

และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Stimulus) และที่สำคัญคือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ผู้ผลิต หรือผู้ขาย ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพล จากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อซึ่งเมื่อศึกษาโมเดลของ คีร์วอร์ด (2541 : 35-36) อาจกล่าวได้ว่า 4P ที่บิกซี เป็นตัวกระตุ้นภายนอกที่ไม่สามารถจูงใจให้ผู้บริโภค ซื้อได้อาจเป็นไปได้ว่าตัวกระตุ้นอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา จะมีอิทธิพลมากกว่า เช่น ตัวกระตุ้น ด้านเศรษฐกิจและการเมือง เพราะในช่วงเวลาของการวิจัยเป็นช่วงที่ประเทศไทย ยังอยู่ในวิกฤต การการเมืองและวิกฤตทางเศรษฐกิจ จึงทำให้ผู้บริโภคไม่กล้าตัดสินใจซื้อสินค้า รวมถึง สภาพการณ์ของคู่แข่ง อันได้แก่โลตัสที่ใช้กลยุทธ์การตลาดเข้าแข่งขันอย่างมาก จึงเป็นเหตุ ให้ผู้บริโภคลังเล หรือตัดสินใจเลือกตามแรงกระตุ้นภายใน เช่น ความชอบส่วนตัว รวมถึงสังคม วัฒนธรรม บุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน พบว่า

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม เพศ ผลการวิจัย พบว่า เพศชาย และเพศหญิงที่แตกต่างกันความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก ใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ไม่มีความแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม อายุ การศึกษา ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาล เมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม อายุ คือ อายุ 15 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี อายุ 36 – 45 ปี อายุ 46 – 55 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยรวม พบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ไม่มีความ แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม ระดับการศึกษา การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม ระดับการศึกษา คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลายและ ปวช. อนุปริญญาและ ปวส.ปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี

โดยรวม พบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ไม่มีความแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท โดยรวม พบว่า รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ใน การวิจัยดังกล่าวจึงพอสรุปได้ว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยจากการวิจัยยังพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 35-36) ซึ่งได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค บริโภคประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place)

1.1 ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการ คือ ด้านสินค้า (Product) ที่มีจำหน่ายในห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ได้แก่ สินค้าบางอย่างมีตำหนิก็นำเอามาวางขาย มาวางโชว์เพื่อดึงดูดแก่ลูกค้า สินค้าบางอย่างมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคบริโภค สินค้าบางอย่างเสื่อมสภาพหรือหมดอายุต่อการใช้งาน และมีข้อเสนอแนะดังนี้ ไม่ควรนำเอาสินค้าที่มีตำหนิก็นำมาวางขายหรือมาวางโชว์เพื่อดึงดูดลูกค้า ควรมีการจัดการเกี่ยวกับสินค้าหรือจัดการเกี่ยวกับระบบสต็อกสินค้าเพื่อไม่ให้สินค้าบางชนิดขาดตลาดไปไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย ไม่ควรนำเอาสินค้าที่เสื่อมสภาพหรือหมดอายุต่อการใช้งานมาวางจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับบน อิศริย์ นลินธรรมรัตน์ (2552 : 110) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของ“บริษัท เทคนิโก้ เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด” ผลจากการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้การยอมรับสินค้า แต่ควรให้ความสนใจ ใส่ใจในการปรับปรุงงานในด้านคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งคุณภาพสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี และมีการซื้อสินค้าซ้ำอีก และเป็นชื่อเสียงของห้างบิ๊กซี เองอย่างแท้จริง จากข้อเสนอแนะของผู้วิจัยด้านคุณภาพนั้น ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

ควรมีการปรับปรุงในเรื่องจัดการสำหรับใบคำร้องเรื่องปัญหาคุณภาพของสินค้า

1.2 ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการ คือ ด้านราคา (Price) ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับราคาของสินค้า โดยที่ราคาสินค้าบางอย่างควรมีความเหมาะสมไม่ให้มีราคาสูงเกินไปหรือสูงกว่าร้านค้าปลีก ป้ายบอกราคาสินค้าควรมีการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาไม่ให้หลุดจากตัวสินค้าเพื่อความชัดเจน และจะได้ไม่เสียเวลาในการชำระเงินเพื่อที่จะต้องมาตามหาราคาที่ตัวสินค้า และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรมีการไปตรวจสอบกับร้านค้าปลีกหรือร้านค้าข้างเคียงเพื่อไม่ให้ราคาสินค้าบางอย่างสูงกว่า ควรให้พนักงานตรวจสอบป้ายบอกราคาสินค้าอยู่ตลอดเวลาหรือมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ง่ายต่อการสังเกต ควรมีราคาที่ถูกชำระเงินด้วยเพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาที่จะต้องมาตรวจสอบสินค้าอีกครั้ง ณ จุดที่สินค้าอยู่ซึ่งสอดคล้องกับ กับศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 35-36) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ดังนั้นผู้ขายควรพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้นและควรพิจารณาการแข่งขันด้วยโดยดูราคาจากร้านอื่นเปรียบเทียบ

1.3 ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการ คือ ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย โดยที่ด้านที่จอตลอดเนื่องจากรถบางคันมีการจอตลอดไม่เป็นระเบียบ บางคันจอดทับเส้นที่เป็นเขตแบ่งรถ ทำให้รถบางคันเสียโอกาสที่จอตลอดไป และการจัดวางสินค้า บางอย่างไม่เป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าบางอย่างที่ต้องการลำบาก และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรมีการจัดบุคลากรไว้มาคอยบริการในการจอตลอดหรือดูแลระเบียบในการจอตลอดให้กับลูกค้า เพื่อไม่ให้ลูกค้าบางคนเสียโอกาสในการจอตลอดในบริเวณที่จอตลอด สินค้าบางอย่างควรจัดเข้ากลุ่มเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดความยากลำบากในการค้นหาสินค้า ไม่ว่าจะป็นสินค้าลดราคาหรือสินค้านำราคาปกติซึ่งสอดคล้องกับ พิระวัฒน์ จิตสุภ (2547 : 98) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของห้างโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ ผลจากการวิจัยพบว่า การบริการของพนักงานควรจัดพนักงานรักษาความปลอดภัยในการดูแลที่จอตลอด และดูแลช่วยเหลือลูกค้าในขณะขนสินค้าและเคลื่อนย้ายสินค้าให้ปลอดภัย

1.4 ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด โดยที่ สินค้าบางอย่างที่มีจำหน่ายหรือโฆษณาในใบปลิวของทางห้างควรมีสินค้าจำนวนมากพอที่จะให้ผู้บริโภคได้รับอย่างทั่วถึง การลดราคาของสินค้า บางอย่างควรมีช่วงระยะเวลาที่นานพอสมควร ในการชำระเงินมีความล่าช้าไม่รวดเร็ว

และมีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรดำเนินการจัดหาสินค้าที่มีโปรโมชันมาจำหน่ายให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้อุปโภคบริโภค สินค้าบางชนิดที่นำมาลดราคาควรมีการลดราคาในช่วงระยะเวลาที่ยาวนาน หรือสินค้าที่หมดอายุควรมีการนำมลดราคาก่อนที่จะหมดอายุ ควรมีการแยกจุดชำระสินค้า เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้า เช่น แยกจุดที่ชำระเฉพาะคูปอง เงินสด หรือบัตรเครดิต เพื่อให้ลูกค้าที่ต้องการชำระค่าบริการสินค้ามีความสะดวกและรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด มีการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการรักษา ระดับความสำคัญในการให้บริการนี้ไว้และจะต้องพัฒนาให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการ ในระดับมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ด้านราคาสินค้า บริษัทฯควรมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง ในตลาดเดียวกันและกลุ่มเป้าหมายเดียวกันอยู่เสมอ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและ สามารถสู้คู่แข่งได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์เท่านั้น ควรมีการขยายผลไปถึงซูเปอร์เซ็นเตอร์อื่น เช่น เทสโก้โลตัส แมคโคร หรือแม้กระทั่งในจังหวัดอื่น ๆ หรือจังหวัดใกล้เคียงเพื่อผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถปรับปรุงและพัฒนาห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพต่อไป