

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องเขตอิทธิพลทางการค้าและบริการของเทศบาลเมือง
อุบลราชธานี มีรายละเอียดและอภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ สรุปได้ดังนี้

1. เขตอิทธิพลทางการค้าและบริการของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี
มีระยะทางเฉลี่ยประมาณ 14.51 กิโลเมตร และพบว่า สินค้าและบริการที่มีเขต
อิทธิพลต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม 8.79 กิโลเมตร
ร้านขายของเบ็ดเตล็ดหรือของชำ 10.67 กิโลเมตร ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป
11.71 กิโลเมตร ร้านขายแก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง 11.61 กิโลเมตร ร้านขาย
ยาและเวชภัณฑ์ 10.67 กิโลเมตร ร้านเสริมสวยหรือตัดผม 12.85 กิโลเมตร
ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า 12.52 กิโลเมตร และอู่ซ่อมรถยนต์ 13.60 กิโลเมตร ซึ่ง
สินค้าบางอย่าง เช่น น้ำมันเชื้อเพลิงจะมีบริการจำหน่ายปลีกในลักษณะที่เรียกกัน
ว่า ปัม্পหลอด หรือ สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปก็จะมีผู้จำหน่ายนำไปบริการ
ในรูปแบบสินค้านาคาถูกโดยวางจำหน่ายบริเวณใกล้กับตลาดสดอันเป็นแหล่งกลาง
ขนาดเล็ก ๆ เป็นต้น จึงทำให้เขตบริการแคบลง ทั้งนี้ ก็เนื่องจากมีผู้จำหน่าย
ปลีกในรูปแบบนี้มากและทำให้ผู้บริโภคสะดวกในการซื้อจากแหล่งที่อยู่ใกล้ที่สุด

ส่วนสินค้าประเภทต่างๆ ที่มีเขตอิทธิพลทางการค้าเกินกว่าระยะเฉลี่ย
ได้แก่ สินค้าประเภทผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ 18.60 กิโลเมตร เครื่องใช้ไฟฟ้า
17.64 กิโลเมตร เฟอร์นิเจอร์ 16.40 กิโลเมตร เครื่องเขียนแบบเรียนและ
เครื่องดนตรี 14.70 กิโลเมตรและสินค้าประเภทยานพาหนะและอะไหล่ 17.84
กิโลเมตร สำหรับประเภทบริการต่าง ๆ ที่มีขอบเขตการให้บริการเกินกว่าระยะ
เฉลี่ย ได้แก่ บริการถ่ายรูปล้างและอัดภาพ 16.85 กิโลเมตร ร้านซ่อมอุปกรณ์
อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีระยะบริการกว้างไกลที่สุด 22.87 กิโลเมตร
ซึ่งสินค้าเหล่านี้ โดยเฉพาะสินค้าประเภทผ้า เฟอร์นิเจอร์และเครื่องเขียนแบบ
เรียน เครื่องใช้ไฟฟ้าและยานพาหนะกับอุปกรณ์อะไหล่ มีบริการในเฉพาะแหล่ง
กลางขนาดใหญ่เท่านั้น แหล่งกลางขนาดกลางจะมีบ้างเพียง 1 - 2 ร้าน ส่วน



แหล่งกลางขนาดเล็กจะไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าประเภทนี้โดยตรง แต่จะมีจำหน่ายปะปนกับสินค้าประเภทอื่น ๆ ในลักษณะร้านขายของเบ็ดเตล็ดมากกว่า จึงมีผลต่อพฤติกรรมการค้าทำให้มีระยะกว้างไกลมากกว่าสินค้าอื่น ๆ

การที่เทศบาลเมืองอุบลราชธานีมีพฤติกรรมการค้าและบริการซึ่งมีค่าเฉลี่ยเพียง 14.51 กิโลเมตร เนื่องจากลักษณะกระจายตัวของประชากรเมืองอุบลราชธานีหนาแน่นอย่างมากบริเวณที่ราบชายฝั่งแม่น้ำมูลด้านเทศบาลเมืองอุบลราชธานี และตามแนวเส้นทางคมนาคมสายหลัก (3,648 คน ต่อ 1 ตารางกิโลเมตร) ส่วนทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นเขตที่มีประชากรเบาบาง ทั้งนี้ก็เนื่องจากมีลักษณะพื้นที่เป็นป่าและภูเขาซึ่งไม่เหมาะต่อการตั้งถิ่นฐานตลอดจนการคมนาคมไม่ค่อยสะดวกมากนัก สำหรับบริเวณท้องที่อื่น ๆ จะมีประชากรอาศัยกระจายอยู่ทั่วไป มีความหนาแน่นเฉลี่ยประมาณ 105 คน ต่อ 1 ตารางกิโลเมตร และเป็นประชากรที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่ำ ซึ่งแรงงานในครอบครัวหรือหัวหน้าครอบครัวจะอพยพไปทำงานในแหล่งกลางภูมิภาค

2. ตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษาหาอิทธิพลต่อเขตการค้ามีทั้งหมด 5 ตัวแปร คือ

2.1 ระยะทางของผู้บริโภคที่เดินทางเข้ามาใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานีกับประเภทของสินค้าที่มารับบริการในแต่ละครั้ง พบว่าระยะทางกับประเภทของสินค้ามีอิทธิพลต่อเขตการค้าและบริการของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี จากผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 นี้ พบว่า มีค่าสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.30 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งมีค่าความสัมพันธ์ไม่ค่อนสูงมากนัก ทั้งนี้เพราะว่าการคมนาคมทางรถยนต์สะดวก ประชากรที่เดินทางเข้ามาใช้บริการในเทศบาลเมืองอุบลราชธานีส่วนมากจะใช้บริการเกือบทุกชนิด โดยเฉพาะสินค้าลำดับต่ำ และพบว่าร้านขายของเบ็ดเตล็ดที่ขายสินค้าในราคาขายส่งจะมีประชากรจำนวนมากที่เดินทางมาจากระยะไกลเพื่อซื้อสินค้าประเภทนี้แล้วนำไปขายต่อในแหล่งกลางขนาดเล็กในหมู่บ้านอีกทอดหนึ่ง

2.2 ระยะทางที่ผู้บริโภคเดินทางเข้ามาใช้บริการ กับประเภทบริการต่าง ๆ ซึ่งได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองนี้ พบว่า มีความสัมพันธ์ต่อกัน โดยมี ค่าสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.31 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่ง

มีค่าความสัมพันธ์ที่สูงกว่าตัวแปรอื่น ๆ จากการศึกษพบว่าสถานบริการในแหล่งกลางระดับอำเภอต่าง ๆ มีเกือบทุกแหล่งกลาง แต่เนื่องจากสถานบริการในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานีมีจำนวนรวมมากที่สุด การให้บริการที่ทันสมัยกว่าและเป็นแหล่งกลางที่ใหญ่ที่สุดของพื้นที่ศึกษา เมื่อผู้บริโภครเดินทางมาใช้บริการแล้วก็สามารถซื้อสินค้าประเภทอื่น ๆ ได้อีกด้วยทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา จึงทำให้ผู้บริโภครที่มาใช้บริการในเทศบาลเมืองอุบลราชธานีมีมาก

2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางกับปริมาณสินค้าที่ซื้อในแต่ละครั้ง จากการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรทั้งสอง มีความสัมพันธ์กันโดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.24 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามายังเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานีไม่สูงมากนัก ผู้บริโภครจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยเพราะสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกและบ่อยมากกว่าผู้บริโภครที่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงก็ย่อมจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้นกว่า เพราะโอกาสที่จะเข้ามาใช้บริการจะน้อยกว่า เพราะถ้ารวมค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยแล้วก็จะมีผลที่ทำให้ราคาของสินค้าที่เข้าไปซื้อมีราคาสูงตามไปด้วย ทั้งนี้ จากการศึกษพบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปกลับมีอัตราเฉลี่ย 20 บาท แต่ถ้าค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงกว่านี้ผู้บริโภครอาจจะเดินทางไปซื้อจากแหล่งกลางขนาดใหญ่กว่านี้จากที่อื่น ๆ ได้ เช่น เดินทางไปซื้อจากอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญหรือจากอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร ซึ่งเสียค่าเดินทางน้อยกว่า 20 บาท

2.4 รายได้ของประชากรกับประเภทของสินค้า จากผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรทั้งสองมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.24 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันเท่ากันกับค่าใช้จ่าย กล่าวคือ รายได้ของประชากรก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการค้าและบริการของเมืองอุบลราชธานีด้วย คือ ประชากรที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสซื้อสินค้าและบริการในระดับสูงได้ดีกว่าผู้มีรายได้ต่ำแต่จากผลการศึกษา พบว่า มีประชากรในจังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้เฉลี่ยในเกณฑ์สูงและมีการเก็บออมในรูปของผลิตภัณฑ์อีกส่วนหนึ่ง ดังนั้น ประชากรจึงมีอำนาจซื้อสูงทำให้มีผลต่อประเภทของสินค้าต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้ว

2.5 ระยะเวลาในการเดินทางกับปริมาณสินค้าที่บริโภครในแต่ละครั้ง จากผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรทั้งสองมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.25 ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุป ตัวแปรทั้ง 5 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการดึงดูดผู้บริโภคนำเข้ามารับบริการในเมืองอุบลราชธานีในระดับต่าง ๆ กัน

3. ผลของการคำนวณจำนวนประชากรประเดิมของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี มีดังนี้

จำนวนประชากรประเดิมของร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม 248 ร้านขายของเบ็ดเตล็ด 214 ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป 946 ร้านขายผ้า 3,652 ร้านขายแก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง 3,531 ร้านขายยาและเวชภัณฑ์ 1,892 ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า 1,796 ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ 2,162 ร้านขายเครื่องแบบเรียน 2,162 ร้านขายยานพาหนะและอะไหล่ 1,859 ร้านเสริมสวย 549 ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชายหญิง 683 ร้านถ่ายรูป 3,783 ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า 2,716 และอยู่ซ่อมรถยนต์ 1,766 สำหรับจำนวนประชากรประเดมนี้อาจสามารถนำไปทำนายเกี่ยวกับจำนวนประชากรผู้รับบริการและจำนวนร้านค้าแต่ละประเภทในแหล่งกลางต่าง ๆ ได้

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนประชากรกับจำนวนร้านค้าในแหล่งกลางเทศบาลเมืองอุบลราชธานี ค่า r ที่ได้จากการคำนวณนี้จะบอกถึงระดับความสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่ง ถ้ามีค่าสูงมาก เช่น 1.0 แสดงว่าตัวแปรทั้งสอง มีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน คือร้านค้าน้อยประชากรก็น้อย ถ้าร้านค้าน้อยประชากรก็จะมาก เป็นการแปรผันตามกัน ค่า r จะเป็นบวก (+) แต่ถ้าค่า r เท่ากับ -1.00 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนประชากรและจำนวนร้านค้าแปรผกผันไปได้ในทางกลับกัน คือ ร้านค้ามีมากแต่จำนวนประชากรมีน้อย ค่าที่ได้ออกมาจะเป็นค่าลบ (-) ทั้งนี้ จากผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์จำนวนประชากรประเดิมกับร้านอาหารและเครื่องดื่มมีค่า r เท่ากับ 0.75 ร้านขายของเบ็ดเตล็ด 0.72 ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป 0.06 ร้านขายผ้า 0.06 ร้านขายแก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง 0.79 ร้านขายยารักษาโรคและเวชภัณฑ์ 0.47 ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า 0.79 ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ 0.18 ร้านขายเครื่องเขียนแบบเรียน 0.30 ร้านขายยานพาหนะและอะไหล่ 0.65 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนประชากรประเดิมกับจำนวนสถานบริการต่าง ๆ มีดังนี้ ร้านเสริมสวย 0.70

ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชายหญิง 0.59 ร้านถ่ายรูปและล้างอัดภาพ 0.35 ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ 0.39 และอู่ซ่อมรถยนต์และพ่นสีรถยนต์ 0.50

4. การศึกษาหาเขตอิทธิพลทางการค้าและบริการของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ 3 เรื่อง ซึ่งนำมากำหนดเขตอิทธิพลทางการค้าและบริการ สิ่งที่น่าสนใจใช้เป็นเกณฑ์ หาเขตอิทธิพลของเมืองโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 15 ประเภท คือ ร้านค้า 10 ประเภท ได้แก่ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของเบ็ดเตล็ด ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ร้านขายผ้า ร้านขายแก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง ร้านขายยารักษาโรคและเวชภัณฑ์ ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ ร้านขายเครื่องเขียนแบบเรียน ร้านขายยานพาหนะและอะไหล่ ประเภทบริการ 5 ประเภท ได้แก่ ร้านเสริมสวย ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชายหญิง ร้านถ่ายรูปล้างอัดภาพ ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอู่ซ่อมรถยนต์-พ่นสีรถ สำหรับการศึกษานี้ได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งภาคสนามและจากช่องทางราชการ

การศึกษาคั้งนี้ มีลักษณะคล้ายคลึงกับผลงานของชอนซี แอร์ริส ที่ศึกษาเขตอิทธิพลของเมือง ซอลต์ เลกซิตี ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งแอร์ริสได้นำเอาหน้าที่ของเมือง 5 อย่าง เป็นเกณฑ์ ได้แก่ บริการขายปลีก การขายส่ง การขายส่งเวชภัณฑ์ เขตวิเทศกระจายเสียงและการค้าทั่วไป ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับการศึกษาของคิลป์ซึย สจันทบุตร ซึ่งได้ศึกษา เขตอิทธิพลทางการค้าของเมืองเพชรบุรีโดยได้ใช้เกณฑ์ คือการบริการของร้านอาหารและของชำ ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านขายเครื่องเขียนแบบเรียน ร้านเครื่องเรือน ร้านเสริมสวย ร้านถ่ายรูปและร้านซ่อมรถยนต์ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเขตการค้าเมืองเพชรบุรี คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางกับปริมาณสินค้าที่ซื้อในแต่ละคั้งมีค่า r เท่ากับ 0.59

การศึกษาคั้งนี้สามารถนำเอาผลการวิเคราะห์มาใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ทราบถึงเขตอิทธิพลของการค้าและบริการแต่ละประเภทของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคซึ่งเข้ามาบริการในเทศบาลเมืองอุบลราชธานี

3. สามารถนำไปวางแผนในการจัดตั้งร้านค้าและสถานบริการในแหล่งกลางชั้นใหม่ได้อย่างถูกต้องและสามารถให้บริการแก่ประชากรได้อย่างทั่วถึงในพื้นที่อื่น ๆ ได้ต่อไป

4. ทำให้ทราบถึงจำนวนประชากรประเดิมของร้านค้าและสถานบริการต่าง ๆ ของเทศบาลเมืองอุบลราชธานีและสามารถที่จะนำวิธีการดังกล่าวไปทำพยากรณ์ จำนวนร้าน จำนวนประชากร ในพื้นที่อื่น ๆ ได้

ข้อเสนอแนะ

1. การหาเขตอิทธิพลของเมืองนี้สามารถที่จะนำเกณฑ์อื่น ๆ มาใช้ได้อีกหลายอย่าง อาทิ เขตบริการของหนังสือพิมพ์ เขตศูนย์การค้าตลอดจนเขตธนาคาร เป็นต้น สำหรับเมืองขนาดเล็กเขตอิทธิพลจะแคบไม่ซับซ้อน ผู้ที่สนใจศึกษาสามารถที่จะออกเก็บข้อมูลภาคสนามได้ง่าย

2. สามารถประยุกต์นำวิธีการศึกษาเขตอิทธิพลทางการค้าและบริการนี้ไปใช้ในการแบ่งเขตการบริการของโรงเรียนหรือการกระจายการให้บริการของสถานที่ราชการต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตประจำวันของประชากรเป็นอย่างมาก