

ศักยภาพการผลิต การตลาดปลาสวยงามในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*

The potential of producing and marketing ornamental fish in asean economic community

สมพล สุขเจริญพงษ์ (Sompon Sukcharoenpong)**

กนกพัชร์ วงศ์อินทร์อยู่ (Kanokpatch Wonginyoo)***

ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ (Santi Ditsathaporncharoen)****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1 ศึกษาถึงความได้เปรียบ-เสียเปรียบทางการแข่งขันหลังการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของอุตสาหกรรมส่งออกปลาสวยงามในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสัมภาษณ์ ที่มีลักษณะเป็นทางการ โดยกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 19 คน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์มีศักยภาพการผลิต การตลาดสูงที่สุด รองลงมา คือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย ตามลำดับ สาเหตุที่อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์มีศักยภาพสูงที่สุด เนื่องจากภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงาม มีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์ ส่งผลให้การดำเนินการด้านการขนส่งมีต้นทุนต่ำ และมีรูปแบบการติดต่อซื้อขายที่มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย รองลงมา คือ ประเทศมาเลเซียมีการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต ทำให้สามารถควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพสูง สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทำให้การติดต่อการค้าระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยมีศักยภาพน้อยที่สุด เนื่องจากขั้นตอนพิธีการศุลกากร และการขอใบรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อการส่งออกมีขั้นตอนที่ยุงยากซับซ้อน ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพ และยังขาดทักษะในการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การตลาดปลาสวยงามให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลตามที่ตลาดต้องการ และการบริหารจัดการต้นทุนด้านการขนส่งและโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซียได้

* บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ

This article for publishing academic knowledge

** อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม,

(Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University), Email: sompon2002@hotmail.com

**** อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม,

(Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University)

คำสำคัญ: ศักยภาพ, ปลาสวยงามของไทย, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

This research aimed to study advantages and disadvantages in competition of ornamental fish industry after entering into ASEAN Economic Community. Qualitative research was done by using structured interview. Data were collected from 19 key informants using in-depth interview.

The result showed that ornamental fish industry of Singapore had a potential to produce the highest marketing, secondly was Malaysia and Thailand, respectively. The reasons that made Singapore have the highest potential were the government's support on ornamental fish industry and the availability of public utilities and logistics systems. These resulted in low transportation operation and a trading model which was effective, convenient, fast, and accessible. Meanwhile, Malaysia used technology in the manufacturing process, which could control the product to high quality. In addition, they could use English to communicate, so it made their international trade more effective. However, in Thailand, the potential of ornamental fish industry became the least due to the customs clearance procedure and the complicated procedure to obtain a government certificate for export. Moreover, the country's logistics and logistics systems were ineffective and there was also a lack of communication skills in English. As a result, Thailand needs to accelerate the development of production efficiency and ornamental fish marketing to meet the quality of international standards as required by the market. Furthermore, the country needs to develop management of transportation costs and logistics effectively in order to enhance competitiveness with Singapore and Malaysia.

Key Words: Potential, Ornamental Fish of Thailand, ASEAN Economic Community

บทนำ

ประเทศไทยเป็นผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน โดยในปี 2555 มีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ อยู่ในอันดับที่ 3 ของภูมิภาคอาเซียน รองจาก ประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย (World Economic Forum, 2012) และในปี 2558 ตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต้องเปิดให้นักลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเข้ามาลงทุนเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในประเทศไทย สำหรับภาคการผลิตที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพ การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจช่วยให้มีการดึงดูดการลงทุนเข้ามาเพิ่มผลผลิต ตลอดจนร่วมกันพัฒนาภาคการผลิตในประเทศไทย (เรื่องโร โตกฤษณะ และคณะ, 2557 และกมลทิพย์ ลิธิรัฐภา, 2559) โดยที่แต่ละประเทศจะต้อง

เตรียมความพร้อมรับมือกับกระแสพลวัตและการแข่งขันภายในภูมิภาคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทั้งในด้านบวกและด้านลบ มีทั้งวิกฤตและโอกาสในเวลาเดียวกัน (Porter, 1980) ในขณะที่แต่ละประเทศนั้นต่างก็ต้องการความได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างการยอมรับของทุกประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การพัฒนาประเทศให้มีศักยภาพสูงสามารถพิจารณาได้จากหลักเกณฑ์หลายประการ เช่น ความสามารถด้านการผลิต ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ส่วนแบ่งทางการตลาด และขั้นตอนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (สุรมงคล นิมจิตต์ และธีรวัฒน์ จันทัก, 2559) เมื่อพิจารณาจากการสำรวจขีดความสามารถในการแข่งขันปี 2555 ของประเทศต่าง ๆ 144 ประเทศ โดยประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีอันดับ ดังต่อไปนี้ ประเทศสิงคโปร์ อันดับที่ 2 ประเทศมาเลเซีย อันดับที่ 25 ประเทศบรูไน อันดับที่ 28 ประเทศไทย อันดับที่ 38 ประเทศอินโดนีเซีย อันดับที่ 50 ประเทศฟิลิปปินส์ อันดับที่ 65 ประเทศเวียดนาม อันดับที่ 75 และประเทศกัมพูชา อันดับที่ 85 (World Economic Forum, 2012) ซึ่งจะสะท้อนถึงศักยภาพในการแข่งขันที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ในปัจจุบันตลาดปลาสดมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีการบริหารจัดการที่ดีกว่า อีกทั้งการเปิดเขตการค้าเสรียังส่งผลกระทบต่อประเทศที่ไม่พร้อมในการแข่งขันเกิดความเสียเปรียบในด้านต้นทุน และการเปิดเสรีทางการค้าในกลุ่มประเทศอาเซียน อุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทยได้รับผลกระทบดังกล่าวเช่นเดียวกัน โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนสามารถเข้าสู่ตลาดประเทศไทยได้โดยไม่มีมาตรการกีดกันภาษี ทำให้เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาสดของไทยต้องแข่งขันมากขึ้น และหากตลาดภายในประเทศไทยยังไม่มีการปกป้องกันจะทำให้แนวโน้มนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสดเกิดปัญหาและอุปสรรคได้ ดังนั้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นในโซ่อุปทานปลาสดของประเทศไทย จึงมุ่งเน้นศึกษาประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตและตลาดปลาสดสูงสุด 3 ประเทศ คือ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

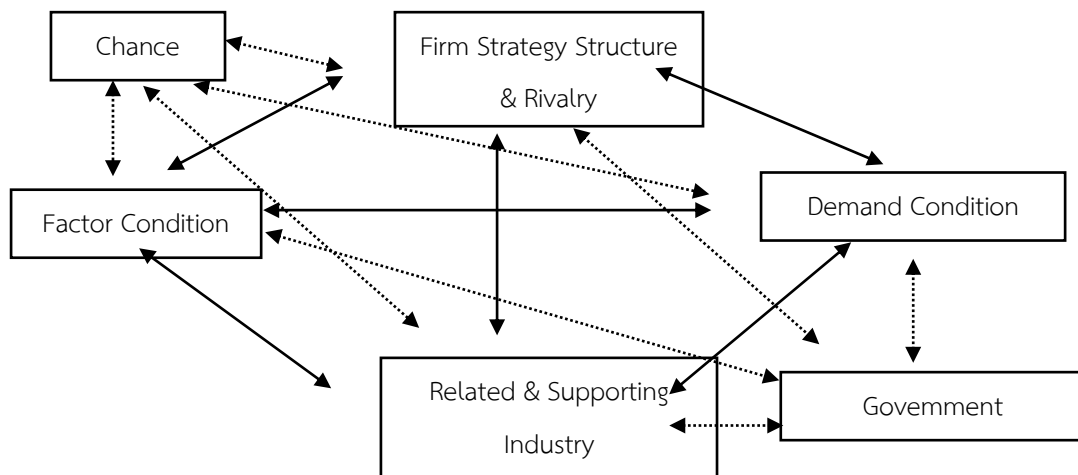
ศึกษาถึงความได้เปรียบ-เสียเปรียบทางการแข่งขันหลังการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของอุตสาหกรรมส่งออกปลาสดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลอง Diamond Model

แบบจำลอง Diamond Model (Porter, 1990 อ้างใน วลัยพร บวรกุลวัฒน์, 2554) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในระดับประเทศ โดยมีปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ 4 ปัจจัย คือ สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และกลยุทธ์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ นอกจากนี้ปัจจัยหลักทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้นที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศแล้ว ยังมีปัจจัยประกอบอีก 2 ปัจจัย ที่อาจเป็นทั้งปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนหรือเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความ

ได้เปรียบแข่งขันของประเทศ ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 นี้ ได้แก่ รัฐบาล และเหตุสุดวิสัย ปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยนี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเรียกว่า แบบจำลอง Diamond Model แสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลอง Diamond Model

ที่มา: Porter, 1990

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลอง Diamond Model มาเป็นกรอบความคิดในการกำหนดปัจจัยที่จะทำการศึกษา เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย รวมถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงาม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย และเพื่อให้อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยเกิดการพัฒนาดำเนินไปในทางที่เหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

ยรรยง ศรีสม (2553) กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง “กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค และกระบวนการบริการหลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น อาจจะเป็นการกระทำโดยบริษัทเดียวหรือหลายบริษัท ด้วยการแบ่งขอบเขตของกิจกรรมแล้วส่งต่อคุณค่าในแต่ละช่วงต่อเนื่องกันไป” หรือห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง “การสร้างคุณค่าหรือประโยชน์อื่น ๆ มาประกอบกันให้เป็นประโยชน์สุดท้ายที่ลูกค้าต้องการโดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอด ๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์”

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยศึกษากิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่าสามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมได้เป็นอย่างดี (ยรรยง ศรีสม, 2553)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยนั้นมีกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนเป็นอย่างไร และสามารถแข่งขันกับประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซียได้หรือไม่ อีกทั้งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

ชูเพ็ญ วิบูลสันติ (2551) กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรเป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร โดยจุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นผลจากการวิเคราะห์ SWOT จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางและวิธีการหรือกลยุทธ์ไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (วลัยพร บวรกุลวัฒน์, 2554)

การวิเคราะห์ SWOT เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย คือ ทำให้ทราบว่าอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยมีศักยภาพมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากจุดแข็ง และจุดอ่อน ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย มีจุดแข็งใดบ้างที่ควรคงไว้ และจุดอ่อนใดบ้างที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ส่วนปัจจัยภายนอกจะทราบได้จากการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ แต่สามารถวิเคราะห์เพื่อนำไปปรับปรุงอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยได้

การดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึกมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 19 คน คือ เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ ได้แก่ ผู้อำนวยการกองพัฒนาเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายพาณิชย์) สถานทูตไทย ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสัตว์น้ำสวยงามและพรรณไม้น้ำ และนักวิชาการประมง และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คัดเลือกจากชมรมผู้ส่งออกปลาสวยงาม และผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ที่มีลักษณะเป็นทางการ เป็นการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง โดยมีประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวโน้มและทิศทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมปลาสดในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลเอกสาร และวิเคราะห์เชิงตรรกะ (Logical Analysis) ดังนี้

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจปลาสดในศึกษาศักยภาพการผลิต การตลาดปลาสดในประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากหน่วยงานต่าง ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2. ศึกษาวิจัยในอดีตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปลาสดทำให้ทราบเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาด การกำหนดราคา การค้าระหว่างประเทศ พฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจปลาสด

3. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ช่วยเพิ่มความแข็งแกร่ง ลดความเป็นจุดอ่อน แสดงโอกาส และอุปสรรคจากภายนอกที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย

4. วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) เพื่อช่วยให้ทราบถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน วิเคราะห์ความสามารถภายในของแต่ละองค์กรเพื่อใช้พิจารณาว่ากิจกรรมเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน

5. วิเคราะห์แบบจำลอง Diamond Model เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย รวมถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อให้อุตสาหกรรมปลาสดเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

ผลการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก Mr. Raymond yip chee wang (บริษัท เฉียนหู่ สิงคโปร์) กล่าวว่า “ประเทศไทยเป็นผู้รับซื้อปลาสดจากประเทศไทย และมาเลเซีย แล้วนำส่งต่อไปยังประเทศต่าง ๆ ทำให้มีต้นทุนการเลี้ยงปลาสดต่ำ แต่ที่ประเทศไทยมีลักษณะเป็นเกาะ ทำให้ที่ดินมีราคาสูง และไม่มีน้ำจืดเพียงพอ จึงขาดศักยภาพในการเลี้ยงปลาสดเอง”

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก Dr. Mazuki Bin Hashim (ผู้อำนวยการกองพัฒนาเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ กรมประมง ประเทศมาเลเซีย) กล่าวว่า “ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทำการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำสวยงาม และมีระบบการส่งออกแบบ One Stop Service แต่ประเทศมาเลเซียยังขาดความหลากหลายในการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม อีกทั้งกฎหมายและมาตรการการควบคุมการส่งออก และการนำเข้าของประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวด ส่งผลให้ประเทศมาเลเซียทำการส่งออกปลาสวยงามได้ยาก”

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก คุณอรุณี รอดลอย (หัวหน้ากลุ่มงานวิจัยสัตว์น้ำสวยงาม) กล่าวว่า “ภาครัฐให้การสนับสนุนเกษตรกรในเรื่องของการอบรมให้ความรู้ในด้านการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม จัดทำเอกสารเพื่อการส่งออก การจัดเตรียมปลา ให้เป็นไปตามหลักวิชาการเพื่อการส่งออก คุณภาพของปลาสวยงามมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่น ๆ”

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกอุตสาหกรรมปลาสวยงาม เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงามเพื่อการส่งออกของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 1-4

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็งของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย

ประเทศสิงคโปร์	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศไทย
<p>S1 ภาครัฐให้การสนับสนุนพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศ</p> <p>S2 มีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์ ส่งผลให้การดำเนินการด้านการขนส่งมีต้นทุนต่ำ</p> <p>S3 กระบวนการขั้นตอนในการดำเนินการด้านพิธีการศุลกากร และการตรวจโรคเพื่อการส่งออกของหน่วยงานภาครัฐมีการทำงานแบบ One Stop Service</p> <p>S4 ฟาร์มและบริษัทผู้ส่งออกมีการควบคุมการผลิตที่มี</p>	<p>S1 เป็นผู้ส่งออกปลาสวยงามเป็นอันดับสองของอาเซียน</p> <p>S2 มีการวิจัยและพัฒนาปลาสวยงามที่มีประสิทธิภาพและมีความต่อเนื่องสูง</p> <p>S3 มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตทำให้สามารถควบคุมกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพสูง</p> <p>S4 ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ชัดเจนมีแนวทางปฏิบัติกระบวนการสนับสนุนภาคธุรกิจที่มีขั้นตอนสั้นและสะดวกรวดเร็ว</p> <p>S5 มีระบบสาธารณูปโภคและระบบคมนาคมขนส่งที่สามารถ</p>	<p>S1 มีความหลากหลายของพันธุ์ปลาสวยงาม ภูมิประเทศและภูมิอากาศ เอื้อต่อกระบวนการผลิตปลาสวยงาม</p> <p>S2 ผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามมีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่อง</p> <p>S3 ต้นทุนในการผลิตต่ำทั้งในด้านที่ดิน แรงงาน</p> <p>S4 มีการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามเป็นจำนวนมาก และฟาร์มที่ทำการเพาะเลี้ยงได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์มเพื่อการส่งออกที่</p>

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็งของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย (ต่อ)

ประเทศสิงคโปร์	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศไทย
S5 โครงสร้างภาษีนำเข้าต่ำ ทำให้ต้นทุนในการบริหารจัดการต่ำ	ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมปลาสวยงามให้มีต้นทุนในการดำเนินการต่ำ	ต่างประเทศให้การยอมรับ มีศักยภาพในการส่งออก
S6 มีรูปแบบการติดต่อซื้อขายแบบ E-Commerce ที่มีประสิทธิภาพและสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย ต้นทุนต่ำ	S6 ผู้ผลิตมีการพัฒนาสายพันธุ์ปลาสวยงามที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม	S5 ผู้ส่งออกมีศักยภาพในการส่งออกสูง มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ปลาสวยงาม มีความเชี่ยวชาญในการจำหน่าย และหลากหลายช่องทาง
S7 มีความเข้มแข็งของหน่วยงานภาคเอกชน โดยมีการก่อตั้งสมาคม Singapore Aquarium Fish Exporter Association (SAFEA) ช่วยให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมปลาสวยงาม	S7 ลักษณะของภูมิประเทศและภูมิอากาศมีความเหมาะสมในการเพาะเลี้ยงให้การผลิตปลาสวยงามมีคุณภาพสูง	S6 หน่วยงานภาครัฐส่งเสริมอุตสาหกรรมปลาสวยงาม S7 ปลาสวยงามของประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะ และปลาามีคุณภาพสูง

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์จุดอ่อนของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย

ประเทศสิงคโปร์	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศไทย
W1 ขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติต้องพึ่งพิงการนำเข้าปลาสวยงามจากต่างประเทศเป็นหลัก	W1 ขาดความหลากหลายในการเลี้ยงปลาเนื่องจากประเทศมาเลเซียมีการเพาะเลี้ยงปลาบางชนิดที่เลี้ยงเพื่อการส่งออก	W1 กระบวนการขั้นตอนวิธีการพิธีการศุลกากร และการขอใบรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อการส่งออก มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ซับซ้อนและใช้ระยะเวลาหลายวัน
W2 ต้นทุนการผลิตสูง เช่น ค่าที่ดินสูง ค่าแรงงานสูง พื้นที่ในการเพาะเลี้ยงมีจำกัด	W2 การเพาะเลี้ยงในประเทศมาเลเซียจะถูกจัดโซนนิ่งในการเลี้ยงในจังหวัดที่ไกล ทำให้อัตราค่าขนส่งมายังสนามบินค่อนข้างสูง และมีอัตราค่าแรงงานที่ในฟาร์มมีอัตราค่าแรงงานค่อนข้างสูง	W2 ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพ
W3 การวิจัยพัฒนาสายพันธุ์เกี่ยวกับปลาสวยงามค่อนข้างน้อย	W3 เนื่องจากประเทศมาเลเซียจะทำการผลิตปลาที่มีระยะเวลาการเพาะเลี้ยงนานและกระบวนการใน	W3 ต้องพึ่งพิงการส่งออกโดยผ่านประเทศสิงคโปร์
		W4 ทักษะในการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษขาดประสิทธิภาพ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์จุดอ่อนของอุตสาหกรรมพลาสติกของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย (ต่อ)

ประเทศสิงคโปร์	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศไทย
	การเพาะเลี้ยงมีต้นทุนในการผลิตสูง W4 ฟาร์มพลาสติกในประเทศไทยมาเลเซียยังไม่ได้มาตรฐานการเพาะเลี้ยงของประมงสากลเพื่อการส่งออก	

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์โอกาสของอุตสาหกรรมพลาสติกของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย

ประเทศสิงคโปร์	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศไทย
O1 การขยายตัวของตลาดพลาสติกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นสัตว์เลี้ยงภายในบ้าน เพื่อความพักผ่อนหย่อนใจ	O1 การขยายตัวของตลาดพลาสติกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นสัตว์เลี้ยงภายในบ้าน เพื่อความพักผ่อนหย่อนใจ	O1 การขยายตัวของตลาดพลาสติกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นสัตว์เลี้ยงภายในบ้าน เพื่อความพักผ่อนหย่อนใจ
O2 ตลาดพลาสติกมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง เนื่องจากผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิตพลาสติกที่มีคุณภาพสูงมีน้อยราย	O2 ตลาดพลาสติกมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง เนื่องจากผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิตพลาสติกที่มีคุณภาพสูงมีน้อยราย	O2 ตลาดพลาสติกมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง เนื่องจากผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิตพลาสติกที่มีคุณภาพสูงมีน้อยราย
O3 ผู้บริโภคให้การยอมรับและเชื่อถือในคุณภาพพลาสติกจากประเทศสิงคโปร์	O3 ผู้บริโภคให้การยอมรับและเชื่อถือในคุณภาพพลาสติกจากประเทศมาเลเซีย	O3 ผู้บริโภคให้การยอมรับและเชื่อถือในคุณภาพพลาสติกจากประเทศไทย
O4 การเปิดการค้าเสรีอาเซียนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจพลาสติกสามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียนที่มีศักยภาพในการผลิตและต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าได้อย่างอิสระ	O4 การเปิดการค้าเสรีอาเซียนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจพลาสติกสามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียนที่มีศักยภาพในการผลิตและต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าได้อย่างอิสระ	

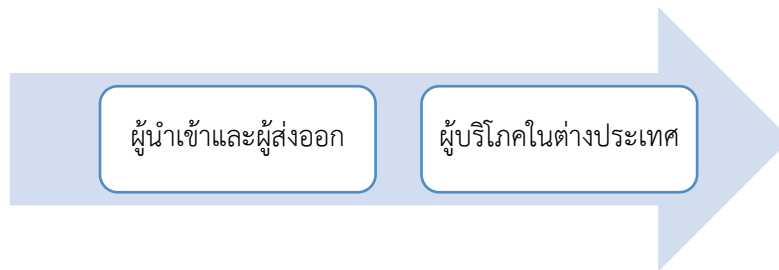
ตารางที่ 4 การวิเคราะห์อุปสรรคของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย

ประเทศสิงคโปร์	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศไทย
<p>T1 กฎหมายและ มาตรการการควบคุมการส่งออก และการนำเข้าของประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวด</p> <p>T2 ประเทศคู่ค้ามีการพัฒนาการส่งออกเองโดยไม่ส่งผ่านประเทศสิงคโปร์</p> <p>T3 สภาพเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้า ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำ</p> <p>T4 สภาพภูมิอากาศในปัจจุบันส่งผลต่อการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม</p>	<p>T1 กฎหมายและ มาตรการการควบคุมการส่งออก และการนำเข้าของประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวด</p> <p>T2 กลุ่มผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามในประเทศมาเลเซียยังต้องพึ่งพิงการส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์</p> <p>T3 ประเทศคู่แข่งสามารถพัฒนาสายพันธุ์ปลาสวยงามประเภทเดียวกันกับที่ประเทศมาเลเซียส่งออกได้อย่างมีคุณภาพ</p> <p>เทียบเท่ากับของประเทศมาเลเซีย</p> <p>T4 สภาพเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้า ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำ</p> <p>T5 สภาพภูมิอากาศในปัจจุบันส่งผลต่อการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม</p>	<p>T1 กฎหมายและ มาตรการการควบคุมการส่งออก และการนำเข้าของประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวด</p> <p>T2 สภาพเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้า ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำ</p> <p>T3 สภาพภูมิอากาศในปัจจุบันส่งผลต่อการเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม</p> <p>T4 ประเทศคู่แข่งสามารถพัฒนาสายพันธุ์ปลาสวยงามประเภทเดียวกันกับที่ประเทศมาเลเซียส่งออกได้อย่างมีคุณภาพ</p> <p>เทียบเท่ากับของประเทศไทย</p> <p>T5 การเปิดการค้าเสรีอาเซียนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจปลาสวยงามสามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น</p>

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย โดยศึกษากิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่าสามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมได้เป็นอย่างดี โดยผลการศึกษาแสดงดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทย
จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทยประกอบด้วย ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และผู้บริโภคนต่างประเทศ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทย

ที่มา: สมพล สุขเจริญพงษ์ และคณะ, 2558

การวิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมปลาสดของประเทศไทย ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าพบว่า กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน มีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. ระบบโลจิสติกส์ภายใน เป็นกระบวนการนำเข้าปลาสดจากต่างประเทศ โดยการสั่งซื้อ เคลื่อนย้ายและจัดส่งปลาสดจากแหล่งผลิตในต่างประเทศ
2. กระบวนการผลิต ประเทศไทยไม่ทำการผลิตหรือเพาะเลี้ยงปลาสดเพื่อการค้า เนื่องจากปัจจัยการผลิตไม่เหมาะสม และมีต้นทุนในการดำเนินการที่สูงมาก
3. ระบบโลจิสติกส์ภายนอก ผู้ส่งออกทำการรวบรวม สัตว์ คัดเกรด และเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ปลาสด จากนั้นจัดการกระจายและจัดส่งไปยังตลาดต่างประเทศ
4. การตลาดและการขาย กระบวนการทางการตลาดและการขายให้กับลูกค้าต่างประเทศ ผู้ส่งออกจะดำเนินการนำเข้าปลาสดจากต่างประเทศ และทำการสต็อก พักไว้ 1-2 อาทิตย์ จากนั้นทำการคัดเกรด บรรจุหีบห่อและขนส่งปลาสด เพื่อกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคนต่างประเทศ บริษัทผู้ส่งออกให้บริการด้านการขนส่งและกระบวนการส่งออกระหว่างประเทศ ดำเนินการตามขั้นตอน กฎระเบียบการส่งออก พิธีการทางด้านภาษีและศุลกากร การขออนุญาตส่งออกสัตว์น้ำ ซึ่งกระบวนการขั้นตอนในการส่งออกทั้งหมดเป็นแบบ One Stop Service โดยใช้ระบบการดำเนินการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่

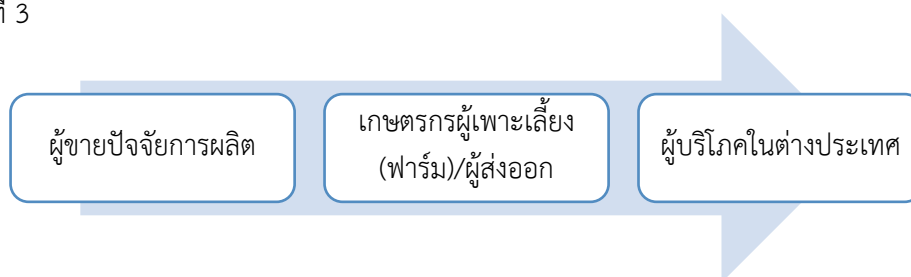
1. การจัดซื้อ ผู้ส่งออกจะทำการสั่งซื้อและนำเข้าปลาสดจากต่างประเทศ เช่น ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย โดยทำการติดต่อไปยังผู้ส่งออกในประเทศผู้ผลิตปลาสดหรือติดต่อโดยตรงไปยังเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาสดรายใหญ่
2. การพัฒนาเทคโนโลยี โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการบริหารจัดการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการและอำนวยความสะดวกในด้านการติดต่อสื่อสารการค้า

3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรมนุษย์ของประเทศสิงคโปร์มีความรู้ความสามารถสูง มีความเชี่ยวชาญในด้านการทำการค้า แต่ขาดผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิต

4. โครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา ระบบอินเทอร์เน็ต และระบบโลจิสติกส์ มีประสิทธิภาพสูง ทำให้มีต้นทุนในการดำเนินการต่ำ

การวิเคราะห์การจัดการโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศมาเลเซีย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศมาเลเซีย ประกอบด้วย ผู้ขายปัจจัยการผลิต เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม)/ผู้ส่งออก และผู้บริโภคในต่างประเทศ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โซ่อุปทานอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศมาเลเซีย

ที่มา: สมพล สุขเจริญพงษ์ และคณะ, 2558

การวิเคราะห์การจัดการโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศมาเลเซีย ตามแนวคิดโซ่คุณค่าพบว่า กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน มีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. ระบบโลจิสติกส์ภายใน เป็นการจัดการโลจิสติกส์ขาเข้ามีกระบวนการบริหารจัดการการผลิตในฟาร์ม โดยการนำเข้าวัตถุดิบการผลิต เช่น อาหารปลา ยา และลูกปลาสวยงาม เป็นต้น และนำเข้าปัจจัยการผลิต เช่น ปิมน้ำ ถังพลาสติก ตู้แก้ว เป็นต้น บรรจุก้อน เช่น ถังพลาสติก กระจาดหนังสือพิมพ์ กล่องโฟม กล่องกระจาด เป็นต้น โดยฟาร์มในประเทศมาเลเซียจะทำการสั่งซื้อ จัดหา จากผู้ขายปัจจัยการผลิตขนาดใหญ่โดยตรง

2. กระบวนการผลิต ฟาร์มเพาะเลี้ยงเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ มีการพัฒนากระบวนการเพาะเลี้ยงได้ตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP) ตั้งแต่กระบวนการเพาะเลี้ยง ตั้งแต่ การอนุบาล การเพาะเลี้ยง การคัดเกรด การบรรจุหีบห่อ การจัดจำหน่าย ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ปลาที่นิยมเพาะเลี้ยงมากที่สุด คือ ปลาอโรรอน่า และปลาหมอสี มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบวนการผลิต และการฝังไมโครชิพในตัวปลาเพื่อใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับแหล่งเพาะเลี้ยงปลาสวยงามได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ระบบโลจิสติกส์ภายนอก เป็นกระบวนการขนส่ง/โลจิสติกส์ขาออกผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) เป็นผู้ส่งออกเอง โดยดำเนินการด้านการขนส่งสินค้า และการติดต่อสื่อสารในการกระจายสินค้า

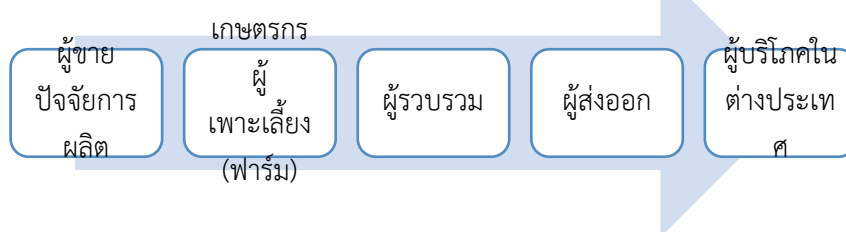
4. การตลาดและการขาย ผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) หรือผู้ส่งออกเป็นผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคนานาชาติ ทำการขนส่งทางอากาศไปยังต่างประเทศ โดยผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) หรือผู้ส่งออกดำเนินการตามขั้นตอนกระบวนการกฎระเบียบการส่งออก พิธีการทางด้านภาษี และศุลกากร การขออนุญาตส่งออกสัตว์น้ำ เมื่อสินค้าถึงยังต่างประเทศจะมีบริษัทนำเข้าในต่างประเทศทำการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าต่อไป

กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่

1. การจัดซื้อ ผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) หรือผู้ส่งออก จัดซื้อปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบในการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามจากผู้ขายปัจจัยการผลิตรายใหญ่ มีอำนาจในการต่อรองราคาการซื้อปัจจัยการผลิต
2. การพัฒนาเทคโนโลยี มีการนำไมโครชิพมาฝังไว้ที่ตัวปลา เช่น ปลาโรวาน่า และปลาหมอสี เนื่องจากปลาเหล่านี้เป็นปลาที่มีราคาสูงทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบย้อนกลับแหล่งเพาะเลี้ยง และมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการระบบการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามในฟาร์มอีกทั้งระบบการขนส่งและโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ
3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงและผู้ส่งออกมีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญในการเพาะเลี้ยงสูง ผู้ส่งออกมีความสามารถในการค้าสูง
4. โครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศด้านกระบวนการผลิตมีความเหมาะสมและส่งเสริมกระบวนการผลิต เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบการเชื่อมโยงคมนาคม การขนส่งระหว่างประเทศ การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์การจัดการโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย ประกอบด้วย ผู้ขายปัจจัยการผลิต เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) ผู้รวบรวม ผู้ส่งออก และผู้บริโภคนานาชาติ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 โซ่คุณค่าอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย

ที่มา: สมพล สุขเจริญพงษ์ และคณะ, 2558

การวิเคราะห์การจัดการโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทย ตามแนวคิดโซ่คุณค่าพบว่า กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน มีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. ระบบโลจิสติกส์ภายในอุตสาหกรรมปลาสวยงามของไทยมีจุดแข็งที่การจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและต้นทุนต่ำ เช่น อาหารปลา ยา ลูกปลา เป็นต้น จุดอ่อน คือ การขาดอำนาจต่อรองในการซื้อปัจจัยในการผลิต เช่น ขวดแก้ว บ่อซีเมนต์ ปิมน้ำ ถังพลาสติก เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ เช่น ถังพลาสติก กระดาษหนังสือพิมพ์ กล่องโฟม ตะกร้าพลาสติก เป็นต้น เนื่องจากผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) เป็นรายย่อยต่างคนต่างซื้อทำให้ต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาแพง

2. กระบวนการผลิต ผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) พัฒนาระบบการเพาะเลี้ยงได้มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP) ตั้งแต่กระบวนการอนุบาล การเพาะเลี้ยง การคัดเกรด การบรรจุหีบห่อ การจัดจำหน่าย ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ต้นทุนในการผลิตต่ำเนื่องจากมีความพร้อมด้านกายภาพที่มีความเหมาะสมกับการผลิต และเกษตรกรมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการเพาะเลี้ยง มีการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

3. ระบบโลจิสติกส์ภายนอก มีความเกี่ยวข้องกับผู้รวบรวม และผู้ส่งออก ซึ่งมีกิจกรรมด้านการขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้ส่งออก โดยใช้ 3 วิธี คือ 1) ผู้ผลิตรายใหญ่และเป็นผู้รวบรวมในขณะเดียวกันทำการส่งตรงไปยังผู้ส่งออก 2) ผู้รวบรวมทำการรวบรวมปลาจากผู้ผลิตหลายราย (รายย่อย) ส่งให้กับผู้ส่งออก 3) ผู้ส่งออกมารับสินค้าจากผู้ผลิตรายใหญ่เอง จุดแข็งของการจัดระบบโลจิสติกส์ของเกษตรกร คือ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งขาออก

4. การตลาดและการขาย ผู้ส่งออกเป็นผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคในต่างประเทศ กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ รับปลาสวยงามจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวม ทำการสต็อกไว้เพื่อรอการขนส่ง ทำการคัดเกรด และทำการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่ง ทำการขนส่งทางอากาศไปยังต่างประเทศ บริษัทผู้ส่งออกหรือบริษัทให้บริการด้านการขนส่งและกระบวนการส่งออกระหว่างประเทศ จะดำเนินการตามขั้นตอนกฎระเบียบการส่งออก พิธีการทางด้านภาษีและศุลกากร การขออนุญาตส่งออกสัตว์น้ำ เมื่อสินค้าถึงยังต่างประเทศจะมีบริษัทนำเข้าไปในต่างประเทศทำการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าต่อไป

กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่

1. การจัดซื้อ กระบวนการในการจัดซื้อของผู้เพาะเลี้ยง (ฟาร์ม) จะมีการจัดซื้อปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบในการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามแบบซื้อรายย่อยจากร้านค้าส่งหรือตลาดกลางที่ขายปัจจัยการผลิตอำนาจในการต่อรองราคาต่ำ ในขณะที่การจัดซื้อของผู้รวบรวมและผู้ส่งออกเป็นการซื้อแบบความสัมพันธ์ส่วนตัว ไม่มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เป็นการซื้อขายจากเกษตรกรรายย่อยเป็นหลัก

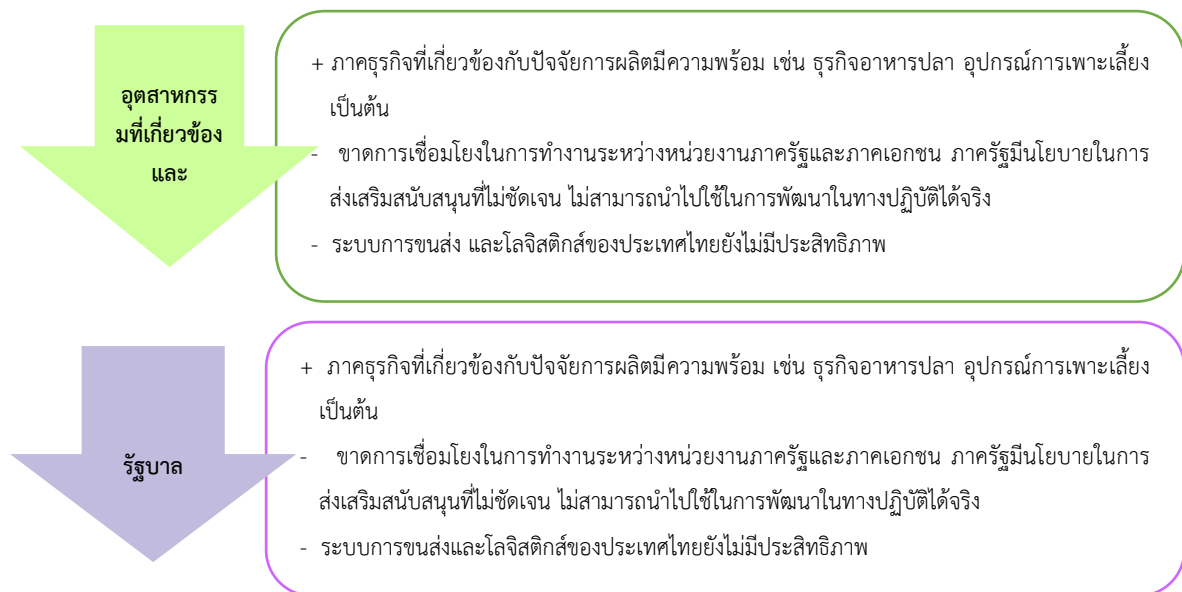
2. การพัฒนาเทคโนโลยี ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตปลาสวยงามในประเทศไทยเป็นเทคโนโลยีระดับต่ำ การเพาะเลี้ยงยังต้องพึ่งพิงธรรมชาติเป็นหลัก มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย และเทคโนโลยี Mobile Phone เช่น Facebook, IG, Line เป็นต้น

3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมปลาสวยงาม เช่น กลุ่มผู้เพาะเลี้ยงมีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญในการเพาะเลี้ยงสูง ผู้ส่งออกมีความสามารถในการค้าสูง ปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น ขาดการพัฒนาให้กับเกษตรกรในการบริหารจัดการกระบวนการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ขาดการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ขาดการพัฒนาด้านภาษาอังกฤษที่จะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

4. โครงสร้างพื้นฐาน เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท อาทิ กระบวนการผลิตมีความเหมาะสม และส่งเสริมกระบวนการผลิต เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบการขาดเชื่อมโยงคมนาคม การบริหารจัดการการขนส่งระหว่างประเทศขาดประสิทธิภาพ เช่น ปัญหารถติด การจำกัดเที่ยวบิน

อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยในปัจจุบันเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงปลาสวยงามที่สำคัญของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากมีศักยภาพด้านการผลิตสูง และเมื่อทำการวิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันอุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศไทยด้วยแบบจำลอง Diamond Model ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน คือ บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ผลการศึกษาแสดงในภาพที่ 5 ดังนี้





ภาพที่ 5 Diamond Model Analysis

ที่มา: สมพล สุขเจริญพงษ์ และคณะ, 2558

การอภิปรายผลและสรุปผล

จากผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมปลาสวยงามของประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย มีศักยภาพในการผลิตมาก เนื่องจากทั้งสามประเทศมีจุดแข็งที่แตกต่างกัน โดยประเทศสิงคโปร์ ภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมปลาสวยงาม อีกทั้งมีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์ ส่งผลให้การดำเนินการด้านการขนส่งมีต้นทุนต่ำ มีรูปแบบการติดต่อซื้อขายแบบ E-Commerce ที่มีประสิทธิภาพ สำหรับจุดแข็งของประเทศมาเลเซีย มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตทำให้สามารถควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพสูง และยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกทั้งระบบคมนาคมขนส่งมีต้นทุนในการดำเนินการต่ำ และสำหรับจุดแข็งของประเทศไทยนั้นพบว่า ปลาสวยงามมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะ รวมทั้งผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามมีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2551) กล่าวว่า การเจาะขยายตลาดปลาสวยงามโดยตรงส่งผลให้ปลาสวยงามของประเทศไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นที่ยอมรับของตลาดมากขึ้นด้วย ทั้งด้านความหลากหลายของสายพันธุ์ปลา ความมีเอกลักษณ์ และความสวยงามเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

และจากผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมปลาสวยงามของทั้งสามประเทศยังพบจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข โดยจุดอ่อนของประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย คือ ขาดความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้มีต้นทุนในกระบวนการผลิตสูง ในขณะที่ประเทศไทยมีจุดอ่อนด้านขั้นตอนพิธีการศุลกากร และการขอใบรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อการส่งออกมีขั้นตอนที่ยุกยากซับซ้อน ระบบการขนส่ง

และโลจิสติกส์ของประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สยามรัฐ (2555) กล่าวว่า การเปิดเสรีการค้าในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประเทศไทยจะได้รับผลกระทบจากการเข้ามาให้บริการของผู้ให้บริการอาเซียนและต้องมีการแข่งขันสูงในด้านระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศสิงคโปร์ที่มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและเทคโนโลยีที่สูงกว่า สำหรับโอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมปลาสดของทั้งสามประเทศมีความคล้ายกัน คือ การขยายตัวของตลาดปลาสดมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี ตลาดปลาสดมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง เนื่องจากผู้ผลิตปลาสดที่มีศักยภาพสูงมีน้อยราย และผู้บริโภคให้การยอมรับและเชื่อถือในคุณภาพปลาสด ในส่วนของอุปสรรคพบว่า กฎหมายและมาตรการการควบคุมการส่งออก และการนำเข้าของประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดสภาพเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้าประสบปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำ และสภาพภูมิอากาศในปัจจุบันส่งผลต่อการเพาะเลี้ยงปลาสดของทั้งสามประเทศ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลทิพย์ ลิธิษฐา.(2559).“บทบาทของมหาอำนาจที่ส่งผลกระทบต่อความร่วมมือและการรวมกลุ่มในภูมิภาคอาเซียน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University* 9, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 372.
- ชูเพ็ญ วิบูลสันติ. (2551). การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (ความเสี่ยง) ขององค์กร (SWOT Analysis). เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.pharmacy.cmu.ac.th/pharmcare/pharad/swot982.htm>.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. “ปลาสดปี’51: ส่งออกขยายตัว 76.0%มูลค่าประมาณ 1,000 ล้านบาท.” *มองเศรษฐกิจ*. เข้าถึงเมื่อ 18 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก<http://positioningmag.com/43114>
- ยรรยง ศรีสม. (2553). “ห่วงโซ่คุณค่า Value chain ในงานโลจิสติกส์.” *Technology Promotion* 211, 37 (มิถุนายน-กรกฎาคม): 040.
- เรืองโร โตกฤษณะ และคณะ. (2557). “การสร้างความสามารถของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำไทยเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: สถานภาพและการมองไปข้างหน้า.” *จดหมายข่าว งานวิจัยนโยบายเกษตร* 2, 2 (เมษายน-มิถุนายน): 2.
- วลัยพร บวรกุลวัฒน์. (2554). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพเชิงลึกของอุตสาหกรรมยางธรรมชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรมงคล นิมจิตต์ และธีรวัฒน์ จันทิก. (2559). “การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์กับการเป็นองค์การศักยภาพสูง.” *Veridian E-Journal, Silpakorn University* 9, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม): 1.
- สมพล สุขเจริญพงษ์ และคณะ. (2558). ศักยภาพการผลิต การตลาดปลาสดในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สยามรัฐ. (2555). เมื่อเปิด AEC ผลกระทบธุรกิจการเกษตรที่จะเกิดขึ้นกับประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 12 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/138#ixzz29jHZbaV3>.

ภาษาต่างประเทศ

Porter, M. E. (1980). **Competitive strategy**. New York, USA: Free Press.

Porter, M. E. (1990). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Harvard Business Review 2008 (January): 86. อ้างใน วลัยพร บวรกุลวัฒน์. (2554). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพเชิงลึกของอุตสาหกรรมยางธรรมชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

World Economic Forum (WEF). (2012). **The Global Competitiveness Report (2011-2012)**. Geneva: Switzerland.