



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกลาสวยงาม

Study on Operation Problems with Beautiful Fishes Retailer



T096388

โดย

นางสาวสุนันทา

จันทร์กลม

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

พ.ศ. 2545
 ส816ค
 2545

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....96388

วันเดือนปี..... 5 JUN 2003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกลาสวยงาม

Study on Operation Problems with Beautiful Fishs Retailer

โดย

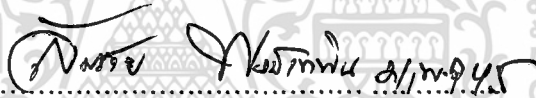
นางสาวสุนันทา จันทร์กลม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลักสูตร

วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)

เมื่อวันที่ ๘/๑๑/๒๕๖๕

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ



(อาจารย์สมชาย พงษ์เทพิน)

กรรมการปัญหาพิเศษ



(อาจารย์พิรัชัย กุลชัย)

หัวหน้าภาควิชา



(อาจารย์สุชумаภรณ์ จันทร์ศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม

โดย : นางสาวสุนันทา จันทร์กลม

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนาการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :

(อาจารย์สมชาย พงษ์เทพิน)

๑/๑๑/๕๕

การศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามอันจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ด้านต่างๆต่อไปตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ ผู้ค้าปลีกปลาสวยงามจำนวน 96 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบร้อยละ โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ เป็นเครื่องมือและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธี ทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา ซึ่งผลการศึกษาพอสรุปได้ดังต่อไปนี้ในส่วนของคุณภาพของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม พบว่าส่วนใหญ่ขนาดของร้านค้าปลีกปลาสวยงามจะจำหน่ายร่วมกับสินค้าอื่นๆเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของลูกค้า เนื่องจากเป็นร้านที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง แหล่งซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ส่วนใหญ่ที่ศูนย์ค้าส่งในกรุงเทพฯ ระยะทางและการเดินทางทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ประกอบกับสภาพทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำที่ผ่านมา ทำให้ร้านค้ามีกำไรค่อนข้างน้อยและไม่ดีเท่าที่ควร ส่วนปัญหาและอุปสรรค ในการดำเนินงาน ร้านค้าปลีกปลาสวยงาม พบว่า คุณสมบัติของบุคลากรในร้านมีการเรียนรู้เคยไปอบรมสัมมนาเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานในร้านอยู่ในระดับที่น้อย ความรู้ใหม่ๆ หรือข้อมูลที่ต้องไม่ถูกนำมาใช้ในการดำเนินงาน การจัดทำบัญชีไม่ได้เป็นประจำ ทำให้ขาดข้อมูลประกอบในการดำเนินการ มีการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายน้อยมาก อาจเป็นปัจจัยประกอบส่วนหนึ่งที่ทำให้ร้านค้าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร และส่วนของคุณภาพความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีก คือ ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในเรื่อง พันธุ์ปลาและการดูแลรักษาโรคปลาให้แพร่หลายควรมีการจัดระบบมาตรฐานเรื่องราคาขายส่งให้อยู่ในระดับเดียวกัน และต้องการข้อมูลด้านต่างๆรวมถึงการสนับสนุนจากองค์กรหน่วยงานต่างๆมากขึ้น และบางส่วนเสนอให้มีการจัดตั้งชมรม หรือการรวมกลุ่มในรูปแบบของสหกรณ์ สร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาช่วยเหลือจากหลายๆท่านที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้จัดการบริษัทไว้เครมเนอเซอร์ วิฑูรย์ เทียนรุ่งศรี เป็นผู้ให้ข้อมูลรายชื่อลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม และเป็นผู้ให้งบประมาณในการทำปัญหาพิเศษและอาจารย์สมชาย พงษ์เทพิน ซึ่งเป็นประธานกรรมการปัญหาพิเศษที่กรุณาให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทาง ตรวจสอบและแก้ไขตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ อาจารย์พีรชัย กุลชัยซึ่งเป็นกรรมการปัญหาพิเศษ อีกทั้งอาจารย์ สุขุมารณ์ ชันธุ์ศรี ผ.ศ.ศุภสมบุรณ์ อึ้งรัตนากร โดยให้ความช่วยเหลือในด้านการให้แนวคิด และคำแนะนำต่างๆ เสมอมา ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งในบุญคุณของท่านเหล่านี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดทุกท่านที่กรุณาอำนวยความสะดวก ในเรื่องของการค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ทำปัญหาพิเศษ และผู้ค้าปลีกปลาสวยงามที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกๆ ท่าน

คุณงามความดีอันที่ข้าพเจ้าทั้งมีขอบแต่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ ผู้ให้ความช่วยเหลือผู้ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาในด้านต่างๆ และผู้มีอุปการะคุณทุกท่าน

สุนันทา จันทร์กลม

เมษายน 2545

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
คำนิยม	(2)
สารบัญตาราง	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตของการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	4
ความหมาย ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีก	4
ประเภทของร้านค้าปลีก	4
ทำเลที่ตั้งของร้านค้า	4
รูปแบบการบริหารจัดการร้านค้าปลีก	4
ข้อมูลทางด้านการตลาดธุรกิจปลาสดสวยงาม	9
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	12
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	13
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล	14
ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสดสวยงาม	15
ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาของการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม	20
ผลการวิจัยข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา	34
ร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม	
แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการแก้ไขพัฒนาผู้ประกอบการ-	37
ร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

วิจารณ์ผล	38
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	41
ปัญหาและข้อเสนอแนะต่องานวิจัย	42
เอกสารอ้างอิง	44
ภาคผนวก	45
แบบสอบถาม	46



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางปฏิบัติงาน	13
2 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม	16
3 ทำเลที่ตั้ง	20
4 ร้านค้าตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมต่อการคมนาคมเพื่อซื้อสินค้า	20
5 คุณสมบัติของบุคลากรที่ดำเนินงานในร้าน	21
6 ประเภทสินค้าในร้านค้า	24
7 นโยบายสินค้า	25
8 ด้านการเงิน	27
9 ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์	29
10 ความถี่ในการส่งเสริมการขาย	30
11 ระดับการให้บริการลูกค้า	31
12 การจัดการบัญชีและสต็อกสินค้า	32
13 การรับรู้ข่าวสารทางวิชาการ	33
14 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	34
15 ร้านค้าประสบปัญหาเรียงลำดับตามความสำคัญ	36
16 ความต้องการส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของร้านค้า	37
17 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจปลาสดขงามเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมมาก ในช่วงเวลาไม่นานนี้เนื่องจากปลาสดขงามเป็นสินค้าประมงชนิดหนึ่งที่มีราคา และมีแนวโน้มในการขยายตัวทางด้านตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อนมีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิตและการขยายพันธุ์ ทำให้มีปลาที่หลากหลายนานาพันธุ์ และมีสีสันสดขงาม จึงเป็นแหล่งปลาสดขงาม และพรรณไม้น้ำ เกษตรกรมีประสบการณ์และความชำนาญสามารถในการเพาะขยายพันธุ์ปลาสดขงามได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสที่จะขยายอาชีพเสริมของประชาชน และสร้างเศรษฐกิจของประเทศได้

สำหรับธุรกิจปลาสดขงามในประเทศไทย ร้านค้าปลีกปลาสดขงามได้ขยายไปทุกจังหวัด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เลี้ยงทั้งในเด็ก เยาวชนและผู้ใหญ่ทั่วไป นอกจากธุรกิจปลาสดขงามแล้ว ยังมีธุรกิจต่อเนื่องคือธุรกิจของพรรณไม้น้ำ และการผลิตอุปกรณ์ ตู้ปลา ยารักษาโรค ก็มีการขยายตัวตามไปด้วย จึงเกิดธุรกิจร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกจำหน่ายปลาสดขงาม พรรณไม้น้ำและอุปกรณ์ต่างๆจำนวนมาก อาชีพนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน และยังส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศ เกิดการหมุนเวียนเงินตรารวมทั้งการสร้างงาน สร้างรายได้แก่บุคคลได้อย่างดี แต่การดำเนินการค้าปลีกปลาสดขงามหลายรายก็ประสบปัญหาในการดำเนินการอยู่หลายประการ เช่น ปัญหาทางด้านข้อมูลทางการตลาด วิชาการ คุณภาพของสินค้า ทำเลที่ตั้งและทุนในการดำเนินการ เป็นต้น ยังไม่มีการศึกษาปัญหาเหล่านี้กันอย่างชัดเจน อีกทั้งเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจประเภทนี้ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้จึงเลือกศึกษาปัญหาของร้านค้าปลีกปลาสดขงามโดยการศึกษาปัญหาในการดำเนินการ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริม สนับสนุนจากองค์กร หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มร้านค้าปลีกปลาสดขงามเอง รวมถึงผู้ที่สนใจในการศึกษาได้ใช้ประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาธุรกิจการค้าปลาสดขงาม ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป อันจะเกิดผลต่ออาชีพของประชาชนและประเทศชาติโดยรวม

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษารูปแบบและการบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม
2. ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม
3. ศึกษาข้อเสนอแนะ แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินการของผู้ค้าปลีกปลาสดสวยงาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบและการบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม
2. ทำให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม
3. ผลของการศึกษาใช้เป็นข้อมูลสำหรับ หน่วยงาน องค์กร ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาเฉพาะผู้ค้าปลีกปลาสดสวยงามที่เป็นสมาชิกของบริษัทไว้ท์เครนเนอเซอรี่ เนื่องจากบริษัทมีการดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับปลาสดสวยงามวัสดุอุปกรณ์ ยารักษาโรค ครบวงจรมาตั้งแต่พ.ศ. 2521-2545 ก็เป็นเวลา 24 ปี มีลูกค้าที่ประกอบอาชีพการค้าปลีกปลาสดสวยงามมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ประกอบกับข้อจำกัดเวลาและงบประมาณ จึงเลือกศึกษาเฉพาะกรณีของสมาชิกของบริษัทไว้ท์เครนเนอเซอรี่เท่านั้น ในการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มประชากรจำนวนทั้งหมด 327 ราย ซึ่งคัดเลือกกลุ่มประชากรที่เป็นสมาชิกประจำของบริษัทไว้ท์เครนเนอเซอรี่ เนื่องจากชื่อ ที่อยู่ของผู้ค้าปลีกปลาสดสวยงามไม่ชัดเจนพอที่จะส่งได้จึงทำการคัดออกเหลือ 303 ราย เป็นกลุ่มที่แน่นอนและสามารถติดตามตรวจสอบข้อมูลได้ชัดเจน ซึ่งจะศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 ถึงเดือนเมษายน 2545 เป็นระยะเวลา 6 เดือน

นิยามศัพท์

ร้านค้าปลีกปลาสวยงาม หมายถึง ร้านค้าที่มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่าย วัสดุอุปกรณ์ ปลาสวยงามหรือบริการต่างๆไปสู่ผู้บริโภค

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการตามความต้องการและประโยชน์การนำไปใช้เกี่ยวกับปลาสวยงามและวัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับปลาสวยงามทั้งหมด

การบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสวยงาม หมายถึง การจัดการในการดำเนินการทำกิจการค้าขายที่เกี่ยวกับปลาสวยงาม ที่เกี่ยวข้องในการเลี้ยงปลาสวยงาม ประกอบด้วย

1. ท่าเลที่ตั้งร้านค้าปลีกปลาสวยงาม
2. คุณสมบัติของผู้บริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสวยงาม
3. การเงินและแหล่งเงินทุน
4. นโยบายทางการค้า
5. การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์
6. การดำเนินงาน
 - 6.1 การดูแลผลิตภัณฑ์
 - 6.2 บุคลากรในการดูแลร้าน
 - 6.3 ปริมาณ ราคา คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย
 - 6.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
7. การได้รับข้อมูลข่าวสารและข้อมูลเชิงวิชาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ผู้วิจัยได้แบ่งการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ส่วน

1. ความหมาย ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม
2. ข้อมูลทางด้านการบริหารจัดการร้านค้าปลีก
3. ข้อมูลทางด้านการตลาดธุรกิจร้านค้าปลีกปลาสวยงาม

1. ความหมาย ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีก

สมนา อัญโพธิ์ (2525) ได้ให้ความหมายของร้านค้าปลีกคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อนำไปใช้ส่วนตัว ไม่ใช่ในทางธุรกิจ

ศรีสุดา สหชัยเสรี (2538) การค้าปลีกคือ ผู้ขายสินค้า/บริการให้กับผู้บริโภคโดยตรง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว

โดยสรุปผู้วิจัยได้ให้ความหมายของร้านค้าปลีกปลาสวยงามคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับ วัสดุอุปกรณ์ ยารักษาโรค ที่ใช้ในการเลี้ยงปลาสวยงาม รวมทั้งอุปกรณ์ตกแต่ง ประกอบขึ้นเป็นกิจการร้านค้าปลีกปลาสวยงาม โดยมีการวางแผนวางระบบในการจัดการดำเนินการ

1.1 ประเภทของร้านค้าปลีก

สมนา อัญโพธิ์ (2525) นักการตลาดได้แบ่งประเภทของกิจการการค้าปลีกออกไปตามประเภทของสินค้า 2 ลักษณะใหญ่ๆคือ

1.1.1 ร้านค้าปลีกที่ขายตัวสินค้า หมายถึง ร้านค้าขายตัวสินค้าเป็นหลักแก่ผู้บริโภค

1.1.2 ร้านค้าปลีกที่ขายบริการ หมายถึง ร้านค้าที่ขายบริการเป็นหลักแก่ผู้บริโภค บริการดังกล่าวซึ่งเราไม่สามารถสัมผัสออกมาเป็นลักษณะวัตถุ และไม่สามารถที่จะมองเห็นออกมาเป็นรูปร่างได้

จากการตรวจเอกสารสามารถบอกประเภทของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม เป็นร้านค้าปลีกที่ขายตัวสินค้าและบริการควบคู่กันไป แก่ผู้บริโภค

1.2 ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก

สุวิทย์ เปี้ยผ่อง (2535) ผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อท่าเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก และได้แบ่งท่าเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก 5 ประเภทด้วยกันคือ

1.2.1 ย่านการค้าในเมือง เป็นย่านที่มีลูกค้าและประชาชนสัญจรไปมาหนาแน่น เป็นย่านที่ขายสินค้ามากมายหลายชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.2 ย่านที่มีคนหนาแน่นจากตัวเมือง เป็นย่านที่มีร้านค้าที่อยู่บริเวณนี้จะขายสินค้าให้กับประชากรบางส่วนของเมืองเท่านั้น

1.2.3 ย่านการค้าที่อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย เป็นย่านการค้าที่ใกล้ที่อยู่อาศัย มุ่งขายเฉพาะผู้ที่ที่อยู่อาศัยแถวนั้น

1.2.4 ย่านการค้าตามแนวถนน ลักษณะเป็นย่านการค้าที่มีร้านค้าสองข้างทางถนนที่เชื่อมเข้าสู่ตัวเมือง มุ่งที่จะขายให้แก่ลูกค้าที่เดินทางผ่านไปมา

1.2.5 ศูนย์การค้า เป็นย่านที่มีจำนวนของร้านค้าเฉพาะอย่าง หรือหลายอย่างรวมกันขนาดใหญ่

2. รูปแบบการบริหารจัดการร้านค้าปลีก

สุวิทย์ เปี้ยผ่อง (2535) ศึกษารายการค้าปลีกจะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมียอดประกอบ 4 ประการด้วยกันคือ

2.1 คุณสมบัติของผู้บริหาร

2.2 ทุนและแหล่งเงินทุน

2.3 นโยบายในการดำเนินการค้าปลีก

2.4 บุคลากรในกิจการค้าปลีก

2.1 คุณสมบัติของผู้บริหาร

2.1.1 ความรู้ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีความรู้ด้านต่างๆ

2.1.1.1 โครงสร้างของการค้าปลีก

2.1.1.2 มนุษยสัมพันธ์

2.1.1.3 เกี่ยวกับสินค้าและแหล่งที่มีการซื้อขาย

2.1.1.4 การบริหารจัดการร้าน

2.1.1.5 การควบคุมดูแลผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา

2.1.1.6 สภาพแวดล้อมทางการตลาด

2.1.1.7 เหตุจูงใจและนิสัยการซื้อของผู้บริโภค (what why when how and where)

2.1.2 ประสิทธิภาพ ที่ผู้บริหารจะต้องมี ได้แก่

2.1.2.1 การซื้อหรือแหล่งที่จะซื้อ

2.1.2.2 การตัดสินใจในเรื่องราคา

2.1.2.3 วิธีการควบคุมสต็อกที่ดี

2.1.2.4 การสร้างโปรแกรมโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

2.1.2.5 การใช้พนักงานขาย

2.1.2.6 การจัดระบบการค้าที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.7 การจูงใจและการบริการลูกค้า

2.1.2.8 การควบคุมการใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.2.9 สาเหตุของความล้มเหลวและความล้มเหลว

2.1.3 แรงผลักดัน กิจกรรมการเข้าประชุม สัมมนา และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคม

2.1.4 ความเป็นมิตรเข้ากับผู้อื่นได้

2.1.5 ความเป็นผู้นำ สามารถจูงใจให้คนทำงาน

2.1.6 ความสามารถในการตัดสินใจ เป็นผู้มีความวิจาร์ณญาณในการที่จะพิจารณาถึงผลได้ผลเสียหาสาเหตุเพื่อประกอบการตัดสินใจ

2.1.7 การมองการณ์ไกล มีความสามารถในการบริหาร ความน่าเชื่อถือได้

2.2 แหล่งเงินทุน

สุวิทย์ เปี้ยผ่อง(2535) ทุนเป็นปัจจัยที่สอง ในการดำเนินการค้าปลีกเพื่อการจัดซื้อสินทรัพย์ถาวร เช่น ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ในการดำเนินการ สำหรับแหล่งเงินทุนเราอาจสามารถหามาได้จาก

2.2.1 เงินออมส่วนบุคคล

2.2.2 เงินกู้จากแหล่งเงินทุน เช่น ธกส. ธนาคาร บริษัทเงินทุน

2.2.3 สินเชื่อทางการค้า

2.2.4 กำไรของกิจการ

2.3 นโยบายในการดำเนินการค้าปลีก

การกำหนดนโยบายควรให้สอดคล้องกับภาพพจน์ที่ร้านค้านั้น ต้องการจะสร้างขึ้นแบ่งได้ 5 ชนิดด้วยกันคือ

2.3.1 นโยบายสินค้า

2.3.2 นโยบายส่งเสริมการตลาด

2.3.3 นโยบายเกี่ยวกับการบริการลูกค้า

2.3.4 นโยบายบุคคล

2.3.5 นโยบายทั่วไป

2.3.1 นโยบายสินค้า จะขายอะไร มีสินค้าให้เลือกมากน้อยเพียงใด คุณภาพของสินค้าเป็นอย่างไร ราคาของสินค้าแตกต่างกันอย่างไร จะเป็นสินค้าสมัยนิยมหรือไม่ สิ่งที่จะต้องพิจารณาด้านสินค้า คือ

2.3.1.1 ประเภทของสินค้า ร้านค้าปลีกคงต้องมีนโยบายที่ชัดเจนว่าจะขายสินค้าประเภทไหน ที่ตั้งของร้านค้าลักษณะของลูกค้านั้น จะเป็นเครื่องกำหนดว่าจะซื้อสินค้ามาขายบ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1.2 คุณภาพของสินค้า ร้านค้าปลีกแต่ละร้านคงต้องมีนโยบายที่ชัดเจนว่าร้านของตนจะขายสินค้าที่มีคุณภาพดี ปานกลาง ต่ำ เพื่อที่จะได้จัดบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ถูกต้อง

2.3.1.3 ราคา ราคาสินค้าที่จะขายคงต้องสัมพันธ์กับคุณภาพ แต่ละร้านก็จะมีนโยบายที่จะขายสินค้าในราคาถูก นโยบายสินค้าหลายราคา เพื่อให้ลูกค้าต่อรองราคาได้

2.3.2 นโยบายการส่งเสริมตลาด ร้านค้ามีนโยบายจะโฆษณาอย่างน้อยเพียงใด ใช้สื่ออะไรในการโฆษณา สื่อที่ใช้ในการโฆษณา เช่น

2.3.2.1 หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อโฆษณาที่กว้าง เข้าถึงประชาชนมากที่สุด

2.3.2.2 นิตยสาร เป็นสื่อที่นิยมกันมากที่สุดในปัจจุบัน มีความประณีตในการจัดทำและเข้ารูปเล่ม

2.3.2.3 วิทยุ นับเป็นสื่อที่สามารถครอบคลุมถึงผู้ฟังได้ค่อนข้างจะทั่วถึง และอย่างกว้างขวาง

2.3.2.4 โทรทัศน์ นับว่าเป็นสื่อโฆษณาที่ทันสมัยและมีความสำคัญมากที่สุด ได้รับความนิยมมากที่สุด แต่ค่าใช้จ่ายในการจัดทำต้องใช้งบประมาณมากพอสมควร

2.3.2.5 การโฆษณาทางไปรษณีย์ เป็นสื่อที่มุ่งบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อ

2.3.2.6 การโฆษณาในที่แจ้ง คือการโฆษณาด้วยป้ายหรือด้วยวิธีการที่แสดงสินค้าให้ปรากฏให้เห็น ซึ่งนับว่าเป็นวิธีหนึ่งที่ได้ผลดี และมีต้นทุนต่ำ

2.3.2.7 การโฆษณาด้วยสิ่งพิมพ์ คือการโฆษณาด้วยสิ่งพิมพ์ ใบปลิวหรือแคตตาล็อกคนนั้นนับว่าเป็นวิธีที่เหมาะสมและให้ความสะดวกที่สามารถเข้าถึงผู้สนใจเฉพาะกลุ่มได้ เช่น ส่งไปตามรายชื่อของสินค้า

สุวิทย์ เบี้ยผ่อง (2535) ยังต้องมีรูปแบบของการส่งเสริมการตลาดอีก 2 รูปแบบคือ

1. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ระดับผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เรียกว่าสินค้าผู้บริโภค ก็ต้องอาศัยกิจกรรมการขายดังนี้

- 1.1 การแจกของตัวอย่าง
- 1.2 การขายสินค้าควบกับสินค้าอื่น
- 1.3 การสาธิตวิธีการใช้
- 1.4 การหีบห่อ
- 1.5 การลดราคา
- 1.6 การแจกของแถม
- 1.7 การออกบัตรคูปอง
- 1.8 การจัดแสดงสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9 การทำจดหมายตรง หรือโคเร็คเชล

1.10 การคืนเงิน

1.11 การแบ่งปัน

1.12 การชิงรางวัล

1.13 แสตมป์การค้า

1.14 การขายรวมห่อ

1.15 การบริจาคเพื่อการกุศล

1.16 ของชำร่วยพิเศษ

1.17 การส่งเสริมการขายในเหตุการณ์พิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ

2. การส่งเสริมการขายที่มุ่งไปที่วงการค้า เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ระดับกลางนี้เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ที่กระตุ้นตัวแทนจำหน่าย ได้แก่

2.1 การให้ส่วนลดการซื้อ

2.2 การให้ส่วนลดเงินสด

2.3 การแถมตัวสินค้า

2.4 การผ่อนปรนการชำระเงิน

2.5 การกำหนดโควต้าในการขาย

2.6 การชิงโชค

2.7 การออกงานแสดงสินค้า

2.8 การจัดโชว์ และวัสดุที่ใช้ ณ จุดขาย

3. นโยบายเกี่ยวกับการบริการลูกค้า สมจิตร์ ล้วนจำเริญ (2531) นอกจากตัวสินค้าที่ลูกค้าต้องการแล้วยังมีการบริการที่เสนอให้แก่ลูกค้าได้มาก ได้แก่

3.1 การปรับปรุงแก้ไขสินค้า สินค้าบางอย่างที่ลูกค้าซื้อไปแล้วมีปัญหา ก็มีบริการแก้ไขให้

3.2 การหีบห่อสินค้า การขายสินค้าทุกครั้งจะต้องมีการหีบห่อ เพื่อความสวยงาม และเป็น
การโฆษณาอีกทางหนึ่งด้วย

3.3 การบริการส่งสินค้า มีการบริการส่งสินค้าในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าที่มีน้ำหนักมาก

3.4 บริการรับคืนสินค้า รับคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่ได้มาตรฐาน มีตำหนิ หรือไม่พอใจใน
ตัวสินค้า ส่งสินค้าผิดพลาด

3.5 การยืดเวลาให้บริการ เพื่อที่จะสนองความต้องการของลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อสินค้า

3.6 การบริการทางการเงิน การบริการการจ่ายเงินด้วยระบบเครดิตเพราะสะดวกสบาย
ในการชำระเงิน

3.7 การบริการซ่อมแซม เป็นการสร้างกำไรอีกวิธีหนึ่ง สร้างความเชื่อถือทางด้านการบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8 การบริการให้ข้อมูลกับตัวสินค้า การให้ข้อมูลในเรื่องของการใช้ ในตัวสินค้า

3.9 การบริการตกแต่งอุปกรณ์ต่างๆ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการตกแต่งในตัวสินค้า

4. นโยบายบุคคล ปรียา วอนขอพร (2527) ในกรณีที่ร้านค้าปลีกมีพนักงานขาย ก็จะมีนโยบายของบุคคลที่ทำหน้าที่ขาย เช่น มีการจัดสวัสดิการให้แก่พนักงาน มีโบนัส การขึ้นเงินเดือน สร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน และ การฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าบริการต่างๆด้วย

5. นโยบายทั่วไป คือความสัมพันธ์ร้านค้ากับชุมชน ผู้ขายสินค้า และคู่แข่ง

พรพิมล ก้านนก (2531) นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดของกิจการการค้าปลีกอย่างหนึ่ง ก็คือ การบริหารงานสินค้า เพื่อมีสินค้าพร้อมที่จะขายเมื่อลูกค้าต้องการ โดยมีเป้าหมายด้านกำไรและการลดต้นทุน ได้แก่

1. การทำบัญชีหรือข้อมูลของสินค้า

1.1 การทำบัญชีสต็อกสินค้า จะช่วยให้ผู้ค้าปลีกรู้ว่าควรจะสั่งสินค้าเข้ามาเพิ่มหรือไม่ สินค้าชนิดใดที่ได้รับความนิยมในตลาด รวมถึงสต็อกระดับราคาของสินค้าด้วย

1.2 ข้อมูลของสินค้าที่รับคืน สินค้าที่รับคืนจะเป็นข้อมูลอย่างดีที่ทำให้รู้ว่า สินค้าชนิดใดแบบใดที่ผู้ซื้อนำมาคืน จะได้รับรู้สาเหตุของการนำสินค้ามาคืน

1.3 ข้อมูลทางด้านสินเชื่อ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าด้วยสินเชื่อ จะต้องมีการจดบันทึกประวัติของลูกค้านั้น เช่น อายุ รายได้ อาชีพ

1.4 ความต้องการของผู้บริโภค ในบางครั้งผู้ซื้อมาหาซื้อสินค้าหลักทางร้านไม่มีสินค้าเหล่านี้ ก็สามารถจดบันทึกเอาไว้เป็นข้อมูลในการเพิ่ม หรือนำตัวสินค้ามาขายได้

1.5 ข้อเสนอแนะของพนักงานขาย พนักงานขายมีความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้บริโภค ผู้ขายส่ง ย่อมที่จะรู้ความต้องการของผู้บริโภคอย่างดี รอบรู้ในตัวสินค้า

2.4 บุคลากรในกิจการร้านค้าปลีก

บุคลากรนี้จะมีหน้าที่ในการดำเนินงานของร้านค้าปลีก จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการร้านและให้บริการแก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าภายในร้านค้า

3. ข้อมูลทางด้านตลาดธุรกิจร้านค้าปลาสวยงาม

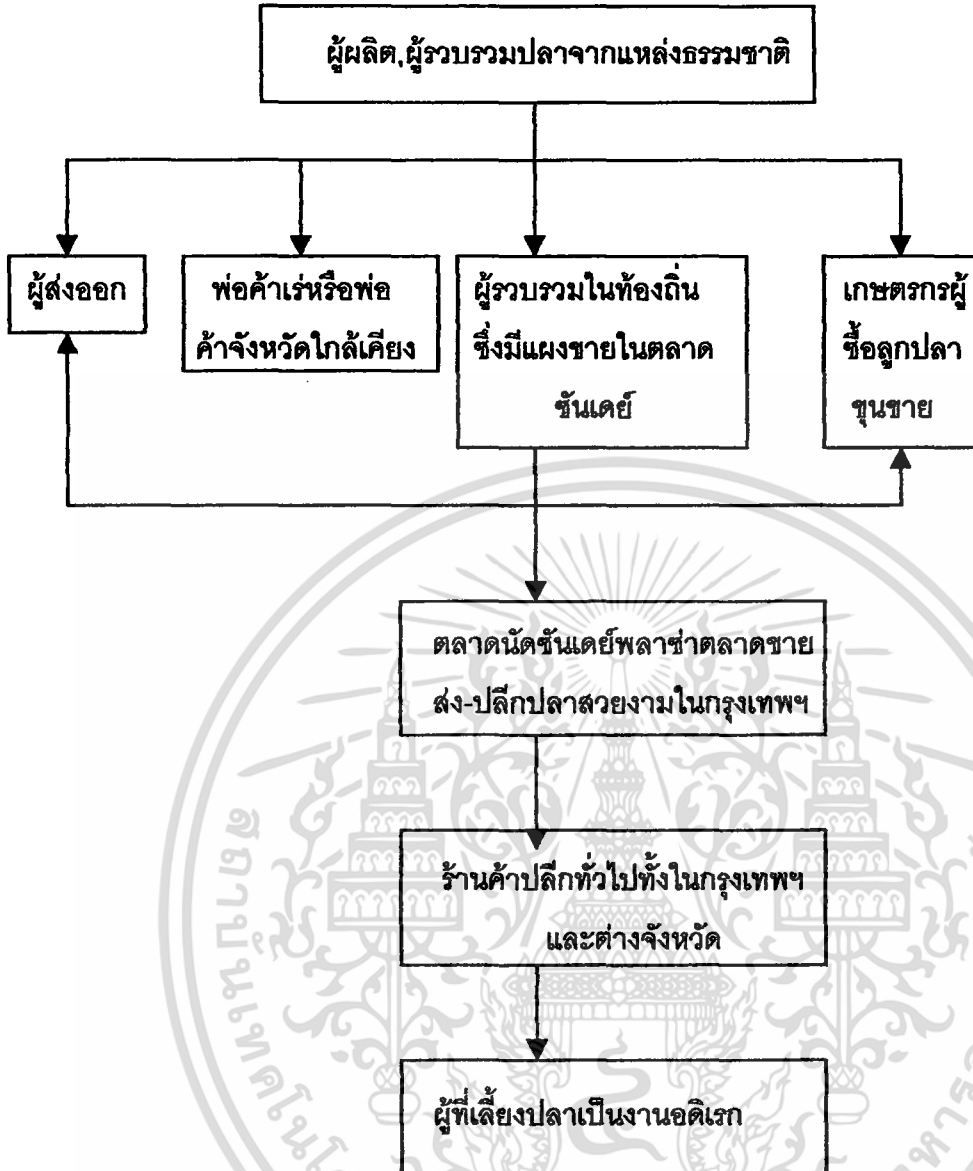
สถาบันพัฒนาปลาสวยงามและพรรณไม้น้ำ.(2540:1)การเลี้ยงปลาสวยงามของไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นการประกอบธุรกิจในครัวเรือน โดยการใช้แรงงานในครัวเรือนเลี้ยงปลาแต่ละชนิดตามเพื่อนบ้าน ธุรกิจ ปลาสวยงามเริ่มขยายตัวมากขึ้นโดยแหล่งเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดอยู่ทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด ปลาสวยงามที่มีราคาแพงเช่น ปอมปาดัวร์ ปลาออกัสก้า แพนซีคาร์ฟ จะทำการเพาะเลี้ยงในเฉพาะกรุงเทพฯเป็นส่วนใหญ่ สำหรับบริเวณปริมณฑลได้แก่ มีนบุรี ลำลูกกา สมุทรปราการ มีการเพาะปลาสวยงามหลายชนิด เช่น ปลาสด ปลาทอง ปลาหางนกยูง ในต่างจังหวัดแหล่งที่มีการเพาะเลี้ยงกันมากที่สุดจะอยู่ที่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำและเขตชล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประทาน ได้แก่ อำเภอโพธาราม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ปลาที่นิยมเลี้ยงได้แก่ ปลาหางไหม้ ปลาทรงเครื่อง ปลาตะพาก ปากกาแดง ปากกาดำ ปากกาเผือก น้ำผึ้ง เทวดา และปลาทองต่างๆ นอกจากนี้ก็ยังมี การเพาะเลี้ยงกันในจังหวัดนครปฐม อำเภอนครชัยศรี เป็นแหล่งที่เพาะพันธุ์ปลากัดที่ใหญ่ที่สุดด้วย

ตลาดขายส่งปลาสวยงามแหล่งใหญ่ที่สุดคือ ตลาดนัดชั้นเดียวยลราชธานีในบริเวณจตุจักร กรุงเทพฯ ปัจจุบันมีพ่อค้าหรือเกษตรกรเช่าแผงขายอยู่เต็มไปหมด บุคคลอื่นจะนำปลามาวางขายไม่ได้ จะทำได้ก็เป็นเพียงการขายส่ง หรือไม่ก็เป็นการเช่าแผงวางขายจากผู้ที่เป็นเจ้าของ เกษตรกรหรือพ่อค้าจะนำปลาสวยงามชนิดต่างๆเข้ามาจำหน่ายตั้งแต่เวลา 15.00น. ของทุกวันจันทร์จนถึงวันพฤหัสบดี การค้าขายจะคึกคักมากผู้ค้าปลีกปลาสวยงามจากทั่วประเทศจะมาซื้อปลา อุปกรณ์ต่างๆไปจำหน่ายในร้านค้าของตน และบุคคลทั่วไปที่เลี้ยงปลาเป็นงานอดิเรกก็สามารถมาหาซื้อได้เช่นกัน ในปัจจุบันมีชาวต่างชาติซึ่งส่วนใหญ่มาจากทางตะวันออกกลาง เข้ามาซื้อขายปลาสวยงามครั้งละมากๆ เพื่อนำกลับไปจำหน่ายมายังประเทศตน เนื่องจากมีราคาถูกกว่ารังปลาหรือผู้ที่รวบรวม ตลาดนัดชั้นเดียวยลราชธานีจะมีการขายส่งปลาสวยงามในแต่ละสัปดาห์คิดเป็นมูลค่า 600,00-1,000,000 บาท โดยผู้ที่รวบรวมปลาในท้องถิ่นจะหมุนเวียนกันเข้าไปซื้อปลาในฟาร์มเกษตรกร หรือตลาดปลาขายส่งที่สำคัญอีกที่หนึ่ง คือ ตลาดปลาขายส่งปลาสวยงามอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่มีการซื้อขายกันในเวลาตี3 ของวันพุธและพฤหัสบดี โดยผู้ที่รวบรวมจะรู้จักกับเกษตรกรเป็นอย่างดี เกษตรกรจะนำบรรจุถุงละ 50-60 ตัว ผู้ที่รับซื้อจะนำไปเตรียมนำไปจำหน่ายที่ตลาดนัดชั้นเดียวยลราชธานีต่อไป การซื้อขายนอกจากจะติดต่อกันโดยตรงแล้ว บางครั้งจะทำการซื้อขายกันโดยใช้โทรศัพท์ติดต่อ

การขายปลีกจะมีการขายอยู่กระจายทั่วไป โดยในกรุงเทพฯ จะมีศูนย์กลางจำหน่ายส่งที่ตลาดนัดชั้นเดียวยลราชธานี ส่วนใหญ่ในต่างจังหวัดมีร้านค้าปลีกปลาสวยงามอยู่แทบทุกจังหวัด จังหวัดที่มีร้านค้าปลีกปลาสวยงามมากที่สุดได้แก่ เชียงใหม่ สงขลา นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์ พิษณุโลก สุรินทร์ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น พ่อค้าปลีกปลาสวยงามจะเข้ามาซื้อในตลาดนัดชั้นเดียวยลราชธานีอยู่ห่างไกล เพราะตลาดใหญ่ย่อมจะมีสินค้าให้เลือกมากกว่า โดยมีขบวนการของตลาด ดังนี้ (ภาพที่1)



ภาพที่1 การตลาดปลาสวยงามในประเทศไทย
ที่มา:มิ่งสรรพ์ ชาวสะอาด (2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ผู้ค้าปลีกปลาสดวางงามในประเทศไทยจำนวน 303 รายจากประชากรทั้ง 6 ภาค คือภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ได้จากกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าปลีกปลาสดวางงามในประเทศไทย 64 คน จากจำนวนผู้ที่ตอบกลับคืนแบบสอบถามมาทั้งสิ้น 96 คน และได้ทำการคัดเลือกเฉพาะที่ข้อมูลมีความสมบูรณ์

เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ให้ผู้ค้าปลีกปลาสดวางงามโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามมีลักษณะปลายปิดและปลายเปิด ข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมในครั้งนี้ โดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสดวางงาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสดวางงาม
3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาร้านค้าปลีกปลาสดวางงาม
4. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา พัฒนาผู้ประกอบการร้านค้าปลีกปลาสดวางงาม

งาม

โดยแหล่งข้อมูลได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ค้าปลีกปลาสดวางงามในประเทศไทย จำนวน 303 ราย ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลนั้นจะต้องนำมาทดสอบก่อนนำไปใช้จริงและเมื่อทำการทดสอบแล้วทำการแก้ไขข้อบกพร่อง เมื่อแก้ไขข้อมูลครบแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ทำการหาค่าทางสถิติและแปรผลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลต่างๆจากเอกสาร หนังสือ สิ่งตีพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าทางสถิติในการคำนวณ ดังนี้

การคำนวณร้อยละ (Percentage)

$$\text{สูตรหาค่าร้อยละ} = \frac{n \times 100}{N}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างหรือข้อมูลที่ทำการศึกษา

N = จำนวนตัวอย่างหรือข้อมูลทั้งหมด

ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ค้าปลีกปลาสด
งามจากจำนวน 327 ราย ระยะเวลาการดำเนินการตลอดโครงการประมาณ 6 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่
เดือนพฤศจิกายน 2544 ถึงเดือน เมษายน 2545

ตารางที่ 1 แสดงการปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงาน	ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา					
	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย
1.การวางแผน	←————→					
2.การส่งแบบ สอบถาม				←————→		
3.วิเคราะห์ข้อ มูลสรุปผล					←————→	
4. จัดพิมพ์						←————→

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

ผลการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสดวัยงาม ปี2545 จำนวน 96 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามจากผู้ค้าปลีกปลาสดวัยงาม ตามวัตถุประสงค์ คือ

1. ศึกษารูปแบบและการบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสดวัยงาม
2. ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกปลาสดวัยงาม
3. ศึกษาข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสดวัยงาม

บุญธรรม จิตอนันต์ (2536: 92) ตามหลักการแล้ว ควรจะได้แบบสอบถามคืนมาประมาณ 75% ขึ้นไป จึงจะเชื่อถือได้ แต่เนื่องจากเวลาและงบประมาณจำกัดและประกอบกับสภาพเศรษฐกิจไม่ดีจึงทำให้มีผู้ต้องยกเลิกกิจการ ย้ายที่อยู่เป็นจำนวนมาก จึงได้รับการตอบกลับแบบสอบถามมาทั้งสิ้น 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.68 ได้จำนวนผู้ตอบกลับแบบสอบถามสมบูรณ์ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.12 จำนวนแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ข้อมูลขาดหายไปไม่สามารถตีความได้ ย้ายที่อยู่ ส่งไปไม่ถึงและไม่ยอมรับแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.52

ผลของการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสดวัยงามแบ่งการศึกษาเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสดวัยงาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสดวัยงาม
3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีกปลาสดวัยงาม
4. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาพัฒนาผู้ประกอบการร้านค้าปลีกปลาสดวัยงาม

งาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการและโดยทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสด

ผลการศึกษาผู้ค้าปลีกปลาสดจำนวน 64 คน พบว่าผู้ที่ทำการค้าปลีกปลาสดเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เป็นเพศชายจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 และเป็นเพศหญิงจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ช่วงอายุเพศชายส่วนใหญ่อยู่ช่วงอายุ 20 - 39 ปีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 40 - 59 ปีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และช่วงอายุของเพศหญิงส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 39 ปีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 40 - 59 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ระดับการศึกษาของผู้ค้าปลีกปลาสดมากที่สุดคือ ระดับปริญญาตรีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ ระดับปวส.จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ช่วงระยะเวลาการดำเนินงานร้านค้าปลีกปลาสดมากที่สุดคือ อยู่ในช่วง 6-16 ปีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือช่วงอายุต่ำกว่า 5 ปีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ลักษณะการประกอบอาชีพของร้านค้าปลีกปลาสดส่วนใหญ่ประกอบเป็นอาชีพหลักจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาคือเป็นแบบอาชีพเสริมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ส่วนใหญ่ร้านค้าปลีกปลาสดจะจำหน่ายสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสดร่วมกับสินค้าอื่นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และจำหน่ายเฉพาะสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวกับปลาสดอย่างเดียวจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ประเภทสินค้าที่มีจำหน่ายในร้านค้าปลีกปลาสดมากที่สุดคือ ปลาสดและอาหารปลาสดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือยารักษาโรคปลาจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 ลำดับต่อมาคือ วัสดุ อุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลาทั่วไปจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 พรรณไม้ น้ำจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 จำนวนคนที่ดูแลและดำเนินงานในร้านค้าปลีกปลาสดมากที่สุดคือ จำนวน 2 คน มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ จำนวน 3 คน มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 บุคลากรที่ดูแลจัดการร้านค้าปลีกปลาสดส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของดูแลเองจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ลำดับต่อมาคือ ดูแลเองและจ้างพนักงานจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกปลาสดส่วนใหญ่มาจากเงินออมส่วนบุคคลจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือมาจากกำไรของกิจการจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งที่ผู้ค้าปลีกปลาสดติดต่อซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสดมากที่สุด คือ สวนจตุจักร (ชั้นเคย์พลาซ่า) จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 รองลงมาคือ ตลาดปลาสดบ้านโป่ง จ.ราชบุรีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 วิธีการที่ผู้ค้าปลีกปลาสดเดินทางติดต่อซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสดมากที่สุดคือ เดินทางไปซื้อจากแหล่งค้าส่งจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมา คือ โทรศัพท์สั่งซื้อสินค้าจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกปลาสดวางงามส่วนใหญ่อยู่ในแหล่งย่านการค้าในตัวเมือง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ย่านการค้าตามแนวถนนจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสดวางงาม

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ (N=64)		
ชาย	42	65.6
อายุต่ำกว่า 19 ปี	0	0
20 -30	27	42.2
40 - 59	14	21.9
60 ปีขึ้นไป	1	1.6
หญิง	22	34.4
อายุต่ำกว่า 19 ปี	0	0
20 - 30	13	20.3
40 - 59	9	14.0
60 ปีขึ้นไป	0	0
ระดับการศึกษา (N=62)		
ปริญญาตรี	30	46.9
ปวส.	10	15.6
มัธยมปลาย	7	11.0
มัธยมต้น	6	9.4
ปวช.	5	7.8
ชั้นประถมศึกษา	4	6.2
ปริญญาโท	2	3.1
* ผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม= 2		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาดำเนินงานร้านค้าปลีกปลาสวยงาม (N=63)		
6 – 16	34	53.0
ต่ำกว่า 5 ปี	23	36.5
17 –27	4	6.3
28 –38	2	3.2
39 ปีขึ้นไป	0	0
* ผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม = 1		
ลักษณะการประกอบอาชีพของร้านค้าปลีกปลาสวยงามของท่านเป็นแบบใด (N=63)		
อาชีพหลัก	42	66.7
อาชีพเสริม	14	22.1
งานอดิเรก	7	11.2
* ผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม = 1		
ลักษณะประเภทของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามที่ท่านจำหน่ายในร้านท่านเป็นแบบใด (N=64)		
- จำหน่าย อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามร่วมกับสินค้าประเภทอื่น	40	62.5
- จำหน่ายเฉพาะสินค้าวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับปลาสวยงาม	24	37.5
ประเภทสินค้าจำหน่ายในร้านมีประเภทใดบ้าง **		
ปลาสวยงาม	64	100
อาหารปลา	64	100
ยารักษาโรค	63	98.4
วัสดุ อุปกรณ์ตกแต่งตู้ทั่วไป	56	87.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประเภทสินค้าจำหน่ายในร้านมีประเภทใดบ้าง		
พรรณไม้ น้ำ	48	75.0
อื่นๆ คือ จำหน่ายร่วมกับสินค้าอื่น	14	21.9
จำนวนคนที่ดูแลและดำเนินงานในร้านท่านมีกี่คน (N=64)		
2 คน	25	40.0
3 คน	19	29.7
4 คนขึ้นไป	13	20.1
1 คน	7	10.3
บุคลากรที่ดูแลจัดการร้านของท่านคือใคร (N=64)		
เป็นเจ้าของดูแลเอง	41	64.6
ดูแลเองและจ้างพนักงาน	23	36.0
จ้างพนักงาน	0	0
แหล่งเงินทุนของท่านมาจากแหล่งใด **		
เงินออมส่วนบุคคล	45	70.3
กำไรของกิจการ	32	50.0
ธนาคาร	8	12.5
สินเชื่อทางการค้า	7	10.9
ธกส.	1	1.6
บริษัทเงินทุน	0	0
ทำธุรกิจอื่นร่วมด้วยและจากญาติ	6	9.37

หมายเหตุ * ผู้ไม่ตอบไม่นำมาคิดค่าทางสถิติ

หมายเหตุ **ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บอกแหล่งที่ท่านติดต่อซื้อสินค้าวัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวกับปลาสวยงาม **		
สวนจตุจักร	63	98.4
ตลาดสวยงามบ้านโป่ง	15	23.4
ตลาดปลาสวยงามสนามหลวง 2	1	1.6
สถานที่อื่นๆ คือบริษัทโดยตรง, ฟาร์มปลา	8	12.5
ท่านติดต่อซื้อขายสินค้าวัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงปลาสวยงามโดยวิธีการใด **		
เดินทางไปซื้อเองจากแหล่งค้าส่ง	61	95.3
โทรศัพท์สั่งซื้อสินค้า	36	56.2
คอยให้ตัวแทนจำหน่ายมาส่ง	28	43.7
ซื้อจากแหล่งค้าส่งรายย่อยในจังหวัด	16	25.0
อื่นๆ คือ อินเทอร์เน็ต, ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต	2	3.1
ลักษณะทำเลที่ตั้งของท่านอยู่ในแหล่งใด (N=63)		
ย่านการค้าในตัวเมือง	25	40.0
ย่านการค้าตามแนวถนน	15	23.8
ย่านการค้าใกล้ที่พักอาศัย	10	15.8
ย่านการค้าใกล้ตลาด	9	14.2
ศูนย์การค้า	1	1.5
ชานเมือง	3	4.7
* ผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม = 1		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลกับปัญหาการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสดวางาม

2.1 ทำเลที่ตั้ง

ร้านค้าตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งเหมาะสมมากกับการค้าขายร้านค้าปลีกปลาสดวางามมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 73.4 รองลงมาคือ ไม่ดีเท่าที่ควร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง (N=64)	ระดับที่ดีมาก		ปานกลาง		ไม่ดีเท่าที่ควร	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าของท่านที่ตั้งอยู่ในทำเล ที่ใกล้เคียงย่านการค้า หรือย้ายที่ผู้คนอาศัยอยู่นานแล้ว เหมาะแก่การค้าขายอยู่ในระดับใด	7	11.0	47	73.4	10	15.6

ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมต่อการคมนาคมเพื่อการซื้อสินค้ามาจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ระดับปานกลาง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมา คือ เหมาะสมมากจำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.3 (ดังตารางที่4)

ตารางที่ 4 ร้านค้าตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมต่อการคมนาคมเพื่อซื้อสินค้า

ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม (N=64)	เหมาะสมมาก		เหมาะสมปานกลาง		เหมาะสมน้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านที่ตั้งอยู่ในทำเล ที่เหมาะสมต่อการคมนาคมเพื่อการ ซื้อสินค้าจำหน่ายอยู่ในระดับใด	13	20.3	43	67.2	8	12.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 คุณสมบัตินักบุคลากรที่ดำเนินงานในร้าน

คุณสมบัตินักบุคลากรที่ดำเนินงานมีความรู้ในตัวสินค้าและวัสดุอุปกรณ์ อยู่ในระดับที่มากที่สุด คือ ระดับมากจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 คุณสมบัตินักบุคลากรในการทราบแหล่งที่มีการซื้อขายสินค้า ระดับที่มากที่สุด คือ อยู่ในระดับปานกลาง คือ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา คือ มากจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 คุณสมบัตินักบุคลากร มีความสามารถ ในการชักจูงใจและบริการลูกค้าระดับที่มากที่สุด คือ ระดับปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ มากจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 คุณสมบัตินักบุคลากรมี ประสบการณ์ในการดำเนินงานอยู่ในระดับที่มากที่สุด คือระดับปานกลาง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ ระดับมาก 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 คุณสมบัตินักบุคลากร เคยไปอบรมสัมมนามาใช้ประโยชน์ ในการดำเนินงานมากที่สุด คืออยู่ในระดับน้อยจำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ ปานกลาง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 คุณสมบัตินักบุคลากรที่ดำเนินงานในร้าน

คุณสมบัตินักบุคลากร	ระดับ						ผู้ที่ไม่ตอบ	N
	มาก		ปานกลาง		น้อย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
- มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าและวัสดุอุปกรณ์	36	56.3	26	40.6	2	3.1	-	64
- ทราบแหล่งที่มีการซื้อขายสินค้า	26	40.6	33	51.6	5	7.8	-	64
- มีความสามารถในการชักจูงใจและบริการลูกค้า	29	45.3	32	50.0	3	4.7	-	64
- มีประสบการณ์ในการดำเนินงาน	27	42.2	30	46.9	4	10.9	-	64
- บุคคลในร้านเคยไป อบรมสัมมนาใช้งานมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานในร้าน	2	3.2	23	37.9	36	59.0	3	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ประเภทสินค้าที่มีอยู่ในร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม

ร้านค้ามีปลาสดสวยงามที่ผลิตในประเทศ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนผู้มีปลาสดสวยงามที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 และจำนวนร้านค้าที่ไม่มีปลาสดสวยงามที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 34.93 จำนวนเวชภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศอยู่ในร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม คือ 51 คน คิดเป็นร้อยละ 79.7 และไม่มีอยู่ในร้านจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 20.3 มีจำนวนร้านค้าที่มีเวชภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศอยู่ในร้าน คือจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 และไม่มีอยู่ในร้านจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 จำนวนร้านค้าที่มีพรรณไม้น้ำอยู่ในร้าน คือ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 และไม่มีพรรณไม้น้ำอยู่ในร้านจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 18.8 จำนวนเครื่องกรองน้ำที่ผลิตในประเทศอยู่ในร้านค้าปลีกจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และไม่มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 มีจำนวนร้านค้าที่มีเครื่องกรองน้ำที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และไม่มีอยู่ในร้านจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 มีอาหารปลาที่ผลิตในประเทศอยู่ในร้าน จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 100 มีอาหารปลาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศอยู่ในร้านค้าปลีกจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 และไม่มี 12 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 มีร้านค้าที่มีตู้ปลา วัสดุ อุปกรณ์ ตกแต่งที่ผลิตในประเทศ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 96.9 และไม่มีอยู่ในร้านจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 จำนวนร้านที่มี ตู้ปลา วัสดุ อุปกรณ์ ตกแต่งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และไม่มีอยู่ในร้าน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 56.3 ดังตารางที่ 6

ประเภทสินค้าในร้านค้า	มี		ไม่มี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ปลาสดสวยงามที่ผลิตในประเทศ	64	100	0	0
2. ปลาสดสวยงามที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	42	65.27	22	34.93
3. เวชภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ	51	79.7	13	20.3
4. เวชภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	50	78.1	14	21.9
5. พรรณไม้น้ำ	52	81.3	12	18.8
6. เครื่องกรองน้ำที่ผลิตในประเทศ	54	84.3	10	15.6
7. เครื่องกรองน้ำที่ผลิตในประเทศ	37	57.8	27	42.2
8. อาหารปลาที่ผลิตในประเทศ	64	100	0	0
9. อาหารปลาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	52	81.2	12	18.8
10. ตู้ปลา วัสดุ ตกแต่งที่ผลิตในประเทศ	62	96.9	2	3.1
11. ตู้ปลา วัสดุ ตกแต่งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	28	43.8	36	56.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นของผู้ค้าปลีกปลาสดเกี่ยวกับ ปริมาณ คุณภาพ และราคาของสินค้า

ระดับแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณของปลาสดวางมามีระดับเพียงพอมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 และรองลงมา คือระดับปริมาณไม่เพียงพอจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของปลาสดวางมามีผลผลิตในประเทศมากที่สุด คือ ระดับพอใช้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 60.93 รองลงมาคือ ระดับ ดี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.06 และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาสินค้ามากที่สุด คือ ระดับ เหมาะสมจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 92.12และไม่เหมาะสม 5คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ระดับ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณของปลาสดวางที่นำเข้าจากต่างประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุดคือเพียงพอ 26 คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมา ไม่เพียงพอ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 ระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า ระดับที่มากที่สุดคือ ระดับพอใช้ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 และ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ระดับที่มากที่สุด คือ ระดับเหมาะสม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือไม่เหมาะสม จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเวชภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศของปริมาณสินค้าที่มากที่สุด คือ ระดับเพียงพอจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 และไม่เพียงพอจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คือ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 รองลงมาคือ ระดับพอใช้จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 และ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุดคือ เหมาะสม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7และไม่เหมาะสมจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 34.6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเวชภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศของปริมาณของสินค้าที่มากที่สุด คือ ระดับเพียงพอจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 และไม่เพียงพอ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คือ ระดับดีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 รองลงมาคือ ระดับพอใช้ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และความคิดเห็นที่เกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุด คือ เหมาะสมจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 และไม่เหมาะสมจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพรรณไม้ น้ำของปริมาณของสินค้ามากที่สุดคือ เพียงพอ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 173.1 และไม่เพียงพอจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คือ พอใช้จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ56.9 รองลงมาคือ จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 40.4 และความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุด คือ เหมาะสม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 96.2 และไม่เหมาะสมจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ระดับความคิดเห็นของเครื่องกรองน้ำที่ผลิตในประเทศ ของปริมาณสินค้ามากที่สุด คือเพียงพอจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 84.9 และไม่เพียงพอ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้ามากที่สุด คือพอใช้จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ ดี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุด คือ เหมาะสมจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 88.7 และไม่เหมาะสม 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องกรองน้ำที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ปริมาณที่มากที่สุดคือ เพียงพอจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 และไม่เพียงพอ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คือ พอใช้จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 และพอใช้จำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 47.2 และความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุดคือจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 และไม่เหมาะสมจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารปลาที่ผลิตในประเทศของปริมาณของสินค้ามากที่สุดคือ เพียงพอ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 93.7 รองลงมาคือ ไม่เพียงพอ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 และความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คือ พอใช้ จำนวน 30 คิดเป็นร้อยละ 46.9 และความคิดเห็นราคาของสินค้ามากที่สุดคือ เหมาะสม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 85.9 และไม่เหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารปลาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศของปริมาณสินค้ามากที่สุดคือ เพียงพอ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 และไม่เพียงพอ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าที่มากที่สุดคือดี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 73.1 และพอใช้ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุดคือ เหมาะสม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และไม่เหมาะสม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับตู้ปลา วัสดุ อุปกรณ์ ตกแต่งที่ผลิตในประเทศ ปริมาณของสินค้ามากที่สุดคือ เพียงพอ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 และไม่เพียงพอ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุดคือ พอใช้ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ ดีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุดคือ เหมาะสม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 95.1 และไม่เหมาะสม 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตู้ปลา วัสดุ อุปกรณ์ ตกแต่งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ปริมาณของสินค้ามากที่สุดคือ เพียงพอ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 และไม่เพียงพอ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุดคือ ดี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ พอใช้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของสินค้ามากที่สุดคือ ไม่เหมาะสม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเหมาะสม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ดังตารางที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 นโยบายสินค้า

ประเภทสินค้าใน ร้านค้า	ปริมาณของสินค้า				คุณภาพของสินค้า						ราคาของสินค้า				ไม่ตอบ	N
	เพียงพอ		ไม่เพียงพอ		ดี		พอใช้		ไม่ดี		เหมาะสม		ไม่เหมาะสม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ปลาสดวางขายที่ ผลิตในประเทศ	56	87.5	8	12.5	25	39.06	39	60.93	0	0	59	62.2	5	7.8	-	64
2. ปลาสดวางขายที่ นำเข้าจากต่าง ประเทศ	26	61.9	16	38.1	16	38.1	25	59.5	1	2.4	28	66.7	14	33.3	-	42
3. เวชภัณฑ์ที่ผลิต ในประเทศ	39	76.5	12	23.5	34	66.6	16	31.4	1	1.9	33	64.7	18	34.6	13	51
4. เวชภัณฑ์ที่นำเข้า มาจากต่างประเทศ	37	74.0	13	26.0	36	72.0	13	26.0	1	2.0	32	64.0	18	36.0	-	50
5. พรรณไม้หน้า	38	73.1	14	26.9	21	40.4	29	56.9	2	3.9	50	96.2	2	3.8	1	52
6. เครื่องกรองน้ำที่ ผลิตในประเทศ	45	84.9	8	15.1	20	38.5	33	62.3	0	0	47	88.7	6	11.3	1	53

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ประเภทสินค้าใน ร้านค้า	ปริมาณของสินค้า				คุณภาพของสินค้า						ราคาของสินค้า				ไม่ตอบ	N
	เพียงพอ		ไม่เพียงพอ		ดี		พอใช้		ไม่ดี		เหมาะสม		ไม่เหมาะสม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
7. เครื่องกรองน้ำที่ ผลิตในประเทศ	31	83.8	6	16.2	17	47.2	20	54.1	0	0	24	64.9	13	35.1	-	37
8. อาหารปลาที่ ผลิตในประเทศ	60	93.7	4	6.3	3.2	50.0	30	46.9	2	3.1	55	85.9	7	14.2	-	64
9. อาหารปลาที่นำ เข้ามาจากต่าง ประเทศ	40	76.9	12	23.1	38	73.1	14	26.9	0	0	28	53.8	24	46.2	-	52
10. ตู้ปลา วัสดุตุก แต่งที่ผลิตใน ประเทศ	54	87.1	8	12.9	27	43.5	33	53.2	2	3.3	58	59.1	3	4.9	1	62
11. ตู้ปลา วัสดุตุก แต่งที่นำเข้าจาก ต่างประเทศ	19	67.9	9	32.1	19	67.9	8	28.5	1	3.6	18	64.3	10	35.7	-	28

2.4 ด้านการเงิน

เงินทุนหมุนเวียนภายในร้านค้าปลีกปลาสวยงามมีระดับที่เพียงพอมากที่สุดคือจำนวน 44คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ ไม่เพียงพอ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ต้นทุนในการซื้อ วัสดุ อุปกรณ์ผลกำไร มีพอดีกำไร แต่ไม่ถึงกับเพียงพอเท่าที่ควรมากที่สุด คือ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ เพียงพอ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และไม่เพียงพอ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ร้านค้าปลีกปลาสวยงามส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนและไม่ได้กู้มากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 รองลงมาคือ กู้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ในอัตราดอกเบี้ย 2 – 3 % จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และ 4 – 6 % จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ระดับผลกำไรของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมากที่สุดคือ ระดับปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ระดับน้อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ระดับไม่มี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ร้านค้าปลีกปลาสวยงาม มีจำนวนไม่มีภาระหนี้สินส่วนใหญ่จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3และมีภาระหนี้สินจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และมีภาระหนี้สินอยู่ในระหว่าง 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 7 คนคิดเป็นร้อยละ 36.8

ตารางที่ 8 ด้านการเงิน

ด้านการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนหมุนเวียนภายในร้านมีความเพียงพอหรือไม่ (N=64)		
เพียงพอ	44	68.8
ไม่เพียงพอ	18	28.1
ตามสภาพเศรษฐกิจ	2	3.1
ต้นทุนในการซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์กับผลกำไรที่ได้มีจากการขายมีความสมดุลเกิดกำไรเพียงพอต่อความต้องการเลี้ยงตัวเองเพียงพอ หรือไม่		
-พอดีกำไรบ้างแต่ไม่ถึงกับเพียงพอ	35	54.7
เท่าที่ควร		
เพียงพอ	25	39.0
ไม่เพียงพอ	4	6.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าของท่านปัจจุบันประสบปัญหาเงินทุนหมุนเวียน ไม่เพียงพอต่อการลงทุน ต้องกู้ยืมจากคนภายนอกมาลงทุนหรือไม่ (N=64)		
ไม่ได้กู้	49	81.7
กู้	11	18.3
ในอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 2-3 %	2	18.2
ร้อยละ 4-6 %	2	18.2
ร้านค้าของท่านในช่วงปีที่ผ่านมา ผลกำไรอยู่ในระดับใด (N=64)		
ปานกลาง	32	50.0
น้อย	17	26.5
ไม่มี	12	18.6
มาก	3	4.9
ร้านค้าประสบกับภาระหนี้สินอันเกิดการค้าขาดทุนหรือไม่ (N=64)		
ไม่มี	45	70.3
มีอยู่ในระดับ	19	29.9
10,000-50,000 บาท	9	47.4
ต่ำกว่า 10,000 บาท	7	36.8
มากกว่า 100,000 บาท	2	10.5
500,001 - 100,000บาท	1	5.3

2.5 ระดับโฆษณาประชาสัมพันธ์

ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์มากที่สุดคือ ไม่มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 รองลงมาคือ ระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในวารสารระดับที่มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในนิตยสาร ระดับที่มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ระดับการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตีพิมพ์ประกาศ ระดับที่มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของการทำใบปลิวมากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการทำแคตตาล็อกมากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 95.2 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 จัดแสดงสินค้า ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการจัดแสดงสินค้ามากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 95.2 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ระดับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

รายการ	ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์								ผู้ที่ไม่ตอบ	N
	มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่เคย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.หนังสือพิมพ์	0	0	0	1	2	3.2	58	96.8	1	63
2.วารสาร	1	1.7	3	4.7	5	7.9	54	85.7	1	63
3.นิตยสาร	0	0	2	3.2	4	6.3	57	90.5	1	63
4.ตีพิมพ์ประกาศ	2	3.2	10	15.6	21	32.8	31	48.4	1	63
5.ใบปลิว	1	1.6	3	4.8	7	11.1	52	82.5	1	63
6.แคตตาล็อก	0	0	1	1.6	2	3.2	60	95.2	1	63
7.จัดแสดงสินค้า	0	0	6	9.5	7	11.1	50	79.4	1	63
8.อินเทอร์เน็ต	0	0	2	3.2	1	1.6	60	95.2	1	63

2.6 ความถี่การส่งเสริมการขาย

ระดับความถี่การส่งเสริมการขาย จากการแจกตัวอย่าง มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ระดับความถี่การส่งเสริมการขาย จากการสาธิตวิธีใช้มากที่สุดคือ มาก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ น้อยครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และไม่เคย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 ระดับความถี่การส่งเสริมการขาย จากการบรรจุหีบห่อ มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือน้อยครั้งคือ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 ระดับความถี่การส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการลดราคามากที่สุดคือ น้อยครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ มาก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ระดับความถี่การส่งเสริมการขายจากการจัดการชิงรางวัลมากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 89.6 รองลงมาคือ น้อยครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ระดับความถี่การส่งเสริมการขายจากการจัดทำของขวัญพิเศษ มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ น้อย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 การออกแสดงสินค้า ระดับความถี่การส่งเสริมการขายจากการออกแสดงสินค้า มากที่สุดคือ ไม่เคย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 และน้อยครั้งจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ระดับความถี่การส่งเสริมการขาย จากการแจกแถมสินค้า มากที่สุดคือ น้อยครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ไม่เคย 21 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ความถี่ในการส่งเสริมการขาย

รายการ	ระดับความถี่						ผู้ที่ไม่ตอบ	N
	มาก		น้อยครั้ง		ไม่เคย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. การแจกตัวอย่าง	8	12.5	20	31.2	36	56.3	-	64
2. การสาธิตวิธีใช้	24	37.5	23	35.9	17	26.6	-	64
3. การทียบห่อ	13	20.6	22	34.9	28	44.5	1	63
4. การลดราคา	26	40.6	27	42.2	11	17.2	-	64
5. การชิงรางวัล	1	2.1	4	8.3	43	89.6	16	48
6. ของขวัญพิเศษ	3	5.4	13	23.6	39	71.0	9	55
7. การออกแสดงสินค้า	0	0	11	17.5	52	82.5	1	63
8. การแจกแถมสินค้า	0	0	25	39.7	21	33.3	1	63

2.7 ระดับการให้บริการลูกค้า

ระดับการให้บริการลูกค้าของผู้ดำเนินงาน มากที่สุดคือ ปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาคือ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 การบรรจุหีบห่อ ระดับให้บริการลูกค้าในการบรรจุหีบห่อสินค้ามากที่สุดคือ ปานกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาคือ มาก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 การบริการหลังการขาย ระดับการให้บริการลูกค้าหลังการขายมากที่สุดคือ ปานกลาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ น้อยจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ระดับการให้บริการจากการให้ข้อมูลตัวสินค้า มากที่สุดคือ มากจำนวน 34 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 บริการตกแต่งตู้ปลา สวยงามให้ลูกค้า ระดับการให้บริการจากการบริการตกแต่งตู้ปลาสวยงามให้ลูกค้ามากที่สุดคือปานกลาง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ มาก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ระดับการให้บริการลูกค้า

รายการ	ระดับการให้บริการ									
	มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่เคย		ผู้ที่ไม่ ตอบ	N
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ				
1. การให้บริการของผู้ดำเนินงาน	27	42.8	32	50.8	3	4.8	1	1.6	1	63
2. การบรรจุหีบห่อ	16	25.0	38	59.4	4	6.2	6	9.4	-	64
3. การบริการหลังการขาย	25	39.0	27	42.2	8	12.5	4	6.2	-	64
4. การให้ข้อมูลตัวสินค้า	34	54.0	26	41.2	2	3.2	1	1.6	1	63
5. บริการตกแต่งตู้ปลา	21	33.3	25	39.7	13	20.6	4	6.4	1	63

2.8 การจัดการบัญชีและสต็อก

จำนวนร้านค้าที่ทำบัญชีและสต็อกสินค้าไม่ได้เป็นประจำมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ ไม่ได้ทำเลย 20 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 มีจำนวนร้านค้าส่วนใหญ่มีการเก็บสำรองสินค้ามากที่สุดคือ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 82.81 อยู่ในปริมาณที่มีการเก็บสำรองมากที่สุดคือ ระดับ ปานกลาง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาคือ ระดับน้อย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และมากจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ดังตารางที่ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 การจัดการบัญชีและสต็อกสินค้า

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านของท่านสามารถทำบัญชีและสต็อกสินค้าได้เป็นประจำหรือไม่ (N=58)		
ไม่ได้เป็นประจำ	27	46.5
ไม่ได้ทำเลย	20	34.5
ทำเป็นประจำ	11	19.0
ร้านค้าของท่านมีการเก็บสำรองสินค้าเอาไว้เพื่อจำหน่ายหรือไม่		
ไม่มี	11	17.2
มี ปริมาณ	53	82.8
มาก	1	1.8
ปานกลาง	41	77.4
น้อย	11	20.8

2.9 การรับรู้ข่าวสารทางวิชาการ ระดับการรับรู้เพื่อการค้าภายในร้าน

ระดับการรับรู้ของราคาสินค้า วัสดุ อุปกรณ์และปลาสวยงามจากแหล่งต่างๆมากที่สุดคือปานกลาง จำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือน้อยและมากจำนวน 12 คนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 18.8 ระดับการรับรู้ข่าวสารของแหล่งซื้อขาย วัสดุอุปกรณ์และแหล่งปลาสวยงามจากที่ต่างๆ ระดับที่มากที่สุดคือ ปานกลางจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมา คือน้อยและมากจำนวน 12 คน เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 18.8 ระดับความรู้ข่าวสารทางด้านวิชาการพันธุ์ปลาสวยงามมากที่สุดคือ ปานกลาง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ มาก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ระดับการรับรู้ข่าวสารทางด้านวิชาการพันธุ์ปลาสวยงามมากที่สุดคือ ปานกลาง จำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาคือ มาก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ดังตารางที่ 13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 การรับรู้ข่าวสารทางวิชาการ

รายการ	ระดับการรับรู้ข่าวสาร									
	มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่เคย		ผู้ที่ไม่ ตอบ	N
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ราคาสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ และปลาสวยงามจากแหล่งต่างๆ	12	18.8	35	54.7	12	18.8	5	7.7	-	64
2. แหล่งซื้อขายวัสดุ อุปกรณ์ และ แหล่งปลาสวยงามจากแหล่งต่างๆ	14	21.9	31	50.0	14	21.9	4	6.2	-	64
3. จากแหล่งความรู้ทางด้านวิชาการพันธุ์ปลาสวยงาม	14	23.3	33	55.0	8	13.3	5	8.4	4	60
4. ความรู้ความเข้าใจและรักษาปลาสวยงาม	18	28.5	38	59.4	5	7.8	3	4.6	-	64

2.10 ร้านค้าของท่านได้รับการส่งเสริม/สนับสนุนจากกลุ่ม/องค์กร/บุคคลภายนอกหรือไม่

จำนวนร้านที่ไม่ได้รับการสนับสนุนมากที่สุด คือ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 95.2 และมีร้านค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตโดยตรงจำนวน 1 คน และศูนย์โรคสัตว์น้ำจืด 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และกรณีไม่มีหน่วยงานใดมาสนับสนุน ร้านค้าส่วนใหญ่ต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และไม่ต้องการ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 โดยเรื่องที่ต้องการการการสนับสนุนและช่วยเหลือในเรื่องพันธุ์ปลาและการดูแลรักษาโรคมากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมา คือเรื่องเงินจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7ลำดับต่อมา เรื่องส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเลี้ยงปลามากขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ดังตารางที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ร้านค้าของท่านได้รับการส่งเสริม / สนับสนุน จากกลุ่ม /องค์กร /บุคคลภายนอก บ้างหรือไม่		
ไม่มี	58	95.6
มี ระบุ	2	3.3
กรณีไม่มีหน่วยงานใดท่านต้องการให้มีผู้สนับสนุนหรือไม่		
ไม่ต้องการ	24	44.4
ต้องการ	30	55.6
เรื่องอะไรระบุ		
-พันธุ์ปลาและการดูแลรักษาโรค	8	26.7
-เงินทุน	5	16.7
-ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ -	4	13.3
ให้ประชาชนเลี้ยงปลามากขึ้น		
-สถานที่ที่เหมาะสม -	2	6.7
ในการขาย		
ต้องการแต่ไม่ระบุ	11	36.7

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาร้านค้าปลีกปลาสวยงาม

3.1 ร้านค้าปลีกปลาสวยงามประสบปัญหาที่สำคัญเรียงตามลำดับความสำคัญ

จากการศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ต่อการพัฒนาร้านค้าปลีกปลาสวยงาม ที่เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม เรียงตามลำดับความสำคัญ พบว่า ปัญหาปริมาณลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านลดลง เป็นลำดับที่ 1 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 ลำดับที่ 2 คือ เรื่อง ราคาของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามมีราคาแพงจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 35.2 ลำดับที่ 3 คือเรื่อง สินค้า วัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามคุณภาพไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นร้อยละ 35.2 ลำดับที่ 3 คือเรื่อง สินค้า วัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามคุณภาพไม่ ดีเท่าที่ควร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 ลำดับที่ 4 คือ เรื่องขาดข้อมูลความรู้ ทางวิชาการเกี่ยวกับ พันธุ์ปลาและการรักษาโรคปลาสวยงาม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ลำดับที่ 5 ขาดการ สนับสนุนที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐบาล จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ดังตารางที่ 15

3.2 ความต้องการการส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับการดำเนินงานในร้านค้า

ความต้องการส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับ การดำเนินงานร้านค้าปลีกปลาสวยงาม เรียง ตามลำดับความสำคัญ พบว่า ลำดับที่ 1 คือ แหล่งต้นทุนที่มีดอกเบี๋ยต่ำ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ลำดับที่ 2 คือเรื่องข้อมูลราคาสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงาม เป็นร้อยละ 44.0 ลำดับ ที่ 3 เรื่องการจัดกิจกรรม ให้การอบรมสัมมนา ร้อยละ 30.0 ลำดับที่ 4 แหล่งต้นทุนที่มี ดอกเบี๋ยต่ำ ร้อยละ 33.3 ดังตารางที่ 16

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาผู้ประกอบการร้านค้าปลีกปลาสวยงาม

ความคิดเห็นของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ในเรื่องพันธุ์ปลา การเลี้ยงปลา และดูแลรักษาโรคปลาสวยงามอย่างแพร่ หลาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ด้านการจัดระบบการซื้อขายของร้านค้าปลีกให้ขายสินค้าใน ราคาเดียวกัน ไม่ขายสินค้าตัดราคาจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ด้านควรจัดให้มีการรวมกลุ่ม อบรม สัมมนาตั้งชมรม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานของ รัฐด้านวิชาการ ตำราหนังสือในเรื่องพันธุ์ปลา การดูแลรักษาโรคปลาสวยงามให้แพร่หลาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ด้านการเปิดข้อบังคับตัวบทกฎหมายในการนำเข้าหรือส่งออกปลาสวยงาม และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้กว้างจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 15 ร้านค้าประสบปัญหาเรียงลำดับตามความสำคัญ

รายการ	ลำดับที่										ผู้ไม่ ตอบ	N
	1		2		3		4		5			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
- ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านของท่านลดลง	35	58.0	13	21.0	6	10.0	4	6.0	3	5.0	3	61
- ราคาของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ วัสดุน้ำมันมีราคาแพง	10	18.5	19	35.2	17	31.5	5	9.3	3	5.5	10	54
- สินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับปลาสวยงาม คุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร	6	11.8	9	17.6	18	37.2	11	21.6	6	13.7	13	51
- ขาดข้อมูล ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับพันธุ์ปลาและการรักษาโรคปลาสวยงาม	6	12.8	7	17.1	11	23.4	17	38.3	5	10.5	17	47
- ขาดการสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานหน่วยงานของรัฐบาล	4	9.0	8	18.2	3	6.8	7	16.0	22	50.0	20	44

ตารางที่ 16 ความต้องการส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวข้องการดำเนินงานร้านค้า

รายการ	ลำดับที่								ผู้ไม่ตอบ	N
	1		2		3		4			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
- ข้อมูลความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการเกี่ยวกับพันธุ์ปลาสวยงามและรักษาโรคปลาสวยงาม	13	24.1	23	42.6	14	25.9	4	7.4	10	54
- ข้อมูลราคาของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงาม	12	24.0	23	44.0	14	26.0	5	6.0	11	53
- การจัดกิจกรรม ให้การอบรมสัมมนา	8	18.0	13	24.0	15	30.0	15	28.0	14	50
- แหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ	16	34.8	7	15.2	7	15.2	16	34.8	16	46

ตารางที่ 17 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม

รายการ	จำนวน(คน) N= 42	ร้อยละ
-ควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ในเรื่องพันธุ์ปลาการเลี้ยงปลาและดูแลรักษาโรคปลาปลาสวยงามอย่างแพร่หลาย	11	26.2
-จัดระบบการซื้อขายร้านค้าปลีกให้ขายสินค้าในราคาเดียวกัน ไม่ขายสินค้าตัดราคา	9	21.4
-ควรจัดให้มีการรวมกลุ่ม อบรมสัมมนา ตั้งชมรม	9	21.4
-ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐด้านวิชาการ ตำราหนังสือในเรื่องพันธุ์ปลา การดูแลรักษาโรคปลาสวยงามให้แพร่หลาย	7	16.7
-เปิดข้อบังคับตัวบทกฎหมายในการนำเข้าหรือส่งออกปลาสวยงามและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้กว้าง	6	14.3

วิจารณ์ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม รวมถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม ทางด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามพบว่าส่วนใหญ่เจ้าของร้านค้าปลีกเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ลักษณะการประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นอาชีพหลัก รูปแบบของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม มี 2 รูปแบบคือ ร้านที่จำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามร่วมกับสินค้าอื่นเป็นส่วนใหญ่ และจำหน่ายเฉพาะ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงาม จำนวนคนที่ดูแลส่วนใหญ่ 2 คน และเป็นเจ้าของดูแลเอง แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินออมส่วนบุคคล และกำไรของกิจการ สอดคล้องกับ สุวิทย์ เป็ยผ่อง(2535) แหล่งที่ติดต่อซื้อ สินค้าวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับปลาสวยงามส่วนใหญ่ คือ สวนจตุจักร ติดต่อโดยเดินทางไปซื้อเอง ลักษณะทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่ร้านค้าปลีกจะตั้งอยู่ในย่านการค้าในตัวเมือง สอดคล้องกับ สุวิทย์ เป็ยผ่อง(2535) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ เป็นร้านที่มีขนาดเล็ก มีการจำหน่ายจะจำหน่ายร่วมกับสินค้าอื่นๆ เพื่อเป็นทางเลือกของลูกค้า และเป็นการเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งการซื้อ วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุนที่สูงขึ้น และสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าไม่ใช่สินค้าจำเป็น ประกอบกับในสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำที่ผ่านมา ทำให้กำลังการซื้อลดลง มีผลเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การค้าปลีกไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งย่านการค้าในตัวเมืองเพราะจะมีจำนวนลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าจำนวนมาก ในส่วนข้อมูลการบริหารจัดการร้านค้าปลีกเรื่องของคุณสมบัติบุคลากรที่ดำเนินอยู่ในร้าน มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุวิทย์ เบี้ยผ่อง(2535) คือ มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า ทราบแหล่งที่มีการซื้อขายสินค้า มีความสามารถในการจูงใจและบริการลูกค้า มีประสบการณ์ในการดำเนินงาน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งคุณสมบัติของบุคคลในร้านเกี่ยวกับการเรียนรู้การไปอบรม สัมมนาดูงานเพื่อมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานในร้านอยู่ในระดับที่น้อย ฉะนั้นจึงขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ เช่น เรื่องการดำเนินงานในร้าน การจัดการดูแลและรักษาโรคปลาสวยงามที่ถูกต้อง ก็จำเป็นที่จะต้องนำมาใช้และพัฒนาร้านค้าปลีกปลาสวยงามของตนเอง ข้อมูลส่วนใหญ่เกิดจากการศึกษาด้วยตนเอง และการลองผิดลองถูก อาจทำให้เกิดความเสียหายได้ ในส่วนทางการเงิน เงินทุนหมุนเวียนภายในร้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่เพียงพอ ในการซื้อขายสินค้า วัสดุ อุปกรณ์สำหรับผลกำไรที่ได้จากการขายมีกำไรบ้างแต่ไม่ถึงกับดีเท่าที่ควร ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่ได้กู้เงินมาลงทุนกำไรของกิจการอยู่ในระดับปานกลาง จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ร้านค้าปลีกปลาสวยงามส่วนใหญ่เป็นร้านที่มีขนาดเล็กถึงกลาง ดูแลจัดการเองภายในครอบครัว มีผลกำไรพออยู่ได้ ไม่ได้มุ่งผลกำไรในระดับที่มากเหมือนกิจการที่ใหญ่โต ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆอยู่ในระดับที่น้อย ทั้ง ในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร การตีพิมพ์ประกาศ การทำโบปลิ้ว แคตตาล็อก จัดแสดงสินค้า และระดับความถี่ในการส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่ไม่ได้ปฏิบัติ ทั้งการแจกตัวอย่าง การสาธิตวิธีใช้ การหีบห่อ การลดราคา การชิงรางวัล ของชำร่วยพิเศษ การออกแสดงสินค้า การแจกแถมสินค้า เนื่องจากการทำกิจกรรมต่างๆที่กล่าวมาแล้ว อาจทำให้เกิดเป็นต้นทุนในการประกอบการที่สูงขึ้น ทางด้านการจัดทำบัญชีและสต็อกสินค้า ส่วนใหญ่ไม่ได้จัดทำเป็นประจำสอดคล้องกับผลการศึกษาของพรพิมล ก้านกนก(2531) จากข้อมูลร้านค้าปลีกปลาสวยงามส่วนใหญ่ ไม่ได้ทำบัญชีเป็นประจำ ไม่ใส่ใจในรายละเอียดที่เกี่ยวกับบัญชีก็อาจทำให้ไม่รู้จักความเคลื่อนไหวของตนเองอย่างแท้จริง ระดับการรับรู้ข่าวสารทางวิชาการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ปานกลาง ข้อมูลข่าวสารวิชาการต่างๆเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบการร้านค้าปลีกปลาสวยงาม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเรียนรู้ให้เข้าใจอยู่ในระดับที่มาก อย่างไรก็ตามผลการศึกษาพบว่า มีหน่วยงาน องค์กรภายนอกเข้ามาสนับสนุนร้านค้าปลีกปลาสวยงามน้อยมาก แต่ร้านค้ามีต้องการผู้สนับสนุนในเรื่องข้อมูลทางด้านพันธุ์ปลา และการดูแลรักษาโรคปลา เผยแพร่เป็นเชิงวิชาการที่เข้าใจง่าย และแพร่หลายต่อผู้ค้าปลีกเองและผู้ซื้อสินค้า ดังกล่าวมาเป็นปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม นอกจากนี้จากการเรียงลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม นอกจากนี้จากการเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา จะเห็นว่าสภาพทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง เป็นผลทำให้ปริมาณของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าลดลงเป็นลำดับที่สำคัญ รองลงมาราคาของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงปลาสดสวยงามมีราคาแพง และเรื่องความต้องการการส่งเสริมสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร้านค้าปลีก ได้แก่ แหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ เป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 คือ ข้อมูลความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ และข้อมูลราคาของสินค้าวัสดุที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสดสวยงาม สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีกปลาสดสวยงาม เสนอว่าควรมี การเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ ในเรื่องของพันธุ์ปลาและการดูแลรักษาโรคปลามากยิ่งขึ้น รองลงมาคือการจัดทำมาตรฐานระบบราคาขายส่งให้อยู่ในระดับเดียวกัน และร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลทางด้านของพันธุ์ปลา การดูแลรักษาโรคปลา แสดงให้เห็นว่าหน่วยงาน หรือองค์กร ชาติการให้ความสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ที่แพร่หลาย ควรจะจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ และรวมถึงการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ ความเข้าใจแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันทั้งทางด้านการทำงาน หรือมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นชมรม สหกรณ์ ทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็งขึ้น ก็จะทำให้อาชีพประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกปลาสดสวยงาม มีการดำเนินการได้ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปและผลการวิจัย

การศึกษาศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามอันจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆต่อไปตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ ผู้ค้าปลีกปลาสวยงามจำนวน 96 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบร้อยละ โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ เป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธี ทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา ซึ่งผลการศึกษาพอสรุปได้ดังต่อไปนี้ในส่วนของคุณสมบัติของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม พบว่าส่วนใหญ่ขนาดของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม เป็นร้านที่มีขนาดเล็กจะจำหน่ายร่วมกับสินค้าอื่นๆเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของลูกค้า เนื่องจากเป็นร้านที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง แหล่งซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ส่วนใหญ่ที่ศูนย์ค้าส่งในกรุงเทพฯ ระยะเวลาและการเดินทางทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ประกอบกับสภาพทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำที่ผ่านมา ทำให้ร้านค้ามีกำไรค่อนข้างน้อย และไม่ดีเท่าที่ควร ส่วนปัญหาและอุปสรรค ในการดำเนินงาน ร้านค้าปลีกปลาสวยงาม พบว่า คุณสมบัติของบุคลากรในร้านมีการเรียนรู้เคยไปอบรมสัมมนาเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานในร้านอยู่ในระดับที่น้อย ความรู้ใหม่ๆ หรือข้อมูลที่ต้องการไม่ถูกนำมาใช้ในการดำเนินงาน การจัดทำบัญชีไม่ได้เป็นประจำ ทำให้ขาดข้อมูลประกอบในการดำเนินการ มีการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายน้อยมาก อาจเป็นปัจจัยประกอบส่วนหนึ่งที่ทำให้ร้านค้าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร และของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีก คือ ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในเรื่อง พันธุ์ปลาและการดูแลรักษาโรคปลาให้แพร่หลาย ควรมีการจัดระบบมาตรฐานเรื่องราคาขายส่งให้อยู่ในระดับเดียวกัน และต้องการข้อมูลด้านต่างๆรวมถึงการสนับสนุนจากองค์กร หน่วยงานต่างๆมากขึ้น และบางส่วนเสนอให้มีการจัดตั้งชมรม หรือการรวมกลุ่มในรูปแบบของสหกรณ์ สร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะต่องานวิจัย

ข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากความคิดเห็นของร้านค้าปลีกปลาสวยงามที่น่าสนใจแล้วผู้ศึกษาเห็นว่า ควรพิจารณาในเรื่องสำคัญๆ ดังนี้

ส่วนของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม

1. ร้านค้าปลีกปลาสวยงาม ควรพิจารณาเกี่ยวกับการจัดระบบบริหารจัดการให้เป็นระบบเชิงธุรกิจ เช่น ระบบบัญชีสต็อกสินค้า ราคาของสินค้า เพื่อทราบสถานะความเคลื่อนไหวของการทำงาน และแนวโน้มการทำงานของบริษัทได้อย่างทันสถานการณ์
2. ร้านค้าควรพิจารณาในการเสริมสร้างการเรียนรู้ และการรับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการร้านมากขึ้น
3. ร้านค้าควรพิจารณาแนวทางโดยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เพื่อการกระจายสินค้า ผู้บริโภคมากขึ้น
4. ร้านค้าควรมหาแนวทางในการลดต้นทุน จากการตั้งราคาเอง ผู้ค้าส่งและระยะทางการเดินทางมาสู่แหล่งค้าที่เป็นศูนย์กลาง ที่ห่างไกล เช่น การรวมกลุ่มซื้อขาย การตั้งชมรม สหกรณ์ ฯลฯ รวมถึงการระดมทุนเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ

ส่วนขององค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

องค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาในการส่งเสริมสนับสนุนในด้านต่างๆ คือ การส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ

1. การตั้งกองทุนหรือจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อธุรกิจประเภทนี้
2. ส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ความรู้และคุณค่าในการเลี้ยงปลาสวยงาม สาธารณชน เพื่อสร้างจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ และคุณค่าต่อจิตใจ อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้ธุรกิจร้านค้าปลีกปลาสวยงามขนาดเล็กสามารถดำรงอยู่ได้
3. ส่งเสริมสนับสนุนการจัดให้ข้อมูลข่าวสาร การจัดการให้การเรียนรู้ด้านวิชาการ และการบริหารจัดการ แก่บุคคลากร และผู้บริหารร้านค้าปลีกปลาสวยงาม
4. ส่งเสริมสนับสนุน แนวทางการกำหนด ประกันหรือรูปแบบต่างๆในการกำหนด
5. มาตรฐานทางราคา เพื่อประโยชน์ทั้งผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค จะเสริมให้ธุรกิจปลาสวยงามสร้างเป็นการส่งเสริมอาชีพประชาชนประโยชน์ต่อประเทศชาติได้

สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านต่างๆ เช่น ทำเลที่ตั้ง สภาพทางสังคมโดยรอบ และข้อมูลทางด้านวิชาการ หาแนวคิดใหม่ในการบริหารจัดการ

การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงาน รวมทั้งการส่งเสริมให้ความรู้ การอบรมสัมมนาเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาร้านค้าปลีกของตนเอง การจัดรวมกลุ่มก็เป็นแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจมากในปัจจุบัน หากให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง จะสามารถขยายความรู้ การประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการบริหารจัดการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

การทำธุรกิจประมง สถาบันพัฒนาปลาสวยงามและพรรณไม้น้ำ .2540 . การทำธุรกิจประมง .
กรุงเทพฯ .

บุญธรรม จิตอนันต์. 2536. การวิจัยทางสังคมศาสตร์ .กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปรียา ขวอนพร .2527. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรพิมล ก้านนก .2531 .นโยบายและการบริหารตลาด. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด.2544. "การตลาดปลาสวยงามในประเทศไทย". เทคโนโลยีชาวบ้าน .14
(104): 29.

สมจิตร ล้วนจำเริญ .2531 .การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุนภา อยู่โพธิ์ .2525. การค้าปลีก: กรุงเทพฯ .มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวิทย์ เป็ยผ่อง. 2535. การค้าส่งและการค้าปลีก. กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีสุดา สหชัยเสรี. 2538. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ :อรุณการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาควิชาเทคนิคเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

8 มีนาคม 2545

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัย

เรียน ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกปลาสวยงาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลา
สวยงาม จำนวน 1 ชุด พร้อมของจดหมายติดแสตมป์ ชื่อที่อยู่ของผู้วิจัย

ด้วยดิฉัน น.ส. สุนันทา จันทร์กลม นักศึกษาภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการ
เกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังหลักสูตร 2 ปี (ต่อเนื่อง) ได้ทำการ
วิจัยปัญหาพิเศษเรื่อง "ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม" การวิจัยในครั้งนี้ผู้
วิจัยมีความประสงค์จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ค้าปลีกปลาสวยงามทั่วประเทศ เพื่อนำผลการวิจัย
ไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งจะนำผลการวิจัย
ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสวยงามโดยตรงเท่านั้น

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์มายังท่าน เพื่อได้โปรดกรอกข้อมูลตามความเป็นจริงในแบบ
สอบถามทุกตอน ทุกข้อ คำตอบและข้อคิดเห็นของท่านถือว่ามีค่ายิ่ง ที่จะป็นข้อเสนอแนะในการ
พัฒนาด้านการค้าปลีกปลาสวยงาม อนึ่งทางผู้วิจัยได้แนบของติดแสตมป์ให้ท่านได้ส่งแบบสอบ
ถามกลับไปยังผู้วิจัยมาด้วยแล้ว และขอได้โปรดส่งกลับคืนภายในวันที่ 30 มีนาคม 2545 ด้วย
ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งในความกรุณาจากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้



(น.ส. สุนันทา จันทร์กลม)

นักศึกษาระดับปริญญาตรี

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

ขอรับรองว่าข้อมูลเป็นความจริงทุกประการ



(อาจารย์ สุชมาภรณ์ ชันท์ศรี)

หัวหน้าภาควิชาเทคนิคเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ค้าปลีกปลาสด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกปลาสด

- 1.1 เพศ ชาย () หญิง () อายุ ปี
- 1.2 ระดับการศึกษา () ชั้นประถมศึกษา () มัธยมศึกษา
() มัธยมปลาย () ปวช.
() ปวส. ()ปริญญาตรี
() อื่นๆ ระบุ
- 1.3 ระยะเวลาดำเนินการร้านค้าปลีกปลาสดเป็นระยะ ปี
- 1.4 ลักษณะการประกอบอาชีพของร้านค้าปลีกปลาสดของท่านเป็นแบบใด
() งานอดิเรก () อาชีพหลัก
() อาชีพเสริม () อื่นๆ ระบุ
- 1.5 ลักษณะประเภทสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสดที่ท่านจำหน่ายในร้านของท่านเป็นแบบใด
() จำหน่ายเฉพาะสินค้าและวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสด
() จำหน่ายสินค้าและวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสดร่วมกับสินค้าประเภทอื่น
() อื่นๆ ระบุ
- 1.6 ประเภทของสินค้าจำหน่ายในร้านท่านมีประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() ปลาสด () อาหารปลา
() พรรณไม้น้ำ () วัสดุ อุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลาทั่วไป
() ยารักษาโรค () อื่นๆ ระบุ
- 1.7 จำนวนคู่มือและคำแนะนำในร้านของท่านมีกี่คน
() 1 คน () 2 คน
() 3 คน () 4 คนขึ้นไป
- 1.8 บุคลากรที่ดูแลจัดการร้านค้าของท่านคือใคร
() เป็นเจ้าของดูแลเอง () จ้างพนักงาน
() ดูแลเองและจ้างพนักงาน () อื่นๆ ระบุ
- 1.9 แหล่งเงินทุนของท่านมาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() เงินออมส่วนบุคคล () ธกส.
() ธนาคาร () บริษัทเงินทุน

เอกสารนี้ (ปี) สิ้นชื่อทางการค้าหรือ () คำไรของกิจการ () อื่นๆ ระบุให้ไปให้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.10 บอกแหล่งที่ท่านติดต่อซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงปลาสวยงาม
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สวนจตุจักร (ชั้นเคย์ปลาซ่า) () ตลาดปลาสวยงามบ้านโป่ง จ.ราชบุรี
() ตลาดปลาสวยงามสนามหลวง 2 () สถานที่อื่นๆ ระบุ

1.11 ท่านติดต่อซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงปลาสวยงามโดยวิธีการใด
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เดินทางไปซื้อเองจากแหล่งค้าส่ง () คอยให้ตัวแทนจำหน่ายมาส่ง
() โทรศัพท์สั่งซื้อสินค้า () ซื้อจากผู้ค้าส่งรายย่อยในจังหวัด
() อื่นๆ ระบุ

1.12 ลักษณะทำเลที่ตั้งของท่านอยู่ในแหล่งใด

- () ย่านการค้าในตัวเมือง () ย่านการค้าที่อยู่ใกล้ที่พักที่อยู่อาศัย
() ย่านการค้าตามแนวถนน () ศูนย์การค้า
() ย่านการค้าใกล้ตลาด () อื่นๆ ระบุ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการค้าเนื้องานของร้านค้าปลีกปลาสวยงาม

2.1 ทำเลที่ตั้ง

2.1.1 ร้านค้าของท่านที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้เคียงย่านการค้า หรือย่านที่ผู้คนอยู่อาศัยอยู่
หนาแน่น เหมาะแก่การค้าขายอยู่ในระดับใด

- () ระดับที่ดีมาก () ปานกลาง
() ไม่ดีเท่าที่ควร () อื่นๆ ระบุ

2.1.2 ร้านค้าของท่านตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งเหมาะสมต่อการคมนาคมเพื่อการซื้อสินค้ามา
จำหน่ายในระดับใด

- () เหมาะสมมาก () เหมาะสมปานกลาง
() เหมาะสมน้อย () อื่นๆ ระบุ

2.2 คุณสมบัติของบุคลากรที่ดำเนินงานในร้าน

2.2.1 คุณสมบัติของผู้ดำเนินงานในร้านค้าปลีกปลาสวยงามของท่านมีคุณสมบัติใน
เรื่องต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () มีความรู้ในตัวสินค้าและวัสดุอุปกรณ์ () มาก () ปานกลาง () น้อย
() ทราบแหล่งที่มีการซื้อขายสินค้า () มาก () ปานกลาง () น้อย
() มีความสามารถในการจูงใจและบริการลูกค้า () มาก () ปานกลาง () น้อย
() มีประสบการณ์ในการดำเนินงาน () มาก () ปานกลาง () น้อย
() บุคลากรในร้านได้เคยไปอบรมสัมมนา

ศึกษาดูงานมาใช้ประโยชน์

ในการดำเนินงานในร้าน

- () มาก () ปานกลาง () น้อย
() อื่นๆ ระบุ

2.3 นโยบายสินค้า

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ลงตามประเภทสินค้าของท่านที่อยู่ในร้าน แล้วทำเครื่องหมายตามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปริมาณ คุณภาพ ราคาของสินค้าจากแหล่งที่ซื้อมา

ประเภทของสินค้าในร้านค้าของท่าน	ปริมาณของสินค้า		คุณภาพของสินค้า			ราคาของสินค้า	
	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	ดี	พอใช้	ไม่ดี	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
1. ปลาสดขงามที่ผลิตในประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
2. ปลาสดขงามที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
3. เวชภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
4. เวชภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
5. พรรณไม้ น้ำ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
6. เครื่องกรองน้ำที่ผลิตในประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
7. เครื่องกรองน้ำที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของสินค้าใน ร้านค้าของท่าน	ปริมาณของสินค้า		คุณภาพของสินค้า			ราคาของสินค้า	
	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	ดี	พอใช้	ไม่ดี	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
8. อาหารปลาที่ผลิต ในประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
9. อาหารปลาที่นำเข้า จากต่างประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
10. ตู้ปลาวัสดุตกแต่ง ที่ผลิตในประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()
11. ตู้ปลาวัสดุตกแต่ง ที่นำเข้าจากต่าง ประเทศ () มี () ไม่มี	()	()	()	()	()	()	()

2.4 ด้านการเงิน

2.4.1 เงินทุนหมุนเวียนภายในร้านค้าของท่านมีความเพียงพอหรือไม่

- () เพียงพอ () ไม่เพียงพอ
() อื่นๆ ระบุ

2.4.2 ต้นทุนในการซื้อสินค้าวัสดุ อุปกรณ์กับผลกำไรที่ได้จากการขายมีความสมดุล
เกิดกำไรเพียงพอต่อการเลี้ยงตัวเองอยู่ได้หรือไม่

- () เพียงพอ () พอดีกำไรบ้างแต่ไม่ถึงกับเพียงพอเท่าที่ควร
() ไม่เพียงพอ () อื่นๆ ระบุ

2.4.3 ร้านค้าของท่านในปัจจุบันประสบปัญหาเงินหมุนเวียนไม่เพียงพอต่อการลงทุน
ต้องกู้ยืมเงินจากภายนอกมาลงทุนในร้านหรือไม่

- () กู้ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ.....
() ไม่ได้กู้
() อื่นๆ ระบุ

2.4.4 ร้านค้าของท่านในช่วงปีที่ผ่านมา ผลกำไรอยู่ในระดับใด

- () มาก () ปานกลาง
() น้อย () ไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
() อื่นๆ ระบุ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ออกห่างห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 ร้านค้าของท่านประสบกับภาระหนี้สินอันเกิดจากการค้าขาดทุนหรือไม่

- () มี ถ้ามีอยู่ในระดับใด () ต่ำกว่า 10,000 บาท
 () 10,000 – 50,000 บาท
 () 50,001 – 100,00 บาท
 () มากกว่า 100,000บาท

() ไม่มี

2.5 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2.5.1 โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ตามระดับของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์
ร้านค้าของท่านว่าอยู่ในระดับใด

การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์	ระดับของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์				หมายเหตุ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย	
1. หนังสือพิมพ์					
2. วารสาร					
3. นิตยสาร					
4. ตีพิมพ์ประกาศ					
5. ใบปลิว					
6. แคมเปญสื่อ					
7. จัดแสดงสินค้า					
8. อินเทอร์เน็ต					
9. อื่นๆ ระบุ					

2.6 โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ให้สมบูรณ์ว่าร้านค้าของท่านเคยมีการส่งเสริมการขายหรือไม่ อยู่ในระดับใด

รายการส่งเสริมการขาย	ความถี่ของการส่งเสริมการขาย			หมายเหตุ
	มาก	น้อยครั้ง	ไม่เคย	
1. การแจกตัวอย่าง				
2. การสาธิตวิธีใช้				
3. การหีบห่อ				
4. การลดราคา				
5. การชิงรางวัล				
6. ของชำร่วยพิเศษ				
7. การออกแสดงสินค้า				
8. การแจกแถมสินค้า				
9. อื่นๆ ระบุ				

2.7 โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ให้สมบูรณ์ว่าร้านของท่านมีการบริการลูกค้าหรือไม่และอยู่ในระดับใด

รายการการบริการลูกค้า	ระดับการให้บริการลูกค้า				หมายเหตุ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี	
1. การให้บริการของผู้ดำเนินงาน					
2. การบรรจุหีบห่อสินค้า					
3. การบริการหลังการขาย					
4. การให้ข้อมูลตัวสินค้า					
5. บริการตกแต่งจัดตู้ปลาสวยงามให้ลูกค้า					
6. อื่นๆ ระบุ					

2.8 การจัดการบัญชีและสต็อกสินค้า

2.8.1 ร้านของท่านสามารถจัดทำบัญชีและสต็อกสินค้าได้เป็นปัจจุบันหรือไม่

- () ไม่ได้ทำเลย
 () ทำเป็นประจำ
 () ไม่ได้เป็นประจำ
 () อื่นๆ ระบุ

2.8.2 ร้านค้าของท่านมีการเก็บสำรองสินค้าไว้เพื่อจำหน่ายหรือไม่

- () ไม่มี
 () มี ปริมาณ () มาก () ปานกลาง () น้อย

2.9 การรับรู้ข่าวสารและวิชาการ

2.9.1 บุคลากรในร้านของท่านมีข้อมูลข่าวสารเพื่อการค้าขายในร้านในระดับใด

ประเภทของข้อมูล	ระดับการรับรู้ข่าวสารและวิชาการ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย
1. ราคาสินค้าวัสดุ อุปกรณ์และปลาสวยงามจากแหล่งต่างๆ				
2. แหล่งการซื้อขายวัสดุอุปกรณ์และปลาสวยงามจากแหล่งต่างๆ				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของข้อมูล	ระดับการรับข่าวสารและวิชาการ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย
3. ความรู้ วิชาการด้านพันธุ์ปลา สวยงาม				
4. ความรู้ ความเข้าใจและการ รักษาปลาสวยงาม				
5. อื่นๆ ระบุ				

3.0 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.0.1 ร้านค้าของท่านได้รับการส่งเสริม / สนับสนุนจากกลุ่ม/องค์กร/บุคคลภายนอกบ้างหรือไม่

() มี หน่วยงานใดระบุ

() ไม่มี

กรณีไม่มีหน่วยงานใดท่านต้องการให้มีผู้มาสนับสนุนหรือไม่

() ต้องการ เรื่องอะไรระบุ

() ไม่ต้องการ

() อื่นๆ ระบุ

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาร้านค้าปลีปลาสวยงาม

3.1 ปัจจุบันร้านค้าของท่านประสบปัญหาที่สำคัญอะไรบ้าง (เรียงลำดับตามความสำคัญจากมากไปหาน้อย 1, 2, 3, ... ตามลำดับ)

() ปริมาณลูกค้าที่เคยเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านของท่านลดลง

() ราคาของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับปลาสวยงามมีราคาแพง

() สินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับปลาสวยงาม คุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร

() ขาดข้อมูลความรู้ วิชาการเกี่ยวกับพันธุ์ปลาและการรักษาโรคปลาสวยงาม

() ขาดการสนับสนุนที่เกี่ยวกับการดำเนินงานจากร้านค้าของรัฐบาล

() อื่นๆ ระบุ

3.2 ความต้องการส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับการดำเนินงานร้านค้าของท่านที่สำคัญมีอะไรบ้าง (เรียงตามลำดับมากไปหาน้อย 1, 2, 3, ... ตามลำดับ)

() ข้อมูลความรู้ ความเข้าใจทางด้านวิชาการเกี่ยวกับพันธุ์ปลาและการรักษาโรคปลา
สวยงาม

() ข้อมูลราคาของสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงาม

() การจัดกิจกรรม ให้การอบรมสัมมนา

() แหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ

เอกสาร(นี้) อื่นๆ ระบุ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

