



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปลาสวยงามเป็นสินค้าส่งออกชนิดใหม่ของไทยที่ถือได้ว่ามีศักยภาพสูง เพราะอาชีพการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม สามารถทำได้ทุกสถานที่ ปลาสวยงามบางชนิดเลี้ยงได้แม้แต่ในพื้นที่แคบ ๆ (ยนต์ มุสิก. 2545 : 1) ทั้งนี้เป็นเพราะประเทศไทยมีแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์และมีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของปลาหลายชนิด ซึ่งมีทั้งปลาเศรษฐกิจและปลาสวยงาม จึงทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งที่เหมาะสมในการเลี้ยง และการเพาะพันธุ์ปลาสวยงามหลายชนิด นักเพาะพันธุ์ปลาบางรายได้ส่งพันธุ์ปลาสวยงามจากต่างประเทศเข้ามาเพาะพันธุ์ และผสมพันธุ์ในประเทศ จนสามารถผลิตพันธุ์ปลาสวยงามที่มีลักษณะลวดลาย และสีอันสวยงามออกมามากมาย พันธุ์ปลาสวยงามที่ผลิตขึ้นนี้ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อย่างมาก ประกอบกับปลาสวยงามเป็นปลาที่มีสีอันสวยงาม เลี้ยงง่าย และสามารถเลี้ยงได้ในพื้นที่จำกัด จึงทำให้มีผู้สนใจและหันมาเลี้ยงปลาสวยงามเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีทั้งการเลี้ยงปลาสวยงามแบบงานอดิเรก และแบบอาชีพ จึงทำให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับการเลี้ยงปลาสวยงามขึ้นมากมายหลายอย่าง เช่น การส่งปลาสวยงามเป็นสินค้าออก การส่งพันธุ์ปลาเป็นสินค้าเข้า การผลิตลูกปลาจำหน่าย การผลิตอุปกรณ์เลี้ยงปลาสวยงามจำหน่าย ฯลฯ แต่ธุรกิจการเลี้ยงปลาสวยงามส่วนใหญ่จะมีการหมุนเวียนเฉพาะภายในประเทศ ส่วนธุรกิจที่ส่งปลาสวยงามไปจำหน่ายต่างประเทศยังมีน้อย

จากการที่การเพาะเลี้ยงปลาสวยงามเป็นอาชีพที่มีความน่าสนใจและช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการอาชีพนี้ได้เป็นอย่างดี สามารถทำได้โดยไม่ต้องลงทุนมากนัก ใช้พื้นที่น้อยและเห็นผลได้ในระยะเวลาอันสั้น ทางกรมประมงจึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมอาชีพการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามให้กลุ่มประชาชนตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ประชาชนที่ยากจนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เอง จึงมีผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามเกิดขึ้นมากมาย และกระจายเลี้ยงกันอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม จะประสบกับปัญหามากมาย หากว่าไม่มีการจัดการที่ถูกต้อง ซึ่งการจัดการการผลิตทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นการใช้ที่ดิน แรงงานและทุน ที่มีอยู่เพื่อให้ได้รายได้สูงสุด โดยต้นทุนต่ำสุด ดังนั้นจึงต้องจัดสรรองค์ประกอบของการผลิตให้ดีที่สุดและในปัจจุบันนี้มีเหตุผลที่แน่ชัดว่า ทำไมบางองค์การจึงประสบความสำเร็จ ขณะที่บางองค์การล้มเหลว เป็นที่ยอมรับว่าผู้จัดการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจต้องมีความรู้ หลักการในการบริหารและความชำนาญในการจัดการ (ศิณีย์ สังข์รัมย์. 2528 : 29) ดังนั้นผู้วิจัย

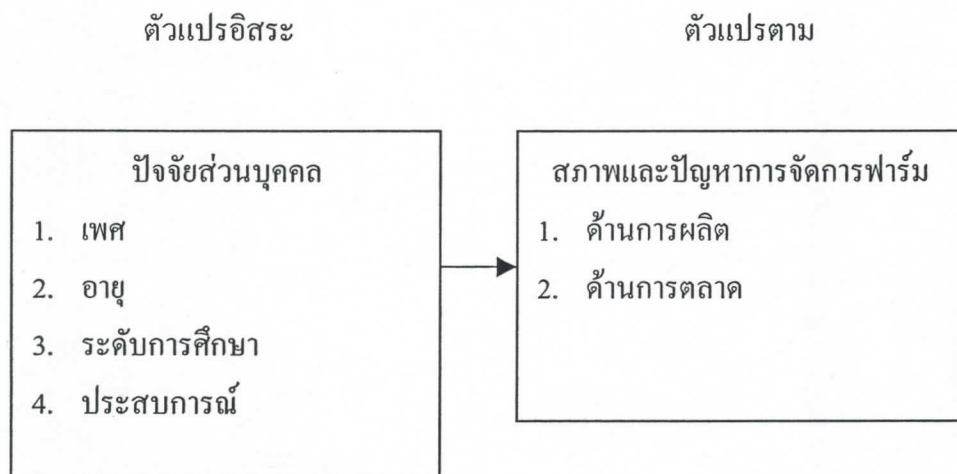
จึงมีความคิดเห็นว่า การศึกษาถึงการจัดการการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพื่อทราบถึงการจัดการการผลิต การตลาด ตลอดจนทั้งปัญหาในการจัดการการผลิตและการตลาด ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการหาหนทางแก้ไขวางระบบและวางแผนพัฒนาให้กับผู้เพาะเลี้ยงต่อไปในอนาคต และเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจที่จะประกอบธุรกิจเกี่ยวกับปลาสวยงาม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงามของเกษตรกรในด้านการผลิตและการตลาด
2. เพื่อวิเคราะห์ระดับปัญหาการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงามของเกษตรกรในด้านการผลิตและการตลาด
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาการจัดการฟาร์มด้านการผลิตและการตลาด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพและปัญหาการจัดการฟาร์ม จึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาดังต่อไปนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 ประสบการณ์

1.2 ตัวแปรตาม

1.2.1 สภาพและปัญหาการจัดการฟาร์มด้านการผลิต

1.2.2 สภาพและปัญหาการจัดการฟาร์มด้านการตลาด

2. ขอบเขตพื้นที่

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นกลุ่มผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ) เนื่องจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงปลาสวยงามที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย

3. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาปอมปาดัวร์ ปลาทอง ปลากัดและปลาหางนกยูง จำนวน 68 ฟาร์ม

4. ขอบเขตเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาดังแต่เดือนมิถุนายน – เดือนสิงหาคม 2547

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงสภาพการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงามในด้านการผลิตและการตลาด

2. ได้ทราบถึงปัญหาการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงามในด้านการผลิตและการตลาด

3. นำผลที่ได้รับเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามปรับปรุงแก้ไขต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

การบริหารจัดการฟาร์ม หมายถึง การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดของฟาร์ม ได้แก่ ที่ดิน วัตถุดิบ แรงงานและเงินทุนในการผลิตปลาสวยงามสายพันธุ์ต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

การจัดการการผลิต หมายถึง กระบวนการในการผลิตปลาสวยงาม ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ แรงงาน และทุน เพื่อให้ได้ปลาสวยงามที่มีขนาดและสี สันตรงกับความต้องการของตลาด และให้ได้จำนวนมากเพียงพอกับความต้องการของตลาด

วัตถุดิบ หมายถึง พ่อแม่พันธุ์ปลาสวยงามหรือลูกปลาที่ซื้อมาจากเกษตรกรรายอื่น วิธีการเพาะพันธุ์ บ่อหรือภาชนะที่ใช้ในการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม น้ำที่ใช้ในการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม อาหารปลา ยารักษาโรค เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ

แรงงาน หมายถึง แรงงานในครอบครัว แรงงานจ้าง

ทุน หมายถึง ที่ดิน โรงเรือน เงิน

การจัดการการตลาด หมายถึง กระบวนการในการวางแผนการผลิต การตั้งราคา สถานที่จำหน่าย ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการบริการเกี่ยวกับการจำหน่ายปลาสวยงามให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

ปลาสวยงาม (Ornamental fish) หมายถึง ปลาที่นิยมเลี้ยงในตู้กระจกหรือบ่อ โดยมีจุดประสงค์เพื่อประดับตกแต่งสถานที่ หรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีรูปร่างหรือสี สันที่สวยงาม ซึ่งปลาสวยงามที่นิยมเลี้ยงส่วนใหญ่เป็นปลาสวยงามน้ำจืด ปลาสวยงามในการวิจัยครั้งนี้ คือ ปลาปอมปาดัวร์ ปลาทอง ปลากัด และปลาหางนกยูง

ผู้เพาะเลี้ยง หมายถึง เกษตรกรที่เพาะเลี้ยงปลาสวยงามเพื่อจำหน่ายภายในประเทศและเพื่อการส่งออก

ฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม หมายถึง สถานที่สำหรับทำการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม ซึ่งประกอบด้วย ที่ดิน โรงเรือน บ่อเพาะพันธุ์ บ่อเลี้ยงปลา บ่อบำบัดน้ำ อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับเพาะพันธุ์ปลา อุปกรณ์สำหรับเลี้ยงปลา ฯลฯ นอกจากนี้ยังรวมถึงองค์ประกอบพื้นฐาน เช่น สถานที่ตั้ง แหล่งน้ำ สภาพแวดล้อม และระบบสาธารณูปโภคต่างๆที่จำเป็นต่อการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม เช่น ถนน ไฟฟ้า โทรศัพท์ เป็นต้น

ปัญหาด้านการผลิตปลาสวยงาม หมายถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตปลาสวยงาม ได้แก่ ปัญหาด้านพ่อแม่พันธุ์ปลา ปัญหาด้านวิธีการเพาะพันธุ์ปลา ปัญหาด้านการอนุบาลลูกปลา ปัญหาด้านน้ำและการบำบัดน้ำและปัญหาด้านโรคปลาและการรักษา



ปัญหาด้านการตลาดปลาสวยงาม หมายถึง ปัญหาด้านการกำหนดราคาปลาสวยงาม การกำหนดขนาด การขนส่ง ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

สภาพการจัดการด้านการผลิต หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิตปลาสวยงาม ได้แก่ วิธีการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ วิธีการเพาะพันธุ์ วิธีการเลี้ยง อัตราการปล่อยปลา วิธีการให้อาหาร ระยะเวลาในการเลี้ยง วิธีการรักษาโรคปลาสวยงาม เป็นต้น

สภาพการจัดการด้านการตลาด หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการจัดจำหน่ายปลาสวยงาม รวมถึงกลยุทธ์ด้านการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และสถานที่จำหน่าย ยกตัวอย่างเช่น วิธีการจัดเตรียมปลาก่อนนำไปจำหน่าย วิธีการบรรจุและการขนส่งปลาไปจำหน่าย วิธีการกำหนดราคา วิธีการจัดจำหน่าย แหล่งจำหน่าย เป็นต้น