

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจำนวน 399 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด คือ อนุปริญญาและปวส. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดคิดว่ามีร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ส่วนใหญ่คิดว่าสินค้าที่มีขายในร้านค้าปลีก คือ ของใช้ในชีวิตประจำวัน รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า คิดว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองไม่แตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ โดยมีราคาสินค้าที่ถูกกว่า คุณภาพสินค้าของร้านค้าปลีกเท่ากับคุณภาพสินค้าของร้านสะดวกซื้อ

ด้านความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังต่อไปนี้ คือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสินค้ามากเป็นลำดับแรก ในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านสามารถต่อรองราคาได้มากเป็นลำดับแรก ในด้านช่องทางการจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านเวลาปิดร้านมากเป็นลำดับแรก ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมด้านการประชาสัมพันธ์มากเป็นลำดับแรก

ด้านพฤติกรรม รายการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคสนใจ คือ การลดราคา สำหรับของแถมที่สนใจ คือ นาฬิกา หากมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของแถม ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาซื้อสินค้าอีก ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง สินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อ คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ข้าวสาร สบู่ กาแฟ ผงซักฟอก เหตุผลที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าที่ร้านค้าตั้งอยู่บริเวณตลาดสดเป็นประจำ ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าคือ 17.01-20.00 น. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าต่อครั้งคือ 101-500 บาท ความบ่อยที่มาซื้อสินค้าคือสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาต่อส่วนประสมการค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยด้านปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยมากเป็นลำดับแรก ดังต่อไปนี้ คือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาโดยรวมมากที่สุด ได้แก่ ไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ในด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ ในด้านช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ ไม่มีที่จอดรถ ในด้านราคา ได้แก่ ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน

The purpose of this independent study was to study the customer attitude towards retail stores in Mueang District, Samut Sakhon Province. The subjects of this study were 399 people who lived in Mueang District. Questionnaires were used in data collection.

The study revealed that most of respondents were female, 31-40 years old and single. Their highest education level was diploma. They were private company employees and had salary of 10,000-20,000 baht a month.

The cognitive element of attitude, it was found that all of the respondents knew that there were retail stores in Mueang District. Most of them thought that product sold in retail stores were daily consumer product. They knew retail stores from stores sign boards. They had opinions that retail stores did not differ from convenience stores, with the perception of lower price in retail stores. However, the product quality in the retail stores were perceived as same as in the convenience stores.

The effective element, the respondents satisfied retail mix with the average scores as follows : promotion , place, product and price respectively. For the sub factor that the respondents gave at the first priority was as follows : Product factor was quality of product, price factor was bargaining on price, place factor was store closing time and promotion factor was public relation.

The behavior element, the respondents were interested in discount. They were also interested in clock as premium. If the retail stores had sales promotion such as discount and premium, most of respondents would visit the stores again. Most of the respondents came to the retail store 2-3 times per week. The products mostly bought were instant noodles, rice, soap, coffee and detergent. Nearness to houses or offices was an important reason that make them visit the retail stores. The respondents went to the retail stores located in the fresh market area. The time period for shopping were 17.00-20.00 hrs. They spent 100-500 baht with the frequency of one time per week.

The respondents faced the problem regarding the retail mix on average as follows : product, promotion, place and price respectively. The sub problems which they faced at the first priority were as follows : product factor was no return or exchange of goods, promotion factor was uninteresting sales promotion, place factor was no parking lot and price factor was unclear price label.