



DISTRIBUTION POLICY

นโยบายการจัดจำหน่าย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เทียร โยนิวงษ์

658.8
ก56น
2554
จ.1

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย.....	1
▪ ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดจำหน่ายและส่วนประสมการตลาด.....	2
▪ ความหมายของการจัดจำหน่าย.....	5
▪ องค์ประกอบของการจัดจำหน่าย.....	6
▪ จีวีดีพีของการของช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า.....	10
▪ ปัจจัยผลักดันให้เกิดการปรับตัวในช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า.....	13
▪ ความสำคัญ of ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า.....	14
▪ การวางแผนและกลยุทธ์ของช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าเพื่อ การแข่งขันทางการตลาด.....	17
▪ การสร้างความได้เปรียบในช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า.....	20
บทที่ 2 สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการ กระจายสินค้า.....	25
▪ ความหมายของสภาพแวดล้อม.....	26
▪ สภาพแวดล้อมมหภาค.....	27
▪ สภาพแวดล้อมจุลภาค.....	35
บทที่ 3 สถาบันการตลาด.....	41
▪ ความหมายและประเภทของสถาบันการตลาด.....	42
▪ หน้าที่ของสถาบันการตลาด.....	43
▪ ประโยชน์ของสถาบันการตลาด.....	44
▪ ปัจจัยในการเลือกช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	46
▪ การค้าส่ง.....	53
▪ การค้าปลีก.....	59
บทที่ 4 นโยบายและโครงสร้างช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	79
▪ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	80
▪ โครงสร้างช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	82
▪ จำนวนระดับช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	88

บทที่ 4 นโยบายและโครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)	
▪ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนระดับในโครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย.....	90
▪ เกณฑ์ในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย.....	100
▪ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ.....	102
บทที่ 5 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย.....	107
▪ การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย.....	108
▪ การจัดองค์กรในช่องทางการจัดจำหน่าย.....	120
▪ การประสานในช่องทางการจัดจำหน่าย.....	130
▪ การควบคุมและประเมินผลช่องทางการจัดจำหน่าย.....	133
บทที่ 6 นโยบายการกระจายสินค้า.....	137
▪ ความหมายการบริหารซัพพลายเชน.....	138
▪ ความหมายและความสำคัญของการบริหารโลจิสติกส์.....	143
▪ ขอบเขตของการบริหารโลจิสติกส์.....	146
▪ ความหมายของการกระจายสินค้า.....	148
▪ วัตถุประสงค์ในการกระจายสินค้า.....	149
▪ องค์ประกอบของระบบการกระจายสินค้า.....	150
▪ ปัจจัยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการกระจายสินค้า.....	162
▪ การวิเคราะห์ต้นทุนในการกระจายสินค้า.....	163
▪ ขั้นตอนการวางแผนและกำหนดรูปแบบการกระจายสินค้า.....	166
บทที่ 7 การขนส่ง.....	171
▪ ความหมายของการขนส่ง.....	172
▪ บทบาทของการขนส่งที่มีต่อการกระจายสินค้า.....	173
▪ ประเภทของการขนส่งและการเลือกใช้.....	174
▪ ต้นทุนค่าขนส่งและอัตราค่าระวางขนส่ง.....	185
▪ การตัดสินใจเลือกวิธีการขนส่ง.....	191
▪ เอกสารที่ใช้ในการประกอบการขนส่ง.....	195
▪ วิธีเรียกชั่งค่าเสียหาย.....	198
▪ การควบคุมการขนส่งโดยการกำหนดต้นทุนมาตรฐาน.....	200

บทที่ 8 การคลังสินค้า.....	205
▪ ความหมายและความสำคัญของการคลังสินค้า.....	206
▪ หน้าที่ของคลังสินค้า.....	209
▪ ประเภทของคลังสินค้า.....	211
▪ ทำเลที่ตั้งคลังสินค้า.....	218
▪ การกำหนดระบบการบริหารคลังสินค้า.....	220
▪ การวางแผนคลังสินค้าและออกแบบคลังสินค้า.....	221
▪ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเก็บสินค้าและเครื่องมือที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้า.....	227
▪ ศูนย์การกระจายสินค้า.....	236
บทที่ 9 การควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	243
▪ ความหมายของการควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	244
▪ วัตถุประสงค์ของการควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	245
▪ ประโยชน์ที่ได้รับจากการควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	247
▪ ประเภทของสินค้าคงเหลือ.....	247
▪ ความจำเป็นที่ต้องมีการควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	249
▪ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าคงเหลือ.....	250
▪ ปัจจัยในการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือ.....	252
▪ วิธีที่ใช้ในการควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	254
บทที่ 10 คอมพิวเตอร์กับการจัดจำหน่าย.....	275
▪ คอมพิวเตอร์กับการจัดจำหน่าย.....	277
▪ ระบบ POS (Point of Sale) ช่วยในการจัดจำหน่าย.....	280
▪ ระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ช่วยในการจัดจำหน่าย.....	286
▪ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	287
▪ คอมพิวเตอร์กับการดำเนินการสั่งซื้อ.....	293
▪ คอมพิวเตอร์กับการขนส่ง.....	297
▪ คอมพิวเตอร์กับการบรรจุภัณฑ์.....	298
▪ คอมพิวเตอร์กับการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ.....	299
บรรณานุกรม.....	309