

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทก่อนတွ່งรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွ່งรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွ່งรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွ່งรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွ່งรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์ จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 2 กลุ่ม
F	แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป
LSD.	แทน การเปรียบเทียบเป็นรายคู่
*	แทน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์**

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์ แสดงเป็นค่าความถี่ และร้อยละ รายละเอียดแสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์

(N=250)		
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
		100.0
<b>เพศ</b>		
ชาย	80	32.0
หญิง	170	68.0
<b>อายุ</b>		
ไม่เกิน 20 ปี	23	9.2
21-30 ปี	126	50.4
31-40 ปี	59	23.6
41 ปีขึ้นไป	42	16.8
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา/มัธยมศึกษา/ปวช.	131	52.4
อนุปริญญา/ปวส.	27	10.8
ปริญญาตรี	73	29.2
สูงกว่าปริญญาตรี	19	7.6
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	101	40.4
สมรส	123	49.2
หม้าย/หย่าร้าง	26	10.4

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ	37	14.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30	12.0
พนักงานบริษัทเอกชน	93	37.2
ธุรกิจส่วนตัว	23	9.2
นักเรียน/นักศึกษา	15	6.0
แม่บ้าน	52	20.8
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	123	49.2
10,000-20,000 บาท	69	27.6
20,001 บาทขึ้นไป	58	23.2

จากตาราง 1 พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 68 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา/มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 มีสถานภาพสมรส จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.2