

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยทำการเก็บตัวอย่างจากประชากรในอำเภอกระทุ่มแบน จำนวน 398 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ต่อเดือน และมีสถานภาพเป็นโสด

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าอำเภอกระทุ่มแบนมีร้านค้าปลีก และสื่อที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน คือ ป้ายร้านค้า และมีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างจากร้านสะดวกซื้อ ในเรื่องราคาของสินค้าในร้านค้าปลีกจะมีดีกว่าร้านสะดวกซื้อ แต่ด้านคุณภาพของสินค้าเท่ากับร้านสะดวกซื้อ

ด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดการค้าปลีกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านพฤติกรรม สำหรับการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ คือ การลดราคา และการแจกของแถม และของแถมที่สนใจมากที่สุดคือ นาฬิกา ถ้าหากร้านค้าปลีกมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาสินค้า แจกของแถม ก็จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อไป นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกประจำ คือ ซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูป ได้แก่ บะหมี่สำเร็จรูป ปลากระป๋อง และผักกระป๋อง เป็นต้น เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพราะตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน และบริเวณของร้านค้าปลีกที่ซื้อประจำ คือ บริเวณตลาดสด ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้ามากที่สุดคือ เวลา 17.01-20.00 น. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้ง 101-500 บาท และคาดว่า จะมาใช้บริการร้านค้าปลีกในครั้งต่อไปสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง สำหรับความคิดเห็นต่อความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนในอนาคตคิดว่า จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

This independent study aimed to study the attitude of consumer towards retail stores in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province. Questionnaires were used to collect data from 398 people in Krathum Baen district. The data were analyzed by using descriptive statistics, i.e. frequency, percentage and mean.

From the study, it was found out that the majority of respondents were single female whose ages were 21-30 years with bachelor's degree or higher. They were mostly private company employees and had income less than 5,000 baht per month.

The cognitive element of attitude, it revealed that most of respondents had already known the exist of retail stores in Krathum Baen District. The media influenced their awareness was stores signboard. They had opinion that retail stores were distinct from convenience stores. They believed that the retail stores charged lower prices than the convenience stores. However, the product quality was perceived the same.

The affective element regarding the satisfaction towards retail marketing mix, the respondents satisfied on average at a moderate level towards the following factors: product, price place, and promotion respectively.

The behavior element, it was found out that the most effective sales promotion tool was discount and premium gift. From this study, respondents revealed that a clock was the most favorite one. The respondents would return to the stores if there were sales promotion such as discount and premium gift. Moreover, they would visit the retail stores 2-3 times per week and regularly bought instant food such as noodles, canned fish and canned vegetables from the retail stores. The main reason that the respondents bought from the retail stores was that the stores were located close to their home or office. The most frequently store visited was located around a fresh market area. The most frequently shopping time was during 17.01–20.00 o'clock. They would spend at about 101–500 baht each time. They would return to retail stores 2 – 3 time per week. They believed that popularity of retail stores in Krathum Baen District would gradually increase in the future.