

ชื่อภาคนิพนธ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างบิ๊กซี
ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (สาขาแจ้งวัฒนะ)

ผู้วิจัย นางสาวศศิธร รอดประเสริฐ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) อาจารย์ที่ปรึกษา
(1) อ.ดร. ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร (2) รศ. ดร. จีระเกียรติ อภิภูณโยภาส (3) ผศ. วิเชียร วงศ์สุนทรเลิศ
ปีการศึกษา 2548 จำนวนหน้า 159 คำสำคัญ ความพึงพอใจห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ (สาขาแจ้งวัฒนะ) เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นที่พอใจแก่ผู้ใช้บริการทั่วไป ประชากรเป้าหมายคือผู้ใช้บริการระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2548 จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า (1) เพศหญิงใช้บริการมากกว่าเพศชาย ปัญหาด้านสถานที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ใช้บริการจะรู้สึกเฉย ๆ ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวกใกล้บ้านเป็นอันดับแรก แต่จะให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมากกว่า (2) เมื่อนำผลวิจัยครั้งนี้มาเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยและแนวคิดในอดีตพบที่มีความสอดคล้อง และขัดแย้งกันในด้านต่างๆ กล่าวคือ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ใช้บริการที่อยู่ในสังคมชั้นกลางส่วนใหญ่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจระดับเงินเดือนปานกลางจะพอใจเรื่องราคาสินค้าที่ไม่สูงนัก ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่อยู่ในสังคมชั้นต่ำ พอใจการส่งเสริมการตลาด และการได้รับบริการจากพนักงานเท่าเทียมกับกับชนชั้นอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการแบ่งสังคมออกเป็นชั้น ผู้ใช้บริการชอบไปซูเปอร์มาร์เก็ตห้างบิ๊กซี เพราะใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานและ ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ ขัดแย้งกับผลงานวิจัยในอดีตซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เดินทางมาห้างสรรพสินค้าโดยรถประจำทาง ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม ผู้ใช้บริการต้องการให้มีการปรับปรุงการให้บริการของพนักงานในเรื่องการให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ การแก้ไขราคาป้ายให้ตรงกับราคาที่ซื้อจริง เปิดช่องชำระเงินให้ครบทุกช่อง ปรับปรุงรสชาติอาหาร คุณภาพและความสะอาดรวมทั้ง ปรับปรุงห้องน้ำ สร้างที่จอดรถเพิ่ม

Term Paper Title The Satisfaction of Customers for Supermarket Department, BIG C Super Center
(Chaengwattana)

Researcher Miss Sasitorn Roadprasirt Master of Business Administration (Marketing). Term paper
advisors: (1) Dr.Phaichit Viboontanasarn (2) Assoc.Prof.Dr. Jeerakiat Apibunyopas
(3) Asst.Prof. Vichian Vongsunthornlert. Academic year 2005.159 pp. Keywords: Satisfaction,
BIG C Super center.

Abstract

The purpose of this research was to study satisfaction of customers for supermarket department, BIG C supercenter (Chaengwattana). This research also revealed entrepreneurs an insight about problems and customers' needs that could help them in developing and improving marketing strategies to enhance customers' satisfaction level. The data were collected through the sample of 400 customers who have been to supermarket department, BIG C supercenter (Chaengwattana) during October to November 2005. Questionnaire was the instrument used to collect data.

The study results found that (1) The majority of customers was female more than male. The problem on premises did not make an impact on purchasing decisions. The location of the center in the near vicinity was the first factor that most customers considered as it provided convenience for traveling. However, customers still paid more attentions on product range in the supermarket and its promotion programs. (2) It found both agreements and differences in various aspects when comparison on the results of this study and those of the previous ones was made. The major agreement was on the concept of customers in the middle class, who most of them were civil servants or state-owned enterprises' employees with middle-level incomes, preferred not too high product prices while the low-end customers were satisfied with promotion programs and no discrimination practice. This result was in accordance with the concept of social stratification. The customers chose to make their purchases at BIG C supermarket because it was located near their homes or their offices. Most of them traveled to the center by their personal cars. The mode of transportation was different from the previous study results that most of customers traveled to the center by buses. There were some suggestions from the collected questionnaires. Customers wanted the center to improving service quality in many aspects. These included more helpful staff, adjusting pricing labels to show the authentic selling prices, opening all existing payment lanes, improving food tastes, quality and cleanliness, and renovating rest rooms and expanding parking space.