

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบการบรรยายตามลำดับดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไป
3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์
4. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
5. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์
6. ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการให้บริการ

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

χ^2 แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าพารามิเตอร์

ของสมการถดถอยแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ

Sig แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

Df แทน ชั้นของความอิสระ (Degrees of Freedom)

SS แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)

MS แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)

F แทน ค่าที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F (F-distribution)

t แทน ค่าที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญการแจกแจงแบบ t (t-distribution)

* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไป

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	159	41.80
หญิง	221	58.20
รวม	380	100
สถานภาพ		
โสด	227	59.70
สมรส	153	40.30
อื่นๆ	0	0.00
รวม	380	100
อายุ		
15-25 ปี	95	25.00
26-35 ปี	118	31.10
36-45 ปี	97	25.50
46-55 ปี	52	13.70
56 ปีขึ้นไป	18	4.70
รวม	380	100
อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	61	16.10
ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	192	50.50
พนักงานเอกชน	74	19.50
ลูกจ้าง	7	4.50
เกษตรกรรวม	13	3.40
ไม่ได้ทำงาน (พ่อบ้าน แม่บ้าน)	8	2.10
รับจ้างทั่วไป	15	3.90
อื่นๆ	0	0
รวม	380	100

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	39	10.30
มัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลายและ ปวช.	61	16.10
อนุปริญญาและ ปวส.	86	22.60
ปริญญาตรี	147	37.80
สูงกว่าปริญญาตรี	47	12.40
รวม	380	100
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	93	24.50
5,000-10,000 บาท	54	14.20
10,001-15,000 บาท	29	7.60
15,001-20,000 บาท	34	8.90
มากกว่า 20,000 บาท	170	44.70
รวม	380	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 58.20 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 มีอายุ 26-35 ปีเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

รายการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์กี่ ครั้ง/สัปดาห์		
1 ครั้ง	352	92.60
2 ครั้ง	21	5.50
มากกว่า 2 ครั้ง	7	1.80
รวม	380	100
เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์ เซ็นเตอร์เป็นประจำ		
การเดินทางสะดวก	114	30.00
สินค้าหาง่าย	132	34.70
สินค้าทันสมัย	34	8.90
สินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ	63	16.60
บริการรวดเร็ว	37	9.70
อื่นๆ โปรดระบุ	0	0.00
รวม	380	100
สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทใด		
เครื่องใช้ไฟฟ้า	63	16.60
อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในบ้าน	71	18.70
อาหารสด	64	16.80
อาหารแห้งและเครื่องดื่มน้ำ	77	20.30
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	50	13.20
อุปกรณ์การเรียน กีฬา	55	14.50
อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0.00
รวม	380	100

รายการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเงินเฉลี่ยต่อการเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	72	18.90
1,000-2,000 บาท	83	21.80
2,001-3,000 บาท	124	32.60
3,001-5,000 บาท	47	12.40
มากกว่า 5,000 บาท	54	14.20
รวม	380	100
ในการจ่ายสินค้าและบริการแต่ละครั้งท่านจ่ายด้วย		
เงินสด		
บัตรเครดิต	243	63.90
คู่มือจากห้าง	137	36.10
อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0.00
	0	0.00
รวม	380	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 92.60 เหตุผลในการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีส่วนใหญ่คือสินค้าหาง่าย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.70 สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นอาหารแห้งและเครื่องดื่ม จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 จำนวนเงินเฉลี่ยที่เลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้งส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2,000-3,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และในการจ่ายค่าสินค้าและบริการในแต่ละครั้งส่วนใหญ่จ่ายด้วยเงินสด จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.90

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยวัดระดับความสำคัญในภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 9) โดยแบ่งช่วงค่าคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

รายละเอียดหัวข้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านสินค้า	4.09	0.640	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	4.04	0.595	มาก	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.71	0.606	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.680	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.630	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ดโดยภาพรวมในทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อดำเนินสินค้า

ปัจจัยตามสินค้า	ระดับความสำคัญ									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ		
1. สินค้าที่จำหน่ายหลายผลิตภัณฑ์	44.20	33.20	22.60	0.00	0.00	4.21	0.789	มาก		
2. สินค้าที่จำหน่ายมีหลากหลายรายการให้เลือก	33.40	43.90	22.60	0.00	0.00	4.10	0.741	มาก		
3. มีสินค้าหลากหลายให้เลือก	22.90	54.50	22.60	0.00	0.00	4.00	0.675	มาก		
4. ยี่ห้อของสินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง	24.20	63.70	12.10	0.00	0.00	4.12	0.591	มาก		
5. สินค้ามีความแปลกใหม่ทันสมัย	24.50	63.20	12.40	0.00	0.00	4.12	0.595	มาก		
6. สินค้าที่จำหน่ายมีความสะอาด	13.70	84.70	1.60	0.00	0.00	4.12	0.371	มาก		
7. คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย	21.10	45.50	33.40	0.00	0.00	3.87	0.728	มาก		
8. สินค้าที่จำหน่ายมีหลายระดับให้เลือก	31.80	56.10	12.10	0.00	0.00	4.19	0.633	มาก		
เฉลี่ย						4.09	0.640	มาก		

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างมิกซ์ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญในระดับมาก ทั้ง 8 ข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สินค้าที่จำหน่ายหลายผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ สินค้าที่จำหน่ายมีหลายระดับให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ยี่ห้อของสินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงสินค้ามีความแปลกใหม่ทันสมัย สินค้าที่จำหน่ายมีความสะอาดค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ สินค้าที่จำหน่ายมีหลากหลายรายการให้เลือกค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.00 และคุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.87



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	21.10	66.80	12.10	0.00	0.00	4.08	0.569	มาก		
2. ป้ายบอกราคาสินค้ามีความชัดเจน	42.60	55.80	1.60	0.00	0.00	4.41	0.523	มาก		
3. ระยะเวลาการชำระสินเร็วทันสมัย	31.60	45.50	22.90	0.00	0.00	4.08	0.733	มาก		
4. ราคาเหมาะสม	10.50	45.50	43.90	0.00	0.00	3.66	0.658	มาก		
5. สินค้ามีหลายราคาให้เลือก	12.10	43.90	12.10	0.00	0.00	4.00	0.492	มาก		
เฉลี่ย						4.04	0.595	มาก		

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านราคามีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด ทั้ง 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

ป้ายบอกราคาสินค้ามีความชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ระยะเวลาการชำระเงินรวดเร็วทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ สินค้ามีหลายราคาให้เลือก

ค่าเฉลี่ย 4.00 และราคาเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.66



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าพรีเมียมเตอร์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ท่าอากาศยานมีความสะดวกในการเดินทางมาเลือกซื้อ	1.60	54.50	43.90	0.00	0.00	3.57	0.525	มาก
2. ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	1.60	65.00	33.40	0.00	0.00	3.68	0.499	มาก
3. ที่จอดรถมีความปลอดภัย	0.60	45.50	54.50	0.00	0.00	3.45	0.498	ปานกลาง
4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ	10.50	87.90	1.60	0.00	0.00	4.08	0.336	มาก
5. จัดสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่	22.90	22.60	54.50	0.00	0.00	3.68	0.822	มาก
6. จัดวางสินค้าได้ง่ายต่อการค้นหา	21.10	77.40	1.60	0.00	0.00	4.19	0.434	มาก
7. การตกแต่งร้านทันสมัย	21.10	13.70	54.70	0.00	10.50	3.34	0.632	ปานกลาง
						3.71	0.606	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญในระดับมาก 5 ข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จัดวางสินค้าได้ง่ายต่อการค้นหา ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ช่วงที่เปิดให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ จัดสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่ ค่าเฉลี่ย 3.68 และทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทางมาเลือกซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.57 มีระดับความสำคัญในระดับ ปานกลาง 2 ข้อ คือ ที่จอดรถมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.45 และการตกแต่งร้านทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.34



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของบัณฑิตของบัณฑิตวิทยาลัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าซูเปอร์เซ็นเตอร์
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ		
1. ป้ายโฆษณาหน้าร้านชัดเจน ง่ายๆ	10.50	75.80	13.70	0.00	0.00	3.96	0.491	มาก		
2. มีการแจกของแถมหรือของสมนาคุณ	42.40	22.60	35.00	0.00	0.00	4.07	0.877	มาก		
3. พนักงานขายเป็นกันเองกับลูกค้า	0.00	66.60	33.40	0.00	0.00	3.66	0.472	มาก		
4. มีการลดราคา	31.80	56.10	12.10	0.00	0.00	4.19	0.633	มาก		
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อความต้องการของลูกค้า	21.10	56.10	22.90	0.00	0.00	3.98	0.663	มาก		
6. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน	1.60	53.20	34.70	0.00	10.50	3.35	0.945	ปานกลาง		
7. ระบบการชำระเงินค่าสินค้ามีความรวดเร็ว	0.00	56.10	43.90	0.00	0.00	3.56	0.496	มาก		
8. มีการแจกแผ่นลิ่วโฆษณาสินค้า	31.80	56.10	1.60	10.50	0.00	4.09	0.865	มาก		
เฉลี่ย						3.85	0.680	มาก		

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญในระดับมาก 7 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ มีการลดราคา ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ มีการแจกแผ่นปลิวโฆษณาสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ มีการแจกของแถมหรือสมนาคุณค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาหน้าร้านชัดเจน คุ้มค่า ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ พนักงานขายเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.66 และระบบการชำระค่าสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.56 มีระดับความสำคัญในระดับ ปานกลาง 1 ข้อ คือ พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน ค่าเฉลี่ย 3.35



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศ

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig
1. ชาย	159	3.9328	0.18314	0.176	0.675
2. หญิง	221	3.9305	0.19641		

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามอายุ

	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	0.010	4	0.003	0.070	0.991
ภายในกลุ่ม	13.775	375	0.037		
รวม	13.787	379			

จากตารางที่ 10 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามอายุไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
จำแนกตามระดับการศึกษา

	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	0.002	4	0.001	0.014	1.00
ภายในกลุ่ม	13.785	375	0.037		
รวม	13.787	379			

จากตารางที่ 11 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 12 ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	0.016	4	0.004	0.106	0.980
ภายในกลุ่ม	13.771	375	0.037		
รวม	13.787	379			

จากตารางที่ 12 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามรายได้ต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการให้บริการ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการให้บริการของห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ดังแสดงในตารางที่ 13 ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

ประเด็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
1. บั๊จจัยด้านสินค้ำ	98	25.78	1
2. บั๊จจัยด้านราคา	87	22.89	2
3. บั๊จจัยด้านการจัดจ้ำหน้ำย	74	19.47	3
4. บั๊จจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	62	16.31	4

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในตารางที่ 12 พบว่า ด้านที่มีผู้ให้ข้อมูลความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านสินค้ำ คิดเป็นร้อยละ 25.78 รองลงมาคือ ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 22.89 รองลงมาคือ ด้านการจัดจ้ำหน้ำย คิดเป็นร้อยละ 19.47 และด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 16.31 โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะในแต่ละด้านดังนี้

ด้านสินค้ำ (Product) ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับสินค้ำที่มีจ้ำหน้ำยในห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ได้แก่สินค้ำบางอย่างมีตำหนิก็นำเอามาวางขาย มาวางโชว์เพื่อดึงดูดแก่ลูกค้า สินค้ำบางอย่างมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้อุปโภคบริโภค สินค้ำบางอย่างเสื่อมสภาพหรือหมดอายุต่อการใช้งาน และมีข้อเสนอแนะดังนี้ ไม่ควรมำเอาสินค้ำที่มีตำหนิมำมาวางขายหรือมาวางโชว์เพื่อดึงดูดลูกค้า ควรมีการจัดการเกี่ยวกับสินค้ำหรือจัดการเกี่ยวกับระบบสต็อกสินค้ำเพื่อไม่ให้สินค้ำบางชนิดขาดตลาดไปไม่เพียงพอต่อการจ้ำหน้ำย ไม่ควรมำเอาสินค้ำที่เสื่อมสภาพหรือหมดอายุต่อการใช้งานมาวางจ้ำหน้ำย

ด้านราคา (Price) ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับราคาของสินค้ำ โดยที่ราคาสินค้ำบางอย่างควรมีความเหมาะสมไม่ให้มีราคาสูงเกินไปหรือสูงกว่าร้านค้ำปลีก ป้ายบอกราคาสินค้ำควรมีการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาไม่ให้หลุดจากตัวสินค้ำเพื่อความชัดเจนและจะได้ไม่เสียเวลาในการชำระเงินเพื่อที่จะต้องมาตามหาราคาที่ตัวสินค้ำ และมีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการไปตรวจสอบกับร้านค้ำปลีกหรือร้านค้ำข้างเคียงเพื่อไม่ให้ราคาสินค้ำบางอย่างสูงกว่าควรให้พนักงานตรวจสอบป้ายบอกราคาสินค้ำอยู่ตลอดเวลาหรือมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน

ง่ายต่อการสังเกต ควรมีราคาที่ถูกชำระเงินด้วยเพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาที่จะต้องมาตรวจสอบสินค้าอีกครั้ง ณ จุดที่สินค้าอยู่

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย โดยที่ด้านที่จอตลอดเนื่องจากรถบางคันมีการจอตลอดไม่เป็นระเบียบ บางคันจอดทับเส้นที่เป็นเขตแบ่งรถ ทำให้รถบางคันเสียโอกาสที่จอตลอดไป และการจัดวางสินค้าบางอย่างไม่เป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าบางอย่างที่ต้องการลำบาก และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรมีการจัดบุคลากรไว้มาคอยบริการในการจอตลอดหรือดูและระเบียบในการจอตลอดให้กับลูกค้าเพื่อไม่ให้ลูกค้าบางคนเสียโอกาสในการจอตลอดในบริเวณที่จอตลอด สินค้าบางอย่างควรจัดเข้ากลุ่มเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดความยากลำบากในการค้นหาสินค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าลดราคาหรือสินค้านำปกติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด โดยที่ สินค้าบางอย่างที่มีจำหน่ายหรือโฆษณาในใบปลิวของทางห้างควรมีสินค้าจำนวนมากพอที่จะให้ผู้บริโภคได้รับอย่างทั่วถึง การลดราคาของสินค้าบางอย่างควรมีช่วงระยะเวลาที่นานพอสมควร ในการชำระเงินมีความล่าช้าไม่รวดเร็ว และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรดำเนินการจัดหาสินค้าที่มีโปรโมชันมาจำหน่ายให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค สินค้าบางชนิดที่นำมาลดราคาควรมีการลดราคาในช่วงระยะเวลาที่ยาวนาน หรือสินค้าที่หมดอายุควรนำมาลดราคาก่อนที่จะหมดอายุ ควรมีการแยกจุดชำระสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้า เช่น แยกจุดที่ชำระเฉพาะอุปโภค เงินสด หรือบัตรเครดิต เพื่อให้ลูกค้าที่ต้องการชำระค่าบริการ สินค้ามีความสะดวกและรวดเร็ว