

สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญแผนภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
คำถามการวิจัย	4
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	23
บริษัทห้างบักซิงูเปอร์เซ็นเตอร์	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิดการศึกษา	44
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	48

หัวข้อเรื่อง	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไป	50
ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์	52
ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด	54
ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการให้บริการ	65
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
วัตถุประสงค์การวิจัย	67
สมมติฐานการวิจัย	68
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	68
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
การวิเคราะห์ข้อมูล	69
สรุปผลการวิจัย	69
อภิปรายผล	73
ข้อเสนอแนะ	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	81
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของเครื่องมือวิจัย	89
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	คำถาม (6 Ws และ 1 H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภคร (70's) 25
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม 50
3	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ 52
4	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ของประชาชนในเขตเทศบาล เมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด 54
5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านสินค้า 55
6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านราคา 57
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 59
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 61
9	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก ใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศ 63
10	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามอายุ 63

ตารางที่

หน้า

- | | | |
|----|--|----|
| 11 | ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้
บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
จำแนกตามระดับการศึกษา | 64 |
| 12 | ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้
บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 64 |
| 13 | จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของ
ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด | 65 |



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ 11
2	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค 12
3	แสดงลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 18
4	ช่องทางการจัดจำหน่าย 29
5	จำนวนสาขาของห้างบิ๊กซี 34
6	กรอบแนวคิดในการวิจัย 44



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY