

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑  
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society  
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559  
ณ โรงแรมสีมารानी นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
กระทรวงอุตสาหกรรม  
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา  
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้  
ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

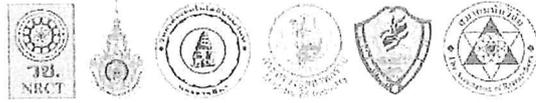
#### ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

##### กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- |  |  |
|--|--|
| 1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรรัตน์วันชัย | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง                          |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา         | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี             |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี             |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย     | มหาวิทยาลัยบูรพา                               |
| 5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์                | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง                          |
| 6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม                          | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

##### กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                              |
|--|------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี             | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี     |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณัฏ์ ประทุมวงษ์  | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี     |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์      | มหาวิทยาลัยศิลปากร           |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์      | มหาวิทยาลัยศิลปากร           |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง          |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช      | มหาวิทยาลัยหอการค้า          |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- |   |   |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล        | ข้าราชการบำนาญ                                      |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ                   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 10. รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน            | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา                   |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์         | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก        | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาร์ ธนารักษ์      | มหาวิทยาลัยนเรศวร                                   |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตินา พลับปลิง         | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับปลิง        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ              | มหาวิทยาลัยเกษตร                                    |
| 23. อาจารย์ ดร.วรชพร อารยะพันธ์                   | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                                |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์             | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร                      | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพันธ์ ชุมเกตุ                   | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล                     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย         | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสถิต                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ                      | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 32. อาจารย์ ดร.บุษกัญญา มีประดิษฐ์                | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา               | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฎ์ มณีโชติ                    | มหาวิทยาลัยนเรศวร                                   |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์               | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า                           |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช                      |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์          | มหาวิทยาลัยแม่โจ้                                   |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง                         | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.งชัย ทองมา                                 | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ                         |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ                          | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)                           |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา                                 | บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิง จำกัด                   |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์                  | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด                   |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล   | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พีชัย สารภักดิ์                      | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ              | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอขอความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชิตฐ์ ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

**รูปแบบและกลยุทธ์การค้าขายตู้ปลาในตลาดปลาสวยงาม กรณีศึกษา  
ร้านชูปรตุปลา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี**

Format and Business Strategy of Selling Aquarium in Ornamental fish market : Case Study Chuphakorn Aquarium Shop, Ban Pong district, Ratchaburi province.

**หรัณย์ พิทักษ์ภากร\* พิทักษ์ ศิริวงศ์\*\***

**Haran Phithakphakorn\* Phitak Siriwong\*\***

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์การค้าขายตู้ปลารวมถึง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของร้าน และลูกค้า จำนวน 10 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ร้านชูปรตุปลา เป็นการเริ่มต้นธุรกิจด้วยตนเอง เป็นเจ้าของเพียงคนเดียว ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้านในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์และออกแบบตามความต้องการของลูกค้า ด้านราคาการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับขนาดของสินค้าและคุณภาพของวัตถุดิบ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายสู่ผู้บริโภคโดยตรง เลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าให้อยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านการส่งเสริมการขายให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย ด้านบุคคลมีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ ด้านกายภาพ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ด้านกระบวนการ ใช้การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าพอใจพร้อมกับการบริการที่ดีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ การผลิตสินค้าไม่ทันเวลาที่ลูกค้ากำหนด การแก้ปัญหาทำได้โดยการเพิ่มกำลังการผลิต จ้างลูกจ้างมากขึ้นและเพิ่มเวลาทำงาน

**คำสำคัญ :** รูปแบบ / กลยุทธ์ทางการตลาด / ตู้ปลา

\* สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\* รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



**Abstract**

The objective of this paper were to study of format and business strategy of selling aquarium included the problem and solution in business. This paper was qualitative research with phenomenology. The data collection by Non-Participant Observation and Indepth Interview. The key informant were owner shop and customer, of people.

The result that, Chuphakorn Aquarium Shop were starting owner business, only owner and used 7 marketing strategy for conduct to business. For the product, given prioritize about quality and product design for creativity and creative for customer demand. For the price, pricing depends on the size of product and quality of material. For the channel of distribution were direct to consumer, location selected near target group. For the sales promotion, given prioritize of public relations and advertising way on social media. For the person have administration systematically. For the physical were located which customer can see it. For process, used product design to quality along with good service for customer satisfaction. The main problem and barriers were can not timely production for lead-time from customer. The solution of these problem were increase capacity, employ more employee and increase working hours.

**Keywords:** format/ marketing strategy/ aquarium





**บทนำ**

การนำปลาที่มีชีวิตมาใส่เลี้ยงไว้ในภาชนะตั้งไว้ชมเล่นนั้น ได้เริ่มกันในกลุ่มประเทศทางตะวันตกมาเป็นเวลาประมาณ 2,000 ปีมาแล้ว แต่เดิมมานั้นมนุษย์ใช้ปลาเป็นอาหารเท่านั้น การเลี้ยงปลาไว้ชมเล่นนั้น เกิดหลังจากที่ได้มีการเลี้ยงปลาไว้เป็นอาหาร โดยเมื่อการวิวัฒนาการได้เจริญยิ่งขึ้น การที่จะนำปลาที่สวยงามพิสดารที่จับได้ ใช้เป็นอาหารเสียนั้นย่อมเป็นที่น่าเสียดาย ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการเลี้ยงปลาไว้เพื่อชมเล่นเกิดขึ้น และหลังจากนั้นเมื่อได้มีการคิดค้นทำกระจกขึ้นได้แล้ว การเลี้ยงปลาในตู้ปลากระจกไว้ชมเล่น จึงได้แพร่หลายและก้าวหน้าดังที่ปรากฏอยู่ในทุกวันนี้ การทำธุรกิจตู้ปลานั้นนั้น ปัจจุบันยังมีแนวโน้มที่เติบโตตลอดเนื่องจากมีผู้สนใจเพาะเลี้ยงปลาสวยงามรายใหม่เกิดมากขึ้นทุกปี(อมรรัตน์และพรพรรณ, 2548)

ในปัจจุบันธุรกิจตู้ปลาได้รับความน่าสนใจเป็นอย่างมากเพราะมีความนิยมเลี้ยงปลาสวยงามเพิ่มขึ้น ดังนั้นช่วงนี้ใครสามารถหยิบฉวยอาชีพนี้ไปทำยิ่งเป็นเจ้าแรกในตลาดนั้นๆ แล้วอาชีพขายตู้ปลาสวยงามไปได้สวยงามแน่นอน และให้ความเพลิดเพลินกับผู้เลี้ยง อีกทั้งยังดึงดูดลูกค้าที่ศรัทธาในความเชื่อทางศาสนาเพราะปลาสวยงามบางชนิดยังถือเป็นปลาแห่งโชคลาภ ใครเลี้ยงแล้วจะนำโชคลาภเงินทองมาให้ผู้เลี้ยงปลาสวยงามนั้น อีกเหตุผลหนึ่ง

ที่มีผู้นิยมเลี้ยงปลาสวยงามนั้นก็ด้วยการมีตู้ปลาตั้งอยู่ในบ้านนั้นเป็นเหมือนเครื่องประดับหรือเฟอร์นิเจอร์มีชีวิตบ่งบอกถึงความมั่งคั่ง สร้างบารมีให้กับผู้เลี้ยงปลา (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจและอาชีพไทย, 2552)

ตู้ปลาก็เปรียบเสมือนบ้านของปลา ก็เปรียบเสมือนคนที่ต้องการบ้านไว้อยู่อาศัย ก็ควรทำให้บ้านมีความเหมาะสม น่าอยู่อย่างมีความสุข โดยปกติแล้วหากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติไม่เหมาะสม ปลา ก็จะอพยพย้ายถิ่นที่อยู่อาศัย แต่ในตู้ปลาไม่สามารถหนีไปที่อื่นได้ ดังนั้นจึงต้องคัดสรรเลือกตู้ปลาที่มีคุณภาพสภาพแวดล้อมจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้เราสามารถตกแต่งเลียนแบบธรรมชาติได้ คนรุ่นใหม่ควรมีความคิดร่วมอนุรักษ์พันธุ์ปลาเช่นนี้ ปลาสวยงามคงสดใสและยั่งยืนตลอดไป (คุณนิรันดร์ วิพันธุ์เงินและคุณวรวิทย์ ฉัตรไตรรัตน์, 2555)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยมีความประสงค์ ศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขายตู้ปลาของตลาดปลาสวยงามอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เพราะเป็นตลาดปลาสวยงามที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ซึ่งรวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการแก้ปัญหา และเพื่อให้ผู้อื่นที่สนใจหันมาทำธุรกิจการขายตู้ปลามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยกันอนุรักษ์ปลาสวยงามอีกด้วย

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**



1. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การ  
ดำเนินธุรกิจขายตู้ปลาของร้านซูปรตู้ปลา

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของ  
ธุรกิจขายตู้ปลา และแนวทางการแก้ไขปัญหา  
ร้านซูปรตู้ปลา

**แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

**1.ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด**

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัย  
ทางการตลาดที่ควบคุมได้ ที่กิจการจะต้องใช้  
ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาด  
เป้าหมาย ต้องใช้ร่วมกันทั้ง 7 อย่าง วัตถุประสงค์  
ที่ใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้า  
เกิดความพึงพอใจ(Boone & Kurtz, 1989, p. 9)

ส่วนประสมการตลาด (marketing mix)  
เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็น  
ธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป  
จำเป็นจะต้องใช้ ส่วนประสมการตลาด  
(Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการ  
กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งตัวแปรต่าง ๆ ในแต่ละ  
Pเป็นดังนี้ (Kotler, 1997, p. 98)

1. ผลิตภัณฑ์(product) ประกอบด้วย  
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การ  
ออกแบบรูปทรง ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ  
การรับประกัน ขนาดและรูปร่างการบริการ เป็น  
ต้น

2.ราคา (price) ประกอบด้วย ราคา  
สินค้า ส่วนลด การรับรู้ราคาสินค้าของผู้บริโภค  
ระยะเวลาการจ่ายเงิน เป็นต้น

3. ส ต า น ที่ จ ำ ห ้ น ำ ย (place)  
ประกอบด้วย ช่องทางการจำหน่าย สถานที่  
จำหน่ายสินค้า สินค้าคงคลัง การขนส่ง

4. การส่งเสริมการขาย (promotion)  
ประกอบด้วย กานส่งเสริมการขาย การโฆษณา  
การประชาสัมพันธ์ การขายตรง การส่งเสริมการ  
ขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

5. ด้านบุคคล (People) ซึ่งต้องอาศัย  
การคัดเลือก การฝึกอบรม เพื่อให้สามารถสร้าง  
ความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง  
แข่งขันเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้  
ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร ต้องมี  
ความสามารถ การแก้ไขปัญหา สามารถสร้าง  
ค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence) พยายาม  
สร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและ  
รูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า  
ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย  
การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการ  
ที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควร  
ได้รับ

7.ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่  
เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติใน  
ด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อ



มอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้  
ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

## 2.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การขยายตัวของตลาดปลาสวยงามทำให้เกิดอาชีพการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามรายย่อยกระจายอยู่ทั่วประเทศ จากข้อมูลฟาร์มที่ขึ้นทะเบียนกับกรมประมงพบว่า ฟาร์มปลาสวยงามส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดราชบุรี (จำนวน 792 ฟาร์ม คิดเป็น 73.9% ของจำนวนฟาร์มปลาสวยงามทั้งหมดในประเทศไทย) ในต่างจังหวัดนั้น ตลาดปลาสวยงามที่เป็นที่นิยมเป็นอันดับหนึ่ง ก็น่าจะเป็น ตลาดสหกรณ์ปลาสวยงาม จังหวัด ราชบุรี ตลาดแห่งนี้ ถือเป็นที่รวบรวมเกษตรกร ผู้เพาะเลี้ยง ปลาสวยงามของไทยที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ โดยเป็นปลาที่เพาะเลี้ยงกันในจังหวัดราชบุรี และจังหวัดใกล้เคียง เช่น นครปฐม สุพรรณบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี เป็นต้น มีร้านค้าส่วนน้อยที่จำหน่ายปลานำเข้า ดังนั้น ตลาดดังกล่าว จึงเป็นที่นิยมของผู้ค้าปลาและผู้ส่งออกทั่วประเทศไทย ที่จำหน่ายปลาสวยงามของไทย (ยุพินท์ วิวัฒน์ชัยเศรษฐ์, 2546)

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ผู้วิจัยจะลงไปศึกษาสังเกตบุคคลที่ต้องการศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยละเอียดทุกด้านในลักษณะเจาะลึกเพื่อให้เข้าใจ

อย่างถ่องแท้ ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์เชิงเหตุผล ผู้ศึกษาได้กำหนดรายละเอียดวิธีการวิจัยดังนี้

### 1.ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์คือ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจการขายตู้ปลาในตลาดปลาสวยงาม กรณีศึกษาร้านซูปรตู้ปลา และลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 10 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1 แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์
- 2.2 เครื่องบันทึกเสียง
- 2.3 สมุดจดบันทึกภาคสนาม
- 2.4 กล้องถ่ายรูป
- 2.5 ตัวผู้วิจัย

### 3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือบทความ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

3.2 สัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการขายตู้ปลาร้านซูปรตู้ปลาในหัวข้อและประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์ รวมทั้ง



แนวทางการแก้ไขเมื่อประสบกับปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจด้วย

#### 4.การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตีความตามเนื้อหา โดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลและจำแนกวิเคราะห์ตามประเด็นคำถามการวิจัยเช่น ปัญหาและอุปสรรค แนวทางการแก้ไขปัญหา โดยการรวบรวมจาก เอกสารและการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) และโดยการถอดเทปฉบับที่กึ่งเสียงแบบคำต่อคำและการบันทึกภาคสนามมาอ่านหลายๆครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ (สุภาวงศ์ จันวานิช, 2543)

#### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจขายตู้ปลาในตลาดปลาสวยงามกรณีศึกษาร้านซูปรูดูปลา อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักคือเจ้าของร้าน โดยมีแนวคำถามการวิจัยที่มีรายละเอียดของคำถามเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจขายตู้ปลา และผู้วิจัยยังได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจขายตู้ปลา สามารถแบ่งได้ดังนี้

#### 1.ประวัติความเป็นมาของการดำเนินธุรกิจการขายตู้ปลา ร้านซูปรูดูปลา

ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่าผู้ประกอบการร้านซูปรูดูปลาเป็นเพศชายจำนวน 1 คน ชื่อคุณซูปรู เชียงมา อายุ 49 ปี เป็นเจ้าของเพียงคนเดียว ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 17 ปี มีรายได้จากการขายตู้ปลาโดยประมาณ 100,000 บาทต่อเดือน ก่อนที่จะมาประกอบธุรกิจ คุณซูปรูเป็นคนชื่นชอบการเลี้ยงปลามาตั้งแต่เด็กๆ ชื่นชอบงานอดิเรก จึงมีความคิดเรื่องการทำธุรกิจขายตู้ปลาขึ้นมาและสังเกตเห็นว่าในปัจจุบันธุรกิจนี้กำลังเป็นที่นิยมและให้ผลตอบแทนที่ดี จึงได้มีการเริ่มต้นทำธุรกิจนี้ขึ้นมา

#### 2.รูปแบบในการดำเนินธุรกิจการขายตู้ปลาของร้านซูปรูดูปลา

ลักษณะของธุรกิจขายตู้ปลาเป็นการออกแบบตามความต้องการของลูกค้า โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และมีการแนะนำลูกค้าบ้าง เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ดีและเหมาะสมที่สุด

การลงทุนธุรกิจขายตู้ปลา ร้านซูปรูดูปลา มีการลงทุนทั้งเงินส่วนตัวและเงินที่กู้มา ในช่วงที่เริ่มทำธุรกิจช่วงแรก ส่วนใหญ่ใช้เงินที่กู้มาลงทุนเพราะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าวัสดุที่ใช้ในการผลิต ค่าเช่าร้านที่ใช้ในการจำหน่าย ค่าจ้างลูกจ้าง จึงต้องมีการกู้เงินมาลงทุนก่อน เมื่อธุรกิจเริ่มลงตัวจึงได้นำเงินส่วนตัวมาลงทุนบ้าง เงินจากการขายตู้ปลาที่ได้ก็นำมา



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ลงทุนเพิ่มบ้าง ร้านซูเปอร์ตลาดมีหน้าร้านเป็นของตัวเองตั้งอยู่บนทำเลที่ดี เป็นร้านที่โดดเด่นมองเห็นได้ชัด มีที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างกว้างขวางสะดวกต่อการเข้าออกเมื่อมีการส่งของ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าคือ คนทั่วไปและผู้สนใจเกี่ยวกับตู้ปลาหรือการเลี้ยงปลา

วัตถุดิบหลักที่ใช้คือกระจกตู้ปลา การจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้เลือกสั่งจากวัตถุดิบจากกรุงเทพมหานครเป็นร้านที่รู้จักกันมานานเปรียบเสมือนลูกค้าประจำ ทำธุรกิจร่วมกันช่วยเหลือกัน ราคาของวัตถุดิบขึ้นอยู่กับชนิดของวัตถุดิบที่สั่งมา โดยมีการส่งวัตถุดิบมาส่งบ้างไปเอาเองที่สถานที่จัดส่งบ้าง การจัดส่งจะจัดส่งเป็นรายสัปดาห์

3.กลยุทธ์ที่ใช้ของธุรกิจการขายตู้ปลาร้านซูเปอร์ตลาด

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจการขายตู้ปลาของร้านซูเปอร์ตลาด ลูกค้าสามารถออกแบบเองได้ สั่งได้อย่างละเอียดตามความต้องการของลูกค้าหรือจะให้ทางร้านออกแบบให้เหมาะสมกับสถานที่ที่ลูกค้าจะจัดวางหรือติดตั้งก็ได้ ทางร้านจะผลิตเองทั้งหมดไม่มีการสั่งสินค้าสำเร็จรูปจากที่อื่นมาวางขายหน้าร้าน ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยตรง

2.กลยุทธ์ด้านราคา (Price) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ใช้หลักการตั้งราคาสูงกว่าเพื่อ

ตัดคู่แข่ง เป็นการสร้างมาตรฐานให้กับร้านตัวเอง สร้างมาตรฐานให้สูงกว่าร้านอื่นว่าสินค้ามีคุณภาพดี ราคาจึงสูงกว่าเล็กน้อย แต่การตั้งราคาขึ้นอยู่กับอีกหลายประการเช่น ชนิดของวัตถุดิบ ขนาดความกว้าง ยาว หนา และรายละเอียดความยากง่ายของสินค้าที่ลูกค้าออกแบบสั่งมา

3.กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ประกอบการมีช่องทางการจำหน่ายโดยตรงคือ หน้าร้าน ในบางโอกาสก็ไปจัดงานตั้งร้านจำหน่ายเมื่อมีค่าเชิญจากงานนิทรรศการต่างๆด้วย แต่ถ้าลูกค้าต้องการสั่งสินค้าสามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถมารับสินค้าด้วยตนเองที่หน้าร้านหรือให้ทางร้านจัดส่งไปตามที่อยู่ได้และยังมีบริการไปติดตั้งถึงสถานที่ให้อีกด้วย

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผู้ประกอบการใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพราะในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตจะเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย รวดเร็วและยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ติดต่อกันออนไลน์และเฟสบุ๊คที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าในร้านและการติดต่อมายังผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการโฆษณาร้านและช่วยให้การสั่งซื้อสินค้านั้นง่ายขึ้น และเนื่องจากร้านซูเปอร์เปิดมาเป็นเวลานานถึง 17 ปี ทำให้มีลูกค้าเก่าๆมากมายจึงทำให้เกิดวิธีการพูดบอกปากต่อปากของลูกค้า จัดรูปแบบร้านที่เปิดกว้างเป็นเอกลักษณ์โดยการ



ผลิตสินค้าให้ลูกค้าเห็นกันหน้าร้านเลยเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจ

5.กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) เป็นการดำเนินงานแบบมีความเกี่ยวเนื่องกันกับผู้จัดการวัตถุดิบ โดยการจัดสรรงานในร้านนั้นลูกจ้างทุกคนต้องสามารถผลิตหรือทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีการพูดคุยให้เข้าใจกับลูกจ้างในกระบวนการผลิตและการขาย และเพิ่มค่าตอบแทนให้กับลูกจ้างหากยอดขายดีขึ้น

6.กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะทางกายภาพมีจุดเด่นคือ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าเดินผ่านหน้าร้านได้ตลอดเวลา มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีมองเห็นร้านได้ชัดเจนโดยการนำสินค้ามาวางขายหน้าร้าน ตกแต่งร้านโดดเด่นดึงดูดความสนใจของลูกค้า มีพื้นที่กว้างขวางสำหรับจอดรถสะดวกต่อการนำเข้าวัตถุดิบ และจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า

7.กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) หลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและกลับมาซื้อสินค้านั้นทำได้โดยการสร้างสินค้าให้มีคุณภาพ มีผลิตภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัย โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง การบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีการบริการหลังการขาย เช่น บริการส่งสินค้าและติดตั้งถึงสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ

#### 4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหา

1.ค่าเช่าร้านมีราคาค่อนข้างสูงเพราะที่ตั้งของร้านถือเป็นแหล่งศูนย์รวมผู้คนจึงทำค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนสูงโดยมีแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ ขายสินค้าอย่างอื่นให้หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มผลตอบแทนไปหักลบกับค่าใช้จ่ายให้น้อยลง

2.ลูกจ้างสั่งวัตถุดิบมาผลิตไม่ตรงตามความต้องการ ทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้อำนาจต่อรองการผลิต แนวทางการแก้ไขปัญหาคือนำส่งคืนแล้วสั่งมาใหม่ให้รวดเร็วที่สุดหรือบางโอกาสอาจนำวัตถุดิบที่สั่งผิดมาประยุกต์ดัดแปลงออกแบบใหม่เพื่อวางขายหน้าร้านต่อไป

3.ผลิตสินค้าไม่ทันตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจและอาจจะยกเลิกสินค้าหรือไปจ้างร้านอื่นทำแทนแนวทางการแก้ไขปัญหาคือเพิ่มเวลาการทำงานมากขึ้นหรืออีกทางคือจ้างผู้ประกอบการรายอื่นให้ทำในบางส่วนโดยต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำที่สุด

#### อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขายตู้ปลาในตลาดปลาสวยงามกรณีศึกษาร้านซูเปอร์ตู้ปลา อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี



โดยอภิปรายผลจากคำถามการวิจัยและ  
วัตถุประสงค์ ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. กลยุทธ์ที่ใช้ในธุรกิจขายตู้ปลาของร้าน  
ซูเปอร์ปลา ได้นำแนวคิดในเรื่องส่วนประสมทาง  
การตลาดมาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ  
เนื่องจากปัจจุบันได้มีการเข้ามาดำเนินธุรกิจ  
ประเภทเดียวกันจากคู่แข่งหลายราย เพราะ  
อาชีพเกี่ยวกับปลาสวยงามกำลังเป็นที่นิยมสูงทำ  
ให้ผู้ประกอบการต้องใช้ประสบการณ์และความ  
ชำนาญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ ต้องแสดง  
ให้เห็นองค์ประกอบทางการตลาดที่ส่งผลให้  
ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนตัดสินใจซื้อเช่น การสร้าง  
คุณภาพในการบริการที่ดี การผลิตสินค้าให้ตรง  
ความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อให้  
ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดเป็นการบอกต่อ  
แบบปากต่อปาก และการสร้างความแตกต่างที่  
เป็นจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์สร้างมาตรฐานให้สูง  
กว่าร้านอื่น จึงส่งผลให้มีลูกค้าและยอดขายใน  
การจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น

2. ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจการขาย  
ตู้ปลา ในด้านการจัดการเวลาในการผลิตสินค้าที่  
ไม่ทันต่อความต้องการที่ลูกค้ากำหนด สาเหตุมา  
จากกำลังการผลิตไม่เพียงพอ อาจทำให้ลูกค้า  
เกิดความไม่พอใจและอาจจะให้เสียลูกค้าได้

**ข้อเสนอแนะ**

**1. ข้อเสนอแนะในงานวิจัย**

จากการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายต่อเดือน  
ของทางร้านค่อนข้างสูงและยังไม่เป็นที่รู้จักมาก

พอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางและ  
สินค้าในการจัดจำหน่าย เช่น การขยายสาขา  
ขยายกิจการตกแต่งร้านให้น่าสนใจดึงดูดลูกค้า  
ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายที่  
หลากหลาย เป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ ให้เกิด  
ขึ้นกับทางร้านเพิ่มมากขึ้นเพราะร้านทำอยู่  
ปัจจุบันมีฐานลูกค้าเก่ามั่นคงอยู่แล้ว

**2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะ  
รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขายตู้ปลาใน  
ตลาดปลาสวยงาม กรณีศึกษาร้านซูเปอร์ปลา  
อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี เท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้  
มีการศึกษาถึงความสามารถในธุรกิจด้านอื่นๆ  
เช่น กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของธุรกิจการ  
ขายตู้ปลาในตลาดสวยงาม อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี  
เป็นต้น

**บรรณานุกรม**

คุณนิรันดร์ วิพันธุ์เงิน และ คุณวรวิทย์ ฉัตรไตร  
รัตน์ วันพฤหัสบดีที่ 23 กุมภาพันธ์ 2012

<http://www.nicaonline.com/>

ศูนย์ข้อมูลธุรกิจและอาชีพไทย2556, จาก

<http://www.businessthaicenter.com>

อมรรัตน์ เสริมวัฒนากุล และ พรพรรณ พุ่มพวง,  
2548. ตลาดปลาสวยงาม. เอกสารเผยแพร่ฉบับ  
ที่ 6/2548.



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

.....

Kotler,P.(1997). Marketing management analysis, planning, implementation and control (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Boone,L.E.,&Kurtz,D.L.(1989) . Marketing (6th ed.). Marianna, FL: The Dryden.

ยุพินท์ วิวัฒน์ชัยเศรษฐ์, 2546. การจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงามอย่างถูกต้องลักษณะ. วารสารการประมง. 56(4) น. 371-375