

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการจากร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุ 21-29 ปี ส่วนใหญ่ระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีสถานภาพโสดมากที่สุด ส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในตำบลสันกำแพง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด และส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง พฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หือโนเกียมากที่สุด รุ่น 3310 ราคา 2,001-4,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการของร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ช้อบัตรเติมเงิน และร้านที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด คือ แรงใจเทเลซ้อป เหตุผลที่เลือกร้านที่ใช้บริการ คือ มีสินค้าทันสมัย หลากหลาย และรายการส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ การลดราคา โดยของแถมที่สนใจ คือ เสื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากป้ายหน้าร้าน โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน คือ เอไอเอส (AIS) โดยใช้ระบบจ่ายเงินในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบบบัตรเติมเงิน และส่วนใหญ่การจ่าย

เงินในการซื้อบัตรเติมเงิน 300 บาท โดยจ่ายเป็นเงินสด และช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด คือ เวลา 16.00-20.00 น.

ผลการศึกษาปัจจัยที่ผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีโทรศัพท์ให้เลือกหลายรุ่น และมีบัตรเติมเงินทุกราคา

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ราคาเครื่องโทรศัพท์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ไปมาได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานให้การต้อนรับและบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และพนักงานสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างละเอียดและเข้าใจ

สำหรับปัญหาที่พบในการเลือกร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบปัญหาอันดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่มีโทรศัพท์รุ่นใหม่ๆ ด้านราคา ได้แก่ ราคาโทรศัพท์แพงกว่าร้านอื่น ๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ที่จอดรถไม่มี ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่ให้ความสนใจลูกค้า

This independent study aimed to explore factors influencing consumers in selecting the mobile phone shops in San kamphaeng district, Chiang Mai province. Data collection was conducted through questionnaire distributed through 300 consumers of mobile phone shops in San kamphaeng district, Chiang Mai Province. The data was then analyzed by descriptive statistics using frequency, percentage, and means.

Based upon the studying results, most respondents were single, female whose ages were between 31-40 years old. They graduated from high school level of education and their recent accommodations were located in Tambon Sankamphang. Their average monthly income was between 5,001-10,000 baht. From the study, it was found that most of their careers were company officers/employees.

From the study of purchasing behavior for mobile phone products of those respondents, its finding indicated that the most favorite brand was Nokia 3310 there price was 2,001-4,000 baht. The most favorite service that they used at the mobile phone shops was to buy pre-paid cards. Meanwhile, the most favorite mobile phone shop of those respondents was Rangjai Teleshop. Most of them stated reasons of taking services from this shop was the availability of modern products, the variety of products, and the interesting promotions namely

price reduction and premium was shirt. The respondents revealed that they learnt about the existence of mobile phone shops from the signboards. The result of study also pointed out that recently the most favorite mobile phone supplier was AIS. In term of service payment, the respondents mostly selected the pre-paid type of service. Most of them preferred to buy 300 baht of the pre-paid card in cash. The most favorite time period that they came to the shop was around 16.00-20.00 hrs.

According to the results of study on factors influencing consumers in selecting the mobile phone shops, the respondents paid overall average high concern on factors namely place, product, promotion, and price respectively.

For product factor: The respondents paid overall average concern at high level on selecting the mobile phone shops and the sub-factors that they paid average at highest level of concern were the variety of mobile phone's series, and the availability of all prices of pre-paid cards.

For price factor: The respondents paid high concern on selecting the mobile phone shops and the sub-factor that they paid average at highest level of concern was the price of each mobile phone.

For place factor: The respondents paid overall average high concern on selecting the mobile phone shops and the sub-factor that they paid highest level of concern was the convenience for transportation.

For promotion factor: The respondents paid overall average high concern on selecting the mobile phone shop and the sub-factors that they paid average at highest level of concern were the warm and friendly welcome of officers, and the detailed and explicit product information for the better understanding given by those officers.

Problems found in the selection of mobile phone shops in Sankamphang district, Chiang Mai were stated. The first problem of each factor was identified as follows. In term of product factor, the problem was the lack of new series of mobile phones. In term of price factor, the problem was the expensive price of mobile phones comparing with other shops. In term of place factor, the problem was the lack of parking lots. In term of promotion factor, the problem was the lack of consumers' attention.