

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1</b> แนวความคิดทั่วไปเกี่ยวกับการค้าปลีก	
1. ความหมายและลักษณะของการค้าปลีก	3
2. ประเภทของกิจการค้าปลีก	5
3. สภาพแวดล้อมทางการค้าปลีก	12
4. โอกาสการทำงานในกิจการค้าปลีก	16
<b>บทที่ 2</b> ผู้บริโภคของกิจการค้าปลีก	
1. ความสำคัญของผู้บริโภคที่มีต่อกิจการค้าปลีก	25
2. เค้าร่างของผู้บริโภคในกิจการค้าปลีก	29
3. แรงจูงใจของผู้บริโภคในกิจการค้าปลีก	30
4. ขั้นตอนในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกิจการค้าปลีก	31
5. สมัยนิยมถึงผู้บริโภคในกิจการค้าปลีก	32
<b>บทที่ 3</b> ข้อพิจารณาในการบริหารกิจการค้าปลีก	
1. การจัดการในกิจการค้าปลีก	41
2. เงินลงทุนในกิจการค้าปลีก	44
3. นโยบายในกิจการค้าปลีก	45
4. บุคลากรในกิจการค้าปลีก	47
<b>บทที่ 4</b> ทำเลที่ตั้งของกิจการค้าปลีก	
1. ปัญหาที่เกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง	53
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง	54
<b>บทที่ 5</b> การออกแบบและการวางแผนผังร้านค้าปลีก	
1. การออกแบบร้านค้าปลีก	65
2. การวางแผนผังของร้านค้าปลีก	72
<b>บทที่ 6</b> โครงสร้างของกิจการค้าปลีก	
1. ความหมายองค์การของกิจการค้าปลีก	83
2. ลักษณะขององค์การในกิจการค้าปลีก	84
3. แนวโน้มขององค์การการค้าปลีก	91

	หน้า
<b>บทที่ 7</b>	<b>การบริหารบุคคลในกิจการค้าปลีก</b>
1.	ขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการบริหารบุคคลในกิจการค้าปลีก 101
2.	ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการบริหารบุคคลในกิจการค้าปลีก 101
3.	ขอบเขตของนโยบายบุคคลในกิจการค้าปลีก 103
4.	ขั้นตอนการว่าจ้างทำงานในกิจการค้าปลีก 104
5.	การฝึกอบรมในกิจการค้าปลีก 108
6.	การจูงใจ การทำงานในกิจการค้าปลีก 111
7.	การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในกิจการค้าปลีก 118
<b>บทที่ 8</b>	<b>การจัดซื้อสินค้าในกิจการค้าปลีก</b>
1.	การกำหนดนโยบายการจัดซื้อในกิจการค้าปลีก 129
2.	การกำหนดความต้องการของผู้บริโภคในกิจการค้าปลีก 129
3.	การเลือกแหล่งเสนอขายสินค้าในกิจการค้าปลีก 133
4.	การเลือกสินค้าที่เหมาะสมในกิจการค้าปลีก 136
5.	การทำสัญญาซื้อขายในกิจการค้าปลีก 137
6.	การเปลี่ยนเจ้าของในกิจการค้าปลีก 142
<b>บทที่ 9</b>	<b>การบริหารงบประมาณตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก</b>
1.	ความหมายและวัตถุประสงค์ของงบประมาณตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก 149
2.	องค์ประกอบในการบริหารงบประมาณตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก 150
3.	ข้อจำกัดของงบประมาณตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก 158
<b>บทที่ 10</b>	<b>การควบคุมตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก</b>
1.	วัตถุประสงค์ของการควบคุมตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก 165
2.	ชนิดของระบบข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมตัวสินค้าในกิจการค้าปลีก 166
3.	การหมุนเวียนของสต็อกในกิจการค้าปลีก 169
4.	การสูญหายของสต็อกในกิจการค้าปลีก 171
5.	การปฏิบัติเกี่ยวกับจัดเก็บสินค้าในกิจการค้าปลีก 172
<b>บทที่ 11</b>	<b>การกำหนดราคาในกิจการค้าปลีก</b>
1.	นโยบายการกำหนดราคาขายปลีก 187

	หน้า
2. กำไรขั้นต้นหรือส่วนบวกเพิ่มในกิจการค้าปลีก	192
3. การกำหนดราคาขายปลีกสินค้าแต่ละชนิด	195
4. การเปลี่ยนแปลงราคาขายปลีก	199
5. กฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคาขายปลีก	204
<b>บทที่ 12</b> การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในกิจการค้าปลีก	
1. การโฆษณาในกิจการค้าปลีก	211
2. การประชาสัมพันธ์ในกิจการค้าปลีก	219
<b>บทที่ 13</b> การจัดแสดงสินค้า และการส่งเสริมการขายในกิจการค้าปลีก	
1. การจัดแสดงสินค้าในกิจการค้าปลีก	227
2. การส่งเสริมการขายในกิจการค้าปลีก	230
<b>บทที่ 14</b> การใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก	
1. ความสำคัญของการใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก	239
2. องค์ประกอบพื้นฐานในการค้าปลีก	240
3. กระบวนการขายในกิจการค้าปลีก	241
4. เทคนิคการผูกใจลูกค้าในกิจการค้าปลีก	243
<b>บทที่ 15</b> การบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก	
1. นโยบายการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก	249
2. องค์ประกอบ การบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก	250
<b>บทที่ 16</b> การให้สินเชื่อในกิจการค้าปลีก	
1. เหตุผลในการให้สินเชื่อในกิจการค้าปลีก	259
2. ปัญหาในการให้สินเชื่อในกิจการค้าปลีก	259
3. ชนิดของสินเชื่อในกิจการค้าปลีก	260
4. องค์กรภายนอกที่ให้บริการสินเชื่อ	262
5. การบริหารสินเชื่อในกิจการค้าปลีก	262
6. การบริหารการเก็บเงิน	265
<b>บทที่ 17</b> การควบคุมกิจการค้าปลีก	
1. การควบคุมรายการขายในกิจการค้าปลีก	275
2. การควบคุมทางบัญชีในกิจการค้าปลีก	278

	หน้า
3. การควบคุมค่าใช้จ่ายในกิจการค้าปลีก	289
เฉลยคำตอบปรนัย	305
บรรณานุกรม	307

## รายการภาพประกอบ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงการค้าส่งกับการค้าปลีก	3
ภาพที่ 1.2 แสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้ค้าปลีกที่เป็นตัวกลาง เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตหรือผู้เสนอขายกับผู้บริโภค	4
ภาพที่ 5.1 แสดงให้เห็นถึงอุปกรณ์ติดตั้งของกิจการที่ให้ผู้บริโภคช่วยตัวเอง	69
ภาพที่ 5.2 แสดงให้เห็นถึงอุปกรณ์ติดตั้งของสินค้ารองเท้าและกระเป๋า	70
ภาพที่ 5.3 แสดงให้เห็นถึงหุ่นและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้แสดงสินค้า	71
ภาพที่ 5.4 แสดงให้เห็นถึงการจัดแสดงสินค้าที่มีราคาสูงโดยต้องใช้ตู้กระจก	77
ภาพที่ 6.1 แสดงถึงองค์การของกิจการขนาดเล็ก	93
ภาพที่ 6.2 แสดงถึงแผนผังองค์การของร้านสรรพสินค้าขนาดใหญ่	94
ภาพที่ 6.3 แสดงถึงองค์การของร้านแบบลูกโซ่	95
ภาพที่ 7.1 แสดงถึงการให้คะแนนในการทำงานของพนักงานเพื่อประเมินผล	122
ภาพที่ 7.2 แสดงถึงบัญชีรายการที่ใช้ในการสัมภาษณ์	122
ภาพที่ 10.1 แสดงให้เห็นถึงการใส่สายพานในด้านรับสินค้า	173
ภาพที่ 10.2 แสดงให้เห็นถึงเครื่องพิมพ์ราคาสินค้า	177
ภาพที่ 10.3 แสดงให้เห็นถึงแผ่นป้ายราคาแบบต่าง ๆ	178
ภาพที่ 13.1 แสดงให้เห็นถึงการจัดแสดงสินค้าเครื่องสำอางค์เป็นชุด	228
ภาพที่ 13.2 แสดงให้เห็นถึงการจัดแสดงสินค้าทางสถาปนิก	229
ภาพที่ 16.1 แสดงให้เห็นถึงการเตือนความทรงจำแก่ลูกค้าในกรณีที่ไม่ได้ชำระเงิน เมื่อถึงกำหนด	267
ภาพที่ 16.2 แสดงให้เห็นถึงการให้คะแนนแก่ผู้ซื้อแต่ละรายเพื่อพิจารณาให้สินเชื่อ	267
ภาพที่ 16.3 แสดงให้เห็นถึงข้อความแจ้งการชำระเงินไปตามกำหนดเวลา	268