

217940

การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย ในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาโดยการวิเคราะห์จากทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก จากผลการศึกษาพบว่า การค้าปลีกในจังหวัดหนองคายมีการแข่งขันที่รุนแรง จากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โชวห่วย) ซึ่งมีจำนวน 74 ร้าน ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเหล่านี้ต้องหาหนทางต่อสู้เพื่อความอยู่รอดต่อไป โดยได้กำหนดแผนกลยุทธ์หลัก 2 แผน ได้แก่ (1).แผนกลยุทธ์เพื่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยรวม ประกอบด้วยโครงการจัดตั้งสหกรณ์บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อชุมชน โครงการแนะนำการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน โครงการการพัฒนาร้านค้าปลีก โครงการสินค้าคุณภาพราคาถูกบริการประทับใจ และโครงการสหกรณ์บริการเพื่อชุมชนเข้มแข็ง (2).แผนกลยุทธ์เฉพาะร้านค้าปลีก ประกอบด้วย กลยุทธ์การบริการประทับใจเปี่ยมคุณภาพ กลยุทธ์การบริการสินค้าถึงบ้าน กลยุทธ์การลด แถม สะสม คะแนน กลยุทธ์เพื่อสมาชิก กลยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการคลังสินค้า กลยุทธ์การพัฒนาตลาด และกลยุทธ์การพัฒนาสภาพแวดล้อม

217940

Strategic planning to develop traditional trade in Nongkhai municipality, Nongkhai province. Researcher analyzed, consumers attitude and behavior business environment, Internal environment and external environment analyzed. Retail in Nongkhai has violently compete from modern trade retail which affect to 74 traditional trade. Therefore, these traditional trade have to find the way to survive by setting two major plans are strategic planning for all traditional trade including to the project for set up establish the traditional trade service cooperative for community, the project for introducing operation of traditional trade community, the project of improving traditional trade, the project of low price and good service, and the project establish the traditional trade service cooperative for strong community. There is strategic planning of traditional trade including quality service strategic, strategic of public relation, strategic of delivery, strategic of points, strategic for member, strategic improvement of inventory technology, strategic of improving marketing, and strategic of improving environment.