



# รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding)

งานประชุมวิชาการระดับชาติ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560

วันที่ 29 มิถุนายน 2560

ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี



## นวัตกรรมทางการจัดการ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 33 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560

ตามที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ขึ้น ในวันที่ 29 มิถุนายน 2560 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีคุณภาพทางวิชาการ และมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการดังกล่าวและรายนามดังต่อไปนี้

1	รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	ประธานกรรมการ
2	รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	กรรมการ
3	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
4	รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	กรรมการ
5	รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ	กรรมการ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกศศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	กรรมการ
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัดน์ไพศาล	กรรมการ
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ชี้อภักดี	กรรมการ
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุตา พุฒจร	กรรมการ
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร	กรรมการ
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ	กรรมการ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์	กรรมการ
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	กรรมการ
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	กรรมการ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ศิริพิศ	กรรมการ
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย บังเมฆ	กรรมการ

18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	กรรมการ
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิภา พงษ์วาทิ	กรรมการ
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	กรรมการ
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	กรรมการ
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	กรรมการ
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล	กรรมการ
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	กรรมการ
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตศักดิ์ พุดจรรยา	กรรมการ
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร	กรรมการ
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนกฤต สังข์เฉย	กรรมการ
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภานนท์ หอมสุต	กรรมการ
31	ร้อยตำรวจเอก ดร.วิเชียร ตันศิริคงคล	กรรมการ
32	อาจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล	กรรมการ
33	อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต	กรรมการ
34	อาจารย์ ดร.เมษธาวิณ พลโยธี	กรรมการ
35	อาจารย์ ดร.โอชัญญา บัวธรรม	กรรมการ
36	อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา	กรรมการ
37	อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	กรรมการ
38	อาจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	กรรมการ
39	อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา	กรรมการ
40	อาจารย์ ดร.ณัฐธนา ถีพหรัถนรกิจ	กรรมการ
41	อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	กรรมการ
42	อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
43	อาจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย	กรรมการ
44	อาจารย์ ดร.ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ	กรรมการ
45	อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์	กรรมการ
46	อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์	กรรมการ
47	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
48	อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	กรรมการ
49	อาจารย์ ดร.พลอย สุตอ่อน	กรรมการ
50	อาจารย์ ดร.ภพ สวัสดิ์	กรรมการ
51	อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	กรรมการ
52	อาจารย์ ดร.ภาสนันท์ อัครวิทย์	กรรมการ

53	อาจารย์ ดร.รักษนก โสภาศิษ	กรรมการ
54	อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ชนะกุล	กรรมการ
55	อาจารย์ ดร.วงศ์ศักดิ์ วีระไพบุลย์	กรรมการ
56	อาจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน	กรรมการ
57	อาจารย์ ดร.สรวรยา ธรรมอภิพล	กรรมการ
58	อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
59	อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์	กรรมการ
60	อาจารย์ ดร.อรรถพงษ์ พิระเชื้อ	กรรมการ
61	อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
62	อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ	กรรมการ
63	อาจารย์ ดร.อุทัย ปริญาสุทธินันท์	กรรมการ
64	อาจารย์รชกร วชิรสิโรตม	เลขานุการ
65	นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2560



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 47 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 (เพิ่มเติม)

ตามคำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ 33/2560 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการ  
ฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ไปแล้วนั้น และเพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการ เป็นไปด้วยความ  
เรียบร้อย มีคุณภาพทางวิชาการและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
(เพิ่มเติม) จำนวน 8 ราย ดังนี้

- |   |                                       |         |
|---|---------------------------------------|---------|
| 1 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ | กรรมการ |
| 2 | อาจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ      | กรรมการ |
| 3 | อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์             | กรรมการ |
| 4 | อาจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล       | กรรมการ |
| 5 | อาจารย์ ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น         | กรรมการ |
| 6 | อาจารย์ ดร.ระบิล พันภัย               | กรรมการ |
| 7 | อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์         | กรรมการ |
| 8 | อาจารย์ ดร.วิไลวรรณ สิริโรจนพุดิ      | กรรมการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2560

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการ

สารบัญ (ต่อ)

อิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจ ใช้บริการธุรกิจสปาของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จิตพนธ์ ชุมเกต, ชานนท์ บำรุงสุข และ อิทธิพัทธ์ เทพพิทักษ์.....	618
การศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จิตพนธ์ ชุมเกต, ชลดา ศรีเมือง และ อริสา อินทร์สูงเนิน.....	626
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม จิตพนธ์ ชุมเกต, ณิชาณี สุทธิวิรัตน์ และ ทักษิณ แก่นทอง.....	635
คุณภาพสินค้าและการกระจายสินค้าของผู้ผลิตข้าวโพดแปรรูป บริษัท พัฒนาอินเตอร์ฟู้ด จำกัด จิตพนธ์ ชุมเกต, พรรณพลอย ถือธรรม และ วนิสา สันตยานนท์.....	645
แนวทางการสร้างรายได้ในการปลูกมะกรูดเพื่อตัดใบขายอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา สวนมะกรูดบ้านคุณปู่ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม วรศรา ทองโต, สันต์ฤทัย อารีย์ และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	655
วิถีชีวิต อัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จิตพนธ์ ชุมเกต, นภาพร สาน้อย และ พรรษมน สันตยานนท์.....	668
การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำนึกทางชาติพันธุ์ของคนไต บ้านเทอดไทย ตำบลเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย จิตพนธ์ ชุมเกต, ศัทธยา เหลือคณานันต์ และ นภาพิพย์ ทวีโชคสุขอำรง.....	676
การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำนึกทางชาติพันธุ์ของคนไต บ้านเทอดไทย ตำบลเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย รมย์นลิน จันทร์ดีวงศ์ และ ดุจดดี คงสุวรรณ.....	687
สัญลักษณ์ลวดลายผ้าปักของชาติพันธุ์อาข่าชุมชนบ้านเยซุ ตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เสาวณีย์ แลเชอ, ภัทรีพันธุ์ พันธุ์.....	702
วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จิตพนธ์ ชุมเกต, กัญชวลิกา จารุวัฒน์ และ อัจฉรวรรณ รอดพันธ์.....	711
สาเหตุหลักต้นให้เกิดคนไร้บ้าน และตัวตนของคนไร้บ้าน กรณีศึกษาเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อัญญา แก้วประเสริฐ.....	717



สารบัญ (ต่อ)

กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจหม้อข้าวหม้อแกงลิง กรณีศึกษาสวน RAYOUNG SMILE PLANTS อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง บุษกรทริกา พวงศรี, อังคมาลิน โพธิ์ทอง และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	725
การศึกษาแนวทางการสร้างความสำเร็จธุรกิจปลากระพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อนรรฆนง ศรีนวล, อารีวรรณ คำฝอย และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	739
แนวทางการพัฒนาเกษตรกรไทยสู่ยุคเทคโนโลยี กรณีศึกษา ไร่รุ่งนพรมชน ตำบลวังกะทะ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สุชานันท์ อารีรัชชกุล, ศรีรัตนา จิรรัตนสังข์พร และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	751
แนวทางการสร้างความสำเร็จและการสร้างมูลค่าเพิ่มของการเกษตรผสมผสานคอนโต 9 ชั้น กรณีศึกษาสวนลุงนิล อำเภอทุ่งตะโก จังหวัดชุมพร ชญาณิศ หมื่นขำ, ชุตานันท์ รัตนกร และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	762
แนวทางการปลูกว่านสีทศเพื่อธุรกิจส่งออก ฟาร์มว่านสีทศ บริษัทสยามฟลาวเวอร์บอล์บจำกัด ตำบลหนองตากยา อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ชนาพร ดาวลอย, ณัฐธิยา แผนสมบูรณ์ และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	776
การสร้างความหลากหลายในกระบวนการผลิตสู่การเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตร กรณีศึกษา: บ้านรักษ์ดิน ตำบลบ้านใต้ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มณฑนา ลิ้มปณชัยพรกุล, พัฒนิตา อภัยปะโค และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	786
แนวทางการศึกษา การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ณัฐกานต์ มีเจตนา, วิภาวี เหมพิจิตร และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	798
การรับรู้ภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้า เชื้อเป๊ป พรพิมล ใจดี และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี.....	808
ความตั้งใจใช้บริการระบบชำระเงินออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในประเทศไทย เสาวณีย์ บุญละเอียด, พลอยไพลิน เอ็งฉ้วน, การะเกตุ บุญสวัสดิ์, รัชนิกร แซ่ลิ้ม, สุจารีจิตร, พินิตรุ่งเรือง, สุदारัตน์ สมดิษฐ์ และ ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์.....	819
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านเสริมสวยแนวสมัยใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ อุมาวดี เดชธำรง, อินทิรา แสงมณี, ทศพร ทองพราว และ พิษยา แสงเหมาะ.....	832

การศึกษาแนวทางความสำเร็จธุรกิจปลากะพง  
กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

THE STUDY OF SUCCESSFUL GUIDELINES FOR SNAPPER BUSINESS :  
CASE STUDY IN RACHAWADEE FARM, BANG BO DISTRICT, SAMUT PRAKARN PROVINCE

อนรรฆนง ศรีนวล<sup>1</sup> อารีวรรณ คำฝอย<sup>1</sup> และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรค รวมไปถึงแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษา ฟาร์มปลากะพงราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เจ้าของธุรกิจและครอบครัวของเจ้าของที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจนี้ จำนวน 4 คน ส่วนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง คือ ลูกค้าจำนวน 2 คน โดยเลือกตัวอย่างที่เป็นตัวแทนซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามเพื่อใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์สำหรับผู้ให้ข้อมูลและใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจนี้ ในการเลี้ยงปลากะพงให้ได้ขนาดที่สมบูรณ์และขนาดที่ต้องการเป็นสิ่งที่จะต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ ในด้านโรคของปลาที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อาจส่งผลกระทบต่อผลผลิต และเรื่องของราคาตลาดที่ไม่มีเสถียรภาพ ทางฟาร์มไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ เนื่องด้วยการกำหนดราคาราคานั้นขึ้นอยู่กับตลาดกลางที่พ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนด และผลผลิตเกินความต้องการของตลาดทำให้ราคาต่ำและความไม่แน่นอนในราคาสูง ส่วนแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจนี้ ฟาร์มราชวดีมีการควบคุมคุณภาพในการผลิตเองทุกขั้นตอน สร้างจุดแข็งเพื่อให้ฟาร์มของตนเป็นที่รู้จักโดยการทำผลิตภัณฑ์แปรรูป และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ จนกลายเป็นที่รับรู้ในโลกสังคมออนไลน์และได้รับการยอมรับจากสื่อต่าง ๆ และจากทางเกษตรกรในประเทศไทยอีกด้วย

คำสำคัญ: แนวทางการความสำเร็จ, ธุรกิจปลากะพง

Abstract

This study was a qualitative research with the objective of studying problems and obstacles along with successful guidelines for snapper business. This case study was conducted at Rachawadee snapper farm from Bang Bo district in the province of Samut Prakarn. The primary source of data was also provided through the business owner. Primary data was also been provided through representatives of family member 4 people. Secondary data was provided through farm's customer 2 people. The researcher designed questions farmwork for interviewing and adopted non-participating observation to gather data.

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

<sup>2</sup> อาจารย์ ดร.ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



The research results show that there are challenges for snapper farming business in getting snapper to desirable sizes, and diseases that evolve continuously. These may impact exporting and also market price fluctuation which Rachawadee farm cannot control the price by itself. The price is caused by the middle man and farm overproduction from the market demand that drives the price down and causes price fluctuation. In terms of successful factors for this business, Rachawadee farm implements quality control processes in all steps. The farm also has a strong point through transforming products and distributing by online channel therefore, the farm has become well recognized in the social media and also among Thailand agricultural industry as well.

**Keywords:** Successful, Agriculture Business of Snapper

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันทางรัฐบาลของประเทศไทยมีความต้องการที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งในอดีตภาคเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมและการเกษตรของประเทศไทย มีลักษณะอยู่ในสภาวะที่อึดตัวมาโดยตลอด ซึ่งทางรัฐบาลเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้ จึงต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้มีความเปลี่ยนแปลง ควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศ โดยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยี ความคิด สร้างสรรค์ เข้ามาประยุกต์ใช้กับเศรษฐกิจแบบเดิม (บวร เทศารินทร์, 2559) และเนื่องจากอาชีพหลักของประชากร ในประเทศ มีการประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ การให้ความสำคัญกับเกษตรกรรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ที่จะเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนประเทศให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่งผลให้เกษตรกรต้องลุกขึ้นหาวิธีประกอบอาชีพ ที่แตกต่างออกไปจากเดิม เพื่อให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคใหม่

ปลากะพงเป็นปลาน้ำกร่อยที่มีราคาและความต้องการของตลาดสูง (นิสราภรณ์ เพร็ชรสุทธิ, 2553 : 103) เนื่องจากการเพาะเลี้ยงปลากะพงมีราคาอยู่ที่ 70-130 บาท ถ้าหากหักต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ออกไป จะได้กำไรอยู่ที่ 10-85 บาท (จันทรา อู่สุวรรณ, 2556: 53) ส่งผลให้ปลากะพงเป็นปลาน้ำกร่อยชนิดหนึ่งที่เกษตรกรนิยม เพาะเลี้ยงและมีความสำคัญกับเศรษฐกิจของประเทศไทย จากการที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกษตรกรต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตน เพื่อให้สอดคล้องไปตามนโยบายของทางภาครัฐ กลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดในยุคนี้ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากจุดแข็งของ ธุรกิจ แล้วนำมาต่อยอดให้เกิดความโดดเด่น ซึ่งจะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและยกระดับความสามารถในการ แข่งขันให้สูงขึ้น จนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากผู้บริโภค (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2540) นายวุฒิชัย แบ้นถึง เจ้าของฟาร์มปลากะพง ราชาวดี ในจังหวัดสมุทรปราการ หนึ่งในเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ต้องการ ยกระดับธุรกิจปลากะพงของตน จากการเกษตรแบบดั้งเดิมให้เป็นการเกษตรยุคใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องของกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย รวมไปถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของตัวผลิตภัณฑ์

เนื่องจากปลากะพงส่วนใหญ่ จะเจริญเติบโตได้ดีในบริเวณแหล่งน้ำกร่อย โดยในประเทศไทยจะพบได้ใน จังหวัดที่มีปากแม่น้ำใหญ่ ๆ ติดกับป่าชายเลนและมีทางออกสู่ทะเล ซึ่งจังหวัดสมุทรปราการถือว่าเป็นแหล่ง เจริญเติบโตของปลากะพงแหล่งหนึ่งที่สำคัญ (สถานีวิจัยประมงศรีราชา, 2546) ส่งผลให้ธุรกิจเลี้ยงปลากะพงใน

จังหวัดสมุทรปราการมีเป็นจำนวนมาก เป็นเหตุให้ นายวุฒิชัย แป้นถึง เจ้าของฟาร์มปลากะพง ราชาวดี หนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจปลากะพง ต้องคิดวิธีให้การทำฟาร์มปลากะพงของตนแตกต่างออกจากผู้ประกอบการรายอื่น

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ทำวิจัยใน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เกี่ยวข้องกับแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชาวดี เนื่องจากเป็นกรณีระดับการทำฟาร์มปลากะพงแบบดั้งเดิม ไปสู่การทำเกษตรยุคใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต รวมถึงการจัดจำหน่าย เพื่อศึกษาแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจปลากะพง ฟาร์มราชาวดี ว่ามีปัจจัยและกระบวนการใดบ้างที่ทำให้ เจ้าของธุรกิจ สามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางฟาร์มราชาวดีเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภค รวมไปถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างเส้นทางความสำเร็จ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจศึกษาและต้องการนำไปประยุกต์ใช้ต่อ

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชาวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการความสำเร็จธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษาฟาร์มราชาวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

## 3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย “การศึกษาแนวทางการความสำเร็จธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชาวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิด เพื่อนำมาประกอบการศึกษาจะสามารถอธิบายถึงสาเหตุและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นดังนี้

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่อง “การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์” (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542) เป็นความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น (Louis อ้างถึงใน ดนัย จันทรฉาย, 2547) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และ ราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ ประโยชน์ ทั้งนี้ในความหมายด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิด ความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหมายของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจาก การเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ (Nilson 1992) นอกจากนี้การสร้าง มูลค่าเพิ่มที่เป็นการเพิ่ม หรือเสริมสิ่งใหม่ ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้อง และเป็นสิ่งที่ ลูกค้าต้องการ (Chematomy & Harris, 1998) จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่ช่วยสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดย มีขั้นตอนการผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างคุณค่าแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่ สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือก หรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

แนวคิดเรื่อง “ช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์” (อิทธิวัฒน์ รัตนพองปู่, 2555:1) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการไปยังผู้บริโภคโดยอาศัยอุปกรณ์เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาสนับสนุน การทำกิจกรรมทางการตลาดโดยประสมประสานกับระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมให้สามารถสื่อสาร เสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้เข้าใจคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่คิดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ให้มากที่สุด (ณัฐวศา สุทธิธาดาม, 2559 :25) โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการช่วยประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารสองทางเจ้าของบริษัทหรือเจ้าของธุรกิจสามารถพูดคุยกับลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ เช่น เว็บไซต์, อีเมล, ไลน์ และ เฟสบุ๊ก คนอาจเรียกว่าการตลาดแบบนี้ว่า อีมาร์เก็ตติ้ง, ดิจิตอลมาร์เก็ตติ้ง, อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้ง, เว็บมาร์เก็ตติ้ง หรือ ออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง นั่นคือ การทำการตลาดโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง เพื่อให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงธุรกิจของตนมากขึ้น (Turban et al , 2012 , E-commerce และ Online Marketing :4) ซึ่งกระบวนการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ใช่เพียงการซื้อขายเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการให้บริการให้บริการลูกค้าความร่วมมือระหว่างพันธมิตรธุรกิจ การเรียนรู้ผ่านออนไลน์ และธุรกรรมต่าง ๆ ที่ผ่านทางออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกองค์กร

### วิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทพบุตร เวชกามาและคณะ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนของการเลี้ยงปลากะพงขาวกรณีศึกษา การเลี้ยงปลากะพงขาวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการผลิต และวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของการเลี้ยงปลากะพงขาว ซึ่งจะศึกษาผู้เลี้ยงปลากะพงขาวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 8 ราย แบ่งเป็นการเลี้ยงปลากะพงขาวในบ่อดินด้วยพลาสติก การเลี้ยงปลากะพงขาวในบ่อดินด้วยอาหารสำเร็จรูป และการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังด้วยพลาสติก

ผลการศึกษา พบว่าการเลี้ยงปลากะพงขาวในบ่อดินด้วยพลาสติก การเลี้ยงปลากะพงขาวในบ่อดินด้วยอาหารสำเร็จรูป และการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังด้วยพลาสติกมีความเหมาะสมในการลงทุน เมื่อพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนในโครงการ แต่การเลี้ยงปลากะพงขาวในบ่อดินด้วยอาหารสำเร็จรูปยังคงมีความเสี่ยงอยู่มาก เนื่องจากยังมีการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน และผลประโยชน์ในการลงทุน นอกจากนี้เมื่อสมมติให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น 20% ผลประโยชน์ลดลง 20% พบว่าการเลี้ยงปลากะพงขาวในบ่อดินด้วยพลาสติก และการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังด้วยพลาสติก ยังมีความเหมาะสมในการลงทุนอยู่เช่นกัน

สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดปลากะพงขาวในกระชัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้เลี้ยง สภาพการผลิตและการตลาด วิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน โครงสร้างการตลาด หน้าที่การตลาด สถาบันการตลาด ผลการดำเนินงานการตลาด วิธีการตลาด ศึกษาวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อส่วนเหลือการตลาด ประสิทธิภาพการตลาด รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อด้านการผลิตและการตลาด โดยจะศึกษาจากเกษตรกรตัวอย่างจำนวน 107 ราย และพ่อค้าจำนวน 9 ราย จาก 10 จังหวัด

ผลการศึกษา พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง อายุเฉลี่ยส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 48 ปี มีการศึกษาไม่สูงมากนัก อาชีพหลักคือเลี้ยงปลากะพงขาวและอาชีพรองคือการทำประมง ในส่วนของการผลิต มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพาะเลี้ยงปลากะพงขาว ได้แก่ ภาวะน้ำเสียที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาหารให้การเลี้ยงปลาที่มีต้นทุนสูง พันธุ์ของปลาไม่มีคุณภาพ ส่งผลให้มีผลผลิตที่ต่ำ ในส่วนของการตลาด เนื่องจากการผลิตปลากะพงในหนึ่งรอบจะ

ได้ผลผลิตในปริมาณมากส่งผลให้อุปทานของผู้ผลิตมีมากกว่าอุปสงค์ของผู้บริโภค ทำให้ขายได้ในราคาที่ต่ำ แหล่งจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรนั้นมีจำนวนน้อยและเป็นแหล่งที่ไม่มีมีความน่าเชื่อถือ

จิรรัตน์ เกื้อแก้ว และคณะ (2557) ได้ศึกษาผลการใช้โปรตีนไฮโดรไลเสตจากเศษทิ้งกุ้งในอาหารสำเร็จรูปต่อการเจริญเติบโตของปลากะพงขาว เพื่อต้องการทราบถึงผลการเจริญเติบโตและอัตราการรอดตายของปลากะพงขาวที่เลี้ยงด้วยอาหารสำเร็จรูป ทดแทนโปรตีนของปลาป่นในสัดส่วนต่างกันด้วยโปรตีนไฮโดรไลเสตจากเศษทิ้งกุ้งที่ผลิตโดยเทคนิคแบบ FD และ เทคนิคแบบ SD

ผลการศึกษาพบว่า การทดแทนโปรตีนของปลาป่นด้วยโปรตีนไฮโดรไลเสตจากเศษทิ้งกุ้งที่ผลิตโดยเทคนิคแบบ FD ที่ระดับ 20% เป็นระดับที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตและอัตราการรอดตายของปลากะพงขาวที่มีน้ำหนักเฉลี่ยเริ่มต้นประมาณ 3.51 กรัมต่อตัว เช่นเดียวกันกับการทดแทนโปรตีนของปลาป่นด้วยโปรตีนไฮโดรไลเสตจากเศษทิ้งกุ้งที่ผลิตโดยเทคนิคแบบ SD ที่ระดับความเหมาะสมอยู่ที่ 20% เช่นกัน

พิเชต พลายเพชร (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความก้าวหน้าของงานวิจัยอาหารปลากะพงขาว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความก้าวหน้าในด้านโภชนาการของปลากะพงขาวและการจัดการด้านอาหาร เพื่อเป็นประโยชน์ในกับเกษตรกรที่เลี้ยงปลาชนิดนี้

ผลการศึกษาพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับอาหารของปลากะพงขาว จะแบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ๆ คือด้านอาหารมีชีวิต เป็นการศึกษถึงอัตราการรอดตายของปลากะพงเมื่อได้รับอาหารมีชีวิต แต่ยังคงขาดการศึกษาในเรื่องของประโยชน์อาหารมีชีวิตชนิดอื่น ๆ ที่สามารถเพิ่มอัตราการรอดตายของปลากะพงได้ และด้านอาหารสำเร็จรูป เป็นการศึกษถึงวัตถุดิบและการจัดการการให้อาหารแก่ปลากะพงขาว แต่ยังคงขาดการศึกษาในเรื่องของสารอาหารที่ปลากะพงนั้นต้องการ

นิระนุช โชติพันธ์ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์ โดยจะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคอย่างแท้จริง เพื่อให้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจไวน์ให้มีความแข็งแกร่ง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคไวน์ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรี มีรายได้ค่อนข้างสูง ซึ่งทางการตลาดถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในระดับสูง ดังนั้น สถานที่ในการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มลูกค้านี้จะเป็นการให้บริการผ่านหน้าร้าน ส่วนของผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลจะเป็นการให้บริการแบบถึงบ้าน ด้านพนักงานและส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลจะเป็นการให้บริการผ่านตัวแทนในส่วนของการระบวงการให้บริการช่องทางที่มีอิทธิพลจะเป็นการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

##### 4.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือเจ้าของฟาร์มปลากะพงราชวดี และ ครอบครัวของเจ้าของฟาร์มที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจนี้จำนวน 4 คน ส่วนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง คือ กลุ่มลูกค้าของทางฟาร์มจำนวน 2 คน โดยเลือกตัวอย่างที่เป็นตัวแทน

##### 4.2 เครื่องมือการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

4.2.1 การสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถาม (Interview Guide) เพื่อใช้เป็นสำหรับแนวทางการสัมภาษณ์สำหรับผู้ให้ข้อมูล คือ แนวคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับการทำเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์

4.2.2 ผู้วิจัย (Researcher) เป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยการใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยนักวิจัยสังเกต และ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในเรื่องเกี่ยวกับการรับรู้ในการศึกษาฟาร์มปลากระพง ราชวดี

4.2.3 เครื่องมือสำหรับบันทึกภาพและบันทึกเสียง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเก็บเนื้อหาได้อย่างครบถ้วนโดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถจดบันทึกไว้ได้ทันที

4.2.4 เครื่องบันทึกข้อมูลภาคสนาม เพื่อจดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ได้แก่ ปากกา สมุดจดบันทึก

4.2.5 แผนที่ภูมิประเทศ แสดงที่ตั้งของชุมชนกรณีศึกษา

#### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) โดยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่มหลัก คือ ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจปลากระพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของธุรกิจและ ครอบครัวของเจ้าของโดยเลือกตัวอย่างที่เป็นตัวแทน (Typical Cases) เพื่อนำมา วิเคราะห์หาข้อสรุปเกี่ยวกับ แนวทางความสำเร็จของธุรกิจปลากระพง กรณีศึกษา กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี โดยผู้วิจัย เลือกใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ถูกศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามเดียวกัน

4.3.2 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการสังเกต กิจกรรมอยู่ในวงนอก สัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ในเรื่องเกี่ยวกับการรับรู้ในการศึกษาการแนวทางการความสำเร็จในการทำธุรกิจเลี้ยงปลากระพง และผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจเลี้ยงปลากระพง

4.3.3 การศึกษาจากเอกสารรวบรวมข้อมูล เอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องการเลี้ยงปลากระพง

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางการความสำเร็จธุรกิจปลากระพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ สังเกต จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและค้นคว้าเนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

#### 4.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้น่าเชื่อถือหรือไม่โดยพิจารณาจาก แหล่งข้อมูล สถานที่ เวลา และแหล่งบุคคลที่ต่างกัน และ ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือการรวมข้อมูล จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกต จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจำแนกตีความ และนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

## 5. ผลการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล มาศึกษาตาม วัตถุประสงค์ ดังนี้

### 5.1 สภาพปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจฟาร์มปลากะพงราชาวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

5.1.1 ด้านราคาตลาด เกิดจากราคาตลาดที่ไม่มีความแน่นอน ครั้งหนึ่งราคาปลากะพงต่อกิโลกรัมเคย สูงสุด 200 บาท และลดลงมาต่ำสุดที่ 40 บาท จนทุกวันนี้คงที่อยู่ในระดับปานกลาง และปัญหาของอัตราส่วนกำไร น้อย เมื่อมีการขายในปริมาณมาก

5.1.2 ด้านโรคของปลา เป็นสิ่งที่เราต้องติดตามอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากโรคของปลานั้นจะมีการ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ยาที่ใช้รักษาจึงต้องตอบสนองโรคแต่ละโรคได้ ทำให้ต้องมีการนำปลาไปตรวจให้ทราบถึง โรคที่เป็นอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะได้หาหาที่รักษาโรคนั้นได้โดยตรง

5.2 แนวทางความสำเร็จของธุรกิจฟาร์มปลากะพงราชาวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จาก การศึกษาพบว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความสำเร็จมาจากปัจจัยหลายด้าน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

5.2.1 ที่มาและแนวคิดริเริ่ม ฟาร์มราชาวดีนั้นเริ่มก่อตั้งมาจากคุณพ่อคุณแม่ของ คุณวุฒิชัย แป้นถึง หรือคุณเจี๊ยบ ในตอนแรกนั้นเป็นการทำฟาร์มแบบปกติเหมือนกับฟาร์มอื่น ๆ มีการเลี้ยงสัตว์น้ำหลายประเภทเช่น กุ้ง ปลานิล ปลากะพง ฯลฯ แต่คุณเจี๊ยบเลือกที่จะเลี้ยงปลากะพงเพราะเวลากุ้งมันตายมันตายได้น้ำ เราไม่สามารถ มองเห็นได้ ความเสี่ยงในธุรกิจจะเพิ่มขึ้น แต่ปลากะพงเวลามันตายมันจะลอยน้ำขึ้นมาให้เราเห็น เนื่องจากการ ทำ อะไอย่างเดียวแต่ทำเป็นจำนวนมาก เราสามารถควบคุมได้ง่ายกว่า ซึ่งชื่อฟาร์ม “ราชาวดี” นั้น คุณปู่ของคุณเจี๊ยบเป็น ผู้ตั้งให้ แต่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เพราะในอำเภอบางบ่อ มีธุรกิจปลากะพงเป็นจำนวนมาก และยังไม่มีมีการแปรรูป จนคุณ เจี๊ยบได้สำเร็จการศึกษา และเห็นถึงสิ่งที่คุณพ่อคุณแม่ได้ทำไว้นั้นคือฟาร์มปลากะพง เลยมีแนวคิดที่จะต่อยอดธุรกิจ ปลากะพงนี้ เริ่มจากการสร้างความแตกต่างให้กับฟาร์ม โดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ ควบคู่กับการสร้างคอน เนคชั่น เป็นสิ่งที่ทุกกิจการต้องมีและต้องสร้างขึ้นให้ได้ เพื่อเป็นโอกาสทางธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้เร็วยิ่งขึ้น และ มีการบอกต่อไปยังธุรกิจอื่นมากมาย อย่างเช่นฟาร์มราชาวดีนี้ ที่ได้สร้างคอนเนคชั่น ทำให้มีการบอกต่อ จนนักข่าวคน หนึ่งต้องการหาบัณฑิตจบใหม่ที่ผันตัวมาเป็นเกษตรกร ทำให้ได้ออก คอลัมน์ SME ของผู้จัดการ หลังจากนั้นก็ได้รับความสนใจจากสื่อมากขึ้นและมาทำข่าวเรื่อย ๆ

5.2.2 การนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยได้ศึกษาภายใต้กลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ 7P's ของ Philip Kotler มาจำแนกผลการศึกษา ได้ดังนี้

5.2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ขายต้องมอบสิ่งที่จำเป็นและสนองความต้องการให้แก่ ลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับคุณค่าหรือประโยชน์จากสิ่งนั้น ๆ โดยฟาร์มราชาวดีมีการควบคุมคุณภาพของปลา กะพง ในทุก ๆ ขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การเลี้ยงเตรียมบ่อเลี้ยงปลา เตรียมน้ำ เลือกพันธุ์ปลา ตลอดจนการแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากขั้นตอนทุกอย่างทางฟาร์มได้ดำเนินการเองทุกขั้นตอน จึงสามารถควบคุมคุณภาพได้อย่างใกล้ชิด และมีประสิทธิภาพ ฟาร์มราชาวดีได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ โดยทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง ได้เข้ามาช่วยเหลือโดยการหาวิธีในเรื่องของการแปรรูปที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การทำปลา บรรจุ ภัณฑ์ การถนอมอาหาร ความชื้นที่ต้องใช้ เป็นต้น ในส่วนของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทางฟาร์มได้ใช้หลัก Better คือ

สินค้าของฟาร์มต้องดีกว่าสินค้าที่ทดแทนกันได้ เช่น ปลาสด เป็นต้น และหลัก Flexibility คือสามารถปรับเปลี่ยนตัวสินค้าได้ตลอด เพื่อให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

5.2.2.2 ด้านราคา (Price) ลูกค้าจะเปรียบเทียบสินค้าระหว่างคุณค่ากับราคา ดังนั้นการกำหนดราคาจึงต้องมีความเหมาะสม ซึ่งปลากะพงสด ทางฟาร์มราชวดีมีการตั้งราคาตามตลาด (On going price) ซึ่งเป็นสินค้าที่ฟาร์มอื่นมีเหมือนกัน จึงไม่สามารถตั้งราคาให้แตกต่างจากคู่แข่งได้ โดยราคาในตลาดของปลากะพงสด ทางพ่อค้าคนกลางจะเป็นคนกำหนด ในส่วนของปลากะพงแปรรูป มีการตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price) โดยไม่คำนึงถึงคู่แข่ง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ส่วนตัว แต่มีการคำนึงถึงต้นทุนในการผลิต ทางฟาร์มได้ใช้หลัก Different คือปลากะพงซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาแพงมาช่วยให้ชิ้นเล็กและถูกลง และหลัก Best Value คือลูกค้าต้องได้สินค้าที่คุ้มราคา ซึ่งผลตอบแทนประมาณ 50,000 บาทต่อเดือน จะเห็นได้ว่าทางฟาร์มมีการคำนึงถึงความเหมาะสมของราคาและความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับ

5.2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีการคำนึงถึงช่องทางในการจำหน่ายที่เหมาะสม ธุรกิจของฟาร์ม เลือกช่องทางที่เข้ากันกับธุรกิจเพื่อประสิทธิภาพในการจำหน่าย ซึ่งฟาร์มราชวดีมีลูกค้า ซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นลูกค้าที่ซื้อขายกันมาเป็นเวลานานมารับปลากะพงสดจากทางฟาร์มโดยตรง ส่วนรายใหม่ก็เริ่มขายในปริมาณที่น้อยก่อนด้วยเงินสด ค่อยสร้างเครดิตเมื่อมีความไว้วางใจมากขึ้น โดยปลากะพงสดจะถูกส่งเข้าไปตามภัตตาคาร เพื่อใช้ประกอบอาหาร วางขายในส่วนของอาหารสดตามซูเปอร์มาร์เก็ต และทางฟาร์มได้ออกไปจำหน่ายตามชุมชนของด้วยตัวเอง ส่วนของปลากะพงแปรรูป มีการจัดจำหน่ายผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น facebook ของทางฟาร์ม โดยใช้การจัดส่งทางไปรษณีย์ในการส่งสินค้า

5.2.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และแสดงให้เห็นถึงสินค้าของเรา โดยฟาร์มราชวดีได้ใช้หลัก Networking คือ การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยใช้ในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ให้กับฟาร์มผ่านทาง facebook เพื่อแสดงตัวตนของฟาร์มบนโลกออนไลน์ และใช้หลัก Branding คือ การขายสินค้าภายใต้ แบนด์ฟาร์มราชวดีและบริษัท อาภากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

5.2.2.5 ด้านบุคคล (People) ต้องมีการคำนึงถึงเรื่องความสามารถในการทำงานของพนักงาน ผ่านการฝึกอบรม ฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ ซึ่งฟาร์มปลากะพงราชวดีเป็นธุรกิจประเภทครอบครัว บุคลากรในธุรกิจมีอยู่จำนวนน้อย ประมาณ 3-5 คน มีการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างเจ้านายกับลูกน้องเป็นไปในรูปแบบของครอบครัว เนื่องจากพนักงานบางคนนั้น มีอายุการทำงานมากกว่า 30 ปี พนักงานทุกคนมีความรู้ในเรื่องของการเลี้ยงปลาในทุกขั้นตอนและการแปรรูป สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้

5.2.2.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) มีการสร้างและนำเสนอคุณภาพโดยรวมทางด้านกายภาพเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยฟาร์มราชวดีได้การรับรองจากกรมประมง ในการปฏิบัติการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดีสำหรับการผลิตสัตว์ หรือ จีเอพี (Certificate of Good Aquaculture Practice : GAP) ในส่วนของสินค้าทางฟาร์มได้ใช้หลัก Simplicity+Sufficiency คือ ความเรียบง่าย เข้าถึงง่าย และพอเพียง เหมาะกับเป็นสินค้าภูมิปัญญาชาวบ้าน ไม่เพียงแค่ฟาร์มเท่านั้น คุณวุฒิชัย แป้นถึง หรือ คุณเจียบเจ้าของธุรกิจ ถูกแต่งตั้งให้เป็นเกษตรกรไทยไอดอล ได้รับการรับรองจาก กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ อีกด้วย

5.2.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) มีความเข้าใจและรู้ถึงสถานการณ์ที่ธุรกิจเผชิญอยู่ และหาทางออกที่ดีที่สุดให้กับธุรกิจ โดยการบริหารภาพรวมของธุรกิจ เจ้าของธุรกิจใช้การศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองควบคู่ไปกับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ธุรกิจยังขาดองค์ความรู้ในด้านนั้นอยู่ โดยได้นำคำแนะนำใน



เรื่องต่าง ๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้มาพัฒนาฟาร์ม ส่วนด้านสินค้าแปรรูป มีการนำหลัก Deep understanding คือ การที่มีความเข้าใจถึงความต้องการตลาดอย่างลึกซึ้งก่อนออกจำหน่ายและเปิดตัวสินค้าของฟาร์มออกไป

## 6. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจปลากะพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ แต่ก่อนที่ เป็นผู้ผลิตอย่างเดียวใช้เพียงความรู้ด้านการเกษตรกรรม ให้มีการบูรณาการความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ได้ศึกษามาทำเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อที่จะสามารถต่อรองกับตลาดตามหลัก Economy of Scale อาศัยการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน (Cost management) บริหารค่าตอบแทน (Compensation Management) และพบว่าทางฟาร์มใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้กับปลากะพงของฟาร์ม โดยการสร้างแบรนด์ ภายใต้ชื่อราชวดี และประชาสัมพันธ์ถึงตัวตนของฟาร์มผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊กเว็บไซต์ เพื่อสร้างจุดแข็งในธุรกิจ จนได้รับความสนใจจากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ รวมไปถึงนิตยสารสัตว์น้ำ และอีกแนวทางที่สร้างความแตกต่างให้กับฟาร์ม นั่นคือการแปรรูปสินค้าปลากะพง โดยทางฟาร์มได้ใช้หลักการ 8 หลัก ดังนี้ 1) Better คือ สินค้าต้องดีกว่าสินค้าที่ทดแทนปลากะพงได้ 2) Different คือการนำปลากะพงที่มีราคาแพงมาขายให้ขึ้นเล็กเพื่อลดราคา 3) Best Value คือลูกค้าต้องได้สินค้าที่คุ้มราคา 4) Branding คือการขายภายใต้แบรนด์ฟาร์มราชวดี 5) Networking คือการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ 6) Flexibility คือสามารถปรับเปลี่ยนตัวสินค้าได้ตลอด 7) Deep understanding การมีความเข้าใจถึงความต้องการตลาดอย่างลึกซึ้งก่อนออกจำหน่ายและเปิดตัว 8) Simplicity+Sufficiency คือ ความเรียบง่ายเข้าถึงง่ายและพอเพียง

## 7. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจปลากะพงฟาร์มราชวดี พบว่า ปัญหาในเรื่องโรคของปลาที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จะทำให้เกิดการโตช้ากว่าปกติ เพราะเกิดจากอาการป่วยที่ชะลอการเจริญเติบโตบวกกับการให้อาหารที่ผิดวิธี (ตามแพทย์สั่ง) ก็มีผลทำให้ปลาโตช้า ก็จะทำให้ระยะเวลาการเลี้ยงนานขึ้น ส่งผลต่อการส่งออก นอกจากนี้ยังพบความไม่แน่นอนของราคาตลาด และอัตรากำไรเมื่อขายปลากะพงสดในปริมาณมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2557) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดปลากะพงขาวในกระชัง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาวะเลี้ยงปลากะพงขาว ได้แก่ พันธุ์ของปลาไม่มีคุณภาพ ส่งผลให้มีผลผลิตที่ต่ำ ในส่วนของด้านการตลาด เนื่องจากการผลิตปลากะพงในหนึ่งรอบจะได้ผลผลิตในปริมาณมากส่งผลให้อุปทานของผู้ผลิตมีมากกว่าอุปสงค์ของผู้บริโภค ทำให้ขายได้ในราคาที่ต่ำ

จากการศึกษาแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจปลากะพงฟาร์มราชวดี พบว่า การทำฟาร์มปลากะพงโดยเลี้ยงในบ่อด้วยอาหารสำเร็จรูปนั้น มีผลตอบแทนต่อเดือนอยู่ในระดับน่าพึงพอใจ โดยคำนึงถึงต้นทุนที่ได้ลงทุนของผู้ประกอบ แต่ต้นทุนในการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิต ทั้งที่สามารถควบคุมได้และไม่สามารถควบคุมได้ จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพบุตร เวชกามาและคณะ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนของการเลี้ยงปลากะพงขาวกรณีศึกษา การเลี้ยงปลากะพงขาวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการผลิต และวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของการเลี้ยงปลากะพงขาว พบว่า การเลี้ยงปลากะพงในบ่อดินด้วยอาหารสำเร็จรูป มีความเหมาะสมในการลงทุน เมื่อ

พิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนในโครงการ แต่การเลี้ยงปลา กะพงขาวในบ่อดินด้วยอาหารสำเร็จรูปยังคงมีความเสี่ยงอยู่มาก เนื่องจากยังมีการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน และ ผลประโยชน์ในการลงทุน

## 8. ข้อเสนอแนะ

### 8.1 ข้อเสนอแนะการวิจัย

8.1.1 มีการขายผ่านออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์มีกระบวนการขั้นตอนในการสั่งซื้ออย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การ เลือกจำนวนสินค้า จนการชำระราคาสินค้า เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น และใช้ เฟสบุ๊ค ในการโปรโมท และ รีวิว จากลูกค้าเท่านั้น

8.1.2 ปูรุรสภาพของปลาให้มีหลากหลาย เพื่อให้ได้รับความสนใจตอบโต้การใช้วิถีชีวิตของคนใน ปัจจุบันและเป็นตัวเลือกสำหรับลูกค้า

### 8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาแนวทางการความสำเร็จของกุ้ง ที่มีการเลี้ยงในพื้นที่เดียวกัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับ การศึกษาครั้งต่อไป

## บรรณานุกรม

- จันทร์หา อู่สุวรรณ, อภิชาติ ศรีสาอด(บรรณาธิการ). แบบอย่าง และแนวทางการลงทุนเพาะเลี้ยง ปลาน้ำจืดใหม่...สร้าง  
เงินล้าน. นาคา อินเทอร์เน็ต, 2556 : 103
- จิรรัตน์ เกื้อแก้ว และคณะ. (2557). ผลการใช้โปรตีนไฮโดรไลเสตจากเศษทิ้งกุ้งในอาหารสำเร็จรูปต่อการเจริญเติบโต  
ของปลากะพงขาว[ออนไลน์]. เอกสารวิชาการฉบับที่ 9. สำนักวิจัยและพัฒนาประมงชายฝั่ง กรมประมง  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก [http://www4.fisheries.go.th/local/  
file\\_document/20170301002244\\_file.pdf](http://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20170301002244_file.pdf)
- ณัฐวาศ สุทธิธาดา. Online Marketing ใคร ๆ ก็ทำได้ ชนะใจลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่ง. วิดีทัศน์, 2559:25  
ณัย ปัญจพิทยกุล. (2558). ข้อมูลจังหวัดสมุทรปราการ[ออนไลน์]. สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ กรมส่งเสริม  
การเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. เข้าถึงเมื่อ 18 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก [http://www.samutprakan.  
doae.go.th/html/history.htm](http://www.samutprakan.doae.go.th/html/history.htm) 2560. เข้าได้จาก <http://www.drborworn.com/article/detail.asp?id=16223>
- เทพบุตร เวชกามาและคณะ. (2555). การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนของการเลี้ยงปลากะพงขาวกรณีศึกษาการ  
เลี้ยงปลากะพงขาวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์[ออนไลน์].วารสารวิจัยเทคโนโลยีการประมง ปีที่ 6, ฉบับที่ 1  
(มกราคม – มิถุนายน). สถานีวิจัยประมงคลองวาฬ ฝ่ายสนับสนุนวิชาการ คณะประมงมหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก [http://www.thaiscience.info/journals/Article/  
JFTR/10894106.pdf](http://www.thaiscience.info/journals/Article/JFTR/10894106.pdf)
- นิสรารณณ์ เพ็ชรสุทธิ. (2553). การผลิตสัตว์น้ำ: การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม  
2560. เข้าได้จาก [http://e-book.ram.edu/e-book/inside/html/dlbook.asp?code=AT428\(s\)](http://e-book.ram.edu/e-book/inside/html/dlbook.asp?code=AT428(s))
- นිරนนุช โชติพันธ์. (2555). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์[ออนไลน์]. คณะ  
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก [http://www.  
repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/1017/131768.pdf?sequence=1](http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/1017/131768.pdf?sequence=1)
- บวร เทศารินทร์. (2559). ประเทศไทย 4.0 โมเดลเศรษฐกิจใหม่[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กุมภาพันธ์  
ปีพม่า เลาสินธรรค. (2555). รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ ซาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร[ออนไลน์]. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม  
2560. เข้าได้จาก [http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research%  
202556/Research\\_Bangkok/Y-MBA%  
201/53721810/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research%202556/Research_Bangkok/Y-MBA%201/53721810/05_ch2.pdf)
- พิเชต พลายนเพชร. (2557). ความก้าวหน้าของงานวิจัยอาหารปลากะพงขาว[ออนไลน์]. สถาบันวิจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์  
น้ำจืด สำนักวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม  
2560. เข้าได้จาก [http://www.resjournal.kku.ac.th/abstract/19\\_4\\_6.pdf](http://www.resjournal.kku.ac.th/abstract/19_4_6.pdf)
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. E-commerce และ Online Marketing. ปรวิชั่น, 2556:4
- สถานีวิจัยประมงศรีราชา, ฝ่ายสนับสนุนวิชาการ, คณะประมง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2546).การเพาะเลี้ยงปลา  
กะพงขาว[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก [http://www.ku.ac.th/e-magazine/  
july46/agri/fish\\_kapong.html](http://www.ku.ac.th/e-magazine/july46/agri/fish_kapong.html)

- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2540). บริการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 18 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก<http://www.ismed.or.th/%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%B4/>
- สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดปลากะพงขาวในกระชัง[ออนไลน์]. เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 106 พฤษภาคม. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2560. เข้าได้จาก[http://www.oae.go.th/ewtadmin/ewt/oae\\_baer/download/article/article\\_20141009162441.pdf](http://www.oae.go.th/ewtadmin/ewt/oae_baer/download/article/article_20141009162441.pdf)
- อิทธิวัฒน์ รัตนพองปู่. E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. วิตดี กรุ๊ป, 2555:1