

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
ประโยชน์ที่ได้รับการศึกษา	8
นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
แนวความคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์	10
การบริหารการค้าปลีก กระบวนการตัดสินใจในการบริหารการค้าปลีก	11
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	45
ขอบเขตเนื้อหา	45
ขอบเขตประชากร	45
ขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือก	45
ข้อมูลมูลและแหล่งข้อมูล	46
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	46
เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูล	47
ระยะเวลาในการศึกษา	47

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม	48
ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	49
วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม	58
ผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม	66
สรุปปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม	67
การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม	70
อนาคตของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม	71
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	73
สรุปผลการศึกษา	73
อภิปรายผล	83
ข้อค้นพบจากการศึกษา	87
ข้อเสนอแนะ	88
ข้อจำกัดของการศึกษา	90
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก แบบสัมภาษณ์	92
ประวัติผู้เขียน	99

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แสดงมูลค่าตลาดของซูเปอร์มาร์เก็ตและอัตราการเปลี่ยนแปลง พ.ศ. 2543 – 2547	4
1.2	แสดงมูลค่าตลาดของดิสเคาน์สโตร์และอัตราการเปลี่ยนแปลง พ.ศ. 2544 – 2545	5
1.3	แสดงมูลค่าตลาดของร้านสะดวกซื้อที่มีแฟรนไชส์และการเพิ่มสาขา พ.ศ. 2545 – 2548	6
4.1	แสดงจำนวนสถานะของผู้ให้สัมภาษณ์	49
4.2	แสดงจำนวนระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์	49
4.3	แสดงจำนวนประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์	50
4.4	แสดงจำนวนขนาดร้านค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์	50
4.5	แสดงจำนวนซื้อร้านค้าของผู้ให้สัมภาษณ์	51
4.6	แสดงจำนวนลักษณะที่ทำการปรับปรุงร้านค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์	51
4.7	แสดงจำนวนผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้ให้สัมภาษณ์	52
5.1	กลยุทธ์การปรับตัว (WO Strategy) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	79
5.2	กลยุทธ์การปรับตัว (ST Strategy) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	80
5.2	กลยุทธ์การปรับตัว (SO Strategy) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	81
5.4	กลยุทธ์การปรับตัว (WT Strategy) ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	82

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	แผนที่อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี	2
1.2	ส่วนแบ่งตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่	5
1.3	ส่วนแบ่งตลาดของดิสคาน์สโตร์ ณ. ปี 2546	6
1.4	มูลค่าตลาดร้านสะดวกซื้อ	7
2.1	รูปแสดง The Business Strategic – Planning Process	34