

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลให้วิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงส่วนหนึ่งมาจากสภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงทำให้คนทำงานมีเวลาในการพักผ่อนน้อยลง ดังนั้นการให้ความสนใจกับสัตว์เลี้ยงเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ความเพลิดเพลินกับสัตว์เลี้ยง ปลาสวยงามเป็นเพื่อนที่ไม่ก่อความวุ่นวาย เลี้ยงง่าย ประหยัดพื้นที่ในการเลี้ยงและไม่สร้างความรบกวนให้กับเพื่อนบ้าน นอกจากการเลี้ยงเพื่อความเพลิดเพลินแล้วผู้เลี้ยงปลาสวยงามส่วนหนึ่งมีความเชื่อตามตำราฮวงจุ้ยของชาวจีนโบราณว่าการเลี้ยงปลาในบ้านเป็นการเสริมสิริมงคลให้กับบ้านเพราะปลาและน้ำนำความเคลื่อนไหวมีชีวิตชีวาเข้าสู่บ้าน อันจะเป็นผลให้เงินทองไหลมาเทมา เกิดความสงบร่มเย็น¹

ประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อน มีภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของปลาสวยงาม ประกอบกับมีความหลากหลายของสายพันธุ์ จึงเป็นแหล่งส่งออกสินค้าปลาสวยงามและพรรณไม้น้ำที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกปลาสวยงามและพรรณไม้น้ำปีละกว่า 1,000 ล้านบาท ในขณะที่มูลค่าการซื้อขายทั่วโลกประมาณ 35,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตต่อปี 14% (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528) และประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ส่งออกปลาสวยงามไปยังสหรัฐอเมริกา ที่มีมูลค่าสูงติด 5 อันดับแรก ได้แก่ สิงคโปร์ ไทย ฟิลิปปินส์ ส่องกง และ อินโดนีเซีย ตามลำดับ²

ในจังหวัดเชียงใหม่ประชาชนมีความนิยมเลี้ยงปลาสวยงามเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจจำหน่ายปลาสวยงามเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและจากข้อมูลการลงทะเบียนในทำเนียบร้านขายปลาในประเทศไทย ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนร้านขายปลามากถึง 27 แห่ง³ และนอกจากนี้พบว่ายังมีร้านอื่นๆที่ไม่ได้ลงทะเบียนไว้อีก 10 ร้าน (จากการสำรวจเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2547)

¹ ไม่น้ำ. คู่มือเลี้ยงปลาตู้ไว้ดูเล่น, (กรุงเทพฯ: ประพันธ์สาส์น, 2543), หน้า 25-26.

² พิชิต ไทยอินวงษ์. “มาตรฐานการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงามเพื่อการส่งออก.”เทคโนโลยีชาวบ้าน 17, 349 (15 ธันวาคม 2547), หน้า 104-105.

³ เปิดฝาดูคุยกับนายเก่า: ทำเนียบร้านขายปลาในประเทศไทย. 2548. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ninekoaw.com> (15 มกราคม 2548)

ในขณะที่จำนวนเกษตรกรที่เพาะเลี้ยงปลาสวยงามในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมากกว่า 30 แห่ง อย่างไรก็ตาม ได้มีการนำปลาสวยงามมาจากจังหวัดอื่นเนื่องจากผู้เพาะเลี้ยงปลาในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความชำนาญในการพัฒนาคุณภาพได้ไม่ดีเท่าเกษตรกรในเขตภาคกลาง ทำให้ตลาดปลาสวยงามในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันรุนแรง⁴

ในปัจจุบัน พบว่าชนิดปลาสวยงามที่นิยมเลี้ยง มีประมาณ 200 ชนิด มีการจัดกลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มปลากัด แบ่งตามลักษณะต่างๆ ดังนี้ ลักษณะของครีบทอง เช่น หางสั้น หางยาว มงกุฏ สองหาง หรือ หางฮาล์ฟมูน แบ่งตามสี เช่น แดง เขียว ฟ้า แบ่งตามเพศ เช่น เพศเมีย เพศผู้
2. กลุ่มปลาไทย ได้แก่ ปลากาแดง ปลาทรงเครื่อง ปลาหางไหม้ ปลาสวย ปลาน้ำผึ้ง
3. กลุ่มปลานอกกลุ่มเป็นตัว จำแนกตามลักษณะ สี ลวดลาย บนลำตัวและครีบทอง แบ่งตามชนิดปลาเช่น ปลาหางนกยูง แบ่งลักษณะออกตามชนิดของสีที่ลำตัว เช่น แดง ฟ้า เขียว สีเงินดำ และแบ่งตามลวดลายของสีบนครีบทอง เช่น โมเซค ทักซิโด คิงคอบร่า กราซ ส่วนปลานอกกลุ่มเป็นตัวชนิดอื่นเช่นปลาหมอสี รวมทั้ง ปลาเชลฟิน และ ปลาบอลูน จะแบ่งตามลักษณะของสี เช่นเดียวกับปลาแพลทตี้และปลาสอด
4. กลุ่มปลากระดี่ แบ่งตามชนิดปลา ได้แก่ แรด แรดเผือก กระดี่นาง กระดี่นางฟ้า สลิด หมอตาล กระดี่ไฟ กระดี่ปากหนา กระดี่มุก กระดี่แคระ พาราไดซ์
5. กลุ่มปลาทอง ได้แก่ ออรันดา สิงห์ญี่ปุ่น สิงห์ตามิด ลักเล่ห์ เกล็ดแก้ว ริวกิ้น โคเมท
6. กลุ่มปลาปอมปาดัวร์ แบ่งตามลวดลายและสีของลำตัว ดังนี้ บราวน์ ดิสคัส ได้แก่ 5 สี แดง 5 สีน้ำตาล 5 สีเหลือง เรด เทอร์ควอย ได้แก่ 7 สีแดง 7 สีเขียว 7 สีบลู เขียวและฟ้า ได้แก่ บลูเยอรมัน บลูโดมอน สเนคสกิน ได้แก่ ลายงู ผุ่นลายงู โซลิด ฟิเจียน บลูดีด ได้แก่ ผุ่นทอง ผุ่นมุก ผุ่นแดง สปอต ดิสคัส ได้แก่ ลายจุด
7. กลุ่มปลาเทวดา แบ่งตามลวดลายของลำตัว ได้แก่ ม้าลาย หินอ่อน มุกดำ ครึ่งชาติ ทอง
8. กลุ่มปลาออสการ์ แบ่งตามสีที่ปรากฏที่ลำตัว ได้แก่ ดำ ทอง เผือก ลายเสือ
9. กลุ่มปลาบาร็บ ได้แก่ เสือสุมาตรา ทิบาร์บ โรซี่บาร์บ
10. กลุ่มปลาหมอสี ได้แก่ มาลาวิ ไตรทอง ฟลาวเวอร์ฮอร์น
11. กลุ่มปลาอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มปลาสองน้ำ กลุ่มปลาเตตรา

ในจำนวนนี้มีกลุ่มของปลาที่ต้องขออนุญาตในการส่งออก ได้แก่ หมูอารีย์ ปลาติดหิน (ปลาค้างคาว) ปลาคะพืด ปลาเสือดอ ซึ่งอยู่ในพ.ร.บ.คุ้มครอง และอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งอยู่ในบัญชีไฮเตส ได้แก่

⁴ นิราช โภธา. เจ้าของนิราชฟาร์ม จ.เชียงใหม่. สัมภาษณ์. 18 กุมภาพันธ์ 2548.

ปลาช่อนยักษ์ ปลาช่อนไทย ปลาดูแปด และปลาบึก⁵ จากความหลากหลายของชนิดปลา ทำให้ผู้ทำการศึกษาที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงและจำหน่ายปลาสดที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของร้านค้าปลีกปลาสดในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดตลอดจนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจปลาสดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่ร้านค้าปลีกปลาสดในจังหวัดเชียงใหม่พบในการนำปลาสดมาจำหน่าย
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงและจำหน่ายปลาสด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจในธุรกิจปลาสด

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ร้านค้าปลีกปลาสด หมายถึง ร้านค้าที่รับซื้อปลาสด เช่น ปลาทอง ปลากัด ปลาหางนกยูง ปลาออสการ์ และอื่นๆ เพื่อนำมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ปลาสด หมายถึง ปลาที่เลี้ยงไว้ดูแลในตู้กระจก และเป็นปลาที่มีรูปร่างสวยงาม มีสีสัน มีมากกว่า 200 ชนิด

⁵ กรมประมง. สถาบันเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง 2548. ทิศทางการเพาะเลี้ยงปลาสดในอนาคต. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nicaonline.com> (18 มกราคม 2548).