

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมลลักษณ์ โตสกุล. ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ดอกเห็ดที่บ้านทั่วกรุงเทพฯ. วารสาร

เศรษฐกิจ ธนาคารกรุงเทพ (2524): 132 - 151.

กำศรวล โชว์ห่วย. ฐานเศรษฐกิจ (6 - 8 มกราคม 2543): 1.

กิจฐเขต ไกรवास. อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์

ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

เกษม กรณ์เสรี. FUTURE SHOP กลยุทธ์ค้าปลีก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, 2538.

โชคชัย บัณฑิต. บ้านแก้ว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รุปรังสรรค์, 2544.

ซีเอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, บริษัท. โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและ
การรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีก
ขนาดเล็ก. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, 2542.

เซเว่นจับสินค้าลงหนังสือ เพิ่มช่องทางขายสู่แคตตาล็อก. ผู้จัดการรายวัน (24 มกราคม 2545): 1.

เซเว่นฯไม่ใช่ตัวการฆ่าโชว์ห่วย ยันขายสินค้าแตกต่าง เน้นฟู้ดเซอร์วิส ไม่ชนโดยตรง. กรุงเทพ
ธุรกิจ (26 ธันวาคม 2544): 1.

เซเว่นอีเลฟเว่น ตัวการกระทบโชว์ห่วย. กรุงเทพธุรกิจ (22 พฤศจิกายน 2544): 1.

ตำนานเซ็นทรัลยุคแรก คือชีวิตและผลงาน นี่เดียฯ แซ่เจ็ง. ผู้จัดการรายเดือน 18 (ตุลาคม 2543):
92-95.

เทสโก้ โลตัส การปรับตัวของค้าปลีกข้ามชาติ. ผู้จัดการรายเดือน 18 (ตุลาคม 2543): 34-40.

ธุรกิจแฟรนไชส์คืออะไร. งานกับคน (28 - 29 เมษายน 2543): 1.

นคร พันธุ์ณรงค์. ประวัติศาสตร์ไทยสมัยกรุงธนบุรีและรัตนโกสินทร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์พิมพ์เนศ, 2526.

บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน), บริษัท. แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ56-1)
ณ สิ้นปีบัญชี 2542. กรุงเทพฯ: บริษัท บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน), 2543.

บิกซีใหม่เปิดสาขาเท่าตัวปี"โลตัส"ตั้งเป้าชิงส่วนแบ่งในกทม.เป็นหลัก. มติชน (27 มิถุนายน
2544): 8.

ประวัติศาสตร์ 70 ปี เซ็นทรัลกรุ๊ป. ผู้จัดการรายเดือน 18 (ตุลาคม 2543): 87 - 91.

ปอล ชาเวียร์. ประวัติศาสตร์แห่งพระราชอาณาจักรสยาม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:
กรมศิลปากร, 2530.

ผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเคอร์. เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเก่า. พิมพ์ครั้งที่ 2.

เชียงใหม่: ซิลค์เวอร์มบุคส์, 2542.

พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการสื่อสารกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า
จากร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีร้านเซเว่นอีเลฟเว่น.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

พรรณราย แสงวิเชียร. อนาคตของธุรกิจค้าปลีกประเภทขายของชำ. วารสารธุรกิจบัณฑิต

2 (ตุลาคม - มกราคม 2532): 61 - 64.

พัลลภ เหมือนศิริ. การสื่อสารการตลาดค้าปลีกของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น พ.ศ.2532 – 2537.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

พิชัย ศิริจันทร์. 7-Eleven & Tesco Lotus Godzillas ค้าปลีก. BrandAge 1 (กันยายน

2543): 80-96.

ยุทธศักดิ์ ฌนาสวัสดิ์. การตั้งกฎระเบียบเพื่อคุ้มครองผู้ค้าปลีกรายย่อย. วารสารส่งเสริมการ

ลงทุน 12 (กุมภาพันธ์ 2544): 31 – 36.

ยุทธศักดิ์ ฌนาสวัสดิ์. ตำนานธุรกิจค้าปลีกในไทย. วารสารส่งเสริมการลงทุน 12 (กุมภาพันธ์

2544): 18 – 23.

ยุทธศักดิ์ ฌนาสวัสดิ์. บีไอไอเป็นต้นเหตุแห่งการล่มสลายของโชว์ห่วยหรือไม่?. วารสารส่งเสริม

การลงทุน 12 (กุมภาพันธ์ 2544): 41 - 43.

ยุทธศักดิ์ ฌนาสวัสดิ์. คุยกับ อะกิโกะ คาวานะ กรรมการอำนวยการบริษัทอิเซตัน ประเทศไทย

(จำกัด). วารสารส่งเสริมการลงทุน 8 (มิถุนายน 2540): 77 - 79.

ยุทธศักดิ์ ฌนาสวัสดิ์. ธุรกิจค้าปลีกจากเมืองปลาติบในสมรภูมิเมืองไทย. วารสารส่งเสริมการลงทุน

8 (มิถุนายน 2540): 74-76.

ยุทธศักดิ์ ฌนาสวัสดิ์ และ บุษยา วุฒิชญา. ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกไทย. วารสารส่งเสริมการลงทุน

8 (มิถุนายน 2540): 45 - 54.

ร้องทุกข์ผ่านเซเว่นอีเลฟเว่น 2 เดือน 1.7 หมื่นฉบับ. กรุงเทพธุรกิจ (29 มิถุนายน 2544): 1.

รัฐประศาสนศาสตร์, คณะ. แนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกในท้องถิ่นจากการรุกคืบของ

กลุ่มทุนขนาดใหญ่. นครราชสีมา: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ศูนย์การศึกษา
สีคิ้ว, 2543. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

รวมค่าแห่ง ถนนสายทองของยุทธจักรค้าปลีก. คู่แข่ง 13 (ตุลาคม 2535): 168.

- รำไพ เกตุดี. Retail Entertainment เทรนด์ใหม่ที่มาแรงในตลาดค้าปลีก. คู่แข่ง 14 (กุมภาพันธ์ 2537): 61 - 63.
- เวรดี รัตนานูบาล และ สุนันทา จารุวัฒน์ชัย. ทิศทางธุรกิจค้าปลีกไทย. กรุงเทพฯ: ธนาครแห่ง ประเทศไทย, 2543.
- วรวิชญ เวชุนุเคราะห์. เงื่อนไขความคมโฆษณาห้างฯสมัยคุณย่ายังสาว. คู่แข่ง 13 (ธันวาคม 2535): 16 - 168.
- ศรัทธา วิญญูหัตถกิจ. HOUSE BRAND BrandAge 2 (กรกฎาคม 2544): 123 - 126.
- คันสนีย์ วีระศิลป์ชัย. ชื่อบ้านนามเมือง. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: มติชน, 2540.
- ศิลปากร, มหาวิทยาลัย. จวริกพ่อขุนรามคำแหง ศิลปินจวริกสุโขทัยหลักที่ 1. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์, 2512.
- ศุภวุฒิ สายเชื้อ และ ถนอมศรี ฟองอรุณรุ่ง. เศรษฐกิจไทยพลาดสุวิฤต. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พิมพ์เศพรินท์ตั้ง, 2543.
- ศูนย์วิจัยกฎหมายและการพัฒนา. ผลกระทบต่อการค้าปลีกจากการเปิดเสรีภายหลังการเจรจาการค้าหลายฝ่ายรอบอุรุกวัย สาขาการค้าปลีก. กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2537.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. ระเบิดสงครามค้าปลีก จัดกลยุทธ์ยึดส่วนแบ่งตลาด. กระแสทรรศน์ 7 (15 สิงหาคม 2544): 1 - 8.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. การค้าส่งค้าปลีกไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2542.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. พฤติกรรมผู้บริโภคกับร้านสรรพสินค้าขนาดใหญ่. วารสารรามคำแหง ฉบับบริหารธุรกิจ 9 (2526): 101 - 107.
- สมบุญ รุจิขจร. Wow!!! ฉีกกฎค้าปลีกไทย เขียนไบเบิ้ลตีกรอบขาย. BrandAge 2 (เมษายน 2544): 111 - 118.
- สมบุญ รุจิขจร และ วุฒิธร สิ้นธุวาทีน. ยุทธการดอกไม้บานทั่วแผ่นดินของเซเว่นอีเลฟเว่น. คู่แข่ง 17 (สิงหาคม 2540): 70 - 78.
- สมปรารถนา คล้ายวิเชียร, พัฒนพันธ์ วงษ์พันธ์ และ วทัญญู รัตนิตพานิชยกิจ. มหัศจรรย์ธุรกิจ เซเว่นอีเลฟเว่น ภาค 2. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: มติชน, 2543.
- สมศักดิ์ ดำรงสุนทรชัย. CRC หัวหอกธุรกิจของเซ็นทรัลกรุ๊ป. ผู้จัดการรายเดือน 18 (ตุลาคม 2543): 100 - 115.
- สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน), บริษัท. แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 156-1) ณ สิ้นปีบัญชี 2539. กรุงเทพฯ: บริษัท สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน), 2540.

- สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน), บริษัท. หนังสือที่ชวนเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน (25 มีนาคม 2537). กรุงเทพฯ: บริษัท สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน), 2537.
- สัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์ เซ็นทรัลกรุ๊ปเติบโตใหญ่ได้ในยุคของเขา. ผู้จัดการรายเดือน 18 (ตุลาคม 2543): 95 - 99.
- สุกาญจนา ลิ้มปัสวัสดิ์. การศึกษารูปแบบการเลือกซื้อสินค้าจากร้านสรรพสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 17 (มิถุนายน 2538): 56 - 59.
- สุริยา ประดับสมุทร, สมปราวรณา คล้ายวิเชียร และ จุฑารัตน์ เหลืองศรีพงศ์. มหัศจรรย์ธุรกิจเซเว่นอีเลฟเว่น. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: มติชน, 2542.
- ห้างสรรพสินค้า งบประมาณย้อนหลัง 5 ปี. คู่แข่ง 8 (ตุลาคม 2530): 295 – 296.
- อิชิกาว่า อากิระ และ เนโจ ไท. ทำไมเซเว่นอีเลฟเว่น(ญี่ปุ่น)เท่านั้นจึงแข็งแกร่ง. แปลโดย ชไมพร สุธรรมวงศ์. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2544.
- เอนก นาวิกมูล. ตำนานห้างร้านสยาม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ-แกรมมี่, 2539.

ภาษาอังกฤษ

- Seth, Andrew. and Randall, Geoffrey. The grocers. London: Kogan Page Limited, 1999.
- Cheshunt and Leytonstone. Leahy's head. The Economist (17 August 2001): 53.
- Department Stores & Shopping Centre. BUSINESS REVIEW 12 (March 1984): 9-21.
- Department Stores: What Strategies, Which Direction?. BUSINESS REVIEW 17 (15 – 30 June 1989): 23 - 45.
- Gordon, Leland J., and Lee, Stewart M. Economics for Consumers. 5th ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 1967.
- Halm, George N. Economic systems: A comparative Economic System. 3rd. New Delhi: Oxford & IBH, 1973.
- Kanithar Pisitkasem. The Competition Behavior of Department Stores in the Bangkok Metropolitan Area. Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1991.
- Lipsey, Richard G., Courant Paul N., Purvis, Douglas D., and Steiner, Peter O. ECONOMICS. 10th ed. New York: Harper Collins College Publishers, 1993.
- Marx, Karl. The Economic & Philosophic Manuscript of 1844. 5th ed. New York: International Publishers, 1964.
- Mckenzie, Ricard B. ECONOMICS. 1st ed. Boston: Houghton Mifflin Company, 1986.

- Samuelson, Paul A., and Nordhaus, William D. ECONOMICS. 14th ed. New York: McGRAW - HILL, 1992.
- Schnitzer, Martin C., and Nordyke, James W. Comparative Economic Systems. Ohio: South - Western Publishing, 1983.
- Statistical Data on Department Stores' Ad Expenditure. BUSINESS REVIEW 17 (15 - 30 June 1989): 46 - 48.
- Stock Exchange of Thailand. Fact book 1994 Bangkok: Stock Exchange of Thailand, 1994.
- Stone, Kenneth E. COMPETING WITH THE RETAIL GIANTS: How to survive in the new retail landscape. New York: John Wiley & Sons, 1995.

ภาคผนวก

มูลค่าการค้าปลีกสมัยใหม่

ปี	มูลค่าการค้าปลีกสมัยใหม่ (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (%)
2533	27,000	
2534	34,000	25.93
2535	47,000	38.24
2536	67,000	42.55
2537	92,000	37.31
2538	120,000	30.43
2539	157,000	30.83
2540	172,000	9.55
2541	180,000	4.65
2542	203,000	12.78

ที่มา: Merrill Lynch Phatra

บริษัท สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน)

หน่วย: ล้านบาท

ปี	ยอดขาย	รายได้สุทธิ	ต้นทุนขาย	ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร
2534	7,288.57	136.89	6,740.90	366.91
2535	9,151.79	183.41	8,443.84	569.33
2536	13,134.51	157.57	12,078.55	934.14
2537	18,793.40	411.33	17,190.69	1,308.62
2538	25,010.96	619.36	23,035.39	1,565.95
2539	31,655.14	763.47	29,064.99	2,194.52
2540	31,109.17	505.66	28,602.92	2,528.05
2541	29,223.96	500.75	26,898.18	2,559.56
2542	32,706.60	571.06	30,175.60	2,639.66
2543	35,765.12	1,027.50	32,868.61	2,848.32

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเต็ม จำกัด

หน่วย: ล้านบาท

ปี	ยอดขาย	รายได้สุทธิ	ต้นทุนขาย	ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร
2537	333.95	-217.61	307.30	215.18
2538	2,197.59	86.04	1,944.93	408.31
2539	5,969.79	21.40	5,283.01	834.39
2540	12,933.82	-3,446.09	11,323.31	1,755.27
2541	17,172.10	-3,043.41	15,258.66	5,154.92
2542	20,923.68	-1299.94	18,040.59	3,496.13
2543	33,078.15	313.64	28,080.01	5,362.08

ที่มา: กรมทะเบียนการค้า

บริษัท บีที ซีเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

หน่วย: ล้านบาท

ปี	ยอดขาย	รายได้สุทธิ	ต้นทุนขาย	ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร
2533	324.97	19.83	130.18	161.09
2534	628.67	47.59	280.85	243.16
2535	756.65	70.40	357.54	288.40
2536	801.91	47.76	359.43	352.80
2537	1,707.30	79.21	1,117.83	466.79
2538	5,572.82	47.49	4,435.63	1,036.34
2539	10,760.99	103.91	9,170.45	1,650.43
2540	17,665.83	-1,733.39	15,443.59	2,732.37
2541	20,612.09	-126.58	18,327.66	3,371.04
2542	22,464.12	-421.20	19,993.77	3,171.02
2543	25,591.34	773.66	22,680.01	3,603.11

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซ็นคาร์ จำกัด

หน่วย: ล้านบาท

ปี	ยอดขาย	รายได้สุทธิ	ต้นทุนขาย	ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร
2539	1,612.94	-156.01	1,459.47	289.02
2540	4,903.59	-412.67	4,348.83	920.72
2541	6,735.02	-617.16	5,887.95	1,402.56
2542	8,367.05	4.30	7,193.26	1,351.87
2543	10,906.42	-9.96	9,225.78	1,962.45

ที่มา: กรมทะเบียนการค้า

บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่นจำกัด (มหาชน)

ปี	จำนวนสาขา	ยอดขาย / ปี (ล้านบาท)	ต้นทุนขาย / ปี (ล้านบาท)
2532	7	31.89	26.88
2533	27	303.53	251.82
2534	70	816.71	674.88
2535	158	2,121.43	1,735.25
2536	271	3,743.09	3,028.35
2537	399	5,314.00	4,363.03
2538	555	7,123.87	5,919.43
2539	715	8,845.98	7,473.96
2540	880	10,770.45	9,045.73
2541	1,105	12,647.41	10,485.24
2542	1,324	15,140.89	15,140.89
2543	1,521	18,587.52	18,587.52

ที่มา: บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) และ กรมทะเบียนการค้า

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ ของ นายคุณาธิป แสงฉาย
เรื่อง "การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านขายของชำดั้งเดิม"
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
(ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้ารายย่อย

1. ชื่อร้านขนาดของร้าน.....คูหา
2. ประเภทกิจการ นิติบุคคล บุคคลธรรมดา
3. ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มตั้งกิจการ.....ปี
4. จำนวนคนทำงานในร้าน.....คน
5. เวลาที่เปิดให้บริการ.....ถึง.....น. วันหยุด.....
6. เพศของเจ้าของร้าน ชาย หญิง
7. อายุของเจ้าของร้าน.....ปี
8. วุฒิการศึกษาของเจ้าของร้าน
 - ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 - ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ(ระบุ).....
9. เงินทุนหมุนเวียนของกิจการโดยส่วนใหญ่
 - เงินทุนส่วนตัว ประมาณ 50-75% 76 - 99% 100%
 - เงินกู้ ประมาณ 50-75% 76 - 99% 100%
10. การกำหนดราคาสินค้าในร้านของท่านโดยส่วนใหญ่
 - กำหนดราคาถูกกว่าฉลากสินค้า กำหนดราคาตามฉลากสินค้า
11. รูปแบบการจัดซื้อสินค้า
 - มาก ปานกลาง น้อย ไม่มี
 - ซื้อจากร้านค้าส่ง (ยี่เป็ด ซาบีว)
 - มีตัวแทนมารับคำสั่งซื้อถึงร้าน (หน่วยรถ)
 - ซื้อจากเทสโก้โลดส์ สาขาเตาปูน
 - ซื้อจากห้างสรรพสินค้า, ดิสเคาน์สโตร์ (ระบุ).....
 - ซื้อจากโรงงานโดยตรง
12. อัตรากำไรในการขายสินค้าโดยเฉลี่ย
 - 1 - 5 % 11 - 15 % ไม่ทราบ ใช้วิธีบวกเพิ่มประมาณ.....บาท
 - 6 - 10 % มากกว่า 15 %

13. ลักษณะพิเศษในการขายสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่อรองราคาสินค้าได้ | <input type="checkbox"/> มีการให้เงินเชื่อ/ลงบัญชี (ให้เครดิต)แก่ลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> โทรส่งสินค้า / นำส่งถึงบ้าน | <input type="checkbox"/> มีการจัดลดราคาสินค้าเป็นพิเศษ |
| <input type="checkbox"/> มีการเปลี่ยน / รับคืนสินค้า | <input type="checkbox"/> ขายปลีกเป็นพิเศษ เช่น ขายบุหรี่ปริมาณ |
| <input type="checkbox"/> มีบริการที่จอดรถ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |

14. ภาวะการแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าในบริเวณใกล้เคียงกับร้านของท่าน

แข่งขันมาก ปานกลาง น้อย ไม่มีผล

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เทศโก้โลดัส สาขาเตาปูน |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เซเว่นอีเลฟเว่นในบริเวณใกล้เคียง |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ร้านค้าประเภทเดียวกันในบริเวณใกล้เคียง |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | อื่นๆ (ระบุ)..... |

ส่วนที่ 2 ผลกระทบและปัญหาจากการเปิดกิจการของเทศโก้โลดัส

15. ระยะห่างระหว่างร้านของท่านกับเทศโก้โลดัส (สาขาเตาปูน) ประมาณ.....เมตร

16. ตั้งแต่เทศโก้โลดัสสาขาเตาปูนเริ่มการก่อสร้าง จนกระทั่งเปิดบริการถึงปัจจุบัน มีผลกระทบต่อ กิจการของท่านอย่างไรบ้าง

ผลกระทบทางลบ

- | | |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> การจราจรติดขัดขึ้น | <input type="checkbox"/> ปิดทำการดึก/เสียงดังรบกวน |
| <input type="checkbox"/> ฝุ่นควันในขณะก่อสร้าง | <input type="checkbox"/> ปัญหาเรื่องสิทธิในที่ดิน |
| <input type="checkbox"/> ยอดขายลดลง | <input type="checkbox"/> จำนวนลูกค้าลดลง |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีผลกระทบทางลบ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... |

ผลกระทบทางบวก

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ยอดขายเพิ่มขึ้น | <input type="checkbox"/> จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ได้ซื้อสินค้าจากเทศโก้โลดัสมาขาย / บริโภคในครัวเรือน | |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีผลกระทบทางบวก | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... |

17. กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านของท่านโดยส่วนใหญ่

ก่อนเทศโก้โลดัสเปิดให้บริการ

- | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าประจำ ประมาณ <input type="checkbox"/> 50-80% <input type="checkbox"/> มากกว่า 80% |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าขาจร ประมาณ <input type="checkbox"/> 50-80% <input type="checkbox"/> มากกว่า 80% |

หลังเทศโก้โลดัสเปิดให้บริการ

- | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าประจำ ประมาณ <input type="checkbox"/> 50-80% <input type="checkbox"/> มากกว่า 80% |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าขาจร ประมาณ <input type="checkbox"/> 50-80% <input type="checkbox"/> มากกว่า 80% |

18. การเปลี่ยนแปลงยอดขายและจำนวนลูกค้า

ก่อนเทสโก้โลดส์เปิดให้บริการ

ยอดซื้อของลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งประมาณ.....บาท

จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ.....คน

หลังเทสโก้โลดส์เปิดให้บริการ

ยอดซื้อของลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งประมาณ.....บาท

จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ.....คน

19. ภาวะการจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภท

ก่อนเทสโก้โลดส์เปิดให้บริการ

ขายดี ปานกลาง น้อย

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าอุปโภคในครัวเรือน เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าบริโภค เช่น ข้าวสาร น้ำตาล เครื่องดื่ม เหล้า บุหรี่ ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เครื่องใช้ภายในบ้านต่างๆ เช่น ช้อน ส้อม ไม้แขวนเสื้อ เชือก ฯลฯ |

สินค้าที่ขายดีเป็นพิเศษ คือ.....

หลังเทสโก้โลดส์เปิดให้บริการ

ขายดี ปานกลาง น้อย

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าอุปโภคในครัวเรือน เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าบริโภค เช่น ข้าวสาร น้ำตาล เครื่องดื่ม เหล้า บุหรี่ ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เครื่องใช้ภายในบ้านต่างๆ เช่น ช้อน ส้อม ไม้แขวนเสื้อ เชือก ฯลฯ |

สินค้าที่ขายดีเป็นพิเศษ คือ.....

20. หลังจากเทสโก้โลดส์มาเปิดบริการ มีผลกระทบต่อจำนวนลูกค้าของร้านของท่านอย่างไร

- จำนวนลูกค้าเท่าเดิม
- จำนวนลูกค้าลดลง ประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%
- จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น ประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%

21. หลังจากเทสโก้โลดส์มาเปิดบริการ มีผลกระทบต่อยอดขายสินค้าของท่านอย่างไร

- ยอดขายเท่าเดิม
- ยอดขายโดยรวมลดลงประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%
- ยอดขายโดยรวมเพิ่มขึ้นประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%

22. ท่านคิดว่าความเสียเปรียบต่อเทสโก้โลดิสในแต่ละข้อต่อไปนี้ มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของท่านมากน้อยเพียงใด

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีผล/ไม่จริง

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีสินค้าให้ลูกค้าเลือกซื้อน้อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้ามีราคาแพงกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | อำนาจต่อรองในการซื้อสินค้าน้อยกว่า/ได้สินเชื่อไม่เพียงพอ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | รูปแบบของร้านมีความสวยงามหรือน้อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ความรู้ความสามารถทางด้านการค้าขายน้อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เทสโก้โลดิสมีการจัดสินค้าลดราคาพิเศษบ่อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | พนักงานของเทสโก้โลดิสมีความสามารถสูงกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เทสโก้โลดิสใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า |

23. ท่านคิดว่าจุดแข็งที่ทำให้ร้านค้าของท่านสามารถแข่งขันกับเทสโก้โลดิสได้คืออะไร

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีผล

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ความเป็นกันเอง และการบริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ความรู้จักกันเป็นส่วนตัวกับลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ทำเลที่ตั้งดี / ลูกค้าเดินทางสะดวก |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ขายสินค้าราคาถูกกว่า เอากำไรน้อย |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | จำหน่ายสินค้าที่ต่างจากเทสโก้โลดิส |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีลักษณะการขายพิเศษ เช่น ขายบุหรี่ยกมวน ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีการให้เงินเชื่อ / ลงบัญชี (ให้เครดิต) แก่ลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ / การส่งสินค้าถึงบ้าน |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | การจัดวางสินค้าที่สามารถเลือกซื้อได้ง่ายกว่า |

24. หลังจากเทสโก้โลดิสมาเปิดกิจการ ร้านของท่านมีการปรับตัวอย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | การให้บริการลูกค้าสุภาพขึ้น | <input type="checkbox"/> | เพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น |
| <input type="checkbox"/> | ลดสินค้าที่ขายไม่ดีลง | <input type="checkbox"/> | เพิ่มบริการส่งของถึงบ้าน |
| <input type="checkbox"/> | ขยายเวลาการให้บริการ | <input type="checkbox"/> | จัดให้มีการลดราคาสินค้าเป็นพิเศษ |
| <input type="checkbox"/> | ตกแต่งร้านให้สวยงามขึ้น | <input type="checkbox"/> | รวมตัวกันในหมู่ผู้ประกอบการเพื่อซื้อสินค้า / ต่อรอง |
| <input type="checkbox"/> | ไม่ได้ปรับตัว | <input type="checkbox"/> | อื่นๆ (ระบุ)..... |

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในอนาคตและบทบาทของรัฐบาล

25. ท่านมีความประสงค์ที่จะปรับปรุงกิจการเพื่อดำเนินธุรกิจนี้ต่อไปหรือไม่
- ตั้งใจว่าจะปรับปรุงกิจการ และดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างแน่นอน
- ไม่มีมีความประสงค์จะปรับปรุงกิจการ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีทายาท | <input type="checkbox"/> ต้องการเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น |
| <input type="checkbox"/> ด้อยอยู่แล้ว | <input type="checkbox"/> ต้องการเลิกกิจการ |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีเงินลงทุน | <input type="checkbox"/> ขาดไปเรื่อยๆ ดีกว่าไม่มีอะไรทำ |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีผู้ช่วย | <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจว่าปรับปรุงแล้วจะขายดีขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ต้องการขายห้องแถว | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |
26. ท่านทราบหรือไม่ว่า พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542 กำหนดให้ต่างชาติสามารถเข้ามาประกอบธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศไทยได้อย่างเสรี
- ทราบ ไม่ทราบ
27. ท่านต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลืออย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- จัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำในการปรับปรุงกิจการ
- ช่วยจัดหาแหล่ง หรือวิธีที่ช่วยให้ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือยี่ปั้วได้ในราคาถูก
- ลดภาษีให้ผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย
- ออกกฎหมายจำกัดการขยายตัวของค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น เทสโก้โลตัส แมคโคร ฯลฯ
- ช่วยอบรมความรู้ทางด้านการค้าปลีกสมัยใหม่
- อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 4 ผลกระทบและปัญหาจากการเปิดกิจการของเซเว่นอีเลฟเว่น

28. เซเว่นอีเลฟเว่นสาขานี้เปิดมาแล้ว.....ปี อยู่ห่างจากร้านของท่านประมาณ.....เมตร
29. ตั้งแต่เซเว่นอีเลฟเว่นมาเปิดกิจการในบริเวณใกล้เคียง ชีวิตความเป็นอยู่ของท่านเป็นอย่างไร
- เหมือนเดิม ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง แย่ลงมาก และเดือดร้อนมาก
- แย่ลงบ้าง แต่ยังไม่ถึงกับเดือดร้อน ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น เพราะ.....
30. กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านของท่านโดยส่วนใหญ่
- ก่อนเซเว่นอีเลฟเว่นเปิดให้บริการ**
- ลูกค้าประจำ ประมาณ 50-80% มากกว่า 80%
- ลูกค้าจร ประมาณ 50-80% มากกว่า 80%
- หลังเซเว่นอีเลฟเว่นเปิดให้บริการ**
- ลูกค้าประจำ ประมาณ 50-80% มากกว่า 80%
- ลูกค้าจร ประมาณ 50-80% มากกว่า 80%

31. การเปลี่ยนแปลงยอดขายและจำนวนลูกค้า

ก่อนเซเว่นอีเลฟเว่นเปิดให้บริการ

ยอดซื้อของลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งประมาณ.....บาท

จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ.....คน

หลังเซเว่นอีเลฟเว่นเปิดให้บริการ

ยอดซื้อของลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งประมาณ.....บาท

จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ.....คน

32. ภาวะการจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภท

ก่อนเซเว่นอีเลฟเว่นเปิดให้บริการ

ขายดี ปานกลาง น้อย

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าบริโภคนิยม เช่น ข้าวสาร น้ำตาล เครื่องดื่ม เหล้า บุหรี่ ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เครื่องใช้ภายในบ้านต่างๆ เช่น ช้อน ส้อม ไม้แขวนเสื้อ เข็กร ฯลฯ |

สินค้าที่ขายดีเป็นพิเศษ คือ.....

หลังเซเว่นอีเลฟเว่นเปิดให้บริการ

ขายดี ปานกลาง น้อย

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าบริโภคนิยม เช่น ข้าวสาร น้ำตาล เครื่องดื่ม เหล้า บุหรี่ ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เครื่องใช้ภายในบ้านต่างๆ เช่น ช้อน ส้อม ไม้แขวนเสื้อ เข็กร ฯลฯ |

สินค้าที่ขายดีเป็นพิเศษ คือ.....

33. หลังจากเซเว่นอีเลฟเว่นมาเปิดบริการ มีผลกระทบต่อจำนวนลูกค้าของร้านของท่านอย่างไร

- จำนวนลูกค้าเท่าเดิม
- จำนวนลูกค้าลดลง ประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%
- จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น ประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%

34. หลังจากเซเว่นอีเลฟเว่นมาเปิดบริการ มีผลกระทบต่อยอดขายสินค้าของท่านหรือไม่

- ยอดขายเท่าเดิม
- ยอดขายโดยรวมลดลงประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%
- ยอดขายโดยรวมเพิ่มขึ้นประมาณ
- 1-20% 21-40% 41-60% 61-80% มากกว่า 80%

35. ท่านคิดว่าร้านของท่านเสียเปรียบเซเว่นอีเลฟเว่นในด้านใดมากที่สุด

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีผล/ไม่จริง

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ไม่มีสินค้าที่ดึงดูดลูกค้า เช่น สลอปี้ ฮอทดอก ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีสินค้าให้ลูกค้าเลือกน้อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | สินค้าในร้านของท่านมีราคาแพงกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | รูปแบบของร้านมีความสวยงามหรือน้อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ไม่มีบริการพิเศษ เช่น รับชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ความรู้ความสามารถทางการค้าขายน้อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เซเว่นอีเลฟเว่นมีการจัดส่งเสริมการขายบ่อยกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | พนักงานของเซเว่นอีเลฟเว่นมีความสามารถสูงกว่า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | เซเว่นอีเลฟเว่นใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า |

36. ท่านคิดว่าจุดแข็งที่ทำให้ร้านค้าของท่านสามารถแข่งขันกับเซเว่นอีเลฟเว่นได้คืออะไร

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีผล

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ความเป็นกันเอง การบริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ความรู้จักกันเป็นส่วนตัวกับลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ทำเลที่ตั้งดี / ลูกค้าเดินทางสะดวก |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | การขายปลีกเป็นพิเศษ เช่น ขายนุหรือเป็นมวน |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีสินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในเซเว่นอีเลฟเว่น |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | มีการให้เงินเชื่อ / ลงบัญชี (ให้เครดิต) แก่ลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ / การส่งสินค้าถึงบ้าน |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ขายสินค้าราคาถูกกว่า เขากำไรน้อย |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน |

37. หลังจากเซเว่นอีเลฟเว่นมาเปิดกิจการ ร้านของท่านมีการปรับตัวอย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> การให้บริการลูกค้าสุภาพขึ้น | <input type="checkbox"/> เพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ลดสินค้าที่ขายไม่ดีลง | <input type="checkbox"/> เพิ่มบริการส่งของถึงบ้าน |
| <input type="checkbox"/> ขยายเวลาการให้บริการ | <input type="checkbox"/> จัดให้มีการลดราคาสินค้าเป็นพิเศษ |
| <input type="checkbox"/> ตกแต่งร้านให้สวยงามขึ้น | <input type="checkbox"/> รวมตัวกันในหมู่ผู้ประกอบการเพื่อซื้อสินค้า / ต่อรอง |
| <input type="checkbox"/> ไม่ได้ปรับตัว | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
 “การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านขายของชำดั้งเดิม” โดย นายคุณาธิป แสงฉาย
 หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง)

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 21 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> 51 – 60 ปี
<input type="checkbox"/> 21 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 41 - 50 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปี
3. วุฒิมัธยมศึกษา

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ).....
4. รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000บาท
<input type="checkbox"/> 5,000 – 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,000 บาทขึ้นไป
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> ผู้ใช้แรงงาน / รับจ้างทั่วไป
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> แม่บ้าน
<input type="checkbox"/> ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)	
6. ปัจจุบันท่านนิยมซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนจากร้านค้าประเภทใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ร้านขายของชำ	(<input type="checkbox"/> บริเวณย่านเตาปูน <input type="checkbox"/> บริเวณบ้าน / ที่ทำงาน ที่ไม่ใช่ย่านเตาปูน)
<input type="checkbox"/> ตลาดสด	(<input type="checkbox"/> บริเวณย่านเตาปูน <input type="checkbox"/> บริเวณบ้าน / ที่ทำงาน ที่ไม่ใช่ย่านเตาปูน)
<input type="checkbox"/> เทสโก้โลดิสสาขาเตาปูน	
<input type="checkbox"/> ดิสเคาน์สโตร์ที่อื่นๆ เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ แมคโคร หรือเทสโก้โลดิสสาขาอื่นๆ	
<input type="checkbox"/> ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ โฮมเฟรชมาร์ท ฟู้ดโลอัน	
<input type="checkbox"/> ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เอเอ็มพีเอ็ม แฟมิลี่มาร์ท	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)	

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับเทสโกโลดส์ (ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือกรอกข้อความในช่องว่าง)

7. บ้านของท่านอยู่ในเขต / อำเภอ
8. เทสโกโลดส์สาขาเตาปูนตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้สถานที่ทำงาน(สถานศึกษา)ของท่านมากกว่ากัน
 บ้าน ที่ทำงาน (หรือ สถานศึกษา)
9. สถานที่ในข้อ 8 อยู่ห่างจากเทสโกโลดส์สาขาเตาปูนประมาณ
 น้อยกว่า 500 เมตร 1 – 5 กิโลเมตร มากกว่า 10 กิโลเมตร
 500 เมตร – 1 กิโลเมตร 5 – 10 กิโลเมตร
10. ท่านมาใช้บริการที่เทสโกโลดส์สาขาเตาปูนบ่อยครั้งเพียงใด
 น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 1 – 2 ครั้งต่อเดือน
 3 – 4 ครั้งต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน
11. ในการซื้อสินค้าที่เทสโกโลดส์แต่ละครั้ง ท่านเสียค่าใช้จ่ายประมาณเท่าไร
 ต่ำกว่า 100 บาท 301 – 500 บาท 1,001 – 3,000 บาท
 101 – 300 บาท 501 – 1,000 บาท มากกว่า 3,000 บาท
12. เมื่อซื้อสินค้าเรียบร้อยแล้ว ท่านเดินทางกลับจากเทสโกโลดส์สาขาเตาปูนด้วยวิธีใด
 รถยนต์ / มอเตอร์ไซด์ส่วนตัว ดูกูก / แท็กซี่ / มอเตอร์ไซด์รับจ้าง
 เดินกลับ / จักรยาน รถประจำทาง
13. เมื่อข่าวของเครื่องใช้ที่บ้านของท่านหมด และสินค้าที่ท่านต้องการซื้อมีขายทั้งที่เทสโกโลดส์และร้านขายของชำ ท่านจะเลือกซื้อที่
 เทสโกโลดส์สาขาเตาปูน ร้านขายของชำแถวบ้าน
14. เพราะเหตุใดท่านจึงมาซื้อสินค้าที่เทสโกโลดส์สาขาเตาปูน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 มีสินค้าให้เลือกมาก มีการจัดลดราคาสินค้าถูกเป็นพิเศษ
 อยู่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน สินค้ามีคุณภาพดี สะอาด สดใหม่
 มีที่จอดรถ เป็นผู้ใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยเทสโกโลดส์
 มีสินค้าครบตามต้องการ ได้มาเดินเล่นพักผ่อน และรับประทานอาหารไปพร้อมกันด้วย
 มีการจัดรูปแบบร้านที่ดี ราคาถูก/เปรียบเทียบราคาได้
 เวลาปิดกิจการดี ได้รับประโยชน์แจ้งข่าวลดราคาจากเทสโกโลดส์
 พนักงานให้บริการดี อื่นๆ (ระบุ)

15. ก่อนที่เทสโก้โลดิสซาสหราชอาณาจักรจะเปิดบริการ (1 กันยายน 2544) ท่านมักจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ร้านขายของชำ (บริเวณย่านเตาปูน บริเวณบ้าน / ที่ทำงาน ที่ไม่ใช่ย่านเตาปูน)
- ตลาดสด (บริเวณย่านเตาปูน บริเวณบ้าน / ที่ทำงาน ที่ไม่ใช่ย่านเตาปูน)
- ดิสเคาน์สโตร์ เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ แมคโคร หรือเทสโก้โลดิส (สาขาอื่น)
- ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ ไฮมาเฟรชมาร์ท ฟู้ดโลชั่น
- ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เอเอ็มพีเอ็ม แฟมิลี่มาร์ท
- อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับร้านขายของชำ (ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือกรอกข้อความในช่องว่าง)

16. ปัจจุบันท่านยังซื้อสินค้าจากร้านขายของชำ (ร้านโชห่วย) อยู่หรือไม่
- ซื้อบ่อย ซื้อบ้างแต่ไม่บ่อย ซื้อน้อยมาก / เฉพาะเวลาฉุกเฉิน ไม่ซื้อเลย
17. ข้อดีของร้านขายของชำ ที่ท่านคิดว่าสามารถดึงดูดให้ท่านใช้บริการได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ใกล้บ้าน / สะดวก ไม่ต้องต่อแถวชำระเงิน
- คนขายมีความเป็นกันเอง มีการให้เงินเชื่อ (เครดิต) / ต่อรองราคาได้
- มีสินค้าที่ห่างๆ ไม่มีขาย มีการขายพิเศษ เช่น ขายนูหรือแยกมวน
- ราคาไม่แตกต่างกับห้างฯ อื่นๆ (ระบุ).....
18. ข้อเสียของร้านขายของชำ ที่ท่านคิดว่ามีส่วนทำให้ท่านไม่ใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไม่ติดป้ายราคา ร้านดูเก่าและมีดทึบ / ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
- บริการไม่ดี ไม่สุภาพ สินค้ามีให้เลือกน้อย / ไม่มีสินค้าที่ต้องการ
- สินค้าเก่าเก็บ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ / เลือกสินค้าเองไม่ได้
- ไม่ให้บริการเงินเชื่อ / บัตรเครดิต อื่นๆ (ระบุ).....
19. ท่านคิดว่าร้านขายของชำควรปรับตัวอย่างไรจึงจะสามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ และตัวท่านเองก็จะใช้บริการด้วยเช่นกัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ขายสินค้าให้ถูกลง เพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น
- บริการให้ดีขึ้น / สุภาพขึ้น ปรับปรุงการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบมากขึ้น
- ติดป้ายราคาสินค้า หาสินค้าที่ต่างออกไปมาจำหน่าย
- ปรับตัวเป็นมินิมาร์ท / ติดแอร์ อื่นๆ (ระบุ)

***** ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามนี้ *****

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านค้าขายของชำดั้งเดิม" โดย นายคุณาธิป แสงฉาย
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 21 ปี 31 - 40 ปี 51 - 60 ปี
 21 - 30 ปี 41 - 50 ปี มากกว่า 60 ปี
3. วุฒิการศึกษา
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา
ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ(ระบุ).....
4. รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย
 ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001 - 15,000 บาท 20,001 - 30,000บาท
 5,000 - 10,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท 30,000 บาทขึ้นไป
5. อาชีพ
 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ใช้แรงงาน / รับจ้างทั่วไป
 พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน / นักศึกษา
 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน
 อื่นๆ (ระบุ)
6. เซเว่นอีเลฟเว่นสาขาที่ท่านนิยมใช้บริการตั้งอยู่ใกล้สถานที่ใดในตัวเลือกมากที่สุด
 บ้าน ที่ทำงาน (หรือ สถานศึกษา) อยู่บนเส้นทางการเดินทาง / จุดต่อรถ
7. สถานที่ในข้อ 6 อยู่ห่างจากเซเว่นอีเลฟเว่นประมาณ
 น้อยกว่า 200 เมตร 200 - 500 เมตร 500 เมตร - 1 กิโลเมตร มากกว่า 1 กิโลเมตร
8. ท่านใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่นบ่อยครั้งเพียงใด
 ทุกวัน สัปดาห์ละ 2 - 4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1 ครั้ง น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
9. ในการซื้อสินค้าที่เซเว่นอีเลฟเว่นแต่ละครั้ง ท่านเสียค่าใช้จ่ายประมาณเท่าไร
 ต่ำกว่า 30 บาท 31 - 50 บาท 51 - 100 บาท มากกว่า 100 บาท
10. ท่านนิยมซื้อสินค้าใดจากเซเว่นอีเลฟเว่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 เครื่องดื่มที่กดได้ด้วยตัวเอง ไม้กรอก แอมเบอร์เกอร์ ซาลาเปา โดนัท ขนมปัง ไอศกรีม
 ขนมขบเคี้ยว หมดทุกรุ่น เครื่องดื่มในตู้แช่เย็น เช่น น้ำอัดลม นม เปียร์ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง
 เครื่องเขียน ถ่านไฟฉาย น้ำปลา น้ำมันพืช ซีอิ๊ว น้ำตาล นมข้น กาแฟ ข้าวสาร
 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เทป ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสระผม แปรงสีฟัน
 เหล้า บุหรี่ อื่นๆ (ระบุ)

11. เพราะเหตุใดท่านจึงใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สะดวกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ซื้ออาหารพร้อมรับประทาน เช่น เครื่องดื่ม ไข่กรอก
- สินค้ามีคุณภาพดี สะอาด สดใหม่ มีการจัดรูปแบบร้านที่ดี / มีเครื่องปรับอากาศ
- มีสินค้าครบตามต้องการ จ่ายค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์
- เปิดตลอด 24 ชั่วโมง พนักงานให้บริการดี พุดจาสุภาพเรียบร้อย
- ราคาสินค้าเป็นมาตรฐาน อื่นๆ (ระบุ)
12. ถ้าสินค้าที่ท่านต้องการซื้อมีวางจำหน่ายทั้งที่เซเว่นอีเลฟเว่นและร้านขายของชำ ท่านจะซื้อที่
- เซเว่นอีเลฟเว่น ร้านขายของชำ (ร้านโชห่วย)
13. ปัจจุบันท่านยังซื้อสินค้าจากร้านขายของชำ (ร้านโชห่วย) อยู่อีกหรือไม่
- ซื้อบ่อย ซื้อบ้างแต่ไม่บ่อย ซื้อน้อยมาก / เฉพาะเวลาฉุกเฉิน ไม่ซื้อเลย
14. ข้อดีของร้านขายของชำ ที่ท่านคิดว่าสามารถดึงดูดให้ท่านใช้บริการได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ใกล้บ้านมากกว่า / สะดวกกว่า ไม่ต้องต่อแถวชำระเงิน
- คนขายมีความเป็นกันเอง มีการให้เงินเชื่อ (เครดิต) / ต่ราคาได้
- มีสินค้าที่เซเว่นฯ ไม่มีขาย มีการขายพิเศษ เช่น ขายนูรีแยกมวน ยาแยกเม็ดจากแผง
- สินค้าราคาถูกกว่าเซเว่นฯ อื่นๆ (ระบุ)
15. ข้อเสียของร้านขายของชำ ที่ท่านคิดว่ามีส่วนทำให้ท่านไม่ใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไม่ติดป้ายราคา ร้านดูเก่าและมีดื้อ / ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
- บริการไม่ดี ไม่สุภาพ สินค้ามีให้เลือกน้อย / ไม่มีสินค้าที่ต้องการ
- สินค้าเก่าเก็บ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ / เลือกสินค้าเองไม่ได้
- ไม่ให้บริการเงินเชื่อ อื่นๆ (ระบุ)
16. ท่านคิดว่าร้านขายของชำควรปรับตัวอย่างไรจึงจะสามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ และตัวท่านเองก็จะใช้บริการด้วยเช่นกัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ขายสินค้าให้ถูกลง เพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น
- บริการให้ดีขึ้น / สุภาพขึ้น ปรับปรุงการจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบมากขึ้น
- ติดป้ายราคาสินค้า หาสินค้าที่ต่างออกไปมาจำหน่าย
- ปรับตัวเป็นมินิมาร์ท / ติดแอร์ อื่นๆ (ระบุ)

แนวทางการควบคุมธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (กรณีกฎหมายต่างประเทศ)

ข้อมูล	อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น	สเปน	เดนมาร์ก	ออสเตรเลีย	เนเธอร์แลนด์	ไต้หวัน	ฝรั่งเศส
1. ชื่อกฎหมาย	1.1 พระราชกฤษฎีกากระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า ฉบับที่ 23/MPP/kep/4/1998 ว่าด้วย Trading Business Institution	1.1 Law concerning the Adjustment of Retail Business Operations of Large Scale Retail Stores (Large Scale Retail Store Law) (พ.ศ.2517 – 2543 ปัจจุบันได้ยกเลิกแล้ว) 1.2 Law concerning the Measures by Large Scale Retail Stores for preservation of Living Environment	1.1 กฎหมาย Ley de Ordenacion del Comercio Minorista de 1996	1.1 The Planning Act 1992 in Denmark Condoiated Act No. 551 of 98 June 1999 1.2 The Danish shop Act 1995 เริ่มใช้บังคับเมื่อ 1 กรกฎาคม 1995	1.1 มิได้ระบุชื่อกฎหมาย	1.1 Law Business licensing Requirements 1.2 Law Governing the hours of Trading	1.1 มิได้ระบุชื่อกฎหมาย	1 1 Raffann Law หรือ Law of December 27, 1973 ปรับปรุงแก้ไขโดย the law No 96 – 603 of July 5, 1996
2. นิยามการค้าปลีก	2.1 ค้าปลีก คือ การขายตรงให้ผู้บริโภคในปริมาณเล็กน้อย ซึ่งครอบคลุมธุรกิจทุกประเภททั้งห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร การให้เช่า การให้บริการ 2.2 ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต้องมีลักษณะดังนี้ (1) มีเงินทุนหมุนเวียนซึ่งไม่รวมค่าที่ดินและค่าอาคารอย่างน้อย 200 ล้านรูเปีย	2.1 กฎหมายตามข้อ 1.1 แบ่งธุรกิจขนาดใหญ่ออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ธุรกิจที่มีพื้นที่ค้าปลีกตั้งแต่ 3,000 ตร.ม ขึ้นไป (หรือ 6,000 ตร.ม ในเขตเมืองโตเกียวและเมืองใหญ่อื่นๆที่ได้ประกาศไว้) (2) ธุรกิจที่มีพื้นที่ค้าปลีกมากกว่า 500 ตร ม แต่ น้อยกว่า 3,000 ตร.ม. (หรือน้อยกว่า 6,000 ตร.ม.)ในเขตเมืองโตเกียว	2.1 ควบคุมธุรกิจทุกประเภทและไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเงินทุน จดทะเบียนขั้นต่ำและขนาดของพื้นที่	2.1 ควบคุมธุรกิจค้าปลีกสินค้าและบริการ 2.2 กฎหมายตามข้อ 1.1 ได้กำหนดขนาดของธุรกิจค้าปลีก ดังนี้ (1) Non – food Store จะมีพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตร.ม. (2) ร้านค้าขนาดใหญ่ที่ขายสินค้าที่เป็น Convenience Goods จะมีพื้นที่ไม่เกิน 3,000 ตร.ม.	ไม่ได้ระบุไว้	ไม่ได้ระบุไว้	ไม่ได้ระบุไว้	ไม่ได้ระบุไว้

	<p>(2) มีการใช้เทคโนโลยีในการบริหาร</p> <p>(3) มีระบบควบคุมคลังสินค้า</p> <p>(4) มีการบริหารธุรกิจสมัยใหม่</p> <p>2.3 ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จัดอยู่ในประเภท Trade Service กลุ่ม Modern Markets</p>	<p>และเมืองใหญ่อื่นๆที่ได้ประกาศไว้)</p> <p>"พื้นที่ค้าปลีก"ในที่นี้หมายถึงพื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งพื้นที่ที่ใช้ในการประกอบสินค้าหรือซ่อมแซมสินค้า (แต่ไม่รวมพื้นที่สำหรับการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม)</p> <p>2.2 กฎหมายตามข้อ 1.2 ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกที่มีพื้นที่มากกว่า 1,000 ตร.ม.</p>		<p>2.3 กฎหมายตามข้อ 1.2 แบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท คือ</p> <p>(1) Daily goods ร้านขายของใช้ประจำวัน ประกอบด้วยอาหาร ของใช้จำเป็นภายในบ้าน</p> <p>(2) Consumer goods ร้านขายเสื้อผ้า ของใช้ต่างๆ</p> <p>(3) Service shop ขายบริการ</p>				
<p>3. มาตรการควบคุม</p> <p>3.1 กำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับพื้นที่</p>	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	<p>3.1 เขตเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของสถานที่ตั้งธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่</p>	<p>3.1 กฎหมายตามข้อ 1.1 การตั้งธุรกิจค้าปลีกในย่านการค้าเพื่อจำหน่ายซื้อให้ให้อยู่กลางเมืองหรือเมืองใหญ่ แต่ถ้ากลางเมืองเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ ต้องเลี่ยงไปตั้งที่อื่น หรือ เลี่ยงที่ซึ่งมีห้างสรรพสินค้าอยู่แล้ว</p>	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	<p>3.1 มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นเขตธุรกิจ เขตพื้นที่อยู่อาศัยและเขตเกษตร ดังนั้นการเปิดห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จะมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่การตั้งห้าง โดยจะต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ธุรกิจ หากจะตั้งในพื้นที่อยู่อาศัยจะต้องยื่นขอเป็นกรณีไป และจะต้องประกาศต่อสาธารณชนรวมทั้งเปิดประชาพิจารณ์ หากได้รับมติคัด</p>	ไม่มีข้อกำหนด

							ด้านก็ไม่สามารถตั้งห้าง ได้	
3.2 ให้แจ้งแผนและโครงการก่อสร้างหรือขยายกิจการเพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกที่ตั้งอยู่ก่อนแล้วและประชาชนแสดงความคิดเห็น	ไม่มีข้อกำหนด	3.2 กฎหมายตามข้อ 1.1 กำหนดให้ธุรกิจที่มีพื้นที่ดังต่อไปนี้ ต้องดำเนินการดังนี้ (1) แจ้งแผนและโครงการก่อสร้างหรือขยายกิจการ - พื้นที่ค้าปลีกตั้งแต่ 3,000 ตร.ม ขึ้นไป (หรือ 6,000 ตร.ม ในเขตเมืองโตเกียวและเมืองใหญ่อื่นๆที่ได้ประกาศไว้) - พื้นที่ค้าปลีกมากกว่า 500 ตร.ม. แต่ต่ำกว่า 3,000 ตร.ม. (หรือน้อยกว่า 6,000 ตร.ม ในเขตเมืองโตเกียวและเมืองใหญ่อื่นๆที่ได้ประกาศไว้) รัฐมนตรีหรือผู้ว่าราชการจังหวัดจะประกาศให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนและโครงการก่อสร้างหรือขยายกิจการ (2) แจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับ - ชื่อ ที่อยู่ ของกลุ่มบุคคลที่จะทำธุรกิจ	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	3.2 กฎหมายตามข้อ 1.1 กำหนดให้ภายในวันที่ 1 มกราคม 2544 วันที่ 31 ธันวาคม 2548 ธุรกิจที่เกี่ยวกับสุขภาพ ความปลอดภัย สภาพแวดล้อม เช่น ธุรกิจก่อสร้าง งานติดตั้งระบบ (เช่นระบบแก๊ส) การขนส่ง อาหาร ขนมปัง การติดตั้งระบบไฟฟ้า การฆ่าสัตว์เพื่อเป็นอาหาร ต้องขออนุญาตประกอบธุรกิจ	ไม่มีข้อกำหนด	3.2 กำหนดให้ธุรกิจค้าปลีกต้องขออนุญาตก่อนทำการก่อสร้างหรือเปลี่ยนแปลงอาคารในกรณีดังต่อไปนี้ (1) มีพื้นที่ตามที่กำหนด - ถ้าหากเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร พื้นที่เกิน 300 ตร.ม. - ในกรณีอื่นที่พื้นที่เกิน 2,000 ตร.ม. - การเปิดปั้มน้ำมันจะ ต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะ มีพื้นที่เท่าใดก็ตาม (แม้พื้นที่น้อยกว่า 300 ตร.ม.) - กรณีอุตสาหกรรม การจำหน่ายรถยนต์ที่มีพื้นที่เกิน 1,000 ตร.ม. - การก่อสร้างหรือขยายร้านค้าปลีกที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 1,000 ตร.ม. ถึง 1,500 ตร.ม. ในกรณีที่มีประชาชนอยู่ในเมืองมากกว่า 40,000 คน (2) การเปลี่ยนแปลง

		<ul style="list-style-type: none"> - ที่อยู่อาศัยร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ - วัน เปิด - ปิด ร้านค้า - จำนวนพื้นที่ค้าปลีก - จำนวนวันหยุดของร้าน รัฐมนตรี หรือผู้ว่าราชการจังหวัดอาจให้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขแผนและโครงการในส่วนของพื้นที่ค้าปลีก วันเปิดกิจการ เวลาปิดร้านและจำนวนวันหยุดของร้านได้						ลักษณะการประกอบกิจการโดยการพิจารณาอนุญาตจะพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ผลกระทบต่อการจ้างงาน - ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ผลกระทบต่อสมดุลระหว่างในเมืองและนอกเมือง
3.3 กำหนดวัน เวลา และ ชั่วโมงในการเปิดปิด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	3.3 ให้เปิดทำการได้ไม่เกินวันละ 12 ชั่วโมง	3.3 กฎหมายตามข้อ 1.2 กำหนดวันเวลาเปิด - ปิดทำการและชั่วโมงทำการ กล่าวคือ ร้านค้าทั่วไป อนุญาตให้เปิดทำการได้ ตั้งแต่ 06.00 น. ของวันจันทร์ จนถึง 17.00 ของวันเสาร์ โดยให้ปิดทำการก่อน 17.30 น. ของวันทำการและปิดไม่เกิน 12.00 น. ของวันหยุด (คือวันเสาร์) อย่างไรก็ตามจะได้รับการอนุญาตให้เปิดขายได้อีก 6 ชั่วโมงในกรณีพิเศษเป็นบางวัน เช่น ในวันพฤหัสบดี หรือวันศุกร์ ซึ่งเป็น Late Night	3.3 กฎหมายกำหนดให้เปิดร้านค้าได้ไม่เกิน สัปดาห์ละ 66 ชั่วโมง โดยกำหนดให้สามารถเปิดทำการในช่วงเวลาดังนี้ (1) ร้านค้าทั่วไป จันทร์ - ศุกร์ 06.00 - 19.30 น. และ เสาร์ 06.00 - 17.00 น. (2) ร้านเบเกอรี่ จันทร์ - ศุกร์ 05.30 - 19.30 น. และ เสาร์ 05.30 - 17.00 น. (3) ร้านขายขนมหวาน ทุกประเภท จันทร์ - ศุกร์ 06.00 - 20.30 น. และ	3.3 กฎหมายตามข้อ 1.2 กำหนดเวลาเปิด ปิด และ ชั่วโมงการทำงาน ดังนี้ (1) กฎหมายกำหนดให้ธุรกิจเปิดปิดตามเวลาที่กำหนดและชั่วโมงการทำงานสูงสุด 55 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (2) มีการกำหนดชั่วโมงการเปิดบริการดังนี้ - ร้านค้าทั่วไปเปิดปิด วันธรรมดา เวลา 06.00 - 18.00 น. แต่กรณีร้านค้าในตลาดและแผงลอยเปิดปิด เวลา 9.00 - 19.00 น. - แต่ละสัปดาห์จะให้เปิด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด

				<p>Shopping หรือในบางกรณีวันเสาร์ต้นเดือนจะได้รับอนุญาตให้เปิดขายได้ทั้งวันเทศกาลต่างๆ แล้วแต่กรณีที่ได้รับอนุญาตเป็นต้น</p> <p>ในบางกรณีร้านค้าใดที่มียอดขายต่อปีต่ำกว่า 13.8 ล้าน เคนิโครอน (สถิติของปี 1999) ก็จะได้รับอนุญาตให้เปิดขายได้ตั้งแต่ 17.00 น. ของวันเสาร์จนถึงเวลา 06.00 น. ของวันจันทร์ (คือเปิดขายได้ในวันอาทิตย์) แต่ร้านค้าทั้งค้าปลีกและขนาดใหญ่ที่เป็น Consumer Goods ส่วนใหญ่ก็ยังมีได้เปิดขายในวันอาทิตย์ จะมีเพียงร้านเล็กประเภท Daily Goods ที่ได้รับอนุญาตจากทางราชการท้องถิ่นให้เปิดขายได้ในวันอาทิตย์เนื่องจากความต้องการของประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งชนิดประเภทของสินค้าเป็นที่ต้องการ ธุรกิจยัง</p>	<p>เสาร์ 06.00 – 20.30 น.</p> <p>(4) ร้านค้าทุกประเภทที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>จันทร์ ศุกร์ 06.0 20.00 น. และเสาร์ 06.00 – 18.00 น.</p> <p>หมายเหตุ. วันเสาร์ก่อนคริสต์มาส 4 สัปดาห์เปิดระหว่าง 05.30 – 18.00 น.</p> <p>(5) วันที่ 24 ธันวาคม ร้านค้าเปิดได้ถึง 17.00 น. แต่ถ้าเป็นวันเสาร์เปิดได้ถึง 13.00 น. ยกเว้นร้านขนมและดอกไม้ เปิดได้ถึง 18.00 น.</p>	<p>ทำการเพิ่มในเวลาพิเศษ ตั้งแต่เวลา 18.30 – 21.00 น. ในวันพฤหัสบดีหรือศุกร์ (ขึ้นอยู่กับแต่ละท้องถิ่น)</p> <p>- วันเสาร์ร้านค้าขายได้ในเวลา 06.00 – 18.00 น.</p> <p>วันอาทิตย์ปิด</p> <p>- พิพิธภัณฑ์ ร้านขายยา ร้านค้าในปั๊มน้ำมัน สถานีรถไฟ ร้านอาหาร ร้านเช่าวิดีโอ ไม่ต้องอยู่ภายใต้บังคับเวลาเปิดปิด</p> <p>ทำการดังกล่าว</p> <p>- ท้องถิ่นสามารถกำหนดเวลาเปิดปิดได้เอง ในกรณีต่อไปนี้</p> <p>ร้านขายของในช่วงกลางคืนจะปิดในช่วงเวลา 0.00 - 16.00 น. แต่สามารถเปิดได้ในวันอาทิตย์</p> <p>แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ การเปิดร้านในวันอาทิตย์ ณ สถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์</p> <p>การค้าแบบขายแดน</p>		
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				ต้องเพิ่มยอดขาย เป็นต้น				
3.4 กำหนดเงื่อนไขจำนวนทุนในการประกอบธุรกิจ	<p>3.4 กำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการลงทุนดังนี้</p> <p>(1) การลงทุนในธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่แบ่งได้ 3 ลักษณะดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจบุคคลหรือนิติบุคคลของชาวอินโดนีเซีย - ธุรกิจร่วมลงทุนระหว่างชาวต่างชาติกับชาวอินโดนีเซีย (โดยมีชาวอินโดนีเซียหรือนิติบุคคลในอินโดนีเซียเป็นหุ้นส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 49) - บริษัทต่างชาติที่มีใบอนุญาต Permanent Business Permit <p>(2) กรณีเป็นธุรกิจที่ร่วมทุนมีข้อจำกัดเพิ่มเติม คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องได้รับใบอนุญาต Modern Market Business Permit - กำหนดให้ลงทุนเฉพาะในกรุงจาการ์ตาและเมืองหลวงของจังหวัดที่จัดเป็น First and Second Level Regions หากเป็นการลงทุนในเมืองหลวง Second Level Region 	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด

	<p>กำหนดให้ผู้ลงทุนต้องเป็นหุ้นส่วนกับธุรกิจขนาดเล็กหรือสหกรณ์ โดยธุรกิจขนาดเล็กหรือสหกรณ์ต้องมีหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 49</p> <ul style="list-style-type: none"> - เงินลงทุนของบริษัทต่างชาติในธุรกิจค้าปลีกต้องไม่ต่ำกว่า 100,000 เหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ไม่รวมค่าที่ดินและอาคาร และกำหนดให้ใช้เทคโนโลยีการบริหารทางการตลาดแบบสมัยใหม่ในการจัดการธุรกิจและการควบคุมคลังสินค้า - สามารถจ้างชาวต่างชาติทำงานในบริษัทไม่เกิน 3 คน วุฒิการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า โดยมีประสบการณ์ 3 ปี เป็นผู้ช่วยด้านเทคนิค - กำหนดให้ในการจ้างงานชาวต่างชาติ 1 คน ต้องจ้างชาวอินโดนีเซีย 3 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือเจ้าหน้าที่บริหาร - ไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติมีตำแหน่งในด้าน 							
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

	<p>บริหารงานบุคคล</p> <p>-ห้ามดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ค้าส่ง</p>							
<p>3.5 การจัดการเบาะจราจร</p> <p>สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม</p>	<p>ไม่มีข้อกำหนด</p>	<p>3.5 กฎหมายตามข้อ 1.2 จะกำหนดมาตรฐานรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีไว้ให้ชุมชนมีข้อกำหนด เช่น</p> <p>(1) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต้องเตรียมการไว้เพื่อป้องกันรถติดเป็นแถว ยาวระหว่างรอเข้าที่จอดรถเพื่อไม่ให้ไปส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ประจำวันของคนทำงานและผู้อาศัยย่านนั้น</p> <p>(2) ทางเข้าและออกร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จะต้องหลีกเลี่ยงด้านที่จะเป็นการกีดขวางทางเข้าออกของร้านค้าย่อยบริเวณใกล้เคียง</p> <p>(3) ร้านค้าต้องจัดหาที่จอดรถไว้ให้พอเพียงกับผู้มาซื้อสินค้า เพื่อไม่ให้ไปจอดเกาะกบ้นถนน</p> <p>(4) ต้องมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกการ</p>	<p>ไม่มีข้อกำหนด</p>	<p>3.5 การตั้งร้านค้าจะต้องให้ความสะดวกในการเดินทางทุกวิธีแก่ผู้บริโภคเป็นหลัก</p>	<p>ไม่มีข้อกำหนด</p>	<p>ไม่มีข้อกำหนด</p>	<p>ไม่มีข้อกำหนด</p>	<p>ไม่มีข้อกำหนด</p>

		จัดรถไว้ให้พอเพียง เพื่อให้ ให้รถเช่าที่จอดได้เร็วไม่ ติดรออยู่						
4. มาตรการส่งเสริม	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	4.1 กฎหมายตามข้อ 1.1 มีข้อกำหนดเกี่ยวกับ (1) ส่งเสริมให้มีร้านค้า ขนาดเล็กและขนาดกลาง ในทุกเมืองและเมือง ขนาดใหญ่ (2) ส่งเสริมให้ธุรกิจขนาด เล็กมีบทบาทร่วมกับชุมชน ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่ให้ ระยะทางเป็นอุปสรรคใน การจับจ่ายซื้อขาย	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด

ที่มา: ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการร่างกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ กลุ่มกฎหมายและระเบียบ มกราคม 2544

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายคุณาริป แสงฉาย เกิดเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ.2520 ที่อำเภอบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย และสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต จากคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในสาขาวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ สาขาวิชาโทเศรษฐศาสตร์การเงิน และเศรษฐศาสตร์พัฒนาการ จากนั้นในปี พ.ศ.2542 จึงเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในสาขาวิชาเอกเศรษฐศาสตร์การเมือง