

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ	(14)
 บทที่	
1. บทนำ	1
ประวัติความเป็นมา	1
ปัญหาเพื่อการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมุติฐานของการวิจัย.....	3
ความสอดคล้องกันของวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสมมุติฐานของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	5
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์	6
 2. ผลงานวิจัย และงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	 8
แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก.....	9
ความหมาย บทบาท หน้าที่ และคุณสมบัติที่ดีของผู้บริหารร้านค้าปลีก.....	9
ความแตกต่างระหว่างธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
องค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาร้านค้าปลีก	17
เครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก	21
ระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก	26
โครงข่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก.....	46
แนวคิดและทฤษฎีด้านการเงิน การลงทุน	52
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
 3. วิธีการวิจัย.....	 62
รูปแบบการวิจัย	62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	62
วิธีการสุ่มเพื่อหากลุ่มตัวอย่าง.....	65
แหล่งข้อมูลเพื่อการออกแบบงานวิจัย	66
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
กรอบแนวความคิด	69
ตัวแปรในการวิจัย	69
การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ.....	71
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	72
กรรมวิธีทางข้อมูล.....	73
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
 4. ผลของการวิจัย	 75
กล่าวนำ.....	75
ผลการวิจัย.....	75

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	128
สรุปผลวิจัยในการจัดแบ่งประเภทของเทคโนโลยีค้าปลีกในรูปแบบต่าง ๆ.....	128
สรุปผลการวิจัยในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล.....	174
งบประมาณการเงิน และการลงทุน	180
สรุปผลการศึกษา.....	205
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	207
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถามเพื่อจัดแบ่งประเภทของเทคโนโลยีเพื่อธุรกิจค้าปลีก.....	209
บรรณานุกรม	223
ประวัติการศึกษา.....	230