

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้นำผลมาสรุป ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สรุปผลการวิจัย
7. อภิปรายผลการวิจัย
8. ข้อเสนอแนะ



#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด แยกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกในการให้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

## สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด อยู่ในระดับปานกลาง
2. เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้มาใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 36,845 คน (เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. 2556 : 15) ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด เป็นผู้ที่เคยใช้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดร้อยเอ็ด ได้จากการเปิดตารางเครชีและมอร์แกน ในระยะเวลา 1 สัปดาห์ จากเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 ในช่วงเดือนดังกล่าวและสามารถตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง จำนวน 380 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

เป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

แบ่งออกเป็น 4 ด้านดังนี้ คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด (Open and question) เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ หากผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าอะไรเป็นปัญหาของการให้บริการลูกค้า

ของห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โปรดระบุปัญหาให้ชัดเจนมีทั้งหมด 4 หัวข้อ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมนำมาจัดหมวดหมู่และบันทึกคะแนนแต่ละข้อแต่ละคนลงใน แบบลงรหัส (Coding Form) หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิจัยทางสังคมศาสตร์ ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Methode) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ใช้ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 9) โดยแบ่งช่วงค่าคะแนน ดังนี้

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

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 ใช้การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์แยกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน โดยใช้การทดสอบ t-test และ F-test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ (Level of Significant) ที่ระดับ .05

3. สถิติวิเคราะห์การเปรียบเทียบ ใช้การวิเคราะห์ t-test และ F-test

### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไป จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน 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

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ 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

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมในทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

### 3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า

3.1 ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ดมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีสินค้าที่หลากหลายที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ขึ้นต่อมีสาเหตุที่ก่อให้เกิด และมีถึงจุดจบหรือแรงกระตุ้นต่อคนเรามีความต้องการแล้วก็ปรารถนาถึงความต้องการขั้นพื้นฐานจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านสินค้ามีระดับความสำคัญในระดับมาก ทั้ง 8 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ สินค้าที่จำหน่ายหลายผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ สินค้าที่จำหน่ายมีหลายระดับให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ยี่ห้อของสินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง สินค้ามีความแปลกใหม่ทันสมัย สินค้าที่จำหน่ายมีความสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ สินค้าที่จำหน่ายมีหลากหลายรายการให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.00 และคุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.87

ปัจจัยด้านราคามีระดับความสำคัญในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ป้ายบอกราคาสินค้ามีความชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ระยะเวลาการชำระเงินรวดเร็วทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ สินค้ามีหลายราคาให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.00 และราคาเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.66

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญในระดับมาก 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 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

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญในระดับมาก 7 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ มีการลดราคา ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ มีการแจกแผ่นปลิว โฆษณาสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ มีการแจกของแถมหรือสมนาคุณ ค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาหน้าร้านชัดเจน ง่ายๆ ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ พนักงานขายเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.66 และระบบการชำระค่าสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.56 มีระดับความสำคัญในระดับ ปานกลาง 1 ข้อ คือ พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน ค่าเฉลี่ย 3.35

3.2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่ง ถ้ามีห้างให้เลือกมากกว่านี้ผู้บริโภคอาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการห้างอื่นได้ โดยที่ไม่มี การผูกขาดแต่เพียงห้างนี้ห้างเดียว

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการพัฒนาการให้บริการของ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับด้านสินค้า (Product) ที่มีจำหน่ายใน ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ได้แก่สินค้าบางอย่างมีตำหนิที่นำเอามาวางขาย มาวางโชว์เพื่อดึงดูดแก่ลูกค้า สินค้าบางอย่างมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค สินค้าบางอย่างเสื่อมสภาพหรือหมดอายุต่อการใช้งาน และมีข้อเสนอแนะดังนี้ไม่ควรนำเอาสินค้าที่มีตำหนิ มาวางขายหรือมาวางโชว์เพื่อดึงดูดลูกค้า ควรมีการจัดการเกี่ยวกับสินค้าหรือจัดการเกี่ยวกับ

ระบบสต็อกสินค้าเพื่อไม่ให้สินค้าบางชนิดขาดตลาดไปไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายไม่ควรนำเอาสินค้าที่เสื่อมสภาพหรือหมดอายุต่อการใช้งานมาวางจำหน่าย

ด้านราคา (Price) ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับราคาของสินค้า โดยที่ราคาสินค้าบางอย่างควรมีความเหมาะสมไม่ให้มีราคาสูงเกินไปหรือสูงกว่าร้านค้าปลีก ป้ายบอกราคาสินค้าควรมีการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาไม่ให้หลุดจากตัวสินค้าเพื่อความชัดเจน และจะได้ไม่เสียเวลาในการชำระเงินเพื่อที่จะต้องมาตามหาราคาที่ตัวสินค้า และมีข้อเสนอแนะดังนี้ควรมีการไปตรวจสอบกับร้านค้าปลีกหรือร้านค้าข้างเคียงเพื่อไม่ให้ราคาสินค้าบางอย่างสูงกว่าควรให้พนักงานตรวจสอบป้ายบอกราคาสินค้าอยู่ตลอดเวลาหรือมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ง่ายต่อการสังเกต ควรมีราคาที่จุดชำระเงินด้วยเพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาที่จะต้องมาตรวจสอบสินค้าอีกครั้ง ณ จุดที่สินค้าอยู่

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย โดยที่ด้านที่จอดรถเนื่องจากบางคันมีการจอดรถไม่เป็นระเบียบ บางคันจอดทับเส้นที่เป็นเขตแอมร์ด ทำให้รถบางคันเสียโอกาสที่จอดรถไป และการจัดวางสินค้าบางอย่างไม่เป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าบางอย่างที่ต้องการลำบาก และมีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการจัดบุคลากรไว้มาคอยบริการในการจอดรถหรือดูและระเบียบในการจอดรถให้กับลูกค้าเพื่อไม่ให้ลูกค้าบางคนเสียโอกาสในการจอดรถในบริเวณที่จอดรถสินค้าบางอย่างควรจัดเข้ากลุ่มเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดความยากลำบากในการค้นหาสินค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าลดราคาหรือสินค้าราคาปกติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้พบปัญหาเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด โดยที่ สินค้าบางอย่างที่มีจำหน่ายหรือโฆษณาในใบปลิวของทางห้างควรมีสินค้าจำนวนมากพอที่จะให้ผู้บริโภคได้รับอย่างทั่วถึง การลดราคาของสินค้าบางอย่างควรมีช่วงเวลาที่เหมาะสม ควรในการชำระเงินมีความคุ้มค่าไม่รวดเร็ว และมีข้อเสนอแนะดังนี้ควรดำเนินการจัดหาสินค้าที่มีโปรโมชันมาจำหน่ายให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคบริโภคสินค้าบางชนิดที่นำมาลดราคาควรมีการลดราคาในช่วงระยะเวลาที่ยาวนานหรือสินค้าที่หมดอายุควรนำมาลดราคาก่อนที่จะหมดอายุควรมีการแยกจุดชำระสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้า เช่น แยกจุดที่ชำระเฉพาะคูปอง เงินสด หรือบัตรเครดิต เพื่อให้ลูกค้าที่ต้องการชำระค่าบริการสินค้ามีความสะดวกและรวดเร็ว

## อภิปรายผล

จากการศึกษาการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จากผลการศึกษานี้มีข้อที่สามารถนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมในทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

จากการวิจัยพบว่า การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมในทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานตั้งไว้ แสดงว่าผู้บริโภคอาจได้รับอิทธิพลตัวอื่นในการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 128-130) ได้กล่าวไว้ว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ซึ่งจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งสิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic Stimulus) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological Stimulus) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political Stimulus)

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 ไม่ควรนำเอาสินค้าที่มีตำหนิมาวางขายหรือมาวางโชว์เพื่อดึงดูดลูกค้า 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 และดูแลช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ขนสินค้าและเคลื่อนย้ายสินค้าให้ปลอดภัย

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