

บทที่ 2

ประเภทของการค้าปลีก

การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า : มีการจัดตั้งร้านเป็นหลักแหล่งมีที่ตั้งที่แน่นอนให้ผู้ค้าเข้าไปในร้านเพื่อเลือกซื้อสินค้าหรือติดต่อขอใช้บริการโดยตรง ประกอบด้วย

1.1 ร้านค้าขายสินค้าเฉพาะอย่าง (specialty store) : ขายสินค้าเฉพาะอย่างเพียงอย่างเดียวที่มีคุณภาพสูง เน้นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า มีการจัดตกแต่งร้านค้าที่เป็นเอกลักษณ์



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.2 ร้านค้าสะดวกซื้อ (convenience store) : จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งจำหน่ายอาหารเครื่องดื่มประเภทฟาสต์ฟู้ด ตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชน ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ราคาสินค้าค่อนข้างแพง



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.3 ห้างสรรพสินค้า (department store) : ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ขายสินค้าหลายประเภทหลายชนิดรวมกัน มีการแบ่งสินค้าออกเป็นแผนกสินค้าที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาสูง และนำแฟชั่น



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.4 ร้านขายสินค้าขนาดใหญ่ (superstore) : เน้นให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ในสถานที่แห่งเดียว (one stop shopping) สินค้าที่นำมาจำหน่ายนี้จะไม่พื้พิดันในเรื่องของยี่ห้อและคุณภาพสูงเหมือนกับห้างสรรพสินค้า ราคาของสินค้าก็ถูกกว่าห้างสรรพสินค้า



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.5 ร้านขายของชำหรือโชห่วย (grocery store) : ร้านค้าแบบดั้งเดิม
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค การบริหารยังคงเป็นสมาชิกในครอบครัว
อำนาจการต่อรองในการจัดซื้อยังต่ำ



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.6 ร้านสรรพอาหาร (supermarket) : ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภค ความสดใหม่ และความหลากหลายของอาหาร

ท็อปส์ มาร์เก็ต
Tops
market

การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.7 ร้านค้าที่ใช้แคตตาล็อก (catalog showroom) : นำเสนอสินค้าต่างๆ ผ่านแคตตาล็อก ขายสินค้าที่มีชื่อเสียงในราคาลดพิเศษ ต้นทุนต่ำ เพราะไม่ต้องแสดงสินค้า และไม่มีสินค้าคงเหลือจึงสามารถขายสินค้าได้ในราคาต่ำ

Mistine

สัปดาห์ 2 / 2011

Mistine
NUMBER 1
BB
crystal clear
BB powder SPF 25 PA++

หน้าเนียนกระจ่างใสไร้ที่ติ ด้วยแป้ง คริสตัล เคลียร์
POST M

Smoothly Clear as Europe

POST M
www.postm.com

การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.8 พ่อค้าปลีกขายสินค้าราคาถูก (off-price retailer) : ร้านที่คิดราคา
สินค้าต่ำกว่าราคาขายปลีกทั่วไป



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.9 ร้านขายสินค้าลดราคา (discount store) : เน้นจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม อุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ในราคาที่ถูกลง สถานที่จำหน่ายจะมีลักษณะง่าย ๆ ไม่มีความหรูหรามากเพื่อลดต้นทุนในการก่อสร้าง เช่น ร้านแมงลอย เป็นต้น



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.10 ศูนย์การค้าครบวงจร (shopping center or shopping complex) : ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ภายใต้แนวคิดที่ให้บริการครบถ้วนมากขึ้น นอกจากจะมีห้างสรรพสินค้าและร้านค้าแล้ว ยังเพิ่มแหล่งบันเทิง เช่น สวนสนุก ศูนย์อาหารขนาดใหญ่ และโรงภาพยนตร์



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

1. การค้าปลีกแบบมีร้านค้า

1.11 ร้านมินิมาร์ทหรือร้านสรรพอาหารขนาดย่อม (minimart หรือ superette) : ย่อส่วนของร้านสรรพอาหารทั้งด้านพื้นที่ ชนิด และปริมาณของสินค้าที่ขาย เหมาะที่จะตั้งตามตัวเมือง และชานเมืองที่ชุมชนยังไม่หนาแน่น



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

2. การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า

2.1 การขายทางโทรศัพท์ (telephone selling) : การเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์

รายได้ดี
แบบไม่มีขีดจำกัด
ต้องออนไลน์ อยู่ธยา



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

2. การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า

2.2 การขายโดยเครื่องจักรอัตโนมัติ (automatic vending) : การขายที่ใช้เครื่องจักรอัตโนมัติชำระเงินโดยการหยอดเหรียญหรือใช้บัตรเงินสดตามราคาสินค้าที่กำหนดและจะได้รับสินค้าทันทีจากเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ

FROM THE OUTSIDE...IN
Automatic Vendor Machine in Japan



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

2. การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า

2.3 การขายผ่านสื่อโทรทัศน์ (television home shopping selling) :
ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ต้องมีการสาธิต แนะนำวิธีการใช้สินค้าหรือวิธีการ
บริโภคสินค้า ราคาสินค้าค่อนข้างแพง มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

2. การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า

2.4 การขายผ่านอินเทอร์เน็ต (internet online) : การขายสินค้าที่ต้องอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่าย



การค้าปลีกตามเกณฑ์หน้าร้าน

2. การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า

2.5 การขายโดยใช้จดหมายตรง (direct mail retailers) : ใช้จดหมายหรือโบรชัวร์หรือโปสการ์ดหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจมีการโฆษณาตัวอย่างสินค้ามาพร้อมกับจดหมายหรือโบรชัวร์ส่งไปหาลูกค้าทางไปรษณีย์หรือสื่อออนไลน์

ช้อปสนุก ทุกสิ่ง สะดวกจริง 24 ชม.



รหัสลับค่าใบเล่มมีใช้ส่งชื่อระหว่าง
มีนาคม - เมษายน 2558

7-Catalog

ช้อปครบ!
รับฟรีเมื่อ
ลิขสิทธิ์ดีเยี่ยม



(จำนวนเล่มรวม 9)

สิ่งซื้อ รับสะดวกที่
ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

จำนวนเล่มรวม 90/2.90/7
1. จำนวนเล่มรวม 90/2.90/7
2. จำนวนเล่มรวม 90/2.90/7
3. 02-711-7666 (เบอร์โทร)
3 - www.7catalog.com (เว็บไซต์)

น้องเก้-สุกษสา
(นักเขียน/นักวาด)

ฉบับที่ 7/2558
ISSN 1685-313X

77-00-009

เล่ม 10 ซม

เล่ม 10 ซม



L-CARNITINE APPLE PLUS
แอล-คาร์นิทีน แอปเปิ้ล พลัส "พลังงานหัวใจที่สมบูรณ์แบบ"

1 กล่อง (10 ซอง)

รหัส 776252 20

หน่วย : 450,-

319.-



box: 15 ลิ้น

บอ. 175/2558

*จำนวนเล่มรวม 90/2.90/7 หน้า 7

การค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกอิสระ (independent store) : การจัดการต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับบุคคลเพียงคนเดียว หรือบุคคลภายในครอบครัว



การค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การค้าปลีก

2. ร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่ (corporate chain store) : ร้านค้าที่มีตั้งแต่ 2 สาขาขึ้นไปโดยมีเจ้าของคนเดียวกัน มีการควบคุมและบริหารงานร่วมกัน มีการกำหนดมาตรฐานทั้งภาพลักษณ์ของร้านค้าและบริการแบบเดียวกัน



FamilyMart



การค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การค้าปลีก

3. ร้านค้าปลีกลูกโซ่แบบสมัครใจ (voluntary chain store) : การร่วมมือกันของกลุ่มผู้ค้าปลีกอิสระจัดตั้งเป็นกลุ่มของร้านค้าอิสระที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ขายส่งในการซื้อสินค้าในปริมาณที่มากแต่ราคาต่ำ



การค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การค้าปลีก

4. ร้านค้าปลีกแบบสหกรณ์ร้านค้า (retailer consumer cooperative) :
การจัดตั้งเพื่อเป็นการแข่งขันกับร้านค้าปลีกทั่ว ๆ ไปไม่ให้ขายสินค้าใน
ราคาสูงเกินความจำเป็น มีการขายหุ้นให้แก่ประชาชนทั่วไป สมาชิกจะ
ร่วมกันกำหนดนโยบายและเลือกคณะกรรมการบริหารสหกรณ์ สมาชิก
จะได้รับส่วนแบ่งผลกำไรโดยการจัดสรรมาจากเงินปันผล



การค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การค้าปลีก

5. ร้านค้าปลีกแบบเฟรนไชส์ (franchise store) : มีการทำสัญญาในเรื่องรายละเอียดของร้านค้าและวิธีการจัดการให้เหมือนกับร้านค้าปลีกต้นแบบ มีผู้เกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย ได้แก่ ผู้ให้สิทธิทางการค้า (franchisor) กับผู้รับสิทธิทางการค้า (franchisee) ค่าตอบแทน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในระยะเริ่มแรก ค่าธรรมเนียมการเข้าเป็นสมาชิก ค่าอุปกรณ์ ค่าวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ผู้ให้สิทธิทางการค้าจัดหาให้



การค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การค้าปลีก

6. ร้านรวมกลุ่มร้านค้าปลีก (merchandising conglomerate) : การรวมมือกันระหว่างร้านค้าปลีกลักษณะต่าง ๆ มารวมกลุ่มกันภายใต้ผู้ดูแลจัดการที่รับผิดชอบการบริหารจัดการ



การค้าปลีกตามเกณฑ์ระดับการบริการ

1. ร้านค้าปลีกที่ให้ลูกค้าบริการตัวเอง (self service retailing business) :
เน้นการให้อิสระกับลูกค้าได้เลือกสินค้าอย่างอิสระ



การค้าปลีกตามเกณฑ์ระดับการบริการ

2. ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าจำกัด (limited services retailing business) : มีการให้บริการกับลูกค้าโดยมีพนักงานขายให้บริการจำหน่ายสินค้าเลือกซื้อที่ต้องให้ข้อมูลลูกค้าหรือให้บริการเพิ่มเติม

Bata

การค้าปลีกตามเกณฑ์ระดับการบริการ

3. ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าเต็มที่ (full services retailing business) :
เน้นอำนวยความสะดวกให้บริการกับลูกค้าเป็นหลัก จะคิดค่าบริการ (service charge) กับลูกค้าประมาณร้อยละ 10 ของบริการที่ลูกค้าได้รับ



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

1. ร้านค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบ

1.1 ร้านค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบแต่มีความลึก
ระดับหนึ่ง : จะมีพื้นที่บริการน้อย จำหน่ายผลิตภัณฑ์เจาะจงข้อ



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

1. ร้านค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบ

1.2 ร้านค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบแต่มีความลึกมาก : จะมีพื้นที่ให้บริการกว้างขวาง มีความหลากหลายในรสชาติ ชนิด รูปแบบ ตรา ยี่ห้อสินค้า



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้า
อุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.1 ร้านขายของชำ (grocery store) : จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคใน
ชีวิตประจำวัน



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.2 ร้านค้าปลีกขนาดเล็กหรือร้านมินิมาร์ท (minimart) : ร้านค้าปลีกที่พัฒนาปรับปรุงมาจากร้านขายของชำที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน มินิมาร์ทเป็นการย่อส่วนของร้านสรรพอาหาร (supermarket)



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้า
อุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.3 ร้านสะดวกซื้อ (convenience store) : มีรูปแบบคล้ายมินิมาร์ท
แตกต่างกันในด้านบริการที่ร้านอำนวยความสะดวกในการซื้อให้กับ
ลูกค้าด้วยบริการ 24 ชั่วโมง และตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนหนาแน่น



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้า
อุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.4 ร้านสรรพอาหาร (supermarket) : จัดกลุ่มสินค้าและความหลากหลายของสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกมากขึ้นและใช้พื้นที่ไม่น้อยกว่า 200 ตารางเมตร นิยมใส่ตะกร้าหรือใช้รถเข็นอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากพื้นที่กว้างขวาง



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้า
อุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.5 ร้านสรรพอาหารขนาดใหญ่ ซูเปอร์สโตร์ หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์
(superstore or super center) : ใช้หลักของการซื้อครบจบที่เดียว (one
stop shopping) นิยมทำเลที่ตั้งเป็นเอกเทศ เน้นบริการที่จอดรถให้
ลูกค้า จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการในชีวิตประจำวัน เช่น ร้านขายยา
ร้านซักแห้ง ศูนย์บริการจุดชำระเงิน ศูนย์อาหาร เป็นต้น



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้า
อุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.6 ร้านค้าปลีกไฮเปอร์มาเก็ต หรือไฮเปอร์มาร์ท (hypermarket or hypermart) : ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่กว่าซูเปอร์สโตร์ รูปแบบร้านคล้ายคลังสินค้า (warehouse) มีปริมาณสินค้าที่จำหน่ายมาก ปัจจุบันในประเทศไทยมีรูปแบบทั้งจำหน่ายปลีกและส่ง เน้นวางตำแหน่งร้านในใจกลุ่มลูกค้าด้านความประหยัด



การค้าปลีกตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

2. ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้า
อุปโภคบริโภค พื้นฐานเป็นหลัก

2.7 ห้างสรรพสินค้า หรือดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (department store) :
ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีชนิดของสินค้าหลากหลาย สินค้าถูกจัดกลุ่ม
สินค้าไว้ในรูปของแผนกต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีชื่อตราหือ
พนักงานขายแต่งกายสุภาพและมีเอกลักษณ์



การค้าปลีกตามเกณฑ์ความสัมพันธ์ด้านราคา

1. ร้านค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์ราคาสูง ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง :
จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาสูง รวมถึงธุรกิจที่ให้บริการที่ดีมี
คุณค่าในสายตาของลูกค้า อัตราค่าบริการอยู่ในระดับสูง



การค้าปลีกตามเกณฑ์ความสัมพันธ์ด้านราคา

2. ร้านค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์ราคามาตรฐาน ผลิตภัณฑ์คุณภาพได้มาตรฐาน : จำหน่ายสินค้ามีคุณภาพ และมีระดับราคาเป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงธุรกิจที่ให้บริการที่ดีมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าในระดับหนึ่ง มีอัตราค่าบริการอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน



PHYATHAI
+HOSPITAL

โรงพยาบาลพญาไท

การค้าปลีกตามเกณฑ์ความสัมพันธ์ด้านราคา

3. ร้านค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ ผลิตภัณฑ์คุณภาพ
สมเหตุสมผลหรือคุณภาพ ได้มาตรฐาน

3.1 ร้านค้าปลีกสินค้าลดราคา (discount store) : ขายสินค้า อุปโภค
บริโภคในตลาดวงกว้าง (mass market) เป็นกลุ่มผู้ซื้อจำนวนมาก
อาศัยการขายให้ได้ปริมาณมากเป็นกลยุทธ์หลักของร้านค้าปลีก
ประเภทนี้



การค้าปลีกตามเกณฑ์ความสัมพันธ์ด้านราคา

3. ร้านค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ ผลิตภัณฑ์คุณภาพ
สมเหตุสมผลหรือคุณภาพ ได้มาตรฐาน

3.2 ร้านค้าปลีกสินค้าราคาต่ำ (off-price retailer) : จำหน่ายสินค้าต่ำกว่า
กว่าราคาปกติ เนื่องจากสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีต้นทุนต่ำเป็นพิเศษ

