

ส่วนที่ 2

สิ่งสำคัญในกิจการค้าปลีก

ผู้ค้าปลีกจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่ากิจการค้าปลีกจะอยู่ได้ก็ต้องอาศัยผู้บริโภคของร้านค้า ดังนั้นจึงต้องศึกษาถึงตัวผู้บริโภคอย่างจริงจัง และในการจะเปิดกิจการร้านค้าปลีกได้จะต้องอาศัยความต้องการขั้นพื้นฐานสำหรับการบริหารกิจการค้าปลีก

บทที่ 4

ผู้บริโภคของกิจการค้าปลีก

ผู้บริโภคเป็นหัวใจสำคัญสำหรับกิจการค้าปลีก เพราะกิจการจะอยู่ได้ก็โดยมีผู้บริโภคอุดหนุนกิจการ กิจการทุกแห่งจะต้องแข่งขันกันมาก จึงจำเป็นต้องศึกษาตัวผู้บริโภคอย่างมาก

1. ผู้บริโภคของร้านค้า (The Store's Customer)

กิจการแต่ละอย่างจะมีลูกค้าของตัวเอง โดยจะกำหนดออกมาในรูปของเป้าหมายทางตลาด (Target Market) เช่น เพศ, อายุ, รายได้, การศึกษา และอื่น ๆ เป็นต้น

มีเหตุผลสำคัญที่ต้องศึกษาตัวผู้บริโภคดังนี้

- ก. ผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อตัวสินค้า
- ข. ผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อระดับราคา
- ค. ผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการตกแต่งร้าน
- ง. ผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อทำเลที่ตั้ง
- จ. ผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมทางการตลาด
 - ก. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
 - ข. ทางด้านพนักงานขาย
 - ค. ทางการส่งเสริมการขาย
 - ง. การแสดงสินค้า

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ทำให้ผู้ขายปลีกต้องปรับตัวให้เข้ากับอิทธิพลต่าง ๆ เหล่านี้ทางที่ผู้ขายปลีกจะติดตามความเคลื่อนไหวหรืออิทธิพลต่าง ๆ เหล่านี้สามารถติดตามได้จาก

- ก. การรับฟังจากผู้ซื้อ
- ข. การรับฟังจากบุคคลอื่น
- ค. การรับรู้จากการวิจัยผู้บริโภค
- ง. สังเกตคู่แข่ง

2. แรงกระตุ้นในการซื้อของผู้บริโภค (Customer Buying Motives)

- ก. แรงกระตุ้นรู้ตัว (Conscious Motives)
- ข. แรงกระตุ้นไม่รู้ตัว (Unconscious Motives)
- ค. แรงกระตุ้นทางเหตุผล (Rational Motives)

ง. แรงกระตุ้นทางอารมณ์ (Emotional Motives)

จ. แรงกระตุ้นในตัวสินค้า (Product Motives)

ฉ. แรงกระตุ้นอุปถัมภ์ (Patronage Motives)

แรงกระตุ้นที่ตัวผู้ซื้อ รู้ตัวว่าทำไมจึงได้ตัดสินใจซื้อ แรงกระตุ้นที่ไม่รู้ตัวผู้ซื้อไม่รู้ว่าทำไมจึงได้ตัดสินใจซื้อ แรงกระตุ้นทางเหตุผลผู้ซื้อซื้อสินค้าโดยใช้เหตุผล เช่น คำนึงถึงความประหยัด แรงกระตุ้นทางอารมณ์ผู้ซื้อสินค้าโดยใช้อารมณ์ เช่น ซื้อสินค้าตามผู้อื่น แรงกระตุ้นอุปถัมภ์เป็นแรงกระตุ้นที่ผู้ขายเสนอให้กับผู้ซื้อ เช่น มีสินค้าให้เลือกมากมาย

3. ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้อย่างไร

3.1 ชนิดของสินค้าที่ผู้ซื้อจะหาซื้อ

- ก. สินค้าซื้อสะดวก สินค้านี้หาซื้อได้ง่ายและราคาไม่สูง ได้แก่ บุหรี่, ลูกกวาด
- ข. สินค้าซื้อเปรียบเทียบ เป็นการซื้อเปรียบเทียบด้านราคา, คุณภาพ, แบบ และความเหมาะสมอื่น ๆ ได้แก่ เสื้อผ้า, รองเท้า
- ค. สินค้าซื้อเจาะจง ผู้ซื้อเจาะจงจะซื้อตราสินค้านั้น ๆ โดยไม่คำนึงถึงราคา ได้แก่ รถยนต์, เสื้อผ้าสำเร็จรูปอย่างดี

3.2 ขั้นตอนในการซื้อของผู้บริโภค

- ก. การดึงดูดใจ ผู้ซื้อต้องได้รับจากผู้ขายก่อน
- ข. ความสนใจ ผู้ซื้อเกิดความสนใจ
- ค. ความปรารถนา ผู้ซื้อเกิดความปรารถนา
- ง. ตกลงใจซื้อ ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อ

4. สมัยนิยมมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

4.1 ทำไมสมัยนิยมจึงมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

- ก. เพราะผู้บริโภคมีความปรารถนาที่แตกต่างไปจากผู้อื่น
- ข. เพราะผู้บริโภคปรารถนาจะคล้ายตามผู้อื่น
- ค. เพราะผู้บริโภคปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลง

4.2 การพัฒนาของสมัยนิยม

- ก. การคิดประดิษฐ์
- ข. การนำออกสู่ตลาด
- ค. ผู้ผลิตยอมรับสมัยนิยมเพื่อนำมาผลิต

- ง. สินค้าเริ่มเป็นที่นิยม
- จ. ผลิตเป็นจำนวนมาก
- ฉ. สินค้าเริ่มเสื่อมความนิยม
- ช. สินค้าออกจากตลาด

4.3 การตลาดกับสมัยนิยม

พิจารณาว่าสินค้านั้น ๆ อยู่ในช่วงใดของการพัฒนา เพื่อจะได้นำสินค้ามาขายให้ตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งประเภทสินค้าและปริมาณของสินค้า

แบบฝึกหัดบทที่ 4

ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายผู้บริโภครของร้านค้าที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีก

2. จงอธิบายแรงกระตุ้นในการซื้อของผู้บริโภค

3. จงอธิบายการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

4. จงอธิบายสมัณยว่ามีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

บทที่ 5

ความต้องการขั้นพื้นฐานสำหรับการบริหารการค้าปลีก

ในการบริหาร การค้าปลีกจำเป็นต้องมีปัจจัยที่สำคัญดังนี้

1. ความต้องการด้านตัวบุคคลในการบริหาร

1.1 หน้าที่ของผู้บริหาร

ก. กำหนดทิศทางให้กับกิจการ

ข. มีส่วนร่วมต่อสังคม

ค. ประเมินผลการทำงาน

1.2 คุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้บริหารการค้าปลีก

ได้แก่ เป็นผู้มีลักษณะที่มุ่งทางตลาด, มีความรู้, มีประสบการณ์, มีแรงผลักดัน, มีความเป็นเพื่อน, มีความเป็นผู้นำ, มีวิจรรย์ญาณ, มีความตัดสินใจ, มีความเห็นได้, มีคุณสมบัติ, และมีความสามารถในด้านการบริหาร

1.3 ความมีส่วนร่วมในสังคมของผู้บริหาร

2. โครงสร้างของเงินทุน

ก. เงินทุนเริ่มแรก ที่ใช้ในด้านทรัพย์สินถาวร (ที่ดิน, อาคาร, อุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือต่าง ๆ) และวัสดุสิ้นเปลืองดำเนินงาน (กระดาษชำระ, อุปกรณ์ทำความสะอาด)

ข. เงินทุนหมุนเวียน ใช้ในด้านซื้อสินค้าเข้ามาขาย, ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น เงินเดือน, ค่าไฟฟ้า, ค่าโฆษณา และภาษี เป็นต้น

3. ตัวอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก

4. นโยบายในการดำเนินงานขายปลีก

4.1 ความจำเป็นสำหรับนโยบาย การบริหารกิจการจำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบาย เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และขณะเดียวกันต้องสอดคล้องกับสภาพของกิจการและสภาพแวดล้อม เช่น การขยายตัวในงานก่อสร้าง, อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น, อัตราค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น

4.2 ขั้นตอนในการกำหนดนโยบาย

ก. ศึกษาปัญหาต่าง ๆ ก่อน โดยการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ข. พิจารณาถึงอิทธิพลต่าง ๆ เช่น กฎหมาย, ต้นทุน, คู่แข่งขัน เป็นต้น

- ค. คำนึงถึงความรับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย
- 4.3 ขอบข่ายของการตัดสินใจในด้านนโยบาย
 - ก. ในส่วนที่เกี่ยวกับกิจกรรมของสังคม
 - ข. เป็นสมาชิกในสมาคมการค้า
- 4.4 การนำนโยบายไปใช้และการทบทวน
 - ก. เมื่อกำหนดนโยบายขึ้นแล้วก็ต้องกำหนดอิทธิพลในการปฏิบัติด้วย
 - ข. ต้องคำนึงถึงการต่อต้านจากพนักงานของกิจการด้วย
 - ค. ต้องทบทวนนโยบายเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

5. ความสามารถและความจงรักภักดีของคณะบุคคลในกิจการ

กิจการจะบรรลุเป้าหมายได้ก็ต้องอาศัยคณะบุคคลที่มีความสามารถ ดังนั้น จึงต้องมีการคัดเลือกและอบรม

แบบฝึกหัดบทที่ 5

ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายความต้องการด้านส่วนบุคคลของผู้บริหาร

2. จงอธิบายโครงสร้างของเงินทุน

3. จงอธิบายตัวอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก

4. จงอธิบายนโยบายในการดำเนินงานค้าปลีก

5. จงอธิบายความสามารถและจรรยาวัฑฑีของบุคลากรในกิจการ