





ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์  
ของประชากรในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

## คำชี้แจง

1. ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง □ หน้าคำตอบที่ท่านคิดว่าตรงตาม  
ทัศนคติของท่านมากที่สุด

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซี  
ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ของประชากรในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไปของผู้ใช้บริการ

3. ระดับความสำคัญ แบ่งเป็น 5 ระดับคือ

5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การตอบแบบสอบถามนี้เป็นอันขาดความลับและจะตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้

(Mr. Le Chi Hieu)

นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์  
ของประชากรในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย       หญิง

2. สถานภาพ

โสด       สมรส       อื่น ๆ

3. อายุ

15 – 25 ปี       26 – 35 ปี  
 36 – 45 ปี       46 – 55 ปี       56 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

นักเรียน นักศึกษา       ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานเอกชน       ลูกจ้าง  
 เกษตรกรรม       ไม่ได้ทำงาน (พ่อบ้าน แม่บ้าน)  
 รับจ้างทั่วไป       อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา       มัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลายและ ปวช.  
 อนุปริญญาและ ปวส.      ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 บาท       5,000-10,000 บาท  
 10,001-15,000 บาท       15,001-20,000 บาท  
 มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการห้างบิ๊กซีและห้างเทสโก้โลตัส

1. โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์.....ครั้ง/สัปดาห์  
เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ที่ใช้บริการเป็นประจำ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> การเดินทางสะดวก | <input type="checkbox"/> สินค้าหาง่าย           |
| <input type="checkbox"/> สินค้าทันสมัย   | <input type="checkbox"/> สินค้าสะอาดเป็นระเบียบ |
| <input type="checkbox"/> บริการรวดเร็ว   | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....    |

2. สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทใด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ไฟฟ้า           | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในบ้าน |
| <input type="checkbox"/> อาหารสด                   | <input type="checkbox"/> อาหารแห้งและเครื่องดื่ม       |
| <input type="checkbox"/> เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเรียน กีฬา          |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....      |  |

3. จำนวนเงินเฉลี่ยต่อการเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,000 – 2,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2,000 – 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3,001 – 5,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 5,000 บาท |  |

4. ในการจ่ายสินค้าและบริการแต่ละครั้งท่านจ่ายด้วย

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เงินสด         | <input type="checkbox"/> บัตรเครดิต           |
| <input type="checkbox"/> อุดหนุนจากห้าง | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

รายการที่เกี่ยวข้อง กับส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านสินค้า (Product)</b>					
1. สินค้าที่จำหน่ายหลายผลิตภัณฑ์					
2. สินค้าที่จำหน่ายมีหลายรายการให้เลือก					
3. มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อให้เลือก					
4. ยี่ห้อของสินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง					
5. สินค้ามีความแปลกใหม่ ทันสมัย					
6. สินค้าที่จำหน่ายมีความสะอาด					
7. คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย					
8. สินค้าที่จำหน่ายมีหลายระดับให้เลือก					
<b>ปัจจัยด้านราคา (Price)</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ป้ายบอกราคาสินค้ามีความชัดเจน					
3. ระยะเวลาการชำระเงินรวดเร็ว ทันสมัย					
4. ราคาเหมาะสม					
5. สินค้ามีหลายราคาให้เลือก					
<b>ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
1. ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ					
2. ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ					
3. ที่จอดรถมีความปลอดภัย					
4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ					
5. จัดสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่					
6. จัดวางสินค้าได้ง่ายต่อการค้นหา					
7. การตกแต่งร้านทันสมัย					

รายการที่เกี่ยวข้อง กับส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
1. ป้ายโฆษณาหน้าร้านชัดเจน ใ้ใจ					
2. มีการแจกของแถมหรือของสมนาคุณ					
3. พนักงานขายเป็นกันเองกับลูกค้า					
4. มีการลดราคา					
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานขายที่มีต่อ ความต้องการของลูกค้า					
6. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน					
7. ระบบการชำระเงินค่าสินค้ามีความ รวดเร็ว					
8. มีการแจกแผ่นปลิวโฆษณาสินค้า					

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการให้บริการ

ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัญหาของการให้บริการลูกค้าของห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์นเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

1.1 ด้านสินค้า (Product)

1.1.1 ปัญหาที่พบ

.....  
.....

ข้อเสนอแนะ

.....  
.....

1.2 ด้านราคา (Price)

1.2.1 ปัญหาที่พบ

.....  
.....

1.2.2 ข้อเสนอแนะ

.....  
.....

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

1.3.1 ปัญหาที่พบ

.....  
.....

1.3.2 ข้อเสนอแนะ

.....  
.....

1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.4.1 ปัญหาที่พบ

.....  
.....



1.4.2 ข้อเสนอแนะ

.....

ข้อคิดเห็นและขอเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ข

ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจการจำแนกของเครื่องมือวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจการจำแนกของเครื่องมือวิจัย

Items	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	36.5500	67.8436	.3191	.8772
A2	38.2000	65.1385	.4190	.8751
A3	38.4750	64.7173	.5153	.8700
A4	39.5500	69.3821	.6110	.8701
A5	39.2250	66.7429	.6240	.8671
A6	39.3000	68.3179	.5658	.8694
A7	39.3250	66.3276	.6393	.8664
A8	39.5000	68.0513	.6488	.8680
B1	39.3750	68.5994	.5079	.8705
B2	39.1250	68.5224	.4172	.8724
B3	39.2750	66.5635	.7641	.8649
B4	38.6750	67.6096	.2728	.8812
B5	37.6250	64.9583	.4566	.8729
C1	39.1750	69.3788	.3376	.8746
C2	39.1250	66.0096	.5822	.8675
C3	39.0250	65.1019	.7145	.8639
C4	39.4500	67.7410	.7205	.8669
C5	39.3000	67.2410	.6327	.8674
C6	39.4750	68.3583	.6629	.8683
C7	39.6000	73.3231	.2584	.8781
D1	39.6500	74.1308	.2818	.8793
D2	39.3750	71.3173	.2127	.8771

Items	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D3	39.3750	70.9071	.2860	.8753
D4	39.4250	71.8404	.2885	.8772
D5	39.0250	67.7686	.4183	.8726
D6	36.5500	67.8436	.3191	.8772
D7	38.2000	65.1385	.4190	.8751
D8	38.4750	64.7173	.5153	.8700

หมายเหตุ

1. N of Cases = 30.00
2. N of Items = 28
3. Alpha = .8763



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY