

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การจัดการ โลจิสติกส์ของปลาสวยงามในประเทศไทย
 ผู้เขียน นางสาวนิภาพร ทิพย์เดโช
 ปรึกษา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(ธุรกิจเกษตร)
 คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
 รศ.ดร.พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
 ผศ.ดร.เยาวเรศ เขาวนพูนผล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาการจัดการ โลจิสติกส์ปลาสวยงามในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ เพื่อทราบสถานการณ์การผลิตและการตลาดปลาสวยงาม เพื่อศึกษาระบบ โลจิสติกส์ของธุรกิจปลาสวยงามในประเทศไทย และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาด้านการจัดการ โลจิสติกส์ของธุรกิจปลาสวยงามในการทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจปลาสวยงามน้ำจืด นับตั้งแต่เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงาม เจ้าหน้าที่กรมประมง นักธุรกิจผู้ส่งออก เจ้าหน้าที่บริษัทขนส่งทางอากาศเพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหา

จากการศึกษาพบว่า ตลาดปลาสวยงามในประเทศไทยแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนแรกเป็นตลาดปลาภายในประเทศที่สามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนย่อย คือ 1) ปลาสวยงามที่ได้จากการเพาะเลี้ยงที่มีทั้งปลาไทยและปลาต่างถิ่น และปลาสวยงามที่นำเข้าเพื่อจำหน่ายเป็นพ่อแม่พันธุ์แก่เกษตรกรรวมถึงจำหน่ายให้กับลูกค้าผู้นิยมปลาสวยงามจากต่างประเทศตามเส้นทางการตลาด 2) ปลาสวยงามที่ได้จากการจับจากธรรมชาติซึ่งเป็นปลาพื้นเมืองของไทย ส่วนที่สองคือการตลาดต่างประเทศ มีสองแบบคือผู้ที่ทำการเพาะเลี้ยงเพื่อการส่งออกโดยตรงและผู้ที่ทำการรวบรวมเพื่อการส่งออก

การไหลของข้อมูลสารสนเทศจากความต้องการของลูกค้าผู้ผลิตปลาสวยงามสำหรับตลาดในประเทศเริ่มจากช่องทางผู้ค้าปลีกในแต่ละจังหวัด มายังผู้ค้าส่งในกรุงเทพฯเพื่อทำการจัดหาปลาสวยงามจากผู้เพาะเลี้ยงหรือผู้รวบรวมจากธรรมชาติ หากเป็นปลาต่างประเทศข้อมูล

จะส่งผ่านไปยังผู้นำเข้าเพื่อทำการสั่งปลาสวยงามจากต่างประเทศมาให้ผู้ค้าส่ง หรือผู้นำเข้าอาจได้รับข้อมูลโดยตรงจากลูกค้า กรณีปลาแปลกและมีราคาสูง ส่วนความต้องการของลูกค้าจากต่างประเทศกรณีการส่งออกปลาสวยงามนั้น ลูกค้าต้องทำการตรวจสอบชนิดและราคาปลาสวยงามมายังผู้ส่งออก เมื่อผู้ส่งออกได้รับการยืนยันคำสั่งซื้อจากลูกค้า ผู้ส่งออกที่เป็นผู้เพาะเลี้ยงเพื่อส่งออกจะทำการคัดเลือกและเตรียมปลาสวยงามเพื่อทำการส่งออก สำหรับผู้ส่งออกที่เป็นเพียงผู้รวบรวมเพื่อการส่งออกนั้น เมื่อได้รับปลาสวยงามจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมแล้ว จะต้องทำการพักปลาเพื่อให้แน่ใจว่าปลาปลอดโรคและทำการอดอาหารปลาเป็นเวลา 2 วัน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเดินทาง รวมถึงส่งปลาตรวจเพื่อขอรับใบรับรองสุขภาพสัตว์น้ำเพื่อการส่งออก ในระหว่างนั้นจะทำการติดต่อตัวแทนส่งออก เพื่อสำรองระวางบรรทุกทุกสายการบินและเตรียมเอกสารเพื่อการส่งออก เมื่อได้รับการยืนยันจากตัวแทนส่งออก จึงทำการบรรจุปลาลงถุงตามในความหนาแน่นที่เหมาะสมของขนาดปลาและถุงที่บรรจุ โดยจะบรรจุทิ้งไว้ 1 วัน จากนั้นจึงนำปลาที่เตรียมไว้มาเปลี่ยนน้ำ เปลี่ยนถุง เพิ่มออกซิเจนใหม่ แล้วบรรจุปลาลงกล่องพร้อมติดป้ายหมายเหตุต่าง ๆ ให้ชัดเจน เมื่อบรรจุเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้แทนส่งออกจะมารับปลาเพื่อดำเนินการด้านเอกสารในการขออนุญาตจากกรมประมง กรมศุลกากรและการขนส่งทางอากาศไปยังประเทศปลายทางต่อไป

จากการศึกษาพบว่า การจัดการโลจิสติกส์ปลาสวยงามในประเทศไทยนั้นมีความซับซ้อนด้านการจัดการเอกสาร ยังขาดความคล่องตัวในการติดต่อระหว่างหน่วยงาน การขนส่งที่ใช้ระยะเวลาอันยาวนานหากเทียบกับประเทศอื่น ๆ ขาดความเป็นเอกภาพในธุรกิจเนื่องจากขาดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างภาครัฐและเอกชน พบข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องระหว่างกรมประมงและกรมศุลกากร ขาดการเก็บข้อมูลที่ละเอียด เนื่องจากข้อมูลที่เก็บในขณะนี้ เป็นข้อมูลน้ำหนักของปลาที่ส่งออก และมูลค่าของปลาในการส่งออกรอบนั้น ๆ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ควรทำการแยกชนิดปลา เนื่องจากปลาแต่ละชนิดมีความแตกต่างด้านราคาเป็นอย่างมาก ทำให้ขาดข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจปลาสวยงาม หากทำการแยกชนิดปลาที่ชัดเจนจะสามารถทำการวิเคราะห์เพื่อผลิตปลาตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ขณะนี้ผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจกำลังทำการเตรียมความพร้อมในการจัดการดังกล่าว ด้วยวิธี single window ที่กำลังอยู่ระหว่างการทดลองใช้ ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก รวมถึงการลดขั้นตอนการดำเนินการ เพิ่มความรวดเร็วในการส่งออกย่อมจะส่งผลถึงความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อการเติบโตของธุรกิจปลาสวยงามของไทยในอนาคตต่อไป

Independent Study Title Logistics Management of Ornamental Fish in Thailand

Author Miss Nipaporn Thipdacho

Degree Master of Science (Agribusiness)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr.Pattana Jierwiryapant Advisor

Asst. Prof. Dr.Yaowarate Chaovanapoonphol Co-advisor

Abstract

The Study of logistics management of ornamental fish in Thailand has the objective to understand the production and marketing of ornamental fish. Survey and indepth interview were used in order to gain information about logistics management and problems in ornamental fish business. Secondary data was gathered from research council of logistics management of ornamental fish in Thailand . For content analysis indepth interviews were conducted for those parties involved in the business of ornamental freshwater fish , such as owners , ornamental fish farm Department of Fisheries official, business exporters and the air carriers.

The study found that ornamental fish market in Thailand compose of two parts: the first part is production for domestic market and the second part is production for export market. Domestic market obtain fish supply from 1) fish from aquaculture whice use parents stocks from both, native fish of Thailand and imported fish as broodstock. This import includes the fish sold to customers on the route to market 2) natural fish from the catch, which is native of Thailand. The second market is international or export market. There are two business type, one is farmers who raise the fish and export directly by themselves and another is the business who gather ornamental fish from farmers and only do export business.

For importing ornamental fish the flow of information start from the customer through the ornamental fish farmer. For the domestic market, demand information flow from the retailers in each province to a wholesaler in Bangkok. Procurement start from wholesaler in Bangkok, decision was made on supply sources ether, from aquaculture or natural catch.

The information then is passed on to the importer to place the order for import .A wholesaler or importer may receive information directly from the customer as well, in the case of exotic fish and high price fish.

For the export markets, customer from different countries, must check the type of fish availability through the exporter before placing orders. When the export order is confirmed, exporters who export their own culture will prepare the fish to be ready for exports. For exporterwho collect fish from different farms for export have to make sure that the fish are disease free then stop feeding for 2 days to prepare the fishes before export. While waiting the exporter need to process health certificate for export. In the meantime, contact the agent to export tonnage Airlines and prepare documents for export. After being confirmed by agency they will pack the fishes in a bag with the appropriated density and fish size. Fish should be left in the container for 1 day then change into the new bag, new water with new oxygen. Prompt and load the ornamental fish into the box labeled clearly about the variety then packing is completed. Exporter representatives will process to get the fish document needed form the Department of Fisheries. After going through the custom fish will be sent to the final destination.

The study found that logistics management of ornamental fish in Thailand is sophisticated document management. The lack of flexibility in the interaction between entities. Transportation take a long time when compared with other countries because the lack of unity in the corresponding lack of understanding between the public and private sectors. The limitations of the data link between the Department of Fisheries and the Department of Customs. Lack of detailed data because the data was stored in the weight of the fish is exported and the value of fish exports, which in fact is should be a separate by species of fish because each species vary greatly in cost. The lack of useful information in the fish business. When one can identify the fish it will be carier to analyzed to and produce fish more appropriately. Now the business is involved in the preparation of the single window in such a way that in the midst of trial. It is expected that the business will benefit greatly including streamline operations. The rapid increase in exports would lead to a satisfied customer. To the growth of ornamental fish business of Thailand in the future.