

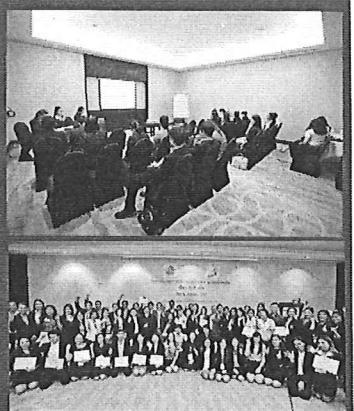
4th



**THE 4th FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE,
SILPAKORN UNIVERSITY
NATIONAL CONFERENCE**

2016

**MSSUCONF@MS.SU.AC.TH
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE,
SILPAKORN UNIVERSITY
MAY 13, 2016**





คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 15 /2559

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 4 ประจำปี 2559

ตามที่ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 4 ประจำปี 2559 ในวันศุกร์ ที่ 13 พฤษภาคม 2559 ณ โรงแรมโนโวเทล หัวหิน ชะอำบีช รีสอร์ท แอนด์ สปา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|---|---------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร | กรรมการ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา | กรรมการ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรожน์ วีไลนุช | กรรมการ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ พลชอบ | กรรมการ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตรระหนักกิจิ ยุตยธรรมยง | กรรมการ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กลสวัสดิ์ | กรรมการ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์วัฒน์ จันทึก | กรรมการ |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤรรณ | กรรมการ |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรรรณ แท่นทอง | กรรมการ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชะฤทธิ์ | กรรมการ |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์ | กรรมการ |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา | กรรมการ |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล | กรรมการ |
| 15. อาจารย์ ดร.กัญญาพสี กล่อมธงเจริญ | กรรมการ |
| 16. อาจารย์ ดร.กานดา ศรีอินทร์ | กรรมการ |
| 17. อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพวัต | กรรมการ |

18. อาจารย์ ดร.จักรพรรณ คงชนะ	กรรมการ
19. อาจารย์ ดร.จักรี ไชยพินิจ	กรรมการ
20. อาจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข	กรรมการ
21. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	กรรมการ
22. อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคคาวณิชชา	กรรมการ
23. อาจารย์ ดร.คลุกทัย ໂກරรธนะกุล	กรรมการ
24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุรีวสินนนท์	กรรมการ
25. อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ ศิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
26. อาจารย์ ดร.พิชญ์พูน ไวย์โชติ	กรรมการ
27. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีเจตี	กรรมการ
28. อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ธนะกุล	กรรมการ
29. อาจารย์ ดร.วรรณ์ วัฒนาธร	กรรมการ
30. อาจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
31. อาจารย์ ดร.วรรษพร อารยะพันธ์	กรรมการ
32. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธุ์วัฒนา	กรรมการ
33. อาจารย์ ดร.โศภชา เอี่ยมโภภัส	กรรมการ
34. อาจารย์ ดร.สรรรยา ธรรมอธิพล	กรรมการ
35. อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
36. อาจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีเสย়	กรรมการ
37. อาจารย์ ดร.อนุชา กันทรดุษฎี	กรรมการ
38. อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ	กรรมการ
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภานนท์ หอมสุด	เลขานุการ
40. นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. 2559

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค¹
ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

PATTERN AND STRATEGIES FOR CONSUMER GOODS WHOLESALE BUSINESS
IN MUANG DISTRICT, SAMUT SAKORN

เวชพิสิฐ ศักดิ์แสงไกล¹ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยใช้หัวห่วงโซ่คุณค่าเป็นต้นแบบในการศึกษาการดำเนินธุรกิจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการมีส่วนร่วมในการทำงาน การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ห่วงโซ่การดำเนินกิจการ กิจกรรมหลักประกอบด้วยหัวห่วงโซ่อุปทาน คือการจัดหาต้นทุนผ่านสองแหล่ง คือร้านค้าส่งและบริษัท ด้านการดำเนินการ คือการบริหารจัดวางแผนสินค้าให้เป็นหมวดหมู่และเพียงพอ กับความต้อง พนักงานมีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน ด้านการกระจายสินค้า ตัวแทนผู้ผลิตจัดส่งสินค้า หรือ กระจายสินค้าให้ผู้ค้าปลีกรายย่อย ด้านการตลาดใช้กลยุทธ์ราคาที่ต่ำ ทำเลที่ตั้งไม่มีคู่แข่ง เน้นความครบวงจรและหลากหลายของสินค้า พนักงานมีความซื่อสัตย์ บริการที่ดี คำพูดคำจาสภาพอ่อนโนย การให้บริการรวดเร็ว จัดส่งสินค้า บริการยก จัดวางแผนสินค้าเข้าที่ให้กับลูกค้า ในด้านกิจกรรมเสริมประกอบด้วย คือด้านพัฒนาเทคโนโลยี นำเทคโนโลยีมาช่วยในการค้าขาย ด้านบริหารทรัพยากรบุคคล ให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้ากับพนักงาน ผู้ประกอบมีการวางแผนธุรกิจในอนาคต การตั้งราคาขายที่เหมาะสม ปัญหา อุปสรรค คือ คู่แข่งการค้า การเก็บสินค้า ทรัพยากรบุคคล การแก้ปัญหาทำได้โดย ต้นทุนต่ำ การใช้เทคโนโลยี ที่สำคัญ คือความซื่อสัตย์

คำสำคัญ: สินค้าอุปโภคและบริโภค, ค้าส่ง, ค้าปลีก, ห่วงโซ่คุณค่า

Abstract

This Qualitative-type research aim to study the pattern and strategies for consumer good wholesale business by using the chain model as a guideline. Date collection included paper-based document, observation and in-depth interviews of three entrepreneurs in Muang district, Samut Sakorn. The chain operations were found to involve in various activities. Two types of sources in the supply chain were the stores and directly from the company. In terms of operation, product placement into categories and sufficient to meet the need. Employees have a clear division of responsibilities. Also, distribution manufacturer representatives, delivery or distribution to retailers. The marketing strategy of low cost. The location has few competitors and variety of products. Employees

¹ นักศึกษาที่ศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



are honest, good service eloquence providing fast shipping services. The support activities include technology development is using technology to work, the human resource management train the employees to possess sufficient knowledge on merchandise, Entrepreneurs are planned in the future to set the right price. In general, the problems and obstacles of a successful store was the rival trade, store stock and human resource. Solution to such problems will be used low-cost, technology and the honest.

Keywords: Consumer products, wholesale, retail, value chain

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกมีจำนวนมากทั้งรูปแบบร้านสะดวกซื้อ ร้านโซ่ห่วย มินิมาร์ท ซึ่งรูปแบบธุรกิจค้าปลีก ระบบทุนนิยมจากชาติตะวันตก มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดผ่านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโดยอาศัยเทคโนโลยี สมัยใหม่ ด้วยแนวคิดนี้รูปแบบธุรกิจค้าปลีกในไทยจึงมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (ธิติพร ชาตุวงศ์, 2551) ผู้วิจัยพบ เห็นว่าธุรกิจค้าส่งจึงมีบทบาทอย่างมากและมีความเป็นไปได้ที่ธุรกิจค้าส่งนั้นสามารถดำเนินอยู่ได้ทั้งการที่มีกลุ่มลูกค้า เป้าหมายจำนวนมากและสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของทุกคน

ธุรกิจค้าส่ง (Wholesale) จัดจำหน่ายสินค้าในปริมาณมากเพื่อจำหน่ายต่อผู้ซื้ออีกทอดหนึ่ง หรือจำหน่าย ให้กับผู้ซื้อรายใหญ่ที่ซื้อไปใช้เป็นจำนวนมาก การค้าส่งมีความจำเป็นมากในตลาดปัจจุบัน เพราะผู้ผลิตไม่สามารถ เข้าถึงผู้ค้าปลีกรายย่อยตามที่ต้อง ฯ ได้ ผู้ค้าส่งจึงเป็นตัวกลางระหว่าง ผู้ผลิต กับ ผู้ค้าปลีก(สุดาพร กุนทะลุ่ว, 2555) ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งมีการเปิดรับกลุ่มนายทุนต่างชาติเข้ามาร่วมลงทุนการค้ากับคนไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจค้า ปลีกและค้าส่งมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดผลกระทบต่อร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งดังเดิม ต่างก็ต้องปิด ตัวลงไปเป็นจำนวนมาก (อธิวัฒน์ ทรัพย์ไพบูลย์, 2545) ร้านค้าส่งจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีการวางแผนรูปแบบ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การวางแผนธุรกิจจึงเป็นพื้นฐานสำคัญ ในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วนั้นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่มีรูปแบบและกลยุทธ์ในการ ดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดความต้องการที่จะให้บรรลุเป้าหมายได้ แต่กลยุทธ์ที่จัดทำขึ้น นักประสาทความล้มเหลว หรือ ไม่ตอบสนองต่อเป้าหมายที่องค์กรต้องการได้อย่างแท้จริง (รังสรรค์ เลิศในสัตย์, 2548) ทำให้ผู้ประกอบการค้าส่งหลายรายต้องปิดตัวลงนี้จากการบริหารจัดการที่ไม่ได้มีเกิดรายได้และผลกำไร สินค้าอุปโภคและบริโภค คือสินค้าจำพวก เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป และของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องดื่มเกลือ แร่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป พังชักฟอก น้ำยาล้างจาน เป็นต้น เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นและตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้บริโภคทุกคนเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน

ร้านค้าส่งในปัจจุบันมีรูปแบบการดำเนินงานกระจายสินค้าออกให้ร้านค้าส่งและค้าปลีกรายย่อยในพื้นที่ เขตของตนเอง และในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครเป็นเขตที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีสถานที่หน่วยงานราชการ โรงเรียน โรงพยาบาล สำนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม และ ที่อยู่อาศัยจำพวก บ้านพัก หอพัก ฯ อยู่เป็นจำนวนมากทำให้เกิดร้านค้าปลีกรายย่อยเกิดขึ้นในหลายพื้นที่ตามหน่วยงานต่างๆซึ่งเรียกว่ามีกลุ่ม ลูกค้าร้านค้าปลีกอยู่เป็นจำนวนมาก



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
- เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร เนื่องจากเขตอำเภอเมืองสมุทรสาครเป็นเขตที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมต่างๆ มีสถานที่หน่วยงานราชการ โรงพยาบาล สำนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม และ ที่อยู่อาศัยจำพวก บ้านพัก หอพัก อยู่เป็นจำนวนมาก และในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีร้านค้าปลีกค้าส่งที่มียอดขายสูงและมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่า 10 ปี อยู่หลายแห่ง ทำให้เขตพื้นที่เน้นไปที่การศึกษาการทำธุรกิจร้านค้าปลีกค้าส่ง การทำวิจัยนี้เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค เพื่อสร้างความได้เปรียบในการประกอบธุรกิจอาชีวกรดในการแข่งขันและปัญหาของผู้ประกอบการเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา และ ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยเน้นที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจค้าส่งมากกว่า 10 ปีโดยใช้วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง โดยเลือกพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผู้วิจัยมีความคุ้นเคย กับผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งเขตพื้นที่นี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้สะดวกรวดเร็วซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำนวน 3 ราย โดยเลือกผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นผู้นำตลาด แต่เป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจค้าส่งมากที่สุด ต่อไปนี้ได้ให้รายละเอียดข้อมูลที่เป็นจริงและสมบูรณ์ที่สุด

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย

ประเภทบุคคล คือ ตัวผู้วิจัย

ประเภทเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างแนวคำถาม (Interview Guide) เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

1.2. การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยสังเกตจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง การตอบคำถามของผู้ประกอบการค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น เข้าไปดูสังเกตการดำเนินงาน ช่วยทางร้านค้าทำงาน เป็นต้น และทำการสัมภาษณ์โดยตรง



2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interviews) โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษา

2.3 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บข้อมูลจากเอกสาร และศึกษาจากหนังสือหรือบทความทางวิชาการต่าง ๆ รวมทั้งการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค

3. ประเภทอุปกรณ์ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สมุดบันทึกข้อมูล แฟ้มเก็บข้อมูล เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูป

ผลการทดลอง

ผลการศึกษาพบว่าการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคโดยใช้ห่วงโซ่อุปทานค่าเป็นต้นแบบในการศึกษานั้นประกอบไปด้วยกิจกรรมหลัก ซึ่งเป็นกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมเสริมที่ช่วยให้กิจกรรมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นคือ

กิจกรรมหลัก

1. การจัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management) คือ การจัดทำจัดซื้อวัสดุดิบ วิธีการเลือกซื้อสินค้า ในช่วงแรกผู้ประกอบการจะเลือกซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นต่อและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น อะไหล่ที่สำคัญอย่างไร ห้องน้ำ เครื่องดื่ม เป็นต้น โดยผู้ประกอบการจะเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค หลังจากดำเนินธุรกิจมาได้ซักระยะหนึ่งผู้ประกอบการจะเลือกซื้อสินค้าที่ขายดีในปริมาณมาก และสินค้าที่ขายดีในปริมาณน้อย และเมื่อธุรกิจอยู่ตัวได้ซักระยะหนึ่งผู้ประกอบจะเริ่มส่งสินค้าใหม่ เข้ามาทดลองขาย เพื่อทดลองตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าผ่านสองแหล่ง คือ

1.1. ร้านค้าส่งทั่วไปหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า ในช่วงแรกของการริ่มธุรกิจผู้ประกอบการจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งทั้งหมด การซื้อของจากร้านค้าส่งนั้นจะได้สินค้าที่ครบถ้วน มีสินค้าที่หลากหลาย สามารถซื้อได้ตามจำนวนที่ต้องการ และได้รับสินค้าในทันที แต่ร้านค้าส่งส่วนใหญ่นั้นหากเห็นลูกค้าใหม่ ๆ ที่ยังไม่ได้รับความไว้วางใจการซื้อจะต้องใช้เงินสดเท่านั้นแต่เมื่อซื้อเป็นประจำจะได้รับความไว้วางใจจะสามารถซื้อแบบเครดิตได้ ตัวอย่างร้านค้าส่งที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ คือ แม็คโคร ร้านบีกซิ่ง (มหาชัย) ชีรภพ (มหาชัย) เป็นต้น โดยผู้ประกอบการนั้นจะวิ่งซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งที่มีการส่งสินค้าให้ในราคายังต่ำสุดเท่าที่จะหาได้เพื่อที่จะสามารถขายต่อให้แก่ลูกค้าได้ในราคากลุ่มพ่อใจ

1.2. จากบริษัท การซื้อจากบริษัทโดยตรง จะเกิดขึ้นหลังจากดำเนินกิจการไปได้ระยะหนึ่ง โดยจะมีเซลล์ขายของบริษัทต่างๆ มาติดต่อ การซื้อจากบริษัทนั้นหากสินค้ามาจากบริษัทนั้นเป็นสินค้าที่ติดตลาดในช่วงแรกจะต้องซื้อโดยใช้เงินสดก่อน เมื่อผู้ประกอบการมีการซื้อซื้อที่มากขึ้นได้รับความไว้วางใจมากขึ้นก็จะสามารถซื้อโดยการเครดิตได้ ยิ่งซื้อในปริมาณที่มากขึ้นได้ก็จะได้ระยะเวลาในการเครดิตที่นานขึ้น แต่หากเป็นเซลล์ขายสินค้าที่เป็นสินค้าใหม่และไม่เป็นที่รู้จักมากนัก การซื้อ-ขายในช่วงแรกจะให้เครดิตในการลงสินค้าหากขายได้จะนำเงินสดในภายหลัง การซื้อสินค้าต้องซื้อผ่านตัวแทนขายเท่านั้น โดยตัวแทนขายจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบและบริมาณในการซื้อสินค้า รวมทั้งโปรโมชั่นต่างๆ ที่มี แล้วจะทำการส่งสินค้าหลังจากที่สั่งเป็นเวลาไม่เกิน 3-5 วัน บริษัทจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่ผู้ประกอบการเลือกซื้อสินค้า คือ บริษัท ไทยเบฟเวอร์จิ จำกัด, บริษัท สิงห์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด, บริษัท เดอเบล จำกัด, บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท สาพัฒนพิบูล จำกัด, บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด เป็นต้น



2. การดำเนินการ (Operation) ประกอบด้วย การลงทุนธุรกิจค้าส่ง รูปแบบของร้านค้าส่งสินค้าอุปโภค และ บริโภค ลักษณะลูกค้า การตั้งราคาสินค้าในการจำหน่าย การจัดการสินค้าคงคลังและการบริหารงานด้าน ทรัพยากรมนุษย์

การลงทุนธุรกิจค้าส่ง ในปัจจุบันใช้เงินลงทุนประมาณ 1,000,000 – 5,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด ของร้าน ร้านค้าส่งส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีเวลาการให้บริการประมาณโดยเฉลี่ย 7.00 - 21.00 น.

รูปแบบของร้านค้าส่งจะเปิดในตึกแควหรือพื้นที่ว่าง (อย่างน้อย 1 คูหา) จัดพื้นที่วางชั้นวางสินค้าและจัด วางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ และประเภทให้ชัดเจน เพื่อจ่ายต่อการเลือกหยิบ ซื้อสินค้า จัดวางสินค้าเป็นลัง ในตำแหน่ง ที่เหมาะสม เช่น สินค้าหลักที่เป็นที่นิยมจะจัดวางในพื้นที่ที่กว้างกว่าสินค้าชนิดอื่นหรือวางไว้ในตำแหน่งที่หยิบยกได้ง่าย เพื่อจ่ายต่อการขายของให้กับลูกค้า มีการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบและดูสะอาด ไม่กระჯัดกระจายสกปรก จนเกินไป และมีการตกแต่งร้านค้าตามเทศกษาต่าง ๆ เช่น ตรุษจีน ปีใหม่ เป็นต้น

ลักษณะของลูกค้า จะมีทั้งลูกค้าที่ทำร้านค้าปลีกขายของโขห่วย ร้านสะดวกซื้อ ร้านมินิมาร์ท ผู้บริโภค โดยตรง และแม้กระทั่งร้านค้าส่งด้วยกันเอง (ราคสินค้าถูก สินค้าขาดตลาด ซึ่งเพื่อให้มีขายก่อนชั่วคราว)

การตั้งราคาสินค้าเพื่อจำหน่าย ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ตั้งราคาสินค้าเอง การตั้งราคาสินค้า สินค้าแต่ละ ชนิดจะหากำไรไม่เท่ากัน เช่น เครื่องดื่มน้ำมีแอลกอฮอล์เฉลี่ยประมาณ 5-10 เปอร์เซ็นต์ จากราคาทุน ประเภท อาหารการแข่งขันบางผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสูงจะบวกผลกำไรโดยเฉลี่ย 1-5 เปอร์เซ็นต์ แต่ในบางสินค้าทางบริษัทเป็นผู้ กำหนดมาให้ ก็จะตั้งตามราคابرิษัท เช่น น้ำโค้กขาวแท้ 15 ออน ราคายา 178 บาท

การจัดการสินค้าคงคลัง ปริมาณของสินค้าคงคลัง จะมีความมากน้อยไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของร้านค้าที่ สามารถเก็บสินค้าในคลังได้ ยกตัวอย่างแบบง่าย ๆ ถ้าร้านค้า 1 คูหา จะสามารถสั่งเบี้ยร์เข้าเก็บได้สูงสุด 150-300 ลัง ถ้าเป็นร้านค้า 2 คูหา จะสามารถเก็บได้สูงสุด 500-1000 ลัง ในด้านการจัดเก็บสินค้าคงคลัง มีการจัดวางสินค้า เป็นหมวดหมู่ ดังนี้ 1. เครื่องดื่มน้ำมีแอลกอฮอล์ 2. เครื่องดื่มน้ำมุกกลิ้ง 3. เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ 4. มะม่วงกิงสำเร็จรูป 5. เครื่องใช้ในครัวเรือน 6. น้ำทั้งประเภทน้ำและชง 7. ผ้าอนามัย 8. ครีมทาผิว แชมพู สนับ โฟลลั่งหน้าและแป้ง

การบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ร้านค้าส่งผู้ประกอบการจะนิยมจ้างพนักงานโดยเฉลี่ยประมาณ 5-20 คน ขึ้นอยู่กับขนาดและปริมาณการขายของร้านค้าตนเอง โดยจะให้เงินเป็นรายเดือนและเงินรายวันเริ่มต้นที่ ค่าแรงรายเดือนประมาณ 8,000-15,000 บาท และค่าแรงรายวันประมาณ 300-500 บาทต่อวัน ขึ้นอยู่กับหน้าที่และ ตำแหน่งในการทำงาน โดยแบ่งหน้าที่ได้ดังนี้ 1. เสมียนรับรายการสั่งของจากลูกค้า จัดสินค้าตามรายการที่ลูกค้าสั่ง และรับสินค้าที่มาส่งเข้าจัดเก็บในคลัง 2. พนักงานทั่วไป แบ่งเป็น พนักงานขับรถ, พนักงานยกของ ผู้ประกอบการ 2 รายจ่ายเงินทุกสิ้นเดือนสำหรับรายเดือน และทุกวันเสาร์สำหรับรายวันส่วนผู้ประกอบการอีกราย จะจ่ายเป็นรายวัน อย่างเดียวและจะจ่ายทุกวัน พุธ เพื่อกันการออกจากงานโดยที่ไม่ยอมแจ้งให้ทราบในวันอาทิตย์ที่เป็นวันหยุดประจำ ของทางร้าน

3. การกระจายสินค้า (Distribution) ผู้ประกอบการจะเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้ถึงที่ร้านค้าของลูกค้าโดยตรง และมีการขนจัดเก็บเข้าร้านให้อย่างเรียบร้อย ซึ่งจะเป็นลูกค้าที่สั่งสินค้าในปริมาณมาก (ได้ 1 คันรถบรรทุก) สินค้า บางชนิด เช่น เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ไม่สามารถสั่งข้ามเขตหรือข้ามจังหวัดได้ จะพิจารณาของบริษัทและมีบทลงโทษแก่ผู้ ส่งสินค้า



4. การขายและการตลาด (Sales and Marketing) จากการดำเนินธุรกิจร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค มานานกว่า 10 ปี ของผู้ประกอบการทั้ง 3 รายนี้ ได้ดำเนินการ โดยมีกลยุทธ์ เพื่อให้ธุรกิจมั่นคงและคงอยู่ได้ ผู้ประกอบการมีการวางแผนล่วงหน้าที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยมีองค์ประกอบดังนี้

4.1 กลยุทธ์ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจค้าส่งจะมีการแข่งขันที่สูงมากในเรื่องของราคาสินค้า การที่จำทำให้ร้านค้าส่งสามารถคงอยู่ได้ จะต้องมีราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อเจาะตลาด และทำให้ลูกค้ามีการเลือกซื้อและสั่งซื้อเข้ามาได้เป็นจำนวนมากขึ้น สามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมได้และมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มมากขึ้น แต่การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้เราได้กำไรต่ำ เช่นเดียวกัน

4.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย จากการศึกษาผู้ประกอบการที่ทำการสัมภาษณ์ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการดังนี้

ใช้การบอกปากต่อปากของลูกค้า เรื่องที่ลูกค้าบอกกันปากต่อปาก คือ เรื่องราคาสินค้าที่ถูกของร้านค้า ส่งนั้น ๆ ที่ลูกค้าพึงพอใจ และการบริการ การขาย การพูดจา ที่ทำให้เกิดความประทับใจ

4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาผู้ประกอบการที่ทำการสัมภาษณ์ในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการดังนี้

ทำเลที่ตั้ง ยังไม่มีคู่แข่ง หรือ มีคู่แข่งน้อยอยู่บริเวณริมถนนที่สามารถมองเห็นได้ง่าย บริเวณร้านค้า มีที่จอดรถเอื้ออำนวยในการจอดรถทั้งของลูกค้า ผู้ส่งสินค้า และต่อต้นเอง

ช่องทางการสอบถามหรือสั่งซื้อสินค้าทาง โทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ต (لين)

การเจาะเข้ากลุ่มตลาดใหม่ อาจจะเป็นการใช้ รถเรือข้าติดต่อและขายสินค้าโดยตรงการใช้บุคลากร หรือตนเองเป็นเซลล์เข้าไปติดต่อเสนอขายสินค้าโดยตรงกับร้านค้าเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ

4.4 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เน้นความครบรอบและหลากหลายของสินค้าสนองตอบความต้องการของลูกค้า ทั้งประเภทสินค้า ขนาด ราคา และคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจที่ได้ของครบถ้วน

4.5 ด้านบุคคล พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความซื่อสัตย์ บริการที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

4.6 ด้านสภาพทางกายภาพ การให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ทั้งทางด้านการแต่งกาย คำพูดคำจา ต้องสุภาพอ่อนโยน การให้บริการที่รวดเร็ว

4.7 กระบวนการ มีการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งในและนอกพื้นที่การค้า บริการยก เรียง จัดวาง สินค้าเข้าที่ให้กับลูกอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย

5. การบริการ (Service) การจัดส่งสินค้า ขนเข้าร้านจัดเก็บจัดเรียงให้เป็นระเบียบ

กิจกรรมเสริม

1. พัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ มาช่วยในการค้าขายมากขึ้น เช่น การใช้คอมพิวเตอร์มาใช้ในการเข้าสั่งสินค้า ขายสินค้า การออกแบบสินค้าให้แก่ลูกค้า

2. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานในแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน มีการสอนให้พนักงานเรียนรู้ประเภทและตัวสินค้าต่าง ๆ ที่มีให้ เกิดความรู้ ทั้งสินค้าที่ประเภทเดียวกันและคนละประเภท สอนการปฏิบัติงานให้แก่พนักงาน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ คีย์บอร์ด การรับโทรศัพท์จดรายการสั่งสินค้า การเขียนของ การยกของ และการเรียงของที่ถูกต้อง มีการจัดสภาพนักงานเข้าทำงานในตำแหน่งที่ต้องการ



3. โครงการสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) ผู้ประกอบการวางแผนธุรกิจถึงการขายในอนาคต ทั้งการตัดสินใจเพียงพอต่อการขาย การตั้งราคาขายที่เหมาะสม ในช่วงเวลาการค้าขาย เช่น ในเทศกาลสงกรานต์ ปีใหม่ และ ช่วงเข้าพรรษาและออกพรรษา การจัดทำสินค้าต้นทุนต่ำเข้ามานั้นค้า

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหาจากการประกอบธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการประกอบธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค ส่งผลผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1. ปัญหาจากคู่แข่งการค้า มีร้านค้าส่งเกิดขึ้นมากในจังหวัดสมุทรสาคร ทำให้เกิดการแข่งขันสูง มีตัวเลือกให้ร้านค้าเลือกซื้อย่อย รวมทั้งการแข่งขันด้านราคา ด้านการขนส่ง ด้านการบริการ และความต้องของสินค้าและราคาที่จัดส่ง

2. การเก็บสินค้าและพื้นที่การจอดรถ วิธีที่ในการจอดรถให้แก่ลูกค้าไม่เพียง และการขยายพื้นที่ร้านทำได้ยาก มีการเก็บสินค้าไม่เพียงพอ เก็บได้น้อยเพราพื้นที่ไม่เพียงพอ การเก็บของที่ไม่เป็นระเบียบอาจทำให้สินค้าเสียหาย หมดอายุได้

3. ปัญหาด้านทรัพยากรบุคคล พนักงานที่ไว้ใจได้ในการทำงาน การส่งสินค้า มีความซื่อสัตย์

4. ปัญหาเกี่ยวกับสินค้า สินค้ามีปริมาณมากและหลากหลายประเภท ทำให้เช็คสต็อกสินค้าได้ยาก และสินค้าที่ชำรุดเสียหายจากขนส่ง เปลี่ยนได้ยากใช้เวลานานในการเปลี่ยนสินค้าให้

5. สร่าวะเศรษฐกิจผันผวน ผู้บริโภค มีความระมัดระวังในการใช้จ่าย ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนพฤติกรรมเริ่มประหยัดมากขึ้น วางแผนการใช้เงินอย่างเงินมากขึ้น

แนวทางการแก้ปัญหา

1. เลือกซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำเพื่อให้ได้ต้นทุนที่สามารถตั้งราคาสูงอีกด้วยเพิ่มเติมด้วยการบริการที่ดี การพูดจาที่ ทำให้ลูกค้าฟังพอดี เกิดความประทับ การสร้างความสัมภានใจให้แก่ลูกค้า ทั้งการจัดร้านที่เป็นระเบียบสะอาด หาสินค้าได้ง่าย และมีการบริการขน ขึ้น และส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

2. โปรโมชั่น กำหนดลดราคายตามจำนวนสินค้าและถ้าขั้นของลูกค้า หรือการจัดโปรโมชั่นและราคาตามเทศกาลให้เหมาะสม

3. การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ โปรแกรมการขายเข้ามาช่วย จะทำให้เกิดความผิดพลาดในการขายลดน้อยลง สามารถตรวจสอบได้ และการเช็คสต็อกของก็จะทำได้ง่ายขึ้น มีตัวช่วยในการจำราคางานต้นทุนและราคายาดูทันสมัย และทำให้เกิดความไว้วางใจจากลูกค้า

4. การตรวจสอบและการจัดเก็บสินค้าคงคลัง ตรวจสอบสินค้าที่มาส่งให้ครบถ้วนและไม่มีสินค้าเสียหาย จัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ ลักษณะของใหม่และเก่าให้ดี จะทำให้สินค้าเกิดความเสียหายได้น้อย ไม่มีสินค้าด่างสต็อกจนสินค้าหมดอายุ

5. สิ่งสำคัญที่สุดที่ไม่ได้เรียนรู้มาตลอดในการค้าขาย คือ ต้องมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตัวเองและลูกค้าเมื่อเราให้ความซื่อสัตย์กับลูกค้า ลูกค้าก็จะให้ความซื่อสัตย์กับเรา



สรุปและอภิปรายผลการทดลอง

รูปแบบร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคของผู้ประกอบการ เป็นร้านค้าที่ทำหน้าที่ ขายสินค้าให้กับบุคคล ที่ซื้อไปเพื่อนำสินค้านั้นไปขายต่อ การค้าส่งเป็นการขยายตัวครั้งละจำนวนมาก โดยการศึกษาการดำเนินธุรกิจจะใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า ใน การศึกษาธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก คือ 1. ด้านห่วงโซ่ อุปทาน คือการจัดหาวัสดุคง โดยผู้ประกอบการจัดซื้อวัสดุคงผ่านสองแหล่ง คือ ร้านค้าส่งและจากบริษัท 2. ด้านการ ดำเนินการ คือ การบริหารสินค้า โดยการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ การบริหารสินค้าคงคลังให้เพียงพอ กับความ ต้อง การบริหารพนักงานมีการแบ่งหน้าที่การทำงานให้ชัดเจน และการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม 3. ด้านการกระจาย สินค้า เป็นตัวแทนผู้ผลิตและนายหน้าจัดส่งหรือกระจายสินค้าให้ผู้ผลิตไปถึงผู้ค้าปลีกรายย่อย 4. ด้านการขาย และการตลาด คือ ผู้ประกอบการใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ประกอบด้วย ด้านราคา เน้นราคาที่ต่ำ การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แคม แลระบบกันปากต่อปาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งที่มีคุณภาพน้อย และเข้าหากลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ด้านผลิตภัณฑ์ เน้นความคร่าวงจและหลากหลายของสินค้า ด้านบุคคล พนักงานทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความซื่อสัตย์ บริการที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ด้านสุภาพทางกายภาพ การแต่งกาย สุภาพเรียบร้อย คำพูดคำจาต้องสุภาพอ่อนโยน การให้บริการที่รวดเร็ว ด้านกระบวนการ จัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า บริการยก เรียง จัดวางสินค้าเข้าที่ให้กับลูกอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ในกิจกรรมเสริม ประกอบด้วย ด้านพัฒนา เทคโนโลยี มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ มาช่วยในการค้าขายมากขึ้น ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ กำหนดบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานในแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน มีการสอนให้พนักงานเรียนรู้การทำงาน ด้านโครงสร้าง พื้นฐานขององค์กรผู้ประกอบการวางแผนธุรกิจถึงการขายในอนาคต การสตือกของให้พอต่อการขาย การตั้งราคาขาย ที่เหมาะสม ปัญหา อุปสรรค ประกอบด้วย ปัญหาจากคู่แข่งการค้า การเก็บสินค้าและพื้นที่การจอดรถ ปัญหาด้าน ทรัพยากรบุคคล ปัญหาเกี่ยวกับสินค้า สภาพเศรษฐกิจผันผวน การแก้ปัญหาทำได้โดย เลือกซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำ เพื่อให้ได้ต้นทุนที่สามารถตั้งราคาสูญอื่นได้ การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ โปรแกรมการขายเข้ามาช่วย การตรวจสอบ และการจัดเก็บสินค้าคงคลัง และที่สำคัญที่สุดในการทำการค้า คือความซื่อสัตย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1.1. จากการศึกษาพบว่า ร้านค้าส่งบางแห่งยังขาดการทำงานที่เป็นระบบ แบบแผนที่ทั้งเรื่องการจัดวาง สินค้า และการจัดส่งที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการดำเนินงานให้ดี การฝึกสอนพนักงาน การจัดเรียงสินค้า การขนส่ง การบริการที่ดีให้กับลูกค้า

1.2. จากการศึกษาพบว่าร้านค้าส่งหลายแห่ง ขาดการเข้าคืนสินค้าจำนวนสินค้าให้เกิดความถูกต้อง สินค้า มีการสูญหายบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเสียหายและขาดทุน ทำให้ได้ผลตอบแทนน้อย ขาดสภาพคล่อง ทางการเงิน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดการกับคลังสินค้าให้ดี มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบันทึก ลง สตือกสินค้าให้เป็นระบบแบบแผนที่ดี

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพียงรูปแบบและกลยุทธ์ของธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐมเท่านั้นเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลไม่ครอบคลุมกับลักษณะสภาพแวดล้อม ทำเลของพื้นที่อื่น



ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึง รูปแบบและกลยุทธ์ของธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผล

2.2 ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพียงรูปแบบและกลยุทธ์ของร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันร้านค้าปลีกประเภทต่าง ๆ เริ่มมีการทำธุรกิจเฟรนไชส์ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาวิธีดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจเฟรนไชส์ร้านมินิมาร์ท สะดวกซื้อ



เอกสารอ้างอิง

ธิติพร ชาตุร่วมศ. (2551). เจาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่(Inside Modern Trade). กรุงเทพมหานคร: น้ำอักขระการพิมพ์.

พักรตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชารินทร์. (2545). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2548). วิธีการจัดทำแผนกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดิจิการพิมพ์จำกัด.

ศิริวรรณ เศรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

สุดาพร กุณฑลบุตร. (2555). หลักการตลาดสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อธิวัฒน์ ทรัพย์เพชรย์. (2545). ovic มหาอานาจการธุรกิจการค้าปลีกค้าส่ง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พึงตน.