

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตและวิธีการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	4
นโยบายสำคัญของร้านค้าปลีก	4
แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การค้าปลีก	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตประชากร	8
วิธีการศึกษา	8
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	10
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก	10
ส่วนที่ 2 การดำเนินงาน	18
ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	45
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	55
สรุปผลการศึกษา	55
อภิปรายผล	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อค้นพบ	60
ข้อเสนอแนะ	61
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	65
แบบสอบถาม	66
ประวัติผู้เขียน	77

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามเพศ	10
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามอายุ	11
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามการศึกษา	11
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามขนาดของร้าน	12
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามที่ตั้งของร้าน	12
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามลักษณะของร้าน	13
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามที่จอดรถยนต์ของร้าน	13
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามระยะห่างจากร้านคู่แข่ง	14
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามระยะห่างจากร้าน ค้าปลีกขนาดใหญ่	14
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนลูกจ้างในร้าน	15
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	15
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามเวลาเปิดให้บริการ	16
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามยอดขายต่อวัน โดย ประมาณ	17
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	18
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามชนิดของสินค้าที่มีอยู่ใน ร้าน	19
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามสินค้าที่ขายดีที่สุด	20
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามการเลือกสินค้าเข้าร้าน	21
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามแหล่งซื้อสินค้าเข้าร้าน	21
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามความถี่ในการสั่งสินค้า	22
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามตัวบ่งชี้ในการสั่งสินค้า	22
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามระยะเวลาส่งสินค้าของ รถจากผู้ผลิต	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามเศรษฐกิจตามจากผู้ผลิต	23
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามความถี่ในการส่งสินค้าของร้านขายส่งในเชียงใหม่	24
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องตั้งซื้อสินค้าเพื่อให้ร้านขายส่งนำสินค้ามาส่งถึงที่	25
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามเศรษฐกิจตามที่ได้จากร้านขายส่ง	26
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามความหลากหลายของสินค้าประเภทยาสีฟัน	27
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนขนาดของสินค้ายาสีฟันในร้าน	27
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามความหลากหลายของสินค้าประเภทแชมพู	28
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนขนาดของสินค้าแชมพูในร้าน	28
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามความหลากหลายของสินค้าประเภทสบู่	29
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนขนาดของสินค้าสบู่ในร้าน	29
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามความหลากหลายของสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว	30
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนขนาดของสินค้าขนมขบเคี้ยวในร้าน	30
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามความถี่ในการเติมสินค้าเข้าชั้นวางในร้าน	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามลักษณะการจัดหน้าร้าน	32
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามผู้จัดวางสินค้าส่วนใหญ่ของร้าน	33
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการตั้งราคาสินค้าในร้าน	34
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการรับรู้กำไร	35
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามกำไร โดยประมาณ	35
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามการจัดส่งเสริมการขาย	36
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามผู้จัดส่งเสริมการขาย	36
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามความถี่ในการส่งเสริมการขายที่ทำอยู่เป็นประจำ	37
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขายที่ทำอยู่เป็นประจำ	37
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้าน	38
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการขายของให้ลูกค้า	38
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า	39
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามการให้บริการอื่นๆในร้าน	40
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการจ้าง	41
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามระยะเวลาทำงานของลูกค้าจ้างส่วนใหญ่	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกจ้างในการติดต่อกับลูกค้า	42
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน	43
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ขายส่งสินค้า	44
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับคู่แข่ง	44
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามจุดแข็งของร้านเปรียบเทียบกับคู่แข่งใกล้เคียง	45
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามจุดอ่อนของร้านเปรียบเทียบกับคู่แข่งใกล้เคียง	46
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามจุดแข็งของร้านเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	47
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามจุดอ่อนของร้านเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	48
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหาทั่วไปในการดำเนินงานที่ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือ	49
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหาในการเลือกสินค้าเข้าร้าน	50
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหาการส่งเสริมการขาย	51
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหาการให้บริการลูกค้า	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหา ถูกจ้างในร้าน	52
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	52
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามปัญหา ด้านการสร้างสัมพันธ์กับชุมชน ร้านขายส่งและคู่แข่ง	53
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามแผนงานในอนาคต	54