

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปดักที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 14 ร้านค้าภายในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในจำนวนเท่าๆกัน คือ ร้านละ 15 ราย โดยกระจายการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 210 รายพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.52 เป็นเพศชายร้อยละ 40.48 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 41.90 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 53.81 มีการศึกษาสูงสุดระดับปวส./อนุปริญญา/หรือเทียบเท่า ร้อยละ 33.33 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ร้อยละ 40.06 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 50.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการในร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ซื้อโทรศัพท์ ร้อยละ 94.29 โดยส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 18.00 – 21.00 น. ร้อยละ 63.33 และความถี่ในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือใช้บริการอื่นๆ ประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 31.90

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปดักที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปดักที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ส่วนประสมราคา ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และส่วนประสมการสื่อสารการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ทั้งหมดทุกปัจจัยอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและปัจจัยส่วนประสมราคา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และหลากหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาตรวจเช็คสภาพและซ่อมเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยส่วนประสมราคา

ปัจจัยส่วนประสมราคามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา ราคาเครื่องโทรศัพท์ถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีส่วนลด หรือสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้านี้มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82) โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือพนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ จำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

สรุปปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน

ตารางที่ 42 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก และระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	เพศ			
	ชาย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่วนประสมสินค้าและบริการ	1.มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และหลากหลายรุ่น	4.35 (มาก)	1.มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และหลากหลายรุ่น	4.42 (มาก)
	2.มีบริการหลังการขายเช่น มีบริการให้คำปรึกษา ตรวจสอบเช็คสภาพและซ่อมเครื่อง	4.18 (มาก)	2.มีบริการรับประกันสินค้า	4.21 (มาก)
	3. มีการรับประกันสินค้า	4.08 (มาก)	3.มีสินค้าพร้อมขายให้ทันที	4.09 (มาก)
ส่วนประสมราคา	1.ราคาเครื่องโทรศัพท์ ถูกกว่าร้านอื่นๆ	4.02 (มาก)	1.มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน	4.21 (มาก)
	2.มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน	4.00 (มาก)	2.ราคาเครื่องโทรศัพท์ ถูกกว่าร้านอื่น	4.16 (มาก)
	3.มีส่วนลดหรือสามารถต่อรองราคาได้	3.91 (มาก)	3.มีส่วนลด หรือ สามารถต่อรองราคาได้	3.98 (มาก)
ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	2.ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน	4.12 (มาก)	1.มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.34 (มาก)
	2.เดินทางมาร้านได้สะดวก	4.11 (มาก)	2.ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน	4.25 (มาก)
	3.มีผู้โชว์แนะนำสินค้าใหม่	4.10 (มาก)	3.เดินทางมาร้านค้าได้สะดวก	4.18 (มาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้ำ
ปลึกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้าง
บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสม การค้ำปลึก	เพศ			
	ชาย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่วนประสมการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ	1.พนักงานสามารถให้ ข้อมูลตัวสินค้าอย่าง ละเอียดและเข้าใจ	4.02 (มาก)	1.จำนวนเจ้าหน้าที่ หรือ พนักงานบริการเพียงพอ และพนักงานสามารถให้ ข้อมูลตัวสินค้าอย่าง ละเอียดและเข้าใจ	4.24 (มาก) (เท่ากัน)
	2.พนักงานบริการด้วย รอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.18 (มาก)	ข้อมูลตัวสินค้าอย่าง ละเอียดและเข้าใจ	4.22 (มาก)
	3.พนักงานให้ความ สนใจลูกค้าและพนักงาน ขายมีทักษะในการขายดี	3.95 (มาก) (เท่ากัน)	2.พนักงานบริการด้วย รอยยิ้มและอัธยาศัยดี 3.พนักงานบริการได้ รวดเร็ว และ พนักงานให้ ความสนใจลูกค้า	4.18 (มาก) (เท่ากัน)

ตารางที่ 43 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการกำกับดูแลระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการกำกับดูแล	อายุ												
	ไม่เกิน 20 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	21 – 30 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31 – 40 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41 ปีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ส่วนประสมสินค้าและบริการ	1. มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น 2. ระยะเวลาในการรับประกัน 3. มีการรับประกันสินค้า	4.57 (มากที่สุด)	1. มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น 2. มีสินค้าพร้อมขายให้ทันที ระยะเวลาในการรับประกันและมีการบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษา ตรวจสอบเครื่อง	4.36 (มาก)	4.02 (มาก)	1. มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น 2. สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ 3. มีการรับประกันสินค้า	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	1. มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น 2. มีการบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาตรวจเช็คสภาพและซ่อมเครื่อง 3. สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ และมี การรับประกันสินค้า	4.44 (มาก)	4.19 (มาก)	3.95 (มาก)

ตารางที่ 43 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	21 – 30 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31 – 40 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41 ปีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่วนประสมราคา	1. มีป้ายแสดงราคา สังเกตเห็นชัดเจน 2. มีส่วนลด หรือ สามารถต่อรองราคาได้ 3. ราคาเครื่อง โทรศัพท์ ถูกกว่าร้านอื่นๆ	4.18 (มาก) 4.07 (มาก) 4.04 (มาก)	1. มีป้ายแสดงราคา สังเกตเห็นชัดเจน, ราคาเครื่อง โทรศัพท์ ถูกกว่าร้านอื่นๆ 2. มีส่วนลด หรือ สามารถต่อรองราคา ได้ 3. อุปกรณ์เสริม มี หลายราคาให้เลือก	4.10 (มาก)	1. มีป้ายแสดงราคา สังเกตเห็นชัดเจน 2. ราคาเครื่อง โทรศัพท์ ถูกกว่า ร้านอื่นๆ 3. มีการแจ้งประเมิน ค่าซ่อมและแจ้ง ราคาก่อนซ่อม	4.20 (มาก) 4.18 (มาก)	1. มีการแจ้งประเมิน ค่าซ่อมและแจ้ง ราคาก่อนซ่อม 2. ราคาเครื่อง โทรศัพท์ ถูกกว่า ร้านอื่นๆ 3. มีป้ายแสดงราคา สังเกตเห็นชัดเจน	4.21 (มาก) 4.07 (มาก) 4.05 (มาก)

ตารางที่ 43 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการกำกับดูแลระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการกำกับดูแล	อายุ						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 20 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	21 – 30 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31 – 40 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		41 ปีขึ้นไป
ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	1. มีการจัดแสดงสินค้าภายในร้านได้เป็นอย่างดี 2. จัดสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่หาได้ง่าย และเดินทางร้านสะดวก 3. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.35 (มาก)	4.26 (มาก)
			1. เดินทางมาร้านสะดวก 2. ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน 3. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.24 (เท่ากัน)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	1. ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน 2. มีผู้ใช้แนะนำสินค้าใหม่ 3. เดินทางมาร้านสะดวกสะดวก

ตารางที่ 43 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการคัดเลือกและระดับที่มีผลต่อการเลือกรับจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการคัดเลือก	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	21 – 30 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31 – 40 ปี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41 ปีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	1. พนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ 2. พนักงานบริการได้รวดเร็ว และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ 3. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.39 (มาก)	1. พนักงานให้ความสนใจลูกค้า 2. พนักงานขายมีทักษะในการขายดี 3. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.12 (มาก) 4.11 (มาก) 4.08 (มาก)	1. พนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ 2. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ 3. จำนวนเจ้าหน้าที่ หรือ พนักงานบริการเพียงพอ	4.39 (มาก) 4.11 (มาก) 4.08 (มาก)	1. พนักงานบริการได้รวดเร็ว 2. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และจำนวนเจ้าหน้าที่ หรือ พนักงานบริการเพียงพอ 3. พนักงานขายมีทักษะในการขายดี	4.12 (มาก) 4.07 (มาก) (เท่ากัน) 4.05 (มาก)

ตารางที่ 44 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	ระดับการศึกษาสูงสุด					
	ไม่กึ่งมัธยมศึกษาตอนปลาย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปวส อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่วนประสมสินค้าและบริการ	1. มีโทรศัพท์ที่ให้เลือกหลากหลายสีหือและหลากหลายรุ่น 2. มีการรับประกันสินค้า 3. มีบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาตรวจเช็คสภาพและซ่อมเครื่อง	4.29 (มาก) 4.18 (มาก) 4.08 (มาก)	1. มีโทรศัพท์ที่ให้เลือกหลากหลายสีหือและหลากหลายรุ่น 2. มีการรับประกันสินค้า 3. มีบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาตรวจเช็คสภาพและซ่อมเครื่อง	4.34 (มาก) 4.07 (มาก) 4.01 (มาก)	1. มีโทรศัพท์ที่ให้เลือกหลากหลายสีหือและหลากหลายรุ่น 2. สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ 3. มีการรับประกันสินค้า	4.53 (มากที่สุด) 4.24 (มาก) 4.22 (มาก)
ส่วนประสมราคา	1. มีป้ายแสดงราคาส่งเกตได้ชัดเจน 2. ราคาเครื่องโทรศัพท์ถูกกว่าร้านค้าน่า 3. มีการแจ้งประเมินค่าซ่อมและแจ้งราคาก่อนซ่อม	4.13 (มาก) 3.90 (มาก) 3.76 (มาก)	1. ราคาเครื่อง โทรศัพท์ถูกกว่าร้านค้าน่า 2. มีป้ายแสดงราคาส่งเกตได้ชัดเจน 3. มีระบบผ่อนชำระ	4.21 (มาก) 4.03 (มาก) 3.81 (มาก)	1. มีส่วนลด หรือสามารถต่อรองราคาได้ และมีป้ายแสดงราคาส่งเกตได้ชัดเจน 2. ราคาเครื่อง โทรศัพท์ถูกกว่าร้านค้าน่า 3. มีการแจ้งประเมินค่าซ่อมและแจ้งราคาก่อนซ่อม	4.21 (มาก) (เท่ากัน) 4.17 (มาก) 4.14 (มาก)

ตารางที่ 44 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาดำพูน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	ระดับการศึกษาสูงสุด					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปวสอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรีขึ้นไป	
ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	1. เดินทางมาร้านค้าได้สะดวก	4.24 (มาก)	1. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.23 (มาก)	1. ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน	4.33 (มาก)
	2. ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน	4.23 (มาก)	2. ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน	4.07 (มาก)	2. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.31 (มาก)
	3. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.19 (มาก)	3. มีผู้ใช้วีเนะนำสินค้าใหม่	3.96 (มาก)	3. มีผู้ใช้วีเนะนำสินค้าใหม่	4.17 (มาก)
ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	1. พนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ	4.19 (มาก)	1. พนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ	4.09 (มาก)	1. พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว	4.28 (มาก)
	2. พนักงานขายมีทักษะในการขายดี	4.13 (มาก)	2. จำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ	4.01 (มาก)	2. พนักงานให้คำแนะนำใจลูกค้า	4.24 (มาก)
	3. พนักงานให้ความสนใจลูกค้า	4.11 (มาก)	3. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	3.99 (มาก)	3. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้	4.22 (มาก)

ตารางที่ 45 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	ระดับรายได้ต่อเดือน					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	20,001 บาทขึ้นไป	
ส่วนประสมสินค้าและบริการ	4.41 (มาก) 4.13 (มาก) 4.04 (มาก)	4.41 (มาก) 4.13 (มาก) 4.04 (มาก)	4.29 (มาก) 4.24 (มาก) 4.05 (มาก)	4.29 (มาก) 4.24 (มาก) 4.05 (มาก)	4.29 (มาก) 4.24 (มาก) 4.05 (มาก)	4.52 (มากที่สุด) 4.29 (มาก) 4.24 (มาก)
ส่วนประสมราคา	4.07 (มาก) 4.06 (มาก) 3.95 (มาก)	4.07 (มาก) 4.06 (มาก) 3.95 (มาก)	4.17 (มาก) 4.13 (มาก)	4.17 (มาก) 4.13 (มาก)	4.17 (มาก) 4.13 (มาก)	4.31 (มาก) 4.26 (มาก)

สงวนลิขสิทธิ์
All rights reserved
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
1964

ตารางที่ 45 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	ระดับรายได้ต่อเดือน					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	1.เดินทางมาร้านค้าได้สะดวก	4.24 (มาก)	1. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.22 (มาก)	1.ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน	4.45 (มาก)	
	2. ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน , มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.21 (มาก)	2.เดินทางมาร้านค้าได้สะดวก	4.10 (มาก)	2. มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน	4.43 (มาก)	
	3. มีการตกแต่งหน้าร้านเป็นที่น่าสนใจ	4.05 (มาก)	3. มีตู้โชว์แนะนำสินค้าใหม่	4.03 (มาก)	3. มีตู้โชว์แนะนำสินค้าใหม่	4.31 (มาก)	
ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	1. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.18 (มาก)	1. พนักงานสามารถให้ข้อมูลดีและเข้าใจ	4.10 (มาก)	1. จำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ	4.36 (มาก)	
	2. พนักงานสามารถให้ข้อมูลดี	4.14 (มาก)	2. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.05 (มาก)	2. พนักงานให้ความสนใจลูกค้า	4.29 (มาก)	
	3. จำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ	4.10 (มาก)	3. พนักงานขายมีทักษะในการขายดี	4.00 (มาก)	3. พนักงานสามารถให้ข้อมูลดี	4.26 (มาก)	
						และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้	(เท่ากัน)

ตารางที่ 46 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของแต่ละปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกและระดับที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก	อาชีพ			
	พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อาชีพอื่นๆ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่วนประสมสินค้าและบริการ	1.มีโทรศัพท์ให้เลือก หลากหลายยี่ห้อและ หลากหลายรุ่น	4.24 (มาก)	1.มีโทรศัพท์ให้เลือก หลากหลายยี่ห้อและ หลากหลายรุ่น	4.57 (มากที่สุด)
	2. มีการรับประกันสินค้า	4.14 (มาก)	2. มีการรับประกันสินค้า	4.18 (มาก)
	3. ระยะเวลาในการ รับประกัน	3.98 (มาก)	3.สินค้ามีเพียงพอต่อ ความต้องการ	4.15 (มาก)
ส่วนประสมราคา	1.มีป้ายแสดงราคาสังเกต ได้ชัดเจน	4.12 (มาก)	1.ราคาเครื่องโทรศัพท์ถูก กว่าร้านค้าอื่นๆ	4.20 (มาก)
	2.ราคาเครื่องโทรศัพท์ถูก กว่าร้านค้าอื่นๆ	4.02 (มาก)	2.มีป้ายแสดงราคาสังเกต ได้ชัดเจน	4.13 (มาก)
	3.มีส่วนลด หรือสามารถ ต่อรองราคาได้	3.82 (มาก)	3.มีการแจ้งประเมินค่า ซ่อมและแจ้งราคาก่อน ซ่อม	4.05 (มาก)
ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	1.มีป้ายร้านที่เห็นได้ ชัดเจน	4.23 (มาก)	1.ทำเลที่ตั้งของร้านเห็น ได้ชัดเจน	4.32 (มาก)
	2.ทำเลที่ตั้งของร้านเห็น ได้ชัดเจน	4.15 (มาก)	1.เดินทางมาร้านค้าได้ สะดวก	4.30 (มาก)
	3.เดินทางมาร้านค้าได้ สะดวก	4.06 (มาก)	3. มีตู้โชว์แนะนำสินค้า ใหม่	4.15 (มาก)
ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	1. พนักงานสามารถให้ ข้อมูลตัวสินค้าอย่าง ละเอียดและเข้าใจ	4.05 (มาก)	1.พนักงานให้ข้อมูลตัว สินค้าอย่างละเอียดและ เข้าใจ และพนักงาน บริการได้รวดเร็ว	4.27 (มาก)
	2. พนักงานบริการด้วย รอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.04 (มาก)	2. จำนวนเจ้าหน้าที่หรือ พนักงานบริการเพียงพอ	4.23 (มาก)
	3. พนักงานให้ความ สนใจลูกค้า	4.01 (มาก)	3. พนักงานบริการด้วย รอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.22 (มาก)

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อและใช้บริการจากร้าน
โทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน**

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในการมาใช้บริการร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน สูงที่สุด คือ มีอุปกรณ์เสริมให้เลือกน้อย จำนวน 118 ราย คิดเป็น ร้อยละ 56.19 รองลงมา ราคาค่าไม่ได้ หรือ ไม่สามารถต่อราคาได้ จำนวน 113 ราย คิดเป็น ร้อยละ 53.81 และ พื้นที่ร้านคับแคบ ออกแบบผังร้านค้าไม่เหมาะสม จำนวน 107 ราย คิดเป็น ร้อยละ 50.95

**ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กับ ปัญหา
ที่พบหลังจากมาใช้บริการร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน**

จากการนำปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อและใช้บริการจากร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขา ลำพูน นั้นจึงทำให้ทราบถึงอันดับและความสำคัญของการแก้ไขก่อน-หลัง จำแนกตามส่วนประสม การค้าปลีกดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

จากปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการทำให้ทราบว่าประเด็นปัญหาที่จำเป็นต้องแก้ไข อย่างเร่งด่วนตามอันดับต่อไปนี้

อันดับที่	ปัจจัย	ร้อยละ
1	สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	49.05
2	โทรศัพท์ที่มีรุ่นและยี่ห้อ ให้เลือกน้อย	46.67
2	ระยะเวลาในการรับประกันสั้น	46.67
3	ไม่มีบริการหลังการขาย	40.48

ปัจจัยส่วนประสมราคา

จากปัจจัยส่วนประสมราคาทำให้ทราบว่าประเด็นปัญหาที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนตามอันดับต่อไปนี้

อันดับที่	ปัจจัย	ร้อยละ
1	ลดราคาไม่ได้ หรือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้	53.81
2	ไม่มีระบบผ่อนชำระ	38.57
3	ระยะเวลาผ่อนชำระสั้น	37.14
4	ไม่มีการแจ้งประเมินค่าซ่อมและแจ้งราคาก่อนซ่อม	35.24

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า

จากปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าทำให้ทราบว่าประเด็นปัญหาที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนตามอันดับต่อไปนี้

อันดับที่	ปัจจัย	ร้อยละ
1	พื้นที่ร้านค้าแคบ ออกแบบผังร้านค้าไม่เหมาะสม	50.95
2	การจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ หายาก	39.05

ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

จากปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทำให้ทราบว่าประเด็นปัญหาที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนตามอันดับต่อไปนี้

อันดับที่	ปัจจัย	ร้อยละ
1	พนักงานให้ข้อมูลตัวสินค้าไม่ชัดเจน	41.43
2	พนักงานบริการล่าช้า	40.00
3	จำนวนพนักงานบริการไม่เพียงพอ	34.76
4	พนักงานไม่ให้ความสนใจลูกค้า	32.86

อภิปรายผลการศึกษา

เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงและวิเคราะห์ผลการศึกษาเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่ได้ ทบทวนมาผู้ศึกษาจึงขอใช้คำศัพท์ดังต่อไปนี้

ส่วนประสมสินค้าและบริการในส่วนประสมการตลาด หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนประสมราคา ในส่วนประสมการตลาดหมายถึง ราคา ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ในส่วนประสมการตลาดหมายถึง การจัดจำหน่าย และส่วนประสมการสื่อสารการตลาด

โดยการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูนสามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. ส่วนประสมการค้าปลีก (Retailing Mix) จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกทุกปัจจัยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด คือ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาด และปัจจัยส่วนประสมราคา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเอกพันธ์ จันทรา (2549) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเรียงตามลำดับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอาทิตย์ อนุกุลชัย (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ของลูกค้าในอำเภอแสนสุข จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมของลูกค้า โดยเรียงตามลำดับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด คือ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา โดยผลการศึกษาครั้งนี้ในแต่ละปัจจัยหลักมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการมีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และหลากหลายรุ่น รองลงมา คือ มีการรับประกันสินค้า และมีการบริการหลังการขาย

โดยปัจจัยย่อย ด้านมีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และหลากหลายรุ่น มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตย์ อนุกุลชัย (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีสินค้าที่

หลากหลายให้เลือกมาก มีผลในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ เอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายรุ่น มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยด้านการรับประกันสินค้า มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการรับประกันสินค้า มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยด้านมีการบริการหลังการขาย มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และ เอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการบริการหลังการขาย มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยส่วนประสมราคา จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมราคามีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน รองลงมา คือราคาเครื่องโทรศัพท์ถูกกว่าร้านค้าอื่นๆ และมีส่วนลด หรือสามารถต่อรองราคาได้

โดยปัจจัยย่อยด้านมีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่า มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยด้านราคาเครื่องโทรศัพท์ถูกกว่าร้านค้าอื่นๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยด้านนี้ยังไม่มีผู้ศึกษาจึงไม่สามารถอภิปรายผลได้

ปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลด หรือสามารถต่อรองราคาได้ มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านสามารถต่อรองราคาได้ มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้ามีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่จอดรถสะดวก รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน และ มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน

โดยปัจจัยย่อยด้านที่จอดรถสะดวก มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เอกพันธ์

จันทรา (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้าน ที่จอตรดสะควก มีผลในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้าน ที่จอตรดสะควก มีผลในระดับมาก ที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านเห็น ได้ชัดเจน มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านเห็น ได้ชัดเจน มี ผลในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านมีป้ายร้านที่เห็น ได้ชัดเจน มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และสอดคล้องกับการศึกษาของเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีป้ายชื่อร้านที่เห็น ได้ชัดเจน มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงาน สามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ รองลงมาคือ พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและ อธิบายดี และจำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ

ปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ มีผลต่อการ เลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียด มีผลในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาทิตยา อนุกุลชัย (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูล ตัวสินค้าอย่างละเอียด มีผลใน ระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านพนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอธิบายดี มีผลต่อการเลือกร้าน จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของอาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้าน พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอธิบายดี มีผลในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยด้านจำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ มีผลต่อการเลือกร้าน จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของอาทิตยา อนุกุลชัย (2547) และเอกพันธ์ จันทรา (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้าน จำนวนพนักงานบริการเพียงพอ มีผลในระดับมากเช่นกัน

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ การศึกษา รายได้) ดังนี้

จำแนกตามเพศ

1. ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาด ในปัจจัยย่อยด้าน มีการโฆษณาร้านค้าตาม สื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก เช่น ป้ายหน้าร้าน หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือนิตยสารต่างๆ พบว่าเป็นปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจของเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.52 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 40.48 ซึ่งมีผลใน ระดับที่แตกต่างกัน คือมีผลต่อการตัดสินใจของเพศหญิงในระดับมาก ในขณะที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของเพศชายในระดับปานกลาง

จำแนกตามอายุ

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ในปัจจัยย่อยด้าน มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลาย ยี่ห้อ หลากหลายรุ่น พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุอื่นๆ ใน ระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนประสมราคา ในปัจจัยย่อยด้าน เงื่อนไขการชำระเงิน พบว่า ปัจจัยย่อย ดังกล่าวเป็นปัจจัยย่อยเดียวที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 ซึ่งมีผลในระดับมาก แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุอื่นๆ ในระดับปานกลาง

จำแนกตามการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ในปัจจัยย่อยด้านมีโทรศัพท์ให้เลือก หลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.48 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด แต่มีผลต่อผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาด ในปัจจัยย่อยด้านโปรโมชันตามเทศกาล ต่างๆ เช่น การชิงของรางวัล และมีการแจ้งข่าวสารการจกกิจกรรมของทางร้านอยู่เสมอ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.48 ซึ่งมีผลในระดับมาก ในขณะที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ ในระดับปานกลาง

จำแนกตามรายได้

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ในปัจจัยย่อยด้าน มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด ในขณะที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้อื่นๆ ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ในปัจจัยย่อยด้านเครื่องมือสองมีให้เลือกหลายรุ่นหลายราคา พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งมีผลในระดับปานกลาง ในขณะที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้อื่นๆ ในระดับมาก

จากการนำปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อและใช้บริการจากร้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน นั้นจึงทำให้ทราบถึงอันดับและความสำคัญของการแก้ไขก่อน-หลัง จำแนกตามส่วนประสมการ ค้าปลีกดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน 4 อันดับแรก คือ โทรศัพท์ที่มีรุ่นและยี่ห้อให้เลือกน้อย ไม่มีบริการหลังการขาย สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ และระยะเวลาในการรับประกันสั้น

2. ปัจจัยส่วนประสมราคา ที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน 4 อันดับแรก คือ ลดราคาไม่ได้ หรือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ไม่มีการแจ้งหรือประเมินค่าซ่อมและแจ้งกราคาก่อนซ่อม ไม่ระบบผ่อนชำระ ระยะเวลาผ่อนชำระสั้น

3. ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน 2 อันดับแรก คือ การจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ หายาก พื้นที่ร้านคับแคบ ออกแบบผังร้านไม่เหมาะสม

4. ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน 4 อันดับแรก คือ พนักงานให้ข้อมูลตัวสินค้าไม่ชัดเจน จำนวนพนักงานบริการไม่เพียงพอ พนักงานบริการล่าช้า และพนักงานไม่ให้ความสนใจลูกค้า

5. จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่า กลุ่มลูกค้าหลักของร้านจำหน่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาลำพูน คือกลุ่มลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท และประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของลูกค้า ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น รองลงมาเป็นการรับประกันสินค้า และมีบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษา ตรวจเช็คสภาพและซ่อมเครื่อง ดังนั้นผู้จำหน่ายควรให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่มีผลต่อลูกค้ามากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องของการมีโทรศัพท์รุ่นใหม่ ๆ มีหลายยี่ห้อและหลายรุ่นหลายราคาให้เลือก โดยเฉพาะยี่ห้อและรุ่นที่ผู้บริโภคนิยมทั้งเครื่องใหม่และเครื่องมือสอง มีบริการหลังการขาย และการรับประกันราคาสินค้าทั้งการรับประกันในเรื่องของการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการตรวจเช็คสภาพเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยแจ้งกำหนดระยะเวลาในการให้ประกันเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์ให้ชัดเจน เช่น มีระยะเวลาประกัน 1 ปี เป็นต้น และต้องแจ้งระยะเวลาการรับประกันการซ่อมเครื่องให้ชัดเจนด้วย นอกจากนี้การนำสินค้ามาจำหน่ายควรคำนึงถึงคุณสมบัติ ความคงทนของผลิตภัณฑ์ เช่น อายุการใช้งาน ความมีมาตรฐาน รูปแบบของสินค้า เป็นต้น และควรมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีบริการสำหรับแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้ากรณีที่มีปัญหาเพื่อเป็นการรักษาชื่อเสียงของร้าน

และจากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องเครื่องมือสองมีให้เลือกหลายรุ่นหลายราคา ดังนั้นกลยุทธ์สำหรับกลุ่มลูกค้าเพศหญิงควรนำเครื่องมือสองมาจำหน่ายโดยมีรุ่นให้เลือกหลากหลาย และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อและกลยุทธ์สำหรับกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น

ดังนั้นทางร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรเพิ่มความหลากหลายของยี่ห้อ และรุ่นที่จำหน่ายในร้านให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสในการเลือกซื้อมากขึ้น

ปัจจัยส่วนประสมราคา มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน รองลงมาราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกลงกว่าร้านค้านั้นๆ และมีส่วนลด หรือสามารถต่อรองราคาได้ ดังนั้น ผู้จำหน่ายควรติดป้ายแสดงราคาสินค้าในแต่ละรุ่นให้ชัดเจนให้ตรงกับตัวเครื่อง ไม่ทำให้ผู้ซื้อสับสน ราคาเครื่องและราคาค่าซ่อมสามารถต่อรองราคาได้ และหากมีการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรแจ้งราคาค่าซ่อมล่วงหน้าให้กับลูกค้าทุกครั้ง ราคาของบัตรเติมเงินและอุปกรณ์เสริมควรมีความหลากหลายและครบทุกราคา มีการผ่อนชำระหลายรูปแบบ เช่น เงินสด เงินผ่อน บัตรสินเชื่อต่างๆ หรือบัตรเครดิต เป็นต้น ทั้งนี้ถ้าลูกค้าเลือกระบบการผ่อนชำระ พนักงานขายต้องอธิบายในเรื่องของราคาเงินผ่อนและอัตราดอกเบี้ยของแต่ละสถาบันการเงินกำหนดไว้อย่างชัดเจนเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น และทางร้านค้าควรที่จะจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่หลายระดับราคา เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลายกลุ่ม

และจากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มอาชีพ และทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง มีป้ายแสดงราคาสังเกตได้ชัดเจน มีส่วนลด มีระบบผ่อนชำระ มีระยะเวลาผ่อนชำระนาน ดังนั้นร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรให้ความสำคัญในการติดป้ายแสดงราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จำหน่ายให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน หากลูกค้าต้องการผ่อนชำระควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการเลือกชำระเงินซึ่งในปัจจุบันสามารถเลือกใช้ได้หลายรูปแบบ เช่น สามารถเลือกใช้บริการจากบัตรสินเชื่อต่างๆ หรือบัตรเครดิต เป็นต้น โดยให้พนักงานขายอธิบายในเรื่องของราคาเงินผ่อนและอัตราดอกเบี้ยของแต่ละสถาบันการเงินกำหนดไว้อย่างชัดเจนเพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของร้านเห็นได้ชัดเจน รองลงมาป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน และเดินทางมาร้านค้าได้สะดวก เนื่องจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ตั้งอยู่บนห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ซึ่งทำเลที่ตั้งของห้างฯ สามารถมองเห็นได้ชัดเจนอยู่แล้ว และทางห้างฯ ก็มีบริเวณที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอสำหรับลูกค้า การคมนาคมก็สะดวกจึงถือได้ว่า

สะดวกสบายต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ประกอบด้วยห้างฯ อยู่ใกล้เขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งทำงานอยู่ในบริเวณนี้อยู่แล้ว ดังนั้นผู้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรปรับปรุงในส่วนของการทำเลที่ตั้งของร้านค้าภายในห้างฯ โดยการป้ายบอกชื่อร้านค้าให้ชัดเจน ในตำแหน่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้เด่นชัด ควรทำป้ายร้านให้มองเห็นได้ชัดเจน ให้ดูโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถมองเห็นได้ง่าย เพื่อสร้างความจดจำในครั้งแรกได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ควรมีการพิจารณาการจัดรูปแบบการจัดสินค้าภายในร้านให้เป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ รวมถึงบรรยากาศภายในร้าน การตกแต่ง และการทำความสะอาดภายในร้านค้าอยู่เป็นประจำ

และจากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มอาชีพ และทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านนี้ ดังนั้นร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรจัดสินค้าให้เป็นระเบียบ จัดหมวดหมู่ให้สามารถหาได้ง่าย มีป้ายร้านที่เห็นได้ชัดเจน การตกแต่งหน้าร้านเป็นที่น่าสนใจ มีพื้นที่กว้างขวาง มีการออกแบบผังร้านค้าที่เหมาะสม และความสะอาดภายในร้าน ตลอดจนตู้โชว์แนะนำสินค้าใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดแบบบูรณาการ มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ รองลงมาพนักงานบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และจำนวนเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบริการเพียงพอ ดังนั้นผู้จำหน่าย ควรอบรมพนักงานเกี่ยวกับจุดเด่นสินค้าในทุกตราสินค้า และทุกรุ่น รวมทั้งอาจจะมีการจัดอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ในเรื่องของการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้กับลูกค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ ให้ความสนใจลูกค้า ต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยที่ดี ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค จัดพนักงานให้บริการเพียงพอในการให้บริการลูกค้า พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ตลอดจนมีการให้บริการที่รวดเร็วตรงตามความต้องการของลูกค้า

เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ผู้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรเพิ่มการโฆษณาร้านค้าตามสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นต้น และควรพิจารณาปรับปรุงในเรื่องของโปรโมชั่นให้มากขึ้น โดยการจัดทำโปรโมชั่น อย่างสม่ำเสมอในรูปแบบของการลด แลก แจก แถม ซึ่งถือได้ว่าเป็นวิธีการส่งเสริมการขายที่ลูกค้าชอบมากที่สุด เช่น การลดราคา ทางร้านจำหน่ายอาจทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้คะแนนรับแลกของ

รางวัล หรือโปรโมชั่นแนะนำบอกต่อ เช่น ถ้าหากลูกค้าแนะนำลูกค้าใหม่ให้มาซื้อที่ร้านครบ 5 เครื่อง ลูกค้าจะได้เสื้อ หรือร่ม และถ้าลูกค้าแนะนำครบ 10 คน จะได้เตารีดไอน้ำ เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรที่จะทำการประชาสัมพันธ์โดยเพิ่มการสื่อสารและการโฆษณาให้เข้าถึงลูกค้ามากที่สุด เช่น การแจกแผ่นพับ โบรชัวร์ โดยใช้พนักงานขายออกเดินแจก และชักชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าภายในร้านค้า การออกสื่อโฆษณาและสปอร์ตโฆษณาเพื่อสร้างการจดจำร้านค้า และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ เช่น การชิงโชคของรางวัล การมอบส่วนลดพิเศษสำหรับการซื้อเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรืออุปกรณ์เสริมภายในร้าน เป็นต้น

นอกจากนั้นจากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องมีโปรโมชั่นตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น การชิงโชคของรางวัล และมีการแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมของทางร้านอยู่เสมอ และมีการส่งจดหมายอีเมลโทรศัพท์ เชิญชวนให้มาซื้อสินค้า ดังนั้นกลยุทธ์สำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรให้ความสำคัญในการแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมให้ลูกค้ากลุ่มนี้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ทั้งทางจดหมาย อีเมล และโทรศัพท์ ในการเชิญชวนให้มาซื้อสินค้า เนื่องจากกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่ไวต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหากมีสินค้าใหม่ก็พร้อมที่จะตัดสินใจในการซื้อได้ทันที

สำหรับรายการส่งเสริมการขายควรเน้นรายการลดราคาเป็นตัวนำในการดึงผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้า และทำกำไรจากการเพิ่มอุปกรณ์เสริม เช่น แบตเตอรี่ หูฟัง บัตรเติมเงิน หรือโปรแกรมเพื่อนแนะนำเพื่อนได้รับส่วนลดภายหลังการซื้อ หรือของตอบแทนที่มีคุณค่า เป็นต้น

และจากข้อมูลที่ได้สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้ตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ เพื่อทำการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า โดยเน้นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละกลุ่มเป็นจุดขายที่สำคัญต่อไป