

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขนาดของพื้นที่ให้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อ ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา:

**กรณีศึกษา เปรียบเทียบระหว่างเขตยานนาวา และเขตหนองจอก
กรุงเทพมหานคร**

The Determinants of Convenience Stores' Catchment Area in Third World Cities:

A Comparative Case Study Between Yannawa and Nongjok Districts, Bangkok, Thailand

สุทธทัย วิริยะจิระกุล

เนื่องจากความเป็นเมืองได้มีการพัฒนาและเติบโตมากขึ้น ทำให้เกิดความผิดปกติในเรื่องของระบบแหล่งกลาง กล่าวคือ รูปแบบและกิจกรรมทางเศรษฐกิจบางประเภท เช่น ศูนย์การค้าได้ขยายตัวไปอยู่ตามชานเมืองมากขึ้น เป็นผลให้การขยายตัวของย่านการค้าในเมืองชั้นในมีการลดจำนวนลง ประกอบกับพฤติกรรมในการจับจ่ายซื้อสินค้าของผู้คน ในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ประชากรที่อาศัยอยู่บริเวณรอบนอกของเมืองใหญ่ไม่จำเป็นต้องไปซื้อสินค้าในเขต CBD. (Central Business District) อีกแล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ร้านค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อกลับมีบทบาทที่สำคัญภายในชุมชน เนื่องจากสามารถตอบสนองต่อการบริการแบบผสมภายในชุมชนในแง่ของรูปแบบร้าน จำนวนร้าน และเขตการค้า ต่อสัดส่วนจำนวนประชากร และรายได้ในเขตพื้นที่นั้น และจากการขยายตัวของร้านค้าสะดวกซื้อที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ทำให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจว่า มีปัจจัยอะไรที่เป็นตัวแบ่งขอบเขตของพื้นที่การให้บริการภายในแหล่งชุมชน และขอบเขตการให้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชากรในยุคปัจจุบันที่พฤติกรรม การบริโภคและสภาพสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่กำหนดขอบเขตการให้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพฯ เขตชั้นใน ได้แก่ พื้นที่ศึกษา แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา และกรุงเทพฯ เขตชั้นนอก ซึ่งได้แก่ พื้นที่ศึกษา ชุมชนหนองจอก เขตหนองจอก โดยมีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทความสำคัญและปัจจัยต่างๆ ที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ที่เชื่อว่ามีผลต่อความเป็นศูนย์กลางย่อยของชุมชน 2) ศึกษาถึงรูปแบบการจัดตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อ โดยรูปแบบการจัดตั้งจะพิจารณาจากการเปรียบเทียบกับทฤษฎีแหล่งกลางของคริสตัลเลอร์ ว่ามีโอกาสความเป็นไปได้เพียงใด โดยเฉพาะการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาถึงขอบเขตการบริการของ

ร้านค้าสะดวกซื้อว่าแต่ละแห่งครอบคลุมพื้นที่กว้างไกลเพียงใดในระดับชุมชน เพื่อใช้สรุปเป็นแนวทางการหาที่ตั้งที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการศึกษาใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ด้วยการสอบถามโดยใช้แบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ล่วงหน้า โดยจะทำการสอบถามจากผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าสะดวกซื้อ และจากประชากรทั่วไปที่พักอาศัย หรือมีที่ทำงานในบริเวณละแวกใกล้เคียงกับที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อ ซึ่งอาจจะเคยหรือไม่เคยเข้ามาใช้บริการเพื่อซื้อสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร พฤติกรรมการบริโภค และทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านค้าสะดวกซื้อ โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows นอกจากนั้นได้ใช้วิธีการสังเกตการณ์จากการลงภาคสนาม ได้มีการใช้แผนที่ตลอดจนเอกสารที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลักฐานในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นลักษณะเด่นชัดที่สุดของร้านค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง และปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อ คือ เรื่องความสะดวก ซึ่งจากการสังเกตการณ์และการลงภาคสนามพบว่ารูปแบบหลักของที่ตั้งมีลักษณะดังนี้คือ 1) มีการจัดตั้งอยู่บริเวณช่วงกลางของอาคารตึกแถว หรืออาคารพาณิชย์ในบริเวณที่เป็นแนวยาวนานกับถนน โดยส่วนใหญ่ตำแหน่งที่ตั้งของร้านมักจะตั้งอยู่บนฝั่งที่เป็นเขาเข้าสู่ย่านชุมชน 2) จัดตั้งอยู่ตามหัวมุมถนนติดถนนในลักษณะที่มีทางย่อยเข้ามาเชื่อมตำแหน่งนี้ 3) จัดตั้งอยู่ในซอย นอกจากนี้ยังพบว่ามีการขยายตัวเข้าไปจัดตั้งอยู่ภายในบริเวณสถานีจ่ายน้ำมัน

อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

ในส่วนของรูปแบบการจัดตั้งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีแหล่งกลางในแง่ที่ว่าร้านค้าสะดวกซื้อจัดว่าเป็นลำดับขั้นต่ำสุดลำดับหนึ่งในเมือง เนื่องจากสินค้าที่จัดจำหน่าย จะเป็นสินค้าสำหรับชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ยังพบว่า ศูนย์กลางย่อยระดับนี้จะให้บริการแก่ประชากรที่อยู่ในระยะที่เดินถึงปกติ กล่าวคือ จะมีรัศมีไม่เกิน 1 กิโลเมตร ส่วนใหญ่จึงครอบคลุมพื้นที่โดยรอบของร้านเท่านั้น แต่ทฤษฎีแหล่งกลางยังพบว่า มีข้อบกพร่องที่ไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับวิชาการทางด้านผังเมือง เพื่อจัดระเบียบศูนย์กลางชุมชน และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนสินค้าได้ เนื่องจากทฤษฎีแหล่งกลางได้มองรูปแบบเมืองเป็นแบบคงที่ มิได้มีการพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การขยายตัวของประชากร การเติบโตของเมือง หรือแม้แต่ในด้านการวางแผนของรัฐบาล ซึ่งขัดแย้งกับความเป็นจริงที่ว่า ระบบเมืองจะมีระบบเป็นแบบพลวัต คือมีการเคลื่อนไหวและเชื่อมโยงกันอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังพบว่าในการตัดสินใจบริโภค สินค้าของมนุษย์นั้นมีความซับซ้อนมาก ซึ่งจากสภาพปัจจุบัน การเลือกซื้อสินค้าขึ้นพื้นฐานของประชากรนั้น นอกจากจะคำนึงถึงเรื่องความสะดวกแล้ว บางกลุ่มยังคำนึงถึงเรื่องรูปแบบการจัดจำหน่ายประเภทสินค้า รวมถึงช่วงเวลาในการให้บริการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปที่สังคมเริ่มเข้าสู่การบริโภคนิยมเป็นหลัก จึงทำให้แนวความคิดในเรื่องทฤษฎีแหล่งกลางของคริสตัลเลอร์ ไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสภาพที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันได้ทั้งหมด

ในส่วนของผู้มาใช้บริการที่ร้านค้าสะดวกซื้อ พบว่าจะมีทุกอาชีพและทุกระดับการศึกษา สำหรับเหตุผลหลักที่เลือกมา เนื่องจาก 1) ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน ซึ่งเหตุผลในส่วนนี้ได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ Leslie J. King (1985: 28-37) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้ซื้อจะเดินทางไปยังย่านกลางที่ใกล้ที่สุดที่ให้บริการสินค้าตามความต้องการของคน โดยขึ้นอยู่กับปริมาณของสินค้าที่วางเสนอขายจำนวนมากและหลากหลายประเภท ซึ่งส่งผลให้ผู้ซื้อเข้ามาใช้บริการ ส่วนเหตุผลประการที่ 2 ที่ทำให้คนเลือกเข้ามาซื้อสินค้าคือ มีช่วงเวลาในการเปิดให้บริการที่ยาวนานกว่าร้านค้าปลีกทั่วไป นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ความถี่ในการเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในเรื่องระดับ อายุ สถานภาพการสมรส ขนาดครัวเรือน ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ แต่มักไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กับเพศ ส่วนปัจจัยในเรื่องระยะทาง ระยะเวลา และรูปแบบการเดินทาง ได้มีผลการวิเคราะห์ที่สอดคล้องและสนับสนุนกัน กล่าวคือ ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาโดยวิธีการเดิน ใช้ระยะทางไม่เกิน 1 กิโลเมตร และใช้ระยะเวลาไม่เกิน 20 นาที ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดและการศึกษาของ 1) คิลบีชัย สุฉันทบุตร (2532: 59) ซึ่งศึกษาพบว่า ระยะทางมีผลต่อการเดินทางเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภค เพราะถ้าระยะการเดินทางของผู้บริโภคไกลมากแล้ว ผู้บริโภคจะเข้ามาใช้บริการน้อยลง จนกระทั่งไม่สามารถเดินทางมาใช้บริการได้เลย เมื่อระยะทางไกลถึงจุดไกลสุด 2) รณสิทธิ์ แสงสุว (2518: 84) ศึกษาพบว่า พิสัยของสินค้ามีอำนาจโดยตรงต่อระยะทางในการเดินทางของผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าและรับบริการจากแหล่งกลาง คือ ประชากรมักจะเลือกซื้อสินค้า ที่ใกล้บ้านที่สุด หรือใช้ความพยายามน้อยที่สุด ในกรณีที่เป็นสินค้าที่มีระดับต่ำ หรือสินค้าขั้นพื้นฐานในชีวิตประจำวัน

สำหรับในเรื่องความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการเพื่อซื้อสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อของผู้มาใช้บริการ พบว่าจะเกิดความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องช่วงเวลาในการให้บริการ ซึ่งถือว่า เป็นจุดเด่นของการให้บริการและการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบนี้ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องของราคาสินค้า และเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้มาใช้บริการส่วนมากต้องการให้มีร้านค้าสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้นอีกภายในชุมชน ซึ่งจากผลการศึกษาที่พบในส่วนนี้ ทำให้สามารถตอบปัญหาจากประเด็นหลักที่กล่าวไว้ข้างต้นว่า ร้านค้าสะดวกซื้อที่เกิดขึ้นภายในชุมชนนั้น ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างเพียงพอ กับในยุคที่พฤติกรรมกรรมการบริโภคและสภาพสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ร้านค้าสะดวกซื้อที่จัดตั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ เขตชั้นใน และกรุงเทพฯ เขตชั้นนอก โดยส่วนใหญ่แล้วไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ทั้งทางด้านลักษณะทางกายภาพ พฤติกรรมผู้บริโภค และทัศนคติ นอกจากนี้ ยังพบว่ารูปแบบที่เกิดขึ้นของร้านค้าสะดวกซื้อนั้น ได้มีการประยุกต์และพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภคในท้องถิ่นที่ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการขยายตัวของชุมชนเมือง โดยร้านค้าสะดวกซื้อได้รับการยอมรับให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางในการกระจายสินค้าขั้นพื้นฐานภายในชุมชน รวมทั้งยังมีบทบาทในด้านการกระจายข่าวสารสู่ชุมชน นอกจากนี้

ยังพบว่าจากการพัฒนา และการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจสู่ความเป็นเมืองนั้นย่อมทำให้ช่องว่างในตลาดค้าปลีกแบบดั้งเดิมค่อยๆ เสื่อมความนิยม และลดปริมาณลงอย่างมาก เพื่อปรับเปลี่ยนมาสู่การค้าปลีกในรูปแบบใหม่ กล่าวคือ ตลาดใดที่ยังมีชุมชนเกิดขึ้น โอกาสที่จะเกิดร้านขายย่อมจะมีอยู่เสมอ และตลาดใดที่พื้นที่ใดมีความเจริญคืบคลานเข้าไปถึง ร้านค้าจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบในการจัดจำหน่ายสินค้า โดยการปรับตัวมาเป็นรูปแบบร้านค้าสะดวกซื้อ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพของเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเขตอิทธิพลและรัศมีการให้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อนั้นจะไม่เกิน 1 กิโลเมตร ดังนั้น ส่วนใหญ่จึงครอบคลุมพื้นที่โดยรอบของร้านค้านั้น เนื่องจากผู้มาใช้บริการที่มาซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อจะแปรผกผันกับระยะทางจากบ้านหรือที่ทำงาน นั่นคือประชากรที่อยู่ใกล้กับร้านค้าสะดวกซื้อจะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการเพื่อเลือกซื้อสินค้ามากกว่าประชากรที่อยู่ไกลออกไป และจะมีจำนวนลดน้อยลงเรื่อยๆ ตามระยะทางที่ห่างไกลออกไป จึงนับได้ว่าร้านค้าสะดวกซื้อเป็นตัวช่วยเสริมความสมบูรณ์ในการกระจายสินค้าให้กับย่านบริการเดิมของพื้นที่นั้นๆ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้พบว่าการคงอยู่หรือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าปลีกแบบเก่าในเมือง คือร้านชำ มาสู่รูปแบบใหม่ในลักษณะร้านค้าสะดวกซื้อนั้น ไม่ได้มีผลกระทบแต่เฉพาะในส่วนของภาคเอกชนหรือผู้ลงทุนเท่านั้น แต่ย่อมหมายรวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับภาครัฐและสังคมโดยรวมด้วย ดังนั้นหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรจะต้องมีการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน มาตรการทางผังเมือง รวมทั้งกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ อย่างเด่นชัด ซึ่งเน้นการผสมผสานการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเหมาะสมให้เกิดเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากชุมชนเมืองจะมีการขยายตัวอย่างกระจัดกระจายอย่างเสรีตามความต้องการและแรงผลักดันของตลาด ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาการใช้ที่ดินอย่างไร้ระเบียบ ดังนั้นในการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน จำเป็นที่จะต้องมีการพิจารณาโอกาสและสู่ทางการตลาดในอนาคตด้วย เพื่อให้การพัฒนาพื้นที่เกิดความสมดุลสอดคล้องกันและให้ความมั่นใจได้ว่า มาตรการที่เกิดขึ้นนี้จะตอบสนองกับผลประโยชน์ของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง อีกทั้งภาครัฐควรที่จะมีการส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาเมืองให้เพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ ร้านค้าสะดวกซื้อควรมองตนเองในฐานะที่เป็นส่วนสำคัญของชุมชน เป็นศูนย์รวมในการจำหน่ายสินค้าขั้นพื้นฐาน เพื่อกระจายสินค้า กระจายข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง ช่วยกระตุ้นการเกิดภาวะการจ้างงานให้กับชุมชน ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของประชากรในชุมชนอย่างครบวงจรได้ในระดับหนึ่ง เป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและช่วยให้เกิดสมาชิกสัมพันธ์ภายในชุมชนในระยะยาวต่อไป

บรรณานุกรม

รณสิทธิ์ แสงสุวอ. การศึกษาระยะทางเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการในชนบท อ.เสถภูมิ จ.ร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2518.

ศิลป์ชัย สุนันบุตร. เขตอิทธิพลทางการค้าและบริการของเมืองเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ การผังเมืองมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

Leslie J. King. *Location in Space: A Theoretical Approach to Economic Geography*. New York: Harper and Row Publisher, 1985.