

บรรณานุกรม

- เกรียงไกร ชำนาญไพศาล. 2545. **การค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : โครงการพัฒนาการบริหารจัดการ
ร้านค้าปลีก กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์.
- “คุณสมบัติ 10 ประการ ของผู้ประกอบการที่ดี”. 2550. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.brightbbc.com/readercorner/leader.html> (9 มกราคม 2554).
- จริยา เปรมศิลป์. 2545. **ภาวะธุรกิจค้าปลีก 2544 และแนวโน้มปี 2545**. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- เจนวิทย์ อุหากาญจน์. 2546. ยุทธศาสตร์อุดมศึกษาใหม่ ยุคคิดใหม่ ทำใหม่ จำเป็นต้องมี แต่ไม่
จำเป็นต้องเน้นกำไร. **วารสารสวนดุสิต** 1, 1 (มกราคม – มีนาคม) : 28-31.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. 2546. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพฯ.
- ชูชัย สมितिไกร. 2544. **การฝึกอบรมบุคลากรให้้องค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- โชคชัย ชยรัช. 2545. **กลยุทธ์ความสำเร็จ ตอน เคล็ดลับของผู้ประกอบการ**. กรุงเทพฯ :
อินฟอร์มีเดีย.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2546. **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : บริษัท ประชุมช่าง จำกัด.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโข. 2542. “Entrepreneurship ว่าจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจของ
ไทย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.mbachula.info/joey/download/entrepreneurship.pdf> (9 มกราคม
2554).
- พิบูลย์ ทีปะปาล. 2547. **กลยุทธ์การตลาด : การตลาดสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. 2544. **การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์ และการตัดสินใจ**. พิมพ์
ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. 2544. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. เอกสารการสอนชุดวิชาการ
บริหารการตลาด. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. 2546. **การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวีวรรณ บุญิตตานนท์. 2548. **โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมตลาดของร้านค้าปลีกกวดูก่อสร้าง
สมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2542. การเพิ่มผลผลิตสำหรับ SMEs. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. 2545. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, งามอาจ ปะทะวานิช และ จัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร. 2538. การส่งเสริมการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2543. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ : ธนชัยการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

ศรีสุภา สหชัยเสรี. 2546. การตลาดในยุคใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ทิปปิงพอยท์.

ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ. 2547. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : แม็ค.

สมชาติ กิจยรรยง. 2546. ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

สุมินทร์ญามาต ทิพย์วงศา. 2548. การศึกษากลยุทธ์การตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม. มหาสารคาม: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุวีรัตน์ ศรีภุณรัตน์. 2549. กลยุทธ์การตลาดในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อของผู้ใช้บริการ. อุบลราชธานี: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2539. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544). กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.

หทัยรัตน์ ลิ้มถวิล. 2548. กลยุทธ์การตลาดของผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์. มหาสารคาม: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

โอฬาร ฐปะเดมิย์. 2550. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอ พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- Bygrave, W.D. 1994. **The Portable MBA in Entrepreneurships**. Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2001. **Principles of marketing**. 9th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Pusanisa Thechatakung. 2009. **Determinants of micro-entrepreneurs innovations**. UAB, BARCELONA, SPAIN : UAB.
- Schmitt-Rodermund, E. and Silbereisen, R. K. 1999. Determinants of differential acculturation of developmental timetables among adolescent immigrants to Germany. **International Journal of Psychology** 34: 219-233.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับการวิจัย
เรื่อง กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง
ในเขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ และกิจการ
ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดตลาดแบบมีเป้าหมาย
ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการใช้กลยุทธ์การตลาด
ส่วนที่ 4 : ปัญหา/อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ และกิจการ

- 1. ชื่อผู้ประกอบการ.....
- 2. ภูมิลำเนา.....
.....
- 3. ชื่อกิจการ.....
- 4. ที่ตั้งกิจการ.....
- 5. ร้านค้าวัสดุก่อสร้างของท่านเริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ปีใด.....
- 6. เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ.....บาท
- 7. ลักษณะกิจการ
 - ☐ กิจการเจ้าของคนเดียว
 - ☐ บริษัท จำกัด
 - ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 - ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 8. ประมาณการรายได้ต่อเดือน.....บาท
- 9. ปัจจุบันร้านค้าวัสดุก่อสร้างของท่านมีสาขา ☐ มี__สาขา ☐ ไม่มี
- 10. ลักษณะร้านค้าวัสดุก่อสร้างของท่านมีการดำเนินการในรูปแบบใดบ้าง
 - ☐ จำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบบครบวงจร
 - ☐ จำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบบบางประเภท
 - ☐ จำหน่ายวัสดุก่อสร้างตามคำจำนวนสั่งซื้อของลูกค้า
 - ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. นอกจากประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้างแล้วท่านยังมีธุรกิจอื่นใดอีกหรือไม่
- ☐ มี (โปรดระบุ).....
- ☐ ไม่มี
12. ปัจจุบันท่านมีพนักงานจำนวน.....คน
13. ร้านค้าวัสดุก่อสร้างของท่านมีการทำรับเหมาก่อสร้างด้วยหรือไม่
- ☐ มี
- ☐ ไม่มี
14. ลูกค้านี้เข้ามาซื้อสินค้าของท่านจำแนกเป็น
- ลูกค้าทั่วไป.....%
- ส่วนราชการ.....%
- ผู้รับเหมาก่อสร้าง.....%
- ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง.....%

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดตลาดแบบมีเป้าหมาย

2.1 ร้านค้าของท่านใช้เกณฑ์ใดบ้างดังต่อไปนี้ในการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด

หลักเกณฑ์	ใช่	ไม่ใช่	อธิบาย
1. เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์			
1.1 ที่อยู่ของประชากร			
1.2 การกระจายตัวของประชากร			
1.3 สภาพ ดิน ฟ้า อากาศ			
1.4 อื่นๆ			
2. ประชากรศาสตร์			
2.1 อายุ/เพศ			
2.2 รายได้			
2.3 อาชีพ			
2.4 การศึกษา			
2.5 อื่นๆ			

3.เกณฑ์ทางจิตวิทยา			
3.1 กิจกรรมทางสังคม			
3.2 ความคิดเห็น			
3.3 ความสนใจ			
3.4 อื่นๆ			
4. เกณฑ์คุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ			
4.1 ระบุความต้องการของลูกค้า			
4.2 ตอบสนองความต้องการของลูกค้า			
4.3 อื่นๆ			
5. ขนาดการใช้บริการ			
5.1 ใช้บริการมาก			
5.2 ใช้บริการน้อย			
5.3 อื่นๆ			
6. ความภักดีของลูกค้า			
6.1 มีมาก			
6.2 มีน้อย			
6.3 ไม่มี			
7. โอกาสในการใช้บริการ			
7.1 ช่วงเวลา			
7.2 เทศกาล			
7.3 อื่น ๆ			

2.2 ท่านใช้หลักเกณฑ์ใดในการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย

หลักเกณฑ์	ใช่	ไม่ใช่	อธิบาย
1.การตลาดที่ไม่แตกต่างกัน			
2.การตลาดที่แตกต่างกัน			
3.การตลาดที่มุ่งเฉพาะส่วน			

2.3 ท่านใช้หลักเกณฑ์ใดในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ กำหนดตามคุณสมบัติหรือ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์
- ☐ กำหนดตามผลประโยชน์ และคุณค่า
- ☐ กำหนดตามราคา และ/หรือคุณภาพของสินค้า
- ☐ กำหนดตามการใช้หรือ การนำไปใช้
- ☐ กำหนดตามผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
- ☐ กำหนดตามคู่แข่ง
- ☐ กำหนดตามสัญลักษณ์ด้านวัฒนธรรม
- ☐ กำหนดตามรูปแบบการดำรงชีวิต

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการใช้กลยุทธ์การตลาด

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ท่านคิดว่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ในร้านค้าของท่านในแต่ละด้านต่อไปนี้ มีลักษณะอย่างไร

- ด้านคุณภาพ.....
- ด้านการจัดวาง.....
- ด้านความหลากหลาย.....
- ด้านปริมาณ.....
- ด้านการรับประกัน.....
- อื่นๆ

3.2 ด้านราคา

การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ตั้งราคาเพื่อสร้างภาพพจน์
- ☐ ตั้งราคาล่อใจ/โปรโมชั่น
- ☐ ตั้งราคาต่ำ
- ☐ ตั้งราคาต้นทุน + กำไร
- ☐ ตั้งราคาตามคู่แข่ง
- ☐ การตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด
- ☐ อื่น ๆ

3.3 ด้านสถานที่

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าในแต่ละด้านต่อไปนี้ มีลักษณะอย่างไร
- ด้านที่ตั้ง.....
 - ที่จอดรถ.....
 - ช่วงเวลาเปิด – ปิด ร้าน.....
 - ความสะดวกสบายภายในร้าน.....

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การโฆษณา.....
- การส่งเสริมการขาย.....
- การขายโดยพนักงานขาย.....
- การให้ข่าว และประชาสัมพันธ์.....
- การขายทางตรง.....

3.5 ด้านบุคลากร

- ร้านค้าของท่านได้มีการประชุมจัดอบรมพนักงานหรือไม่.
.....
- ท่านมีวิธีการสรรหาคัดเลือกบุคคลกรอย่างไร.
.....
- ท่านมีการจัดการในเรื่องความจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อร้านค้าของท่านอย่างไรบ้าง
.....
- สวัสดิการของพนักงานในร้านค้าของท่านมีอะไรบ้าง
.....

3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

- ลักษณะด้านกายภาพของร้านค้าท่านแต่ละด้านต่อไปนี้ มีลักษณะอย่างไร
- ด้านการแต่งกายของพนักงาน.....
 - ด้านการจัดวางเอกสาร.....
 - ความสะอาดเรียบร้อย.....

- ความปลอดภัย.....

3.7 ด้านการบริการ

ร้านค้าของท่านมีจุดเด่นในเรื่องของการให้บริการลูกค้าคือ

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข

กลยุทธ์ทางการตลาด	ปัญหาและอุปสรรค		แนวทางแก้ไข
	มี	ไม่มี	
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 คุณภาพ			
1.2 ราคาสินค้า			
1.3 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์			
1.4 อื่น ๆ			
2. ด้านราคา			
2.1 ต้นทุนสินค้า			
2.2 คู่แข่ง			
2.3 ผู้บริโภค			
2.4 อื่น ๆ			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 ขายตรง			
3.2 ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย			
3.3 ขายผ่านคนกลาง			

3.4 ทำเล, ที่จอดรถ			
3.5 อื่น ๆ			
4. ด้านการส่งเสริมการขาย			
4.1 ลด แลก แจก แถม			
4.2 การโฆษณา			
4.3 อื่น ๆ			
5. ด้านบุคลากร			
5.1 ความรู้ความสามารถ			
5.2 ความรับผิดชอบ			
5.3 ความซื่อสัตย์			
5.4 อื่น ๆ			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ			
6.1 ความสะอาด			
6.2 ความมีระเบียบ			
6.3 ความปลอดภัย			
6.4 อื่น ๆ			
7. ด้านการบริการ			
7.1 การขนส่งสินค้า			
7.2 การรับประกันสินค้า			
7.3 อื่น ๆ			

ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวปาริฉัตร ปานหมอก
เกิดเมื่อ	15 กันยายน 2526
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2545 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนพนิชยการลานนา เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2547 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนพนิชยการลานนาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2549 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พ.ศ. 2554 ปริญญาโท มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2548 – 2550 พนักงานขาย บริษัท นิสสันนอร์ทเวฟ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน พนักงานการบัญชี ห้างหุ้นส่วนจำกัดข้าวสาคูก่อสร้าง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

