

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการดำเนินธุรกิจปลาสดของประเทศไทย ทฤษฎีและแนวความคิดที่นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

แนวคิดด้านการจัดการ

Harold D.Koontz กล่าวถึงหน้าที่ที่นักบริหารต้องปฏิบัติไว้เป็นกระบวนการดังนี้ (ยูทธ กัยวรรณ, 2543)

1. การวางแผน (Planning) การดำเนินกิจการใดๆ ต้องมีการกำหนดแผนงานไว้ล่วงหน้าเสมอเพื่อหาแนวทางที่ดีในการทำงาน ผู้บริหารจะต้องมีประสบการณ์ในการบริหาร และมีพื้นฐานความรู้ในด้านสิ่งแวดล้อม การเมือง สังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงมีความสามารถในการพยากรณ์สิ่งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ดี ซึ่งการวางแผนนั้นจะต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ มาเป็นเครื่องมือได้แก่

- 1.1 กำหนดวัตถุประสงค์
- 1.2 พิจารณาสິงที่ต้องทำ
- 1.3 คำนึงถึงทรัพยากร อุปสรรค ปัญหาและระยะเวลา
- 1.4 การทำให้แผนได้รับความเห็นชอบ
- 1.5 การตรวจสอบ ติดตาม วิเคราะห์ผล
- 1.6 สามารถปรับเปลี่ยนแผนได้ตามความเหมาะสม

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการจัดรูปแบบโครงสร้างขององค์การในลักษณะรูปงานหรือสายงาน ให้การดำเนินกิจกรรมขององค์การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การแบ่งส่วนงานและความรับผิดชอบต่างๆ การกำหนดบทบาทหน้าที่และขอบเขตงานให้แน่ชัดและปฏิบัติได้

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) คือ การบริหารงานบุคคล ซึ่งรวมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับบุคคล นับตั้งแต่การสรรหา การคัดเลือก การบรรจุและแต่งตั้ง การเลื่อนตำแหน่ง การฝึกอบรม การกำหนดค่าตอบแทน การพ้นจากงาน เป็นต้น ซึ่งความสำคัญของการจัดคนเข้าทำงานคือ หากวางตัวบุคคลผิดพลาดหรือไม่เหมาะสมจะทำให้องค์กรล้มเหลว แต่หากจัดคนได้เหมาะสม องค์กรจะเจริญก้าวหน้าและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การสั่งการ (Directing) เป็นกิจกรรมด้านบริหารที่ผู้บริหารต้องกำหนดวิธีการและแนวทางให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความร่วมมือร่วมใจเพื่อให้งานบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยกิจกรรมของการสั่งการจะต้องคำนึงถึงการจูงใจ การติดต่อสื่อสาร การอำนวยความสะดวก

5. การควบคุม (Control) เป็นภารกิจเกี่ยวกับดูแลผลการดำเนินงานที่ได้มอบหมายให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำ และผลที่ได้สามารถนำมาเปรียบเทียบกับแผนงานที่ได้วางไว้ และนำมากำหนดมาตรการในการแก้ปัญหาและข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะมีผลต่อการปรับโครงสร้างของหน่วยงานหรือปรับบางส่วนของระบบการผลิตก็ได้

แนวคิดด้านการผลิต

การพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็นและมีผลต่อการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่นำมาศึกษา ได้แก่ วัตถุดิบการผลิต การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต (ยุทธ กัยวรรณ, 2543)

วัตถุดิบ (Raw Materials) เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการ และการผลิตสินค้าที่ผู้บริหารในทุกองค์การต้องให้ความสำคัญโดยที่หลายธุรกิจมีต้นทุนค่าวัตถุดิบและการจัดหาบริการอื่นรวมกันในอัตราที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขาย ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของต้นทุนการดำเนินงาน ดังนั้นถ้าผู้บริหารสามารถจัดระบบการบริหารวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะสามารถควบคุมต้นทุนทั้งทางตรง และทางอ้อมในการดำเนินงาน

การควบคุมการผลิต (Controlling) มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาความสม่ำเสมอของกระบวนการผลิตให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ให้ผลผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด เกิดผลเสียน้อยที่สุด ได้ผลผลิตมากที่สุดและทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการควบคุมเป็นเรื่องสำคัญของนโยบายที่จะนำนโยบายมาสู่การปฏิบัติ เพื่อให้งานผลิตดำเนินไปในขอบเขตที่กำหนด และเพื่อปรับปรุงให้งานเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด การควบคุมการผลิตจำแนกได้เป็น การควบคุมปริมาณ รวมถึงเวลาที่ใช้ในการผลิต โดยให้ได้ปริมาณที่ต้องการในเวลาที่กำหนดด้านการควบคุมทางคุณภาพ (Quality Control)

คุณภาพการผลิต (Quality) จะต้องเกิดจากการควบคุมคุณภาพในการผลิตซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

1. การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ
2. การควบคุมการผลิตในกระบวนการผลิต
3. การตรวจสอบคุณภาพของผลิตที่สำเร็จรูปแล้ว

ประโยชน์ของการควบคุมคุณภาพ ได้แก่

1. การลดค่าใช้จ่าย ลดการทำให้ผลผลิตเสียหาย ลดการทำงานซ้ำซ้อน ลดการซ่อมแซม หรือแก้ไขผลผลิตใหม่ ลดค่าใช้จ่ายในการคัดแยกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพออกจากกัน ลดเวลาเนื่องจากหยุดทำการผลิตได้
2. ลดค่าใช้จ่ายภายนอกโรงงาน เช่น ค่าโฆษณา การต่อว่าหรือตำหนิจากลูกค้า
3. ทำให้ขายผลผลิตได้ในราคาที่ตั้งไว้
4. ทำให้บรรยากาศในการทำงานดีขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพต่อไป
5. ทำให้บรรยากาศในการทำงานดีขึ้น เนื่องจากธุรกิจดำเนินไปด้วยดียอมส่งผลให้พนักงานมีกำลังใจ

แนวคิดด้านการตลาด

แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Philip Kotler (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น การศึกษาการส่งออกปลาสดวางนึ่ง เรื่องราวที่ศึกษาจะเกี่ยวข้องกับปัญหาของสินค้า และสายผลิตภัณฑ์ (Product lines) ผลิตภัณฑ์แม้จะเป็นเพียงด้านเดียวของส่วนผสมทางการตลาด แต่นับว่ามีความสำคัญที่สุดที่ต้องหยิบขึ้นมาศึกษา หรือพิจารณา ก่อน เพราะตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นสิ่งที่ลูกค้าสนใจพิจารณามากที่สุด มากกว่าส่วนผสมการตลาดอื่น ๆ
2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้า หรือบริการรวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน การกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคาจะเป็นหัวใจของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และเป็นกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานี้ จะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน วิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม (Markups) ส่วนลด (Discounts) และเงื่อนไขการขาย (Term of Sale) จะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหา ก็จะเกิดขึ้น โดยแผนงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้แล้วเสียหายหมด นำไปปฏิบัติไม่ได้ ถึงแม้ว่าราคาจะเป็นเพียงส่วนเดียวของส่วนผสมทางการตลาดก็ตาม แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ลูกค้าจ่ายออกมาเมื่อเขาพอใจ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้า หรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยปกติการเคลื่อนไหวของ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจ และให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย การส่งเสริมการตลาดจะเกี่ยวข้องกับวิชาต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ (Communication) ให้ถึงตลาดเป้าหมายให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่าได้มีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด การส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การขายโดยทั่วไป (Mass Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน ให้เป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

แนวคิดด้านการเงิน

กระบวนการที่ใช้ควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินต่าง ๆ ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่าง เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ตัวแปลที่นำมาใช้พิจารณา (ชนะใจ เดชวิทยาพร, 2544) ได้แก่

1. แหล่งที่มาของเงินทุน (Sources of Total Asset) ตามสมการบัญชีที่ว่าสินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน อันประกอบด้วย

1.1 แหล่งที่มาของสินทรัพย์ทั้งหลายอัน ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ลูกหนี้การค้า ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ

1.2 แหล่งที่มาของหนี้สิน ได้แก่ หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาว ตลอดจนถึงค่าใช้จ่ายค้างจ่ายต่าง ๆ

1.3 ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่ม ได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น

2. แหล่งใช้ไปของเงินทุน (Source of The Use of Asset) อันจะพิจารณาถึงการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

3. ผลการดำเนินการของบริษัท (The Financial Operation) ซึ่งจะพิจารณาถึงผลกำไรของบริษัทที่เกิดขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วันเพ็ญ มินกาญจน์ (2533) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อน จึงมีพันธุ์ปลาสวยงามมากมายหลายชนิดที่เหมาะสมจะนำมาเลี้ยงเป็นปลาสวยงามประกอบกับมีภูมิอากาศเหมาะสมต่อการขยายพันธุ์ปลาชนิดต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ ธุรกิจปลาสวยงามจึงจัดเป็นธุรกิจที่มีโอกาสขยายตัวได้มาก ดังจะเห็นได้จากสถิติของกรมศุลกากร แม้ว่าในปี 2531 มูลค่าการส่งออกปลาสวยงามจะลดลงร้อยละ 14 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2530 แต่ระหว่างปี 2527 – 2530 มูลค่าการส่งออกปลาสวยงามได้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับตลอดมาทุกปี โดยเฉพาะในปี 2530 มีมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น 53.5 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 41 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2529 แต่เมื่อนำข้อมูลการส่งออกของไทยไปเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งในปี 2528 และ 2529 ประเทศสิงคโปร์ได้ส่งออกปลาสวยงามไปยังประเทศต่าง ๆ มีมูลค่าสูงถึง 44.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐและ 51.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ นับว่าการส่งออกของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่น่าพึงพอใจนัก ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามของไทย ประกอบด้วยเกษตรกรรายย่อย ซึ่งมักจะทำการเพาะเลี้ยงปลาไม่ก็ประเภทตามความต้องการของตลาดในขณะนั้นและตามความชำนาญเป็นสำคัญ และมักจะมองเห็นความสำคัญของปริมาณผลผลิตมากกว่าคุณภาพ เนื่องจากปลาสวยงามที่ผลิตได้ในแต่ละครอกนั้น จะมีปลาที่มีคุณลักษณะที่ดีไม่มากนัก หากคัดทิ้งเกษตรกรก็จะเหลือปริมาณน้อยจะไม่คุ้มกับเวลาที่เสียไป แม้ว่าจะขายได้ราคาสูงก็ตาม ประกอบกับผู้เลี้ยงปลาในประเทศไทยยังมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับปลาสวยงามน้อย มักจะไม่ค่อยสนใจเรื่องคุณภาพปลา ทำให้ผลผลิตปลาสวยงามของไทยด้อยคุณภาพไม่เป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้ผู้ส่งออกของไทยมักจะแข่งขันในด้านการตลาดโดยวิธีตัดราคากันเอง แทนที่จะแข่งขันกันโดยปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ยิ่งไปกว่านั้นผู้ส่งออกบางรายจะทำหน้าที่เพียงรับจ้างรวบรวมปลาสวยงามแล้วส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์ และฮ่องกง ซึ่งจะทำหน้าที่ส่งต่อไปยังประเทศ ต่าง ๆ หรือทำหน้าที่เป็นนายหน้าตลาดและจัดจำหน่ายโดยรับค่านายหน้าเป็นการตอบแทน

ศุภรัตน์ บวรศุกกิจกุล (2544) ทำการศึกษา ศักยภาพการผลิตปลากัดเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครปฐม พบว่า ปลากัดเป็นปลาสวยงามพันธุ์พื้นเมืองของไทยที่นิยมเพาะเลี้ยงมาตั้งแต่อดีต ปลากัดที่มีการเพาะเลี้ยงในประเทศไทยมี 2 ชนิด คือ ปลากัดจีน และปลากัดหม้อหรือปลากัดไทย ชนิดที่มีการเพาะเลี้ยงเพื่อการส่งออกเป็นหลักคือปลากัดจีน มีแหล่งเพาะเลี้ยงที่สำคัญคือจังหวัดนครปฐมการศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทราบถึงศักยภาพการผลิตปลากัดจีนของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม โดยประเมินจากลักษณะทั่วไปของเกษตรกร ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตปลากัด รวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยขั้นการผลิตปลากัดผลการศึกษา พบว่าเกษตรกรมีการเพาะเลี้ยงปลากัดปีละ 17 รุ่น ระยะเวลาในการเลี้ยงเฉลี่ยรุ่นละ 126.69 วัน ได้ผลผลิตปลากัดเพศผู้

วิภาวดี หวานซิด (2545) ทำการศึกษา การวิเคราะห์ทางการเงินของการลงทุนเพาะเลี้ยงปลา สวายงามในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า การลงทุนเพาะเลี้ยงปลา สวายงามมีความคุ้มค่า ทางการเงินและให้ผลกำไร ทั้งกรณีที่เกษตรกรไม่กู้เงิน และกรณีที่เกษตรกรกู้เงินมาลงทุน เนื่องจากมี ค่าตัววัดผลทางการเงินทั้ง 3 ตัวคือ NPV มีค่าเป็นบวก BCR มากกว่า 1 และ IRR มากกว่าค่าเสีย โอกาสของเงินลงทุน (ร้อยละ 8.00 ต่อปี)นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ลงทุนโดยใช้วิธี switching value test เพื่อประเมินความเสี่ยงทางการเงินของการลงทุน เนื่องจากมี การเปลี่ยนแปลงในต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุน ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การ ลงทุนเพาะเลี้ยงปลา สวายงามยังให้ผลกำไรและปลอดภัยตราบเท่าที่ต้นทุนเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 77.744 หรือรายได้ลดลงไม่เกินร้อยละ 43.739 ในกรณีไม่มีการกู้ยืมเงิน และต้นทุนเพิ่มขึ้นไม่เกิน ร้อยละ 49.968 หรือรายได้ลดลงไม่เกินร้อยละ 33.319 ในกรณีมีการกู้ยืมเงิน ผลการวิเคราะห์นี้ แสดงให้เห็นว่าการลงทุนเพาะเลี้ยงปลา สวายงามมีความเสี่ยงหรือมีความอ่อนไหวที่เกิดจากรายได้ ลดลงมากกว่า กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงควรพัฒนาพันธุ์ปลา สวายงามใหม่ ๆ ให้มีความ หลากหลายตามความต้องการของตลาดตลอดเวลาเพื่อรักษาระดับราคาและรายได้ของเกษตรกร ไม่ให้ลดลง

ปิยฉัตร แก่นจันทร์ (2548) ทำการศึกษา ความคิดเห็นเกี่ยวกับระเบียบและวิธีปฏิบัติในการ ผลิตปลา สวายงามตามมาตรฐานการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลา สวายงามเพื่อการส่งออกของเกษตรกร พบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 43.80 ปี สองในสามจบการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่า มีประสบการณ์ในการเพาะเลี้ยงปลา สวายงามเฉลี่ย 10.23 ปี มีการเลี้ยงปลา หลากหลายชนิด เกษตรกรเกือบทั้งหมดมีรายได้จากการเพาะเลี้ยงปลา สวายงามเป็นรายได้หลัก และมีจำนวนแรงงานเฉลี่ย 5 คน เกษตรกรทั้งหมดรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงปลา สวายงาม จากเจ้าหน้าที่รัฐ 2) เกษตรกรทั้งหมดมีปัญหาในเรื่องระบบการบันทึกข้อมูล เกษตรกรประมาณสาม ในสี่มีปัญหาด้านเขตกักกันโรค ในเรื่องการแยกใช้อุปกรณ์มีป้ายระบุชนิดเงิน และเกษตรกรครึ่งหนึ่ง มีปัญหาเรื่องการไม่ใช้ยาที่หน่วยราชการห้ามใช้ ดังนั้นเกษตรกรเสนอแนะให้หน่วยงานราชการลด ขั้นตอนในการตรวจปลา สวายงามเพื่อส่งออก ควรยกเลิกการห้ามเลี้ยงสัตว์บริเวณที่ทำงาน และการ ห้ามใช้ยาที่หน่วยงานราชการกำหนดไว้

ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (มองเศรษฐกิจ ฉบับที่ 1928) 16 มกราคม 2550 ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มูลค่าการนำเข้าปลาสดของโลกลี้ขยาดอย่างโดดเด่นเช่นเดียวกัน โดยเพิ่มขึ้นจาก 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2523 เป็นเกือบ 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 ตลาดนำเข้าปลาสดที่สำคัญของโลกยังคงเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากการเลี้ยงปลาสดยังจัดเป็นงานอดิเรกที่มีต้นทุนสูงเมื่อเทียบกับการเลี้ยงสัตว์ประเภทอื่น ๆ ตลาดนำเข้าปลาสดที่สำคัญคือ สหภาพยุโรป มีสัดส่วนการนำเข้าแต่ละปีประมาณร้อยละ 38.0 โดยเฉพาะอังกฤษร้อยละ 10.3 เยอรมนีร้อยละ 8.7 และฝรั่งเศสร้อยละ 7.4 รองลงมาคือตลาดญี่ปุ่นร้อยละ 18.0 และสหรัฐร้อยละ 15.8 นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าของสิงคโปร์ โดยการนำเข้าของสิงคโปร์นั้น เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่สาม ทำให้สิงคโปร์นั้นได้ชื่อว่าเป็นศูนย์กลางในการค้า ปลาสดของโลก

จากข้อมูลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น พบว่า ปัจจุบันการเลี้ยงปลาสดได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น มีร้านจำหน่ายอยู่ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจังหวัดใหญ่ ๆ อื่น ๆ ดังเช่น จังหวัดราชบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา ขอนแก่นและอุดรธานี แต่การจำหน่ายปลาสดกลับพบว่า ผลกำไรมักตกอยู่กับพ่อค้าคนกลาง โดยที่พ่อค้าคนกลางเหล่านี้จะทำการรวบรวมพันธุ์ปลาชนิดต่าง ๆ ตามแหล่งเพาะเลี้ยง และแหล่งทำการประมงทั่วไป ดังนั้นในการศึกษาครั้งจึงต้องการศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจของธุรกิจปลาสด เพื่อให้ทราบว่าการดำเนินธุรกิจนั้นมีการจัดการ การผลิต การตลาด และการเงินอย่างไร ซึ่งจะทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวให้มีผลกำไร และขยายธุรกิจให้กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต