

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวศรียา คำแดงตี

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัด
เชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ดร.เทียน เดรวมัญ

คำสำคัญ ; กลยุทธ์ทางการตลาด โทรศัพท์มือถือ ผู้จัดจำหน่ายรายย่อย

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยในเขต อำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือราย ย่อยที่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านค้าตามผู้จัดจำหน่ายรายย่อยในเขตอำเภอ เมือง จังหวัด เชียงใหม่

การศึกษารั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ร้านผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยตามสถานที่ทั่วไป และร้านผู้จัดจำหน่ายมือถือรายย่อยตามศูนย์การค้า จำนวน 217 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามน้ำใจเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบร้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยตาม สถานที่ทั่วไปเป็นเพศชาย มีรูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี และผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงสุดเป็น Samsung และผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยตาม ศูนย์การค้าเป็นเพศหญิง มีรูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี และผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงสุดเป็น Samsung

กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยตามสถานที่ทั่วไปและศูนย์การค้า แต่ละที่ตั้ง ผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยให้ความสำคัญที่แตกต่างกันออกไป โดยจะเรียงลำดับจาก มากไปน้อย คือ ผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยตามสถานที่ทั่วไป ให้ความสำคัญด้านช่องทางการ

จัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ด้านราคาในระดับน้อย และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ ส่วนผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยตามศูนย์การค้าให้ความสำคัญ ด้านซ่องทางการจัดจำหน่ายและด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ด้านราคาในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อย

ผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นด้านต่างๆ ของผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรายย่อยในสถานที่ทั่วไปและศูนย์การค้า พบว่า ส่วนใหญ่จะมีลูกค้าประจำ และลูกค้าทั่วไป ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเข้าร้านในช่วงเย็น เพราะเป็นแหล่งเลิกงานหรือหลังเลิกเรียน และมาซื้อโทรศัพท์มือถือมากที่สุด