

สารบัญ

	หน้า
กิติกรรมประกาศ	
บัญชีตาราง	ก
บัญชีตารางภาพ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1
วิธีการศึกษา	2
บทที่ 2 วิวัฒนาการห้างสรรพสินค้า	3
ความหมายห้างสรรพสินค้า	7
ประโยชน์และผลเสียของห้างสรรพสินค้าทางตรงต่อผู้บริโภค	8
ประโยชน์และผลเสียของห้างสรรพสินค้าที่เกิดต่อสังคมโดยรวม	9
ผลกระทบของธุรกิจห้างสรรพสินค้าต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม	11
บทที่ 3 การส่งเสริมการจำหน่ายห้างสรรพสินค้า	13
การโฆษณา	15
การดำเนินการโฆษณา	16
ขั้นตอนการทำโฆษณา	19
ข้อจำกัดของการโฆษณา	25
การขายโดยพนักงาน	25
คุณสมบัติของการขายส่วนตัว	26
การส่งเสริมการขาย	26
การวางแผนส่งเสริมการขาย	28
การประชาสัมพันธ์	31
หลักในการวางแผนการประชาสัมพันธ์	32
บทที่ 4 กลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่ายของห้างสรรพสินค้า	34
กลยุทธ์การโฆษณาห้างสรรพสินค้า	37
การแข่งขันของห้างสรรพสินค้าและการนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้	41
ห้างเซ็นทรัล	44
ห้างสรรพสินค้าไอที	46
ห้างสรรพสินค้าพาด้า	46
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน	48
ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์	52

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ  
บรรณานุกรม  
ภาคผนวก

54

59

60



สำนักหอสมุด