

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครปฐม Factors That Result in Successful Business of Beautiful Betta for Exporting in Nakhon Pathom Province

ณัฐสินี เอกณรงค์พันธ์¹ สุदारัตน์ สิงห์แก้ว¹ ก็นตส์ศักดิ์ จวงครุฑ¹ และกนกพัชร กอประเสริฐ^{1*}

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*kanokpatch111@gmail.com

บทคัดย่อ

วิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปปัญหาและศักยภาพของผู้ประกอบธุรกิจปลากัดในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยอาศัยการแนะนำจากกลุ่มผู้ประกอบการปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จำนวน 6 ฟาร์ม ได้ทำการศึกษาทฤษฎีและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เข้าใจถึงบริบทของธุรกิจปลากัดสวยงามและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีปัจจัยที่สำคัญคือ 7Ps ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคคล 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการ สามารถนำมาเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามรายใหม่ให้ประสบผลสำเร็จ

คำสำคัญ: ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ธุรกิจปลากัดสวยงาม การส่งออก

Abstract

This research aims to 1) to study general conditions problems and potential of business entrepreneurs in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province and 2) to study the factors that have resulted in the success of the beautiful betta business for exporting in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province. Is a qualitative research by collecting data from in-depth interviews. Using a sample selection method with Snowball Sampling, by relying on advice from a group of beautiful betta fish business for exporting in Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom Province, 6 farms. Have studied the theory and reviewed related research in order to understand the context of the beautiful betta business and the business environment by using the data to analyze the results. The researcher found that Factors that result in successful business of beautiful betta business for exporting in Nakhon Pathom Province. There are important factors: 7Ps as follows 1) Product 2) Price 3) Place 4) Promotion 5) People 6) Physical Evidence 7) Process. Can be used as a guide for those interested in doing new business beautiful betta fish to be successful.

Keyword: success factors, the beautiful betta business, exporting

1. บทนำ

ปัจจุบันปลากัดไทยเป็นสัตว์น้ำประจำชาติและได้รับความนิยมระดับโลก ตลาดทั้งในและต่างประเทศมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกษตรกรเลี้ยงปลากัดเพื่อการส่งออกและมีผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกปลากัดสวยงามเพิ่มมากขึ้น (กฤษฎา บุญราช, 2562) จากสถิติการส่งออกสินค้าประมงผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 มีการส่งออกทั้งหมด 13,328 ชุดสินค้า (Shipments) ปริมาณและการส่งออกสัตว์น้ำสวยงามแยกตามประเภททางด้านตรวจสัตว์น้ำสุวรรณภูมิ ประเภทที่มีปริมาณการส่งออกสูงที่สุด ได้แก่ ปลา เป็นจำนวน 7,456,850 ตัว คิดเป็นมูลค่า 54,121,373.85 บาท ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสัตว์น้ำสวยงาม 10 อันดับแรก ได้แก่ ปลากัด มีปริมาณการส่งออกสูงที่สุดเป็นจำนวน 1,654,577 ตัว คิดเป็นมูลค่า 14,629,993.24 บาท (ด่านตรวจสัตว์น้ำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, 2560) ในปี 2561 เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลากัดสวยงามมีจำนวนเพิ่มขึ้นโดยขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมประมง จำนวน 1,500 ราย เกษตรกรที่เพาะเลี้ยงปลากัดไทยมีการกระจายตัวพื้นที่ของประเทศไทยจำนวน 500 ราย และมีผู้ที่เลี้ยงรายย่อยเลี้ยงปลากัดไทยมากกว่า 100,000 ราย ผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกจำนวนทั้งหมด 30 ราย (สำนักงานประมงจังหวัดนครปฐม, 2562) ทำให้ธุรกิจต้องพัฒนาศักยภาพอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากการแข่งขันสูงทั้งภายในและนอกประเทศ จากการทบทวนวรรณกรรมพบปัญหาในด้านกำลังการผลิตไม่แน่นอนในบางครั้งไม่สามารถผลิตให้ได้จำนวนตามที่ถูกคำสั่งการ ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันการตัดราคา รวมถึงภาวะภัยแล้งหรือข้อบังคับเรื่องมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่เข้มงวด กระบวนการส่งออกที่มีความซับซ้อนยุ่งยากด้านการขนส่งและพิธีการศุลกากร

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออก โดยศึกษาถึงปัจจัยที่ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการและเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นสามารถสร้างรายได้ที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจการเลี้ยงปลากัดสวยงามต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ปัญหาและศักยภาพของผู้ประกอบการเลี้ยงปลากัดเพื่อการส่งออกในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจการเลี้ยงปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

3. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นศึกษาเชิงคุณภาพทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการส่งออกปลากัดสวยงามของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เป็นการศึกษาปัญหา ศักยภาพและหาแนวทางที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการเลี้ยงปลากัดสวยงาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออก เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ผลการวิจัย

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

จิรพัฒน์ จันทะไพร (2555) กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor : CSF) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์หรือเป็นการให้หลักการ แนวทางหรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2555 : 7-8) การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้น (Higher Performance) ซึ่งประเด็นนี้จัดเป็นสิ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการสำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มี 7 ประการ ได้แก่ 1) ความมุ่งมั่น (Drive) เป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่ทุกคนต้องประพฤติปฏิบัติ 2) ภูมิปัญญา (Knowledge/Wisdom) ไม่ว่าจะเป็นความรู้ความสามารถ ทักษะทั้งทางด้านเทคนิคและด้านการบริหารที่ต้องมีอย่างครบถ้วน 3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมาก 4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิถีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลกใหม่ (New Paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น 5) มนุษย์สัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) เป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารให้บริการแก่ลูกค้าให้มีความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน 6) ทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) ปัญหารายวันแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจในตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือก ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจจะเป็นทักษะที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ 7. การบริหารเวลา (Time Management) ความยุติธรรมเพียงประการเดียวที่ปรากฏอยู่บนโลกนี้ เวลาสำหรับเจ้าของธุรกิจมีคุณค่ายิ่ง ทำอย่างไรจึงจะเกิดคุณประโยชน์แก่ลูกค้าแก่ครอบครัวและแก่สุขภาพส่วนตัว

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

ผู้คิดค้น SWOT เทคนิคนี้ อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ได้ชื่อว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้โดยนำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่ มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์การ หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นตัวย่อของข้อความที่มีความหมาย ดังนี้ Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ Opportunities หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้ Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัดหรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์การ

4.3 อุตสาหกรรมปลากัด

นายอดิศร พร้อมเทพ (2560) อธิบดีกรมประมง กล่าวว่า ปลากัดเป็นสัตว์น้ำที่กรมประมง ต่อยอดพัฒนาการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่องภายใต้ยุทธศาสตร์ปลาสวยงามปี 2556-2560 โดยมีการสร้างเครือข่าย สนับสนุนการร่วมกลุ่มการผลิต ส่งเสริมการขายผ่านระบบออนไลน์ เปิดโอกาสเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในตลาดที่สำคัญเช่น จีน สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ปลากัด ถือเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับความนิยมและมีโอกาสเติบโตสูง สถิติการส่งออกสินค้าประมงผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิช่วงเดือนเมษายน พ.ศ.2560 มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกสัตว์น้ำสวยงาม 10 อันดับแรก ได้แก่ ปลากัด มีปริมาณการส่งออกสูงที่สุดเป็นจำนวน 1,654,577 ตัว คิดเป็นมูลค่า 14,629,993.24 บาท (ด่านตรวจสัตว์น้ำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ,2560)

4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกพัชร์ กอประเสริฐ (2560) การพัฒนาบริษัทส่งออกจำลองแบบมีส่วนร่วมสำหรับผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งและดำเนินการบริษัทส่งออกจำลองแบบมีส่วนร่วม สำหรับผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามของประเทศไทย วิธีการเลือกกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย จำนวน 15 คนประกอบด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสวยงามในจังหวัดนครปฐมและนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม การวิจัยนี้ระบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยกลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ วิจัยเพื่อค้นหาคำตอบร่วมกัน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ การศึกษาปรากฏการณ์โดยตรง (Phenomenology Study) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) การระดมสมอง (Brainstorming) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการศึกษาพบว่าบริษัทส่งออกจำลองแบบมีส่วนร่วม ใช้รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain) ภารกิจหลักของธุรกิจคือ ขายปลากัดสวยงามออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจการประสบความสำเร็จ 6 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) การแบ่งปันผลประโยชน์ (Share) 2) การสร้างความมั่นใจ (Sure) 3) บริหารต้นทุนที่ต่ำ (Saving) 4) การพูดคุยกัน (Speak) 5) ไม่มีการจัดเก็บ (Stock) 6) สังคมออนไลน์ (Social Online) ดังนั้นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม อย่างมีระบบช่วยในการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจโดยนำแนวคิดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สุดารัตน์ บวรศุภกิจกุล (2544) ได้ศึกษาศักยภาพการผลิตปลากัดเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครปฐม พบว่าเกษตรกรมีการเพาะเลี้ยงปลากัดปีละ 17 รุ่น ระยะเวลาในการเลี้ยงเฉลี่ยรุ่นละ 126.69 วัน ได้ผลผลิตปลากัดเพศผู้ 8,430.65 ตัวต่อรุ่น ต้นทุนการผลิตปลากัดเฉลี่ย 23,783.87 บาทต่อรุ่น และมีกำไรสุทธิเฉลี่ย 2,181.42 บาทต่อรุ่น ลักษณะการผลิตปลากัดอยู่ในระยะผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ เกษตรกรมีศักยภาพในการผลิตปลากัดค่อนข้างสูง แต่มีปัจจัยทางด้านการจัดการปลาขนาดที่ตลาดต้องการในบางฤดูกาล และปัจจัยด้านการวางแผน และควบคุมปริมาณการผลิตปลากัดเพศผู้ที่ยังต้องการให้กรมประมงเข้ามาช่วยเหลือ

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้จัดทำวิจัยใช้วิธีการเก็บข้อคำถามแบบสัมภาษณ์ตามหลักทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) , ด้านราคา (Price) , ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) , ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) , ด้านบุคคล (People) , ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

เป้าหมายของการทำวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงาม เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามรายใหม่หรือผู้ที่สนใจจะพัฒนาฟาร์มปลากัดสวยงามให้ประสบความสำเร็จ

6. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการวิจัยโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยอาศัยการแนะนำกลุ่มผู้เลี้ยงปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออก อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่ขึ้นทะเบียน GAP กับกรมประมงนครปฐมที่มีชื่อเสียงในอันดับต้น ๆ จำนวน 6 ฟาร์ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Questions) เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบหนึ่งต่อหนึ่ง โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นจะเลือกจากเว็บออนไลน์และการอ้างอิงจากเกษตรกรผู้เลี้ยงปลากัดสวยงามด้วยกันเองซึ่งก่อนการสัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์ที่นำไปถามนั้นต้องได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงเป็นการเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการเรียบเรียงและวิเคราะห์ต่อไป

การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ 1) การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (theory triangulation) 4) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation)

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ (Interview Research) จะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผล โดยเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ในแง่ต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริง ทั้งในเชิงเหตุและผลซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในลักษณะของการพรรณานำไปสู่คำตอบในการศึกษาและสรุปตามหลักวิชาการประกอบการเขียนรายงาน เพื่อชี้ให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจปลากัดสวยงามประสบความสำเร็จ

7. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปผลได้ดังนี้ พบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสิ่งที่ค้นพบว่าปัญหาที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงาน เช่น ปัญหาในการเพาะเลี้ยง กระบวนการดำเนินธุรกิจ เอกสารและพิธีการศุลกากรในการส่งออก เป็นปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานในช่วงแรกที่ยังขาดประสบการณ์ เกิดการเรียนรู้ลองผิดลองถูกด้วยตัวของเกษตรกรเอง เมื่อดำเนินการนานขึ้นก็จะสะสมประสบการณ์ก่อให้เกิดความชำนาญเชี่ยวชาญมีความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นสามารถแก้ไขปัญหาลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นให้น้อยลง โดยนำประสบการณ์ที่ได้มาพัฒนาแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่พบเจอได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 1 การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกที่ “מצฉาฟาร์ม”



ภาพที่ 2 การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกที่ “แชมป์ฟาร์ม”

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกประสบความสำเร็จและมีความเชี่ยวชาญในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจการเลี้ยงปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีทั้งหมด 11 ปัจจัย ได้แก่ 1) คุณภาพเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะคุณภาพแสดงถึงความน่าเชื่อถือของบริษัท หากมีคุณภาพทุกล็อต จะทำให้เกิดความเชื่อมั่น และส่งสินค้าจำนวนมากขึ้น สินค้าที่มีคุณภาพจะถูกบอกต่อกันปากต่อปาก สินค้าที่มีคุณภาพที่ทุกฟาร์มต้องมีคือขนาดของปลากัดสวยงามเท่ากันทุกล็อต สุขภาพร่างกายแข็งแรง ลักษณะทางกายภาพสมบูรณ์ ไม่มีตำหนิ สีสดใสสวยงาม 2) มาตรฐาน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยรองลงมาของคุณภาพ ต้องมีควบคู่กับคุณภาพ มาตรฐานต้องมีขนาดเท่ากันตลอดทุกล็อต ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP จากกรมประมงจังหวัดนครปฐม ที่มีการตรวจสอบฟาร์มทุก ๆ 6 เดือน ตรวจสอบมาตรฐานโรคในปลากัดสวยงามจากคลินิกโรคสัตว์น้ำ 3) ชื่อสัตย์ ผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามต้องมีความเสมอต้นเสมอปลาย ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ส่งสินค้าที่มีคุณภาพดีให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ ชื่อสัตย์สุจริต ใส่ใจดูแลปลาเป็นอย่างดี ส่งสินค้าทุกครั้งต้องตกลงกันก่อน ถ้าไม่มีปลาตามเกรดที่ต้องการต้องบอกความจริง ไม่ส่งของมีตำหนิไปให้ลูกค้าโดยไม่ได้รับการยินยอม 4) การมีบรรจุกัมมันต์สินค้าและตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์ม 5) การมีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ การออกสื่อในโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร ทำให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ในประเทศไทยการที่มีชื่อเสียงส่งผลให้เป็นที่

รู้จัก และยอมรับเชื่อถือ แต่กลับกันในแต่ละประเทศจะให้ความสนใจผู้ประกอบการรายใหม่ อยากรอง เพราะฉะนั้นหากส่งเป็นรอบแรกควรจะมีคุณภาพที่ดี มาตรฐานดี น่าสนใจและทำให้ผู้ซื้อติดใจและใช้บริการไปนาน ๆ 6) มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ ผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญ เมื่อมีปัญหาสามารถแก้ไขได้ทุกสถานการณ์ ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญตั้งแต่เริ่มต้นทำฟาร์มจะสามารถแก้ปัญหาได้ดีกว่า การทำการตลาดเพียงอย่างเดียว จะทำให้ปลาคุณภาพ เพราะสามารถสังเกตความผิดปกติของปลาได้ในเวลาอันรวดเร็ว 7) มีสัมพันธภาพ/เครือข่ายอันดี การมีลูกข่ายที่ดี ลูกข่ายจะคัดปลาเกรดดีมาให้ทางผู้รวบรวม ทำให้ไม่เสียเวลา และผู้บริโภคปลายทางเกิดความพึงพอใจ 8) การมีฟาร์มขนาดใหญ่ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ส่งผลให้ลูกค้าเลือกซื้อปลากัดที่ฟาร์ม เพราะลูกค้าหนึ่งคนจะไม่ยอมเสียค่าขนส่งเพื่อสั่งปลากัดเพียงชนิดเดียว หากลูกค้าได้สั่งแล้วจะสั่งปลาชนิดอื่นรวมลงไปในกลุ่มสินค้าด้วย เพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายที่เสียไป 9) ช่องทางจัดจำหน่ายทางออนไลน์ มีผลต่อการทำให้ธุรกิจปลากัดสวยงามประสบความสำเร็จ เพื่อช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการสั่งซื้อสินค้า มีรายละเอียดสินค้าชัดเจนรวดเร็ว ครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ ติดต่อได้หลากหลายช่องทาง ยอดขายเพิ่มขึ้น 10) ส่งเสริมการตลาด จะมีโปรโมชั่นแถมปลากัดสวยงามให้สำหรับลูกค้าประจำ สั่งครั้งละจำนวนมาก 11) มีบริการหลังการขายที่ดี หากปลากัดสวยงามเกิดความเสียหายจะมีการส่งปลากัดไปเพิ่มชดเชยในรอบถัดไป แต่ต้องมีหลักฐานเป็นวิดีโอ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจการเลี้ยงปลากัดสวยงาม ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จะต้องเป็นปลากัดสวยงามที่มีคุณภาพที่ดี น่าเชื่อถือ เชื่อมมัน มีมาตรฐานที่ดี มีความซื่อสัตย์ มีบรรจุกฎหมายที่เป็นเอกลักษณ์ของฟาร์ม การมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคม มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีลูกข่ายที่ดีสามารถผลิตปลากัดสวยงามให้มีมาตรฐานตามที่กำหนด ควรมีฟาร์มขนาดใหญ่ที่มีปลาสวยงามชนิดอื่น ๆ ด้วยการตลาดออนไลน์ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ติดต่อได้หลากหลายช่องทาง และมีบริการหลังการขายที่ดี มีใจรักในการทำธุรกิจปลากัดสวยงาม ก็จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการส่งออกปลากัดสวยงาม

8. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ได้ดำเนินการตลอดระยะเวลา 3 เดือน ปัญหาและศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออก ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ได้แก่ เรื่องเงินทุน , อาหารของปลากัดตามธรรมชาติราคาสูง , สภาพอากาศ , การสื่อสาร และการแข่งขันสูงเกิดการตัดราคา ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามสามารถแก้ไขปัญหาได้ทุกฟาร์ม ด้วยประสบการณ์ ความรู้ ความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมานาน เพราะฉะนั้นการที่จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องมีการลงมือทำ ลองผิดลองถูก และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ผลจากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบที่ทำให้ธุรกิจปลากัดสวยงามประสบผลสำเร็จจะต้องใช้หลักการ 7 P's ดังนี้

- 1) Product สินค้าหรือบริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สินค้าต้องมีคุณภาพ มาตรฐานที่ดี เป็นสินค้าที่ได้รับการรับรอง GAP จากกรมประมง มีขนาดปลากัดสวยงามที่เท่ากันทุกล็อต สีสันทสวยงามตามที่ลูกค้าต้องการ ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในสินค้า
- 2) Price ความเหมาะสมของราคา ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่ตัดราคาแข่งกับฟาร์มอื่นจนทำให้ลดคุณค่าของปลากัดสวยงามลง และทำปลากัดสวยงามให้มีคุณภาพอยู่เสมอ
- 3) Place สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายช่องทางออนไลน์มีผลทำให้มีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น เพิ่มความสะดวกสบาย ช่องทางติดต่อที่หลากหลายสามารถสั่งปลากัดสวยงามได้ตลอดเวลา
- 4) Promotion การส่งเสริมการขาย ที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า มีการจัดโปรโมชั่นทุก ๆ ปีสำหรับลูกค้าประจำที่มียอดสั่งซื้อจำนวนมาก วิธีการจัดโปรโมชั่นของฟาร์มจะแตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละฟาร์ม โปรโมชั่นที่จัดส่วนมากจะเป็นการแถมปลากัด เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าสั่งและต้องการอยู่แล้วและฟาร์มปลากัดสวยงามได้ออกสื่อก็ทำให้เป็นที่สนใจ น่าจดจำและยังน่าเชื่อถือ
- 5) People ซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามต้องมีความเสมอต้นเสมอปลาย ไม่เอาไรด์เอาเปรียบผู้บริโภค ส่งสินค้าที่มีคุณภาพดีให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ ความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของบุคลากร ผู้ประกอบการทุกฟาร์มทดลองเลี้ยงปลากัดสวยงามเสมอ ต้องพัฒนา

ปรับปรุงสายพันธุ์ใหม่ ๆ ผู้ประกอบการควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ เพราะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงาม หากไม่มีความรู้ก็ไม่สามารถตอบลูกค้าได้ แก้ไขปัญหาไม่ได้ ทุกธุรกิจมีโอกาสพบอุปสรรคเสมอ

6) Physical Evidence สิ่งที่น่าประทับใจต่อลูกค้า ผู้ประกอบการมีสถานที่รับรองลูกค้าสำหรับลูกค้าที่สนใจเข้าชมฟาร์มปลากัดสวยงาม กลุ่มลูกค้าทางโซเชี่ยลจะไม่สนใจชื่อเสียงหรือกระแสโซเชียลมีเดีย แต่จะสนใจฟาร์มที่มีคุณภาพ และมักจะเปิดโอกาสให้ฟาร์มปลากัดรายใหม่ ๆ

7) Process กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้อุปกรณ์เกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า การที่จะทำให้ลูกค้าดีใจและกลับมาซื้อซ้ำเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุด คือบริการหลังการขาย หากปลากัดสวยงามตาย ก็จะมีรูปแบบหลังการขายคือ การส่งปลากัดสวยงามไปเพิ่มในรอบถัดไป ตามจำนวนที่เสียหายจริง

9. ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการนำมาวิเคราะห์วางแผน ก่อนที่จะลงทุนดำเนินธุรกิจฟาร์มปลากัดสวยงาม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และนำผู้ประกอบการธุรกิจปลากัดสวยงามสู่ความสำเร็จต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะการนำไปปฏิบัติ

จากข้อค้นพบที่ได้ ควรมีการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าให้มีคุณภาพที่ดี น่าเชื่อถือ เชื่อมมั่น มีมาตรฐานที่ดี มีความซื่อสัตย์ ปัจจัยเหล่านี้จะนำธุรกิจปลากัดสวยงามไปสู่ความสำเร็จได้

10. เอกสารอ้างอิง

- กนกพัชร์ กอประเสริฐ. (2560). การพัฒนาบริษัทส่งออกจำลองแบบมีส่วนร่วมของผู้เพาะเลี้ยง ในอุตสาหกรรมปลาสวยงามเพื่อการส่งออกของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- กฤษฎา บุญราช. (2562). กรมรับรองปลากัด สัตว์น้ำประจำชาติ ค้นคว้าเมื่อ 6 มีนาคม 2562 จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/28404>
- จิรพัฒน์ จันทะไพร. (2555). ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ ค้นคว้าเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/43566>
- ด่านตรวจสัตว์น้ำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (2560) ค้นคว้าเมื่อ 22 มีนาคม 2562 จาก https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20180302164634_1_file.pdf
- สุภารัตน์ บวรศุกกิจกุล. (2544). ศักยภาพการผลิตปลากัดเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานประมงจังหวัดนครปฐม. (2562) ค้นคว้าเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <https://www.fisheries.go.th/fpo-nakhonpatom/2014/>
- Albert Humphrey. (1960), SWOT Analysis: Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi *The Journal of International Social Research*
- Bygrave, W.D. (1989). The Entrepreneurship Paradigm (I): A Philosophical Look at Its Research Methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (1), 7-26.
- Longnecker, L.G., & Moore, C.W. (1991). *Small Business management: An Entrepreneurial Emphasis*. Cincinnati, Oh: South-Western.