

แผงลูกชิ้น : การจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง

กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

THE PANEL MEATBALLS: MARKETING MANAGEMENT OF PROCESSED PRODUCTS OF MEAT IN URBAN COMMUNITIES. A CASE STUDY: MARKETS IN PHATTHALUNG MUNICIPALITY PHATTHALUNG PROVINCE THAILAND

ดวงกมล พุดพัฒน์¹, จิตติมา ดำรงวัฒนะ², อุดมศักดิ์ เตโชชัย³ และเตโช แขน้ำแก้ว⁴

Duangkamol Pudpat¹, Jittima Damrongwattana², Udomsak Dechochai³ and Daycho Khaenamkaew⁴

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง และเพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า

1. การจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง พบว่า 1) ด้านการวางแผนการขาย โดยการวางแผนในเรื่องกำไรและต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า 2) ด้านการกำหนดราคาสินค้า โดยกำหนดราคาที่แตกต่างกันจากคู่แข่ง และในช่วงเทศกาลสำคัญให้มีส่วนลด เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะมาซื้อเพิ่มขึ้น 3) การบริการ โดยผู้ขายจะต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเขาเป็นคนสำคัญโดยการเอาใจใส่ หรือบางครั้งต้องเข้าฝึกอบรมเทคนิควิธีการใหม่ ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็น

2. ปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง พบว่า 1) ปัญหาด้านผู้ประกอบการ พบว่า มีปัญหาสำคัญหลายประการ เช่น จ่ายค่าจ้างไม่ตรงตามเวลา และการปรับเปลี่ยนพนักงานบ่อยครั้ง เป็นต้น 2) ปัญหาด้านเงินทุน พบว่า ผู้ประกอบการมักขาดสภาพคล่อง เช่น ทุนสำรอง การจ่ายซื้อสินค้าทุนขยายกิจการ เป็นต้น 3) ปัญหาวัตถุดิบที่สำคัญ คือ มักจะมีวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย เช่น ช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น 4) ปัญหาด้านวิธีปฏิบัติงาน พบว่าการปรับเปลี่ยนพนักงานบ่อยครั้ง ส่งผลต่อความคล่องแคล่วในการให้บริการต่อลูกค้า

3. แนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง พบว่ามีแนวทางที่สำคัญ ดังนี้ คือ 1) ทำการปรับปรุงแผงลูกชิ้นให้รองรับการขายกิจการ 2) การจัดการแผงลูกชิ้นให้มีความสะอาด ปลอดภัย โดยใช้วิธีการผลิตที่ถูกสุขลักษณะ 3) การใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แผงลูกชิ้นเพื่อการจัดจำหน่าย 4) สาธารณสุขจังหวัดควรเข้ามาตรวจสอบขั้นตอนการผลิตลูกชิ้นที่มีความสะอาด ปลอดภัย โดยการไม่นำสารบอแรกซ์มาใช้ในกระบวนการการผลิตลูกชิ้น และ 5) มีแนวทางในการขยายกิจการโดยใช้ตัวแทนจำหน่าย

คำสำคัญ : แผงลูกชิ้น, การตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์, ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง.

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

^{2,3,4} อาจารย์สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Abstract

The purposes of this research were to study management panel meatballs the processed products of meat in urban communities. To study the problem of Management panel meatballs the processed products of meat in urban communities. And to study Guide lines for the Promotion of panel meatballs the processed products of meat in urban communities. A Case Study: Markets in Phatthalung Municipality Phatthalung Province Thailand. By a qualitative Research - Methadology.

The study found that

1. Management panel meatballs the processed products of meat in Urban Communities. A Case Study: Markets in Phatthalung Municipality Phatthalung Province Thailand. found that; 1) Sales planning, planning in profit, and suitable for the quality of the product. 2) Setting prices, the price difference from competitors. And the discount during the festival. To provide customers with interest to buy more. 3) The service, seller shall make people feel that it is important to attend to, or training of new techniques, including the use of modern technologies in customer service is essential.

2. The problem of Management panel meatballs the processed products of meat in Urban Communities. A Case Study: Markets in Phatthalung Municipality Phatthalung Province Thailand. Found that; 1) Issues operators found to have several important issues, such as not paying wages on time. And change frequently employed, etc. 2) The funding problems., it is found that the entrepreneurs of liquidity, such as reserve purchases, funding expansion, etc. 3) The raw material is often not sufficient to sell raw materials such as the important festivals abroad. 4) Problems in practice, it was found that the change of employees frequently. Affecting fluency in customer service.

3. Guidelines for the Promotion of panel meatballs the processed products of meat in Urban Communities. A Case Study: Markets in Phatthalung Municipality Phatthalung Province Thailand. Found that a significant following. 1) Perform the update panel balls, supports the expansion. 2) Management panel meatballs provide clean, safe and hygienic method of production. 3) Using online media advertising to the distributors. 4) Provincial Health Visitors should check the production process, the balls are safe to use in the production of borax meatballs. 5) There are ways to expand the dealer.

Keywords: The Panel Meatballs, Marketing Management of Processed Products of Meat in Urban Communities, Markets in Phatthalung Municipality Phatthalung Province Thailand

1. บทนำ

อาหารเนื้อสัตว์แปรรูปประเภทหนึ่งที่เป็นที่นิยมบริโภคทั้งใช้เป็นอาหารว่าง และเป็นส่วนประกอบของอาหารจานเดียวชนิดต่าง ๆ มีความหลากหลายทั้งประเภทของเนื้อสัตว์ที่นำมาเป็นส่วนประกอบหลักในการทำลูกชิ้น ตลอดจนวิธีการผลิต และการเติมสารปรุงรส เช่น แป้ง เกลือ และเครื่องเทศจากแหล่งผลิตต่าง ๆ ทำให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันในด้านของคุณภาพ และสารอาหาร การศึกษาในครั้งนี้มีจุดประสงค์ที่จะศึกษาถึงปริมาณสารอาหารที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นชนิดต่าง ๆ ที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดสด และซูเปอร์มาร์เก็ตในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ ลูกชิ้นเนื้อวัว ลูกชิ้นเอ็นวัว ลูกชิ้นเนื้อหมู ลูกชิ้นเอ็นหมู ลูกชิ้นไก่ ลูกชิ้นกุ้ง ลูกชิ้นปลา ลูกชิ้นปลาเส้นทอด ลูกชิ้นแครงแบบไม่มีเต้าหู้เป็นส่วนประกอบ ลูกชิ้นแครงแบบมีเต้าหู้เป็นส่วนประกอบ ลูกชิ้นแครงแบบมีเต้าหู้ทอดเป็นส่วนประกอบ นำมาเปรียบเทียบกับปริมาณสารอาหารจาก 3 แหล่งผลิต ได้แก่ อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมขนาดกลาง และอุตสาหกรรมในครัวเรือน ตัวอย่างอาหารที่ได้นำมาผ่านวิธีการประกอบอาหารโดยการลวก ปิ้ง ย่าง และทอด เป็นต้น (ปนัดดา จันทร์อุไร, 2547)

ตลาดการขายลูกชิ้น หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “แผงลูกชิ้น” เป็นการตลาดที่ถูกตีความว่าเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการตลาด การตลาดอาจมองว่าเป็นหน้าที่ขององค์กร และกลุ่มกระบวนการเพื่อการผลิต การส่งสินค้า และการสื่อสารคุณค่าไปยังลูกค้า และการจัดการความสัมพันธ์ต่อลูกค้าในทางที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร และผู้ถือหุ้น การจัดการการตลาดเป็นศิลปะของการเลือกตลาดเป้าหมาย ตลอดจนการได้มา และการรักษาลูกค้า ผ่านทางการจัดหาคู่มือของลูกค้าที่เหนือกว่า มีมีโนทัศน์ห้าอย่างหลัก ๆ ที่องค์กรสามารถเลือกเพื่อนำไปดำเนินการธุรกิจได้แก่ มีโนทัศน์เน้นการผลิต เน้นผลิตภัณฑ์ เน้นการขาย เน้นการตลาด และเน้นการตลาดองค์รวม (สุริพร ศรีชมพู, 2560)

ชุมชนเมืองเป็นศูนย์กลางความเจริญ และมีความเชื่อมรวมอยู่ด้วย เมืองเป็นสถานที่ตั้งถิ่นฐานอันถาวร และหนาแน่นด้วยประชากร และเป็นที่รวมของผู้คนที่มีความแตกต่างทางพื้นเพ โดยชุมชนเมืองมักอยู่ในเขตเมือง หรือเทศบาล ลักษณะความสัมพันธ์ที่มีต่อกันของบุคคลในเมือง มักจะติดต่อกันด้วยตำแหน่งหน้าที่การงาน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ตอบแทนจากความสัมพันธ์ ความผูกพันในครอบครัวมีน้อย มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งความผูกพันกับเพื่อนบ้านมีน้อยลง ทั้งนี้เพราะความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และการที่ต้องแข่งขันแย่งชิงกันในการดำรงชีวิต อาชีพของชาวเมืองมีความแตกต่างกันมาก งานส่วนใหญ่เป็นงานเกี่ยวกับการบริการ หรืองานที่ต้องอาศัยความชำนาญพิเศษ การประกอบอาชีพเป็นไปตามความสามารถเฉพาะของบุคคล สภาพแวดล้อมส่วนใหญ่จะเป็นอาคารบ้านเรือน และถนนหนทาง ชีวิตผู้คนไม่ค่อยมีความผูกพันกับธรรมชาติ เป็นสังคมที่เน้นวัตถุนิยม และความทันสมัย ทำให้ไม่ค่อยมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่การช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันมีน้อย เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่รอบตัว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นไปอย่างรวดเร็ว (ฐานิต โภคทรัพย์, 2554)

ดังนั้นผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่อง “แผงลูกชิ้น : การจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง” เพื่อศึกษาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ และเพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

2.2 เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

2.3 เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ที่มีอาชีพขายลูกชิ้น คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพค้าขายแผงลูกชิ้นในประเภทลูกชิ้นทอด ลูกชิ้นปิ้ง ลูกชิ้นย่าง และลูกชิ้นลวกจิ้ม เป็นระยะเวลา 3 ปีขึ้นไป จำนวน 10 แผง ได้แก่ แผงลูกชิ้นของนางสาวสภิตมาศ พรหมแทนสุข นางสาวจุฑาทิพย์ จันทร์มี นางระเบียบ เขาใหญ่ นางจุฑารัตน์ แก้วรัตน์ นางอรพรรณ ผุดพัฒนา นางสาวอัญชญา ฉันทวิชิต นางปาริชาติ ศักดิ์ทานี นางสาวราย ขำแก้ว นางสมพร ชูทิพย์ และนางสาวเจนจิรา เนาว์ขุนทด

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ส่งเสริมอาชีพค้าขายลูกชิ้น คือ ผู้สนับสนุน และส่งเสริมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนตลาดเทศบาลเมือง จังหวัดพัทลุง จำนวน 5 คน ได้แก่ นายกเทศมนตรีเมืองพัทลุง จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข จำนวน 1 คน พนักงานรักษาความสะอาดของหน่วยงานเทศบาลเมือง จำนวน 1 คน ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์บริษัท ซีพีเอฟ จำนวน 1 คน และตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์ บริษัท เบทาโกร จำนวน 1 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีประเด็นคำถามที่กำหนดตามขอบเขตเนื้อหาการศึกษา และการสัมภาษณ์มีลักษณะการพูดคุยแบบธรรมชาติ และเป็นกันเอง ตามเวลาความเหมาะสม และโอกาสโดยให้ผู้ตอบเล่าเรื่องต่าง ๆ ของตนเองตามประเด็นที่วางไว้ตามแบบสัมภาษณ์ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง ส่วนที่ 3 ปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง ส่วนที่ 4 แนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

3.2.2 แบบสังเกตการณ์ (Observation) ได้ใช้การสังเกต แบบมีส่วนร่วมในบริบท โดยรวมของผู้ประกอบการค้าขายร้านลูกชิ้น ในเขตเทศบาลเมือง ตำบลคูหาสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง จะทำการสังเกตสภาพทั่วไป และเรียนรู้กระบวนการวิธีการค้าขายลูกชิ้น เช่น การเตรียมของ การขาย เป็นต้น ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลในการบันทึกตามประเด็นที่กำหนดไว้

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 สำรวจพื้นที่ในชุมชนเทศบาลเมืองพัทลุง

3.3.2 สร้างความสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับชุมชนเทศบาลเมืองพัทลุง

3.3.3 การเก็บข้อมูลรายละเอียดแบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลส่วนรายละเอียดแต่ละประเด็นโดยพบปะพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมาย

3.3.4 การหาข้อมูลเพิ่มเติม ผู้วิจัยได้รวบรวมวิเคราะห์ และสรุปผลแล้ว พบว่าหากขาดรายละเอียดข้อมูลส่วนใดก็ได้ไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมตลอดของการทำวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “แผงลูกชิ้น : การจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง” เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลหลัก และผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลรอง เมื่อรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบเนื้อหาอย่างถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ผู้วิจัยทำการศึกษา และนำมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

4. ผลการศึกษา

4.1 การจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

4.1.1 การจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

1) ด้านการวางแผนการขาย พบว่า มีการวางแผนในเรื่องต้นทุน และกำไรในด้านการขายให้ได้กำไรแต่ไม่มากจนเกินไป เพื่อให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าที่ไม่เบียดเบียนการบริโภคของผู้ซื้อจนเกินไป

2) ด้านการกำหนดราคาสินค้า พบว่าการกำหนดราคาในการซื้อขายมีความสำคัญ ต่อกิจการแผงลูกชิ้น เนื่องจากราคาเป็นตัวกำหนดความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ และกำไรได้เช่นกัน การตั้งราคาเพื่อให้ผู้บริโภคสนใจซื้อสินค้ามากขึ้น โดยการตั้งราคาล่อใจ หรือตั้งราคาในเทศกาลพิเศษ เป็นการขายสินค้าที่สร้างความสนใจจากลูกค้า การให้ส่วนลดต่อลูกค้าในการตั้งราคาสินค้า พิจารณาให้มีส่วนลดให้ในช่วงเวลาเทศกาลสำคัญ ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะมาซื้อลูกชิ้นมากขึ้น โดยใช้การตั้งราคาขายลูกชิ้นแบบราคาเดียว หรือการตั้งราคาขายลูกชิ้นที่มีราคาที่หลากหลายแตกต่างกัน

3) ด้านการบริการ พบว่าการบริการของผู้ขายทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเขาเป็นคนสำคัญ ไม่ใช่แค่คนทั่วไป โดยใช้การเอ่ยนามลูกค้า เช่น คุณพี่ คุณน้า คุณป้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าเราเอาใจใส่ และผู้ขายควรเข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิควิธีการใหม่ ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นมาก เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการบริการด้วยเทคโนโลยี



ภาพที่ 1 แสดงการวางแผนการขายที่เป็นระเบียบน่าสนใจ



ภาพที่ 2 แสดงการวางจำหน่ายแบบสะดวกต่อผู้บริโภค



ภาพที่ 3 แสดงการจัดร้านให้ผู้บริโภคสนใจ โดยแยกประเภทของลูกชิ้นเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ง่าย



ภาพที่ 4 แสดงถึงการขายที่มีลูกค้าสนใจเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 5 แสดงถึงการกำหนดราคาสินค้าของร้านขายลูกชิ้น



ภาพที่ 6 แสดงการจัดร้านให้ผู้บริโภคสนใจ โดยแยกประเภทของลูกชิ้นเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ง่าย



ภาพที่ 7 แสดงถึงการกำหนดราคาสินค้าสร้างความสนใจจากลูกค้า



ภาพที่ 8 แสดงถึงการกำหนดราคาสินค้าของร้านขายลูกชิ้น



ภาพที่ 9 แสดงการขายลูกชิ้นด้วยหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส



ภาพที่ 10 แสดงถึงการโต้ตอบลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี

4.1.2 ปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

1) ปัญหาด้านผู้ประกอบการ พบว่าปัญหาด้านผู้ประกอบการเกิดจากการที่ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่มีทุนสำรองมากนัก จนทำให้เกิดปัญหาการขาดทุน และอีกหนึ่งปัญหา คือ ปัญหาในเรื่องพนักงานของแผงลูกชิ้น โดยปัญหาเกิดขึ้นจากการที่พนักงานไม่เข้าใจงาน บริการลูกค้าไม่ดี พุดจาไม่เพราะต่อลูกค้า ก็ก่อให้เกิดผลเสียต่อชื่อเสียงของแผงลูกชิ้นได้ โดยทั้งสองปัญหานี้มีวิธีการแก้ไข คือ ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนการขายให้รอบคอบ และแก้ไขปัญหาทุกช่องทาง

2) ปัญหาด้านเงินทุน พบว่าปัญหาด้านเงินทุนเกิดจากการที่แผงลูกชิ้นไม่มีเงินทุนจึงต้องกู้ยืมเงินมาเพื่อเป็นการลงทุน ถ้าหากประสบความสำเร็จในด้านการขาย มีกำไรที่ตีก็สามารถปลดหนี้ที่กู้ยืมมาลงทุนได้ แต่ถ้าหากการขายแผงลูกชิ้นไม่สำเร็จแผงลูกชิ้นขาดทุนเจ้าของแผงลูกชิ้นอาจจะนำเงินในส่วนที่จะนำไปลงทุน นำไปต่อยอดแผง นำเงินส่วนนั้นไปใช้จ่ายฟุ่มเฟือยจนไม่มีเงินทุนเก็บไว้ลงทุนซื้อลูกชิ้นมาขายในรอบต่อไป โดยมีวิธีการแก้ไขปัญหาด้านเงินทุน คือ ผู้ประกอบการควรเก็บเงินสำรองไว้เพื่อเป็นเงินทุน

3) ปัญหาด้านวัสดุ หรือวัตถุดิบ พบว่าแผงลูกชิ้นจะประสบปัญหาในด้านการขาดวัสดุ หรือวัตถุดิบในช่วงเทศกาล เนื่องจากช่วงเทศกาลผู้คนจะจับจ่ายซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก จึงทำให้วัสดุ หรือวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตลูกชิ้นขาดแคลนได้ ซึ่งการแก้ไขปัญหาด้านวัสดุหรือวัตถุดิบผู้ประกอบการควรมีการเตรียมวัสดุไว้เพียงพอต่อการขายสินค้า

4) ปัญหาด้านวิธีปฏิบัติงาน พบว่าปัญหาด้านวิธีปฏิบัติงานนั้นมีหลากหลายปัญหา เช่น ขาดการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า พุดจาไม่เพราะ หน้าตาไม่ยิ้มแย้ม ไม่มีความใส่ใจสนใจลูกค้าอย่างทั่วถึง ทำให้ลูกค้าของแผงลูกชิ้นไม่พึงพอใจ โดยมีวิธีการแก้ไขปัญหาด้านวิธีปฏิบัติงาน คือ ผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงาน โดยการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพให้มีจิตบริการมากขึ้น

4.1.3 แนวทางส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมืองกรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง ตำบลคูหาสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

1) ลักษณะทั่วไปของสังคมเมือง

1.1) ด้านสภาพแวดล้อมในชุมชนเมือง พบว่าสภาพแวดล้อมในชุมชนเมือง ของตลาดเทศบาลเมืองพัทลุงเป็นชุมชนที่มีประชากรจำนวนมาก จึงทำให้มีความเหมาะสมที่จะประกอบอาชีพค้าขายแผงลูกชิ้น โดยเป็นผู้ประกอบการที่มาจากต่างถิ่น

1.2) ด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พบว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเทศบาลเมืองพัทลุง โดยมีจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้ชุมชนเมืองมีความแออัด สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงจนก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชากร พร้อมด้วยปัญหาการว่างงาน และความยากจน ปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด ปัญหาการหย่าร้าง ปัญหาเด็กเร่ร่อนจรจัด เป็นต้น

2) องค์ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์

2.1) ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค พบว่าผู้จำหน่ายสินค้ามีความใส่ใจความปลอดภัยของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมาจากเนื้อสัตว์แท้ไม่มีสารอันตรายเจือปน ไม่ว่าจะเป็นสารบอแรกซ์ สารเร่ง สารกันบูด และจะต้องเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในที่มิดชิดห่างไกลฝุ่นละออง และควรสวมใส่ถุงมือ ผ้ากันเปื้อน หมวกปกปิด เส้นผมเพื่อความสะอาด และน้ำไว้วางใจต่อผู้บริโภค

2.2) ด้านความสะดวกต่อการบริโภค พบว่าความสะดวกต่อผู้บริโภคลูกขึ้นของตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความสด สะอาด เพื่อความรวดเร็ว สะดวก ง่าย ในสภาวะที่เร่งรีบของผู้บริโภค ลูกขึ้นต้องมีราคาที่เหมาะสมสะดวกต่อการซื้อไปบริโภคได้ทุกเพศทุกวัย

2.3) ด้านความหลากหลายต่อผู้บริโภค พบว่าความหลากหลายในการบริโภคลูกขึ้นของตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง โดยมีทั้งลูกขึ้นทอด ลูกขึ้นปิ้งย่าง ลูกขึ้นลวกจิ้ม และลูกขึ้นต่าง ๆ นี้จะมีความหลากหลายรสชาติที่เนื้อสัตว์เป็นส่วนไม่ว่าจะเป็นลูกขึ้นหมู ลูกขึ้นเอ็นหมู ลูกขึ้นเนื้อวัว ลูกขึ้นไก่ ลูกขึ้นเอ็นไก่ และลูกขึ้นปลา

5. อภิปรายผลการวิจัย

5.1 การจัดการแผงลูกขึ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

5.1.1 ด้านการวางแผนการขาย โดยการวางแผนในเรื่องกำไรและต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปาณิศรา สิริเอกศาสตร์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ พฤติกรรมของผู้ซื้อ ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้าจะสนใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติการบริโภค

5.1.2 ด้านการกำหนดราคาสินค้า โดยกำหนดราคาที่แตกต่างกันคู่แข่ง และในช่วงเทศกาลสำคัญให้มีส่วนลด เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะมาซื้อเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาณิศรา สิริเอกศาสตร์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ พฤติกรรมของผู้ซื้อ ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้าจะสนใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติการบริโภค ซึ่งหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงิน

5.1.3 การบริการ โดยผู้ขายจะต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเขาเป็นคนสำคัญโดยการเอาใจใส่ หรือบางครั้งต้องเข้าฝักอบรมเทคนิควิธีการใหม่ ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ องอาจ ปทรวานิช (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการขาย เป็นการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายที่กระตุ้นที่ตัวแทนพ่อค้าส่ง หรือพ่อค้าปลีก ให้ใช้ความพยายามในการขาย รับสินค้าไว้อย่างรวดเร็ว และช่วยผลักดันสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้กลุ่มลูกค้า โดยทั่วไปมัก ใช้การขายโดยใช้พนักงาน ควบคุมกับการส่งเสริมที่มุ่งสู่คนกลาง

5.2 ปัญหาการจัดการแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

5.2.1 ปัญหาด้านผู้ประกอบการ โดยมีปัญหาสำคัญหลายประการ เช่น จ่ายค่าจ้างไม่ตรงตามเวลา และการปรับเปลี่ยนพนักงานบ่อยครั้ง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีรินทร์ ชันติวัฒนกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มอาชีพที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแตกต่างกันมีภาพรวมปัญหาทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มอาชีพที่ผลิตประเภทผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีปัญหาทางการตลาดด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

5.2.2 ปัญหาด้านเงินทุน โดยผู้ประกอบการมักขาดสภาพคล่อง เช่น ทุนสำรองการจ่ายซื้อสินค้า ทุนขยายกิจการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีรินทร์ ชันติวัฒนกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพ พบว่าปัญหาและอุปสรรค ด้านราคามีปัญหามากที่สุด รองลงมา มีปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์

5.2.3 ปัญหาวัตถุดิบที่สำคัญ โดยมักจะมีวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย เช่น ช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เศรษฐศิลป์ อัมมวรรณ (2537) ได้ศึกษาเรื่องความปลอดภัยอาหารไทย พบว่า ปัญหาการเลี้ยงสุกร โค และกระบือ เนื่องจากราคาไม่มีเสถียรภาพ ควบคุมได้ยาก และเกษตรกรไม่รวมตัวกัน ต้นทุนการผลิตสูง เนื้อมีสารตกค้าง เช่น สารเร่งเนื้อแดง และโรคระบาดโดยเฉพาะปาก และเท้าเปื่อย จึงเป็นปัญหาสำคัญต่อการส่งออกเนื้อ

5.2.4 ปัญหาด้านวิธีปฏิบัติงาน โดยการปรับเปลี่ยนพนักงานบ่อยครั้ง ส่งผลต่อความคล่องแคล่วในการให้บริการต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปานศิริ พูลพล (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (ระดับ 1-5 ดาว) จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาควรเน้นไปที่ 1) ด้านการอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้ประกอบการในด้านการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย

5.3 แนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง กรณีศึกษา ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

5.3.1 ลักษณะทั่วไปของสังคมเมือง

1) ด้านสภาพแวดล้อมในชุมชนเมือง พบว่าสภาพแวดล้อมในชุมชนเมือง ของตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง เป็นชุมชนที่มีประชากรจำนวนมาก จึงทำให้มีความเหมาะสมที่จะประกอบอาชีพค้าขายแผงลูกชิ้น โดยเป็นผู้ประกอบการที่มาจากต่างถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภัทรา ชื่นชม (2554) ได้ศึกษาเรื่องสิ่งแวดล้อมในเมือง ชุมชนเมืองมีประชากรหนาแน่นมากตามความเจริญของเมืองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

2) ด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พบว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเทศบาลเมืองพัทลุง โดยมีจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดส่งผลให้ชุมชนเมืองมีความแออัดสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง จนก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชากร พร้อมด้วยปัญหา การว่างงาน และความยากจน ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาเสพติด ปัญหาการหย่าร้าง ปัญหาเด็กเร่ร่อน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดุจฤดี คงสุวรรณ (2543) ได้ศึกษาเรื่องพัฒนาการสังคมไทย การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาทางสังคมในเมืองมองได้หลายแนวทาง แต่มีการพิจารณาจากพัฒนาการของสังคมไทย ในประวัติศาสตร์แล้วจะเห็นว่ามีความแตกต่างจากคำว่า นคร หรือมหานคร ซึ่งเป็นเมืองที่เติบโตในสังคมยุคอุตสาหกรรม

5.3.2 องค์ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์

1) ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคสูงขึ้น คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมาจากเนื้อสัตว์แท้ ไม่มีสารอันตราย เจือปน และความปลอดภัยของผู้จำหน่ายที่มีต่อผู้บริโภคควรจะต้องเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในที่มีขีดจำกัดอุณหภูมิและควรสวมใส่ถุงมือ ผ้ากันเปื้อน หมวกปกปิดเส้นผมเพื่อความสะดวกและน่าไว้วางใจต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เศรษฐศิลป์ อัมมวรรณ (2537) ได้ศึกษาเรื่อง ความปลอดภัยอาหารไทย ผู้บริโภคเนื้อควรให้ความสนใจในการดูแล สุขภาพ และคำนึงถึงความปลอดภัย และคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น เนื่องจากได้ตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น จากพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะอนามัย และไม่ปลอดภัย ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อ และผลิตภัณฑ์ ผลิต เนื้อที่ได้มาตรฐาน ปราศจากสารตกค้าง และอยู่ในเกณฑ์ที่ปลอดภัยต่อการบริโภค

2) ความสะดวกต่อการบริโภคสูงขึ้น ผู้จำหน่ายลูกชิ้นควรใส่ใจในเรื่องของแพ็คเกจ เตรียมการขายให้ เรียบร้อยให้สุด สะอาด เพื่อความรวดเร็ว สะดวก ง่าย ในสภาวะที่เร่งรีบของผู้บริโภค ลูกชิ้นต้องมีราคาที่เหมาะสมสะดวก ต่อการซื้อไปบริโภคได้ทุกเพศทุกวัย และควรมีสินค้าให้เลือกซื้อได้ในหลายรูปแบบ และผู้จำหน่าย ควรมีป้ายชี้แจ้งในการเปิด ปิดของร้านเพื่อลูกค้าที่สนใจบริโภคจะได้ไม่ไปซื้อผิดวันผิดเวลา และไม่ควรถือร้านบ่อยจนเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ อนุกุล พลศิริ (2534) ได้ศึกษาเรื่อง ลูกชิ้น ลูกชิ้นเป็นอาหารที่รับประทานง่าย หาซื้อได้สะดวก รสชาติอร่อย และมีคุณค่าทางโภชนาการ จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทำให้มีผู้สนใจหันมาทำธุรกิจนี้กันมากขึ้น

3) ความหลากหลายในการบริโภคลูกชิ้น ความหลากหลายที่ผู้บริโภคสนใจ คือ ความหลากหลายรสชาติที่ เนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบหลัก ๆ เช่น ลูกชิ้นหมู ลูกชิ้นเอ็นหมู ลูกชิ้นเนื้อวัว ลูกชิ้นไก่ ลูกชิ้นเอ็นไก่ ลูกชิ้นปลา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รังสิณี พูลเพิ่ม (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของครอบครัว การบริโภค อาหารเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน นอกจากทำให้ผู้รับประทานรู้สึกอิ่ม และมีพลังงานในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ แล้วยังมีผลต่อสุขภาพในระยะยาวอีกด้วย ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การค้า ระบบการสื่อสาร และการโฆษณา ต่าง ๆ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการค้าขายแผงลูกชิ้น

6.1.1 ควรมีการติดป้ายชี้แนะในการบริการของแผงลูกชิ้น เช่น ติดป้ายแจ้งวันหยุดประจำ เป็นต้น

6.1.2 ผู้ประกอบการค้าขายแผงลูกชิ้นควรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า

6.2 ข้อเสนอแนะต่อชุมชนเทศบาลเมืองพัทลุง

6.2.1 ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความรู้เรื่องการตลาด เป็นการส่งเสริมอาชีพในด้านการค้าขาย

6.2.2 ควรมีการพูดคุยปรึกษากันในส่วนของผู้ประกอบการค้าขาย และผู้ดูแลชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

6.3.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการค้าขายในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเรียบร้อย ภายในชุมชน

6.3.2 ควรกำหนดให้มีการประชุมผู้ประกอบการค้าขายกับผู้ดูแลชุมชน เพื่อที่จะได้ปรับปรุงชุมชนให้เกิดการพัฒนา

6.4 ข้อเสนอแนะวิจัยในครั้งต่อไป

6.4.1 ควรมีการศึกษากฎจราจรบนท้องถนนเพื่อความสะดวกต่อการจราจรในชุมชนเทศบาลเมืองพัทลุง กรณีศึกษา : ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง ตำบลคูหาสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

6.4.2 ควรมีการศึกษา แนวทางส่งเสริมแผงลูกชิ้นการจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์ในชุมชนเมือง
กรณีศึกษา : ตลาดเทศบาลเมืองพัทลุง ตำบลคูหาสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

7. เอกสารอ้างอิง

- ดุจฤดี คงสุวรรณ. (2543). *พัฒนาการสังคมไทย*. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2560, จาก http://www.Baanjomiyut.com/library_2/development_of_society/
- ปนัดดา จันทร์อุไร. (2547). *คุณค่าทางโภชนาการของลูกชิ้น*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.thaithesis.org/detail.php?id=1202547000110>
- ปานิศรา สิริเอกศาสตร์. (2556). *การตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- ปานศิริ พูลพล. (2560). “ปัญหา และแนวทางการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (ระดับ 1-5 ดาว) ในจังหวัดขอนแก่น”. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตบัณฑิตเอเชีย*. 7, น. 23-33.
- ภัทรา ชื่นชม. (2554). *สิ่งแวดล้อมในเมือง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รังสิณี พูลเพิ่ม. (2559). *พฤติกรรมกรบริโภคอาหารของครอบครัว*. กรุงเทพฯ: ที พี พีริ้น.
- ศรินทร์ ชันติวัฒนกุล. (2558). “ปัญหา และแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน”. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ*. 6(1), น. 69-81.
- เศรษฐศิลป์ อัมมวรรณ. (2537). *ความปลอดภัยอาหารไทย*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์ พัฒนา.
- สุรีพร ศรีชมพู. (2557). *การตลาด*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94>
- อนุกุล พลศิริ. (2534). *ลูกชิ้น*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก <https://lookchinpk.com/index.php/opshop-2>
- องอาจ ปทะวานิช. (2550). *การส่งเสริมการขาย*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก http://www.kasikomresearch.com/InfoGraphic/Documents/2766_p.pdf