

ชื่อเรื่อง : การพัฒนาตลาดนัดกรณีศึกษาตลาดบังเอิญ จังหวัดอุบลราชธานี

โดย : นางสาว วชิราภรณ์ ศรีสงคราม รหัสนักศึกษา 64130042820

นางสาว ศรินทรทิพย์ ราชกิจ รหัสนักศึกษา 6413004501

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขายและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการตลาดบังเอิญ โดยมุ่งเน้นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เช่น ปัญหาการจราจรที่ไม่เพียงพอและการจัดการขยะ รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามที่แจกจ่ายให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการตลาดบังเอิญสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง โดยสินค้าที่ซื้อหรือขายในตลาดส่วนใหญ่คืออาหาร และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมาที่ตลาดด้วยรถจักรยานยนต์

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาด พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.44) ปัญหาหลักที่ต้องการการปรับปรุงคือการจราจรและการจัดการขยะ ผู้ตอบแบบสอบถามแนะนำให้มีการปรับปรุงการจัดการที่จอดรถและเพิ่มระบบการจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศและอายุไม่มีผลต่อการพัฒนาตลาดบังเอิญในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นด้านพฤติกรรมการซื้อขายในตลาดบังเอิญ ซึ่งอายุต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมดังกล่าว

นอกจากนี้ การศึกษายังได้วิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานในการซื้อสินค้าในตลาดนัดบังเอิญ โดยก่อนการปรับปรุง กระบวนการทั้งหมดมี 7 ขั้นตอน ใช้เวลา 855 วินาที และต้องเดินเป็นระยะทาง 600 เมตร หลังการปรับปรุง กระบวนการถูกปรับลดเหลือ 6 ขั้นตอน โดยตัดการสำรวจตลาดออก ทำให้สามารถเดินไปร้านที่ต้องการได้โดยตรง ส่งผลให้เวลารวมลดลงเหลือ 465 วินาที และระยะทางลดลงเหลือ 400 เมตร นอกจากนี้ ยังมีการลดเวลาหาที่จอดรถจาก 120 วินาที เหลือ 60 วินาที และลดเวลาการเดินทางกลับที่จอดรถจาก 180 วินาที เหลือ 90 วินาที ซึ่งช่วยให้กระบวนการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การศึกษาเสนอแนะว่า ควรมีการขยายพื้นที่จอดรถและการจัดระเบียบแผงขายอย่างมีระเบียบ รวมถึงการเพิ่มถังขยะและการจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้บริการในการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อยกระดับความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการใช้บริการของตลาดบังเอิญในอนาคต

คำสำคัญ: ตลาดบังเอิญ, พฤติกรรมการซื้อขาย, ความพึงพอใจ, การจราจร, การจัดการขยะ

Title: Flea Market Development Case Study of Bang-earn Market, Ubonratchathani Province

By : Miss. Watcharaporn Srisongkram, Student ID: 64130042820

Miss. Sirinthip Ratchakit

Student ID: 6413004501

Abstract

This study aims to analyze the purchasing behavior and opinions of customers at Bang Ern Market, focusing on factors affecting customer satisfaction, such as insufficient parking and waste management issues, and to provide recommendations for market improvements to enhance customer convenience. Data were collected through questionnaires distributed to 92 participants. The findings indicate that the majority of respondents visit Bang Ern Market 1-2 times per week, primarily purchasing food items, and most customers travel to the market by motorcycle.

Analysis of opinions regarding market facilities revealed a moderate level of satisfaction (mean = 3.44). The main issues identified for improvement are parking and waste management. Respondents suggested enhancing parking management and implementing more efficient waste management systems. Hypothesis testing showed that gender and age did not significantly affect various aspects of market development, except for purchasing behavior, which varied with age.

Additionally, the study analyzed and improved the purchasing process at Bang Ern Market. Initially, the process consisted of 7 steps, taking 855 seconds and requiring a walking distance of 600 meters. After improvements, the process was reduced to 6 steps by eliminating market exploration, allowing direct access to desired stalls, reducing the total time to 465 seconds and the walking distance to 400 meters. Furthermore, the time spent finding parking was reduced from 120 seconds to 60 seconds, and the time walking back to the parking area decreased from 180 seconds to 90 seconds, enhancing overall process efficiency.

The study suggests expanding parking areas, organizing vendor stalls systematically, increasing the number of waste bins, and improving waste management efficiency. Emphasizing customer participation in the improvement and development processes is recommended to enhance satisfaction and service efficiency at Bang Ern Market in the future.

Keywords: Bang Ern Market, purchasing behavior, customer satisfaction, parking, waste management