ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง



แนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่

Production Expansion of The Sand Gody Fish in Thailand

โดย

นางสาวเนตรนภา เสียงเย็น

นางสาวสิริลดา ปัญญากรณ์

นางสาวพัชรินทร์ หาผล

พ.ศ. 2548

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

DEPARTMENT OF AGRIBUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
กรุงเทพฯ (10520)

King Mongkut's Institute of Technology
Chokuntaharn Ladkrabang
Bangkok, Thailand (10520)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20256

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

แนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่

Production Expansion of The Sand Gody Fish in Thailand

T098107

โดย

นางสาวเนตรนภา เสียงเย็น
นางสาวสิริลดา ปัญญากรณ์
นางสาวพัชรินทร์ หาผล

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

ปฟ, คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

น784น เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2548

2548

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....98107
วัน เดือน ปี.....10 JUN 2005

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

แนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่

Production Expansion of The Sand Gody Fish in Thailand

ของ

นางสาวเนตรนภา เสียงเย็น

นางสาวสิริลดา ปัญญากรณ์

นางสาวพัชรินทร์ หาผล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2548

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ _____, 18/ก.พ./48

(อาจารย์วีระชัย ถาวรทนต์)

กรรมการปัญหาพิเศษ _____, 18/ก.พ./2548

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร์)

หัวหน้าภาควิชาฯ _____, 6/3/48

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: แนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่

โดย: นางสาวเนตรนภา เสียงเย็น

นางสาวสิริลดา ปัญญากรณ์

นางสาวพัชรินทร์ หาผล

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____ 18 /มี.ค./ 48

(วีระชัย ถาวรทนต์)

ปลาบู่เป็นปลาที่คนไทยรู้จักกันมานาน แต่ไม่นิยมบริโภค เนื่องจากเป็นปลาในวรรณคดี ปัจจุบันปลาบู่ได้กลายเป็นสัตว์เศรษฐกิจสร้างรายได้ดีให้กับเกษตรกร มีมูลค่าการส่งออกปีละ12 ล้านบาท เนื่องจากปลาบู่เป็นปลาที่มีรสชาดหวานอร่อยเป็นที่นิยมบริโภคกันในต่างประเทศโดยเฉพาะในหมู่ชาวจีน ประเทศที่นำเข้าได้แก่ จีน ฮ่องกง ไต้หวัน มาเลเซียและสิงคโปร์ ปัจจุบันพบว่าปริมาณความต้องการนั้นยังคงมีอย่างต่อเนื่องและไม่จำกัดปริมาณ มีราคาค่อนข้างสูง มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก ด้านการส่งออกของไทยก็ยังไม่เคยพบปัญหาปลาล้นตลาด ด้านการผลิตมีเกษตรกรจำนวนน้อยราย พบว่า ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการทั้งที่ราคาและในด้าน การตลาด ก็ไม่พบปัญหาแต่กลับน่าจะดึงดูดใจ ปริมาณการเพาะเลี้ยงยังคงมีน้อย ดังนั้น ทางคณะผู้จัดทำจึงเล็งเห็นช่องว่างทางการตลาด ที่อาจจะสูญเสียโอกาสในการพัฒนาขยายกำลังการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการ จึงทำการศึกษาเรื่องแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่เพิ่มโอกาสการขายให้เกษตรกรและนำเงินเข้าประเทศ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดของธุรกิจฟาร์มปลาบู่ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการขยายกำลังการผลิต

ผลการศึกษาพบว่า การเลี้ยงปลาบู่ผู้เลี้ยงจะต้องมีเงินลงทุนสูง มีความรู้ และจากการสัมภาษณ์พบว่า ปัญหาด้านเกษตรกรอยู่ที่ เกษตรกรขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการขยายกำลังการผลิต ส่วนปัญหาทางด้านการตลาด เกษตรกรมีตลาดรองรับเพียงพอเป็นจำนวนมาก แต่มีปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการ ดังนั้น เกษตรกรรายใหม่ที่คิดจะเข้ามาประกอบอาชีพการเลี้ยงปลาบู่ก็สามารถเข้ามาโดยง่าย เพราะยังมีช่องว่างทางการตลาดที่ต้องการผลผลิตสูง และเกษตรกรส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหญ่ที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงปลาบู่เป็นชาวบ้านที่จบการศึกษาเพียงชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ไม่มีการรวมกลุ่ม ไม่มีการกีดกั้นการเข้ามาของเกษตรกรรายใหม่ แต่เกษตรกรเหล่านี้มีประสบการณ์ในการในการเลี้ยงปลาสูง พันธุ์ปลาที่ใช้ในการเลี้ยงส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ เนื่องจากพันธุ์ปลาที่มาจากการเพาะเลี้ยง มีปัญหาเรื่องการเลี้ยงลูกปลาวัยอ่อนจนกระทั้งโตเป็นลูกพันธุ์ปลาสามารถทำได้ยาก ต้องใช้เวลานาน และเงินลงทุนสูง เกษตรกรจึงไม่นิยมนำมาเลี้ยง แต่ผู้ส่ออกต้องการปลาที่มาจากการเพาะเลี้ยงมากกว่าปลาที่จับมาจากธรรมชาติ เพราะปลาที่มาจากการเพาะเลี้ยงสามารถอยู่ได้นานกว่าปลาที่มาจากธรรมชาติ การทดแทนกันของปลาเลี้ยงกับปลาที่มาจากธรรมชาติสามารถทดแทนสูง เพราะผู้บริโภคนิยมรับประทานเหมือนกัน ปัจจุบันธุรกิจนี้มีการแข่งขันกันน้อย เนื่องจากเป็นปลาที่เลี้ยงยาก ต้องการการดูแลเอาใจใส่ แต่ผลตอบแทนสูง ราคาแพง ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าดึงดูดให้เกษตรกรหันมาเลี้ยงปลาบู่กันมากขึ้น แต่มีข้อจำกัดเรื่อง การขาดแคลนแหล่งเงินทุน และการขาดแคลนพันธุ์ปลา

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ที่สำคัญที่สุดคือ การขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการขยายกำลังการผลิต และการขาดแคลนปริมาณพันธุ์ปลามีไม่เพียงพอในการเลี้ยง ส่วนในด้านอื่น ๆ ถือว่าเป็นปัจจัยที่เกษตรกรสามารถควบคุมได้ เพื่อให้การทำธุรกิจฟาร์มปลาบู่ประสบความสำเร็จควรจะต้องได้รับการช่วยเหลือจากทางรัฐบาลในเรื่องข้อมูลของการตลาด สถิติการผลิตและการส่งออก รวมถึงคำแนะนำในด้านการผลิตด้วย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรควรให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรที่ขาดแคลนเงินลงทุนในการขยายกิจการ โดยการเพิ่มวงเงินกู้ยืม นอกจากนี้แล้ว กรมส่งเสริมการเกษตรควรจะส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาชิก จะทำให้ลดต้นทุนในการผลิตลงได้ เพราะเกษตรกรจะมีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ขายปัจจัยการผลิต หากมีการช่วยเหลือของรัฐบาลตามที่เสนอ จะทำให้การขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ประสบความสำเร็จขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำและคำปรึกษาตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจาก อาจารย์วีระชัย ถาวรทนต์ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ทางผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร์ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ได้อบรม ให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบพระคุณเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกในครอบครัวของผู้เขียนที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กับข้าพเจ้าตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ สาขาบริหารธุรกิจเกษตรทุกคน ที่ช่วยเหลือด้านข้อมูล ให้คำปรึกษาและช่วยเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

คณะผู้วิจัย

6 มีนาคม 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญ

	หน้า
สารบาญตาราง	(4)
สารบาญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและประเด็นปัญหา	1
วัตถุประสงค์	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	5
วิธีการศึกษา	5
การเก็บรวบรวมข้อมูล	5
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดทางทฤษฎี	11
การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)	11
แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)	14
กรอบแนวความคิด	18
สมมติฐาน	18
บทที่ 3 สถานการณ์การผลิตและการตลาดปลาบู่	19
สถานการณ์การผลิต	19
การเลี้ยงปลาบู่	19
การเพาะขยายพันธุ์ปลาบู่	21
การรวบรวมพันธุ์ปลาบู่	22
การอนุบาลปลาบู่	22
รูปแบบการเลี้ยงปลาบู่	23
อัตราการปล่อย	26
อาหารและการให้อาหาร	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า

อัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อ 26

อัตราการรอด 26

อัตราการเจริญเติบโต 27

ต้นทุนและผลตอบแทนในการเลี้ยงปลาบู่ 27

ปัญหาด้านการผลิต 28

ข้อพิจารณาการตัดสินใจเลี้ยงปลาบู่ 29

สถานการณ์ทางการตลาด 30

ตลาด 30

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย 33

ราคา 33

ช่องทางการจัดจำหน่าย 34

ประเภทของผู้ค้าปลาบู่ 37

ความต้องการของผู้บริโภค 39

การขนส่ง 39

ปัญหาทางการตลาด 40

บทที่ 4 ผลการศึกษา 42

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก 42

การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) 42

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน 59

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) 59

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ 75

สรุป 75

ข้อเสนอแนะ 79

เอกสารอ้างอิง 81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก 85

ภาคผนวก ข 88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลผลิตและราคาเฉลี่ยของฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำจืดทั้งประเทศจำแนกตามชนิดปลาน้ำจืดปี พ.ศ. 2545	3
2	ราคาเฉลี่ยสัตว์น้ำ จำแนกตามปี พ.ศ. 2535-พ.ศ. 2545	4
3	จำนวนฟาร์มและผลิตของฟาร์มปลาบู่ปี พ.ศ. 2535-พ.ศ. 2545	20
4	ปริมาณการส่งออกปลาบู่ไปยังสิงคโปร์	21
5	การเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการของปลาในเนื้อปลา 100 กรัม	45
6	สรุปการวิเคราะห์การได้เปรียบทางการแข่งขัน (The competitive advantage) ของผู้ผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่	49
7	สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกกับกรอบแนวความคิด	56
8	สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจของแต่ละหน่วยในวิถีการตลาด	65
9	สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจระหว่างหน่วยในวิถีการตลาด	74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวความคิด	18
2	วิถีการตลาดปลาบู่จากแหล่งน้ำธรรมชาติ	35
3	วิถีการตลาดปลาบู่จากการเพาะเลี้ยง	36
4	วิถีการตลาดปลาบู่ทั้งภายในและต่างประเทศ	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและประเด็นปัญหา

การประมง เป็นอาชีพหนึ่งซึ่งมีความผูกพันกับวิถีชีวิตและการดำรงอยู่ของประชาชนชาวไทยมานานนับพัน ๆ ปี ดังจะเห็นได้จากศิลาจารึกสมัยกรุงสุโขทัย ในรัชสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชที่กล่าวไว้ว่า "ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว" ปลานับเป็นชลสมบัติที่ก่อให้เกิดอาชีพ รายได้ และเป็นแหล่งอาหารที่ให้โปรตีนที่ประชาชนสามารถหาบริโภคเองได้ง่าย จากแหล่งน้ำธรรมชาติ และอ่างเก็บน้ำทั่ว ๆ ไป ในปัจจุบันการประมงน้ำจืดของประเทศไทย ได้พัฒนาและเจริญก้าวหน้าไปมาก มีการนำเทคนิคและวิทยาการสมัยใหม่มาช่วยในการเร่งเพิ่มผลผลิตสัตว์น้ำ เพื่อให้ทันกับการพัฒนาประเทศ และเป็นการยกระดับมาตรฐานการครองชีพของชาวประมง สัตว์น้ำเป็นอาหารโปรตีนที่มวลมนุษยชาติทั่วโลกต้องการลิ้มรส สัตว์น้ำบางชนิดก็มีราคาสูง เนื่องมาจากความเชื่อถือว่าจะเป็นผลดีต่อผู้บริโภค จึงทำให้สัตว์น้ำชนิดนั้นเป็นที่ต้องการของตลาดและถูกจับขึ้นมาใช้ประโยชน์อย่างมากมายในแต่ละวัน จนกระทั่งพ่อแม่พันธุ์สัตว์น้ำนับวันจะมีจำนวนลดน้อยลง ผลผลิตจากแหล่งธรรมชาติไม่เพียงพอ ดังนั้น การทดแทนปริมาณสัตว์น้ำที่ขาดแคลนก็ คือ การเพาะเลี้ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ แม้จะต้องฟันฝ่าอุปสรรคนานับปการก็ตามแต่เกษตรกรไทยก็ไม่เคยย่อท้อ กลับมีแรงกระตุ้นให้ต่อสู้คิดหาวิธีทางเพิ่มผลผลิตจากกระแสด้านราคาที่สูงนับได้ว่ามีส่วนช่วยจุดประกายและเสริมสร้างพลังในการดำเนินงานให้สัมฤทธิ์ผล ทำให้มีปริมาณสัตว์น้ำเพิ่มขึ้น สามารถส่งเป็นสิน ค้าออกนำเงินตราเข้าสู่ประเทศไทยในแต่ละปีมีมูลค่ามหาศาล สัตว์น้ำจืดส่วนมากจะส่งออกในรูปของปลามีชีวิตและปลาสวยงาม ปลามีชีวิตที่มีการส่งออก ได้แก่ ปลาบู่ ปลาไหล ปลาคราฟท์ เป็นต้น การส่งออกประเภทนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 555 ตัน มูลค่า 23.16 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2521 เพิ่มเป็น 1,876 ตัน มูลค่า 157.25 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2533 มีตลาดที่สำคัญคือ ฮ่องกง สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา (ทวี และคณะ, 2535)

ปลาบู่เป็นสัตว์เศรษฐกิจด้านน้ำจืดที่มีราคาสูงชนิดหนึ่ง ซึ่งปริมาณผลผลิตจากแหล่งน้ำธรรม ชาติมีจำนวนไม่เพียงพอ ลูกปลาจากการประมงลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การเลี้ยงปลาบู่มีผล ผลิตอย่างต่อเนื่อง การเพาะพันธุ์จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เนื่องจากปลาบู่เป็นสัตว์เศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่งที่มีการเลี้ยงและทำการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศมาเป็นเวลายาวนานเกือบ 30 ปีแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ก็ไม่โด่งดังเหมือนสัตว์เศรษฐกิจชนิดอื่น เนื่องจากมีการเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมและทำการค้าเฉพาะกลุ่มเท่านั้น (ศุภชัย, 2544) ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ที่ส่งออกไปต่างประเทศนั้นสามารถทำรายได้เข้าประเทศมูลค่าหลายสิบล้านบาทต่อปี และเมื่อเปรียบเทียบปริมาณการผลิตและราคากับปลาชนิดอื่น ในปี พ.ศ. 2545 ปริมาณการผลิตปลานิลจำนวน 83,780.1 ตัน ราคาเฉลี่ย 32.09 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่ปริมาณการผลิตปลาบู่มีจำนวน 6.52 ตัน ราคาเฉลี่ย 128.23 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 1) แสดงให้เห็นว่าราคาปลาบู่สูงกว่าสัตว์น้ำจืดชนิดอื่น ๆ เนื่องจากความต้องการปลาบู่จากต่างประเทศมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี กอปรกับปลาบู่เป็นสัตว์น้ำจืดที่เลี้ยงยาก ไม่ทนทานกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ราคาปลาบู่จึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี จากสัตว์น้ำจืดที่ใช้บริโภคทั้งหมด ปลาบู่ถือว่าเป็นปลาที่มีราคาสูงกว่าปลาน้ำจืดชนิดอื่น ๆ (ตารางที่ 2) จากข้อมูลปี พ.ศ. 2545 ปลาบู่มีราคาเฉลี่ย กิโลกรัมละ 128.23 บาท เพิ่มขึ้นจาก 49.39 บาท ของปี พ.ศ. 2542 ร้อยละ 159.62 ในขณะที่ปลาที่มีราคาสูงรองลงมา ได้แก่ ปลายี่สกเทศ ราคาเฉลี่ย กิโลกรัมละ 38.25 บาท จะเห็นว่าราคาปลาเฉลี่ยของปลาบู่สูงกว่าปลายี่สกเทศเกือบเท่าตัว ทำให้ปลาบู่เป็นปลาที่ใครต่างก็สนใจอยากจะเลี้ยงแต่ก็ไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะประสบความสำเร็จทุกราย เพราะปัญหาและอุปสรรคนั้นมีมาก

การเลี้ยงปลาบู่ในประเทศไทยมีมานานแล้ว แต่เป็นเพียงอาชีพเสริมจากการเลี้ยงปลาชนิดอื่น ๆ เช่น ปลานิล ปลาดุก เป็นต้น นิยมเลี้ยงกันในกระชัง เช่น จังหวัดนครปฐม นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี และปทุมธานี เป็นต้น ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดกันอย่างหนาแน่น (กรมประมง, 2545)

ธุรกิจฟาร์มปลาบู่จึงเป็นอาชีพหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะให้ผลตอบแทนสูงแต่มีจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่น้อยราย เมื่อเทียบกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภคที่สูงขึ้น (เสน่ห์, 2545) ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าควรจะมีการศึกษาถึงแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ เพื่อให้เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในปัจจุบัน พร้อมทั้งหาแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ผลผลิตและราคาเฉลี่ยของฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำจืดทั้งประเทศ จำแนกตามชนิดปลาน้ำจืดปี พ.ศ. 2545

ชนิดสัตว์น้ำจืด	ปริมาณ (ตัน)	ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)
ปลานิล	83,780.10	32.09
ปลาไน	5,045.98	32.85
ปลาตะเพียน	44,241.50	31.80
ปลาสลิด	24,178.80	45.48
ปลาจีน	201.64	28.66
ปลาดุก	86,474.59	28.27
ปลาช่อน	5,482.61	61.51
ปลาสวาย	14,838.59	18.93
ปลาหมอเทศ	27.40	28.61
ปลาบู่	6.52	128.23
ปลาแรด	1,554.55	68.23
ปลายี่สกเทศ	2,125.11	68.25
ปลาฉลาด	4.97	26.29
ปลาเทโพ	7.75	27.53
ปลาไหล	25.43	67.96
ปลากระดี่	164.60	59.96
ปลาหมอไทย	519.44	19.41
ปลาชะโด	94.57	46.25
ปลานวลจันทร์เทศ	985.38	29.35
ปลาอื่น ๆ	5,372.94	20.91

ที่มา: (กรมประมง, 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ราคาเฉลี่ยสัตว์น้ำจืด จำแนกตามปี พ.ศ. 2535 - พ.ศ. 2545

ปี พ.ศ.	ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)
2535	220.31
2536	204.34
2537	171.51
2538	117.53
2539	117.53
2540	150.61
2541	79.13
2542	49.39
2543	128.15
2544	124.84
2545	128.23

ที่มา: (กรมประมง, 2545)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการขยายกำลังการผลิต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปทางการผลิต และการตลาดของธุรกิจฟาร์มปลาบู่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ พร้อมทั้งยังสามารถหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ให้เพียงพอปริมาณความต้องการของผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ และเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มแก่เกษตรกรที่หันมาเลี้ยงปลาบู่มากขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ เพื่อเป็นแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางการผลิตและการตลาดปี พ.ศ. 2535 ถึง พ.ศ. 2545

2. กลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มปลาบู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครปฐม จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดกาญจนบุรี จะทำการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น คนกลาง ที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารวมถึงหน่วยงานเช่น องค์การสะพานปลา สถานีเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืด และกรมประมง ของจังหวัดที่ศึกษา

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ จะทำการศึกษา 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผู้ผลิต การผลิต การตลาด และสภาพแวดล้อม

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ วันที่ 10 พฤศจิกายนถึงวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2547

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มปลาบู่ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้ขายปัจจัยการผลิต พ่อค้าคนกลาง และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครปฐม จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดกาญจนบุรี

1.1 การเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามพื้นที่แบบหลายชั้น (ศิริวรรณ และคณะ, 2541) โดยมีขั้นตอนการคัดเลือกดังนี้

ขั้นที่ 1 เลือกตัวอย่างพื้นที่โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นคือ เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณของผู้ศึกษา (judgement sampling)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ศิริวรรณ และคณะ, 2541) ในจังหวัดทั้งหมด 5 จังหวัดข้างต้น เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่อยู่หนาแน่น (กรมประมง, 2545)

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตาจากกลุ่มประชากรผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ จำนวนจังหวัดละ 3 ฟาร์ม โดยแบ่งออกเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ ฟาร์มขนาดกลาง และฟาร์มขนาดเล็ก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 ฟาร์ม จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 3 ฟาร์ม จังหวัดนครปฐมจำนวน 3 ฟาร์ม จังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 3 ฟาร์ม และจังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 3 ฟาร์ม รวมจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 15 ฟาร์ม และจะทำการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของพ่อค้ารวบรวบท้องถิ่นจำนวน 15 ตัวอย่าง คนกลางจำนวน 15 ตัวอย่าง ที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารวมถึง องค์การสะพานปลา สถานีเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืด และกรมประมง ของจังหวัดที่ศึกษา รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 50 ตัวอย่าง

1.2. การสร้างแบบสอบถาม เป็นแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวกับสภาพการผลิต การตลาด โดยข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการรวบรวมจากเอกสารงานวิจัย บทความ และหนังสือที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลจากสถิติที่หน่วยงานราชการได้รวบรวมไว้ เช่น ศูนย์สารสนเทศ กรมประมง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการทำแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ คนกลาง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้ในการศึกษารวบรวมข้อมูล สถานีเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืด กรมประมง ของจังหวัดที่ทำการศึกษา ส่วนข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือเชิงวิชาการ บทความ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย อัตราส่วน เข้ามาช่วยประกอบการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ เพื่อประเมินว่ากิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจฟาร์มปลาบู่นั้นได้เปรียบทางการแข่งขันหรือไม่ เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจปลาน้ำจืดชนิดอื่น การวิเคราะห์โครงสร้างพิจารณาจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) โดยกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจอาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ 1. กิจกรรมหลักของธุรกิจ ได้แก่ กิจกรรมด้านการผลิต การตลาด การขนส่งขาเข้าและขาออก กิจกรรมด้านการขาย และการให้บริการหลังการขาย 2. กิจกรรมสนับสนุนของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจ ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยเสริมการดำเนินงานของกิจกรรมหลัก เช่น กิจกรรมด้านการจัดหาวัตถุดิบ การวิจัยและการพัฒนา การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของธุรกิจ อาทิเช่น โครงสร้างของธุรกิจ ระบบบัญชี การเงิน ระบบสารสนเทศ ระบบควบคุม วัฒนธรรมของธุรกิจ และสไตล์การบริหารจัดการของผู้นำ เป็นต้น และระดับการแข่งขันของสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจโดยรวม จะพิจารณาจากพลังผลักดันการแข่งขันทั้ง 5 (five forces model) จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 5 กลุ่ม คือ คู่แข่งขันในปัจจุบัน คู่แข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามา ลูกค้า ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (supplier) และสินค้าทดแทน ซึ่งจะมีผลต่อระดับการแข่งขันในธุรกิจและศักยภาพในการทำกำไรของธุรกิจนั้น ๆ

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (value chain) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน (competitive environment) จะทำให้เราทราบจุดอ่อน (weakness) จุดแข็ง (strength) โอกาส (opportunity) และอุปสรรค (threat) ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกฟาร์มที่มีผลกระทบธุรกิจฟาร์ม เพื่อให้การดำเนินงานของฟาร์มมีแนวโน้มในทางที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้เป็นการนำเสนอการตรวจเอกสาร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ ซึ่งประ กอบไปด้วยการวิเคราะห์พลังผลักดันการแข่งขัน 5 ประการ (five forces model) เพื่อให้ทราบโอกาสและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) เพื่อให้ทราบว่าองค์การต่าง ๆ มีจุดอ่อน จุดแข็งอะไร จะได้นำมาเป็นแนวทางในพัฒนาการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่

การตรวจเอกสาร

ภาณุ เทวรัตน์มณีกุล และคณะ (2525) ได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงทดลองปลาบู่ในกระชังในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 3 กระชัง พบว่า กระชังที่ 1 เลี้ยงปลาบู่ในกระชัง ไม้ไผ่ ขนาดกระชัง 12 ตารางเมตร จำนวนปลาที่ปล่อย 500 ตัว น้ำหนักเริ่มปล่อย 153 กิโลกรัม ใช้เวลาเลี้ยงประมาณ 8.3 เดือน จับปลาขายได้ทั้งหมด 326 กิโลกรัม ราคาขายกิโลกรัมละ 180 บาท มีรายรับทั้งสิ้น 58,560 บาท หักต้นทุนทั้งหมด 33,545.24 บาท ดังนั้น มีกำไรสุทธิ 25,134.96 บาท กระชังที่ 2 เลี้ยงปลาบู่ในกระชังไม้ไผ่ขนาด 10 ตารางเมตร จำนวนปลาที่ปล่อย 915 ตัว น้ำหนักเริ่มปล่อย 205 กิโลกรัม ใช้เวลาเลี้ยงประมาณ 5.3 เดือน จับปลาขายได้ทั้งหมด 397 กิโลกรัม ราคาขายกิโลกรัมละ 180 บาท มีรายรับทั้งสิ้น 71,460 บาท หักต้นทุนทั้งหมด 41,838.37 บาท ดังนั้น มีกำไรสุทธิ 5,624.36 บาท กระชังที่ 3 เลี้ยงปลาบู่ในกระชังไม้จริงขนาด 15 ตารางเมตร จำนวนปลาที่ปล่อย 1,500 ตัว น้ำหนักเริ่มปล่อย 276 กิโลกรัม ใช้เวลาเลี้ยงประมาณ 8.5 เดือน จับปลาขายได้ทั้งหมด 631 กิโลกรัม ราคาขายกิโลกรัมละ 180 บาท มีรายรับทั้งสิ้น 113,637.60 บาท หักต้นทุนทั้งหมด 63,796.10 บาท ดังนั้น มีกำไรสุทธิ 5,886.79 บาท

นันทนา พุฒิกร และวราภรณ์ ทองชัช (2526) ได้ศึกษาเศรษฐกิจการผลิตปลาบู่ในกระชังที่จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง 52 ราย จำนวนกระชังทั้งหมด 126 กระชัง เมื่อพิจารณาจากผู้ประกอบการการเลี้ยงทั้งหมด 52 ราย พบว่า ผู้เลี้ยงมีกระชังโดยเฉลี่ยคนละ 2.42 กระชัง มีเนื้อที่เลี้ยงปลา 30.58 ตารางเมตร เสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเลี้ยง 99,864.45 บาท เป็นค่าใช้จ่ายผันแปร 94,848.23 บาท ค่าใช้จ่ายคงที่ 5,016.22 บาท คิดค่าใช้จ่ายต่อปลาบู่ 1 กิโลกรัม เป็นเงิน 133.15 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลผลิตเฉลี่ยฟาร์มละ 750 กิโลกรัม มูลค่า 130,200 บาท มีรายได้สุทธิเฉลี่ยฟาร์มละ 30,135.55 บาท ผลตอบแทนของการลงทุนในอัตราร้อยละ 30.18 และเมื่อพิจารณาต้นทุนและผลตอบแทนแยกตามจำนวนกระชังแล้ว พบว่า การเลี้ยง 1 กระชัง จะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด คือ ในอัตราร้อยละ 38.80 ส่วนการเลี้ยง 6 กระชัง จะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนต่ำที่สุดในอัตราร้อยละ 22.62

รางคณา พนมเสริฐ (2529) ได้ศึกษาเศรษฐกิจการผลิตปลาบู่ในกระชังที่อำเภอบางประหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง 44 ราย ปรากฏว่า ต้นทุนทั้งหมดต่อตารางเมตรของทุกระดับขนาดฟาร์ม ฟาร์มขนาดเล็ก และฟาร์มขนาดใหญ่ 3,994.14 4,156.14 และ 3,943.48 ตามลำดับ และต้นทุนทั้งหมดต่อน้ำหนักปลาบู่ 1 กิโลกรัม เท่ากับ 168.72 190.27 และ 162.65 ตามลำดับ จากต้นทุนทั้งหมด แบ่งออกเป็น ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ประมาณร้อยละ 91.58 และ 8.42 ตามลำดับ รายได้ทั้งหมดต่อตารางเมตรของทุกระดับขนาดฟาร์ม ฟาร์มขนาดเล็ก และฟาร์มขนาดใหญ่ เท่ากับ 4,262.65 3,82.29 และ 4,405.88 บาทตามลำดับ รายได้ทั้งหมดต่อตารางเมตรของทุกระดับขนาดฟาร์ม ฟาร์มขนาดเล็ก และฟาร์มขนาดใหญ่ เท่ากับ 180.57 176.37 และ 181.13 บาทตามลำดับ ส่วนวิถีการตลาดของปลาบู่ พบว่า ผู้เลี้ยงปลาบู่จำหน่ายปลาบู่ให้กับพ่อค้าผู้รวบรวมและภัตตาคารร้อยละ 99.66 และ 0.34 ตามลำดับ ปัญหาในการผลิตปลาบู่ที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องโรคระบาด ปัญหาที่รองลงมา ได้แก่ เรื่องพันธุ์ปลาที่มีราคาแพง และเป็นพันธุ์ปลาที่ไม่แข็งแรง ส่วนปัญหาทางด้านการตลาด พบว่า ยังมีลูกค้าประจำเพียงไม่กี่ประเภทเท่านั้น

ธีรพันธ์ ภูคาสวรรค์ (2544) ได้ทำการศึกษาการเลี้ยงปลาน้ำจืดแบบพัฒนารวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการเลี้ยงปลา พบว่า ปัญหา และอุปสรรคของฟาร์มที่ควรนำมาพิจารณาในการดำเนินงานฟาร์ม เกิดจาก 3 ปัจจัยที่สำคัญ หนึ่ง คือ ตัวเกษตรกร ซึ่งเป็นปัญหาพื้นฐานของเกษตรกรที่พบทั่วไป ได้แก่ การขาดเงินทุน เกษตรกรขาดความรู้ ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง และการขาดความเชื่อมั่น สอง คือ การตลาด ได้แก่ สินค้าด้านประมงเกิดความเน่าเสียง่าย การเคลื่อนไหวของราคาสินค้า และเกษตรกรขาดการรวมกลุ่ม สาม คือ สภาพแวดล้อม ได้แก่ เกษตรกรไม่สามารถเลือกทำเลที่เหมาะสมได้ ปัญหาเรื่องโรคพยาธิ ปัญหาการลักขโมย และรัฐบาล

อิติพร ยิ้มประเสริฐ (2545) ได้ศึกษาลู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดของ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง 3 อุตสาหกรรมยาง โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จากผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมเกี่ยวกับสภาพการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางจากเอกสารงานวิจัย ตลอดจนข้อมูลทางสถิติที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานราชการได้รวบรวมไว้ การวิเคราะห์ข้อมูลเน้นการวิจัยเชิงนโยบายจะใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (qualitative method) เพื่อหาข้อเท็จจริงที่เป็นอยู่ (fact finding) โดยศึกษาจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (description data) จากการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางภายในประเทศจะสามารถเพิ่มการใช้ยางแปรรูปขั้นต้นภายในประเทศจากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 15 ได้ภายในระยะเวลา 5-10 ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการฟื้นตัวของวิกฤติเศรษฐกิจและการส่งเสริมของรัฐบาล โดยให้ข้อเสนอแนะว่ารัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการยาง การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาด

จากการตรวจเอกสารในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่มีผู้ศึกษาในเรื่องแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ มีเพียงงานศึกษาเกี่ยวกับต้นทุน และผลตอบแทนจากการเลี้ยงทดลองปลาบู่ในกระชังในจังหวัดนครสวรรค์ (ภาณุ และคณะ, 2525) การศึกษาการเลี้ยงปลาน้ำจืดแบบพัฒนา การศึกษาเศรษฐกิจการผลิตปลาบู่ในกระชัง (นันทนา และวราภรณ์, 2526) ผู้ศึกษาจึงทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าว โดยนำแนวคิดเรื่องการเลี้ยงปลาน้ำจืดแบบพัฒนารวมถึงปัญหา และอุปสรรคในการเลี้ยงปลา (ธีรพันธ์, 2544) ได้นำปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลี้ยงปลา ได้แก่ เกษตรกร การตลาด และสภาพแวดล้อม มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เรื่องเศรษฐกิจการผลิตปลาบู่ในกระชัง (นันทนา, 2529) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน และผลตอบแทนจากการผลิตปลาบู่มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยที่ผลต่อการเลี้ยงปลาบู่ ส่วนเรื่องลู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดของ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (อิติพร, 2545) โดยนำแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เน้นการวิจัยเชิงนโยบายโดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อหาข้อเท็จจริงที่เป็นอยู่ โดยศึกษาจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งแนวคิดดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิดทางทฤษฎี

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) ผู้บริหารจะต้องแบ่งกิจกรรมของธุรกิจออกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าเพื่อประเมินจุดแข็ง และจุดอ่อนซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเหล่านี้ ผู้บริหารต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในความสามารถของธุรกิจ เราจะสำรวจการรวบรวมกิจกรรมที่จำเป็นเพื่อการออกแบบการผลิต การหาตลาด การส่งมอบ และการให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ แต่ละกิจกรรมจะสามารถสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ สนับสนุนผลิตภัณฑ์แต่ละกิจกรรม จะสามารถสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการแต่ละกิจกรรมเป็นแหล่งของการสร้างข้อให้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ (ศิริวรรณ และคณะ, 2543)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่าสามารถแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ (1) กิจกรรมพื้นฐาน (2) กิจกรรมสนับสนุน

1. กิจกรรมพื้นฐาน (primary activities) เป็นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้กับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ยอดขาย การส่งมอบไปยังผู้ซื้อ และบริการภายหลังการขาย กิจกรรมเบื้องต้นประกอบด้วย

1.1 การนำวัตถุดิบ และปัจจัยการผลิตเข้าสู่กิจการ (inbound logistics) เป็นกิจกรรมในการรับ การเก็บรักษา และการจัดการปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย หน้าที่ในการจัดการเกี่ยวกับวัสดุ การคลังสินค้า ระบบการควบคุมสินค้าคงเหลือ กำหนดตารางการเคลื่อนย้ายและการรับคืนจากผู้ขาย การปรับปรุงกิจกรรมเหล่านี้เป็นผลต่อการลดต้นทุน และการเพิ่มขึ้นในผลผลิต ประกอบด้วย (1) การนำวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเข้าสู่กิจการ (inbound logistics) (2) การปฏิบัติการ (operations) (3) การจัดส่งสินค้าสำเร็จรูป (outbound logistics) (4) การตลาดและการขาย (marketing and sales) (5) การให้การบริการลูกค้า (customer services) แต่ละกิจกรรมเหล่านี้สามารถจัดแบ่งเพื่อการวิเคราะห์ภายใน ออกเป็นกิจกรรมเบื้องต้น 5 ประการ สรุปถึงปัจจัยสำคัญบางประการซึ่งผู้บริหารควรจะพิจารณาเมื่อวิเคราะห์กิจกรรมเบื้องต้น

1.2 การปฏิบัติการ (operations) หรือการผลิต (production) จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ต้องการเปลี่ยนปัจจัยการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย (final product) ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เครื่องจักรกล การบรรจุภัณฑ์ สายการผลิต การรักษาอุปกรณ์ การทดสอบ การปรับปรุงกิจกรรม เหล่านี้จะนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งมีการตอบสนองที่รวดเร็วต่อสภาพการณ์ใช้ของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 การจัดส่งสินค้าสำเร็จรูป (outbound logistics) เป็นการจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปออกสู่ตลาดซึ่งเป็นลูกค้าของธุรกิจ งานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การคลังสินค้า การจัดการวัสดุ การกำหนดตารางการขนส่ง และกระบวนการปฏิบัติการตามคำสั่งซื้อ การปรับปรุงกิจกรรมเหล่านี้มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพและระดับการให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีขึ้น

1.4 การตลาดและการขาย (marketing and sales) กิจกรรมการตลาด และการขายของธุรกิจจะเกี่ยวข้องกับปัญหา 4 ประการ คือ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (product mix) ราคา (price) การส่งเสริมการตลาด (promotion) และช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) โดยมุ่งที่ส่วนของตลาด ซึ่งธุรกิจกำหนดเป็นเป้าหมาย ตลอดจนความสลับซับซ้อนของกระบวนการผลิต ธุรกิจจะต้องตัดสินใจผลิตหรือจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างแคบ หรืออย่างกว้าง ราคาซึ่งสามารถที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีคุณค่า และเป็นที่ยอมรับในสายตาของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีการส่งเสริมอย่างระมัดระวังตลอดจะการบรรจุภัณฑ์ที่มีการวางแผน การโฆษณา และการใช้สื่อ ข้อสุดท้ายมีปัญหาที่สำคัญหลายประการ ในการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ควรจะจำหน่ายไปยังลูกค้าที่เป็นเป้าหมายอย่างไร ซึ่งประกอบด้วยการประเมินความสำคัญที่เกี่ยวข้องกันของผู้จัดจำหน่ายเปรียบเทียบกับการขายโดยตรงโดยใช้หน่วยงานขาย และการพิจารณาทำเลที่ตั้งของช่องทางการค้าปลีก

1.5 บริการ (services) ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมการสร้างคุณค่าที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ การให้บริการลูกค้าประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การติดตั้งการซ่อมแซม การฝึกอบรมลูกค้า การนำเสนออะไหล่และชิ้นส่วน การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ การให้คำแนะนำที่รวดเร็วสมารถตอบสนองจากคำติขมของลูกค้าในขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ ต้องการการฝึกอบรมลูกค้าให้ใช้สินค้าเป็น ดังนั้น จึงเกิดความจำเป็นในบริการ ให้คำบริการลูกค้าที่เหนือกว่า ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งของบริษัท

2. กิจกรรมสนับสนุน (supporting activities) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมหลักประกอบด้วย การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) การพัฒนาเทคโนโลยี (technology development) การจัดหาวัตถุดิบ (procurement) และโครงสร้างพื้นฐานกิจการ (firm infrastructure) ประกอบด้วย การจัดการทั่วไป การเงิน การบัญชี ระบบข้อมูล กฎหมาย และความสัมพันธ์กับรัฐบาล นอกจากนี้ การจัดหากิจกรรมเพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันกับกิจกรรมพื้นฐาน ตัวอย่างธุรกิจจะต้องมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลโดยการสรรหา การคัดเลือก การให้รางวัล และการพัฒนาพนักงาน ตลอดจนมีการวิจัยพัฒนาเพื่อค้นหาถึงกิจกรรมเทคโนโลยีที่จำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) ประกอบด้วย กิจกรรมการสรรหา คัดเลือกฝึกอบรม พัฒนา และกำหนดค่าตอบแทนทุกระดับของพนักงาน อิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีในทุกกิจกรรมของเครือข่ายการสร้างคุณค่า ต้นทุนทั้งหมดของการบริหารทรัพยากรไม่สามารถกำหนดเชิงปริมาณได้ง่าย ๆ เนื่องจากมีปัญหาสลับซับซ้อน ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน และการกำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหาร ต้นทุนหลายประการจะเกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี (technology development) เทคโนโลยีเป็นกิจกรรมการสร้างคุณค่าในองค์การซึ่งมีผลกระทบต่อกิจกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการเพื่อให้เกิดคุณค่า และจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า การพัฒนาเทคโนโลยีทำนอกเหนือการวิจัยและการพัฒนาแบบดั้งเดิมหรือกล่าวอย่างหนึ่งก็ คือ การพัฒนาเทคโนโลยีนั้นทำนอกเหนือจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของสหรัฐอเมริกา

2.3 การจัดหาวัตถุดิบ (procurement) หมายถึง หน้าที่ในการซื้อปัจจัยการผลิตซึ่งใช้ในเครือข่ายการสร้างคุณค่าให้ธุรกิจ ประกอบด้วย วัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ซึ่งใช้ในกระบวนการผลิต ตลอดจนอุปกรณ์ เครื่องจักร อาคาร ฯลฯ

การซื้อปัจจัยการนำเข้า เช่น กิจกรรมสนับสนุนที่สำคัญเช่นเดียวกันกับกิจกรรมพื้นฐาน ตัวอย่าง การตัดสินใจเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณาเพื่อส่งเสริมธุรกิจจะเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขทางการเงิน และผลกระทบที่สำคัญต่อยอดขาย และความสามารถด้านกำไร ต้นทุนของการซื้อปัจจัยนำเข้าประมาณ ร้อยละ 60 ของรายได้ในการขายของบริษัทขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้บริหารต้องระลึกว่าการประหยัดจากต้นทุนเหล่านี้สามารถทำให้เกิดผลกระทบต่อความสามารถในการสร้างกำไรได้ การปรับปรุงทักษะด้านการจัดซื้อ เช่า การติดตามผลจะนำไปสู่ปัจจัยนำเข้าที่มีคุณภาพด้วยต้นทุนที่ลดลง นอกจากนั้นกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน การรับและการใช้ปัจจัยนำเข้าจะต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น

2.4 โครงสร้างพื้นฐานของกิจการ (firm infrastructure) ประกอบด้วย กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเงิน การบัญชี กฎหมาย รัฐบาล ระบบข้อมูล และการจัดการทั่วไป กิจกรรมเหล่านี้โดยทั่วไปใช้การสนับสนุนเครือข่ายในการสร้างคุณค่า และเป็นจุดเริ่มต้นมีในทุกระดับภายในองค์การ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม โครงสร้างพื้นฐานของกิจการ จะถึงว่าเป็นค้าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด แต่อย่างไรก็ตาม กิจกรรมเหล่านั้นสามารถเป็นแหล่างทางการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

โมเดลแรงกดดัน 5 ประการ จากการแข่งขันในอุตสาหกรรม (five forces model of industry competition) Michael E. Porter ได้พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่มีประโยชน์ในการสำรวจสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยอธิบายถึงสภาพแวดล้อมในการแข่งขันในรูปของแรงกดดันพื้นฐานทางการแข่งขัน 5 ประการ คือ (ศิริวรรณ และคณะ, 2543)

1. อุปสรรคจากคู่แข่งขันที่เข้ามาใหม่ในตลาด (the threat of new entrants to the market)

2. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยในการผลิต (the bargaining power of the firm's suppliers)

3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (the bargaining power of the firm's buyers)

4. อุปสรรคของผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (the threat of substitute products)

5. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีความรุนแรงมากขึ้น (the intensity of rivalry among competing firms)

อิทธิพลเหล่านี้จะพิจารณาถึงลักษณะและขอบเขตในการแข่งขัน เช่น ศักยภาพ การสร้างกำไรของอุตสาหกรรม

1. อุปสรรคจากคู่แข่งขันที่เข้ามาใหม่ในตลาด (the threat of new entrants to the market) คู่แข่งขันใหม่ในอุตสาหกรรม จะเป็นอุปสรรคทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจเดิม การเพิ่มขึ้นของสมรรถภาพ และศักยภาพที่จะแย่งส่วนครองตลาดของคู่แข่งขันเดิม คู่แข่งขันใหม่จะทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรมากขึ้น เช่น งบประมาณการโฆษณา และการวิจัยซึ่งในอดีตอาจจะไม่จำเป็นที่ต้องใช้ เพื่อลดอุปสรรคในการแข่งขันผู้บริหารจำเป็นจะต้องแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรค แก้ปัญหาการเข้ามาของอุตสาหกรรมใหม่ อุปสรรคที่สำคัญมีดังนี้

1.1 การประหยัดจากขนาดการผลิต (economies of scale) การลดลงของภาระต้นทุนในการผลิตจำนวนมาก

1.2 ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation) เป็นลักษณะแตกต่างด้านกายภาพและการรับรู้ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ในสายตาของผู้บริโภค

1.3 ความต้องการเงินทุน (capital requirements) จำนวนของการลงทุนที่ต้องใช้ในการเข้าสู่อุตสาหกรรม ประกอบด้วย โรงงานและเครื่องมือต่าง ๆ ตลอดจนเงินหมุนเวียน

1.4 การเปลี่ยนแปลงต้นทุน (switching costs) ต้นทุนซึ่งเกิดโดยผู้ใช้จะเปลี่ยนแปลงจากผู้ขายปัจจัยการผลิตหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง สิ่งนี้จะประกอบด้วยต้นทุนด้านจิตวิทยา และต้นทุนด้านจำนวนเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 การประเมินช่องทางการจัดจำหน่าย (access to distribution channels) ต้นทุนจะเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีที่จะกระจายผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.6 ข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนจากขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน (cost disadvantages independent of scale) ปัจจัยที่สร้างข้อได้เปรียบสำหรับคู่แข่งขันเดิม แม้ว่าอุตสาหกรรมใหม่จะประหยัดจากขนาดการผลิตก็ตาม

ปัจจัยจะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม การประเมิน การใช้วัตถุดิบที่พึงพอใจ ทำเลที่ตั้งที่ดีและการช่วยเหลือของรัฐบาล

ปัจจัยซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาของธุรกิจใหม่ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะอย่างของอุตสาหกรรม ตัวอย่างอุตสาหกรรมรถยนต์ช่างมีความแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation) และการประหยัดจากขนาดการผลิต (economies of scale) เป็นอุปสรรคที่สำคัญที่เข้าสู่ธุรกิจใหม่ อุตสาหกรรมการผลิตที่เข้าสู่ธุรกิจนี้ จะเป็นอุปสรรคจากความต้องการด้านลงทุนเงินจำนวนมาก (capital requirements) โดยทั่วไปผู้ผลิตสหรัฐอเมริกาจะมีความล้มเหลวจากการประเมินช่องทางการจัดจำหน่าย (access to distribution channels) ตัวอย่าง อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีอุปสรรคของคู่แข่งขันที่เข้ามาใหม่ ด้วยเหตุผลหลายประการ คือ การผลิตที่สำคัญต้องใช้เวลาประมาณ 18 เดือน ในการผลิตและต้องการใช้เงิน 16 ล้านดอลลาร์ ในการลงทุนก่อนที่จะได้ภาพยนตร์มาฉาย

2. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (the bargaining power of the firm's suppliers) วิธีซึ่งผู้ขายปัจจัยการผลิตจะมีผลกระทบต่อศักยภาพด้านกำไรของอุตสาหกรรม ทำให้ราคาปัจจัยการผลิต และราคาสินค้าสูงขึ้น หรือลดคุณภาพสินค้า และลดบริการ ลักษณะกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิตซึ่งมีอำนาจดังนี้

2.1 ความเด่นของผู้ขายปัจจัยการผลิตจำนวนน้อย (dominance by a few suppliers)

2.2 การมุ่งที่อุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่มมากกว่าการมุ่งที่อุตสาหกรรมผู้ซื้อ (greater concentration than the buyer industry)

2.3 ความไม่สามารถในการหาสินค้าทดแทนได้ (non availability of substitute products)

2.4 การขาดความสำคัญของผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิต (relative lack of importance of the buyer to the supplier group)

2.5 ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายปัจจัยการผลิตต่อผู้ซื้อ (importance of the supplier's product or service to the buyer)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ความแตกต่างกันมากในผู้ขายปัจจัยการผลิต (high differentiation by the supplier)

2.7 การเปลี่ยนแปลงต้นทุนสำหรับผู้ซื้อที่สูงขึ้น (high switching costs for the buyer)

2.8 อุปสรรคด้านสินเชื่อของการประสมประสานไปข้างหน้าโดยผู้ขายปัจจัยการผลิต (credible threat of forward integration by suppliers) การประสมประสานไปข้างหน้า (forward integration) จะเกี่ยวข้องกับการขยายตัว และการเคลื่อนย้ายของปัจจัยการผลิตในสภาพของกระบวนการผลิตเป็นการจัดจำหน่าย

3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (the bargaining power of buyers) ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมจะสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา หรือต้องการคุณภาพที่ดีขึ้นสำหรับราคาเดิมปัจจัยต่อไปนี้จะนำไปสู่อำนาจการซื้อที่ดีขึ้น ดังนี้

3.1 การมุ่งความสำคัญที่มากกว่ากลุ่มขายปัจจัยการผลิต (greater concentration than the supplier group)

3.2 การซื้อในปริมาณที่มาก (large volume purchases)

3.3 ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีมาตรฐานเดียวกัน หรือไม่แตกต่างกัน (undifferentiated or standard products or service of the suppliers)

3.4 อุปสรรคที่เชื่อถือได้จากการประสมประสานย้อนหลังโดยผู้ซื้อ (credible threat of forward integration by buyers) การประสมประสานแบบย้อนหลังจะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผู้ซื้อเป็นผู้ซื้อขั้นต้นของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย

3.5 มีข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนของผู้ขายปัจจัยการผลิต (accurate information about the structure of the supplier)

ดังนั้น ความอ่อนไหวของราคาที่มากขึ้นของผู้ซื้อทำให้มีศักยภาพกำไรที่ลดลงของอุตสาหกรรมปัจจัยของการผลิตอุตสาหกรรมผู้ซื้อจะมีความอ่อนไหวต่อราคามากขึ้นถ้ามีการประยุกต์ใช้ดังประเด็นต่อไปนี้ (1) ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในต้นทุนรวมของผู้ซื้อ (the product represent a significant fraction of the buyer's total cost) (2) มีกำไรต่ำ (it earns low profits) (3) ผลิตภัณฑ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิตไม่มีความสำคัญต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของผู้ซื้อ (the supplier's product is unimportant to the quality of the buyer's final product) (4) ผลิตภัณฑ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิตนำไปสู่การเก็บออมสำหรับผู้ซื้อเพิ่มขึ้น (the supplier's product may lead to only marginal savings for the buyer)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (the threat of substitute products) ความสามารถในการหาผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกัน จะทำให้เกิดข้อจำกัดด้านราคาของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเมื่อราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่สูงขึ้นเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ลูกค้าจะเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าทดแทนกันได้นั้น ธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ทดแทนกันได้ต้องพยายามสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันทางเลือกก็ คือ ธุรกิจที่ต้องการเพิ่มต้นทุนของผู้ซื้อของการเปลี่ยนระหว่างผลิตภัณฑ์ของบริษัทของคู่แข่งขันซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ เราจะต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ประกอบด้วยลักษณะการพัฒนาการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในรูปของการบริหารและการลดราคาลง

5. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (the intensity of rivalry among competitors) อุตสาหกรรมจำนวนมากในระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมมีระดับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น การแข่งขันนี้โดยทั่วไปสามารถเพิ่มการแข่งขันด้านราคา ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารจะต้องระลึกว่าธุรกิจในรูปแบบของการแข่งขันเหล่านี้จะไม่สามารถแยกจากกันได้ การแข่งขันที่รุนแรงเหล่านี้ทำให้เกิดผลกระทบในปัจจัยเหล่านี้

5.1 การแข่งขันที่เท่าเทียมกันและรุนแรง (numerous or equally balanced competitors)

5.2 การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมลดลง (slow industry growth)

5.3 ต้นทุนคงที่ หรือต้นทุนในการเก็บรักษาสูง (high fixed or storage cost)

5.4 การขาดการสร้างความแตกต่างหรือการเปลี่ยนของต้นทุน (lack of differentiation or switching costs)

5.5 สมรรถภาพในการผลิตเพิ่มขึ้นเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น (manufacturing capacity increases possible only large increments) ความต้องการขนาดการผลิตที่มีประสิทธิภาพในหลายอุตสาหกรรมซึ่งจะเพิ่มสมรรถภาพในการผลิตให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้สำหรับธุรกิจใหญ่ สิ่งนี้จะนำไปสู่การเสนอขายและการลดราคาส่วนเกินในระยะสั้น

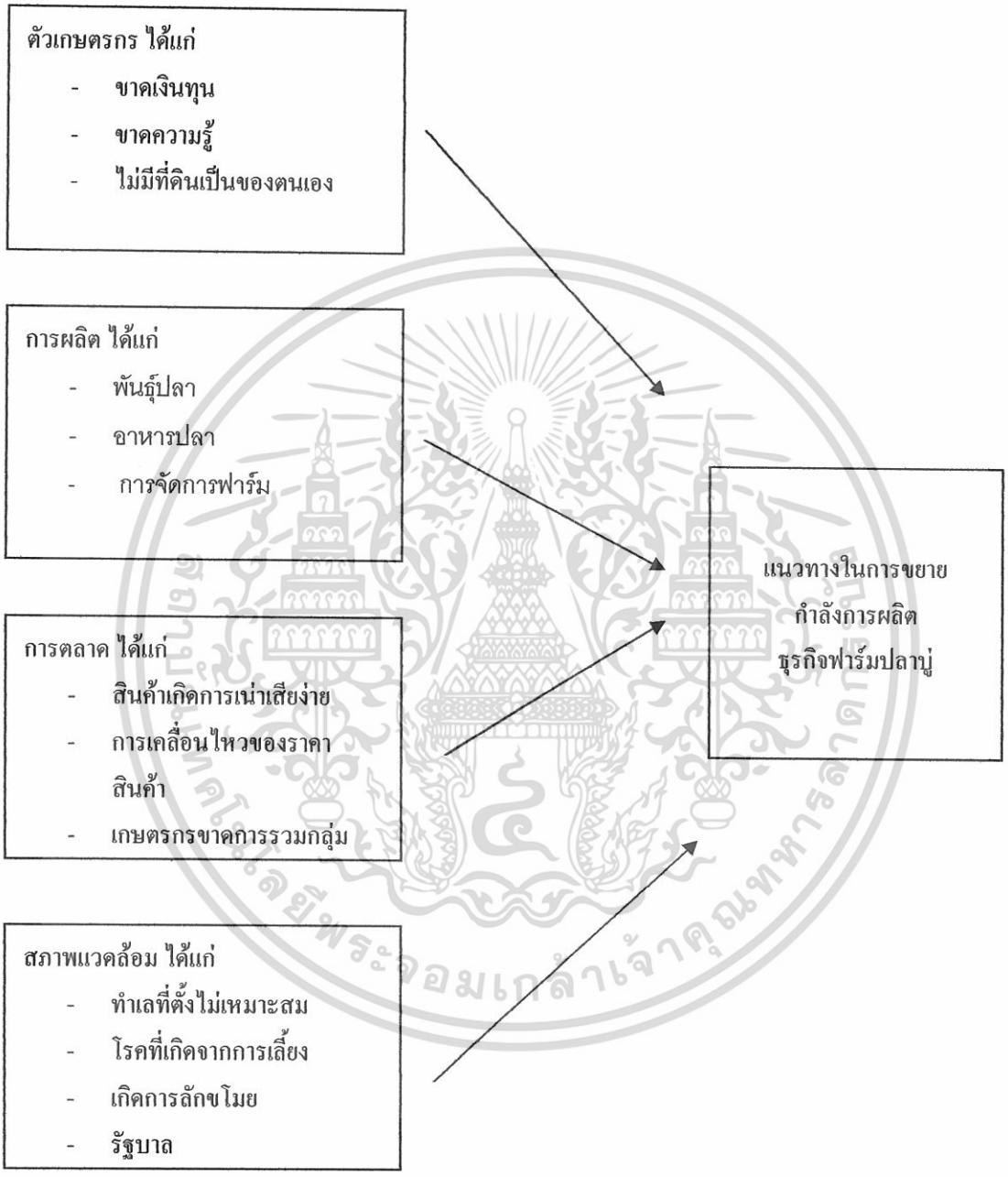
5.6 คู่แข่งขันซึ่งมีกลยุทธ์ที่หลากหลายมีจุดเริ่มต้นและบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน (competitors with diverse strategies, origins, and personalities)

5.7 ผลประโยชน์เชิงกลยุทธ์ในระดับสูง (high strategic stakes) ความสำเร็จในตลาดระดับสูงเกิดจากการยอมรับผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

5.8 อุปสรรคด้านเศรษฐกิจ กลยุทธ์ หรือเหตุผลด้านอารมณ์จากการเข้าสู่ธุรกิจระดับสูง (high exit barriers for economic, strategic, or emotional reasons)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
98107

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

สมมติฐาน

ปัจจัยที่สำคัญทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเกษตรกร การตลาด การผลิต และสภาพแวดล้อม ไม่มีผลต่อการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ภายในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สถานการณ์การผลิตและการตลาดปลาบู่

เนื้อหาในบทนี้จะเกี่ยวกับสถานการณ์การผลิต และการตลาดปลาบู่ รวมถึงปัญหา และอุปสรรคในการผลิต การตลาดปลาบู่

สถานการณ์การผลิต

สำหรับปริมาณการผลิตปลาบู่ภายในประเทศไทย มีแนวโน้มลดลง ในปี พ.ศ. 2535 มีผลผลิต 39.07 ตัน ลดลงเป็น 6.52 ตัน ในปี พ.ศ. 2545 (ตารางที่ 3) เนื่องจากปริมาณการผลิตปลาบู่ส่วนใหญ่มาจากการจับจากธรรมชาติ ร้อยละ 70 มาจากการเพาะเลี้ยง ร้อยละ 30 การเลี้ยงปลาบู่นิยมเลี้ยงกันในกระชัง และบ่อดิน พันธุ์ปลาที่เลี้ยงจับมาจากธรรมชาติ ทำให้ปริมาณลูกพันธุ์ปลามีแนวโน้มลดลง เนื่องจากแหล่งน้ำในธรรมชาติเสื่อมโทรมลง จึงได้มีการศึกษาเรื่องการเพาะขยายพันธุ์ปลาบู่ขึ้น แต่ยังทำได้ไม่มากนัก เพราะยังขาดความรู้ และเทคโนโลยีในการเพาะขยายพันธุ์ และการอนุบาลอยู่อีกมาก

ปัจจุบันปลาบู่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณาจากปริมาณการส่งออกของประเทศสิงคโปร์ที่เพิ่มขึ้นทุกปี (ตารางที่ 4) ในปี พ.ศ. 2545 มีปริมาณการส่งออก 1,510 กิโลกรัม และในปี พ.ศ. 2546 มีปริมาณการส่งออก 1,586 กิโลกรัม อัตราการขยายตัวต่อปีของการส่งออกปลาบู่คิดเป็นร้อยละ 5.03 ซึ่งการขยายตัวของปริมาณการเลี้ยงเริ่มชะลอตัวลง โดยในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวนผู้เลี้ยงปลาบู่ 80 ฟาร์ม มีผลผลิต 60 ฟาร์ม และในปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนผู้เลี้ยงปลาบู่เท่าเดิม 80 ฟาร์ม มีผลผลิต 56 ฟาร์มเท่านั้น การชะลอตัวลงของปริมาณการเลี้ยงส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิตที่น้อยลงด้วย (ตารางที่ 3)

การเลี้ยงปลาบู่

ปลาบู่เป็นปลาที่สามารถพบได้ทั่วไปในน้ำจืด และน้ำกร่อยเล็กน้อยในหลายประเทศ โดยเฉพาะในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และหมู่เกาะมลายู สำหรับประเทศไทยพบปลาบู่ขยายพันธุ์ทั่วไป ตามแม่น้ำลำคลอง หนองบึง และอ่างเก็บน้ำต่าง ๆ เช่น อ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น อ่างเก็บน้ำลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา อ่างเก็บน้ำเขื่อนสิริกิติ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 จำนวนฟาร์มและผลผลิตของฟาร์มปลาบู่ ปี พ.ศ. 2535-พ.ศ. 2545

ปี พ.ศ.	จำนวนฟาร์มทั้งหมด	จำนวนฟาร์มที่ให้ผลผลิต	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (บาท)
2535	192	99	39.07	8,606.20
2536	179	76	21.95	4,487.17
2537	156	72	96.82	16,606.05
2538	148	46	67.18	3,032.84
2539	148	104	141.86	8,384.30
2540	153	70	52.54	7,913.70
2541	124	75	45.48	3,598.97
2542	91	34	1.09	43.77
2543	86	65	4.58	587.48
2544	80	60	5.97	745.30
2545	80	56	6.52	836.04

ที่มา: (กรมประมง, 2545)

อ่างเก็บน้ำบางพระ จังหวัดชลบุรี อ่างเก็บน้ำเขื่อนบางลาง จังหวัดยะลา เป็นต้น ปลาบู่เป็นปลาชนิดที่กินเนื้อและกินปลาด้วยกันเป็นอาหาร ชอบอยู่นิ่ง ๆ ตามดินอ่อน พื้นทราย และหลบซ่อนตามก้อนหิน ตอไม้ เสาไม้ รากหญ้าหนา ๆ ในแหล่งน้ำธรรมชาติ ปลาบู่กินทั้งพืช และสัตว์ โดยชอบกินพวกตัวอ่อนของแมลงในน้ำ และหนอนแดง แต่ธรรมชาตินิสัยของปลาบู่ไม่ดุร้าย เมื่อเทียบกับปลาช่อนและปลาชะโด เนื่องจากปลาบู่มักพักอยู่กับที่เฉย ๆ เพื่อรอให้เหยื่อผ่านมาแล้วเข้าโจมตีทันทีด้วยความรวดเร็ว เช่น ลูกกุ้ง ปลาขนาดเล็ก ผ่านมาตรงหน้าจึงจะงับกินเป็นอาหาร แต่ปลาบู่จะเปลี่ยนนิสัยไป เมื่อมีกระแสน้ำมากระตุ้น จะทำให้เคลื่อนไหวว่องไวขึ้น และไล่งับอาหารรวดเร็วขึ้น การเรียนรู้ อุปนิสัยของประหลาดังกล่าว จะช่วยให้การเลี้ยงปลาบู่ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร 20256
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

ตารางที่ 4 ปริมาณการส่งออกปลาบู่ไปยังประเทศสิงคโปร์

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)
2542	3,190	563,600
2543	3,072	1,139,156
2544	280	87,439
2545	1,510	302,000
2546	1,586	364,131

ที่มา: (กรมประมง, 2546)

การเพาะขยายพันธุ์ปลาบู่

การเพาะขยายพันธุ์ปลาบู่มี 2 วิธี คือ การฉีดฮอร์โมน และการเลียนแบบธรรมชาติ สำหรับการขยายพันธุ์แบบการเลียนแบบธรรมชาติ สามารถผลิตพันธุ์ปลาบู่ได้จำนวนมาก และอัตราการรอดสูง

วิธีการฉีดฮอร์โมน โดยนำปลาบู่เพศผู้ที่มีน้ำหนัก 168 และ 170 กรัม เพศเมีย 196 กรัม และ 202 กรัม มาทำการฉีดฮอร์โมนเพียงครั้งเดียวด้วยต่อมใต้สมองของปลาไนขนาด 1,500 กรัม ร่วมกับคลอริโอนิค โกนาโดโทรปิน (Chorionic Gonadotropin: C.G.) จำนวน 250 หน่วยมาตรฐาน (Iinternational Unit: I.U.) ฉีดเข้าตัวปลาโดยเฉลี่ยตัวละ 62.5 หน่วยมาตรฐาน หลังจากฉีดฮอร์โมนแล้วนำพ่อแม่พันธุ์ไปปล่อยลงในบ่อซีเมนต์ขนาด 2x3 ตารางเมตร น้ำลึก 75 เซนติเมตร และใช้ทางมะพร้าวเป็นวัสดุให้แม่ปลาบู่วางไข่ ปรากฏว่าแม่ปลาที่มีน้ำหนัก 202 กรัม วางไข่ประมาณ 10,000 ฟอง มีอัตราการฟัก ร้อยละ 90

วิธีการเลียนแบบธรรมชาติ หลังจากปล่อยพ่อแม่พันธุ์ปลาบู่ได้ 3 วันแล้ว ปักกระเบื้องแผ่นเรียบขนาด 40x60 เซนติเมตร หรือวัสดุอื่นที่ง่ายต่อการโยกย้ายลำเลียง เช่น หลักไม้ ตอไม้ ฯลฯ เพื่อให้ปลาบู่วางไข่ นำแผ่นกระเบื้องเหล่านี้ไปปักไว้เป็นจุด ๆ รอบบ่อแต่ละจุดปักเป็นกระโจมสามเหลี่ยม และหันด้านที่ขรุขระไว้ข้างใน โดยปักด้านกว้างลงในดินก้นบ่อ พร้อมทั้งทำเครื่องหมายปักหลักไม้ไว้แสดงบริเวณที่ปักกระเบื้องเพื่อสะดวกในการตรวจสอบ และเก็บรังไข่เมื่อปลาบู่มีความคุ้นเคยกับกระเบื้องแผ่นเรียบดีแล้ว ในตอนเย็นจนถึงตอนเช้ามืดปลาบู่ส่วนใหญ่เริ่มทำการวางไข่ผสมพันธุ์ที่กระเบื้องแผ่นเรียบ ส่วนใหญ่ปลาบู่วางไข่ติดด้านในของกระโจม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระเบื้อง รังไข่ปลาบู่ส่วนใหญ่เป็นรูปวงรี แต่จะมีบางครั้งเป็นรูปวงกลมลักษณะไข่ปลาบู่เป็นรูปหยดน้ำ สีใส ด้านแหลมของไข่มีกาวธรรมชาติติดอยู่ไว้ใช้ในการยึดไข่ให้ติดกับวัสดุ ช่วงเช้า หรือเย็นของทุกวันให้ทำการตรวจสอบแผ่นกระเบื้อง และนำกระเบื้องที่มีรังไข่ปลาบู่ติดไปฟัก การลำลียงรังไข่ปลาบู่ควรให้แผ่นกระเบื้องที่มีไข่ปลาแช่น้ำอยู่ตลอดเวลา ข้อควรระวังในการเก็บรังไข่ขึ้นมาฟัก คือ เมื่อพบกระเบื้องที่มีรังไข่ติดอยู่แล้ว ต้องนำขึ้นไปฟักทันที เพราะถ้านำกลับลงไปปักไว้ที่เดิมพ่อแม่ปลาบู่ที่เฝ้าอยู่ใกล้ ๆ จะมากินไข่หมด ในกรณีกระเบื้องแผ่นเรียบที่ผ่านการใช้งานมานานควรทำความสะอาดโดยแช่แผ่นกระเบื้องในสารเคมีกำจัดเชื้อรา ได้แก่ มาลาไค้ท์กรีน ชนิดปราศจากธาตุสังกะสี ความเข้มข้น 2.4 พีพีเอ็ม ตลอดคืน ก่อนนำไปปักเป็นกระโจมในบ่อดิน

การรวบรวมพันธุ์ปลาบู่

พันธุ์ปลาบู่ที่ซื้อขายกันส่วนใหญ่รวบรวมจากหนองน้ำ บึง อ่างเก็บน้ำ แม่น้ำลำคลอง แล้วพักปลารวมไว้ในกระชังจนกว่าจะมีปริมาณมากพอที่จะนำไปขายให้ผู้เลี้ยง ปลาที่รวบรวมส่วนใหญ่มักบอบช้ำ อ่อนเพลีย เกิดบาดแผล เมือกลอกหลุด โดยเฉพาะปลาที่จับด้วยเครื่องมือข่าย ซ้ำยังถูกขังไว้ในที่จำกัด ทำให้ปลาเกิดอาการเครียดเป็นโรคได้ง่าย เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว ควรจะแช่ยา เพื่อป้องกันการติดเชื้อก่อนนำปลาลงมาพักรวมกันในกระชัง โดยอาจแช่ในน้ำที่ผสมยาเฟอราเรช (furance) ความเข้มข้น 1-2 กรัม ต่อน้ำ 100 ลิตร แช่ไว้ 5-15 นาที หรือแช่ในสารละลายด่างทับทิม 10 ส่วนในล้านส่วน 10 นาที ในระหว่างการพักปลาควรดูแลเอาใจใส่ และให้อาหารอย่างเพียงพอ เพื่อให้ปลาฟื้นตัวเร็ว และแข็งแรงขึ้นก่อนถูกลำเลียงไปยังผู้เลี้ยง

การอนุบาลลูกปลาบู่

การอนุบาลลูกปลาบู่ขนาดเล็กให้เหลือรอด เพื่อนำไปเลี้ยงต่อนับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะการเพาะเลี้ยงปลาบู่มักประสบปัญหา เรื่องการอนุบาลลูกปลาบู่อยู่ตลอดเวลา ทำให้เหลือลูกปลาเพื่อนำไปเลี้ยงไม่มากเท่าที่ควร การอนุบาลลูกปลาบู่แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

การอนุบาลในบ่อดิน มีข้อเสีย คือ การควบคุม และการกำจัดศัตรูตลอดจนการใช้ยา เพื่อรักษาโรคของลูกปลาทำได้ด้วยความยากลำบาก นอกจากนี้การรวบรวมลูกปลาจำเป็นต้องระบายน้ำออกจากบ่อ ในขณะที่ธรรมชาติของปลาบู่มักอาศัยอยู่ตามพื้นก้นบ่อ จึงเป็นการยากในการรวบรวมปลาบู่ โดยใช้อวนจับเช่นปลาอื่น ๆ ทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การอนุบาลในตู้กระจก มีข้อเสีย คือ อุณหภูมิของน้ำในตู้กระจกสามารถเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิของอากาศ เพราะตู้กระจกเป็นที่แคบ และบรรจุน้ำได้ไม่มากนัก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วดังกล่าวอาจส่งผลให้ลูกปลาบู่ตาย เพราะไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม นอกจากนี้คุณภาพของน้ำในตู้กระจกก็ไม่ดีพอ เนื่องจากมีเศษเหลือของอาหารทำให้เกิดน้ำเสียอยู่เสมอ การกำจัดของเสีย โดยการดูดน้ำก็ทำได้ยาก เพราะปลาบู่เป็นปลาที่ชอบนอนพักบนพื้นตู้ และมักไม่ค่อยหนีง่าย ๆ ในขณะที่ใช้สายยางดูดน้ำเพื่อถ่ายเทของเสีย แต่มีข้อสังเกตว่า ถ้าในตู้กระจกมีพันธุ์ไม้น้ำอยู่ด้วย ลูกปลาบู่จะอาศัยอยู่ตามกิ่งก้านของพันธุ์ไม้น้ำนั้น ๆ ทำให้การถ่ายเทของเสียเป็นไปได้สะดวกยิ่งขึ้น ทำให้อัตราการรอดของลูกปลาบู่สูงขึ้นด้วย

การอนุบาลลูกปลาบู่ในกระชังผ้าโคล่อนแก้ว วิธีนี้เป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด โดยใช้กระชังผ้าโคล่อนแก้วขนาด 2 ตารางเมตร ลึก 50 เซนติเมตร แขวนลอยอยู่ในบ่อซีเมนต์ขนาด 6 ตารางเมตร มีการให้อากาศจากเครื่องเป่าลม และมีน้ำไหลผ่านตลอดเวลา พบว่า มีลูกปลาบู่เหลือรอดจนถึงขนาด 1.5-2.0 เซนติเมตร ประมาณร้อยละ 80 หรือแม่ละ 5,000 ตัว ใช้เวลาในการอนุบาลรวม 24 วัน

รูปแบบการเลี้ยงปลาบู่

1. การเลี้ยงปลาบู่ในบ่อดิน

ส่วนใหญ่จะเลี้ยงร่วมกับปลาชนิดอื่น เช่น เลี้ยงร่วมกับปลานิลเพื่อไว้คุมจำนวนประชากรของลูกปลานิลไม่ให้แน่นบ่อเช่นเดียวกับปลาช่อน นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงร่วมกับปลาชนิดใต้เล้าไก่ หรือเล้าหมูโดยปล่อยอัตราส่วนปลาบู่ต่ำซึ่งขึ้นอยู่กับผู้เลี้ยงจะหาซื้อพันธุ์ได้จำนวนมากน้อยเท่าใด เมื่อเลี้ยงปลามีน้ำหนัก 400-500 กรัม ขึ้นไปจึงจับจำหน่ายแล้วหาพันธุ์ปลามาปล่อยชดเชย อาหารที่ให้เป็นพวกปลาเป็ดบดปั้นเป็นก้อน ๆ ใส่ลงในเรือแจวให้อาหารเป็นจุด ๆ รอบบ่อ จุดที่ให้อาหารมีกระบะไม้ปักอยู่เหนือก้นบ่อเล็กน้อย ในช่วงตอนเย็นปริมาณอาหารที่ให้ประมาณร้อยละ 5 ของน้ำหนักปลา ใช้เวลาเลี้ยง 8-12 เดือน จับจำหน่ายน้ำหนักปลาที่นิยมรับซื้อตั้งแต่ 400-800 กรัม ไม่เกิน 1 กิโลกรัม การเลี้ยงปลาบู่ทรายในบ่อ พอสรุปเป็นแนวทางได้ดังนี้

1. บ่อปลาควรตั้งอยู่ในแหล่งที่มีการถ่ายเทน้ำได้สะดวก และมีน้ำตลอดปี ความลึกของบ่อประมาณ 1.50 เมตร

2. การปล่อยปลาลงเลี้ยงไม่ควรปล่อยเกิน 1 ตัวต่อตารางเมตร ในการเลี้ยงปลาบู่ชนิดเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และลดอัตราส่วนลงตามสมควรเลี้ยงรวมกันกับปลาชนิดอื่น และขนาดปลาเมื่อเริ่มเลี้ยงควรมีขนาดใกล้เคียงกันโดยทั่วไปมีขนาดประมาณ 100 กรัม

3. อาหารของปลาบู่ควรเป็นอาหารสดคาว เช่น ลูกกุ้ง ลูกปลาหรือปลาสดสับเป็นชิ้นเล็ก ๆ

4. การให้อาหารควรให้อาหารเป็นเวลา และอัตราการให้อาหารควรอยู่ระหว่างร้อยละ 3-4 ของน้ำหนักตัว

5. ระยะเวลาของการเลี้ยงไม่ควรเกิน 12 เดือน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการจัดหาลูกปลาลงปล่อยในครั้งต่อไป

6. อัตราการเจริญเติบโตของปลาที่เลี้ยงในบ่อ ควรมีค่าเฉลี่ยเดือนละประมาณไม่ต่ำกว่า 30 กรัม จึงนับว่าได้ผลดี

7. การจับปลาบู่ออกจากบ่อ ควรจับให้หมดภายในครั้งเดียว ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องการสูบน้ำออกจากบ่อ และเพื่อป้องกันปลาที่เหลือบอกช้ำ

2. การเลี้ยงปลาบู่ในกระชัง

ปลาบู่เป็นปลาอีกชนิดหนึ่งที่นิยมเลี้ยงในกระชัง เนื่องจากสามารถเลี้ยงได้หนาแน่นในที่แคบได้ และเป็นปลากินเนื้อจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งอาหารธรรมชาติมากนัก ถึงแม้ว่าปลาบู่มีนิสัยชอบอยู่นิ่งเป็นส่วนใหญ่ แต่ชอบที่ที่มีน้ำไหลผ่าน โดยเฉพาะน้ำที่มีความขุ่นยิ่งดีเพราะปลาบู่ตกใจง่าย เมื่อเลี้ยงในน้ำใสปลาบู่เป็นปลาที่มีราคาแพง ที่ปากกระชังราคากิโลกรัมละ 320 บาท การเลี้ยงปลาบู่ในกระชังมีวิธีการดังนี้

2.1 การเลือกสถานที่

การเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการวางกระชังปลาบู่นับเป็นจุดเริ่มต้นการเลี้ยงที่สำคัญที่สุด ถ้าเลือกสถานที่เลี้ยงได้ดี ทำให้ปลาบู่เจริญเติบโตเร็ว อัตรารอดสูง ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการ สถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการเลี้ยงปลาบู่ในกระชัง คือ

1. คุณสมบัติของน้ำดี และมีปริมาณเพียงพอตลอดปี

2. ใกล้แหล่งหาพันธุ์ปลา และอาหารปลาได้ง่าย ราคาถูก

3. การคมนาคมสะดวกต่อการลำเลียงพันธุ์ปลาและอาหารปลา

4. ไม่อยู่ใกล้แหล่งโรงงานอุตสาหกรรม และพื้นที่ที่มีการใช้สารเคมี สำหรับการเกษตรมากเพื่อหลีกเลี่ยงสารพิษที่ปนเปื้อนมากับน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. น้ำมีความขุ่นพอสมควร เพราะปลาบู่ชอบที่มืด ช่วยให้ปลากินอาหารได้ดี และไม่ตกใจง่าย

6. ความลึกของน้ำไม่ควรต่ำกว่า 2 เมตร

7. มีกระแสน้ำที่ไหลแรงพอสมควร

8. ปลอดภัยจากการถูกลักขโมย

9. ปราศจากศัตรู และภัยธรรมชาติ

10. ไม่กีดขวางการสัญจรทางน้ำ และไม่ผิดกฎหมายบ้านเมือง

2.2. ประเภทของกระชัง

กระชังส่วนใหญ่เป็นกระชังไม้ไผ่ หรือไม้จริง ส่วนกระชังตาข่ายไนลอนใยสังเคราะห์ หรือตาข่ายเหล็กที่ใช้เลี้ยงปลาน้ำกร่อยยังไม่เป็นที่นิยมของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาน้ำจืด กระชังแบ่งเป็นประเภท ๆ ดังนี้

กระชังไม่ไผ่ล้วน ๆ เหมาะสำหรับผู้เลี้ยงปลาที่มีทุนน้อย อายุการใช้งานประมาณ 1-1.5 ปี กระชังที่ใช้กันทั่วไปมีขนาดกว้าง 2 เมตร ยาว 5 เมตร ลึก 1.5 เมตร ราคากระชังละประมาณ 1,600-2,000 บาท ไม้ไผ่ที่ใช้จะเหลาให้เรียบขนาดกว้าง 2.5 เซนติเมตร หนา 0.5 เซนติเมตร สานเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีเฝือกไม้ไผ่ปิดด้านบน ใช้ลูกบวบไม้ไผ่ประมาณ 50 ลำ ข้อเสียของกระชังแบบนี้ คือ กระแสน้ำไหลถ่ายเทไม่สะดวกมีเศษอาหารเหลือตกค้างในกระชัง และทำความสะอาดกระชังยาก

กระชังทำด้วยไม้ไผ่แต่โครงกระชังเป็นไม้จริง นำไม้ไผ่มาผ่าเป็นซีก ๆ ละประมาณ 3 นิ้ว ตัดเป็นท่อนตามความกว้าง และความยาวของขนาดกระชังที่จะสร้าง และตีไม้ไผ่รอบทุกด้านของโครงกระชังไม้จริงให้มีช่องห่างประมาณ 1/2 เซนติเมตร เพื่อให้น้ำไหลผ่าน และใช้ไม้ไผ่ขนาดเดียวกัน ทำฝาปิดกระชังใช้ลูกบวบประมาณ 25 ลำ อายุการใช้งานประมาณ 2 ปี ค่าสร้างกระชังประมาณ 2,800-3,200 บาท

กระชังไม้จริง เหมาะสำหรับผู้ที่มีทุนมาก กระชังชนิดนี้มีความทนทานอายุการใช้งาน 5-7 ปี กระชังสร้างด้วยไม้ขนาดหน้า 4 นิ้ว ใช้ไม้ขนาดหน้า 4 นิ้ว หนา 1 หน้า ไสกบให้เรียบปิดพื้นและด้านข้าง 4 ด้าน โดยให้มีระยะห่าง 1.5-2 เซนติเมตร ด้านบนตีไม้ปิดเช่นเดียวกับด้านข้าง และมีช่องปิด-เปิดสำหรับให้อาหารขนาดกว้าง 40 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร ทุ่นลอยใช้ลูกบวบประมาณ 100 ลำ กระชังไม้จริงขนาด 13 ตารางเมตร ลึก 1.5 เซนติเมตร ราคา 25,000 บาท ในปีที่ 3 ต้องทำการซ่อมแซม และมีการซ่อมแซมใหม่ทุก ๆ 2 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ขนาดกระชัง

ขนาดกระชังที่ใช้เลี้ยงปลาบู่ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เลี้ยง ซึ่งต้องพิจารณาร่วมกับขนาดของแหล่งน้ำ และเงินทุน โดยทั่วไปกระชังมีขนาดตั้งแต่ 2x3 เมตร 2x5 เมตร 2.5x3 เมตร 2.5x8 เมตร กระชังด้านบนมีฝาปิดเปิด และติดกุญแจป้องกันการลักขโมย

อัตราการปล่อย

พันธุ์ปลาบู่นิยมนำมาเลี้ยงส่วนใหญ่มีขนาด 100-300 กรัม ซึ่งได้จากการรวบรวมจากธรรมชาติ หรือซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่ดำเนินการทั้งขายพันธุ์ และรับซื้อปลาบู่ ขนาดตลาดส่งเข้ากรุงเทพฯ ปลาบู่มีนิสัยชอบนอนนิ่งอยู่บริเวณก้นกระชังทำให้สามารถปล่อยปลาบู่ได้หนาแน่นประมาณ 70-100 ตัวต่อ ตารางเมตร หรือ 10-30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร ในแหล่งน้ำที่มีการไหลถ่ายเทช้า ควรปล่อยตารางเมตรละ 40-50 ตัว ก่อนปล่อยพันธุ์ปลาลงในกระชังควรทำให้ปลามีความคุ้นเคยกับน้ำที่จะเลี้ยง โดยเอาน้ำในกระชังปนลงไปในภาชนะด้วย และควรฆ่าเชื้อป้องกันโรคเสียก่อน

อาหารและการให้อาหาร

ปลาบู่จัดเป็นปลากินเนื้อ อาหารที่ดีควรมีโปรตีนร้อยละ 38-40 ไขมันร้อยละ 5-8 คาร์โบไฮเดรตร้อยละ 9-12 วิตามิน และแร่ธาตุร้อยละ 0.5-1

อัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อ

อัตราการแลกอาหารเป็นเนื้อปลาบู่ที่เลี้ยงด้วยปลาเป็ดอยู่ระหว่าง 7.3-12.2 : 1

อัตราการรอด

อัตราการรอดตายในการเลี้ยงปลาบู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยความแข็งแรงของพันธุ์ปลา คุณภาพน้ำในแหล่งน้ำ ความสามารถ ความชำนาญในการเลี้ยง และสภาพแวดล้อม โดยเฉลี่ยแล้วการเลี้ยงปลาบู่ 1 รุ่น มีอัตรารอดประมาณร้อยละ 40-70 แบ่งออกได้เป็น การเลี้ยงในบ่ออนุบาลปลาจะมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตรารอดประมาณร้อยละ 60 และการเลี้ยงในกระชังปลาจะมีอัตรารอดประมาณร้อยละ 70 โดยเมื่อปลาตัวใหญ่มากขึ้นความเสียหายก็จะเกิดขึ้นน้อยลง ซึ่งความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากการขนย้ายถ่ายปลามาลงในกระชังอาจทำให้ปลาบอบช้ำ และปลาเกิดความเครียด ภูมิต้านทานโรคต่ำ แต่ถ้าระยะที่เลี้ยงในกระชังน้ำไม่มีการเปลี่ยนแปลง อัตราการตายก็จะไม่มี หรือถ้ามีก็เป็นส่วนที่เล็กน้อยเท่านั้น

อัตราการเจริญเติบโต

อัตราการเจริญเติบโตของปลาบู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการอาทิ อัตราการปล่อย คุณภาพและปริมาณอาหาร คุณภาพน้ำ ฯลฯ จากการเลี้ยงปลาบู่ที่แม่น้ำน่าน จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าอัตราปล่อย ตารางเมตรละ 32 ตัว ใช้เวลา 7 เดือน จะให้ผลผลิตสูงสุด

ต้นทุนและผลตอบแทนในการเลี้ยงปลาบู่

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนในการเลี้ยงปลาบู่ทั้งหมดสามารถแบ่งออกเป็นต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ทั้งที่เป็นเงินสด และไม่เป็นเงินสด ต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสดประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาของกระชัง และอุปกรณ์การผลิต ค่าเสียโอกาสของกระชัง และอุปกรณ์ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของตนเอง ค่าแรงงานภายในครอบครัว ค่าเสียโอกาสจากการใช้ที่ดินของตน

ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย ค่าซ่อมแซมกระชัง ค่าพันธุ์ปลา ค่าอาหาร การป้องกัน และรักษาโรค ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า ดอกเบี้ยเงินกู้ ค่าวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ ค่าเสียโอกาสของเงินทุนตนเอง สำหรับใช้หมุนเวียนในกิจการ และอื่น ๆ

ต้นทุนคงที่ ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคากระชัง และอุปกรณ์ ค่าเสียโอกาสกระชัง และอุปกรณ์

ปลาบู่เลี้ยงบ่อดิน บ่อขนาด 1ไร่ มีค่าทำบ่อเท่ากับ 8,000 ค่าพันธุ์ปลา 3,000 ตัว (ประมาณ 300 กิโลกรัม ๆ ละ100 บาท) เท่ากับ 30,000 บาท ค่าน้ำมันสูบน้ำอาทิตย์ละ 100 บาท เป็นเวลา 10 เดือน เท่ากับ 4,000 บาท ค่าเครื่องบดอาหารประมาณ 8,000 บาท ค่าใช้จ่าย ๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่ายารักษาโรคประมาณ 10,000 บาท รวมค่าใช้จ่าย 10 เดือน เท่ากับ 90,000 บาทต่อไร่ จับปลาได้ประมาณ 1,000 ตัว คิดเฉลี่ยตัวละครึ่งกิโลกรัมขึ้นไป ได้น้ำหนักปลาประมาณ 800 กิโลกรัม ราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับซื้อประมาณกิโลกรัมละ 350 บาท ดังนั้น ขายปลาได้เงิน 28,000 บาทหักต้นทุน 90,000 บาท จะได้รับกำไรประมาณ 190,000 บาทต่อไร่ จากที่กล่าวมานี้ เป็นการประมาณโดยเฉลี่ยเท่านั้น พื้นที่ต่อ 1 ไร่ บางคนอาจปล่อยปลาลงเลี้ยง 4,000-5,000 ตัวบางคนอาจปล่อย 15,000–20,000 ตัว ปลาอาจตายมากตอนจับปลา ทำให้จำนวนปลาลดลงเหลือ 400-500 ตัว แต่ถ้ามีการดูแลอย่างดี ปล่อยปลาจำนวน 5,000 ตัว จะจับได้ประมาณ 2,000-2,500 ตัว มีน้ำหนักประมาณ 1,000-1,500 กิโลกรัม ซึ่งจะขึ้นอยู่กับการดูแลเอาใจใส่ของเกษตรกรแต่ละคน บางคนมีเงินในการลงทุนอาจเลี้ยงครบ 1 ปี จะทำให้ได้ปลาที่มีขนนาดตั้งแต่ 400-500 กรัม แต่เกษตรกรบางรายที่ไม่เอาใจใส่เลี้ยงแล้วขาดทุนก็มีหลายราย ดังนั้น หากบุคคลใดที่คิดจะเลี้ยงปลาบู่ จะต้องเลี้ยงอย่างจริงจัง ไม่ปล่อยทิ้งขว้าง ไม่เช่นนั้นจะทำให้ขาดทุน

ผลตอบแทนจากการผลิต

ต้นทุนการเลี้ยงปลาบู่อยู่ที่ประมาณกิโลกรัมละ 75 บาท ขายได้ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 250 บาท (ณรงค์, 2545)

ปัญหาด้านการผลิต

1. พันธุ์ปลา ผู้เลี้ยงนิยมลูกพันธุ์ปลาบู่ที่มาจากธรรมชาติ โดยขนาดที่ต้องการ คือ 100-200 กรัมต่อตัว เหตุที่ผู้เลี้ยงไม่นิยมนำลูกพันธุ์ที่เพาะขึ้นมาในบ่อ มีอัตราการรอดต่ำ ค่าใช้จ่ายสูง และโตช้า มีผู้ทดลองเลี้ยงปลาบู่ที่เพิ่งออกจากไข่จนโตได้ขนาด 100 กรัมต่อตัว ใช้เวลาประมาณ 10-12 เดือน หากเรายังต้องพึงพาพันธุ์ปลาจากแหล่งธรรมชาติอยู่ จะเลี้ยงปลาบู่เป็นอุตสาหกรรมไม่ได้ เพราะลูกพันธุ์ปลาจากแหล่งธรรมชาติอาจจะลดลงอย่างรวดเร็ว เมื่อมีผู้ต้องการเลี้ยงมากขึ้น วิธีแก้ปัญหา คือ ต้องพัฒนาการอนุบาลลูกพันธุ์ให้ก้าวหน้าวกว่านี้

2. แหล่งเงินทุน เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงปลาบู่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีเงินลงทุนไม่มากนัก เหมาะแก่การประกอบอาชีพภายในครัวเรือนเท่านั้น หากเกษตรกรต้องการขยายธุรกิจการเลี้ยงปลาบู่ให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก แต่ไม่มีหน่วยงานมาสนับสนุนในแหล่งเงินทุนกู้ยืม ดอกเบี้ยต่ำ ของเกษตรกร จึงส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถขยายธุรกิจการเลี้ยงปลาบู่จากธุรกิจภายในครัวเรือนให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้

3. เทคนิคการเลี้ยง เนื่องจากการขยายพันธุ์ปลาบู่ การอนุบาล และการดูแลลูกปลาวัยอ่อนให้โตเป็นขนาดของลูกพันธุ์ปลาเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก แม้แต่นักวิชาการของกรมประมง ปัจจุบันยังหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีแก้ปัญหานี้ไม่ได้ มีเกษตรกรบางรายที่สามารถแก้ปัญหานี้ได้ แต่ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลในการเลี้ยงแก่บุคคลทั่วไปที่สนใจในการประกอบอาชีพนี้ เพราะเกรงว่าหากเปิดเผยข้อมูลนี้แล้ว ตนจะมีคู่แข่งทางการตลาดมากขึ้น จึงทำให้การเลี้ยงปลาบู่มีจำนวนผู้เลี้ยงไม่มากนัก เนื่องจากเกษตรกรเข้ามา แล้วประสบความล้มเหลวก็ต้องออกจากธุรกิจนี้ไป

4. การจัดการ เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเลี้ยงปลาบู่ หากเกษตรกรขาดการจัดการดูแลเกี่ยวกับการขนย้ายปลาบู่ที่มีประสิทธิภาพ ก็ส่งทำให้ปลาบู่ตายได้ เนื่องจากการเคลื่อนย้ายปลาบู่จะสร้างความเครียดให้กับปลามาก จึงควรทำด้วยความนุ่มนวล และระมัดระวัง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ปัญหาการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติของหน่วยงานรัฐบาลมีจำนวนน้อย ไม่ทันสมัย ทำให้ข้อมูลนั้นไม่ตรงกับความเป็นจริงในปัจจุบัน หากมีผู้สนใจในการประกอบอาชีพการเลี้ยงปลาบู่ ก็ไม่สามารถหาข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจได้ เพราะบางครั้งราคาและปริมาณความต้องการปลาบู่ของตลาดผู้บริโภค สามารถดึงดูดให้ผู้เลี้ยงหันมาสนใจกันมากขึ้นก็ได้

ข้อพิจารณาการตัดสินใจเลี้ยงปลาบู่

1. เงินลงทุนต้องมีมากพอในการดำเนินการเลี้ยง เนื่องจากใช้ระยะเวลาการเลี้ยงนาน การลงทุนสูง

2. ผู้เลี้ยงต้องเคยมีประสบการณ์การเลี้ยงปลาเนื้อมาก่อน เนื่องจากปลาบู่เป็นปลากินเนื้อที่ค่อนข้างเลี้ยงยากกว่าปลาชนิดอื่น ใช้เวลานาน และต้องเป็นคนมีความอดทน ใจเย็น

3. สถานที่เลี้ยงจำเป็นต้องเป็นแหล่งที่ดี ไม่มีมลพิษ หรือมีน้อยไม่เป็นอันตรายต่อการเลี้ยงปลาบู่

4. พันธุ์ปลาที่ซื้อมาเลี้ยงต้องมีคุณภาพ ไม่บอบช้ำไม่มีบาดแผล และจุดแดงตามลำตัว ที่สำคัญควรตรวจเมือก ปาก ถ้ารีดเมือกแล้ว พบว่า มีเลือดปะปนออกมาด้วย หรือเมื่อจับปลามาแล้วตัวแข็ง ๆ มีเมือกน้อย ตัวสาก ก็ไม่ควรนำมาเลี้ยง ไม่เช่นนั้นแล้วจะมีการสูญเสียมากจนผู้เลี้ยงขาดทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานการณ์ทางการตลาด

ตลาด

ตลาดปลาบู่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตลาดภายในประเทศ

ผลผลิตของปลาบู่มาจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งน้ำธรรมชาติ และจากการเลี้ยง สำหรับปลาบู่จากแหล่งน้ำธรรมชาติ มักถูกจับโดยลอบ แห สวิง ยอ หรือเครื่องมือชนิดอื่น ๆ สำหรับปลาบู่ขนาดใหญ่ ซึ่งมักถูกจับพร้อมปลาชนิดอื่น ๆ ดราวละไม่มากนัก เมื่อนำไปขายในตลาดจะได้ราคาไม่สูงมากนัก ไม่เกินกิโลกรัมละ 125 บาท ทั้งนี้เนื่องจากชาวบ้านทั่วไปไม่นิยมบริโภค เพราะรูปร่างไม่ชวนรับประทาน อีกทั้งยังมีปลาชนิดอื่น ให้เลือกบริโภคอีกมาก ปลาบู่จึงไม่อยู่ในความสนใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่ของประเทศมากนัก

สำหรับปลาบู่ขนาดเล็ก คือ ขนาด 100-300 กรัม ซึ่งยังมีชีวิตอยู่ จับจากแหล่งน้ำธรรมชาติกลับเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมากในแง่ของการนำไปเลี้ยงต่อในกระชัง หรือบ่อดิน ให้เป็นปลาขนาดใหญ่ 400 กรัมถึง 1,200 กรัม ซึ่งเป็นปลาขนาดที่ตลาดต่างประเทศต้องการ ปลาขนาดเล็กดังกล่าวนี้ปลาในแหล่งน้ำขุ่นเป็นที่ต้องการของผู้เลี้ยงมากกว่าปลาในแหล่งน้ำใส เพราะถือว่าแข็งแรง โตเร็วกว่า เมื่อผู้จับปลาบู่รวบรวมลูกปลาจากแหล่งน้ำได้มากพอสมควร แล้วจะลำเลียงส่งไปยังผู้เลี้ยงปลา ซึ่งได้สั่งซื้อเอาไว้ ในราคากิโลกรัมละ 130-150 บาท ซึ่งนับได้ว่าได้ราคาสูง

ปลาบู่ขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลผลิตจากการเลี้ยงในกระชัง ก็เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่มีรายได้สูง โดยที่ภัตตาคารใหญ่ ๆ จะรับซื้อปลาบู่มาเลี้ยงไว้ในตู้เลี้ยงปลา ให้อาหาร มีการถ่ายเทน้ำตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ซื้อเลือกขนาดปลาที่ต้องการบริโภคเอง โดยทางร้านจะนำไปปรุงอาหารตามที่ลูกค้าต้องการ จากการสอบถามภัตตาคาร 4-5 แห่ง พบว่า ทางร้านมีปลาบู่ ซึ่งยังมีชีวิตอยู่ขนาด 600-1,000 กรัม เลี้ยงไว้ในตู้ปลาขนาดใหญ่ ขายในราคาขีดละ 25-40 บาท ซึ่งตกราคากิโลกรัมละ 250-400 บาท ทั้งนี้รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูปลาบู่ ค่าปรุงอาหาร และค่าบริการต่าง ๆ ของร้านก็รวมอยู่ในราคานี้แล้ว ราคาขายปลาบู่ในภัตตาคารแต่ละแห่งจะแตกต่างกันไปตามขนาดความใหญ่โตหรูหราของร้าน ความมีชื่อเสียงในการปรุงอาหาร ตลอดจนทำเลที่ภัตตาคารนั้น ๆ ตั้งอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับราคารับซื้อปลาบู่ของทางร้านไม่เกินกิโลกรัมละ 200 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาวจีนและชาวต่างประเทศ ซึ่งนิยมในรสชาติ และคุณค่าทางอาหารของเนื้อปลาบู่ ซึ่งถือว่าช่วยให้ร่างกายแข็งแรงอยู่เสมอ

จากการสำรวจ พบว่า ปลาบู่ที่ผู้บริโภคนิยมนำมาบริโภคมาจากการปลาเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 25 ของปริมาณปลาบู่ที่บริโภคทั้งหมดภายในประเทศ และเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติร้อยละ 75 ของปริมาณปลาบู่ที่บริโภคทั้งหมดภายในประเทศ แต่ปริมาณปลาบู่ที่ส่งขายภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นปลาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ เนื่องมาจากปลาบู่ที่เกษตรกรเลี้ยงนั้น เมื่อทำการส่งออกราคาจะแพงกว่าส่งขายภายในประเทศ และอายุของปลาบู่ที่เลี้ยงจะนานกว่าอายุของปลาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ คือ ปลาบู่เลี้ยงจะมีอายุนานถึง 7 วันหลัง จากการขายโดยมิได้ทำการอนุบาล ส่วนปลาจากธรรมชาติจะมีอายุเพียง 2-3 วัน ดังนั้น ปลาจากธรรมชาติจึงเหมาะแก่การส่งขายผู้บริโภคภายในประเทศมากกว่า

ปลาที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคมีน้ำหนักตัวตั้งแต่ 400 กรัมขึ้นไป เป็นปลาที่มีสุขภาพดี สามารถสังเกตจากภายนอกได้โดย เกล็ดราบ ครีบเต็ม หางเต็ม ไม่มีบาดแผลตามตัว และปาก เมื่อนำมือไปลูบแล้วไม่สะดุด ตาใส ว่ายน้ำคล่อง เนื่องจากเราขายปลาที่มีชีวิตอยู่จนถึงเวลาปรุงเป็นอาหาร เมื่อลูกค้าสั่งเมนูเกี่ยวกับปลาบู่ลูกค้าจะมาเลือกปลาบู่เอง ปริมาณกำลังการบริโภคภาย ในประเทศไม่มากนัก วันละ 1-200 กิโลกรัม เมนูที่ผู้บริโภคนิยมทาน ได้แก่ ปลาบู่นึ่งบ๊วย ปลาบู่นึ่งซีอิ๊ว ต้มยำปลาบู่กรอบ เป็นต้น ราคาที่ทางภัตตาคารทำการแปรรูปแล้วจะแพงเป็นเท่าตัวจากราคาปลาบู่มีชีวิต

ในการขนส่งปลาบู่ของเกษตรกร หรือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นภายในประเทศ สามารถทำได้โดยใช้รถกระบะบรรทุกถังน้ำ โดยมีปริมาณน้ำ 1 ใน 4 ของปริมาณถังน้ำ พร้อมทั้งให้ออกซิเจนด้วย ถ้าไปส่งภัตตาคาร เมื่อถึงภัตตาคารทางภัตตาคารจะนำลงไปใส่ไว้ในตู้กระจกที่ออกซิเจนอยู่เพื่อเตรียมไว้สำหรับให้ลูกค้าเลือก

วิธีการสั่งซื้อทางโรงแรม หรือภัตตาคารจะทำการสั่งซื้อกับเกษตรกรเองโดยตรง หรือจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นก็ได้ แต่ส่วนใหญ่นิยมสั่งซื้อกับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมากกว่า เนื่องจากจะได้ปลาที่มีคุณภาพ และปริมาณที่แน่นอน แต่ถ้าซื้อกับเกษตรกรเองโดยตรงจะได้ปลาที่ราคาถูก แต่ปริมาณปลาในแต่ละวันจะไม่แน่นอน เพราะเกษตรกรนั้นจับปลามาจากธรรมชาติเขาย่อมกำหนดไม่ได้ว่าวันนี้จะได้ปลากี่ตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดต่างประเทศ

ตลาดต่างประเทศ เป็นตลาดหลักของปลาบู่ที่เลี้ยงกันอยู่ในปัจจุบัน ลูกค้าสำคัญ คือ ประเทศฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศจีน ขนาดปลาที่ต้องการ คือ 400-1,200 กรัม และต้องเป็นปลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ผู้นำเข้าของประเทศลูกค้าคงเป็นร้านอาหาร และภัตตาคารต่าง ๆ ลักษณะเดียวกับประเทศไทย ในการขนส่งปลา ก่อนการลำเลียงปลาต้องงดให้อาหารปลาประมาณ 2-3 วัน เพื่อให้ปลาถ่ายเทของเสียออกให้หมด แล้วจะได้ปลาที่แข็งแรง ปราศจากบาดแผล บรรจุลงถุงพลาสติกขนาดใหญ่ ที่มีน้ำสะอาด ประมาณท่วมตัวปลา แล้วอัดออกซิเจนบรรจุลงกล่องกระดาษแข็งอีกทีหนึ่ง โดยทั่วไปการบรรจุปลาจะคิดเป็นน้ำหนักประมาณถุงละ 10 กิโลกรัม เพื่อสะดวกในการขนส่งทางเครื่องบิน

จากการสำรวจ พบว่า การส่งออกปลาบู่ของประเทศไทยไปยังต่างประเทศ มีการส่งออกจะมีตลอดปี แต่ช่วงเดือนพฤศจิกายน–มกราคม จะมีปริมาณการส่งออกน้อย ปลาบู่ที่ทำการส่งออกมีขนาดตั้งแต่ 100 กรัม 200 กรัม 300 กรัม 400 กรัมและ 400 กรัมขึ้นไป ตลาดปลาบู่ในต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย เป็นตลาดหลัก ซึ่งคิดรวมกันเป็น ร้อยละ 90 ของการส่งออกทั้งหมด ประเทศฮ่องกงเป็นประเทศที่นำเข้าปลาบู่มากที่สุด โดยในปี 2547 นำเข้าปลาบู่จากไทยในอัตราร้อยละ 35 ของปริมาณการส่งออกปลาบู่ของไทย ส่วนประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศไต้หวัน และประเทศจีน นำเข้าในอัตราร้อยละ 25 20 10 และ 10 ตามลำดับ และกำลังขยายตลาดไปยังประเทศอเมริกาประเทศญี่ปุ่น และประเทศทางยุโรป รวมทั้งประเทศแถบตะวันออกกลางด้วย ผู้ที่สั่งซื้อปลาบู่ของประเทศเหล่านั้นจะเป็นร้านอาหาร และภัตตาคารต่าง ๆ ตลาดต่างประเทศ ได้แก่

ประเทศจีน เป็นตลาดหลักในการส่งออกปลาบู่ของไทย ปริมาณเฉลี่ยวันละ 300-400 กิโลกรัม จีนนิยมปลาบู่น้ำหนัก 400-800 กรัม

ประเทศฮ่องกง มีการบริโภคเหมือนกันแต่ไม่มาก และราคาต่ำกว่าจีน นิยมบริโภคขนาด 600-1,000 กรัม

ประเทศมาเลเซีย ส่งออกโดยรถยนต์ สัปดาห์ละ 100 กิโลกรัม ส่งออกทุกวันจันทร์ บางส่วนส่งต่อไปสิงคโปร์ ในมาเลเซียเองก็มีปลาบู่ของตนเอง ซึ่งเป็นที่นิยมมาก แต่ไม่ค่อยได้ยิน เพราะราคาไม่แพง นิยมบริโภคขนาด 1,000 กรัมขึ้นไป แต่สามารถรับซื้อได้ถึงขนาด 600 กรัม

ประเทศสิงคโปร์ รับจากประเทศมาเลเซีย ประเทศกัมพูชา ประเทศไทย นิยมบริโภค 1,000 กรัม ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญของไทย

จากสภาพทั่วไปของปลาบู่มีการเพาะเลี้ยงกันมากในประเทศลาว ประเทศกัมพูชา ประเทศเวียดนาม แต่เนื่องจากประเทศเหล่านี้ ปลาบู่มีคุณภาพไม่ดีเมื่อเทียบกับของประเทศไทย ผู้บริโภคจึงไม่นิยมบริโภค เมื่อกล่าวถึงการแข่งขันในด้านการส่งออกปลาบู่ พิจารณาการนำเข้า และการส่งออกปลาบู่ พบว่า การนำเข้าของทุกประเทศยังมีปริมาณมากเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณที่ไทยส่งออก ดังนั้น จะกล่าวถึงประเทศคู่แข่งขันในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ปลาบู่ กล่าวได้ว่า ปลาบู่ของไทยแทบจะไม่มีปัญหาในด้านคู่แข่ง เนื่องจากประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา และประเทศเวียดนาม ยังผลิตได้ปริมาณน้อย และมีการส่งออกน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย เนื่องจากมีปัญหาเรื่องปลามีกลิ่นดิน วิธีการขนส่ง และดูแลรักษาปลาเกิดความเสียหายมาก อัตราการตายเกินร้อยละ 10 ตามเกณฑ์มาตรฐาน และราคาปลาบู่ของไทยก็เหมาะสมซึ่งไม่แพงกว่าของประเทศคู่แข่งขัน รวมทั้งรสชาดของปลาบู่ไทยดีกว่าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่ว ๆ ไป และคุณภาพของไทยดีกว่า เนื่องจากปลาบู่ของไทยที่ทำการส่งออก เป็นปลาที่ไม่ช้ำ ไม่มีตำหนิ ไม่มีบาดแผล สามารถเก็บไว้รอขายได้หลายวัน

ราคา

การซื้อขายปลาบู่แบ่งออกเป็นตลาดปลาเนื้อกับตลาดลูกพันธุ์ ซึ่งตลาดแต่ละประเภทจะมีขนาดของปลาบู่แตกต่างกัน ดังนี้

ตลาดปลาเนื้อ ปัจจุบันตลาดต่างประเทศมีการคัดขนาด และคุณภาพของปลาบู่ เพื่อการกำหนดราคาเป็นหลายระดับดังนี้

1. ปลาบู่เลี้ยง (บ่อดินหรือกระชัง) ขนาดน้ำหนัก 4000-1,000 กรัม ไม่มีแผล กิโลกรัมละ 350 บาท

2. ปลาบู่เลี้ยง (บ่อดินหรือกระชัง) ขนาดน้ำหนัก 300 กรัม ไม่มีแผล กิโลกรัมละ 180 บาท

3. ปลาบู่เลี้ยง (บ่อดินหรือกระชัง) ขนาดน้ำหนัก 200 กรัม ไม่มีแผล กิโลกรัมละ 120 บาท

4. ปลาบู่เลี้ยง (บ่อดินหรือกระชัง) ขนาดน้ำหนัก 100 กรัม ไม่มีแผล กิโลกรัมละ 50 บาท

ปลาบู่จับจากธรรมชาติ หักกิโลกรัมละ 40 บาท (แต่ส่วนใหญ่ผู้ส่งออกไม่นิยมรับซื้อเพราะเสียหาย และตายระหว่างทางมาก จึงมักส่งขายตามภัตตาคารในไทยมากกว่า)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดลูกพันธุ์ แต่ละขนาดมีราคา ดังต่อไปนี้

1. ปลาบู่ขนาด 1 นิ้ว ราคาตัวละ 1 บาท
2. ปลาบู่ขนาด 2 นิ้ว ราคาตัวละ 3 บาท
3. ปลาบู่ขนาด 3 นิ้ว ราคาตัวละ 5 บาท
4. ปลาบู่ขนาด 4 นิ้ว ราคาตัวละ 10 บาท
5. ปลาบู่ขนาด 5 นิ้ว ราคาตัวละ 15 บาท

ราคาจะขึ้นอยู่กับความพอใจซื้อ และความพอใจขายกัน ลูกพันธุ์ขุนที่ผ่านการเตรียมพร้อมมาอย่างดี ตกตัวละ 15-20 บาท ส่วนลูกปลาธรรมชาติจะขายกันเป็นกิโลกรัม และถูกกว่าลูกปลาขุน แต่จะมีอัตราการรอดที่ต่ำกว่า

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการกระจายสินค้าจากมือผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคของปลาบู่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิถีการตลาดปลาบู่

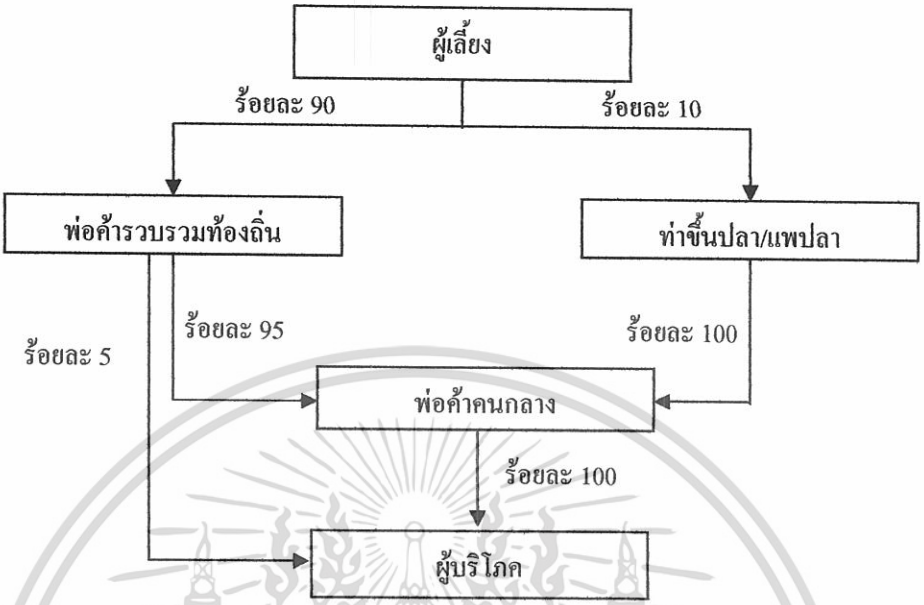
วิถีการตลาด หมายถึง การไหลเวียนสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยผ่านทางผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดประเภทต่าง ๆ และระดับต่าง ผู้ทำหน้าที่การตลาดที่สำคัญ คือ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง และผู้ส่งออก จากการศึกษาการซื้อขายของปลาบู่จะเริ่มจากตลาดระดับต้นทางถึงระดับปลายทาง

การซื้อขายปลาบู่ที่จับได้จากแหล่งน้ำธรรมชาตินั้น ชาวประมงจะนำมาจำหน่ายให้แก่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้รวบรวมเพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางที่มีภาระหนี้สินกันอยู่ หรือนำมาขึ้นที่ท่าปลาหรือแพปลา ซึ่งจะมีพ่อค้า หรือภัตตาคารในท้องถิ่น หรือในจังหวัดมารับซื้อ การซื้อขายจะชำระเป็นเงินสด แต่ในกรณีที่ชาวประมงมีภาระหนี้สินอยู่จะได้รับการชำระเงินเฉพาะส่วนที่เหลือจากการหักหนี้สินแล้ว หรือได้รับชำระเงินเป็นเครื่องใช้สอยแทน

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จะจำหน่ายปลาให้แก่พ่อค้าคนกลาง หรือจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงก็ได้

ในการจำหน่ายมักจะกระทำภายใน 24 ชั่วโมง มิฉะนั้นปลาอาจจะตาย และทำให้เสียราคา ส่วนใหญ่ไม่จำหน่ายข้ามเขต มักนิยมจำหน่ายในบริเวณที่จับปลาได้เท่านั้น การจำหน่ายให้แก่พ่อค้าในจังหวัดอื่นมีเพียงส่วนน้อย (ภาพที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 วิถีการตลาดปลาบู่จากแหล่งน้ำธรรมชาติ
ที่มา: (ทวี และคณะ, 2543)

การซื้อขายปลาบู่ที่ได้จากการเพาะเลี้ยง เป็นปลาที่มีอายุตั้งแต่ 8 เดือนขึ้นไป หรือมีขนาดโตพอที่จะขายได้แล้ว และผู้เลี้ยงมีความประสงค์ที่จะขาย ก่อนจะจับปลาผู้เลี้ยงจะไปติดต่อกับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีทั้งพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดใกล้เคียง โดยผู้เลี้ยงจะพยายามขายปลาให้ได้ราคาดีที่สุด เมื่อตกลงราคากันได้แล้ว ก็จะนัดวันไปจับปลา ผู้เลี้ยงบางรายที่รับพันธุ์ปลา และอาหารจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องนำปลามาขายให้ โดยถูกหักค่าพันธุ์ปลา และอาหาร สำหรับผู้เลี้ยงที่มีฐานะดี อาจนำปลาประมูลขายที่สะพานปลาโดยตรง

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น นอกจากจะรับซื้อปลาจากผู้เลี้ยงแล้ว อาจจำหน่ายปลาที่รวบรวมได้ให้แก่พ่อค้ารวบรวมในจังหวัด

สำหรับพ่อค้ารวบรวมในจังหวัด อาจจำหน่ายให้แก่พ่อค้าในจังหวัดใกล้เคียง หรือบรรจุปลาลงลัง และบรรทุกมาขายที่สะพานปลากรุงเทพฯ โดยสามารถที่จะเลือกจำหน่ายให้แพปลาใดก็ได้ที่ชอบพอกันโดยไม่เป็นทางการผูกมัดว่าจะต้องนำปลามาส่งให้ทุกครั้งที่รวบรวมปลาได้

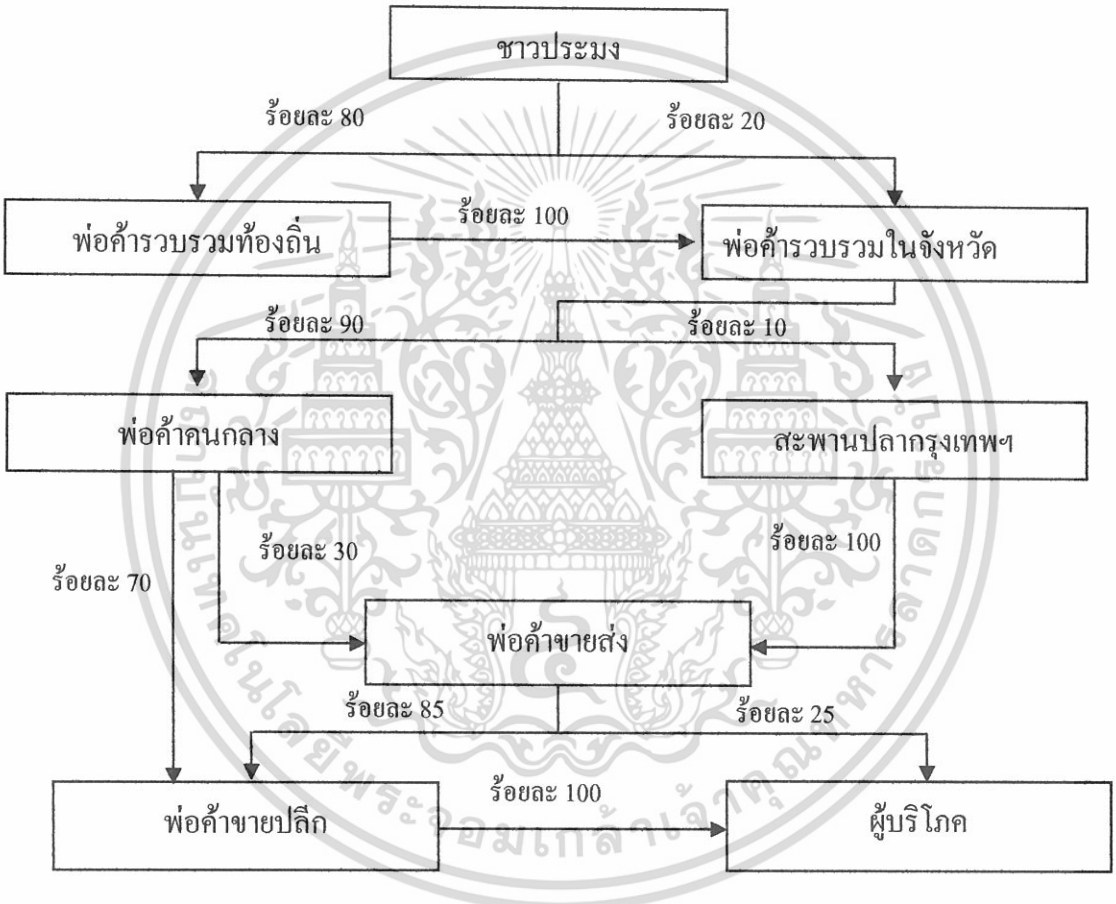
พ่อค้าคนกลาง นอกจากรวบรวมปลาได้จากพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดของตนเองแล้ว อาจรับซื้อจากพ่อค้าในจังหวัดใกล้เคียง เพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าขายส่ง หรือจำหน่ายให้แก่พ่อค้าปลีกในตลาดสดโดยตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ส่งออก จะรับซื้อปลาบู่มาจากพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ

พ่อค้าขายส่ง จะรับซื้อปลาที่ได้จากสะพานปลา หรือจากพ่อค้าคนกลาง เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่พ่อค้าปลีก หรืออาจจำหน่ายแก่ผู้บริโภคโดยตรง (ภาพที่ 2)

พ่อค้าขายปลีก จะรับซื้อปลามาจากพ่อค้าคนกลาง และพ่อค้าขายส่ง เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศ



ภาพที่ 3 วิถีการตลาดปลาบู่จากการเพาะเลี้ยง

ที่มา: (ทวี และคณะ, 2543)

จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรจะจำหน่ายปลาบู่ส่วนใหญ่ให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 65 ของปริมาณปลาบู่ที่เกษตรกรจับได้ ที่เหลือจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 35 ตามลำดับ (ภาพที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น รับซื้อปลาบู่มาจากเกษตรกร และชาวประมงจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดหรือพ่อค้าคนกลาง (ภาพที่ 4)

พ่อค้ารวบรวมในจังหวัด รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นแล้วจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง (ภาพที่ 4)

พ่อค้าคนกลาง รับซื้อมาจากพ่อค้ารวบรวมในจังหวัด และจำหน่ายไปยังผู้ส่งออก ร้อยละ 90 พ่อค้าขายส่ง ร้อยละ 5 พ่อค้าขายปลีก ร้อยละ 5

ผู้ส่งออก รับมาจากพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศฮ่องกง ร้อยละ 35 ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศไต้หวัน และประเทศจีน ร้อยละ 25 20 10 และ 10 ตามลำดับ

พ่อค้าขายส่ง รับซื้อมาจากพ่อค้าคนกลาง เพื่อจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าขายปลีก ร้อยละ 60 และภัตตาคาร ร้อยละ 40

พ่อค้าขายปลีก รับซื้อปลาบู่จากพ่อค้าคนกลาง และพ่อค้าขายปลีก เพื่อจำหน่ายไปยังผู้บริโภค

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าวิถีการตลาดของปลาบู่ จากเกษตรกรไปสู่ตลาดปลายทาง โดยมีส่วนแบ่งตลาด ดังนี้คือ

1. บริโภคภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 10 แบ่งออกเป็นพ่อค้าขายส่ง ร้อยละ 5 และพ่อค้าปลีก ร้อยละ 5

2. ส่งออกต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 90 แบ่งออกเป็นประเทศฮ่องกงร้อยละ 35 ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศไต้หวัน และประเทศจีน ร้อยละ 25 20 10 และ 10 ตามลำดับ

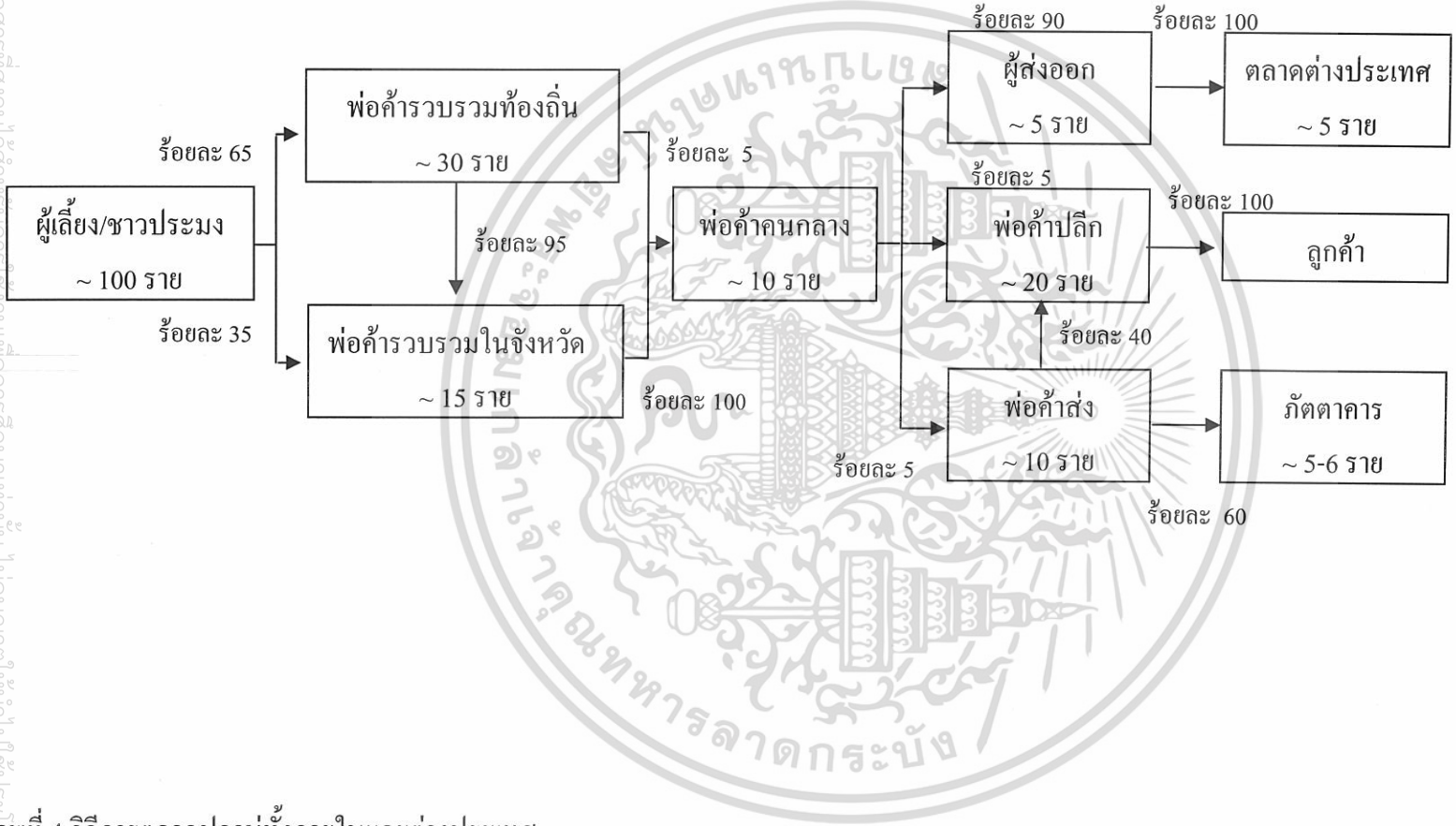
ประเภทของผู้ค้าปลาบู่

ปลาบู่ที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคต้องเป็นปลาที่มีชีวิตอยู่จนถึงเวลาปรุงเป็นอาหาร ไม่มีตำหนิบาดแผล ในการซื้อขายปลาบู่จากเกษตรกรไปถึงผู้บริโภคจะต้องผ่านขั้นตอนทางการตลาดหลายขั้นตอน และผู้ที่ทำหน้าที่ทางการตลาดเข้ามามีบทบาทในการซื้อขายผลผลิต และให้บริการต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. เกษตรกร เป็นผู้จำหน่ายปลาบู่ โดยเลือกจำหน่ายได้หลายทาง คือ

จำหน่ายลูกพันธ์ปลาให้กับเกษตรกรด้วยกันเพื่อนำไปเลี้ยงต่อ จำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 วิถีการตลาดปลาบู่ทั้งภายในและต่างประเทศ

ที่มา: (ทวี และคณะ, 2543)

จำหน่ายปลาเนื้อ ให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง ผู้ส่งออก หรือภัตตาคารภายในประเทศ

2. พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าที่อยู่ในท้องที่ หรือหมู่บ้านใกล้เคียง ใกล้แหล่งผลิตของเกษตรกร จะรับซื้อในปริมาณไม่มากนัก เนื่องจากมีทุนดำเนินการน้อย ส่วนใหญ่จะซื้อผลผลิตจากเกษตรกร และจากพ่อค้าประเภทเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรบางรายเป็นผู้รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรด้วยกันเอง แล้วขายต่อให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และพ่อค้าคนกลาง

3. พ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่รับผลผลิตมาจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่อยู่ในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อส่งต่อให้กับตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

ปลาบู่ที่ทำการส่งออกแบ่งออกเป็นตลาดปลาบู่ 2 ประเภท คือ

3.1 ตลาดปลาเนื้อ หมายถึง ปลาที่ได้ขนาดตามที่ตลาดต้องการ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ

ปลาเลี้ยง คือ ปลาที่เกษตรกรเลี้ยงโดยตรงในบ่อดินหรือในกระชัง

ปลาจากธรรมชาติ คือ ปลาที่เกษตรกรจับได้จากธรรมชาติ

3.2 ตลาดลูกพันธุ์ ปัจจุบันตลาดลูกพันธุ์มีค่อนข้างน้อย และที่มีก็เป็นลูกพันธุ์ที่ได้จากธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ส่วนปลาลูกพันธุ์ที่ได้จากการเพาะพันธุ์เองมีจำนวนน้อย

เนื่องจากหลังการเพาะพันธุ์ลูกปลาแล้วเมื่อนำไปเลี้ยงต่ออัตราการรอดต่ำกว่า ลูกพันธุ์ปลาที่จับได้จากธรรมชาติ

ความต้องการของผู้บริโภค

ผู้บริโภคเลือกสีสันหลากหลายประเภท แต่ราคาที่ส่งออกไปไม่แตกต่าง เพียงแต่สีที่นิยมก็ขายหมดเร็วหน่อย การแปรรูปเพื่อถนอมอาหารอาจมีในอนาคต เพราะเป็นปลาเนื้อดี สามารถทำเป็นอาหารได้หลายอย่าง แต่ด้วยราคาที่ดีมาก และปริมาณที่มีไม่มากนักทำให้คงยังไม่จำเป็นต้องแปรรูปในปัจจุบัน

การขนส่ง

การลำเลียงขนส่งเริ่มตั้งแต่การขนส่งลูกพันธุ์ปลาบู่ขนาดเล็ก 1-2 นิ้ว ไปยังผู้เลี้ยง และการลำเลียงปลาบู่ขนาดตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภค การขนส่ง แบ่งเป็น 2 ประเภท ใหญ่ ๆ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การลำเลียงโดยใช้ถุงพลาสติกอัดออกซิเจน เหมาะสำหรับใช้ลำเลียงลูกปลาขนาดเล็ก 1-2 นิ้ว และปลาบู่ขนาด 50-250 กรัม วิธีนี้เป็นการลำเลียงที่เหมาะสมที่สุด ไม่ทำให้ปลาบอบช้ำ ปกติใช้ถุงพลาสติกขนาด 20x30 เซนติเมตร ใส่น้ำสูงประมาณ 10-15 เซนติเมตร ถุงปลาแต่ละถุงสามารถบรรจุลูกปลาขนาด 1-2 นิ้ว จำนวน 500-700 ตัว เมื่อใส่พันธุ์ปลาแล้วอัดด้วยออกวิเจนบริสุทธิ์รัดปากถุง สำหรับพันธุ์ปลาที่จับได้จากธรรมชาติควรบรรจุถุงละ 5-20 ตัว แล้วแต่ขนาดพันธุ์ปลา ปริมาณน้ำในถุงพลาสติกลำเลียงไม่ควรใส่มากนัก เนื่องจากปลาบู่มีนิสัยไม่ค่อยเคลื่อนไหวเหมือนปลาชนิดอื่น การใส่น้ำมากทำให้มวลน้ำในถุงมีการโยนตัวไปมามาก ทำให้ปลาถูกกระแทกไปมาบอบช้ำมากขึ้น

สำหรับการลำเลียงพันธุ์ปลาจากธรรมชาติไปเลี้ยงในกระชัง ควรบรรจุถุงพลาสติกอัดออกซิเจนดีกว่าลำเลียงด้วยถาดสังกะสี

2. การลำเลียงโดยใช้ถาดสังกะสี เหมาะสำหรับใช้ลำเลียงปลาบู่ขนาดตลาดไปขายพ่อค้าคนกลาง หรือภัตตาคาร ขนาดถาดลำเลียงมีความกว้าง 45 เซนติเมตร ยาว 40 เซนติเมตร สูง 9 เซนติเมตร ด้านข้างตามความยาวของถาดมีรูกลมขนาด 1.5-2.0 เซนติเมตร เรียงเป็นแถวเดียว ส่วนด้านกว้างมีหูหิ้วทั้ง 2 ข้าง ถาดทำด้วยสังกะสี และมีฝาครอบถาด ภายในมีแผ่นสังกะสีกั้นกลาง แบ่งออกเป็น 2 ช่อง

วิธีการลำเลียง นำปลาบู่มาเรียงกันเป็นแถวเพียงชั้นเดียวจนเต็มถาด แล้วเอาน้ำพรมให้ทั่วและใส่น้ำพอท่วมท้องปลาเพียงเล็กน้อยจากนั้นปิดฝา ถ้าปลามีจำนวนมากก็ลำเลียงถาดขึ้นรถซ้อนเป็นชั้น ๆ วิธีนี้เหมาะสำหรับขนปลาบู่ขนาดตลาดไปขาย เพราะขนได้ครั้งละจำนวนมาก ประกอบกับปลาบู่เป็นปลาที่อดทนมากพอสมควร เมื่อลำเลียงไปถึงปลายทางแล้วถูกนำไปพักในบ่อปูนแสดงไว้ให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อหรือใส่ภาชนะอื่น ปลาบู่ก็ยังสามารถมีชีวิตอยู่ได้นานพอสมควร

ปัญหาทางการตลาด

1. สูญเสียโอกาสทางการตลาด เนื่องจากแต่ละปีปลาบู่สามารถทำรายได้เข้าประเทศปีละหลาย ๆ ล้านบาท ปริมาณความต้องการของตลาดสูง การแข่งขันทางการตลาดน้อย มีจำนวนผู้ผลิตน้อยราย การขาดแคลนพันธุ์ปลา ขาดการจัดการที่ดี ทำให้ประเทศไทยสูญเสียโอกาสทางการตลาดในส่วนนี้ไป

2. ต้นทุนการผลิต เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วต้นทุนการผลิตของคู่แข่งต่ำกว่าของประเทศไทย เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่ของการเลี้ยงปลาบู่อยู่ที่ค่าอาหาร ประกอบด้วย ปลาเป็ด รำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกลือแร่และวิตามิน ซึ่งปัจจัยที่ใช้ในการเลี้ยงปลาบู่ของต่างประเทศสามารถหาได้ง่าย และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะประกอบไปด้วย 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (five forces model) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เราอาจพิจารณา 5 แนวทาง ซึ่งเป็นตัวแบบการวิเคราะห์ของ Michael E. Porter (the five force model of competition) ดังต่อไปนี้

อุปสรรคของผู้เข้าใหม่ (The Threat of New Entrants)

จากการสัมภาษณ์ อุปสรรคของผู้เข้ามาใหม่มีการแข่งขันปานกลาง โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ประการแรก การลงทุนสูงในการลงทุนครั้งแรกจำเป็นจะต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการเลี้ยงทั้งปัจจัยคงที่ และปัจจัยการผลิต เนื่องจากระยะเวลาของผลตอบแทนที่ได้รับนานต้องมีเงินทุนสำรองจ่ายเป็นเงินทุนหมุนเวียนในระหว่างรอผลผลิตจำนวนมาก ในการให้ความช่วยเหลือแหล่งเงินทุนของทางภาครัฐกับเกษตรกร พบว่า ยังไม่ทั่วถึง เพียงพอ และมีความยุ่งยากซับซ้อนของระบบ

ประการที่สอง ความเสี่ยงสูง เนื่องด้วยสภาพภูมิอากาศ คุณภาพน้ำหากมีการเลี้ยงในแม่น้ำ คลองเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เพราะปลาบู่เป็นปลาที่เลี้ยงยาก ไม่ชอบอากาศร้อนจัด หรือหนาวมากเกินไปส่งผลต่ออัตราการรอดตายของปลาบู่

ประการที่สาม ในด้านของความรู้ ประสบการณ์ และเทคนิคในการผลิตปลาบู่จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจถึงพฤติกรรม นิสัยของปลาบู่โดยเฉพาะเทคนิคในการเพาะพันธุ์ลูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลาให้ได้ขนาดที่มีอัตราการรอดสูง คือ ขนาด 2 นิ้วขึ้นไปนั้น ข้อมูลในด้านนี้ พบว่า ยังเป็นข้อมูลที่มีการปกปิดอยู่ทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นเพราะต้องมีการสั่งซื้อพันธุ์มาเลี้ยงซึ่งหากว่ามีการเพาะพันธ์เองได้ก็จะช่วยลดต้นทุนการผลิตลงได้

ประการที่สี่ คู่แข่งขันมีจำนวนมาก เนื่องจากราคาขายปลาบู่เป็นราคาที่สูง มีความผันผวนของราคาเพียงเล็กน้อยทำให้มีความแน่นอนในด้านราคาสูง กำไรต่อหน่วยที่ได้รับค่อนข้างมากกว่าสินค้าทดแทนพวกปลาชนิดอื่น ทำให้กำไรเป็นสิ่งจูงใจให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามามาก และคู่แข่งรายเดิมที่มีอยู่ในธุรกิจก็มีจำนวนมากรายพร้อมด้วยทั้งความรู้ และประสบการณ์การเลี้ยง

ประการที่ห้า ในด้านนโยบาย หรือมาตรการของรัฐในปัจจุบัน พบว่าไม่มีเรื่องใดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจแต่อย่างไรทั้งกับผู้ผลิตรายเดิม และผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้ามา

ประการที่หก ความแตกต่างของกำไรในการผลิต พบว่า ระหว่างผู้ผลิตรายเดิมกับคู่แข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามาไม่มีความแตกต่างกันในด้านการประหยัดต่อขนาด ไม่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสำหรับคู่แข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามาเพราะขนาดธุรกิจของผู้ผลิตรายเดิมมีขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ และการเรียนรู้กระบวนการผลิตอาจมีผลกระทบต่อการจัดการธุรกิจฟาร์มปลาบู่เพียงเล็กน้อยอย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ในระยะยาวกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในธุรกิจจะเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงานในธุรกิจฟาร์มปลาบู่

ประการสุดท้าย ความไม่แตกต่างกันของผลิตภัณฑ์ ปลาบู่เป็นสัตว์น้ำจืดมีคุณค่าทางโภชนาการไม่แตกต่างจากปลาอื่นมาก จึงยากที่จะสร้างความแตกต่างของปลาบู่จากปลาอื่น ๆ เช่น ในด้านความจงรักภักดีที่ต่ำ เนื่องจากการยอมรับของผู้บริโภค เป็นต้น

คู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน (Rivalry)

ปัจจุบันธุรกิจฟาร์มปลาบู่ มีการแข่งขันระดับปานกลางโดยพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยที่หนึ่ง จำนวนคู่แข่งขัน ผู้ผลิตในธุรกิจฟาร์มปลาบู่ที่ประสบความสำเร็จจากการศึกษา พบว่า มีจำนวนมากราย (ภาพที่ 4) และขนาดของธุรกิจเป็นขนาดเล็กทั้งหมดส่งผลให้อำนาจ และศักยภาพในการแข่งขันมีเท่าเทียมกันโดยทั่วไปของธุรกิจ การแข่งขันของผู้ผลิตอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากว่าสินค้า และราคาไม่แตกต่างกัน ขนาดธุรกิจเท่ากัน และการผลิตในธุรกิจเดียวกันยังไม่พบปัญหาใด ๆ การแข่งขันของผู้ซื้ออยู่ในระดับสูงจากการสัมภาษณ์ พบว่า ในส่วนของพ่อค้าคนกลางในช่วงที่ปลาบู่ให้ผลผลิตต่ำจะมีการแข่งขันสูง เช่น การไปรับซื้อผลผลิตจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งผลิตโดยตรงซึ่งทำให้ผู้ผลิตได้กำไรเพิ่มขึ้นกว่าการขายผลผลิตให้แหล่งรับซื้อเดิม เนื่องจากการลดต้นทุนค่าขนส่ง และการได้รับผลตอบแทนที่รวดเร็วจึงทำให้ผู้ผลิตยินดีที่จะขายผลผลิตให้

ปัจจัยที่สอง อัตราการเจริญเติบโตจากการสัมภาษณ์ พบว่า ราคาที่เกษตรกรได้รับเป็นราคาที่สูง และในระยะเวลาที่ผ่านมาความผันผวนของราคามีเพียงเล็กน้อย หรือไม่แตกต่างกันมากส่ง ผลให้กำไรต่อหน่วยที่เกษตรกรได้รับมีการเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย ในด้านปริมาณการผลิตในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีแนวโน้มการผลิตที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในระดับปกติ (ตารางที่ 3) ส่งผลให้ยอดขายค่อย ๆ เติบโต โดยทั่วไปของธุรกิจ อัตราการเจริญเติบโตของผู้ผลิตของธุรกิจฟาร์มปลาบู่มีการเติบโตในระดับช้าส่งผลให้ระดับการแข่งขันไม่มีความรุนแรง

ปัจจัยที่สาม คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ปลาบู่ในธุรกิจการผลิตลักษณะไม่แตกต่างกันทำให้การแข่งขันที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากด้านราคา เนื่องจากราคาที่ทำการซื้อขายกันเป็นราคาตลาดกำไรต่อหน่วยที่ได้สูง ลักษณะของผู้ซื้อเป็นลูกค้าประจำจึงมีการดึงดูดใจลูกค้าในด้านการบริการเน้นหนักในด้านคุณภาพปลาที่ต้องได้มาตรฐานตามที่กำหนด และมีคุณภาพที่สม่ำเสมอ เชื่อใจ และซื่อสัตย์ซึ่งกันและกัน

ปัจจัยที่สี่ ปริมาณของต้นทุนคงที่ พบว่า ต้นทุนคงที่ในส่วนของการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ มีปริมาณต้นทุนที่อยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบผลตอบแทนที่ได้รับเพราะต้นทุนคงที่ในส่วนของการผลิตมีปริมาณสูง แต่กำไรที่ได้เมื่อขายผลผลิตแล้วก็มีปริมาณที่สูงเช่นกัน

ปัจจัยที่ห้า กำลังการผลิตในส่วนของขนาดธุรกิจที่กล่าวไปบ้างแล้วว่าเป็นขนาดธุรกิจ ขนาดเล็กต่ำ ยังไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่จำ เป็นจะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ซึ่งเกินกำลังความสามารถของเกษตรกรในการจัดหาแหล่งเงิน ทุนทำให้กำลังการผลิตรวมอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับความต้องการของตลาด ผู้ผลิตจึงไม่ต้องแข่งขันกัน เพื่อแย่งลูกค้าดังนั้นระดับความรุนแรงของการแข่งขันต่ำ

ปัจจัยประการสุดท้าย อุปสรรคของการออกสู่อุตสาหกรรมอื่น พบว่า มีเทคโนโลยีการผลิตที่ต่ำ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิตทั่ว ๆ ไป ไม่ได้เฉพาะเจาะจงแต่อย่างไร ในด้านปัจจัยคงที่ เช่น ที่ดิน สาธารณูปโภค ซึ่งทั้งสองปัจจัยไม่มีผลต่อการออกสู่อุตสาหกรรมแต่อย่างไร

สินค้าหรือบริการทดแทน (Availability of Substitutes)

จากการสัมภาษณ์ และการรวบรวมข้อมูล ทำให้ทราบว่าระดับการทดแทนของสินค้า หรือบริการในธุรกิจฟาร์มปลาบู่อยู่ในระดับสูง พิจารณาได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าทางโภชนาการ (ตารางที่ 5) จะเห็นได้ว่า ปลาบู่มีคุณค่าทางโปรตีนน้อยเท่ากับ 16.60 กรัมเป็นอันดับที่ 22 เมื่อเปรียบเทียบกับปลาชนิดอื่นจากในตาราง คุณค่าทางไขมันมากเท่ากับ 2.70 กรัมเป็นอันดับที่ 8 เมื่อเปรียบเทียบกับปลาชนิดอื่นจากในตาราง พบว่า สินค้าทดแทนทางคุณค่าด้านโภชนาการมีระดับการทดแทนสูง

ในการทำกำไรของธุรกิจทดแทน (ตารางที่ 1) จะเห็นได้ว่า ราคาปลาบู่เป็นราคาที่สูงที่สุดโดยเปรียบเทียบกับราคาปลาน้ำจืดที่นิยมบริโภค ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจทดแทนต่ำ คือ กำไรที่ได้รับจากการขายปลาชนิดอื่นต่ำกว่ากำไรที่ได้รับจากการขายปลาบู่เมื่อเทียบกันในขนาด และคุณภาพเดียวกัน

การใช้เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าทดแทนสูง เนื่องจากการผลิตปลาชนิดอื่น หรือปลาบู่ไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร หรืออุปกรณ์ระดับสูงในการผลิตทำให้ปลาบู่มีการทดแทนกันได้ง่ายในด้านของเทคโนโลยีการผลิต แต่ในการเพาะพันธุ์ การเลี้ยงปลาบู่ให้ประสบความสำเร็จนั้นเป็นเรื่องยากจากการสัมภาษณ์ พบว่า จะต้องใช้เทคนิคการเพาะพันธุ์ ซึ่งได้มาจากประสบการณ์

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการของปลาในเนื้อปลา 100 กรัม

ชนิดปลา	โปรตีน (กรัม)	ไขมัน (กรัม)
ปลาทู (นึ่ง)	24.70	6.10
ปลากระโทงแทง	23.40	3.20
ปลาตะเพียน	22.00	2.60
ปลาทู (สด)	21.50	-
ปลากระบอก	20.70	3.90
ปลานวลจันทร์	20.60	2.00
ปลาน้ำดอกไม้	20.50	-
ปลาดุก (อุย)	20.00	2.00
ปลาแป้น	19.60	1.00
ปลาเก๋า (ดำ)	19.40	-
ปลาช่อนน้ำจืด	19.10	-
ปลาสำลี	19.00	1.30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ชนิดปลา	โปรตีน (กรัม)	ไขมัน (กรัม)
ปลาแดง	18.90	1.20
ปลาเก๋า	18.80	-
ปลากะพงแดง	18.70	-
ปลาช่อนทะเล	18.40	4.00
ปลาลิ้นหมา,ปลาสลิด	17.20	1.90
ปลาจะละเม็ด (ขาว,เทา)	16.80	5.20
ปลาบู่	16.60	2.70
ปลาสวาย	14.40	28.20
ปลาจะละเม็ด (ดำ)	-	3.20
ปลาดุก (ด้าน)	-	2.20
ปลากะพง (แดง)	-	2.10

ที่มา: (กรมอนามัย, 2546)

การเลี้ยง ทำให้เทคนิคในการผลิตปลาบู่มีการทดแทนกันต่ำ การผลิตพันธุ์ปลาบู่มีการทดแทนกันได้ยาก เนื่องจากไม่มีการปิดเผยเทคนิคการเพาะพันธุ์

ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงการซื้อสินค้าไปสู่การซื้อสินค้าทดแทนต่ำ เนื่องจากราคาปลาบู่มีราคาที่สูงกว่าปลาชนิดอื่นในการที่ผู้บริโภคจะหันไปบริโภคปลาชนิดอื่นจึงเป็นเรื่องง่าย ต้นทุนของสินค้าทดแทนต่ำผู้บริโภคจึงหันไปบริโภคปลาชนิดอื่นแทน (ตารางที่ 1)

อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Power of Supplier)

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ระดับของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตให้กับธุรกิจฟาร์มปลาบู่อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากปัจจัยหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อธิบายได้ดังนี้ ผู้ ขายปัจจัยการผลิตหลัก ๆ มี 2 แหล่ง คือ ผู้ขายปลาในตลาดสดท้องถิ่น และห้องเย็นปลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ขายปัจจัยการผลิตในตลาดท้องถิ่นมีจำนวนน้อยราย ปริมาณปัจจัยการผลิตที่ขายมีปริมาณน้อย ลักษณะของปัจจัยการผลิตมีความแตกต่างกันน้อย หรือไม่แตกต่างกัน ในส่วนของผู้ขายปัจจัยการผลิตไม่มีการรวมกลุ่มกันส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตต่ำ ในแหล่งผู้ขายปัจจัยการผลิตห้องเย็นปลา พบว่า มีจำนวนผู้ขายปัจจัยการผลิตน้อยราย เป็นศูนย์รวมปลาโดยจะมีปลาจำนวนหลายชนิด และแต่ละชนิดมีปริมาณที่มาก แต่ยังมีการรวมตัวกันของผู้ขายในการขายสินค้าจะขายให้กับผู้ซื้อในปริมาณมากในราคาที่แตกต่างกันกับผู้ซื้อในปริมาณน้อย หรือผู้ซื้อปลีก อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง เพราะเป็นผู้ขายสินค้าในลักษณะขายส่งอยู่แล้วจึงไม่จำเป็นต้องให้ความสนใจกับผู้ซื้อรายใดรายหนึ่งมากเกินควร จะเห็นว่าจากแหล่งผู้ขายปัจจัยการผลิตทั้งสองแหล่ง พบว่า ผู้ขายปัจจัยการผลิตห้องเย็นปลามีระดับอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบที่สูงกว่าในแหล่งของผู้ขายปัจจัยการผลิตในตลาดสด เนื่องจากปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ปริมาณสินค้าที่ขาย ราคาซื้อขายที่ตกลงกัน จำนวนผู้ขาย ลักษณะสินค้า และการทดแทนกันของสินค้า

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Power of Buyers)

ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองปานกลางกับเกษตรกร โดยพิจารณาจากปัจจัยหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อธิบายได้ดังนี้

ปริมาณในการซื้อของผู้ซื้อปลาบู่ โดยผู้ซื้อจะซื้อปลาบู่ในสัดส่วนปริมาณมากในการซื้อขายกันเป็นลักษณะลูกค้าประจำ และกำหนดเงื่อนไขกับผู้ผลิตในธุรกิจฟาร์มปลาบู่ได้ เช่น การต่อรองกับผู้ผลิตในเรื่องการบริการ โดยผู้ผลิตจะทำการส่งปลาบู่ฟรีให้ถึงที่ และไม่คิดค่าบริการด้านการขนส่งเพิ่ม เป็นต้น

ในด้านศักยภาพของผู้ซื้อในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการไปข้างหลัง (backward integration) พบว่า มีโอกาสน้อยอยู่ในระดับต่ำ เพราะเนื่องจากว่าในการจะเลี้ยงปลาบู่ไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะการเพาะพันธุ์ปลา และในการลงทุนเลี้ยงปลาบู่จะต้องใช้เงินลงทุนสูงโดยเฉพาะปัจจัยคงที่ และในการเลี้ยงจะยุ่งยากซับซ้อน เพราะปลาบู่เป็นปลาที่ต้องการการดูแลเอาใจใส่จึงมีผู้ซื้อน้อยรายที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ซื้อ และเป็นทั้งผู้ผลิตควบคู่กันไปในการผลิตของธุรกิจฟาร์มปลาบู่มีจำนวนผู้ขายมากราย ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อปลาบู่ จากคุณภาพได้ เช่น คุณภาพปลาที่จัดส่งให้ผู้ซื้อ จะต้องได้มาตรฐานตามที่ตกลงกัน มิฉะนั้นราคาที่ได้รับจะต่ำกว่าราคามาตรฐาน หรือหากพบว่า มีการจัดส่งปลาต่ำกว่ามาตรฐานบ่อยครั้ง ผู้ซื้อจะไม่รับซื้อปลาบู่จากผู้ผลิตรายนั้นอีกต่อไป เพราะหากไม่ทำเช่นนี้จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ซื้อเองด้วย ในด้านผู้ซื้อคนสุดท้าย หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภค พบว่า มีอำนาจในการต่อรองระดับสูงต่อหน่วยทุกหน่วยในธุรกิจฟาร์มปลาบู่ เนื่องจากสินค้าไม่มีความแตกต่างกันมากเมื่อเทียบกับปลาชนิดอื่น ซึ่งในการบริโภคปลาบู่ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการบริโภค และความชอบของผู้บริโภค ทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือก และอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้ขาย

ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ขายต่ำ ในการที่ผู้ซื้อจะหันไปซื้อปลาบู่จากผู้ขายรายอื่นย่อมไม่มีผลกระทบต่อผู้ซื้อมาก เพราะเนื่องจากสาเหตุในการเปลี่ยนผู้ขาย คือ คุณภาพปลาบู่ไม่ได้ตามมาตรฐานที่ต้องการ หากผู้ซื้อไม่ทำการเปลี่ยนผู้ขาย ผู้ซื้อจะต้องเสียความน่าเชื่อถือ หรือเสียลูกค้าของตนเองเมื่อเปรียบเทียบต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ขายต่ำกว่า ส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองมากกว่าผู้ขายสินค้า หรือบริการทดแทน ธุรกิจฟาร์มปลาบู่เป็นสินค้าอาหารมีสินค้าทดแทนหลายชนิดทั้งในส่วนของเนื้อปลาด้วยกัน และเนื้อสัตว์ต่าง ๆ ผู้ซื้อคนสุดท้าย หรือผู้บริโภคมีทางเลือกหลายทางในการพิจารณาจึงมีอำนาจต่อรองมากกว่าแต่จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่นิยมบริโภคปลาบู่ เนื่องจากพฤติกรรมความชอบ และความเชื่อถึงสรรพคุณที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกาย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกกับกรอบแนวความคิด

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ คู่แข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามา ผู้ขายปัจจัยการผลิต อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน และการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ของธุรกิจฟาร์มปลาบู่กับกรอบแนวความคิดสามารถอธิบายได้ ดังนี้

คู่แข่งรายใหม่

เกษตรกร ประกอบอาชีพการเลี้ยงปลาบู่จะต้องมีเงินทุนอยู่ในระดับสูงประมาณ 900,000 บาท เพื่อใช้ในการลงทุนเริ่มต้น และมีเงินทุนหมุนเวียนเดือนละ 5,000 บาท เพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการครองชีพ การเลี้ยงปลาในระหว่างเวลา 8-9 เดือน นอกจากจะต้องมีเงินทุนในการเลี้ยงแล้วเกษตรกรจะต้องมีความรู้พื้นฐานในการเลี้ยงปลามาก่อนด้วยจะเป็นผลดี ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการเลี้ยง และด้านที่ดินควรจะมีเป็นของตนเอง เพราะจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าเช่าที่ดินลงได้

จากผลการศึกษา ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในการขยายกำลังการผลิตในธุรกิจฟาร์มปลาบู่ในด้านเกษตรกรปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เงินทุน รองลงมา คือ ความรู้ และที่ดิน ส่วนความเชื่อมั่นขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางด้านการเงิน และความรู้ หากมีเงินทุนเพียงพอ และมีความรู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 สรุปการวิเคราะห์การได้เปรียบทางการแข่งขัน (The competitive advantage) ของผู้ผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่

อุปสรรคของผู้เข้าใหม่	คู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน	สินค้าหรือบริการทดแทน	อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต	อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ
ระดับการแข่งขันปานกลาง ขาดแคลนแหล่งเงินทุนเนื่องจากมีการลงทุนแรกเริ่มสูง ความเสี่ยงสูงเนื่องจากปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้	ระดับการแข่งขันปานกลาง มีการแข่งขันต่ำในส่วนของผู้ผลิตแต่ผู้ซื้อมีการแข่งขันสูง อัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจฟาร์มปลาบู่อยู่ในระดับช้า	ระดับการแข่งขันสูง คุณค่าทางโภชนาการมีการทดแทนกันสูง ราคาปลาบู่สูง ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทนต่ำ	ระดับการแข่งขันปานกลาง ผู้ขายปัจจัยการผลิตในตลาดไม่มีการรวมกลุ่มกัน ระดับอำนาจการต่อรองต่ำ ระดับอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตห้องเย็นปลามีมากกว่าผู้ขายปัจจัยการผลิตในตลาดสด	ระดับการแข่งขันปานกลาง สัดส่วนปริมาณการซื้อมาก ศักยภาพของผู้ซื้อในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการไปข้างหน้า มีโอกาสอยู่ในระดับหลัง

ตารางที่ 6 (ต่อ)

อุปสรรคของผู้เข้าใหม่	คู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน	สินค้าหรือบริการทดแทน	อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต	อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ
ความรู้ ประสบการณ์ในการเลี้ยงปลาบู่โดยเฉพาะเทคนิคการเพาะพันธุ์ปลาที่ยังไม่มีการเปิดเผย นโยบายหรือมาตรการของรัฐไม่มีผลกระทบ ไม่มีความแตกต่างกันในด้าน กำไรของขนาดการผลิตกับคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาไม่มีความแตกต่างกันของสินค้า	ลักษณะของสินค้าและบริการไม่แตกต่างกันส่งผลให้ไม่มีการแข่งขันกันด้านราคา ขนาดธุรกิจขนาดเล็กมีความรุนแรงของการแข่งขันต่ำ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิตต่ำ	เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตปลาบู่ต่ำ ไม่จำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญ ความรู้เฉพาะด้านในการใช้เทคโนโลยีการผลิต		จำนวนผู้ขายมากรายอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมากกว่าผู้ขาย สินค้าหรือบริการทดแทนของผู้บริโภคสูง

ในการเลี้ยงปลา เกษตรกรก็จะมีความเชื่อมั่นในตัวเองมากขึ้น จะทำอะไรก็กล้าตัดสินใจเพราะมีเงินทุน และความรู้ประกอบการตัดสินใจ

การผลิต ปลาบู่เมื่อเทียบกับปลาน้ำจืดชนิดอื่นแล้ว ปลาบู่เป็นปลาที่มีการเลี้ยงยากกว่าปลาชนิดอื่น เพราะต้องมีการเรียนรู้นิสัยการกิน การเคลื่อนไหวของปลาบู่ก่อน เนื่องจากปลาบู่มีนิสัยไม่เหมือนปลาชนิดอื่น หากคู่แข่งขันรายใหม่ไม่เข้าใจลักษณะนิสัยของปลาบู่ก็จะทำให้ปลามีอัตราการเจริญเติบโตช้า

พันธุ์ปลา พันธุ์ปลาที่ใช้ในการเลี้ยง ร้อยละ 70 นำมาจากธรรมชาติ และร้อยละ 30 มาจากการเพาะเลี้ยงเมื่อเทียบกับปลาน้ำจืดชนิดอื่น ร้อยละ 80 มาจากการเพาะเลี้ยงส่วน ร้อยละ 20 มาจากธรรมชาติ ซึ่งปลาที่ได้จากธรรมชาติจะมีสัดส่วนปริมาณไม่แน่นอน และมีปริมาณน้อย หากจะทำการส่งออกควรจะเป็นปลาที่มาจากการเพาะเลี้ยงมากกว่า เพราะสามารถกำหนดปริมาณปลาได้ และมีปริมาณมาก อาหารที่ใช้เลี้ยงปลาเป็นปลาสด ร้อยละ 94 ที่เหลือเป็นรำ ร้อยละ 5 และเกลือแร่ ร้อยละ 1 การหาซื้ออาหารปลาบู่เมื่อเทียบกับอาหารปลาทั่ว ๆ ไปแล้วสามารถหาซื้อได้ทั่ว ๆ ไปตามท้องตลาดเหมือนกัน ราคาอาหารปลาก็ไม่แตกต่างกัน การเลี้ยงปลาบู่ต้องมีการดูแลเอาใจใส่มากกว่าปลาชนิดอื่น ๆ เช่น การให้อาหารต้องให้เป็นเวลา มีปริมาณการให้ในแต่ละช่วงแตกต่างกันก่อนการขนย้ายต้องมีการงดการให้อาหารก่อน 1-2 วัน เป็นต้น

จากการศึกษา ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ในประเทศไทยทางด้านการผลิต ปัญหาที่สำคัญ คือ เรื่องการขาดแคลนพันธุ์ปลาที่เพียงพอและรองลงมา ได้แก่ การขาดการดูแลเอาใจใส่ ส่วนของอาหารที่ใช้เลี้ยงปลาบู่ไม่มีผลต่อการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ เพราะสามารถหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด และราคาไม่แพง

การตลาด การที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาสู่ตลาดปลาบู่สามารถทำได้ยาก เนื่องจากคู่แข่งขันไม่สามารถขยายพันธุ์ปลาเองได้ ปลาบู่เป็นสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่ายหากไม่มีการอนุบาลหรือบรรจุหีบห่อที่ดีก็จะส่งผลต่อปริมาณปลาที่รอดชีวิต หากเกิดการสูญเสียมากก็จะทำให้เกิดการขาดทุนได้ ส่วนราคาที่ทำการซื้อขายนั้นจะเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ซึ่งราคาจะขึ้นลงช่วงประมาณ 10-50 บาท เท่านั้น ทางด้านการเข้ามาแทรกแซงในตลาดปลาบู่สามารถทำได้ง่าย เพราะเป็นการทำการค้าขายแบบตัวใครตัวมัน ไม่มีการรวมกลุ่มจึงมีผลต่ออำนาจในการต่อรองราคาซื้อขายของผู้ซื้อผู้ผลิตได้

ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในด้านการผลิตปัจจัยที่สำคัญอยู่ที่เกษตรกรขาดการรวมกลุ่มกันมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อม ที่ใช้ในการเลี้ยงปลาบู่คู่แข่งขันรายใหม่ต้องมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการลักขโมย และป้องกันการเกิดโรค มีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ สามารถทำการเคลื่อนย้ายปลาได้สะดวก ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นกับปลา

ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สำคัญที่สุดในห้าปัจจัย อยู่ที่การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในการเลี้ยงปลาบู่

ผู้ขายปัจจัยการผลิต

เกษตรกร ขาดแคลนเงินทุน ทำให้เกิดการขาดอำนาจในการต่อรองในการซื้อปัจจัยการผลิตกับผู้ขาย เพราะไม่มีเงินทุนสำรองดังนั้นเกษตรกรจะต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาแพง เนื่องจากเกษตรกรซื้อเป็นเงินเชื่อ ผู้ขายจะขายราคาเท่าไรเกษตรกรก็ต้องซื้อ เนื่องจากไม่มีแหล่งเงินทุน และไม่มีสิทธิ์ในการต่อรอง หรือในการเลือกกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิต นอกจากนั้นถ้าเกษตรกรไม่มีเงินทุน และขาดแคลนความรู้ เกษตรกรจะตกอยู่ในการควบคุมของผู้ขายปัจจัยการผลิต ในเรื่องของค่าใช้จ่ายเรื่องที่ดินที่เช่ามาจากคนอื่น ซึ่งต้องจ่ายค่าเช่าให้ผู้อื่น ซึ่งผลเหล่านี้เป็นผลเชื่อมโยงมาจากการที่เกษตรกรขาดเงินทุน และขาดความรู้ ทำให้ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองส่งผลให้ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง

การผลิต พันธุ์ปลาที่นำมาเลี้ยงส่วนใหญ่จะหามาจากตามธรรมชาติ บางส่วนก็ซื้อมาจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซึ่งเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองน้อยกว่า เพราะพันธุ์ปลาหายากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีอำนาจต่อรองมากกว่าชาวประมง เพราะชาวประมงเป็นพวกเกษตรกรที่หาเลี้ยงชีพไปวัน ๆ ได้มาเป็นจำนวนน้อย ใครให้ราคาเท่ากันก็ขาย เพราะเกษตรกรคิดว่าดีกว่าปล่อยไว้ให้มันตาย เกษตรกรมีอำนาจต่อรองในการซื้ออาหารปลาสูงในกรณีที่เป็นเกษตรกรที่มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ เพราะสามารถหาซื้อได้ทั่ว ๆ ไปตามแพปลา หรือตลาดสดทั่วไป ปัจจัยการผลิตหรือการดูแลเอาใจใส่หรือบริการลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากลูกค้าที่มาซื้อของจากผู้ขายปัจจัยการผลิตแต่ละรายมิใช่เป็นลูกค้าที่จงรักภักดีเฉพาะร้านใดร้านหนึ่งเท่านั้นแต่จะทำการเลือกซื้อร้านที่ถูกที่สุดเท่านั้น ดังนั้น ผู้ขายปัจจัยการผลิตจึงดูแลเท่าเทียมกันหมดไม่ได้ดูแลรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ

ตลาด บุคคลที่ซื้อปลากเกษตรกรส่วนใหญ่มักมีอำนาจต่อรองสูง เพราะเป็นผู้ซื้อรายใหม่ เกษตรกรเป็นเพียงรายย่อยที่สำคัญปลาบู่เป็นสินค้าเกษตรเกิดการเน่าเสีย หรือสูญเสียง่าย ตลาดของผู้ขายปัจจัยการผลิตของปลาบู่ ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่สูง เนื่องจากราคาขายปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่ใช้เลี้ยงปลาบู่มีราคาแพง เกษตรกรมีอำนาจการต่อรองต่ำราคารับซื้อเท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดิมจะส่งผลให้เกษตรกรได้กำไรน้อย หากตลาดผู้ขายปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ เกษตรกรก็จะมีอำนาจการต่อรองสูงส่งผลให้ต้นทุนการเลี้ยงปลาบู่ต่ำถึงแม้ราคารับซื้อจะไม่เพิ่มขึ้นแต่เกษตรกรจะได้รับกำไรเพิ่มขึ้น และยิ่งเกษตรกรมีการรวมกลุ่มสมาชิกกันก็จะยิ่งเป็นผลดีต่อสมาชิกภายในกลุ่มมากขึ้น เพราะจะทำให้สมาชิกสามารถซื้อของได้ในราคาที่ถูกลง

สภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้งมีผลต่อการซื้อขายปัจจัยการผลิตถ้าหากเราเลือกทำเลที่ตั้งที่มีการคมนาคมสะดวกสบาย ใกล้ความเจริญมีผู้ขายปัจจัยการผลิตมากรายก็จะทำให้เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองสูง เพราะผู้ขายปัจจัยการผลิตต่างก็ต้องหากลยุทธ์มาดึงดูดใจลูกค้าเป็นการแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง โดยการลดราคา เป็นตัวตัดราคาคู่แข่งขันเป็นเรื่องปกติ จึงส่งผลให้เกษตรกรสามารถซื้อปัจจัยการผลิตได้ราคาถูก และหากได้ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ไม่มีโรคระบาด หรือไม่มีการลักขโมยเกิดขึ้นก็จะทำให้เกษตรกรลดต้นทุนในการซื้อยารักษาโรค การจ้างแรงงานเพิ่ม หรือลงได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนขึ้นอยู่กับการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมด้วย

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

เกษตรกร ผู้ที่มาซื้อปลาบู่จากเกษตรกรจะมีอำนาจการต่อรองสูงกว่าเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรขาดแคลนแหล่งทุน และความรู้ ทำให้มีการกู้เงินนอกระบบเกิดขึ้นเพื่อมาใช้ในการลี้ยงปลาจึงทำให้เกิดข้อผูกมัดในด้านการขายปลาที่โตแล้วให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายนี้เพียงรายเดียวเท่านั้น ดังนั้น เมื่อเกษตรกรเลี้ยงปลาได้ขนาดตามต้องการก็ต้องขายปลาให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นคนนี้คนเดียว ซึ่งในด้านของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะให้ราคาเท่าไรต่อเกษตรกรตัวเกษตรกรก็จะต้องขายในราคานั้น เพราะได้มีข้อผูกมัดไว้ ในด้านราคานั้นเป็นราคาที่ต่างฝ่ายต่างยอมรับโดยอิงราคาตลาดเป็นหลัก และหากเกษตรกรไม่มีทุนในการเลี้ยงไม่มีความรู้ และไม่เลี้ยงปลาส่งให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นก็จะทำให้ไม่มีปลาบู่ขาย หรือมีจำนวนน้อยมาก

การผลิตเกษตรกรที่ซื้อพันธุ์ปลาจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หรือพ่อค้าคนกลางมีอำนาจในการต่อรองราคาต่ำ เนื่องจากปริมาณพันธุ์ปลาหายาก และไม่สามารถเพาะขยายพันธุ์จากลูกปลาวัยอ่อนเป็นพันธ์ลูกปลาได้สำเร็จ เกษตรกรจะหาพันธุ์ปลาจากธรรมชาติมาลี้ยงก็หาได้ในปริมาณไม่มากนัก เสียต้นทุนในการหาลูกพันธุ์ปลาสูง เสียเวลามาก ปัจจุบันพันธุ์จากแหล่งน้ำธรรมชาตินับวันยิ่งลดลงเรื่อย ๆ สาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม แม่น้ำลำคลองเกิดการเน่าเสียมากยิ่งขึ้น ส่วนอาหารปลาที่ใช้เลี้ยงปลาสามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามแพปลา หรือตลาดสด แสดงว่าอำนาจการต่อรองราคาของผู้ซื้ออาหารปลามีสูงกว่าผู้ขายอาหารปลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด ปลาบู่เป็นสินค้าที่เกิดการเน่าเสียง่าย ดังนั้น ผู้ซื้อน่าจะมีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้าสูง แต่ในความเป็นจริงแล้วผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองราคาต่ำ เพราะปลาบู่เป็นปลาที่หายาก มีคนเลี้ยงน้อย ผู้ขายมักเป็นคนกำหนดราคาสินค้าในตลาด จึงทำให้ราคาสูง ซึ่งราคานี้จะขึ้นลงไม่มากนัก ถ้าหากเกษตรกรเกิดการรวมตัวกันมากยิ่งขึ้นก็จะส่งผลกระทบให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองต่ำลง เพราะราคาที่ทำการซื้อขายกันนั้นจะเป็นราคามาตรฐานเดียวกัน จึงทำให้ผู้ซื้อไม่มีทางเลือกมากนัก จำเป็นที่จะต้องซื้อในราคานี้เท่านั้น แต่ถ้าหากเกษตรกรขาดการรวมกลุ่มกันอาจเกิดการแข่งขันทางด้านราคาได้ เพราะเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถขายสินค้าได้รวดเร็ว และมีปริมาณมาก

สภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้งของปลาบู่ไม่มีผลกระทบโดยตรงต่ออำนาจการต่อรองของผู้ซื้อแต่มีผลกระทบทางอ้อม คือ หากทำเลที่ตั้งไม่ดีปลาก็ไม่เจริญเติบโต ทำให้ราคาที่เกษตรกรจะได้รับก็ต่ำลงไปด้วย จากที่กล่าวข้างต้นว่า ทำเลที่ตั้งไม่มีผลกระทบโดยตรง เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อปลาบู่จากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลางมากกว่าที่จะไปซื้อโดยตรงกับเกษตรกร ส่วนผู้บริโภคที่นิยมซื้อโดยตรงกับเกษตรกรมักเป็นบุคคลในละแวกใกล้เคียง แต่มีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากคนไทยไม่นิยมบริโภคปลาบู่ ผู้นิยมบริโภคปลาบู่ส่วนใหญ่เป็นชาวจีน และมักจะซื้อรับประทานตามภัตตาคาร ซึ่งจะเห็นว่าทำเลที่ตั้งไม่มีผลกระทบต่ออำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมากนัก นอกจากปัจจัยข้างต้นแล้วปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ คือ โรคมีผลต่อผู้ซื้อมาก หากปลาเป็นโรคผู้บริโภคจะไม่นิยมนำไปรับประทานแม้จะทำสุกแล้วก็ตาม ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองสูงขึ้นทันที

ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกัน

เกษตรกร ที่นำเงินมาลงทุนเลี้ยงมาปลาบู่สามารถนำเงินไปเลี้ยงปลาชนิดอื่นได้ในปริมาณที่มากกว่า เพราะต้นทุนในการเลี้ยงปลาบู่สูงกว่าต้นทุนการเลี้ยงปลาชนิดอื่น จากหัวข้อต้นทุนและผลตอบแทน แต่ผลตอบแทนที่ได้รับจากการเลี้ยงปลาบู่จะสูงกว่าผลตอบแทนของการเลี้ยงปลาอื่น ถึงแม้ระยะเวลาในการเลี้ยงปลาบู่จะนานกว่าปลาอื่นก็ตาม ความรู้ที่ใช้ในการเลี้ยงปลาบู่เมื่อเทียบกับปลาอื่น ปลาบู่ต้องใช้ความรู้ ประสบการณ์ และความพยายามมากกว่าปลาชนิดอื่น รวมทั้งพื้นที่ในการเลี้ยงปลาบู่ต้องมากกว่าของปลาชนิดอื่น ดังนั้น ในการเลี้ยงปลาเป็นจำนวนมาก ต้องมีพื้นที่ในการเลี้ยงเป็นจำนวนมาก ปลาบู่เป็นสินค้าที่มีการทดแทนสูง เพราะเลี้ยงยาก โตช้า ลงทุนสูง ใช้ระยะเวลาในการเลี้ยงนานกว่าปลาอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิต พันธุ์ปลาสามารถหาได้ยากกว่าพันธุ์ปลาอื่น เนื่องจากพันธุ์ปลาชนิดอื่นสามารถเพาะขยายพันธุ์ได้ง่าย มีอัตราการรอดสูง อาหารที่ใช้เลี้ยงปลาบู่ นอกจากปลาเป็ด รำ เกลือแร่ และวิตามิน ก็สามารถหาอาหารอย่างอื่นแทนได้ เช่น ใช้ปลาทะเลแทนปลาเป็ดได้ เป็นต้น การดูแลเอาใจใส่ปลาบู่ต้องมีความพิเศษมากกว่าปลาอื่น หากผู้เลี้ยงไม่เอาใจใส่อย่างจริงจัง อาจส่งผลกระทบทำให้เกษตรกรถึงกับล้มละลายได้ เพราะการเลี้ยงปลาบู่ต้องลงทุนสูงกว่าปลาอื่น

การตลาด ปลาบู่ผู้บริโภคนิยมให้เป็นปลามีชีวิตจนกระทั่งถึงเวลาปรุงเป็นอาหาร ซึ่งต่างกับปลาชนิดอื่น ดังนั้น จึงส่งผลให้ปลาบู่เป็นปลาที่มีราคาแพงกว่าปลาชนิดอื่น เพราะการขนส่ง เคลื่อนย้ายปลาบู่ต้องทำด้วยความระมัดระวัง และยังมีต้นทุนการบรรจุหีบห่อ ค่าแรงงานสูงด้วย เพื่อก่อให้เกิดการสูญเสียน้อย ปลาบู่เป็นสินค้าที่มีการทดแทนกันต่ำ เพราะเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายในราคาที่แพงกว่า

สภาพแวดล้อม ในการเลี้ยงปลาบู่กับปลาน้ำจืดอื่น ๆ เหมือนกัน คือ ต้องตั้งในแหล่งที่มีแม่น้ำอุดมสมบูรณ์ ไม่เน่าเสีย ปราศจากโรค และการลักขโมย

การแข่งขันระหว่างธุรกิจ

เกษตรกร ที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงปลาบู่ภายในประเทศไทยมีการแข่งกันกันน้อยมาก เพราะปริมาณความต้องการของตลาดต่างประเทศสูง (ตารางที่ 4) ซึ่งไม่ว่าเกษตรกรจะเลี้ยงปลาบู่มากแค่ไหนก็มีตลาดรองรับ ไม่มีปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาด

การผลิต พันธุ์ปลาหายาก ดังนั้น จึงมีการแข่งขันกันเรื่องการซื้อพันธุ์ปลาสูงมาก เพื่อที่จะได้พันธุ์มาเป็นจำนวนมากตามที่ต้องการ ส่วนธุรกิจอาหารปลาบู่ปัจจุบันมีการแข่งขันกันอยู่ในระดับปานกลาง เพราะแหล่งขายอาหารปลามีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาด สามารถหาซื้อได้ง่าย แต่มีจำนวนน้อยราย

การตลาด ปลาบู่เป็นปลาที่มีชีวิตที่มีการส่งออก ผลตอบแทนสูง ดังนั้น ตลาดการส่งออกจึงการมีการแข่งขันกันสูง เพื่อให้ได้ปลาบู่ในปริมาณที่มากขึ้น เพราะปริมาณความต้องการของตลาดต่างประเทศมีไม่จำกัด พ่อค้าต่าง ๆ พยายามช่วงชิงปลาบู่มาเป็นของตนเอง เนื่องจากมีราคาแพง ผลตอบแทนสูง

สภาพแวดล้อม พื้นที่ที่ใช้เลี้ยงปลาบู่ในแต่ละพื้นที่มักไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้น การแข่งขันระหว่างธุรกิจ พื้นที่ในการเลี้ยงไม่มีผลเกี่ยวข้องกับระดับการแข่งขันเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกกับกรอบแนวความคิด

	อุปสรรคของคู่แข่งรายใหม่	อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต	อำนาจการต่อรองรองของผู้ซื้อ	อุปสรรคของสินค้าทดแทน	การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีอยู่
เกษตรกร					
เงินทุน	สูง	แปรผันตามระดับเงินทุน	แปรผกผันตามเงินทุน	สูง	น้อย
ความรู้	ปานกลาง	แปรผันตามระดับความรู้	แปรผกผันตามความรู้	สูง	สูง
ที่ดิน	ปานกลาง	ไม่มีผล	ไม่มีผล	สูง	น้อย
การผลิต					
พันธุ์ปลา	สูง	สูง	น้อย	สูง	สูง
อาหารปลา	น้อย	น้อย	สูง	ปานกลาง	น้อย
การจัดการฟาร์ม	สูง	ไม่มีผล	ไม่มีผล	น้อย	ปานกลาง
การตลาด					
สินค้าเกิดการเน่าเสียง่าย	สูง	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
การเคลื่อนไหวของราคาสินค้า	น้อย	น้อย	น้อย	ปานกลาง	น้อย
เกษตรกรขาดการรวมกลุ่ม	น้อย	น้อย	สูง	น้อย	น้อย
สภาพแวดล้อม					
ทำเลที่ตั้ง	น้อย	สูง	น้อย	ปานกลาง	น้อย
โรค	น้อย	แปรผกผันตามโรค	แปรผกผันตามโรค	น้อย	น้อย
การลักขโมย	น้อย	ไม่มีผล	แปรผกผันตามการลักขโมย	น้อย	น้อย
รัฐบาล	น้อย	ไม่มีผล	ไม่มีผล	น้อย	น้อย

การวิเคราะห์ความรุนแรงของวิถีการตลาด

ในการวิเคราะห์ความรุนแรงของวิถีการตลาดจะทำการวิเคราะห์แต่ละองค์กรของระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เกษตรกรผู้เลี้ยง

จากการศึกษา พบว่า จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงมีจำนวนน้อยรายเมื่อเทียบกับเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาชนิดอื่นที่นิยมบริโภคกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยกำลังการผลิต ปริมาณผลผลิตที่ได้มีน้อยส่งผลให้ในระหว่างเกษตรกรด้วยกันมีระดับการแข่งขันต่ำ

เกษตรกรผู้เลี้ยงมีจำนวนประมาณ 100 ราย พบว่า เป็นจำนวนที่น้อยระดับความหนาแน่นปานกลาง ส่งผลให้ปริมาณปลาบู่ที่ได้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น

จากการศึกษา พบว่า จำนวนพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีมากเมื่อเทียบกับจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยง ในอัตราส่วน 1 ต่อ 3 ซึ่งพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างกันในการรวบรวมปลาบู่จากเกษตรกรส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง ในการแข่งขันระหว่างพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นด้วยกัน พบว่า ระดับการแข่งขันปานกลางไม่รุนแรง เนื่องจากราคาปลาบู่ไม่มีความแตกต่างกันในแต่ละราย ไม่พบปัญหาใด ๆ ในการซื้อขาย

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีจำนวนประมาณ 30 ราย พบว่า เป็นจำนวนที่สูงระดับความหนาแน่นสูง ส่งผลให้มีการแข่งขันกันแต่ไม่รุนแรงโดยจะไม่แข่งขันด้านราคา แต่จะแข่งขันกันในด้านการบริการ คุณภาพปลา ความซื้อสัตย์ในการซื้อขายระหว่างกัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อตัวเกษตรกรผู้เลี้ยง และพ่อค้าคนกลางในการซื้อขายกันในลักษณะลูกค้าประจำ ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนพ่อค้ารวบรวมมาก แต่ปริมาณปลาบู่ที่ได้ขึ้นอยู่กับเกษตรกร ดังนั้น ปริมาณปลาบู่ในส่วนของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นยังคงไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของพ่อค้าคนกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ่อค้ารวบรวมในจังหวัด

จากการศึกษา พบว่า จำนวนพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดมีมากเมื่อเทียบกับหน่วยในโครงสร้างวิถีการตลาดที่ต้องเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยง พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จะทำการซื้อขายปลาบู่ให้พ่อค้ารวบรวมในจังหวัดแล้วจึงจะส่งต่อไปยังพ่อค้าคนกลางซึ่งจะทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าอีกที และบางส่วนได้แย่งส่วนแบ่งการตลาดของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โดยการรับซื้อปลาบู่จากเกษตรกรผู้เลี้ยงโดยตรง ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อตัวพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นในการแย่งลูกค้า และพ่อค้ารวบรวมจังหวัดยังทำวิถีการตลาดของตลาดปลาบู่ยาวขึ้นซึ่งเป็นผลเสียต่อตัวเกษตรกรด้วยในด้านราคาที่ได้รับจะถูกแบ่งไปให้พ่อค้ารวบรวมในจังหวัด

พ่อค้ารวบรวมในจังหวัดมีจำนวนประมาณ 15 ราย พบว่า เป็นจำนวนที่สูงระดับความหนาแน่นสูง ส่งผลให้การแข่งขันสูง เนื่องจากต้องมีการต่อสู้กันเองระหว่างพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดแล้วยังต้องระวังในด้านพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซึ่งมีจำนวนมากรายเช่นกัน

พ่อค้าคนกลาง

จากการศึกษา พบว่า จำนวนพ่อค้าคนกลางมีจำนวนเหมาะสมเมื่อเทียบกับจำนวนพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดที่พ่อค้าคนกลางรับซื้อมา ทำหน้าที่รวบรวม กระจายปลาบู่ไปยังตลาดต่างประเทศ และตลาดภายในประเทศ ซึ่งในการแข่งขันระหว่างพ่อค้าคนกลางด้วยกันมีระดับการแข่งขันน้อย

พ่อค้าคนกลางมีจำนวนประมาณ 10 ราย พบว่า มีจำนวนปานกลาง ระดับความหนาแน่นปานกลาง ส่งผลให้การแข่งขันไม่รุนแรง ช่วยให้การติดต่อสื่อสารกับตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศมีความเหมาะสมกัน

ตลาดในประเทศ

จากการศึกษา พบว่า ตลาดในประเทศมีจำนวนพ่อค้าที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าที่มาจากพ่อค้าคนกลางมีจำนวนมากเมื่อเทียบกับจำนวนของพ่อค้าคนกลาง และตลาดส่งออก ซึ่งในการแข่งขันกันระหว่างพ่อค้าตลาดภายในประเทศมีระดับการแข่งขันไม่รุนแรง เนื่องจากปริมาณความต้องการภายในประเทศมีไม่สม่ำเสมอพ่อค้าเป็นพ่อค้ารายย่อย ปริมาณการขายน้อยเมื่อเทียบกับการส่งออก และคนไทยไม่นิยมบริโภคปลาบู่กันทำให้ตลาดภายในมีการแข่งขันกันน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ่อค้าตลาดภายในประเทศมีจำนวนประมาณ 30 ราย พบว่า เป็นจำนวนที่สูงระดับความหนาแน่นสูง แต่การแข่งขันไม่รุนแรง เนื่องจากตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดต่างประเทศซึ่งราคาที่ได้รับจะดีกว่าฉะนั้นพ่อค้าในตลาดภายในประเทศจึงเป็นของพ่อค้ารายย่อย ๆ เท่านั้น ในความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าคนกลางนั้นไม่พบปัญหาใด ๆ

ตลาดต่างประเทศ

จากการศึกษา พบว่า ตลาดต่างประเทศมีประเทศที่บริโภค และนำเข้ารองรับเพียงพอต่อปริมาณปลาบู่ที่ผลิตได้ เนื่องจากปริมาณความต้องการของตลาดต่างประเทศมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง และไม่จำกัด ซึ่งในการแข่งขันระหว่างตลาดต่างประเทศมีระดับการแข่งขันปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่งต่างประเทศ เนื่องจากว่าปลาบู่ของไทยมีคุณภาพดีตามมาตรฐานที่ต้องการของตลาดต่างประเทศถึงแม้ว่าจะคู่แข่งในต่างประเทศที่มีการส่งออกปลาบู่เช่นกัน แต่พบว่า ไม่ใช่ปัญหาของตลาดส่งออกของไทย

ตลาดต่างประเทศมีจำนวน 5 ประเทศที่สำคัญ พบว่า เป็นจำนวนที่มากเกินพอต่อปริมาณผลผลิตปลาบู่ของทั้งประเทศ ซึ่งเป็นผลดีต่อพ่อค้าคนกลางรวมทั้งตัวเกษตรกรผู้เลี้ยงในด้านของผลผลิตที่ได้มามีตลาดรองรับที่แน่นอน ทั้งด้านของปริมาณผลผลิตที่ไม่จำกัด ราคาที่สูงค่อนข้างคงที่ หรือมีการผันผวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จึงเป็นผลดีต่อการขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับปริมาณความต้องการโดยเฉพาะความต้องการของตลาดต่างประเทศที่มากเกินปริมาณการผลิตปลาบู่ในปัจจุบัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ

เครื่องมือที่ใช้ในการเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ ได้แก่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ภายในองค์การของธุรกิจปลาบู่ เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อน และจุดแข็งของตัวหน่วยธุรกิจจะวิเคราะห์แต่ละหน่วยธุรกิจ และระหว่างหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันในวิถีการตลาดโดยการวิเคราะห์แต่ละหน่วยธุรกิจในวิถีตลาด ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรกร พันธุ์ปลาที่เกษตรกรนำมาใช้ในการขยายพันธุ์ หรือนำมาเลี้ยงจะเป็นปลาที่มาจากธรรมชาติ โดยปลาที่จะนำมาขยายพันธุ์จะเป็นปลาที่มีขนาดตั้งแต่ 4 ขีดขึ้นไป ส่วนปลาที่เกษตรกรนำมาเลี้ยงเป็นปลาที่มีขนาดเล็กกว่า 4 ขีด พันธุ์ปลาทั้ง 2 ขนาดนี้ เกษตรกรสามารถนำไปขายต่อให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และขายให้กับเกษตรกรด้วยกันซึ่งจะนำไปขยายพันธุ์ หรือเลี้ยงต่อ เกษตรกรที่นำพันธุ์ปลาไปเลี้ยง หรือขยายพันธุ์จะซื้อปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เช่น อาหารปลา อุปกรณ์จับปลา เครื่องสูบน้ำ และอื่น ๆ มาจากตลาดท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ การซื้อขายปัจจัยการผลิต เกษตรกรทำการซื้อขายเป็นเงินสด ผู้เลี้ยงจะเป็นผู้เลือกซื้อเอง ไม่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มสมาชิกในการซื้อ โดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้า และราคาที่เหมาะสม การซื้อขายจะไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ เมื่อเกษตรกรจัดหาปัจจัยการผลิตพร้อมแล้วเกษตรกรจะทำการเลือกว่าจะเลี้ยงปลาบู่แบบใด ซึ่งการเลี้ยงปลาบู่จะสามารถเลี้ยงได้ 2 แบบ คือ การเลี้ยงปลาบู่ในกระชังกับการเลี้ยงปลาบู่ในบ่อดิน ซึ่งจากการสำรวจ พบว่า การเลี้ยงปลาบู่ในกระชังจะให้ผลดีกว่าการเลี้ยงปลาบู่ในบ่อดิน

การเลี้ยงปลาบู่ เมื่อได้ขนาดตามที่ตลาดต้องการแล้วเกษตรกรจะทำการจับปลาบู่โดยการวิดน้ำให้แห้งในกรณีเลี้ยงในบ่อดิน ส่วนการเลี้ยงในกระชังเกษตรกรจะใช้อวนในการจับ เพื่อป้องกันไม่ให้ปลาบอบช้ำน้อยที่สุด แล้วจะนำปลาที่จับได้ไปขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 65 ขายให้พ่อค้ารวบรวมในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 35 เกษตรกรจะทำการเคลื่อนย้ายปลาบู่โดยนำปลาบู่ใส่ถังน้ำที่มีน้ำอยู่ประมาณ 1 ใน 4 ของถัง แล้วใส่ออกซิเจนลงไปในถังน้ำเพื่อเพิ่มปริมาณออกซิเจนให้แก่ปลาบู่ เพราะปลาบู่ที่ตลาดต้องการคือปลาที่ยังมีชีวิต แข็งแรง ในการขนส่งจะใช้รถกระบะ และไม่มีการกำหนดระยะเวลาในการส่ง และปริมาณการผลิตที่แน่นอน จำนวนการผลิตที่มีสามารถจัดส่งได้ทั้งหมดไม่มีการจำกัดปริมาณ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นกับเกษตรกรมีน้อย

เมื่อพิจารณาทางด้านการตลาด และการขาย เกษตรกรจะทำการจัดหาลูกค้าเองจากเพื่อนเกษตรกรด้วยกันคิดเป็นร้อยละ 33.33 ทางหนังสือคิดเป็นร้อยละ 26.67 ทางป้ายประกาศ คิดเป็นร้อยละ 13.33 และทางอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 26.67 ลูกค้าของเกษตรกรในที่นี้ หมายถึง พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าขายปลีก ภัตตาคาร รวมถึงผู้บริโภคภายในประเทศ การติดต่อจะทำการติดต่อทางโทรศัพท์เป็นส่วนใหญ่ ราคาที่ทำการซื้อขายนั้นจะเป็นราคาที่ทางพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นเป็นผู้กำหนด พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะกำหนดตามราคาตลาด (price markets) ส่วนลักษณะของปลาบู่นั้นก็มีส่วนในการกำหนดราคาด้วย ปลาบู่ที่ทำการซื้อขายนั้นเราแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ปลาเลี้ยงกับปลาจากธรรมชาติ ปลาเลี้ยงจะมีราคาแพงกว่าราคาปลา ซึ่งสามารถสังเกตได้จากรูปร่างลักษณะภายนอก ปลาเลี้ยงจะมีลำตัวสีน้ำตาลเทา ปลาจากธรรมชาติจะมีสีแดงค่อนข้างดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทางการจัดจำหน่ายเกษตรกรจะขายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 65 ขายผ่านพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 35

ในด้านการให้บริการลูกค้าเกษตรกรจะบริการจัดส่งปลาบู่ไปยังลูกค้า พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง โดยไม่คิดค่าบริการใด ๆ ทั้งสิ้น แต่จะมีเงื่อนไขในการสั่งสินค้า คือ จะต้องสั่งสินค้าในปริมาณที่กำหนด

ในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่ขนาดเล็ก จะใช้แรงงานภายในครอบครัว ส่วนเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่ขนาดใหญ่ จะใช้แรงงานภายในครอบครัว และมีการว่าจ้างแรงงานเพิ่มจากบุคคลภายนอก มาทำหน้าที่ในการเฝ้าดูแลฟาร์มปลาบู่เพื่อป้องการลักขโมยเป็นจำนวน 1-2 คน โดยแรงงานที่จ้างจะเป็นบุคคลภายในท้องถิ่น มีอัตราค่าจ้าง 100-300 บาทต่อคนต่อเดือน โดยไม่จำกัดระดับการศึกษา เพราะเกษตรกรจะเป็นสอนวิธีการเลี้ยงบู่ให้กับลูกจ้าง และไม่คำนึงถึงพื้นฐานความรู้ของลูกจ้างว่าจะมีประสบการณ์ในการเลี้ยงปลาบู่หรือไม่ เนื่องจากเกษตรกรเป็นเกษตรกรรายย่อย สำหรับเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนของตนเอง

จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรขาดการรวมกลุ่มในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อการซื้อปัจจัยการผลิต ถ้าเกษตรกรมีการรวมกลุ่มก็จะทำให้เกษตรกรรวมกันซื้อปัจจัยการผลิตได้ครั้งละมาก ๆ เพื่อต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิตให้เกษตรกรสามารถซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงได้ จะเป็นการลดต้นทุนการผลิตได้

ปริมาณปลาบู่ที่เกษตรกรจะจับได้ในแต่ละวันจะมีปริมาณไม่แน่นอน เนื่องจากปลาที่นำมาขายเป็นปลาที่จับมาจากธรรมชาติ และปริมาณปลาที่เสีย ไม่สามารถกำหนดอัตราการรอดได้ว่าเมื่อปล่อยปลาลงไปเท่านี้จะมีอัตราการรอดร้อยละเท่าใด

แรงงานที่ใช้ในการเลี้ยงปลาบู่ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของฟาร์มเอง หรือแรงงานในครัวเรือนเป็นผู้ทำหน้าที่หลักในฟาร์ม ซึ่งจำนวนชั่วโมงแรงงานที่ใช้เฉลี่ยต่อหนึ่งวันมีค่าเท่ากับ 8 ชั่วโมงต่อไร่ โดยมีต้นทุนค่าแรงงาน 100-130 บาทต่อชั่วโมง และในช่วงเวลาที่นำผลผลิตไปผลิตไปจำหน่ายนั้นใช้แรงงานประมาณ 2 คน ใช้เวลาในการจับเพียงวันเดียว

อาหารที่ใช้เลี้ยง ผู้ที่จะประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการเลี้ยงมากกว่าการอ่านจากตำราเพียงอย่างเดียวเพราะในหนังสือเป็นเครื่องมือ ๆ หนึ่งเท่านั้นที่ทำให้เรารู้ว่าอะไรควรทำก่อนหรือทำทีหลังอย่างคร่าว ๆ แต่ประสบการณ์ จะสอนให้เรารู้ว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์นี้ขึ้นเราควรแก้ปัญหานั้น ๆ อย่างไร

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดที่มีปลาบู่ ซึ่งในการหาปลาบู่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะทำการประกาศรับซื้อปลาบู่ลงในหนังสือเกษตร อินเตอร์เน็ต และจากการบอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่าวต่อ ๆ กันในวงการผู้เลี้ยงปลาบู่ โดยจะทำการสื่อสารกันทางโทรศัพท์ ผู้ที่เป็นพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นต้องประกาศทางสื่อตลอดเวลา เพื่อหาลูกค้ารายใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น หรือรักษาจำนวนลูกค้าให้มีปริมาณเท่าเดิม เพราะผู้รวบรวมท้องถิ่นกับเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่นั้นไม่มีความสัมพันธ์ หรือเงื่อนไขข้อผูกมัดว่าจะต้องนำปลาบู่ทั้งหมดที่หามาได้ส่งให้กับผู้รวบรวมรายนี้เท่านั้น จึงทำให้เกษตรกรมักจะนำปลาบู่ไปส่งให้กับเกษตรกรรายใดก็ได้ที่ให้ราคาสูงกว่า ดังนั้น พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจึงต้องหาลูกค้าเพิ่มตลอดเวลา ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคมจะมีปลาบู่จำนวนมาก ทางพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นต่างประเทศจะมาทำการตั้งโต๊ะรับซื้อปลาบู่ที่ปากเขื่อนต่าง ๆ และให้ราคาที่สูงกว่าผู้รวบรวมท้องถิ่นที่เป็นคนไทยจึงทำให้เกษตรกรหันไปขายปลาบู่ให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นของต่างประเทศแทนที่จะขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นภายในประเทศ ซึ่งจะมีปัญหาทำให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นต้องขึ้นราคารับซื้อปลาบู่ตามไปด้วย ส่งผลทำให้กำไรที่ได้รับลดลง เมื่อพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นทำการรับซื้อปลาบู่มาจากเกษตรกร และจะต้องทำการอนุบาลปลาบู่ก่อนการบรรจุถุง และอัดออกซิเจน การอนุบาลปลาบู่เป็นการดูแลรักษาปลาบู่ให้แข็งแรง ไม่เป็นโรค คือ เมื่อรับซื้อปลาบู่มาจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะนำปลามาพักไว้ในบ่ออนุบาล เพื่อดูว่าปลาบู่ที่รับซื้อมาจากเกษตรกรมีความบอบช้ำมากหรือน้อยเพียงใด มีบาดแผลหรือไม่ จับปลาโดยวิธีการใด ซึ่งพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะไม่รับซื้อปลาที่จับโดยวิธีการช็อตด้วยไฟฟ้าเพราะจะทำให้ปลาเสียหายและตายง่าย ดังนั้นหลังจากรับซื้อปลามาจากเกษตรกร พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะทำการอนุบาลปลาประมาณ 3-15 วันก่อนส่งต่อพ่อค้าคนกลาง ส่วนการขนส่งในระยะไกลควรใส่ถุงพลาสติกแล้วอัดออกซิเจน ใส่น้ำนิดหน่อยจากนั้นก็มัดปากถุงให้แน่น ก่อนการเคลื่อนย้ายควรน็อคด้วยน้ำที่เย็นจัด เพื่อให้ปลาลดความตื่นเต้นลง พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะทำการบรรจุถุงแต่ละขนาดและแบ่งชนิดของปลาบู่ด้วย เช่น ปลาบู่เลี้ยง 100 กรัม ปลาบู่ป่า 100 กรัม เป็นต้น เพื่อสะดวกในการขนส่ง และมักจะใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็นหลัก พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นนอกจากจะส่งปลาบู่ให้กับพ่อค้าคนกลางแล้วยังรับซื้อลูกปลาบู่เพื่อขายต่อให้เกษตรกรด้วย

พ่อค้าคนกลาง เป็นส่วนหนึ่งในช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ เพราะเป็นตัวขับเคลื่อนระบบวิถีการตลาด มีหน้าที่ในการนำปลาบู่ที่ได้จากหน่วยต่าง ๆ ได้แก่ เกษตรกร พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ส่งมอบไปสู่มือผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคต่อไป ลักษณะของคนกลางจะคล้ายคลึงกันกับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นคนกลางเช่นกันต่างกันตรงที่ว่าพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะคลุกคลีกับเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่จากหลาย ๆ แหล่งในการรวบรวมปริมาณปลาบู่ เพื่อให้ปลาบู่ในปริมาณที่มาก และจะทำการจัดส่งต่อไป จากการสัมภาษณ์คนกลาง สามารถอธิบายได้ดังนี้

การที่ได้ปลาบู่มาจากเกษตรกรนั้น คนกลางจะทำการบรรจุหีบห่อ โดยการนำปลาบู่บรรจุใส่ถุงพลาสติก และทำการอัดออกซิเจนปลาบู่สามารถที่จะมีชีวิตอยู่ได้ประมาณ 6 ชั่วโมง ในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุหีบห่อนี้คนกลางจะนิยมเพื่อการส่งออก แต่หากมีการส่งภายในประเทศไม่จำเป็นต้องสิ้นเปลืองเพียงแต่บรรจุใส่ถังน้ำก็เพียงพอ และการได้ปลาบู่จากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นนั้น พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะทำการบรรจุมาเรียบร้อยแล้ว คนกลางจะทำหน้าที่ตรวจคุณภาพจากลักษณะเท่าที่เห็นได้เท่านั้น ในการจัดหาปลาบู่ของคนกลาง ปัจจัยที่พบในการเริ่มดำเนินการ คือ แรงจูงใจด้านราคา เนื่องจากราคาของปลาบู่มีราคาที่สูง กำไรสุทธิที่ได้ คิดเป็นร้อยละ 30-40 และอีกด้าน คือ มีผู้บริโภคถามหาปลาบู่โดยตรงมาที่คนกลางจึงต้องมีการจัดหา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการได้มาของปลาบู่จะเป็นจากผู้รวบรวมท้องถิ่น หรือเกษตรกรโดยตรงจะมีการตรวจสอบคุณภาพ คัดเลือก และตรวจสอบการบรรจุหีบห่อ ซึ่งถ้าได้มาจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะมีการบรรจุหีบพ่อแล้วแต่หากเป็นการได้จากเกษตรกรโดยตรง คนกลางอาจจะมีการรวบรวมและบรรจุหีบห่อเอง ในด้านปริมาณที่รับซื้อนั้นไม่จำกัดซึ่งจะรับซื้อปลาเนื้อ เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการเรื่อย ๆ โดยเฉพาะผู้บริโภคในต่างประเทศ ดังนั้น จึงมีปัญหาเพียงแต่ปริมาณความต้องการไม่มีเพียงพอเท่านั้น ในการดำเนินงานของคนกลาง จะคอยติดต่อกับลูกค้า โดยผ่านทางอินเตอร์เน็ต และทางโทรศัพท์

ตลาดปลาบู่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ตลาดภายในประเทศ ตลาดปลาบู่ที่ได้มาของประเทศไทย มาจากการจับจากแหล่งน้ำธรรมชาติ และจากการเพาะเลี้ยง โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้นำเข้ามาขายให้แก่ภัตตาคารภายในประเทศ ด้วยวิธีการขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งจะใช้ระยะเวลาในการขนส่งไม่นาน เพราะปลาบู่อาจจะตายได้ ปลาที่ต้องการขนาดตลาดภายในมีขนาด 400 กรัมขึ้นไป การขนส่งทางพ่อค้าคนกลางจะมีการบริการขนส่งปลาให้ฟรี โดยไม่คิดค่าบริการใด ๆ ทั้งสิ้น หากสั่งในปริมาณที่กำหนด ทางภัตตาคาร เมื่อได้รับสินค้าแล้วจะนำปลาลงไปใส่ตู้โชว์ขนาดใหญ่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกปลาตามขนาดที่ต้องการ หลังจากนั้นทางภัตตาคารจะนำไปปรุงเป็นอาหาร ราคาค่าอาหาร จะบวกราคาปลา ค่าการทำอาหาร และการบริการต่าง ๆ ราคานี้จะตกประมาณจากละ 240-400 บาทต่อจาน ซึ่งผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทีนิยมบริโภคเป็นชาวจีน เพราะเชื่อว่าเป็นยาชูกำลังกินแล้วสุขภาพร่างกายแข็งแรง คุณภาพปลาที่เป็นที่ต้องการ คือ ปลาที่แข็งแรง ไม่เป็นโรค น้ำหนัก 400 กรัมขึ้นไป ปัจจุบันตลาดภายในประเทศมีปัญหาการจัดการเรื่องการขนส่งปลาบู่ที่ขาดประสิทธิภาพ มีอัตราการตายสูง ทำให้ราคาขายปลาบู่ของพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดได้รับต่ำกว่าที่ควรจะได้รับ อาจเกิดจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นขาดการศึกษาเกี่ยวกับการขนส่งที่ดี หรือขาดการอนุบาลปลาบู่ก่อนการเคลื่อนย้าย หรืออาจเกิดจากการที่เกษตรกรจับปลาผิดวิธี พอมาถึงพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นปลาจึงเกิดผลเสียหาย ในแง่การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับจำนวนผู้เลี้ยง ปริมาณกำลังการผลิต ความแตกต่างของผู้บริโภค มีไม่เพียงพอ ข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตลาดต่างประเทศ

แหล่งที่มาของปลาบู่ในส่วนของตลาดต่างประเทศ มาจากพ่อค้าคนกลางปริมาณปลาบู่ที่ได้เป็น ร้อยละ 90 ของปริมาณปลาบู่ ประเภทของปลาที่ตลาดต่างประเทศรับซื้อมีทั้งปลาเนื้อ และลูกพันธุ์ปลา

ในการจัดการสินค้าของตลาดต่างประเทศในด้านคนกลางจะสั่งปลาให้กับตลาดต่างประเทศ โดยมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในต่างประเทศทางโทรศัพท์ อินเตอร์เน็ต ในเรื่องของปริมาณการส่ง คุณภาพสินค้าที่ต้องการ ราคาสินค้าที่ซื้อขายกัน และในด้านการจัดส่งสินค้าเนื่องจากปริมาณที่ส่ง ไม่แน่นอน ไม่สามารถควบคุมได้ ในด้านปริมาณความต้องการของตลาดจากการสัมภาษณ์ พบว่า ไม่มีปัญหาด้านสินค้าล้นตลาด ตลาดมีความต้องการสินค้าโดยไม่จำกัด ผู้ผลิตสามารถขายผลผลิตได้ง่าย ในปริมาณการผลิต การส่งออกไม่แน่นอน ในกรณีที่สินค้าขาดตลาดไม่พอต่อความต้องการ พบว่า ไม่มีผลกระทบต่อหน่วยใด ๆ ในโครงสร้างวิถีทางการตลาด คุณภาพของปลาที่ส่งต้องเป็นปลาที่แข็งแรง ไม่มีบาดแผลตามลำตัวปลา มีอัตราการรอดตายสูง แต่ถ้า พบว่ามีอัตราการรอดตายเกินร้อยละ 10 ราคาที่ได้รับต่ำกว่ามาตรฐาน ราคามาตรฐานในการซื้อขายขึ้นอยู่กับขนาดปลาโดยปลาขนาด 100 กรัม ราคา 50 บาท ขนาด 200 กรัม ราคา 120 บาท ขนาด 300 กรัม ราคา 180 บาท ขนาด 400 กรัม ราคา 350 บาท และขนาด 500 กรัม ราคา 400 บาท

ในการส่งออกปลาบู่พ่อค้าคนกลางจะต้องทำหน้าที่ในการบรรจุหีบห่อ ปลาบู่ลงในถุงพลาสติกและบรรจุลงในถุง 1 ใน 4 ส่วนหลังจากนั้นทำการอัดออกซิเจน ปลาบู่สามารถที่จะมีชีวิตอยู่ได้ประมาณ 6 ชั่วโมง ในการจัดการด้านการขนส่งเป็นหน้าที่ของคนกลาง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วคนกลางจะจัดส่งโดยจ้าง shipping ในการจัดการเรื่องการส่งออกทางอากาศให้เรียบร้อย โดยค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งจะเป็นหน้าที่ของคนกลางรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด ประเทศที่มีการนำเข้าปลาบู่ พบว่า มีประเทศฮ่องกง ประเทศมาเลเซีย ประเทศไต้หวัน ประเทศสิงคโปร์และประเทศจีน เป็นส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจของแต่ละหน่วยในวิถีการตลาด

เกษตรกร	พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น	พ่อค้าคนกลาง	ตลาดภายในประเทศ	ตลาดต่างประเทศ
จุดอ่อน	จุดอ่อน	จุดอ่อน	จุดอ่อน	จุดอ่อน
ขาดการรวมกลุ่ม	ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน	ไม่สามารถกำหนดปริมาณ	ความต้องการมีไม่สม่ำเสมอ	ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน
	ควบคุมได้ยาก	ผลผลิตที่แน่นอนได้	ไม่ต่อเนื่อง	และเพียงพอต่อความ
ขาดแคลนแหล่งเงินทุน				ต้องการ
ปริมาณผลผลิตปลาบู่	การอนุบาลปลาบู่ทำได้ยาก		ราคาที่รับซื้อต่ำกว่าราคาของ	
ไม่แน่นอน กำหนดไม่ได้	มีผลต่ออัตราการรอดตายสูง		ตลาดต่างประเทศ	
ขาดแคลนลูกพันธุ์ปลา			คนไทยไม่นิยมบริโภคปลาบู่	
ส่งผลให้ราคาลูกพันธุ์สูง				
กว่าพันธุ์จากธรรมชาติ				

ตารางที่ 8 (ต่อ)

เกษตรกร	พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น	พ่อค้าคนกลาง	ตลาดภายในประเทศ	ตลาดต่างประเทศ
จุดแข็ง มีตลาดรองรับปริมาณผลผลิตที่แน่นอน ต่อเนื่อง ไม่จำกัด มีความรู้ประสบการณ์ในการเลี้ยงเป็นอย่างดี แรงงานสามารถควบคุมได้ ปัจจัยการผลิตสามารถหาได้ง่าย	จุดแข็ง มีตลาดรองรับผลผลิตเพียงพอ	จุดแข็ง มีตลาดรองรับผลผลิตที่เพียงพอ	จุดแข็ง ต้นทุนการชายต่ำกว่าตลาดต่างประเทศ	จุดแข็ง ปริมาณปลาที่ต้องการต่อเนื่องไม่จำกัด ราคาปลาบู่ค่อนข้างสูง เปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ โดยการวิเคราะห์ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันในวิถีการตลาดของธุรกิจปลาบู่ สามารถอธิบายได้ดังนี้

พันธุ์ปลาและเกษตรกร พันธุ์ปลาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงใช้เพาะพันธุ์มาจาก 2 แหล่งด้วยกัน โดยส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ และอีกส่วนได้มาจากการเพาะพันธุ์ซึ่งเป็นส่วนน้อยเพราะมีจำนวนน้อยรายที่สามารเพาะพันธุ์ลูกปลาได้

ในการจัดหาพันธุ์ปลาของเกษตรกร พบว่า เป็นพันธุ์ปลาที่มาจากธรรมชาติโดยเกษตรกรจะทำการปิดป้ายประกาศรับซื้อปลาบู่ตามทั่วไปและมีการไปติดต่อรับซื้อปลาบู่จากชาวประมงที่ทำการหาปลาตามแหล่งน้ำจืดต่าง ๆ เช่น เขื่อน คลอง แม่น้ำ เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของปลา และ พบว่า มีจำนวนปลาบู่อยู่เป็นจำนวนมาก โดยเมื่อมีการติดต่อตกลงซื้อขายกันชาวประมงหาปลาจะนำปลาที่หาได้มาส่งให้กับเกษตรกร โดยเกษตรกรจะรับซื้อปลาทุกขนาด ในปริมาณไม่จำกัด เพราะหากมีปลาขนาดเล็กเกษตรกรจะทำการเพาะเลี้ยงต่อส่วนปลาขนาดใหญ่จะทำการอนุบาล และรอขายต่อไป

ในการด้านการเงินจะชำระกันเป็นเงินสดโดยทันทีที่สินค้าถึงมือเกษตรกร ในด้านคุณภาพพันธุ์ปลาซึ่งปลาจากธรรมชาติจะมีคุณภาพต่ำกว่าพันธุ์ปลาที่ได้จากการเพาะพันธุ์ เพราะจะมีปัญหาเรื่องการติดเชื้อจากธรรมชาติต้องมีการอนุบาลรักษาก่อนปล่อยลงเลี้ยง ซึ่งคุณภาพปลาไม่แน่นอน ควบคุมได้ยาก รวมทั้งขนาดปลา และปริมาณด้วย แต่เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมใช้ปลาที่มาจากธรรมชาติเพาะเลี้ยงมากกว่าปลาที่ได้จากการเพาะพันธุ์เนื่องจากราคาต่ำกว่า ส่วนพันธุ์ปลาที่ได้จากการเพาะพันธุ์น้อยรายที่สามารถเพาะพันธุ์ปลาได้ จึงทำให้เป็นเหตุผลหนึ่งที่ราคาปลาสูงกว่าราคาปลาที่ได้จากธรรมชาติ และคุณภาพปลาที่เพาะพันธุ์ก็มีคุณภาพดี แข็งแรงกว่าปลาธรรมชาติ

การติดต่อสื่อสารในครั้งแรก เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงจะหาจากหนังสือทางการเกษตร อินเตอร์เน็ตและทางป้ายประกาศ และจะมีการติดต่อกันทางโทรศัพท์ เมื่อเกษตรกรต้องการพันธุ์ปลาจะมีการตกลงราคา และปริมาณที่ต้องการ ในปริมาณที่สั่งซื้อมีผลต่อการบริการในด้านการขนส่งหากว่ามีการสั่งในปริมาณที่มากพอคุ้มทุนเมื่อเปรียบเทียบกับระยะทางในการขนส่งเกษตรกรผู้เลี้ยงจะได้รับการจัดส่งโดยไม่เสียค่าขนส่ง

ปัญหาที่พบระหว่างพันธุ์ปลาและเกษตรกร พบว่า ในด้านปริมาณพันธุ์ปลาที่ได้จากธรรมชาติไม่สามารถควบคุมได้ส่งผลต่อปริมาณการเลี้ยงของเกษตรกรที่ใช้พันธุ์ปลาจากธรรมชาติทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอ และไม่ต่อเนื่องในการเลี้ยง

ต้นทุนพันธุ์ปลาที่เพาะพันธุ์ มีต้นทุนที่สูงกว่าพันธุ์ปลาจากธรรมชาติ เนื่องจากในการเพาะพันธุ์เป็นเรื่องยากมีผู้เพาะพันธุ์น้อยรายที่เพาะพันธุ์ได้ อีกทั้งต้นทุนในการผลิตพันธุ์ปลาจากการเพาะพันธุ์สูงกว่าพันธุ์ปลาที่มาจากธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพปลาไม่สามารถควบคุมได้ โดยที่คุณภาพปลาจากการเพาะพันธุ์สามารถควบคุมได้ดีกว่าปลาจากธรรมชาติ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น พบว่า พันธุ์ปลาที่ได้จากการเพาะพันธุ์มีคุณภาพที่ดีกว่า อีกทั้งยังสามารถควบคุมปริมาณได้แน่นอนกว่าปลาธรรมชาติ แต่มีข้อเสียในด้านต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่า ทำให้เกษตรกรไม่นิยมที่จะซื้อพันธุ์ปลาที่มาจากการเพาะพันธุ์หากมีการแก้ไขปัญหา หรือมีการพัฒนาการเพาะพันธุ์ปลาให้แพร่หลายมากขึ้นจะทำให้ราคาพันธุ์ปลาจากการเพาะพันธุ์มีราคาที่ต่ำลงส่งผลต่อปริมาณการเลี้ยง และผลผลิตรวมในองค์การมากขึ้น

เกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นในการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งสองฝ่ายระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยง และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เมื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงเลี้ยงปลาได้ขนาดปลาเนื้อตามความต้องการของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นแล้ว จะติดต่อสื่อสารไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หรือผู้ที่ต้องการซื้อปลาบู่โดยในการลูกค้าครั้งแรกจะติดต่อผ่านทาง อินเตอร์เน็ต หรือทางป้ายประกาศรับซื้อปลาบู่และทำการติดต่อกลับไป โดยขนาดปลาเนื้อนั้นมีขนาด 400 กรัมขึ้นไป ในด้านราคามีการตกลงกันก่อนทำการซื้อขาย จะเป็นราคาตลาดทั่วไปซึ่งต่างฝ่ายต่างยอมรับในราคาซึ่งกันและกัน เมื่อมีการตกลงซื้อขายกัน เกษตรกรผู้เลี้ยงจะทำการขนส่งปลาบู่ไปจนถึงมือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และจะมีการชำระเงินกันเป็นเงินสดโดยทันที เมื่อมีการตรวจสอบคุณภาพปลา ขนาด และปริมาณในบางกรณีที่ผู้เลี้ยงไม่มีความพร้อมทางด้านพาหนะพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะจัดการด้านการขนส่งจากฟาร์มเอง ปริมาณที่ทำการซื้อขายกันนั้นไม่มากทำให้พ่อรวบรวมท้องถิ่นหนึ่งรายมีจำนวนเกษตรกรในเครือข่ายมากกว่าสิบคนด้วยกัน

ปัญหาระหว่างเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จะเห็นได้ว่า สัดส่วนพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นต่อเกษตรกรมีมากกว่า 1 ใน 10 และปริมาณที่เกษตรกรส่งให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นไม่สามารถกำหนดปริมาณความต้องการของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่ชัดเจนได้ และไม่พบปัญหาการผลิตที่เกินความต้องการของตลาด ราคามีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ยังคงอยู่ในระดับสูง แสดงถึงปริมาณความต้องการซื้อมากกว่าปริมาณความต้องการขาย จึงควรมีการส่งเสริมการเลี้ยงปลาบู่เพื่อเพิ่มจำนวนเกษตรผู้เลี้ยงให้มีปริมาณผลผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และเป็นการส่งเสริมอาชีพที่สร้างรายได้ดีให้กับเกษตรกรรายอื่นที่สนใจ

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลาง พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีหน้าที่ในการจัดหา และรวบรวมปลาบู่ เพื่อให้ได้ปริมาณที่มากในการจัดส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง โดยพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นยังมีหน้าที่ในการจัดการสินค้าด้านการบรรจุหีบห่อ และการขนส่งไปยังสนามบินให้พ่อค้าคนกลางเพื่อเตรียมส่งออก ราคาที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางแต่อิงราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดเป็นหลัก เนื่องจากพ่อค้าคนกลางรับซื้อในปริมาณที่มาก และสม่ำเสมอทำให้มีบทบาทสำคัญต่อพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น

ในการติดต่อหาลูกค้า การได้มาของลูกค้าในครั้งแรกของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นหาจากความต้องการที่ระบุไว้ทางอินเตอร์เน็ตบ้าง หรือพ่อค้าคนกลางเป็นคนหาพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นตามป้ายประกาศหรือตามแหล่งที่ซื้อขายกัน

ในด้านการเงิน เมื่อพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นส่งปลาบู่ถึงมือพ่อค้าคนกลางตามที่ตกลงกัน จะมีการชำระเงินเป็นเงินสดโดยทันที พ่อค้าคนกลางจะตรวจสอบคุณภาพปลา ขนาด และปริมาณตามที่ต้องการ

ในการซื้อขายกัน เมื่อพ่อค้ารวบรวมมีปลาบู่ขนาด และปริมาณที่ต้องการจะติดต่อผ่านทางโทรศัพท์เป็นการแจ้งให้ทราบ และตกลงราคา นัดเวลาส่ง ในบางกรณีมีความต้องการย้อนกลับโดยพ่อค้าคนกลางจะถามหาปลาบู่จากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เมื่อต้องการปลาบู่เพิ่มจากปกติ ซึ่งเป็นหน้าที่ของพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นในการจัดหาปลาตามความต้องการของลูกค้า

ปัญหาระหว่างพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลาง พบว่า มีปัญหาในเรื่องของปริมาณยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ และยังมีการถามหาปลาบู่จากการส่งปกติ จึงควรมีการพัฒนาด้านการผลิตให้เพียงพอต่อปริมาณความต้องการที่มากเกินการผลิต

พ่อค้าคนกลางและตลาดภายในประเทศพ่อค้าคนกลางอีกส่วนหนึ่ง ที่ดำเนินการซื้อขายปลาบู่กันภายในประเทศ โดยส่วนที่รองรับได้แก่ ภัตตาคาร หรือร้านอาหาร และพ่อค้าขายปลีก ซึ่งดำเนินการเป็นส่วนน้อย เนื่องจากผู้บริโภคภายในประเทศไม่นิยมบริโภคปลาบู่ และราคาที่พ่อค้าคนกลางได้รับจากการส่งออกมีราคาที่ดีกว่า และปริมาณที่ส่งไม่จำกัด ทำให้ตลาดหลักของพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่อยู่ที่ตลาดต่างประเทศซึ่งจะอธิบายรายละเอียดต่อไป

พ่อค้าคนกลางในส่วนนี้ตลาดหลักอยู่ที่ตลาดต่างประเทศซึ่งตลาดในประเทศเป็นตลาดรอง เมื่อมีความต้องการปลาบู่ของตลาดภายในประเทศจะถามหามายังพ่อค้าคนกลาง โดยขนาดที่ตลาดต่างประเทศต้องการตั้งแต่ 350 กรัมขึ้นไป ราคาที่ตลาดซื้อขายกันจะถูกกว่าราคาที่ทำการส่งออก ราคาจะอยู่ประมาณ 350-400 บาทต่อกิโลกรัม ในการจัดส่งจะแตกต่างจากตลาดต่างประเทศในเรื่องการขนส่งภายในประเทศไม่ต้องมีการบรรจุหีบห่อ อัดออกซิเจนลงในถุงพลาสติก ซึ่งจะช่วยประหยัดต้นทุนให้พ่อค้าคนกลางได้ ในการติดต่อกับลูกค้าภายในประเทศจะเป็นลูกค้าประจำกันมาก่อนในครั้งแรกพ่อค้าคนกลางจะติดต่อภายในประเทศแต่เมื่อปริมาณปลาบู่เกินความต้องการภายในประเทศเพราะตลาดภายในประเทศมีปริมาณความต้องการน้อยและไม่สม่ำเสมอ ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับตลาดต่างประเทศพ่อค้าคนกลางจึงหันไปส่งตลาดต่างประเทศ แต่ยังคงไม่ทิ้งลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายในประเทศ เนื่องจากความรู้สึกที่มีต่อกัน ในด้านการเงินเมื่อปลาบู่ไปถึงมือลูกค้าจะมีการชำระเงินเป็นเงินสดโดยทันที

ในเรื่องปัญหาระหว่างพ่อค้าคนกลางและตลาดภายในประเทศ พบว่า ปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศมีน้อย และไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ภายในประเทศไม่นิยมบริโภคทำให้ปลาบู่มีปริมาณความต้องการขายมากกว่าปริความต้องการบริโภค มีปริมาณปลาบู่เหลือเกิดต้นทุนในการอนุบาลปลาไว้รอขายส่งผลต่อรายได้ ทำให้พ่อค้าคนกลางหันไปทำตลาดต่างประเทศที่มีความต้องการต่อเนื่องในปริมาณที่มาก

ราคาที่ได้รับในตลาดภายในประเทศต่ำกว่าถึงแม้ว่าจะไม่มีต้นทุนในเรื่องการบรรจุหีบห่อ แต่ปริมาณกำไรต่อหน่วยยังน้อยกว่าโดยเทียบกับตลาดต่างประเทศ

จากปัญหาดังกล่าวเห็นได้ว่า การเติบโตของธุรกิจปลาบู่ภายในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำควรที่จะได้รับการแก้ไขปัญหา ซึ่งโอกาสเติบโตของตลาดธุรกิจฟาร์มปลาบู่ภายในประเทศยังมีอีกมาก

พ่อค้าคนกลางและตลาดต่างประเทศพ่อค้าคนกลาง ทำหน้าที่ ในการจัดหาปลาบู่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศในหลายประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวัน และประเทศมาเลเซีย พ่อค้าคนกลางเป็นตัวเชื่อมระหว่างพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นกับตลาด

ในด้านการจัดการปลาบู่ที่รับซื้อมาของพ่อค้าคนกลางเพื่อที่จะส่งไปยังตลาดต่างประเทศนั้น มีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ ในกรณีที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีการบรรจุหีบห่อปลาบู่พร้อมส่งเรียบร้อย พ่อค้าคนกลางจะมีหน้าที่คอยตรวจสอบลักษณะปลามองจากภายนอกว่ามีคุณภาพสมบูรณ์แข็งแรงตามที่ตกลงกัน ในด้านการจัดการติดต่อลูกค้า พบว่า โดยส่วนใหญ่ลูกค้าลักษณะนี้จะเป็นลูกค้าประจำซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อถือกันในระดับหนึ่งเพราะคนกลางไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพปลาได้สมบูรณ์ และในกรณีที่พ่อค้าคนกลางยังไม่มั่นใจพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นทำให้หน้าที่ในการบรรจุหีบห่อ การขนส่งไปยังสนามบิน เป็นส่วนของพ่อค้าคนกลางที่ต้องรับผิดชอบทำให้ในด้านคุณภาพปลาที่ส่งมีแน่นอนมั่นใจได้ก่อนที่จะส่ง หลังจากที่ปลาบู่มีบรรจุหีบห่อ ขนส่งถึงสนามบินแล้วคนกลางจะติดต่อจัดจ้าง shipping เพื่อจัดการเรื่องการขนส่งไปยังประเทศที่ต้องการ

ในด้านการติดต่อจัดหาลูกค้า การได้มาของลูกค้าต่างประเทศในครั้งแรกพ่อค้าคนกลางจะค้นหาลูกค้าทางอินเตอร์เน็ต โดยลูกค้าต่างประเทศที่ต้องการจะลงประกาศความต้องการไว้ จะทำการติดต่อกัน และเมื่อมีปริมาณปลาบู่ปริมาณมากพอตามต้องการของลูกค้าซึ่งแล้วแต่ความสามารถในการจัดหาปลาบู่ของคนกลางแต่ละคนเพราะในด้านปริมาณปลาบู่ที่ลูกค้าต่างประเทศต้องการไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทราบปริมาณความต้องการที่แน่นอน แต่ก็ไม่เคยเกิดปัญหาที่ปลาบู่จะขายไม่ได้เพราะจากที่สัมภาษณ์ พบว่า มีปริมาณปลาบู่เท่าไร ตลาดต่างประเทศสามารถรองรับได้หมดเพียงแต่ว่าจะต้องมีขนาด และคุณภาพตามที่ตลาดต้องการเท่านั้น ซึ่งคนกลางจะติดต่อสื่อสารกับลูกค้าทางอินเตอร์เน็ตหรือโทรศัพท์ เพื่อบอกให้ทราบถึงปริมาณปลาบู่ที่มี และมีการตกลงราคาโดยอิงราคาตลาดเป็นหลักโดยราคาจะอยู่ประมาณ 400 บาทขึ้นไป หรือในบางกรณีที่ปริมาณในต่างประเทศไม่เพียงพอลูกค้าต่างประเทศจะติดต่อกลับมายังคนกลางให้ช่วยหาปลาขนาดและปริมาณที่ต้องการ พ่อค้าคนกลางก็จะบอกความต้องการย้อนกลับไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นอีกที ซึ่งหาก พบว่า ขนาดและปริมาณปลาบู่เพียงตรงตามความต้องการ ก็ไม่เกิดปัญหาใด ๆ ต่อพ่อค้าคนกลาง จะแสดงให้เห็นว่าคนกลางก็มีความสำคัญกับลูกค้าต่างประเทศเช่นกัน

ในด้านการเงิน เมื่อคนกลางส่งปลาบู่แล้ว จะติดต่อเพื่อบอกให้ลูกค้าต่างประเทศทราบอีกครั้งและถ้าลูกค้าต่างประเทศได้รับสินค้าแล้ว และมีการตรวจสอบคุณภาพปลาตามที่ต้องการก็จะติดต่อกลับมาและชำระเงินทันทีผ่านทางธนาคาร ในด้านการขนส่งพ่อค้าคนกลางจะต้องเสียค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งเอง

ในเรื่องปัญหาในระหว่างพ่อค้าคนกลางและตลาดต่างประเทศ พบว่า ปริมาณปลาบู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศ เห็นได้ว่า จากปริมาณปลาบู่ที่พ่อค้าคนกลางส่งไปนั้นไม่มีจำกัด ส่งได้เรื่อย ๆ ราคาปลาบู่ที่พ่อค้าคนกลางได้รับมีความผันผวนเพียงเล็กน้อยหรือไม่แตกต่างกันจากที่เคยได้รับ และในบางกรณีลูกค้าต่างประเทศมีการถามหา หรือความต้องการย้อนกลับ โดยมีความต้องการเพิ่มจากปกติ แต่พบว่าไม่มีผลกระทบต่อพ่อค้าคนกลางแต่อย่างใด หากว่าพ่อค้าคนกลางจัดหาปลาที่มีขนาด และปริมาณไม่ได้ตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ จะเห็นว่า ในส่วนนี้เป็นปัญหาที่ควรจะได้รับการแก้ไขในด้านการผลิตให้มีกำลังการผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการ ขจัดปัญหาความต้องการส่วนเกิน

อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาท มีปัญหาต่อราคาปลาที่พ่อค้าคนกลางส่งปลาไปยังตลาดต่างประเทศ เพราะในการตกลงราคาเป็นเงินของประเทศนั้น ๆ ซึ่งหากค่าเงินมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลต่อการแลกเงินบาทแต่จากการศึกษา พบว่า ไม่มีผลกระทบต่อพ่อค้าคนกลาง เพราะว่าหากค่าเงินบาทมีการอ่อนตัวจะมีผลดีต่อพ่อค้าคนกลางเมื่อแลกเงินเป็นเงินบาทจะได้เงินจำนวนมากขึ้น แต่หาก พบว่า ค่าเงินบาทมีการแข็งตัวมากขึ้นจะทำให้เงินที่ได้มีจำนวนน้อยลงจากเดิมแต่ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า ในด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทมีผลกระทบน้อยมากต่อการซื้อขายระหว่างพ่อค้าคนกลาง และลูกค้าต่างประเทศเพราะตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในเอเชียค่าเงินมีความผันผวนไม่มาก ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาที่ควบคุมได้ยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพปลาเมื่อไปถึงลูกค้าต่างประเทศเป็นปัญหา เนื่องจากอัตราการรอดตายน้อยกว่าร้อยละที่กำหนด โดยส่วนใหญ่ห้ามตายเกินร้อยละ 10 และหาก พบว่า มีอัตราการรอดตายน้อยกว่าร้อยละ 90 ส่งผลให้ราคาที่ได้รับไม่ได้ตามราคามาตรฐาน แต่ในส่วนนี้จะต้องมีการตกลงกันก่อนทำให้คนกลางยินดีที่จะรับราคาตามเงื่อนไข เพราะคุณภาพปลาค่อนข้างที่จะควบคุมได้โดยคุณภาพปลาบู่ และการบรรจุหีบห่อของปลาในการส่งออก ขึ้นอยู่กับการควบคุมของพ่อค้าคนกลางฉะนั้นโอกาสที่พบปัญหาดังกล่าว ก็เนื่องมาจากระบบการขนส่ง ซึ่งเป็นส่วนที่ควบคุมได้ยาก และยังไม่พบปัญหาที่มากจากสาเหตุนี้

ฉะนั้นปัญหาดังกล่าวจึงมีผลกระทบน้อยมากต่อพ่อค้าคนกลางเพราะจะส่งผลต่อกำไรของพ่อค้าคนกลาง และเป็นปัญหาที่ควบคุมได้ทำให้พ่อค้าคนกลางให้ความสนใจที่จะควบคุมคุณภาพของปลาตามที่ตลาดต่างประเทศต้องการ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ ทำให้ทราบจุดอ่อน จุดแข็งขององค์การต่าง ๆ ดังนี้

จุดอ่อนภายในองค์การ

เกษตรกร คือ เกษตรกรขาดแคลนพันธุ์ปลา ที่จะนำมาใช้ในการเพาะเลี้ยงขยายพันธุ์ปลาบู่ จากการศึกษา พบว่า ยังไม่สามารถแก้ปัญหาการเพาะเลี้ยงลูกปลาให้มีขนาดเป็นพันธุ์ปลาได้สำเร็จ เกษตรกรขาดการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพส่งผลถึงการมีต้นทุนในวัตถุดิบที่มีราคาแพง ขาดแคลนแหล่งเงินทุนหมุนเวียนที่จะใช้ในการขยายกำลังการผลิตทั้งยังขาดแคลนที่ดินในการประกอบอาชีพ เกษตรกรหลายรายที่ประสบความล้มเหลว สาเหตุอย่างหนึ่งมาจาก การขาดความรู้ที่แท้จริงในการเลี้ยงปลาบู่

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น มีปริมาณผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอในการส่งให้กับพ่อค้าคนกลางเป็นผลต่อเนื่องมาจากการที่เกษตรกรขาดแคลนพันธุ์ปลา ปลาที่จับมาได้เป็นปลาป่าซึ่งถ้าไม่มีการเพาะเลี้ยงขยายพันธุ์ก็สามารถลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว

พ่อค้าคนกลาง เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการซื้อมาขายไป จึงไม่มีปัญหาทางด้านการดูแลรักษาและการบรรจุหีบห่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดแข็งภายในองค์การ

เกษตรกร มีประสบการณ์ในการเลี้ยง รู้วิธีการจับปลาบู่ที่ทำให้ปลาบู่เกิดความเสียหายน้อย มีวิธีการป้องกันปลามีกลิ่นดิน สามารถหาซื้อวัตถุดิบในการผลิตได้ง่าย

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น มีวิธีในการดูแลอนุบาลพันธุ์ปลาที่ดี มีอัตราการตายน้อยกว่าปริมาณที่กำหนด มีวิธีการบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย รวดเร็ว เสียต้นทุนในการผลิตน้อย

พ่อค้าคนกลาง มีตลาดรองรับที่เพียงพอต่อปริมาณการผลิต การขนส่งสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 สรุปผลการวิเคราะห์ธุรกิจฟาร์มปลาบู่ระหว่างองค์กรในระบบวิถีการตลาด

พันธุ์ปลาและเกษตรกร	เกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น	พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และพ่อค้าคนกลาง	พ่อค้าคนกลาง และตลาดในประเทศ	พ่อค้าคนกลาง และตลาดต่างประเทศ
พันธุ์ปลาสามารถควบคุมได้ส่งผลต่อปริมาณการเลี้ยง ต้นทุนพันธุ์ปลาที่เพาะพันธุ์สูงกว่าพันธุ์จากธรรมชาติ คุณภาพปลาควบคุมได้ยากเนื่องจากพันธุ์ปลาส่วนใหญ่มากจากธรรมชาติ	ผลผลิตมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	ปริมาณปลาบู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของพ่อค้าคนกลาง	ปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศมีน้อยไม่สม่ำเสมอ ราคาปลาบู่ที่พ่อค้าคนกลางภายในประเทศได้รับต่ำกว่าราคาการส่งออก	ปริมาณผลผลิตจากพ่อค้าคนกลางไม่เพียงพอมีต่ำกว่าปริมาณความต้องการของต่างประเทศ อัตราการแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทมีผลต่อราคาซื้อขายปลาบู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ปลาบู่เป็นสัตว์เศรษฐกิจชนิดหนึ่ง ที่มีราคาสูง ซึ่งปริมาณผลผลิตส่วนใหญ่มาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ปัจจุบันจำนวนลูกปลาลดลงอย่างรวดเร็วไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศจีน เพื่อให้การเลี้ยงปลาบู่มีผลผลิตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การศึกษาเรื่องแนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้เราทราบปัญหา และอุปสรรค พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการขยายกำลังการผลิต ขอบเขตของการศึกษาครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่จำนวน 15 ราย พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจำนวน 15 ราย พ่อค้าคนกลางจำนวน 15 ราย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ราย รวมทั้งหมด 50 ตัวอย่าง โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 จังหวัด คือ จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครปฐม จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดกาญจนบุรี

วิธีการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 50 ตัวอย่าง ข้อมูลทุติยภูมิ ได้มาจากการรวบรวมจากเอกสารงานวิจัย บทความและหนังสือที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลจากสถิติที่หน่วยงานราชการได้รวบรวมไว้ เช่น ศูนย์สารสนเทศกรมประมง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) โดยทำการวิเคราะห์จากแรงผลักดัน 5 ประการ (five forces model) เพื่อให้ทราบปัญหาและโอกาสในการประกอบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (internal environment analysis) โดยวิเคราะห์จากห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) ซึ่งจะทำให้ทราบจุดอ่อน จุดแข็งองค์การนั้น ๆ หลังจากการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (five forces model) และห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) จะทำให้ทราบโอกาส (opportunity) อุปสรรค (threat) จุดอ่อน (weakness) และจุดแข็ง (strength)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาแรงผลักดันทั้ง 5 ประการ (five forces model) และห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ ได้แก่

ทางด้านตัวเกษตรกร

ปัญหาที่ทำให้การเลี้ยงปลาบู่ยังไม่แพร่หลายนั้นมีอยู่หลายประการ จากการศึกษา พบว่า การเริ่มต้นทำฟาร์มของเกษตรกรจะต้องใช้เงินทุนที่ค่อนข้างสูงถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับเกษตรกรที่เข้ามาใหม่ซึ่งมีเงินทุนน้อย ความพร้อมของเกษตรกรต้องมีมากทั้งความรู้เกี่ยวกับปลาบู่ เพื่อที่จะทำให้ฟาร์มประสบความสำเร็จ และต้องมีพื้นที่ในการที่จะขุดบ่อเพื่อเลี้ยงปลา หากไม่มีต้องเช่าที่ของบุคคลอื่นจะทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในด้านคู่แข่งขันในการเลี้ยงปลาบู่ด้วยกันไม่มีปัญหา เพราะมีเกษตรกรที่เลี้ยงปลาบู่น้อยราย แต่เกษตรกรยังขาดการรวมกลุ่ม จึงทำให้ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีอำนาจการต่อรองมากกว่าเกษตรกร อีกทั้งทางด้านของพ่อค้าที่รับซื้อปลาบู่จากเกษตรกรก็เช่นกัน ถึงแม้ว่าปลาบู่จะมีจำนวนน้อยแต่การขายปลาบู่นั้น ส่วนใหญ่จะส่งไปขายยังต่างประเทศ การขนส่งยุ่งยาก จะต้องมีความรู้ทางด้านการตลาดด้วย แต่เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่จะไม่มีความรู้ทางด้านนี้จึงต้องพึ่งพาให้พ่อค้าคนกลางนำไปขาย

ทางด้านการผลิต

การเลี้ยงปลาบู่มีการเลี้ยงยากกว่าปลาชนิดอื่น เพราะต้องมีการเรียนรู้นิสัยการกิน การเคลื่อนไหวของปลาบู่ก่อน พันธุ์ปลาที่เกษตรกรนำมาเลี้ยงจะได้มาจากการจับตามธรรมชาติ โดยขนาดที่ต้องการ คือ 100-200 กรัมต่อตัว แต่หากเราพึ่งพาพันธุ์ปลาจากธรรมชาติอยู่ ก็จะไม่สามารถที่จะเลี้ยงปลาบู่เป็นอุตสาหกรรมไม่ได้ เพราะลูกพันธุ์จากธรรมชาติก็ลดลงอย่างรวดเร็ว เมื่อมีผู้ต้องการเลี้ยงมากขึ้น ฉะนั้นจึงควรที่จะมีการเพาะขยายพันธุ์ปลาบู่ เพื่อให้มีปลาเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกรที่อยากเลี้ยงปลาบู่ อาหารที่ใช้เลี้ยงปลาบู่จะเป็นปลาเป็ด หรือปลาสดเป็นอาหารหลักโดยอาจผสมรำ ร้อยละ 4 เพื่อช่วยให้อาหารเหนียวจับเป็นก้อน แต่การใช้ปลาเป็ดล้วน ๆ มีปัญหาหลายประการ คือ ได้รับเชื้อโรคที่ติดมากับปลาสด ได้รับวิตามิน และแร่ธาตุไม่เพียงพอ พลังงานในปลาเป็ดมากเกินไปจะถูกเปลี่ยนเป็นไขมันไปเกาะที่ตับทำให้ตับเสื่อม และโตขึ้นได้ อาหารตกหล่น ทำให้น้ำเน่าเสีย การใช้อาหารสำเร็จจะขจัดปัญหาเหล่านี้ไป แต่ปลาบู่ไม่ชอบอาหารสำเร็จลอยน้ำ เนื่องจากปลาบู่กินอาหารช้า อาหารจะจมลงก้นบ่อหมดก่อนปลาจะได้กินอาหารผงปั้นเหนียวจึงเป็นทางออกที่ดีกว่า ในเรื่องการจัดการฟาร์ม ควรทำความสะอาดกระชังอยู่เสมอ จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ป้องกันปัญหากระชังอุดตัน จนทำให้น้ำในกระชังเน่าเสีย ควรป้องกันก่อนโรคจะเกิดขึ้นดีกว่า การเคลื่อนย้ายปลาบู่ที่ดูเหมือนจะทำได้ง่าย เพียงแค่นำปลาขึ้นมาเหนือน้ำ ปลาก็จะเกร็งตัวพองเหงือก และอยู่นิ่ง ๆ ไม่ค่อยกระโดดหนี แต่แท้จริงแล้ว ปลาบู่เป็นปลาที่ตกใจง่าย การเคลื่อนย้ายปลาบู่จะสร้างความเครียดให้ปลามาก จึงควรทำด้วยความนุ่มนวล และระมัดระวัง

ดังนั้น การที่ทำธุรกิจฟาร์มปลาบู่ หากเกษตรกรรายใหม่ไม่เข้าใจลักษณะนิสัยของปลาบู่ก็จะทำให้ปลานั้นมีอัตราการรอดยาก การเพาะเลี้ยงพันธุ์ปลาก็ทำได้ยาก จึงทำให้มีจำนวนลูกปลาที่จะนำมาเลี้ยงมีอยู่ในปริมาณที่น้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกรที่อยากจะเลี้ยง ในขณะที่เกษตรกรเลี้ยงปลาบู่สามารถที่จะนำปลาชนิดอื่นมาเลี้ยงด้วยได้ถือว่าเป็นการทดแทนของการผลิตหากว่าอัตราการรอดของปลาบู่นั้นอยู่ในระดับที่ต่ำ ฉะนั้นปัจจัยทางด้านการผลิตก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ได้รับความสำเร็จ เพราะหากมีการผลิตที่ไม่ดีก็จะทำให้ผลผลิตออกมาไม่ดีตามไปด้วย ฉะนั้น จึงเป็นการถูกต้องที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านนี้หากจะทำให้ธุรกิจฟาร์มปลาบู่ขยายไปได้ดี

ทางการตลาด

ตลาดปลาบู่เป็นตลาดที่ไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็ไม่ค่อยจะมีปัญหา เพราะมีทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศมารองรับ แต่ความเป็นจริงแล้วผู้เลี้ยงกลับขายไม่ได้ราคาเท่าที่ควร ทั้งนี้เพราะ หนึ่ง ปริมาณปลายังน้อย ผู้จับปลาต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจับแต่ละครั้งสูง จึงต้องหักลงไปในตัวปลาด้วย สอง การจับปลาไม่ถูกต้อง ปลาช้ำ ครีบแตก เมือกแตก เมื่อส่งไปขายจะขายไม่ได้ราคาที่สมควร เพราะปลาจะตายระหว่างการขนส่ง สาม มีปลาจากธรรมชาติมาปะปน ซึ่งเป็นปลาที่จับโดยการดักอวน หรือใช้เบ็ดตกมาจากแหล่งน้ำ ทำให้ปลาช้ำและตายง่าย ผู้ส่งออกจึงไม่นิยมซื้อปลาที่จับจากธรรมชาติ สี่ ข้อมูลและข่าวสารไม่พอ ทำให้ผู้เลี้ยงไม่รู้ราคาปลาบู่ที่แท้จริงผู้ที่รู้จักและรู้แหล่งที่สามารถหาซื้อได้ในวงแคบ จะมีการแนะนำลูกค้าโดยการแนะนำแบบปากต่อปาก และเนื่องจากปลาบู่เป็นสินค้าเกษตรที่ผู้บริโภคต้องการในลักษณะของปลาเป็น จึงทำให้ในการขนส่งต้องอัดออกซิเจนเข้าไปในการบรรจุถุงด้วย ระยะทางที่สามารถทำการขนส่งได้ก็จะเป็นเฉพาะกับประเทศที่อยู่ไม่ไกลมาก ในการหาตลาดและการหาลูกค้า ผู้ส่งออกจะเป็นผู้หาเองแล้วรับซื้อจากพ่อค้าคนกลาง พ่อค้าคนกลางรับซื้อมาจากพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดซึ่งรับซื้อมาจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรับซื้อมาจากเกษตรกรผู้เลี้ยง หรือชาวประมง จะเห็นได้ว่า กว่าที่ปลาบู่จะไปถึงมือผู้บริโภคนั้นมีบุคคลที่เข้ามาในวิถีการตลาดมากเกินไปทำให้ราคาของปลาบู่ที่เกษตรกรได้รับนั้นค่อนข้างน้อย การติดต่อหาลูกค้าจะใช้การติดต่อกันทางโทรศัพท์ และการที่จะหาลูกค้ารายใหม่ ก็

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะมีการลงในหนังสือเกี่ยวกับการเกษตร และอินเตอร์เน็ต สำหรับการเข้ามาใหม่ของผู้ที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับปลาบู่ทางด้านการตลาด ค่อนข้างจะยาก เพราะมีการกีดกันของผู้ที่อยู่ในธุรกิจเดิม เนื่องจากปริมาณของผู้ที่อยู่ในด้านการตลาดมีมากกว่าผู้ที่อยู่ในด้านการผลิต ปริมาณผลผลิตจึงไม่เพียงพอต่อผู้ที่ทำการตลาดปลาบู่ และยังมีการแย่งผู้ผลิตโดยการผูกมัดกับผู้ผลิตไม่ให้ขายให้กับบุคคลอื่น

ทางด้านสภาพแวดล้อม

สภาพทั่วไปของปลาบู่ คือ เป็นปลาที่ชอบอยู่นิ่งเป็นส่วนใหญ่ แต่ชอบอยู่ในที่ที่มีน้ำไหลผ่าน และน้ำที่มีความขุ่นพอสมควร ในน้ำใสปลาบู่จะตกใจง่าย และหยุดกินอาหาร การเลี้ยงปลาบู่ในกระชังจะเจริญเติบโตดีกว่าในบ่อดินมาก ทั้งนี้เพราะมีน้ำไหลผ่านจะได้น้ำสะอาดตลอดเวลา ฉะนั้น ในการเลี้ยงปลาบู่จะต้องหาสถานที่ที่เลี้ยงปลาบู่ตามที่ปลาบู่ชอบ เพื่อให้ผลผลิตที่ได้ออกเป็นที่พอใจของเกษตรกร การเลือกที่ตั้งฟาร์มของเกษตรกรที่จะเริ่มเลี้ยงสามารถทำได้ดีกว่าเกษตรกรรายเก่า เพราะมีการศึกษามาก่อนแล้ว จึงทำให้เป็นอุปสรรคที่น้อย การซื้อปัจจัยการผลิต หากที่ตั้งฟาร์มอยู่ในแหล่งที่มีการขายปัจจัยการผลิตน้อย อำนาจการต่อรองก็จะตกอยู่ที่ผู้ขายปัจจัยการผลิต ทางด้านผู้ที่จะมารับซื้อปลาบู่กับที่ตั้งของฟาร์มจะมีผลต่อราคาค่อนข้างน้อย เพราะราคาปลาบู่จะมีราคาที่เป็นสากลโดยจะมีการสำรวจราคากันตลอด การทำความสะอาดฟาร์มต้องทำให้ฟาร์มสะอาด น้ำที่ใช้เลี้ยง หากเลี้ยงในบ่อซีเมนต์ต้องทำการเปลี่ยนน้ำตามความเหมาะสม อย่าให้น้ำเกิดกลิ่นเหม็น สกปรก เพราะจะทำให้ปลามีสุขภาพไม่ดี และตายได้ในที่สุด สาเหตุที่ทำให้ผลผลิตของปลาบู่น้อยกว่าอัตราการปล่อย หรือเรียกว่ามีอัตราการตายที่สูงเป็นเพราะโรคระบาด ถึงแม้ว่าโรคระบาดในปลาบู่จะน้อยกว่าในปลาชนิดอื่นก็ตาม แต่ก็สร้างความเสียหายให้กับผู้เลี้ยงได้มาก สาเหตุที่ทำให้ปลาบู่เกิดโรคมีทั้งสาเหตุที่โน้มนำ และสาเหตุจริง สาเหตุที่โน้มนำ คือ อาหารไม่เหมาะสม ทั้งปริมาณและคุณภาพ น้ำในบ่อ ลักษณะบ่อ คุณภาพดินกินบ่อไม่มีคุณภาพ ความผันแปรของคุณภาพน้ำทั้งทางกายภาพ เคมี และชีวภาพ ส่วนสาเหตุที่แท้จริง คือ อาหารที่ไม่เหมาะสม มีสารพิษ มีเชื้อโรค ซึ่งหากผู้ที่จะเริ่มทำฟาร์มจะประสบกับปัญหาเรื่องนี้น้อยเพราะจะมีการสอบถามและศึกษามาก่อน ส่วนการลักขโมยนั้นจากการสัมภาษณ์ จะมีผลต่อการขยายธุรกิจฟาร์มปลาบู่น้อยมาก เพราะจากการไปดูฟาร์มของเกษตรกรสภาพแวดล้อมในบริเวณนั้นจะเป็นสังคมชนบทชาวบ้านบริเวณเดียวกันจะรู้จักกันหมดเรื่องการลักขโมยจึงไม่ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขยายธุรกิจฟาร์มปลาบู่ รัฐบาลกับการเลี้ยงปลาบู่ไม่มีผลต่อกัน เพราะเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบู่ไม่ค่อยมีปัญหาทางด้านราคาจนทำให้รัฐบาลต้องมาช่วยเหลือ จะมีก็แต่เรื่องเงินทุนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวกับทางด้านข้อมูลต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพราะฉะนั้นการที่จะทำการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่ ผู้ที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้จะต้องศึกษาในด้านต่าง ๆ ทั้งตัวของผู้ที่จะทำ สภาพการผลิต สภาพการตลาด และสภาพแวดล้อม เพื่อที่สามารถทำการป้องกันในปัญหาที่สามารถทำได้ ซึ่งจะทำให้การทำธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จได้อย่างที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะ

ในสภาพการณ์ปัจจุบันของธุรกิจฟาร์มปลาบู่ ถือได้ว่ายังเป็นธุรกิจเล็ก ผลผลิตของปลาบู่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากการขยายพันธุ์ปลาบู่ยังมีบุคคลที่สามารถทำได้สำเร็จเป็นจำนวนที่น้อย และมีการจำกัดความสำเร็จของตนเอง เพื่อไม่ให้เกิดคู่แข่งกับตน ฉะนั้น ภาครัฐบาลควรหันมาช่วยเหลือในธุรกิจนี้ โดยควรช่วยเหลือให้ครอบคลุมทั้งระบบธุรกิจฟาร์มปลาบู่ ซึ่งได้แก่

1. กรมประมงควรให้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำการวิจัยและขยายพันธุ์ปลาบู่ โดยมีการจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานนี้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพราะปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนพันธุ์ปลา ซึ่งต้องรวบรวมจากแหล่งน้ำธรรมชาติ และยังไม่เป็นที่เพียงพอกับความต้องการของผู้เลี้ยง ลูกปลาบู่ที่รวบรวมจับมาจากแม่น้ำจะเป็นที่นิยมของผู้เลี้ยงมากกว่าลูกปลาบู่จากการเพาะขยายพันธุ์เอง ลูกปลาบู่ดังกล่าว มีราคาที่ค่อนข้างแพงเป็นค่าใช้จ่ายประมาณ ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนของการลงทุนที่สูงมาก ถ้าหากปลาตายเป็นจำนวนมากผู้เลี้ยงต้องประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก ฉะนั้น การที่มีหน่วยงานไว้ศึกษาเกี่ยวกับพันธุ์ปลาบู่ และการขยายพันธุ์ปลาบู่ ตลอดจนการอนุบาลลูกปลาที่ผลิตได้ให้แข็งแรง ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เลี้ยงให้สามารถหาซื้อพันธุ์ปลาบู่ได้ในราคาถูกลงกว่าเดิม ซึ่งจะมีผลที่ทำให้ต้นทุนการผลิตปลาบู่ลดลงอย่างมากด้วย

2. การขนส่งปลาบู่ยังขาดเทคโนโลยีในการที่จะทำให้ปลาบู่สามารถอยู่ได้นาน โดยยังมีชีวิต ควรจะมีการวิจัยค้นคว้าในด้านนี้ เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการขยายตลาดในวงกว้าง ทำให้สร้างรายได้ให้แก่ประเทศเพิ่มขึ้น

3. กรมประมงควรมีข้อมูลที่เกี่ยวกับการปลาบู่ที่ทันต่อกาลสมัย เพื่อให้ผู้ที่สนใจจะเลี้ยงปลาบู่ได้ศึกษาและสอบถามถึงสภาพการผลิตและการตลาดของธุรกิจฟาร์มปลาบู่ในปัจจุบันก่อนที่จะทำการตัดสินใจที่จะเข้าไปลงทุนในธุรกิจนี้ มีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรที่สนใจแนะนำเกี่ยวกับวิธีการเลี้ยงที่ได้ผลผลิตที่ดีและถูกต้อง ทั้งยังมีการแนะนำเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในการเลี้ยงปลาบู่ เพื่อให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น

4. จากปัญหาในเรื่องผลผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ เป็นปัญหาที่เกี่ยวเนื่องมาจากปัญหาทางด้านการผลิตที่เกี่ยวกับพันธุ์ปลาบู่ และลูกปลาบู่ที่จะนำมาเลี้ยงดังที่ได้กล่าวมานั้น ยังมีปัญหาในด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยการผลิตมีราคาแพง เกษตรกรต้องใช้เงินลงทุนมาก ส่วนใหญ่เกษตรกรขาดแคลนเงินทุน หรือสินเชื่อในการลงทุน และหากเกษตรกรคนใดที่ลงทุนไปแล้ว และประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจนี้ แล้วจะทำการขยายฟาร์มเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น จำเป็นที่จะต้องใช้เงินอีกจำนวนหนึ่ง หากทางรัฐบาลให้การสนับสนุนในด้านเงินลงทุนหรือสินเชื่อก็จะเป็นการดี และให้สินเชื่อในปริมาณที่พอเพียงต่อการลงทุน จากการสัมภาษณ์เกษตรกร พบว่า มีธนาคารของรัฐบาลที่ให้สินเชื่อด้านการเกษตร แต่ให้ในปริมาณที่น้อยเมื่อเทียบกับการลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตรที่มีการให้สินเชื่อในปริมาณที่มาก

5. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรควรเก็บรวบรวมข้อมูลที่สามารถให้บุคคลทั่วไปได้เข้าไปอ่านและศึกษายังไม่เพียงพอมากนัก และสถิติในการส่งออกปลาบู่ไปยังประเทศต่าง ๆ นั้น ยังไม่เพียงพอ เพราะหากมีสถิติของการส่งออก ก็จะทำให้รู้ว่า ในประเทศใดมีการบริโภคปลาบู่ในปริมาณที่มาก และสามารถกำหนดตลาดในการส่งออกได้ ฉะนั้นควรมีหน่วยงานที่รวบรวมเกี่ยวกับงานทางด้านปลาบู่ทั้งด้านการผลิต การตลาด และสถิติการผลิตและการส่งออกทางเว็บไซต์เพื่อให้ง่ายต่อผู้ที่ไม่สามารถเดินทางไปเอาข้อมูลจากกรมวิชาการเกษตรโดยตรง

6. เมื่อมีการสนับสนุนทางด้านการผลิต เพื่อให้เกษตรกรได้สามารถผลิตปลาบู่ออกสู่ตลาดได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ควรมีการขยายตลาดควบคู่กันไปด้วย มีการส่งเสริมการตลาดให้ขยายในวงกว้างให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณสมบัติของปลาบู่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นจริง และหันมาให้ความสำคัญปลาบู่

7. นอกจากข้อมูลทางด้านการผลิตและการตลาดแล้ว กรมส่งเสริมการเกษตรควรจะส่งเสริมให้เกษตรกรได้มีการรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์ เพื่อเป็นการรวบรวมเกษตรกรที่มีความรู้ และความสนใจในการเลี้ยงปลาบู่ สมาชิกที่เข้ามาในรุ่นแรก ๆ ก็จะเป็นเกษตรกรเคยทำฟาร์มปลาบู่หรือกำลังเลี้ยงอยู่ หรือเรียกได้ว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงปลาบู่ ซึ่งประสบการณ์ คือ สิ่งที่ค่อนข้างสำคัญต่อการเลี้ยงเป็นอย่างมาก เพราะการลงมือบนแผ่นกระดาษกับการลงมือปฏิบัติบนสนามจริงย่อมแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2537. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2535.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2538. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2536.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2539. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2537.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2538.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2541. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2539.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2542. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2540.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2541.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2544. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2542.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2545. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2543.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2546. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2544.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2547. **สถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ประจำปี 2545.** กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

ทวี จินตธรรมและคณะ. 2535. **การคาดคะเนแนวโน้มอุปทานประมงน้ำจืดของประเทศไทย.** สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ทวี วิพุทธานุมาสและยุพินท์ วิวัฒนชัยเศรษฐ์. 2545. **การเพาะเลี้ยงปลาบู่.** กรุงเทพมหานคร: กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

นันทนา พุฒิกร และวราภรณ์ ทองชัช. 2526. **เศรษฐกิจการผลิตปลาบู่ในกระชังที่จังหวัดนครสวรรค์.** กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน). 2542. **ปลาบู่สัตว์ เศรษฐกิจตัวใหม่จริงหรือ ?,** 26 มิถุนายน 2542. รายงานการสัมมนาครบเครื่องเรื่องปลาบู่.กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา)

ปกรณ์ ปรียากร. 2546. **การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์ (ครั้งที่ 4).** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เสนาธรรม.

ปรีชา กัณหา. 2545. "รายได้เหยียบล้าน". **นิตยสารสัตว์น้ำเศรษฐกิจ.** (6 ธันวาคม 2545): น. 83

ภาณุ เทวรัตน์มณีกุล และคณะ. 2525. **ต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงทดลองปลาบู่ในกระชังในจังหวัดนครสวรรค์.** กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยุพิน วิวัฒนชัยเศรษฐ์. 2541. **"วารสารกรมประมง".** 51 (4): น. 363-367

ยุพิน วิวัฒนชัยเศรษฐ์. 2543. **"วารสารกรมประมง".** 53 (5): น. 505-513

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รางคณา พนมเสริฐ. 2529. **เศรษฐกิจการผลิตปลาบู่ในกระชังที่อำเภอบางประหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. **การวิจัยธุรกิจ.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์ 304.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2540. **การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศุภชัย นิลวานิช. 2544. **กลเม็ดเพาะเลี้ยงปลาบู่ ปลาเศรษฐกิจปราบเซียน.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.

สุพานี สฤษฎ์วานิช. 2545. **การบริหารเชิงกลยุทธ์ แนวคิดและทฤษฎี.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต.

อิติพร ยิ้มประเสริฐ. 2545. **ลู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดของ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยในหลักสูตรบริหารธุรกิจเกษตร ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง "แนวทางในการขยายกำลังการผลิตธุรกิจฟาร์มปลาบู่"

ข้อมูลทั่วไป:

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
2. วันที่สัมภาษณ์
3. ผู้สัมภาษณ์
4. โทรศัพท์
5. อีเมล์/ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้
6. ประเภทธุรกิจ
7. จำนวนพนักงาน
8. ผลผลิตต่อไร่
9. แหล่งเงินทุน
10. หมายเหตุ

ข้อมูลลูกค้า:

1. ใครคือลูกค้าหลัก หรือตลาดหลักของคุณ

2. ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาฟาร์มของคุณมีปัญหาทางด้านใดบ้าง (ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า)และมีวิธีแก้ไขอย่างไรบ้าง/ทำไม

3. ใครเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าและใช้เกณฑ์อะไรเป็นตัวกำหนดราคาสินค้า ท่านคิดว่าอะไรที่สามารถทำให้เพิ่มมูลค่าราคาสินค้าของท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ท่านมีวิธีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างไร (ในการได้ลูกค้ามา)

5. อะไรคือมาตรฐาน (คุณภาพ) ที่ท่านต้องปฏิบัติตาม เพื่อที่จะสามารถขายสินค้าในประเทศและต่างประเทศรวมถึงเพื่อการส่งออก

ข้อมูลด้านการจัดการฟาร์ม:

1. ท่านมีวิธีการอย่างไรบ้างในการลดต้นทุน

2. ท่านมีการศึกษาเพิ่มเติมความรู้ในด้านการเลี้ยงปลาบู่หรือไม่ อย่างไร

ข้อมูลปัจจัยการผลิต:

1. วัตถุดิบที่ใช้ในการเลี้ยงปลาบู่คืออะไร และท่านซื้อปัจจัยดังกล่าวจากใคร

2. ท่านมีวิธีการเลือกซื้อปัจจัยการผลิตอย่างไร โปรดอธิบาย

ข้อมูลด้านการเงิน:

1. ท่านมีเงื่อนไขทางด้านการเงินอย่างไรบ้างกับลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิตของท่าน (เครดิต การขนส่ง สินค้า)

2. ท่านมีการจัดการทางด้านเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

ข้อมูลด้านนโยบายที่เกี่ยวข้อง:

1. มีนโยบายหรือกฎระเบียบใดที่เอื้อประโยชน์กับธุรกิจของท่านบ้างหรือไม่ และมีนโยบายหรือกฎระเบียบใดที่สร้างปัญหาและอุปสรรคให้กับธุรกิจของท่านหรือไม่

2. มีหน่วยงานใดบ้างที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจของท่านบ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ท่านต้องการนโยบายหรือกฎระเบียบใดมาช่วยสนับสนุนกฎระเบียบของท่าน

ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน:

1. ธุรกิจของท่านมีการแข่งขันกันในระดับใด ใครคือคู่แข่งหลัก

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (เช่น สาธารณูปโภค) มีวิธีแก้ไขอย่างไรบ้าง

3. ผลพลอยได้ที่เพิ่มรายได้จากการเลี้ยงปลาบู่ให้กับท่านมีหรือไม่ อย่างไร

ข้อมูลด้านการค้า:

1. มีการรวมกลุ่มทางการค้าหรือไม่ ท่านเป็นสมาชิกหรือไม่ ทำไม อย่างไร

   ถ้าเป็น ท่านได้ประโยชน์อะไรบ้าง และต้องการบริการอะไรที่สมาคมจะทำให้ท่านบ้าง

ข้อมูลด้านภาพพจน์รวม:

1. ในอนาคตธุรกิจของท่านจะมีแนวโน้มอย่างไร และมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มในธุรกิจที่ท่านคาดการณ์ไว้

2. ปัญหาและอุปสรรคที่ท่านคิดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตมีหรือไม่อย่างไร

   ถ้ามี ท่านมีวิธีการแก้ไขอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

รายชื่อเกษตรกรที่สัมภาษณ์

รายชื่อ		ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
คุณวัลลภ	สุมานพ	43 ม.1 ต.จระเข้ใหญ่ อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี	02-9237164
คุณสุขวันดี	มณฑารักษ์	แพปลาหัวตะเข้	01-9259352
คุณอวยพร	ตรีขันธ์	14 ม.1 ต.มารวิชัย อ.เสนา จ.พระนครศรีอยุธยา	01-9286697
คุณณรงค์	เรียนรอบกิจ	10 ม.1 ต.ดอนแฝก อ.นครชัยศรี จ.นครปฐม	01-9257689
คุณศรีชัย	เอมสมบูรณ์	33/1 ม.7 ต.องครักษ์ อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี	01-4366137
คุณสำเริง	ปั้นสุวรรณ	ต.ตาลาน อ.ผักไห่ จ.พระนครศรีอยุธยา	
คุณสมศักดิ์	แจ่มแสงงาม	ต.บ้านดอนตาอิฐ อ.สามพราน จ.นครปฐม	
คุณเบิ้ม		จ.เชียงใหม่	01-5311722
คุณวันชัย		คลอง12 จ.ปทุมธานี	06-5659818
คุณเอี่ยม		จ.บุรีรัมย์	07-1727395
คุณประสิทธิ์	คงยืน	ต.จ้าวเจ็ด อ.เสนา จ.พระนครศรีอยุธยา	035-202549
คุณบุญส่ง		จ.กาญจนบุรี	01-9803438
คุณอ้อย		จ.สมุทรปราการ	09-3658451
คุณสุทธิโรจน์	ศุภวิริยะกิจ	11/40 ม.นันธวัช เขตแสงไทม ซ.วัชรพล กทม.	01-4587020
คุณทวี	นพเจริญวงศ์	จ.อยุธยา	01-4994222
คุณศรีราย			01-4366173
คุณทวีป		สถานีวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด หนองเสือ จ.ปทุมธานี	06-7604064
คุณวิทูรย์		สถานีวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด หนองเสือ จ.ปทุมธานี	01-9877172
คุณจิระภา		สถานีวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด หนองเสือ จ.ปทุมธานี	01-8238549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้