

T 159392

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการศูนย์อาหาร บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรีบูรณะ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์อาหาร บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรีบูรณะ

กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์อาหาร เลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) โดยได้กำหนดคุณลักษณะ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าวันธรรมดาและกลุ่มลูกค้าวันหยุด จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 39 ปี สถานภาพสมรสแล้ว มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา/ปวช. ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอยู่ในกลุ่มพนักงานเอกชน ลูกค้ามีความถี่ในการใช้บริการศูนย์อาหารทั่วไปและศูนย์อาหาร บิ๊กซี สาขาราชบุรีบูรณะ ใช้บริการค่อนข้างบ่อย (3-4 ครั้ง / เดือน)

2. ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการศูนย์อาหาร บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) สาขาราชบุรีบูรณะในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน

3. ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการศูนย์อาหาร ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา และความถี่ในการใช้บริการเฉพาะศูนย์อาหารบิ๊กซี ส่วน เพศ อายุ

T 159392

รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการศูนย์อาหารทั่วไป ไม่มีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการศูนย์อาหาร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารปรับปรุงแก้ไขเป็นการเร่งด่วน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เป็นรายด้านครบทุกด้านในภาพรวม ที่สำคัญๆ ดังนี้ ด้านสถานที่ ต้องปรับปรุงระบบเครื่องปรับอากาศภายในศูนย์อาหารให้มีอุณหภูมิที่เย็นสบายขึ้น ด้านระบบการให้บริการ ควรจะเพิ่มจำนวนโต๊ะ-เก้าอี้รองรับลูกค้าในช่วงเวลาเร่งด่วน วันหยุด หรือ ช่วงพักกลางวัน เปลี่ยนระบบการแลกคูปองที่ให้ทันสมัยขึ้น เป็นระบบ “การ์ดเติมเงิน” ด้านรสชาติและคุณภาพอาหาร ต้องเร่งปรับปรุงรสชาติอาหารให้มีความอร่อย คงเอกลักษณ์ มีมาตรฐานที่แน่นอน จัดทำป้ายหรือสัญลักษณ์ อาหารปลอดภัย (Food Safety) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ด้านคุณสมบัติพนักงาน ต้องมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ด้วยการจัดอบรมมาตรฐานการบริการให้แก่พนักงาน ส่วนด้านสุดท้ายคือ ด้านเอกลักษณ์ของบิกซี ถึงแม้ว่าศูนย์อาหารสาขาพระราชบุรีบูรณะจะเปิดดำเนินการมากว่า 10 ปี แต่ลูกค้ายังมองเห็นถึงรูปแบบและลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น แตกต่างจากห้างอื่นๆ ดังนั้นในทุกๆปี ผู้บริหารจึงควรที่จะจัดทำงบประมาณเพื่อรักษาเอกลักษณ์เหล่านี้ไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดี ต้องพยายามรักษาลูกค้าเก่าให้มีความจงรักภักดีตราสินค้า (Brand Loyalty) หรือ การตลาดเพื่อรักษาลูกค้าของศูนย์อาหาร (Retention Loyalty) รวมทั้งต้องพยายามที่จะหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะสามารถอยู่ในระดับแนวหน้าของตลาดธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้

TE 159392

The purposes of the study were : 1) to find out the opinions of the customers on the food center service of the Big C Supercenter (Public) Co., Ltd. , Ratburana Branch and 2) to identify the factors affecting their opinions.

A questionnaire was employed to collect the data from 300 customers selected by quota sampling. A half were weekday customers and the other half were weekend customers. Percentage, mean, standard deviation t-test and F-test were used for data analysis.

The findings were summed up as follows:

1. Most of the samples were females, aged 20 – 39. They were married and earned a monthly income of 5,001-- 10,000 baht. The majority completed secondary school / vocational school. Most worked for private firms. They rather often (3 – 4 times/ month) frequency of used the service of general food center and of the Big C food center at Ratburana Branch.

2. As a whole, the customers were found to be moderately satisfied with the Big C food center service. All the components of service satisfaction were also found to be moderate.

3. The factors significantly affecting their opinions were marital status, education and frequency of using the Big C food center service. On the contrary, sex, age,

TE 159392

income, occupation, and frequency of using the service of general food center were found to have no impact on the opinion about the Big C food center service.

The following recommendations were made.

Based on the findings, the researcher has recommended that the Big C management urgently improve the food center service to serve the customers all aspects of needs. First, the air-conditioners system must be improved to have a nice temperature. Next, the number of tables and chairs must be increased to accommodate the customers during rush hours, weekends, and lunch time. The coupon system must be well managed by using the "cash-filling card". The taste and the food quality must be improved as well as the identity and standard. Food safety signs must be available to create customers' confidence in food safety. The staff of the food center must be constantly developed by providing them with service training. Lastly, although the food center at Ratburana Branch has been available for more than 10 years, the customers still it to maintain its outstanding characteristics that distinguish it from other food centers. It is recommended that the management put aside a budget to maintain its uniqueness so as to build "brand loyalty" or "retention loyalty". The management should also find some new strategies to enable Big C to be a leader in the modern trade business.