

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ภาครัฐ ภาคองค์กรและผู้ประกอบ การที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และเพื่อศึกษารูปแบบของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ ภาครัฐ ภาคองค์กรและผู้ประกอบการต้องการ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถามจำนวน 48 ราย มีการสร้างแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุดด้วยกัน ชุดที่ 1 ใช้สำหรับเก็บข้อมูลในภาครัฐและองค์กร จำนวน 6 ราย และชุดที่ 2 ใช้สำหรับเก็บข้อมูลในภาคผู้ประกอบ การจำนวน 42 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากสถานที่ หน่วยงานของภาครัฐ ภาคองค์กร และตามสถานประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1. ข้อมูลทั่วไปและความคาดหวังของภาครัฐ/ภาคองค์กรที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร

###### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 66.67 เพศหญิง ร้อยละ 33.33 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี และ ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป เท่ากัน ร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นผู้บริหาร ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ นักวิชาการภาครัฐ ร้อยละ 33.3 ประสบการณ์ในการทำงาน ไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 50 และ 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 50 มีความคิดเห็นว่าหน่วยงานจะมีบทบาทต่อตลาดกลางทางการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ร้อยละ 66.7 รองลงมา ด้านกิจกรรมส่งเสริมวิชาการและด้านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ อย่างร้อยละ 16.70

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคาดหวังของภาครัฐ/ภาคองค์กรที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร

ความคาดหวังของภาครัฐ/ภาคองค์กรที่มีต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ส่วนประสมทางการค้าปลีก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอบริการ พบว่าระดับความคาดหวังของภาครัฐ/ภาคองค์กรที่มีต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาครต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ ทั้ง 6 ด้าน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งที่เป็นภาครัฐ/ภาคองค์กร โดยรวมกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กร มีความคาดหวังด้านการนำเสนอบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสถานที่ ตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ภาครัฐ

ด้านการนำเสนอบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐ มีระดับความคาดหวังต่อการนำเสนอบริการของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่สะดวกตาและมีการจัดโชว์สินค้าชุมชนผสมผสานกับบรรยากาศภายในร้าน ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ และ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐ มีระดับความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์ของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ สินค้ามีคุณภาพสามารถจำหน่ายในประเทศ-ต่างประเทศ สินค้าจำหน่ายหลายประเภท สินค้ามีแพ็คเกจสวยงาม ทันสมัย และมีสินค้าจำหน่ายแบบขายปลีกและขายส่ง ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ มีสินค้านอกชุมชนเข้ามาจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐ มีระดับความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาดของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ มีการจัดกิจกรรมเป็นเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลกล้วยไม้ มะพร้าวหอมและการโฆษณาสินค้าราคาพิเศษผ่านทางหนังสือพิมพ์จังหวัด ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำตลาดกลาง ได้แก่ วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ มีการติดป้ายโฆษณาตลาดกลางขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆและ การเข้าร่วมกิจกรรมส่วนรวมต่างๆของจังหวัดสมุทรสาคร

**ด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐ มีระดับความคาดหวังต่อสถานที่ของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก มีพื้นที่จอดรถในที่ร่มเพียงพอ ปลอดภัย และไม่เสียค่าบริการ การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหา เป็นแหล่งแวะพักซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวและเป็นแหล่งกระจายสินค้าให้ชุมชน ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ มีเครื่องปรับอากาศภายในตลาด มีช่วงเวลาเปิด – ปิดตลาดฯ ในแต่ละวัน เป็นแหล่งจัดงานของจังหวัดเมื่อมีเทศกาลต่างๆ บริการตู้เบิกเงินสด (ATM) อยู่ในพื้นที่ในตัวเมืองและมีบริการศูนย์อาหาร ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ มีรถเข็นและตะกร้าไว้ให้บริการ บริการรับชำระค่าบริการต่าง ๆ มีจำนวนช่องชำระเงินเพียงพอและบริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับน้อย คือ มีสถานบันการเงินเช่าพื้นที่และมีศูนย์บริการของสินเชื่อต่างๆภายในตลาดกลาง เช่น อีออน คิวิกแคช ฯ บริการรับ-ส่ง ไปรษณีย์และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา

**ด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐ มีระดับความคาดหวังต่อบุคลากรของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความบริสุทธิ์ ยุติธรรม โปร่งใส เต็มใจบริการ ผู้ที่มาบริหารตลาดกลางควรมีความสามารถทางด้านการบริหารและมีเจ้าหน้าที่บริการตลาด มีเพียงพอ ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ ภาครัฐและภาคเอกชนจะเป็นผู้เข้ามาดูแลบริหารร่วมกันและผู้บริหารควรเป็นหน่วยงานราชการเข้ามาดูแล

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐ มีระดับความคาดหวังต่อราคาของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนและตั้งราคาขายเท่าเทียมกับราคาในท้องตลาด ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ ราคาขายถูกกว่าราคาในท้องตลาด

#### **ภาคองค์กร**

**ด้านการนำเสนอบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาคองค์กร มีระดับความคาดหวังต่อการนำเสนอบริการของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวม ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่สะดุดตา มีการจัดโชว์สินค้าชุมชนผสมผสานกับบรรยากาศภายในร้านและมีการให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาคองค์กร มีระดับความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์ของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับ

มาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ สินค้ามีคุณภาพสามารถจำหน่ายในประเทศ-ต่างประเทศและสินค้ามีแพ็คเกจสวยงาม ทันสมัย ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ สินค้าจำหน่ายหลายประเภท มีสินค้าจำหน่ายแบบขายปลีกและขายส่ง ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าออกชุมชนเข้ามาจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาคองค์กร มีระดับความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาดของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ มีการจัดกิจกรรมเป็นเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลกล้วยไม้ มะพร้าวหอม ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง การโฆษณาสินค้าราคาพิเศษผ่านทางหนังสือพิมพ์จังหวัด มีการคิดป้ายโฆษณาตลาดกลางขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ การเข้าร่วมกิจกรรมส่วนรวมต่างๆของจังหวัดสมุทรสาครและการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำตลาดกลาง ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ

ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาคองค์กร มีระดับความคาดหวังต่อสถานที่ของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก อยู่ในพื้นที่ในตัวเมือง มีพื้นที่จอดรถในที่ร่มเพียงพอ ปลอดภัย และไม่เสียค่าบริการ การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหา เป็นแหล่งแวะพักซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ เป็นแหล่งกระจายสินค้าให้ชุมชน เป็นแหล่งจัดงานของจังหวัดเมื่อมีเทศกาลต่างๆ มีรถเข็นและตะกร้าไว้ให้บริการ บริการรับชำระค่าบริการต่างๆ บริการตู้เบิกเงินสด(ATM) มีจำนวนช่องชำระเงินเพียงพอ มีเครื่องปรับอากาศภายในตลาด มีช่วงเวลาเปิด - ปิดตลาดฯ ในแต่ละวัน บริการรับ-ส่งไปรษณีย์ มีบริการศูนย์อาหาร บริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับน้อย คือ มีสถานบันการเงินเช่าพื้นที่และมีศูนย์บริการของสินเชื่อต่างๆภายในตลาดกลาง เช่น อีออน คิวิกแคชฯ

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาคองค์กร มีระดับความคาดหวังต่อบุคลากรของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ผู้ที่มาบริหารตลาดกลางควรมีความสามารถทางด้านการบริหารและเจ้าหน้าที่ที่มีความบริสุทธิ์ ยุติธรรม โปร่งใส เต็มใจบริการ ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ ภาครัฐและภาคเอกชนจะเป็นผู้เข้ามาดูแลบริหารร่วมกันและมี

เจ้าหน้าที่บริการตลาด มีเพียงพอ ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ ผู้บริหารควรเป็นหน่วยงานราชการเข้ามาดูแล

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาคองค์กร มีระดับความคาดหวังต่อราคาของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับมาก คือ ราคาขายถูกกว่าราคาในท้องตลาด ปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ ตั้งราคาขายเท่าเทียมกับราคาในท้องตลาด

### ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของภาครัฐ/ภาคองค์กร

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นภาครัฐและภาคเอกชน พบว่าคาดหวังให้ตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่ เส้นพระรามสองขาเข้ากรุงเทพฯ ร้อยละ 66.67 รองลงมา เส้นพระรามสอง ขาออกจากกรุงเทพฯ ร้อยละ 33.33

**2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ความต้องการของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร**

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 76.19 เพศหญิง ร้อยละ 23.81 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี ร้อยละ 47.62 รองลงมา อายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 33.33 ระดับการศึกษา ปวส. หรือเทียบเท่ามากที่สุด ร้อยละ 66.67 รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่ มากกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 61.90 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 33.33 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 50 รองลงมาคือ 6-10 ปี ร้อยละ 33.33

ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าแบ่งตามหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์

1. อาหาร (24)
2. เครื่องดื่ม (5)
3. ผ้าและเครื่องแต่งกาย (2)
4. ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก (7)
5. เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง (2)
6. สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา (2)



ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าแบ่งตามระดับดาวผลิตภัณฑ์

1. ระดับผลิตภัณฑ์ 5 ดาว เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก จำนวน 19 ผลิตภัณฑ์
2. ระดับผลิตภัณฑ์ 4 ดาว เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากลได้ จำนวน 16 ผลิตภัณฑ์
3. ระดับผลิตภัณฑ์ 3 ดาว เป็นสินค้าระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้ จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ต้องการขนาดของพื้นที่เช่าของร้าน 24 ตารางเมตร ร้อยละ 40.48 รองลงมาคือ 65 ตารางเมตรขึ้นไป ร้อยละ 19.05 ราคาเช่าต่อตารางเมตรที่ต้องการมากที่สุด ตารางเมตรละ 250 บาท ร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ ตารางเมตรละ 180 บาท ร้อยละ 30.95 ส่วนใหญ่ต้องการระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าพื้นที่มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี ร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี และ น้อยกว่า 1 ปี อย่างละเท่ากัน ร้อยละ 23.81 ต้องการการชำระค่าเช่าล่วงหน้า 2 เดือนมากที่สุด ร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ การชำระค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน ร้อยละ 21.43

## ส่วนที่ 3 ความต้องการของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร

ความต้องการของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ส่วนประสมทางการค้าปลีก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอบริการ พบว่าระดับความต้องการของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ ทั้ง 6 ด้าน ของผู้ประกอบการ โดยรวมผู้ประกอบการ มีความต้องการด้านการนำเสนอบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ด้านการนำเสนอบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีระดับความต้องการต่อการนำเสนอบริการของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความต้องการในระดับมาก คือ การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก มีความรวดเร็ว ถูกต้องในการคิดเงิน กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก และระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน

### ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีระดับความต้องการต่อบุคลากรของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความต้องการในระดับมาก คือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิยาศักดิ์ บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ และ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีระดับความต้องการต่อการส่งเสริมการตลาดของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความต้องการในระดับมาก คือ ทางตลาดกลางมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำตลาดกลางได้แก่ วารสาร แจกฟรีทั่วประเทศ มีการติดป้ายโฆษณาตลาดกลางขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง ทางตลาดกลางมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุกเดือน มีโฆษณาตลาดผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่น แจก ใบปลิว และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า

### ด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีระดับความต้องการต่อสถานที่ของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความต้องการในระดับมากที่สุด คือ อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก ปัจจัยที่มีความต้องการในระดับมาก คือ มีช่วงเวลาเปิด - ปิดตลาดฯในแต่ละวัน มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ มีสถานบันการเงินเช่าพื้นที่และมีศูนย์บริการของสินเชื่อต่างๆภายในตลาดกลาง เช่น อีออน ควิกแลช ฯ การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหาอยู่ในพื้นที่ในตัวเมือง ภายในศูนย์ฯ มี

บรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย ความสะอาดของตลาดกลางและบริเวณโดยรอบ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ ตลาดกลางมีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าผักผลไม้เพียงพอ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลางและมีการติดตั้งตู้ ATM ปัจจัยที่มีความต้องการในระดับปานกลาง คือ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา เช่น เทคนิคสมุทรสาคร โรงเรียนสตรีจังหวัดสมุทรสาคร

### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีระดับความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความต้องการในระดับมาก คือ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ให้สิทธิ์ร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ มีการออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย มีการจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ ตลาดกลางจัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก ภายในศูนย์มีบริการร้านอาหาร มีอินเทอร์เน็ตไร้สายและมีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน

### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีระดับความต้องการต่อราคาของตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความต้องการในระดับมาก คือ ราคาค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ คิดตามมิเตอร์ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาเช่าคิดแบบต่อห้อง ค่าส่วนกลาง ปัจจัยที่มีความต้องการในระดับปานกลาง คือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งร้านค้า มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า ไม่มีค่าเช่า แต่คิดหักเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย

### ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ต้องการให้ตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่ เส้นพระรามสองขาเข้ากรุงเทพฯ ร้อยละ 38.10 รองลงมา เส้นพระรามสอง ขาออกจากกรุงเทพฯ ร้อยละ 33.33 เส้นพระรามสอง ใกล้จุดกัลปพฤกษ์ ร้อยละ 11.90 และ ภาคเอกชนบริหารและภาครัฐให้การสนับสนุน (คิดเป็นร้อยละ 42.86) และให้ภาคเอกชนบริหารทั้งหมด (คิดเป็นร้อยละ 23.81) ตามลำดับ



## อภิปรายผล

ผลการศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสมุทรสาคร อภิปรายผลการศึกษาตามทฤษฎีส่วนประสมการค้าปลีก (Retail Mix) ประกอบด้วย 6Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) และการนำเสนอสินค้า (Presentation) ได้ดังนี้

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กรและกลุ่มผู้ประกอบการ มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน โดยกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กร มีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยระดับมากที่สุดในเรื่อง สินค้ามีคุณภาพสามารถจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ มีสินค้าจำหน่ายหลายประเภทและสินค้ามีแพ็คเกจสวยงามทันสมัย สอดคล้องกับการศึกษาของ ประมวล ผลสันต์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการตลาดกลางจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอาชีพ จังหวัดพระนครศรีอยุธยากรณีศึกษาตลาดกลางเพื่อเกษตรกรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระดับมากที่สุด ด้านคุณภาพของสินค้า มีสินค้าที่วางจำหน่ายมีคุณภาพและได้มาตรฐานและด้านสินค้ามีการบรรจุหีบห่อที่สวยงามทันสมัยเป็นที่ต้องการของลูกค้า ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการ มีความต้องการต่อปัจจัยย่อยระดับมากในเรื่องมีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ตลาดกลางให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย การจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ตลาดกลาง จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก อินเทอร์เน็ตไร้สาย มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านขายของชุมชนอย่างเดียว สอดคล้องกับการศึกษาของ ประมวล ผลสันต์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการตลาดกลางจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอาชีพจังหวัดพระนครศรีอยุธยากรณีศึกษาตลาดกลางเพื่อเกษตรกรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระดับมาก ด้านการจัดระบบไฟฟ้า-ระบบประปาภายในตลาด ระบบโทรศัพท์สาธารณะภายในบริเวณตลาด และสอดคล้องกับการศึกษาของ จริยชาติ จิตประพันธ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต พบว่า จากการสำรวจศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่นั้น พบว่า ยังมีขนาดเล็ก พื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้จำหน่ายสินค้าและจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าที่นำมาวางขายยังมีไม่มากนัก ไม่หลากหลาย นอกจากนี้ลักษณะของรูปแบบอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันยังขาดความทันสมัยพร้อมทั้งความเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะประจำภาค ประจำท้องถิ่นนั้น

## 2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กร มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ส่วน กลุ่มผู้ประกอบการ มีความต้องการถึงในระดับมาก โดยกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กร มีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยระดับมากที่สุด ในเรื่อง มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษา ปานทิพย์ สารกิจ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่อง สินค้ามีป้ายราคาติดแต่ละชิ้นให้ชัดเจน ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการ มีความต้องการปัจจัยย่อยสูงสุดในเรื่อง ราคาค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ คิดตามมิเตอร์ ค่าส่วนกลาง ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ตามลำดับ

## 3. ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กรและกลุ่มผู้ประกอบการ มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน โดยกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กร มีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยระดับมากที่สุดในเรื่อง อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ปลอดภัยและไม่เสียค่าบริการ การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหาเป็นแหล่งแหวะพักซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว เป็นแหล่งกระจายสินค้าให้ชุมชน ส่วนผู้ประกอบการ มีความต้องการต่อปัจจัยย่อยระดับมากที่สุด ในเรื่อง อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก สอดคล้องกับการศึกษาของ ประมวล ผลสันต์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการตลาดกลางจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอาชีพจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ระบบการจอดรถ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปานทิพย์ สารกิจ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง จัดตั้งร้านจำหน่ายสินค้าในเส้นทางที่คมนาคมสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ จัดร้านทันสมัย มีการวางผังร้าน

## 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กรและกลุ่มผู้ประกอบการ มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน โดยความคาดหวังและความต้องการต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมากที่สุด ของภาครัฐและภาคองค์กร ส่วนผู้ประกอบการ

มีความต้องการระดับมาก ในเรื่อง มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปานทิพย์ สารกิจ (2549) ที่ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง มีการจัดลดราคาสินค้าตามช่วงเทศกาลต่างๆ

#### 5. ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กรและกลุ่มผู้ประกอบการ มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน โดยกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กรมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรระดับมากที่สุด ในเรื่อง คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความบริสุทธิ์ ยุติธรรม โปร่งใส เต็มใจบริการ ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการมีความต้องการต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรระดับมาก ในเรื่อง บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน บุคลากรของตลาดกลางมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง บุคลากรของตลาดกลางมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี สอดคล้องกับแนวคิดร้านค้าปลีก ชีรพันธ์ โล่ทองคำ (2550) กล่าวว่า การให้บริการของพนักงานขาย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ เนื่องจากหลายครั้งที่ร้านค้าต้องสูญเสียลูกค้าไป ทั้งที่มีสินค้าวางจำหน่ายเหมือนร้านค้าอื่นๆ แถมราคาไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้ากลับไปซื้อสินค้าร้านอื่นแทน เนื่องจากไม่พอใจมารยาทและการต้อนรับของพนักงานขาย เจ้าของหรือผู้บริหารร้านค้าจึงควรคัดสรร ฝึกอบรมเทคนิคและมารยาทให้กับพนักงานขายก่อนปฏิบัติงานจริง

#### 6. ด้านการนำเสนอบริการ

จากการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กรและกลุ่มผู้ประกอบการ มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน โดยกลุ่มภาครัฐ/ภาคองค์กร มีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเสนอบริการระดับมากที่สุด คือ มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่สะดุดตาและมีการจัดโชว์สินค้าชุมชนผสมผสานกับบรรยากาศภายในร้าน สอดคล้องกับ แนวคิดร้านค้าปลีก ชีรพันธ์ โล่ทองคำ (2550) กล่าวว่า การสื่อสาร ณ จุดซื้อ เป็นปัจจัยที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าปัจจัยอื่นๆ ซึ่งมีงานวิจัยที่น่าเชื่อถือหลายชิ้นที่ยืนยันตรงกันว่า การสื่อสาร ณ จุดซื้อ เป็นเสมือนสื่อสุดท้ายที่ดึงดูดความสนใจและชักจูงให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีหลายประเภทด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดและตกแต่งร้าน หรือการนำตัวสินค้ามาจัดร่วมกับบรรยากาศภายในร้าน การใช้ธงราวการคิดสต็อกเกอร์ เป็นต้น กลุ่มผู้ประกอบการ มีความต้องการต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเสนอบริการระดับมาก ในเรื่อง การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่สะดวก กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน สอดคล้องกับการศึกษาของ ปานทิพย์ สารกิจ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว

### ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษา ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ข้อมูลความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าที่จะเกิดขึ้น มีดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามภาครัฐและองค์กร มีความคาดหวังกับปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกด้านต่างๆ เหมือนกัน โดยที่ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง สินค้ามีคุณภาพสามารถจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ด้านราคา มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ด้านสถานที่ มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวกและมีพื้นที่จอดรถในที่ร่มเพียงพอ ปลอดภัย ไม่เสียค่าบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีจัดกิจกรรมเป็นเทศกาลต่างๆ ด้านบุคลากร มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีความบริสุทธิ์ ยุติธรรม โปร่งใส เต็มใจบริการและผู้ที่มาบริหารตลาดกลางควรมีความสามารถทางด้านการบริหาร ด้านการนำเสนอบริการ มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่สะดุดตา

2. ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการ มีความต้องการกับปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกด้านต่างๆ โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่า ด้านราคา มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ราคาน้ำ ค่าไฟฟ้า คิดตามมิเตอร์ ด้านสถานที่ มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีจัดกิจกรรมเป็นเทศกาลต่างๆ ด้านบุคลากร มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้องและบุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน ด้านการนำเสนอบริการ มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่สะดวก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มภาครัฐ/ภาคเอกชนและภาคผู้ประกอบการ มีความต้องการกับปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกในปัจจัยย่อย ต่างกัน ในเรื่อง มีสถานบันการเงินเช่าพื้นที่และมีศูนย์บริการของสินค้าเชื่อต่างๆภายในตลาดกลาง เช่น อีออน คิวิกแคช ฯ กลุ่มภาครัฐ/ภาคเอกชน มีความคาดหวังระดับน้อย ส่วนผู้ประกอบการมีความต้องการระดับมาก และมีบริการอินเทอร์เน็ต

กลุ่มภาครัฐ/ภาคเอกชน มีความคาดหวังระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการมีความต้องการระดับมาก

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ทางตลาดกลางจัดขนาดพื้นที่ให้เช่า 24 ตารางเมตร คิดค่าเช่าต่อตารางเมตรละ 250 บาท ทำสัญญาเช่าพื้นที่ มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี โดยชำระค่าเช่าล่วงหน้า 2 เดือน แบ่งให้เช่าเป็นห้องพร้อมทั้งคิดราคาเช่าแตกต่างกันตามทำเลที่ตั้ง

5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4-5 ดาว

6. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มภาครัฐ ภาคองค์กรและผู้ประกอบการ ต้องการให้ตลาดกลางสินค้าตั้งอยู่ที่ถนนพระราม 2

7. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มภาครัฐคาดหวังให้ตลาดกลางมีภาคเอกชนบริหารและภาครัฐให้การสนับสนุน ภาคองค์กรคาดหวังให้ตลาดกลางมีภาคเอกชนและภาครัฐบริหารไปร่วมกัน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้ตลาดกลางมีภาคเอกชนบริหารและภาครัฐให้การสนับสนุน

8. ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการเพศชายและหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกด้านต่างๆ เหมือนกัน ดังนี้ ด้านราคา ให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ คิดตามมิเตอร์ ด้านสถานที่ ให้ความสำคัญในเรื่อง อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก ด้านส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในเรื่อง ทางตลาดกลางมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ ด้านการนำเสนอบริการ ให้ความสำคัญในเรื่อง การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก

9. ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการเพศชายและหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกด้านต่างๆ ไม่เหมือนกัน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เพศชายให้ความสำคัญในเรื่อง ตลาดกลาง มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญในเรื่อง ตลาดกลาง ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการและการออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัยและด้านบุคลากร เพศชาย ให้ความสำคัญ บุคลากรของศูนย์ มีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง ส่วน เพศหญิง ให้ความสำคัญในเรื่อง บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ อธิยาศัยดี

10. ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกด้านต่างๆ เหมือนกันทุกด้าน ยกเว้น ด้านราคา ที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน โดยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางให้ความสำคัญในเรื่อง ตลาด



กลาง ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการและมีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน ด้านสถานที่ผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางให้ความต้องการในเรื่อง มีช่วงเวลาเปิด – ปิดตลาด ฯ ในแต่ละวัน ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางให้ความต้องการในเรื่อง ทางตลาดกลางมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางให้ความต้องการในเรื่อง บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง ด้านการนำเสนอบริการ ผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางให้ความต้องการในเรื่องมีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวกขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ส่วนด้านราคา ผู้ประกอบการรายย่อย ให้ความต้องการในเรื่อง ไม่มีค่าเช่า แต่คิดหักเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ และผู้ประกอบการรายกลางให้ความต้องการในเรื่อง ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง

11. ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการกับปัจจัยส่วน ประสมการค่าปลีกด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการในเรื่อง มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ด้านราคา ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการในเรื่อง ราคาค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ คิดตามมิเตอร์ ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการในเรื่อง อยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการในเรื่อง การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำตลาดกลางได้แก่ วารสารแจกฟรี ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการในเรื่อง บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี ด้านการนำเสนอบริการ ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความต้องการในเรื่อง กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจใช้ ประกอบในการพิจารณาวางแผนเกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

#### ผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลาง

##### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ภาครัฐ/ภาคองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสมุทรสาครและภาคผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารตลาดกลางควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ไม่

ชำรุด สินค้าบริโภค จะต้องใหม่ สด สะอาด มีวันที่ผลิต วันหมดอายุ ชื่อผู้ผลิต ระบุชัดเจนติดไว้ที่สินค้า สังกัดได้ง่าย สินค้าอุปโภค ต้องระบุวันที่ผลิต ชื่อผู้ผลิตและวิธีใช้ติดไว้ชัดเจน และทำแพ็คเกจที่สวยงามเพื่อสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งสามารถจำหน่ายออกไปต่างประเทศได้ โดยผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับ 4-5 ดาว จึงสามารถตอบสนองเรื่องคุณภาพที่สามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศได้

ผู้บริหารตลาดกลางควรจัดสร้างพื้นที่ให้เช่าเป็นตารางเมตร ให้สิทธิร้านค้าที่จะเข้ามาเช่าได้มีการตกแต่งหน้าร้านได้เองตามต้องการ จัดให้ป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน ซึ่งลูกค้าสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีอินเทอร์เน็ตไร้สาย, มีระบบเครือข่ายไฟฟ้า โทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ตลาดกลาง จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก, รูปแบบอาคารเน้นความทันสมัยพร้อมทั้งเป็นเอกลักษณ์ที่ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะประจำภาค ประจำท้องถิ่น เพื่อเป็นการดึงดูดเช่าและลูกค้าผู้มาใช้บริการ

#### กลยุทธ์ด้านราคา

ควรติดป้ายบอกราคาสินค้าให้สังเกตได้ชัดเจน ตรงกับราคาและลูกค้าสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้เอง และตั้งราคาขายเท่าเทียมกับราคาในท้องตลาดเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ควรมีการสำรวจคู่แข่งชั้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่ามีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอย่างไร เพื่อนำมาใช้อ้างอิงสำหรับการกำหนดราคาของตนเองและเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน

เรื่องราคาการเช่าร้านค้า ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาที่เหมาะสม ตารางเมตรละ 180-250 บาท ไม่เกินจากนี้ ระยะเวลาสัญญาการเช่า ไม่เกิน 2 ปี พร้อมทั้งทางตลาดกลางจัดการวิธีการชำระเงินให้มีความหลากหลาย รูปแบบมากขึ้น, ราคาค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ คิดตามมิเตอร์ ในช่วงแรกของการให้เช่าพื้นที่ให้มีเงื่อนไขการเช่าที่กำหนดขึ้นเป็นกรณีพิเศษ เช่น ให้เช่าพื้นที่โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 3 เดือนแรก ก็จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้เช่ามาเช่าพื้นที่มากขึ้น รวมถึง สำหรับค่าประกันความเสียหายในการตกแต่งห้องควรมีความชัดเจนมากขึ้น

#### กลยุทธ์ด้านสถานที่

ตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรอยู่พื้นที่ที่เดินทางสะดวก อยู่เส้นพระรามสอง จะเป็นขาเข้าหรือขาออกก็ได้ ยิ่งใกล้จุดกลับรถยิ่งเป็นการดี มีช่วงเวลาเปิด – ปิดตลาด ๆ ในแต่ละวัน มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ความสะดวกสบายในเรื่องมีพื้นที่จอดรถในที่ร่มเพียงพอ ปลอดภัยและไม่เสียค่าบริการ ควรมีพนักงานไว้บริการ เพื่อเพิ่มความเร็วในการจอด ทำให้ทางเข้าออกสะดวก การจราจรไม่ติดขัด หรือสร้างอาคารที่จอดรถใน

พื้นที่ว่างของอาคารฯ จะทำให้มีลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความพอใจที่มาใช้บริการ นอกจากนี้  
อาคารควรจัดโซนของร้านค้าแต่ละประเภทให้เป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้  
บริการในการหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ  
และผู้ที่มิหน้าที่รับผิดชอบในด้านอาคารสถานที่ควรจะมีการตรวจสอบพื้นที่ในด้านความสะอาด  
ความเป็นระเบียบ ความสวยงาม มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดมีจำนวนมากขึ้น ตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างใหม่ควรทำการส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น ในทุกๆด้าน ได้แก่ สื่อ  
ทีวี วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า โดยเฉพาะ  
ทางตลาดกลางควรมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ มีการ  
คิดป้ายโฆษณาตลาดกลางขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ , มีโฆษณาตลาดผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น  
ต่างๆเช่น แจก ใบปลิว, โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง, การจัดทำสื่อ  
สิ่งพิมพ์ประจำตลาดกลางได้แก่ วารสารแจกฟรี, ทางตลาดกลางมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย  
ร่วมกับผู้เช่าตลอดทุกเดือน ซึ่งสื่อเหล่านี้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้เป็นอย่างดี และลูกค้าจะได้ทราบถึง  
การประชาสัมพันธ์ จะทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการตลาดกลางมากยิ่งขึ้น

#### **ด้านบุคลากร**

การประกอบธุรกิจ งานบริการที่ประทับใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญมาก  
โดยเฉพาะพนักงานผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการ ต้องมีความรู้ มีความสามารถ มีทักษะในการให้บริการ  
และที่สำคัญต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า แผนกบุคคลควรที่จะมีการจัดฝึกอบรมและให้  
ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้ประทับใจลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานได้มีการเตรียมตัวทั้ง  
บุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสมกับงาน การแสดงออก การมีอัธยาศัยที่ดี ความกระตือรือร้น  
ที่จะให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค และเมื่อผู้เช่ามีปัญหา พนักงานต้องแนะนำวิธีการหรือ  
แก้ไขปัญหาได้ด้วยความรวดเร็วและสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน

#### **ด้านการนำเสนอบริการ**

ควรให้ความสำคัญกับการจัดรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่สะดวกและจัด โชว์สินค้า  
ชุมชนผสมผสานกับบรรยากาศภายในตลาดกลางมากที่สุด เป็นวิธีการสร้างความสนใจให้กับลูกค้า  
ที่มาใช้บริการและเป็นการสื่อสารถึงลูกค้าโดยตรงด้วย หากมีการดีไซน์การตกแต่งบรรยากาศ  
ภายในตลาดกลางที่เหมาะสมจะช่วยให้การขายสินค้าประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น ส่วนเรื่องการ  
นำเสนอบริการให้กับทางผู้เช่านั้น ควรให้ความสะดวกสามารถติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก  
ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก เจ้าหน้าที่ที่มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน

## ผู้ประกอบการรายใหญ่

### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริหารตลาดกลางควรจัดสร้างพื้นที่ให้เช่าเป็นห้องเช่า ขนาดห้องประมาณ 24 ตารางเมตรต่อห้อง จัดการระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ เป็นสิ่งสำคัญแก่ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ มีการตกแต่งหน้าร้านได้เองตามต้องการ สร้างอาคารให้มีรูปแบบของอาคารทันสมัย มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านขายของชุมชนอย่างเดียว ทางผู้บริหารควรเชิญผู้ประกอบการที่ขายสินค้าประเภทอื่นนอกเหนือจากสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เข้ามาร่วมจำหน่ายภายในตลาดกลางด้วย จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก มีพื้นที่ให้เช่าหลายขนาดให้เลือก เพื่อเพียงพอต่อผู้เช่า เพราะเมื่อผู้เช่าเข้ามาเช่ามากเท่าไรจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจลูกค้าเข้ามาด้วย มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจนและมีอินเทอร์เน็ตไร้สาย บริการให้แก่ผู้เช่า

### กลยุทธ์ด้านราคา

ทางตลาดควรคิดราคาค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ คิดตามมิเตอร์ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบรองรับความต้องการของผู้เช่า คิดราคาค่าเช่าคิดเป็นต่อห้อง ราคาค่าเช่าตามทำเลที่ตั้ง ในช่วงแรกของการให้เช่าพื้นที่ให้มีเงื่อนไขการเช่าที่กำหนดขึ้นเป็นกรณีพิเศษ เช่น ให้เช่าพื้นที่โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 3 เดือนแรก ก็จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้เช่ามาเช่าพื้นที่มากขึ้น รวมถึง ค่าส่วนกลาง คิดราคาพอตามความเหมาะสม ไม่แพงเกินไป สำหรับค่าประกันความเสียหายตกลงกันให้เข้าใจตั้งแต่แรกเข้า

### กลยุทธ์ด้านสถานที่

ตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรอยู่พื้นที่ที่เดินทางสะดวก อยู่เส้นพระรามสอง จะเป็นขาเข้าหรือขาออกก็ได้ ยิ่งใกล้จุดกลับรถยิ่งเป็นการดี มีช่วงเวลาเปิด – ปิดตลาดฯ ในแต่ละวัน มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ความสะดวกสบายในเรื่องมีพื้นที่จอดรถในที่ร่มเพียงพอ ปลอดภัยและไม่เสียค่าบริการ ควรมีพนักงานไว้บริการ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการจดทำให้ทางเข้าออกสะดวก การจราจรไม่ติดขัด หรือสร้างอาคารที่จอดรถในพื้นที่ว่างของอาคารฯ จะทำให้มีลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความพอใจที่มาใช้บริการ นอกจากนั้นอาคารควรจัดโซนของร้านค้าแต่ละประเภทให้เป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในการหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ เป็นสวนหรือที่นั่ง และมีผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านอาคารสถานที่ควรจะมีการตรวจสอบพื้นที่ในด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความสวยงาม มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดมีจำนวนมากขึ้น ตลาดกลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างใหม่ควรทำการส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น ในทุกๆด้าน ได้แก่ สื่อทีวี วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า โดยเฉพาะทางตลาดกลางควรมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ มีการติดป้ายโฆษณาตลาดกลางขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ , มีโฆษณาตลาดผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่น แจก ใบปลิว, โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง, การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำตลาดกลางได้แก่ วารสารแจกฟรี, ทางตลาดกลางมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุกเดือน ซึ่งสื่อเหล่านี้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้เป็นอย่างดี และลูกค้าจะได้ทราบถึงการประชาสัมพันธ์ จะทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการตลาดกลางมากยิ่งขึ้น

### ด้านบุคลากร

การประกอบธุรกิจ งานบริการที่ประทับใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะพนักงานผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการ ต้องมีความรู้ มีความสามารถ มีทักษะในการให้บริการ และที่สำคัญต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า แผนกบุคคลควรที่จะมีการจัดฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้ประทับใจลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานได้มีการเตรียมตัวทั้งบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสมกับงาน การแสดงออก การมีอัธยาศัยที่ดี ความกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค และเมื่อผู้เช่ามีปัญหา พนักงานต้องแนะนำวิธีการหรือแก้ไขปัญหาได้ด้วยความรวดเร็วและสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน ตลาดกลางควรจัดเตรียมผู้รับความคิดเห็นและเบอร์โทรศัพท์ เพื่อคอยรับแจ้งปัญหาจากการใช้บริการของอาคารฯ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของตลาดกลางสำหรับผู้เช่าพื้นที่และลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจและมาใช้บริการมากขึ้น

### ด้านการนำเสนอบริการ

ส่วนเรื่องการนำเสนอบริการให้กับผู้เช่านั้น ควรให้ความสะดวกสามารถติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน ตลาดกลางควรจัดระบบการจัดการภายในระหว่างแผนกให้มีความกระชับ ขั้นตอนง่ายและสะดวก จะทำให้เกิดความชัดเจนในการประสานงานระหว่างแผนกที่ดีขึ้น ควรปรับปรุงมาตรฐานการทำงานให้มากขึ้น รวมถึงมาตรฐานของการบริการรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอและน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้เช่าและลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความมั่นใจในการมาใช้บริการ