตามประเมินผล จะดำเนินการคู่ขนานไปกับกระบวนการบริหารแผนไปสู่การปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินงานแผน แล้วนำมาศึกษาและวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความก้าวหน้า ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน โดยจะนำไปสู่การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการหรือกระบวนการดำเนินงานที่เหมาะสมนอกจากนี้ ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องเกิดการตื่นตัว พร้อมทั้งจะผลักดันแผนให้ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมโดยรวบรวมข้อมูลและให้ผู้รับผิดชอบโครงการติดตามผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดและแผนงานที่กำหนดไว้ในแต่ละขั้นตอนของแผนปฏิบัติการ

๔.๑๐.๒ กลไกการบริหารการติดตามและประเมินผลแผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา

กลไกการติดตามประเมินผลเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสนับสนุนให้ดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์ที่กำหนดเพื่อให้ผู้บริหารได้ทราบถึงความสำเร็จและความล้มเหลวของการดำเนินงาน

๑) การติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน (Monitoring)

การติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน (Monitoring) ของโครงการ/กิจกรรมสำคัญ ซึ่งมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการบรรลุผลตามเป้าประสงค์ของแผนงานในแต่ละช่วงจนการดำเนินงานเสร็จสิ้นโครงการ/กิจกรรม โดยหน่วยงานในสังกัดที่รับผิดชอบโครงการ/กิจกรรมนั้นเป็นผู้รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานพร้อมปัญหาและอุปสรรคไปยังสำนักงานติดตามและประเมินผล สำนักงานยุทธศาสตร์และแผนงานเพื่อวิเคราะห์ตรวจสอบความก้าวหน้าในการดำเนินของโครงการ/กิจกรรมและนำเสนอผู้บริหาร/ที่ประชุมต่อไป

ในระดับการดำเนินงาน องค์การสะพานปลา จัดให้มีการประชุมผู้บริหาร องค์การสะพานปลาเป็นประจำทุกเดือนเพื่อติดตามผลของแผนปฏิบัติการรับทราบปัญหาการทำงานต่างๆ ที่เกิดขึ้นและร่วมกันนำเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหา นำผลการดำเนินงานเข้ารายงานให้กับคณะกรรมการบริหารทราบทุกเดือนถึงความคืบหน้าต่าง ๆ ของงาน และทุกไตรมาส โดยทางบัญชีการเงินและตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่สำคัญ



๒) การวัดผลการดำเนินงาน (Monitoring)

ผลเบื้องต้นที่ได้จัดโครงการ/กิจกรรม (Outcome) ของแต่ละหน่วยงานในสังกัดที่เชื่อมโยงกับการร่วมนำส่งการบรรจุเป้าหมายตามตัวชี้วัดของเป้าประสงค์ตามแผนวิสาหกิจ องค์การสะพานปลาโดยหน่วยงานในผู้รายงานผลลัพธ์แต่ละตัวชี้วัดที่ร่วมรับผิดชอบทุกไตรมาส ไปยังส่วนงานการติดตามตัวชี้วัด สำนักงานติดตามและประเมินผล สำนักงานยุทธศาสตร์และแผนงานทราบความคืบหน้า ตลอดจนปัญหาอุปสรรคในการวิเคราะห์ ประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผน ตลอดจนข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับทบทวนแผน

การวัดผล องค์การสะพานปลา ได้มีการวัดผลการดำเนินงานรายปี ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และองค์การสะพานปลาร่วมกันกำหนด



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

๔.๑๐ ภาพรวมโครงการตามแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๗๐)

ลำดับ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้า หมาย	กลยุทธ์	ลำดับ	โครงการ	ผู้รับ ผิดชอบ	งบประมาณ	ปีที่ดำเนินการ	
			๒๕๗๐						๒๕๗๐	๒๕๗๑
๑	พัฒนาการบริหารจัดการสู่องค์กรที่ทันสมัยอย่างมีธรรมาภิบาล	ระดับคะแนนสรุปผลการดำเนินงานประจำปีของรัฐวิสาหกิจ	๒.๕๐ คะแนน	พัฒนาสมรรถนะทุกด้าน ตาม Core Business Enablers	๑	โครงการจัดทำแผนวิสาหกิจระยะ ๕ ปี องค์การสะพานปลา (พ.ศ. ๒๕๗๑ – ๒๕๗๕)	สยศ.	๑๐๐,๐๐๐	✓	
					๒	โครงการจัดหาเครื่องมือในการบริหารวัสดุครุภัณฑ์ขององค์การสะพานปลา	สพด.	๒๐,๐๐๐	✓	
					๓	โครงการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรมด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI-Driven Innovation Organization) เพื่อยกระดับการบริหารจัดการที่ยั่งยืน	สวพ.	๑๐๐,๐๐๐	✓	
					๔	โครงการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงโดยองค์รวม	ผลสปท. ๑-๒	๒๑๔,๐๐๐	✓	
					๕	โครงการพัฒนาระบบเอกสารระเบียบข้อบังคับอิเล็กทรอนิกส์ (Hi Tech Document)	สค.	-	✓	
รวมงบประมาณวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑								๔๓๔,๐๐๐		
๒	เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง	ความสามารถในการเพิ่มรายได้และ/หรือลดรายจ่าย สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง	ร้อยละ ๑๕	พัฒนาสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่มีศักยภาพทางธุรกิจและการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้	๖	โครงการจัดทำแผนแม่บท สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง พ.ศ. ๒๕๗๑ – ๒๕๗๕	สยศ. ผลสป.ท. ๑-๒	๑๘๐,๐๐๐	✓	
					๗	โครงการหาผู้ได้สิทธิพัฒนาพื้นที่สะพานปลาสมุทรปราการ	สคพ. สป.สป.	๕๐,๐๐๐	✓	
					๘	โครงการจัดทำผังแม่บทและเปิดประมูลหาผู้ได้สิทธิพัฒนาท่าเทียบเรือประมงปัตตานีสู่ศูนย์กลางฮาลาลระยะที่ ๑	ผลสป.ท. ๒ ทร.ปน.	-	✓	
				การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ	๙	โครงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง	ผลสป.ท. ๑-๒	๑๐๐,๐๐๐.--	✓	
		ระดับความสำเร็จของ สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงที่ผ่านมา	ร้อยละ ๑๐๐	การดูแลและปรับปรุงสุขอนามัยของ สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง						



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

ลำดับ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้า	กลยุทธ์	ลำดับ	โครงการ	ผู้รับผิดชอบ	งบประมาณ	ปีที่ดำเนินการ	
			หมาย						๒๕๗๐	๒๕๗๑
		หลักเกณฑ์การตรวจวัดมาตรฐานด้านสุขอนามัยของท่าเทียบเรือประมงสะพานปลา กิจการแพปลาหรือตลาดกลางซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำตามประกาศกรมประมง								
รวมงบประมาณวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒								๓๓๐,๐๐๐		
๓	เพิ่มช่องทางธุรกิจและ ความสามารถในการจัดหารายได้	รายได้รวมขององค์การสะพานปลา	๓๐๐ ล้านบาท	การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปในแบรนด์องค์การสะพานปลา	๑๐	โครงการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปภายใต้แบรนด์ FMO	สบตส.	๓๓,๒๐๐,๐๐๐	✓	
		ยอดการจัดจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูป	๓๐ ล้านบาท	การจัดการและจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำเพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงงานแปรรูป						
		ยอดการปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการ	๑๐๐ ล้านบาท	การปล่อยสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่สะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลาและผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่ต่างๆ	๑๑	โครงการธุรกิจการให้สินเชื่อขององค์การสะพานปลา	ฝสช.	๑๐๑,๙๕๐,๐๐๐	✓	
รวมงบประมาณวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓								๑๓๕,๑๕๐,๐๐๐		
๔	ส่งเสริมชาวประมงและผู้ประกอบการ	การเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่ม	ร้อยละ ๓๐	การช่วยเหลือด้านการตลาดและจัดจำหน่าย	๑๒	โครงการ Pilot Project ของธุรกิจเพาะเลี้ยงด้วยนวัตกรรมกระชังเลี้ยงสัตว์น้ำ	สบคพ.	๒๐๐,๐๐๐	✓	



แผนวิสาหกิจองค์การสะพานปลา พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปีงบประมาณ ๒๕๗๐)

ลำดับ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลยุทธ์	ลำดับ	โครงการ	ผู้รับผิดชอบ	งบประมาณ	ปีดำเนินการ	
			๒๕๗๐						๒๕๗๐	๒๕๗๑
	ธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้มีความมั่นคงทางอาชีพ	วิสาหกิจชุมชนประมง		ผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำแก่ผู้บริโภค	๑๔	โครงการรวมพลังเครือข่ายประมงคุณธรรมเฉลิมพระเกียรติ	สสส.	๑๓๐,๐๐๐	✓	
					๑๕	โครงการส่งเสริมท่องเที่ยววิถีประมง ปีงบประมาณ ๒๕๗๐	สสคพ.	๒๐๐,๐๐๐	✓	
					๑๖	โครงการอบรมให้ความรู้กฎหมายประมงและการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	สสส.	๕๐,๐๐๐	✓	
รวมงบประมาณวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๔								๖๓๐,๐๐๐		
งบประมาณรวมทั้งสิ้น								๑๓๖,๕๔๔,๐๐๐		



ตอบโจทย์เป้าหมายองค์กรทั้งในรูปแบบ ทรัพยากรทางการเงิน (เช่น งบประมาณ) และ ทรัพยากรที่ไม่ใช่เงิน (เช่น บุคลากร, เวลา, อุปกรณ์) โดยลำดับตามความจำเป็นให้กับโครงการอย่างเหมาะสม เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานและบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ ดังนี้

๑. โครงการธุรกิจการให้สินเชื่อขององค์การสะพานปลา
๒. โครงการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปภายใต้แบรนด์ FMO
๓. โครงการจัดทำผังแม่บทและเปิดประมูลหาผู้ได้สิทธิพัฒนาท่าเทียบเรือประมงปัตตานี
สู่ศูนย์กลางฮาลาล ระยะที่ ๑
๔. โครงการหาผู้ได้สิทธิพัฒนาพื้นที่สะพานปลาสมุทรปราการ
๕. โครงการจัดหาเครื่องมือในการบริหารวัสดุครุภัณฑ์ขององค์การสะพานปลา
๖. โครงการจัดทำแผนวิสาหกิจระยะ ๕ ปี องค์การสะพานปลา (พ.ศ. ๒๕๗๑ – ๒๕๗๕)
๗. โครงการจัดทำแผนแม่บทสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง พ.ศ. ๒๕๗๑ – ๒๕๗๕
๘. โครงการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงโดยองค์กรรวม
๙. โครงการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรมด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI-Driven Innovation Organization) เพื่อยกระดับการบริหารจัดการที่ยั่งยืน
๑๐. โครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง
๑๑. โครงการ Pilot Project ของธุรกิจเพาะเลี้ยงด้วยนวัตกรรมกระชังเลี้ยงสัตว์น้ำ
๑๒. โครงการการพัฒนางานวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่า
๑๓. โครงการรวมพลังเครือข่ายประมงคุณธรรมเฉลิมพระเกียรติ
๑๔. โครงการส่งเสริมท่องเที่ยววิถีประมง ปีงบประมาณ ๒๕๗๐
๑๕. โครงการอบรมให้ความรู้กฎหมายประมงและการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
๑๖. โครงการพัฒนาระบบเอกสารระเบียบข้อบังคับอิเล็กทรอนิกส์ (Hi Tech Document)