

# Retail Channel Management

- 4.1 **History of Retail Business**
- 4.2 **Traditional Retail Business**
- 4.3 **Modern Retail Business**
- 4.4 **Retail Business Strategy**



**CHANNEL**

# Retail Channel Management

## 4.1 History of Retail Business

### 1. History of Word Retailing

- **History of Word Retailing**

Archaeological evidence for trade, probably involving barter systems, dates back more than 10,000 years. As civilizations grew, barter was replaced with retail trade involving coinage. Selling and buying are thought to have emerged in Asia Minor (modern Turkey) in around the 7th-millennium BCE.

- **History of Retailing in Asia**

Recent research suggests that China exhibited a rich history of early retail systems. From as early as 200 BCE, Chinese packaging and branding were used to signal family, place names and product quality, and the use of government imposed product branding was used between 600 and 900 CE. Eckhart and Bengtsson have argued that during the Song Dynasty.

# Retail Channel Management

## 4.1 History of Retail Business

### 1. History of Word Retailing

- Trade Center, Department Store, and Modern Retail Business

**Trade center** By the late 18th century, grand shopping arcades began to emerge across Europe and in the Antipodes. A shopping arcade refers to a multiple-vendor space, operating under a covered roof. Typically, the roof was constructed of glass to allow for natural light and to reduce the need for candles or electric lighting.

The **modern era of retailing** is defined as the period from the industrial revolution to the 21st century. In major cities, the **department store** emerged in the mid- to late 19th century, and permanently reshaped shopping habits, and redefined concepts of service and luxury.

# Retail Channel Management

## 4.1 History of Retail Business

### 1. History of Word Retailing



Grand Bazaar, Istanbul Established  
in 1455



Mark & Spencer, England  
in 1930



Department stores, Le Bon Marche of France  
in 1950

# Retail Channel Management

## 4.1 ความเป็นมาของธุรกิจค้าปลีก (History of Retail Business)

### 2. การค้าปลีกในประเทศไทย (History of Retailing in Thailand)

#### 1) Incubation Era of Department Stores in BC.2507-2525

Retail stores from abroad and local enterprises were born in this time i.e. Daimaru and Tokyu from Japan, and Central of Thailand.

#### 2) Expand Branch to Suburban Areas Era BC.2562-2532

Retail stores were expanded into Bangkok suburban areas and vicinities for examples Central department store was on Lad Prow branch, as the same time The Mall department Store was on Ramkhamheang road as the 2<sup>nd</sup> branch.

3) ยุคการกำเนิดห้างค้าปลีกรูปแบบใหม่ ปีพ.ศ. 2532-2539 มีร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น และเอ็ม-พีเอ็ม มีร้านค้าส่ง เช่น ห้างแม็คโคร และร้านค้าปลีก เช่น บิ๊กซี

4) ยุคก้าวกระโดดของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างชาติ ปี พ.ศ. 2540-2545 นับแต่นั้นมา

# Retail Channel Management

## 4.1 History of Retail Business

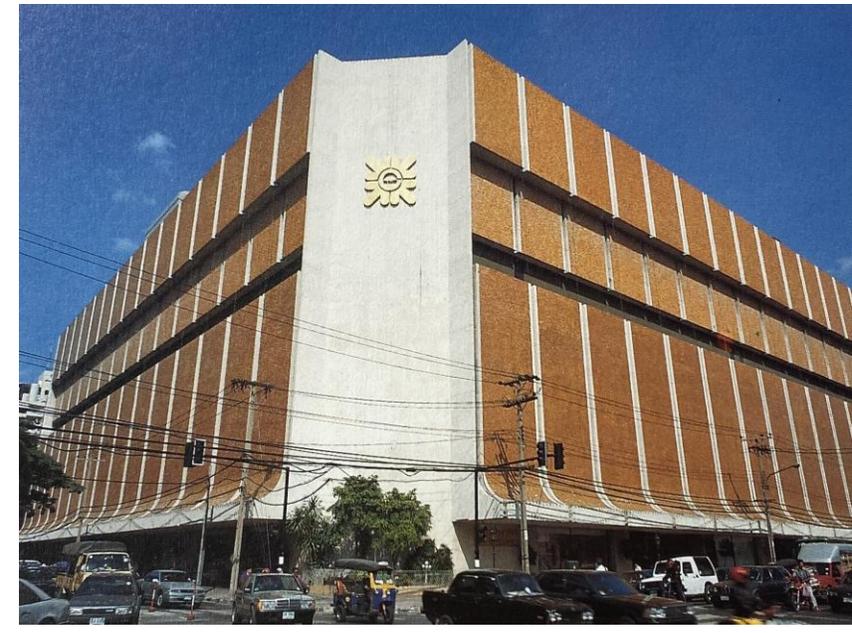
### 2. History of Retailing in Thailand



Thai Daimaru from Japan



Tokyu From Japan



Central Department Store

# Retail Channel Management

## 4.2 ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Retail Business)

### ความหมาย

ร้านค้าขายสินค้าหรือให้บริการที่เข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้โดยตรงผ่านเจ้าของกิจการที่มักจะตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้ชุมชนต่างๆ เช่น ตลาด โรงเรียน และย่านชุมชน ไม่มีระบบการจัดการ ส่วนใหญ่ขายสินค้าอุปโภคและบริโภคต่างๆ เช่น สบู่ ยาสีฟัน น้ำปลา น้ำตาล เครื่องดื่ม และขนมขบเคี้ยว เป็นต้น ไม่มีการตกแต่งร้านค้า มีการจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบและไม่เป็นหมวดหมู่ การบริหารร้านค้าเป็นแบบเจ้าของคนเดียวหรือครอบครัว ใช้เงินลงทุนต่ำ และไม่มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้



# Retail Channel Management

## 4.2 ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Retail Business)

มีอยู่ 4 ประเภท

1. ร้านขายของชำหรือร้านโชห่วย (Grocery Store)
2. ร้านขายหาบเร่/แผงลอย (Hawker/Peddler)
3. ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)
- 4 ร้านค้าขายส่ง/คนกลาง/ผู้แทนจำหน่าย (Distributors)



# Retail Channel Management

## 4.3 ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Retail Business)

รูปแบบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ มี 11 ประเภท ได้แก่

1. ร้านค้าขายสินค้าเฉพาะอย่าง
2. ห้างสรรพสินค้า
3. ร้านอาหาร
4. ร้านสะดวกซื้อ
5. ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และไฮเปอร์มาร์ท
6. ร้านค้าให้ส่วนลด
7. ผู้ค้าปลีกขายของราคาต่ำ
8. โซว์รูมแค็ตตาล็อกสินค้า
9. ร้านค้าสาขา
10. ร้านค้าแบบสัมปทานสิทธิ์
11. ธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า



# Retail Channel Management

## 4.4 กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business Strategy)

### ความสำคัญกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (The Importance of Retail Business Strategy)

กลยุทธ์ค้าปลีก คือ

แนวทางการกำหนดแผนการปฏิบัติงานด้านการค้าปลีกโดยรวมขององค์กรธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมต่างๆ โดยตอบสนองต่อแรงขับเคลื่อนด้านตลาดและสภาพแวดล้อมการค้าปลีกต่างๆ เช่น การแข่งขัน ภาวะเศรษฐกิจ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสังคมวัฒนธรรมในช่องทางการตลาด

การแผนงานเชิงกลยุทธ์ค้าปลีก มี 6 ขั้นตอน

- 1) กำหนดประเภทธุรกิจค้าปลีก เช่น ขายสินค้า หรือให้บริการ
- 2) กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อสร้างยอดขายและกำไร ส่วนแบ่งการตลาด ภาพลักษณ์ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) กำหนดตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คุณลักษณะการซื้อ ความต้องการลูกค้า เช่น เพศ รายได้ และความชอบ เป็นต้น
- 4) แบ่งการทำงานในภาพรวมตามแผนงานระยะยาวไปสู่การกำหนดทิศทางองค์กรและการทำงานของพนักงาน
- 5) ปฏิบัติการตามการบูรณาการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น สถานที่ตั้ง การจัดประเภทสินค้า การกำหนดราคา การจัดแสดงสินค้าในร้านค้า และการโฆษณาตามวัตถุประสงค์การตลาด
- 6) ประเมินผลการปฏิบัติตามช่วงเวลา โดยปรับปรุงแก้ไขปัญหาการทำงานที่มีจุดอ่อนและทบทวนการใช้กลยุทธ์ค้าปลีกในแต่ละร้านค้าที่นำมาใช้

# Retail Channel Management

## 4.4 กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business Strategy)

### ความสำคัญกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (The Importance of Retail Business Strategy)

#### กลยุทธ์เป้าหมาย (Target Strategy) ร้านค้าปลีก

- 1) วัตถุประสงค์มุ่งเน้นการเติบโต (Growth-oriented objected)
- 2) ดึงดูดต่อตลาดผู้เข้ามาซื้อใหม่หรือผู้ยังไม่เคยซื้อมาก่อน (Appeal to a prime market)
- 2) ดึงดูดต่อตลาดผู้เข้ามาซื้อใหม่หรือผู้ยังไม่เคยซื้อมาก่อน (Appeal to a prime market)
- 4) มีจุดเน้น (Focus)
- 5) ให้บริการลูกค้าที่ดีกว่าทั้งหมด (Strong customer service for its retail category)
- 6) มีจุดให้บริการและการขายหลายแห่ง (Multiple points of contact)
- 7) มีความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee relations)
- 8) มีนวัตกรรม (Innovation)
- 9) มีการใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง (Commit Technology)
- 10) มีความเกี่ยวข้องกับชุมชน (Community involvement)
- 11) เฝ้าติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง (Constantly monitoring performance)

# Retail Channel Management

## 4.4 กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business Strategy)

### ความสำคัญกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (The Importance of Retail Business Strategy)

#### กลยุทธ์เป้าหมาย (Target Strategy) ร้านค้าปลีก

- 1) วัตถุประสงค์มุ่งเน้นการเติบโต (Growth-oriented objected)
- 2) ดึงดูดต่อตลาดผู้เข้ามาซื้อใหม่หรือผู้ยังไม่เคยซื้อมาก่อน (Appeal to a prime market)
- 2) ดึงดูดต่อตลาดผู้เข้ามาซื้อใหม่หรือผู้ยังไม่เคยซื้อมาก่อน (Appeal to a prime market)
- 4) มีจุดเน้น (Focus)
- 5) ให้บริการลูกค้าที่ดีกว่าทั้งหมด (Strong customer service for its retail category)
- 6) มีจุดให้บริการและการขายหลายแห่ง (Multiple points of contact)
- 7) มีความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee relations)
- 8) มีนวัตกรรม (Innovation)
- 9) มีการใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง (Commit Technology)
- 10) มีความเกี่ยวข้องกับชุมชน (Community involvement)
- 11) เฝ้าติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง (Constantly monitoring performance)

# Retail Channel Management

## 4.4 กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business Strategy)

ความสำคัญกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (The Importance of Retail Business Strategy)

กลยุทธ์ค้าปลีก (Retail Strategy)



# Retail Channel Management

## 4.4 กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business Strategy)

### ความสำคัญกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (The Importance of Retail Business Strategy)

#### กลยุทธ์ค้าปลีก (Retail Strategy)

1. การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location Selections)
2. การแบ่งประเภทสินค้า (Merchandise Assortments)
3. การกำหนดราคา (Pricing Policy)
4. ส่วนผสมการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Mix)
5. การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า (Store Design and Display)
6. การให้บริการลูกค้า (Customer Services)



# Retail Channel Management

## 4.4 กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business Strategy)

ความสำคัญกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก (The Importance of Retail Business Strategy)

กลยุทธ์ค้าปลีก (Retail Strategy)

การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า (Store Design and Display)



# Retail Channel Management

Q&A

