

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย¹

FACTORS AFFECTING DEMAND OF STALL TENANTS IN KLONG TOEY MARKET.

อริสรา พรหมเฝ้า²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย มีวัตถุประสงค์นี้ เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้เช่าแผงค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประธาน กรรมการบริหารบริษัท ผู้เช่าแผงค้า และลูกค้าที่ไปซื้อสินค้าในตลาด โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 29 คน เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง ผสมผสานกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า การเช่าแผงค้าจำเป็นต้องมีกฎ ระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ ในการจัดการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย เพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดราคาเช่าแผงที่ชัดเจนโดยใช้ขนาดของแผงและพื้นที่ทำเลที่ตั้งของแผงเป็นตัวกำหนดราคา มีการกำหนดเงื่อนไขการชำระค่าเช่าแผง มีการตรวจสอบดูแลแผงค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ ให้ความสำคัญสะอาดเรียบร้อยตามกฎหมายที่ได้วางไว้ มีการบริหารจัดการด้านการจรรยาบรรณในตลาดอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

คำสำคัญ : ผู้เช่าแผงค้า, ตลาดคลองเตย

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate the attitude of stall tenants and those involved in renting a commercial stall in Klong Toey Market and to study the factors affecting the demand of tenants in the Klong Toey market. The sample of this study consisted of Chairman, Executive Committee, stall tenants, and customers who have visited to buy products in the market. The sample size was 29, which was selected based on a purposive sampling. Research instruments for data collection were structured interview and in-depth interview. The results of the study indicated that renting a commercial stall in Klong Toey Market requires rules, regulations and measures for effective management with clarified rental pricing based on stall size and positioning location. In addition, the conditions of pricing and payment must be determined under regular inspection and supervision of merchants to improve the service quality to maintain cleanliness in accordance with the prescribed rules, well-organized and neat management of traffic within the market to achieve greater efficient management.

Keywords: Stall tenants, Klong Toey Market

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดมีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของผู้คนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งพบว่า กลุ่มผู้ขายมีความต้องการในการขายอยู่เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มีอาชีพหลักด้านการค้าขาย หรือกลุ่มพนักงานบริษัทที่ต้องการค้าขายเป็นอาชีพเสริม โดยเห็นได้จากอุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย พบว่า มีจำนวนผู้เช่าแผงค้าที่เป็นกลุ่มของพนักงานบริษัทที่ต้องการค้าขายเป็นอาชีพเสริมเพิ่มมากขึ้น โดยนิยมจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น จากอุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าจำนวนมาก ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้เช่าแผงค้าบางกลุ่มเป็นพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ เริ่มออกมาดำเนินกิจการเป็นของตนเอง เช่น การเปิดร้านอาหาร ขายสินค้าอาหารสดและอาหารแห้ง อาจด้วยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจทำให้เกิดการหันมาประกอบอาชีพใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่มีอาชีพหลักด้วยการค้าขาย เช่น มีการตั้งราคาขายที่ถูกกว่า มีการขายสินค้าชนิดเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามเมื่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงมีเป็นจำนวนมาก การตัดสินใจเลือกเช่าแผงค้าจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านการบริหารจัดการแผงค้า การกำหนดราคาสินค้า การส่งเสริมการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค และภาวะเศรษฐกิจในขณะนั้น ๆ รวมทั้งปัจจัยด้านคุณลักษณะของแผงค้า ทำเลที่ตั้งและเวลาเปิดแผงค้า การเข้าร่วมนโยบายรัฐ และการรักษาความสะอาด เป็นต้น

ตลาดคลองเตยเป็นตลาดหนึ่งที่มีลักษณะการบริหารจัดการตลาดหลายรูปแบบ เช่น ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดกลางคืน โดยสามารถจำแนกสินค้าที่จำหน่ายออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ (1) ร้านอาหารสด (2) ร้านอาหารแห้ง (3) ร้านอาหารโต้ง (4) ร้านอาหารทะเล (5) ร้านผักผลไม้ (6) ร้านเสื้อผ้าเครื่องประดับ และ (7) ร้านกระเป๋า รองเท้า ในช่วงก่อนสถานการณ์ โควิด-19 มีผู้เช่าแผงค้าให้ความสนใจในการเช่าแผงกับตลาดคลองเตยค่อนข้างมาก แต่ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก ทำให้อุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้ามีอัตราที่ลดน้อยลง ตลาดคลองเตยเป็นตลาดหนึ่งในหลาย ๆ ตลาดของกรุงเทพมหานครที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เนื่องจากเกิดกรณีมีผู้ติดเชื้อโควิด-19 ภายในตลาดขายอาหารทะเล จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นที่มาของปัญหา จึงทำให้มีประชาชนเกิดความหวาดกลัว และมาจับจ่ายใช้สอยด้วยตนเองในอัตราที่ลดลง

ในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภครายย่อยในปัจจุบัน มีความนิยมในการจับจ่ายซื้อของออนไลน์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากได้รับความสะดวกสบายในการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชัน พ่อค้าแม่ค้าก็ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่สังคมการค้าขายออนไลน์ ตามนโยบายรัฐที่มีมาตรการการจับจ่ายใช้สอยคนละครั้งผ่านแอปพลิเคชัน “เป่าตั้งค์” โดยเปิดให้มีการลงทะเบียนรับสิทธิ์ 2 ช่วง เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบของประชาชนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ซึ่งนอกเหนือจากการขายสินค้าสำหรับลูกค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยด้วยตนเองแล้ว การขายสินค้าออนไลน์มีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ลักษณะการค้าขายออนไลน์แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ (1) การขายสินค้าผ่านการสั่งซื้อจากแอปพลิเคชัน เช่น ไลน์แมน , ฟู้ดแพนด้า, แกร็บ เป็นต้น (2) การขายสินค้าหน้าร้านโดยจ่ายผ่านแอปพลิเคชัน “เป่าตั้งค์” ตามนโยบายของรัฐบาล

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมในการจับจ่ายใช้สอยออนไลน์มากขึ้น ประกอบกับนโยบายรัฐในการให้เงินช่วยเหลือผ่าน

ระบบแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทำให้ร้านค้าต้องปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ประเด็นดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึง “ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย” เนื่องจากปัญหาของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย โดยคาดหวังว่าผลการศึกษจะสามารถนำมากำหนดมาตรการและแนวทางในการปรับตัวเพื่อการบริหารจัดการตลาดให้มีประสิทธิภาพตามสถานการณ์ความเป็นจริงได้ต่อไป รวมทั้งเพื่อนำไปปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการ และเสนอแนะเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการตลาดคลองเตยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้เช่าแผงค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

คำถามการวิจัย

1. ผู้เช่าแผงค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยมีทัศนคติเกี่ยวกับการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยอย่างไร
2. อะไรคือปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย
3. ปัจจัยเหล่านั้นส่งผลต่อการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาแบ่งขอบเขตด้านเนื้อหาออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นเกี่ยวกับการเช่า ได้แก่ การบริหารจัดการ กฎ ระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ เป็นต้น
2. ประเด็นเกี่ยวกับอุปสงค์ ได้แก่ ราคาสินค้าและบริการ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าหรือบริการอื่น ๆ ที่ต้องใช้ร่วมกันหรือแทนกันได้ พฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจขณะนั้น ๆ
3. ประเด็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ได้แก่ อัตราผู้บริโภคและความนิยมของผู้บริโภคที่มาจับจ่ายใช้สอยในตลาดคลองเตย (Product) ราคาเช่าแผงค้า (Price) ความสะอาดปลอดภัยของตลาดคลองเตย (Place) การส่งเสริมการขายของผู้บริหารตลาดคลองเตย (Promotion) เช่น การลดราคาเช่า หรือกลยุทธ์ทางการตลาดอื่น ๆ เป็นต้น

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ศึกษาในช่วงต้นปี 2562 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จนถึงต้นปี 2564 ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยระลอกที่ 3

ขอบเขตด้านสถานที่

ศึกษาเฉพาะพื้นที่ตลาดคลองเตยเท่านั้น

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ศึกษากำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้เช่าแผงค้าภายในตลาดคลองเตย	จำนวน 20 ท่าน
2. ประธานบริหารบริษัททีเกิ้ล โปรเฟสชั่นแนล จำกัด	จำนวน 1 ท่าน
3. กรรมการบริหารบริษัททีเกิ้ล โปรเฟสชั่นแนล จำกัด	จำนวน 2 ท่าน
4. ลูกค้าที่ไปซื้อสินค้าในตลาด	จำนวน 6 ท่าน
	รวมทั้งสิ้น 29 ท่าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน การกำหนดนโยบาย การปรับปรุง และการพัฒนาการบริหารจัดการตลาดคลองเตย ตลอดจนตลาดอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตลาดคลองเตย สามารถนำไปใช้ประโยชน์จากการศึกษาครั้งนี้ได้

แนวคิดและการทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง จำนวนหรือปริมาณต่าง ๆ ของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับราคาต่างกันของสินค้าชนิดนั้น ๆ โดยลักษณะของความต้องการซื้อนั้น จะประกอบด้วย (นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2553, หน้า 36)

1. ความปรารถนาอยากจะซื้อ หรือความเต็มใจอยากจะซื้อ เพื่อสนองความพอใจให้มากที่สุด
2. ความสามารถที่จะซื้อหรืออำนาจซื้อ หมายถึง ความสามารถทางการเงินความต้องการในทางเศรษฐศาสตร์ต้องประกอบด้วย 2 สิ่งดังกล่าวข้างต้น ถ้ามีความปรารถนาอยากซื้อแต่ไม่พร้อมด้วยอำนาจซื้อหรือไม่อยากได้ แต่สามารถจะซื้อได้ ไม่ถือเป็นอุปสงค์ อุปสงค์ในทางเศรษฐศาสตร์นั้นเป็น effective demand ซึ่งหมายถึง ผู้ซื้อเต็มใจอยากซื้อและสามารถซื้อได้ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ (Quantity Demand) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

นักการตลาดจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย นักวิชาการหลาย ท่านได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

วีลีน และ ฮันเกอร์ (Wheelen L. Thomas and Hunger J David, 2012, page 199) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การรวมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวแปรที่สำคัญภายใต้การควบคุมขององค์กรที่สามารถใช้ในการทำให้เกิดความความต้องการ (Demand) และได้รับประโยชน์ จากการแข่งขัน (Competitive advantage) ตัวแปรเหล่านี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product), ช่องทาง (Place), ส่วนส่งเสริมการตลาด (Promotion) และราคา (Price) โดยตัวแปรเหล่านี้จะมีองค์ประกอบย่อยที่สามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อปรับให้เหมาะสมกับความสามารถขององค์กร

แลมบ์ แฮร์ และ แมคคาเนียล (Lamb Hair and McDaniel, 2000, page 44 อ้างถึงใน พิบูล ที่ปะपाल 2545, หน้า 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคามาประสมกันเป็นหนึ่งเดียว จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนกับตลาดเป้าหมาย และทำให้เกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกันสองฝ่าย

เลิฟล็อกและเวิร์ทซ์ (Lovelock and Wirtz, 2007, pp.15 อ้างถึงใน ธรรมนูญ โขศรีศมีศิริ, 2558, หน้า 25) กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทาง การตลาดบริการ สำหรับธุรกิจบริการนั้นจะมีองค์ประกอบทั้ง 8 ของสินค้าบริการหรือ 8P ที่จะต้องทำงาน ประสานกันอย่างดีจึงจะไปประสิทธิผล ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้าน สถานที่ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านกระบวนการ (7) ด้านรูปลักษณ์ทาง ภายนอก (8) ด้านผลิตภัณฑ์ และคุณภาพ

คอตเลอร์ (Kotler, 2011, pp.434-438 อ้างถึงใน ธรรมนูญ โขศรีศมีศิริ, 2558, หน้า 27-28) แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ด้าน ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการ (Process)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนาศ พงษ์มา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด : กรณีศึกษา ตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เลือกซื้อสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือตนเอง รูปแบบการเลือกซื้อ

เป็ล เอี้ยวสุวรรณ และสุพัตรา จุณณะปิยะ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด นำซื้อ ผลการวิจัยพบว่า ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด นำซื้อในระดับปานกลาง โดยผู้ซื้อมีความต้องการให้พัฒนาด้านความปลอดภัยอาหารมากที่สุด ส่วนผู้ขายมีความต้องการให้พัฒนาด้านสุขาภิบาลและพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด

นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การกำเนิด และพัฒนาการของ ตลาดสด ตลาดนัด และผู้ค้า รายย่อยในภาคอีสาน ผลการศึกษาพบว่า การค้าขายและตลาด เกิดขึ้นมาพร้อมกับการตั้งชุมชนโบราณ แต่การค้าขายและตลาดสด ที่ มีการเติบโตและสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน เริ่มมาจากการเข้ามาของพ่อค้าคนจีน

อำพัน ศิริสม, ดิฐา แสงวัฒนะชัย. (2564). ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชน ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม ผลจากการศึกษาพบว่า บทบาทของตลาดแห่งนี้คือ อาหารอีสานปรุงสุก ผู้ซื้อมีความพึงพอใจในสินค้า ทั้งด้านความหลากหลาย คุณภาพและราคาที่เหมาะสม ผู้ขายต้องการให้ปรับปรุงด้านสถานที่

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการศึกษา ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

2. ผู้ให้ข้อมูลหลักและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้เช่าแผงค้าภายในตลาดคลองเตย จำนวน 20 ท่าน ประธานบริหารบริษัทลีเกิ้ล โพรเฟสชั่นแนล จำกัด จำนวน 1 ท่าน กรรมการบริหารบริษัทลีเกิ้ล โพรเฟสชั่นแนล จำกัดจำนวน 2 ท่าน ลูกค้าที่ไปซื้อสินค้าในตลาด จำนวน 6 ท่าน รวมทั้งสิ้น 29 ท่าน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ดุลพินิจและการตัดสินใจของผู้ศึกษาเป็นหลักในการพิจารณาเลือกตัวอย่าง ว่ามีลักษณะสอดคล้องหรือเป็นตัวแทนที่จะศึกษาได้หรือไม่ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง (Structured interview) ผสมผสานกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวพร้อมกับการบันทึกเสียงบทสนทนาและจดบันทึก เพื่อนำมาใช้ถอดความสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สรุปผลการศึกษา

ข้อคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

จากการศึกษา พบว่า การเช่าแผงค้าจำเป็นต้องมีกฎ ระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ ในการจัดการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย เพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ มีการกำหนดราคาเช่าแผงที่ชัดเจน โดยใช้ขนาดของแผงและพื้นที่ทำเลที่ตั้งของแผงเป็นตัวกำหนดราคา มีการกำหนดเงื่อนไขการชำระค่าเช่าแผง โดยการกำหนดช่วงเวลาในการชำระค่าเช่าแผงที่ชัดเจน มีการตรวจสอบดูแลแผงค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ โดยมีมาตรการกำกับตรวจสอบแผงค้าต่าง ๆ ให้ความสำคัญสะอาดเรียบร้อยตามกฎหมายที่ได้วางไว้ มีการกำหนดบทลงโทษ เช่น ค่าปรับ สำหรับแผงค้าที่ไม่ปฏิบัติตามระเบียบของบริษัท เช่น การวางขายสินค้าเกินพื้นที่ที่ได้ตกลงกันไว้ มีการบริหารจัดการด้านการจราจรภายในตลาดอย่างเป็นระบบ เป็นต้น การกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ ทางบริษัท จะทำเข้าใจกับผู้เช่าแผงค้าก่อนทำสัญญาเช่า เพื่อให้ผู้เช่าแผงค้าปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องและเป็นระเบียบเรียบร้อย สำหรับการจัดการเช่าแผงค้าที่ดี ควรทำให้ผู้เช่าแผงค้าและประชาชนผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ มีความสะดวกสบาย และรู้สึกยุติธรรม และพยายามหามาตรการควบคุมไม่ให้เกิดการเช่าช่วงต่อ เพราะทำให้เกิดปัญหาการค้าเช่าที่ไม่เท่าเทียมกัน ในบางครั้งอาจมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างบริษัทกับผู้เช่าแผงค้า แต่ก็สามารถคลี่คลายปัญหาไปได้ เช่น กรณีการบริหารจัดการตลาดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มาตรการในการป้องกันของบริษัท ในการบริหารจัดการตลาด คือ การตรวจวัดอุณหภูมิของประชาชนผู้มาใช้บริการ ล้างเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ บังคับให้ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่เข้ามาใช้บริการทั้งในส่วนของผู้เช่าแผงค้าและประชาชน แต่ก็ยังมีผู้ที่ไม่ปฏิบัติตาม อาจเนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าว ความไม่คุ้นชินกับการสวมหน้ากากอนามัย สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความประมาทและอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา โดยการควบคุมการใส่หน้ากากอนามัย

จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องภายในพื้นที่ของตลาดคลองเตย ที่จะต้องช่วยกันสอดส่องดูแล ตักเตือนให้ทุกคนปฏิบัติตาม ซึ่งในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ถือเป็นปัญหาสำคัญที่สุดในตลาดของเตยที่ยังไม่สามารถควบคุมได้

ปัญหานี้ยังส่งผลกระทบต่ออัตราผู้มาใช้บริการภายในตลาดคลองเตยที่มีจำนวนน้อยลงอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงก่อนที่จะมีข่าวการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในย่านเขตชุมชนตลาดคลองเตย นอกเหนือจากนี้ กลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการ ยังมีความต้องการให้ตลาดคลองเตยพัฒนาในด้านความปลอดภัย ด้านความสะอาด ด้านความสวยงาม ด้านการระบายน้ำเสีย ด้านคุณภาพแผงค้า ด้านความสะดวกสบาย ด้านความหลากหลายของสินค้า และด้านการระบายอากาศในตลาด ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไปด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

1. ด้านอุปสงค์

ในภาพรวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับด้านอุปสงค์ พบว่า ในปัจจุบันตลาดคลองเตยมีจำนวนแผงค้าโดยประมาณ 1,953 แผง และมีแนวโน้มความต้องการแผงค้าในตลาดคลองเตยในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีมากกว่าในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมทั้งความสามารถในการจ่ายค่าเช่าแผงค้าในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีมากกว่าในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้วย สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการเช่าแผงในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยในด้านต่าง ๆ เรียงจากมากที่สุด 5 ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ ด้านภาวะเศรษฐกิจ ลำดับที่ 2 คือ ด้านจำนวนผู้ซื้อในตลาด ลำดับที่ 3 คือ ด้านราคาเช่าแผง ลำดับที่ 4 คือ ด้านราคาสินค้าและด้านรายได้ของผู้ซื้อ ลำดับที่ 5 คือ ด้านรสนิยมของผู้ซื้อและด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ

2. ด้านปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ในภาพรวมกลุ่มประธานและกรรมการบริษัทกับกลุ่มผู้เช่าแผงค้ามีความคิดเห็นสอดคล้องกับเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของการเช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการในการเช่าแผงค้า 5 อันดับ คือ ลำดับที่ 1 คือ ด้านจำนวนผู้ซื้อในตลาด ลำดับที่ 2 คือ ภาวะเศรษฐกิจ ลำดับที่ 3 คือ ราคาเช่าแผง, ราคาสินค้า ลำดับที่ 4 คือ รายได้ของผู้ซื้อ และลำดับที่ 5 คือ พฤติกรรมของผู้ซื้อ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อสินค้าในตลาดคลองเตยของประชาชนผู้ใช้บริการ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการในการเช่าแผงค้า 5 อันดับ ลำดับที่ 1 คือ ด้านภาวะเศรษฐกิจ ลำดับที่ 2 คือ ด้านราคาเช่าแผง, ด้านรายได้ของผู้ซื้อ, ด้านราคาสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องใช้ร่วมกัน หรือใช้แทนกันได้ ลำดับที่ 3 คือ ด้านราคาสินค้า, ด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ ลำดับที่ 4 คือ ด้านรสนิยมของผู้ซื้อ, ด้านจำนวนผู้ซื้อในตลาด และลำดับที่ 5 คือ ด้านการคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต

3. ด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาด

ในภาพรวมกลุ่มประธานและกรรมการบริษัทมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย ด้านราคาเช่าแผงในระดับมากที่สุด ด้านขนาดของแผงในระดับมากที่สุด ด้านประเภทของแผงในระดับมากที่สุด ด้านคุณภาพของแผงในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ตั้งแผงค้าในตลาดในระดับมากที่สุด ด้านการแข่งขันกับตลาดอื่นในระดับมากที่สุด ด้านเงื่อนไขการชำระเงินในระดับมากที่สุด ด้านความสะอาดในระดับมากที่สุด และด้านการระบายอากาศในตลาดในระดับมากที่สุด ในภาพรวมของปัจจัยด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มประธานและกรรมการบริษัท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยในด้านต่าง ๆ เรียงจากมากที่สุด 5 ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ ด้านคุณภาพของแผง ลำดับที่ 2 คือ ด้านความสะอาด ลำดับที่ 3 คือ ด้านการแข่งขันกับตลาดอื่น ลำดับที่ 4 คือ สถานที่ตั้งแผงในตลาด ลำดับที่ 5 คือ ประเภทของแผง ผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาด ด้านราคาเช่าแผงในระดับปานกลาง ด้านขนาดของแผงในระดับปานกลาง ด้านประเภทของแผงในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพของแผงในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ตั้งแผงค้าในตลาดในระดับมากที่สุด ด้านการแข่งขันกับตลาดอื่นในระดับปานกลาง ด้านเงื่อนไขการชำระเงินในระดับปานกลาง ด้านความสะอาดในระดับปานกลาง ด้านการระบายอากาศในตลาดในระดับปานกลาง และด้านอื่น ๆ ในระดับปานกลาง ในภาพรวมของปัจจัยด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยอยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านการจัดการการเช่าแผงค้าในตลาด

ในภาพรวมกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นว่าการจัดการการเช่าแผงค้าในตลาด จะต้องให้ความสำคัญกับ บรรยากาศภายในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ รองลงมา คือ ความสะอาด ราคาเช่าแผง และอื่น ๆ รวมทั้งขนาดของแผง สถานที่ตั้งแผงค้าในตลาด คุณภาพของแผง และประเภทของแผง การแข่งขันกับตลาดอื่น ๆ เงื่อนไขการชำระเงินด้วย จากสรุปผลการศึกษาข้างต้น เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย สามารถสรุปเป็นรายปัจจัยดังตารางต่อไปนี้

ตาราง แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

ปัจจัย	ส่งผลต่อคุณภาพ การปฏิบัติงาน	ไม่ส่งผลต่อ คุณภาพ การปฏิบัติงาน
1) ปัจจัยด้านราคาเช่าแผง	✓	
2) ปัจจัยด้านราคาสินค้า	✓	
3) ปัจจัยด้านรายได้ของผู้ซื้อ	✓	
4) ปัจจัยด้านรสนิยมของผู้ซื้อ	✓	
5) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ	✓	
6) ปัจจัยด้านจำนวนผู้ซื้อในตลาด	✓	
7) ปัจจัยด้านการคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต	✓	
8) ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ	✓	
9) ปัจจัยด้านราคาสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องใช้ร่วมกัน หรือใช้แทน กันได้	✓	

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

1. ด้านอุปสงค์ พบว่า ในปัจจุบันตลาดคลองเตยมีแนวโน้มความต้องการแผงค้า รวมทั้งความสามารถในการจ่ายค่าเช่าแผงค้าในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีมากกว่าในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

2. ด้านปัจจัยกำหนดอุปสงค์ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการในการเช่าแผงค้า 5 อันดับ คือ ลำดับที่ 1 คือ ด้านจำนวนผู้ซื้อในตลาด ลำดับที่ 2 คือ ภาวะเศรษฐกิจ ลำดับที่ 3 คือ ราคาเช่าแผง, ราคาสินค้า ลำดับที่ 4 คือ รายได้ของผู้ซื้อ และลำดับที่ 5 คือ พฤติกรรมของผู้ซื้อ

3. ด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาด กลุ่มประธานและกรรมการมีความคิดเห็น เรียงจากมากที่สุด 5 ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ ด้านคุณภาพของแผง ลำดับที่ 2 คือ ด้านความสะอาด ลำดับที่ 3 คือ ด้านการแข่งขันกับตลาดอื่น ลำดับที่ 4 คือ สถานที่ตั้งแผงในตลาด ลำดับที่ 5 คือ ประเภทของแผง ผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านราคาเช่าแผงในระดับปานกลาง ด้านขนาดของแผงในระดับปานกลาง ด้านประเภทของแผงในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพของแผงในระดับมาก ด้านสถานที่ตั้งแผงค้าในตลาดในระดับมาก ด้านการแข่งขันกับตลาดอื่นในระดับปานกลาง ด้านเงื่อนไขการชำระเงินในระดับปานกลาง ด้านความสะอาดในระดับปานกลาง ด้านการระบายอากาศในตลาดในระดับปานกลาง และด้านอื่น ๆ ในระดับปานกลาง ในภาพรวมของปัจจัยด้านลักษณะของแผงค้าและสภาพของตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยอยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านการจัดการการเช่าแผงค้าในตลาด ภาพรวมคิดเห็นว่า การจัดการการเช่าแผงค้าในตลาด จะต้องให้ความสำคัญกับ บรรยากาศภายในเป็นสิ่งสำคัญ รองลงมา คือ ความสะอาด ราคาเช่าแผง และอื่น ๆ รวมทั้งขนาดของแผง สถานที่ตั้งแผงค้าในตลาด คุณภาพของแผง และประเภทของแผง การแข่งขันกับตลาดอื่น ๆ เงื่อนไขการชำระเงินด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

1. ด้านราคาเช่าแผง ควรพิจารณาปรับลดค่าเช่าในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. ด้านราคาสินค้า ควรมีการกำกับให้ราคาสินค้าแต่ละชนิดที่มีลักษณะเหมือนกันมีช่วงราคาขายที่ไม่แตกต่างกัน
3. ด้านรายได้ของผู้ซื้อ ควรประเมินลักษณะหรือประเภทของสินค้าที่จะนำมาขายในตลาด
4. ด้านรสนิยมของผู้ซื้อ ควรประเมินลักษณะหรือประเภทของสินค้าที่จะนำมาขายในตลาด
5. ด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ ควรประเมินลักษณะหรือประเภทของสินค้าที่จะนำมาขายในตลาด
6. ด้านจำนวนผู้ซื้อในตลาด ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย
7. ด้านการคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต ควรวางแผนการเลือกแผงค้าภายในตลาดล่วงหน้า เพื่อจะสามารถกำหนดราคาสินค้าแต่ละชนิดได้ล่วงหน้าด้วยเช่นกัน
8. ด้านภาวะเศรษฐกิจ ควรประเมินสถานการณ์เศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศ เพื่อวางแผนการบริหารจัดการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
9. ด้านราคาสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องใช้ร่วมกัน หรือใช้แทนกันได้ ควรมีการคัดเลือกแผงค้าอย่างเป็นระบบเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสินค้าซ้ำกัน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ จากปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตย

1. ควรมีมาตรการเยียวยาร้านค้าในตลาดที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เช่น การลดราคาเช่า หรือการขยายเวลาจ่ายชำระค่าเช่า เป็นต้น
2. ควรมีมาตรการควบคุมราคาสินค้าแต่ละชนิดที่มีลักษณะเหมือนกันให้มีช่วงราคาขายที่ไม่แตกต่างกัน
3. ควรมีการประเมินศักยภาพในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคที่มาใช้บริการภายในตลาดของเตย เพื่อที่จะได้คัดเลือกผู้เช่าแผงค้าและชนิดของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
4. ควรมีการประเมินรสนิยมส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการภายในตลาดของเตย เพื่อที่จะได้คัดเลือกผู้เช่าแผงค้าและชนิดของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
5. ควรมีการประเมินพฤติกรรมส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการภายในตลาดของเตย เพื่อที่จะได้คัดเลือกผู้เช่าแผงค้าและชนิดของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
6. ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นจำนวนผู้ซื้อภายในตลาด หรือจัดทำเพจตลาดคลองเตย หรือแอปพลิเคชันสำหรับข้อป้ังภายในตลาดคลองเตยแบบออนไลน์ โดยร่วมมือกับพนักงานไลน์แมน แกร็บ ในการจัดส่งสินค้า และยังสามารถช่วยพ่อค้าแม่ค้าในการเพิ่มยอดขายได้ด้วย

7. ควรมีการวางแผนการเลือกแผงค้าภายในตลาดล่วงหน้า เช่น แผงค้าที่มีสินค้าลักษณะเดียวกันควรมีไม่เกินกี่ร้าน เพื่อจะสามารถกำหนดราคาสินค้าแต่ละชนิดให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

8. ควรมีการประเมินสถานะเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศ เพื่อวางแผนการบริหารจัดการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

9. ควรมีการคัดเลือกแผงค้าอย่างเป็นระบบเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสินค้าซ้ำกัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าในตลาดคลองเตยกับกลุ่มผู้เช่าแผงค้าที่ขายสินค้าในลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากแผงค้าที่ขายสินค้าทุกประเภทอย่างครบถ้วน

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เช่าแผงค้า ในประเด็นการคัดเลือกสินค้ามาจำหน่าย การกำหนดราคาขาย การจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินความเป็นไปได้ของจำนวนผู้เช่าแผงค้าในอนาคต

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้เช่าแผงค้าเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาการบริหารจัดการภายในตลาดคลองเตยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ทัศน หงษ์มา. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด : กรณีศึกษา ตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี*. การวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ. (2561). *การกำเนิด และพัฒนาการของ ตลาดสด ตลาดนัด และผู้ค้า รายย่อย ในภาคอีสาน*. กลุ่มวิจัยความอยู่ดีมีสุขและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (WeSD) สนับสนุนการวิจัยโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เป็ล เอี้ยวสุวรรณ และสุพัตรา จุณณะปิยะ. (2558). *การพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด น่าซื้อ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วารสารสหวิทยาการวิจัย : ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มี.ค. 2558)
- พิบูล ทีปะपाल. (2545). *หลักการตลาด : ยุคใหม่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์ มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.
- สยามรัฐออนไลน์. (2561). “คลองเตยโมเดล” สยามรัฐ. (28 มิถุนายน). [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก <https://siamrath.co.th/n/38387> สืบค้นเมื่อ 24/4/64
- อำพัน ศิริสม, ดิฐา แสงวัฒนะชัย. (2564). *การศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชน ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 211-217. ปีที่ 40 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2564.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). *Marketing : An introduction (9 th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Wheelen L.Thomas, and Hunger J. David. (2012). *Strategic management and business policy : Toward global sustainability*. 13th Edition. Pearson Education.