

บทที่ 1



บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ประชากรที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในเขตชนบท จะมีความสัมพันธ์กับเมืองที่ตั้งอยู่ในท้องถื่นนั้นอย่างมาก เพราะประชากรในเขตชนบท ยังขาดแคลนสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตบางอย่าง ซึ่งจะต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการภายในเมืองที่เป็นแหล่งรวมของสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังนั้น เมืองจึงเป็นศูนย์รวมทางการค้า เช่น การค้าส่ง การค้าปลีก การบริการสังคม นอกจากนี้เมืองยังเป็นที่ทางการศึกษาและวัฒนธรรม แหล่งพักผ่อนหย่อนใจและเป็นศูนย์กลางการปกครองด้วยลักษณะโครงสร้างทางพื้นที่ดังกล่าว เมืองจึงมีบทบาทหน้าที่เป็นแหล่งกลาง (Central Place) บริการสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้แก่ประชากรที่อาศัยภายในเมืองนั้นและประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณโดยรอบ อันเป็นเขตอิทธิพลของเมือง ซึ่งทั้ง เขตเมืองและ เขตอิทธิพลหรือ เขตการค้าจะอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน (Christaller, 1966)

ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบนอก จะต้องเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าภายในเมือง เมืองที่มีลำดับคีย์ (Hierarchy) สูงจะมีสินค้าและบริการมากกว่าเมืองที่มีลำดับคีย์ต่ำกว่า (ฉัตรชัย, 2527) ดังนั้น สินค้าแต่ละประเภทย่อมจะมีเขตการค้า (Trade Area) หรือเขตตลาด (Market Area) ในการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของสินค้า ตามความจำเป็นในการดำรงชีวิตและระยะทางรวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การที่ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบนอก จะต้องเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าและรับบริการในแหล่งกลาง การเคลื่อนที่ที่ต้องเสียเวลา พลังงานและเงิน เพราะต้องเดินทางในช่วงระยะทางหนึ่งจากแหล่งกลาง (ฉัตรชัย, 2536)

ดังนั้น ประชากรจะเลือกเดินทางมาซื้อสินค้าหรือรับบริการต่างๆ จากแหล่งกลางที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยมากที่สุด (Zipf, 1949) หากการเดินทางไปยังแหล่งกลางเป็นระยะทางไกล จะทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายย่อมจะต้องเพิ่มขึ้นตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งกลางจะแพงกว่าราคาสินค้าและบริการ จนกระทั่งประชากรไม่อาจได้สินค้า (อุปสงค์เท่ากับศูนย์) เพราะไม่คุ้มค่าที่จะมารับบริการ ระยะทางดังกล่าวคือพิสัยสินค้า อย่างไรก็ตาม พิสัยของสินค้า (Range of Goods) จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อระยะทางในการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ จากแหล่งกลางหรือเมือง กล่าวคือ ประชากรมักจะเลือกซื้อสินค้าใกล้บ้าน ในกรณีที่เป็นสินค้าที่มีลำดับต่ำ (Low-Order) เช่น น้ำปลา หอม กระเทียม น้ำตาลทราย สบู่ ถ่านไฟฉาย ไม้ขีดไฟบุหรี เป็นต้น ส่วนสินค้าที่มีลำดับสูง (High-Order) เช่น น้ำหอม อาหารกระป๋อง หนังสือพิมพ์ ยาม่า แอมलग เครื่องสำอาง และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ประชากรจะต้องเดินทางมาซื้อในระยะไกลกว่า แต่นาน ๆ ครั้ง นอกจากนี้ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประชากร จัดว่ามีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาซื้อสินค้า ของประชากรที่แตกต่างกันด้วย กล่าวคือ ผู้มีรายได้สูงย่อมสามารถเดินทางได้ไกลกว่าและเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ในราคาที่แพงกว่าผู้มีรายได้น้อย ดังนั้น รายได้ของประชากรจึงมีผลต่อขอบเขตทางการค้าและบริการด้วย (รณสิทธิ์ แสงสูว, 2518) ปัจจุบันความสะดวกในการเข้าถึงเมือง (Accessibility) มีผลต่อเขตการค้าและบริการมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การคมนาคมทางรถยนต์ตลอดจนท่าเลที่ตั้งของร้านค้าที่ตั้งบริเวณถนนตัดกันหลายสายจะได้เปรียบกว่าร้านค้าที่มีถนนผ่านเพียงสายเดียว (Garrison, 1960) และขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเดินทางซึ่งจะเกี่ยวกับสภาพผิวการจราจร สภาพและขนาดของถนนอีกด้วย

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตเชื่อมรอยต่อของประเทศ 3 ประเทศ คือ ไทย ลาวและกัมพูชา โดยมีพรมแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีความยาวประมาณ 187 กิโลเมตร โดยมีแม่น้ำโขงกั้นเขตแดน และมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตยทางพื้นดินตามระยะพรมแดนยาวประมาณ 69 กิโลเมตร จังหวัดอุบลราชธานีจึงเปรียบเสมือนเป็นประตูทางด้านตะวันออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านในแหลมอินโดจีน

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร คิดเป็นระยะทางโดยทางหลวงแผ่นดิน ประมาณ 630 กิโลเมตร จัดอยู่ในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแต่เดิมจังหวัดอุบลราชธานีมีพื้นที่กว้างใหญ่ ต่อมา ได้มีการแบ่งแยกพื้นที่จังหวัด จัดอยู่ในเขตปกครองของจังหวัดยโสธร และจังหวัดอำนาจเจริญตามลำดับ ปัจจุบันจังหวัดอุบลราชธานี จึงมีขนาดพื้นที่ 15,745 ตารางกิโลเมตร มีประชากรจำนวน 1,660,107 คน ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ยประมาณ 105 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี, 2537) สถานะทางเศรษฐกิจของจังหวัดอุบลราชธานี ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคน 13,010 บาทต่อปี นับเป็นอันดับที่ 13 ของภาคและอันดับที่ 69 ของประเทศ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร ในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานีซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 29.04 ตารางกิโลเมตร มีประชากรอาศัยอยู่จำนวน 105,936 คน ความหนาแน่นเฉลี่ยของประชากร 3,648 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร มีจำนวนครอบครัว 16,682 ครัวเรือน มีจำนวนประชากรเฉลี่ยครัวเรือนละ 6 คน (สำนักงานเทศบาลเมืองอุบลราชธานี, 2537) ประชากรส่วนใหญ่ในเขตเทศบาลประกอบอาชีพ การพาณิชย์กรรม อุตสาหกรรม การเกษตรและการบริการต่าง ๆ

ในปี 2537 จำนวนร้านค้าและสถานบริการต่าง ๆ ในเขตเทศบาลเขตอำเภอ และเขตกิ่งอำเภอ มีดังนี้

1. เทศบาลเมืองอุบลราชธานี	มีร้านค้าและสถานบริการ	1,838 แห่ง
2. เทศบาลตำบลวารินชำราบ	มีร้านค้าและสถานบริการ	1,025 แห่ง
3. เทศบาลตำบลพิบูลมังสาหาร	มีร้านค้าและสถานบริการ	307 แห่ง
4. เขตอำเภอกุดข้าวปุ้น	มีร้านค้าและสถานบริการ	103 แห่ง
5. เขตอำเภอเขมราฐ	มีร้านค้าและสถานบริการ	134 แห่ง
6. เขตอำเภอเขื่องใน	มีร้านค้าและสถานบริการ	103 แห่ง
7. เขตอำเภอโขงเจียม	มีร้านค้าและสถานบริการ	152 แห่ง
8. เขตอำเภอเดชอุดม	มีร้านค้าและสถานบริการ	330 แห่ง
9. เขตอำเภอตระการพืชผล	มีร้านค้าและสถานบริการ	269 แห่ง
10. เขตอำเภอตาลสุม	มีร้านค้าและสถานบริการ	109 แห่ง
11. เขตอำเภอนาจะหลวย	มีร้านค้าและสถานบริการ	156 แห่ง

12. เขตอำเภอหน้ายี่น	มีร้านค้าและสถานบริการ	210 แห่ง
13. เขตอำเภอบุณฑริก	มีร้านค้าและสถานบริการ	188 แห่ง
14. เขตอำเภอโพธิ์ไทร	มีร้านค้าและสถานบริการ	98 แห่ง
15. เขตอำเภอม่วงสามสิบ	มีร้านค้าและสถานบริการ	296 แห่ง
16. เขตอำเภอศรีเมืองใหม่	มีร้านค้าและสถานบริการ	157 แห่ง
17. เขตอำเภอสำโรง	มีร้านค้าและสถานบริการ	122 แห่ง
18. เขตอำเภอสิรินธร	มีร้านค้าและสถานบริการ	98 แห่ง
19. เขตกิ่งอำเภอดอนมดแดง	มีร้านค้าและสถานบริการ	114 แห่ง
20. เขตกิ่งอำเภอนาตาล	มีร้านค้าและสถานบริการ	65 แห่ง
21. เขตกิ่งอำเภอทุ่งศรีอุดม	มีร้านค้าและสถานบริการ	83 แห่ง
22. เขตกิ่งอำเภอนาเขี้ยว	มีร้านค้าและสถานบริการ	108 แห่ง
23. เขตกิ่งอำเภอเหล่าเสือโก้ก	มีร้านค้าและสถานบริการ	115 แห่ง

(ที่มา : ข้อมูลสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี ปี 2537)

จึงพบว่าแหล่งกลางของเทศบาลเมืองอุบลราชธานีมีขนาดใหญ่กว่าเขตอื่น ๆ ซึ่งน่าจะมีเขตบริการครอบคลุมไปถึงแหล่งกลางขนาดเล็กด้วยหรือแม้กระทั่งการค้าด้านชายแดนไทย - ลาวและด้านชายแดนไทย - กัมพูชา

อนึ่ง ปัจจุบันภาครัฐบาลได้สนับสนุนบทบาทของจังหวัดอุบลราชธานีด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและบริการ ยกกระดับความพร้อมด้านบริการพื้นฐาน ให้อยู่ในระดับที่เอื้อต่อการขยายตัวในด้านต่าง ๆ อาทิ การปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพของสนามบินนานาชาติอุบลราชธานีพร้อมทั้งเพิ่มเที่ยวบิน การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคต่างๆ บริการไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ การคมนาคมภายในตัวเมืองและอำเภอใกล้เคียง โดยมีเป้าหมาย ที่จะให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นประตูของประเทศ เพื่อที่จะติดต่อกับกลุ่มประเทศอินโดจีน ซึ่งปัจจุบันบริเวณชายแดนที่ติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้เปิดจุดค้าขายถาวรแล้ว 2 แห่ง คือ ที่ช่องเม็ก อำเภอพิบูลย์มังสาหารและด่านปากแซง อำเภอเขมราฐ โดยมีการซื้อขายผ่านด่านศุลกากร ส่วนทางด้านชายแดนประเทศกัมพูชา

ประชาธิปไตย ได้เปิดจุดผ่อนปรน 1 จุด คือ ที่ช่องอานม้า อำเภอท้ายเหมือง สินค้าที่นำเข้ามาประเทศไทย ได้แก่ไม้แปรรูป เศษเหล็กและผลิตภัณฑ์ของปลา สำหรับสินค้าส่งออกจากประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ

จากสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดอุบลราชธานีในลักษณะดังกล่าวแต่สภาพของประชากรส่วนใหญ่ยังมีรายได้ที่ต่ำซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการครองชีพของประชากร ทั้ง ๆ ที่ได้มีการแบ่งแยกพื้นที่ของจังหวัดอุบลราชธานีเดิมออกเป็นจังหวัดใหม่ 2 จังหวัดแล้วก็ตาม และด้วยเหตุผลที่ว่า การบริโภคจะถูกกำหนดโดยรายได้และสินค้าที่มีในตลาดด้วย ด้วยเหตุดังกล่าวนี้จึงดำเนินการศึกษาวิจัยว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางเข้ามาใช้บริการสินค้าและบริการต่างๆของผู้บริโภค ซึ่งก็คือประชากรภายในจังหวัดที่อาศัยอยู่บริเวณรอบนอกของเมือง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการค้าและบริการของเมืองอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการทั้งสินค้าและบริการต่างๆ จากแหล่งกลาง
3. เพื่อศึกษาจำนวนประชากรประเดิมของสินค้าและบริการต่าง ๆ แต่ละประเภท

สมมติฐานของการวิจัย

พฤติกรรมการค้าและบริการของเมืองอุบลราชธานี ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าต่าง ๆ เป็นสำคัญ

ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษานี้ จะทำการศึกษาโดยใช้ ร้านค้าและสถานบริการของเทศบาลเมืองอุบลราชธานีทั้งหมด 1,838 แห่ง (สำนักงานเทศบาลเมือง

อุบลราชธานี, 2537) โดยจำแนกร้านขายสินค้าและบริการไว้ 15 รายการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทร้านค้าโดยแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ลำดับ คือ สินค้าลำดับต่ำมี 5 ประเภท ได้แก่ ร้านจำหน่ายอาหาร ร้านข้าวแกง ร้านก๋วยเตี๋ยวก๋วยจั๊บน้ำร้อน ร้านส้มตำไก่ย่างและร้านขายเครื่องดื่มประเภทกาแฟ น้ำอัดลม น้ำแข็ง ร้านขายของชำและของเบ็ดเตล็ด ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ร้านขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ ร้านขายแก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง ส่วนสินค้าลำดับสูงมี 5 ประเภท ได้แก่ ร้านจำหน่ายยารักษาโรคและเวชภัณฑ์ ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนแบบเรียนและเครื่องดนตรี ร้านจำหน่ายเครื่องเรือนต่าง ๆ ร้านจำหน่ายยานพาหนะและอะไหล่

2. ประเภทสถานบริการ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือร้านเสริมสวย ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชาย-หญิง ร้านถ่ายรูปบริการล้างและอัดขยายภาพ ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าและตู้ซ่อมรถยนต์และพ่นสีรถยนต์

จำนวนร้านค้าที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีทั้งสิ้น 10 ประเภท และสถานบริการ 5 ประเภท รวมทั้งหมด 15 ประเภท รายละเอียดในตารางที่ 1.1 ในจำนวนร้านจำหน่ายสินค้าและบริการต่าง ๆ ทั้ง 15 อย่างนี้ แบ่งออกเป็นกลุ่มร้านค้า 2 ลำดับและการบริการ 1 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มสินค้าลำดับต่ำ (Low-Order) ได้แก่ สินค้าที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของชำ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ร้านผ้า ร้านขายแก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง

2. กลุ่มสินค้าลำดับสูง (High-Order) ได้แก่ สินค้าที่ไม่ค่อยมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ทุกวัน มีความคงทนถาวรและมีราคาแพง ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องเรือนเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเขียนแบบเรียน เครื่องดนตรี ยานพาหนะและอุปกรณ์ ยารักษาโรคและเวชภัณฑ์ต่าง ๆ

3. การบริการ ได้แก่ สถานที่ซึ่งมิได้จำหน่ายสินค้า แต่จะให้บริการด้านการซ่อมบำรุง การตกแต่งหรือการรักษาพยาบาล ซึ่งทำให้กิจกรรมขึ้นประมุขและทุติยภูมิเป็นไปด้วยดี ได้แก่ ร้านบริการเสริมสวย ตู้ซ่อมรถยนต์ ร้านถ่ายรูปและบริการล้างอัด ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชายหญิง ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 1.1 ประเภทของร้านค้าและบริการทั้งหมดในเทศบาลเมืองอุบลราชธานี

ลำดับที่	ประเภทของร้านค้าและสถานบริการ	จำนวน
1.	ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	428
2.	ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	494
3.	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	112
4.	ร้านจำหน่ายผ้าแพรพรรณ กระดุม ด้าย	29
5.	ร้านจำหน่ายแก๊ส น้ำมันเชื้อเพลิง	30
6.	ร้านจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์	56
7.	ร้านจำหน่ายเครื่องไฟฟ้าและอุปกรณ์	59
8.	ร้านจำหน่ายเครื่องเฟอร์นิเจอร์	49
9.	ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนแบบเรียน เครื่องดนตรี	49
10.	ร้านจำหน่ายยานพาหนะและอุปกรณ์อะไหล่	57
11.	ร้านเสริมสวย	193
12.	ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	155
13.	ร้านถ่ายรูป ล้างอัดภาพ	28
14.	ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	39
15.	ตู้ซ่อมและพ่นสีรถยนต์	60
	รวมทั้งหมด	1,838

ที่มา : สำนักงานเทศบาลเมืองอุบลราชธานี, 2537

จำนวนรวมของร้านค้าและบริการทั้งหมด 1,838 แห่ง ในการศึกษา จะสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนมากน้อยต่างกัน โดยใช้ระบบการจัดหมวดหมู่ (Stratified Random Sampling) โดยใช้ประมาณ 25% หรือ 460 แห่ง ดังนี้

ตารางที่ 1.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของร้านค้าและสถานบริการของแต่ละประเภท
ในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี

ลำดับที่	ประเภทของร้านค้าและสถานบริการ	จำนวน
1.	ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	107
2.	ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	124
3.	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	28
4.	ร้านจำหน่ายผ้าแพรพรรณ กระดุม ด้าย	7
5.	ร้านจำหน่ายแก๊ส น้ำมัน เชื้อเพลิง	8
6.	ร้านจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์	14
7.	ร้านจำหน่ายเครื่องไฟฟ้าและอุปกรณ์	15
8.	ร้านจำหน่ายเครื่องเฟอร์นิเจอร์	12
9.	ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนแบบเรียน เครื่องดนตรี	12
10.	ร้านจำหน่ายยานพาหนะและอุปกรณ์	14
11.	ร้านเสริมสวย	48
12.	ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	39
13.	ร้านถ่ายรูป ล้างและอัดภาพ	7
14.	ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	10
15.	ตู้ซ่อมและพ่นสีรถยนต์	15
	รวม	460

ผู้บริโภค (Consumer) ที่เข้ามาใช้บริการจะศึกษาจากผู้ que เข้ามารับบริการจากร้านค้าและบริการจากที่คัดเลือกไว้ 15 ชนิดดังกล่าวตามสัดส่วน โดยจะศึกษาเฉพาะผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น ไม่รวมผู้ที่เข้ามาใช้บริการในฐานะนักท่องเที่ยวหรือมาติดต่อธุรกิจอื่น ๆ

พื้นที่ศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้พื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานีซึ่งมีพื้นที่ 29.04 ตารางกิโลเมตร อยู่ในเขตตำบลในเมือง ตำบลปทุม และบางส่วนของตำบลแจระแมและตำบลขามใหญ่ มีประชากรรวมทั้งหมด 105,936 คนเป็นชาย 51,643 คนและหญิง 54,293 คน และมีจำนวนครัวเรือน 16,682 ครัวเรือน (สำนักงานเทศบาลเมืองอุบลราชธานี, 2537)

นิยามคำศัพท์

เขตการค้าและบริการ(Trade and Service Area) หมายถึง ขอบเขตหรือบริเวณที่แหล่งกลางสามารถให้บริการไปถึงหรือระยะทางไกลสุด ที่ผู้บริโภคสามารถเดินทางเข้ามารับสินค้าและบริการได้

เขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี (The Ubon Ratchathani Municipality) หมายถึง พื้นที่จำนวน 29.04 ตารางกิโลเมตร อยู่ในเขตตำบลในเมือง ตำบลปทุม และบางส่วนของตำบลแจระแมและตำบลขามใหญ่

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ผู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่าง ๆ จากแหล่งกลางหรือเขตเมือง

ประชากรประเดิม (Threshold Population) หมายถึง จำนวนประชากรต่ำสุด หรือน้อยที่สุดที่ทำให้ร้านค้าหรือแหล่งบริการนั้น สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้

ความสะดวกในการเข้าถึง(Acessibility) หมายถึง การเดินทางของผู้บริโภคมายังแหล่งกลางโดยใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดหรือเสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด

สินค้าปลีก(Retail trade) หมายถึง สินค้าที่มีการซื้อขายกันเพื่อนำไปใช้ส่วนตัวหรือภายในครอบครัวเท่านั้น ไม่มีการนำไปจำหน่ายต่อ

ร้านขายของชำ(Grocery) ได้แก่ ร้านค้าที่ขายสินค้าพวก สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก น้ำปลา กะปิ ข้าวสาร เป็นต้น

พิสัยของสินค้า (Range of a goods) หมายถึง ช่วงของราคาสินค้าชนิดเดียวกันตั้งแต่ราคาต่ำสุดไปจนถึงราคาสูงสุด เช่น ผงซักฟอก จะมีชนิดราคา ๒ บาทไปจนถึงชนิดราคาสูง ๆ

ลำดับคําศัพท์ของแหล่งกลาง (Hierarchy of Central place) หมายถึง ลำดับขนาดของแหล่งกลางที่กระจายกันอยู่ในพื้นที่

ระยะทาง (Distance) หมายถึง ระยะทางจริง (Actual distance) ที่วัดเป็นกิโลเมตรตามทางหลวงแผ่นดิน ถนนในชุมชน หรือ เส้นทางที่ชุมชนนั้นใช้เป็นประจำ

แหล่งกลาง (Central Place) หมายถึง ตลาดหรือย่านกลาง ของชุมชนหนึ่ง ๆ ซึ่งเป็นบริเวณที่มีสินค้าและบริการต่าง ๆ ตั้งอยู่เพื่อบริการแก่คนที่กระจายอยู่โดยรอบ

วิธีดำเนินการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้

การดำเนินงานศึกษาวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากแบบสอบถามบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัยซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1.1 แบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ และซื้อสินค้าจากร้านค้าในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี โดยแยกตามอาชีพของผู้บริโภคตามสัดส่วนของอาชีพประชากรของจังหวัดอุบลราชธานี ลักษณะของคำถามที่สำคัญเกี่ยวกับข้อมูลเพศ อายุ อาชีพ ที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัว ลักษณะของการเดินทางเข้าไปรับบริการจากแหล่งกลาง ระยะเวลาในการเดินทางชนิด และประเภทของสินค้าและบริการ สาเหตุที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือรับบริการ

1.1.2 แบบสอบถาม ที่ใช้สัมภาษณ์เจ้าของร้านค้า และสถานบริการต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างตัวแปรที่คัดเลือกไว้ 15 ประเภท ดังนี้

1. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
2. ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป
3. ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป
4. ร้านจำหน่ายผ้าแพรพรรณ กระดุม ด้าย
5. ร้านจำหน่ายแก๊ส น้ำมัน เชื้อเพลิง
6. ร้านจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์
7. ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า
8. ร้านจำหน่ายเครื่องเฟอร์นิเจอร์
9. ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนแบบเรียน
10. ร้านจำหน่ายยานพาหนะและอุปกรณ์
11. ร้านเสริมสวย
12. ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า
13. ร้านถ่ายรูปและล้างอัดภาพ
14. ร้านซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
15. อุ้ซ่อมและพ่นสีรถยนต์

1.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนร้านค้าและสถานบริการซึ่งได้จากการออกสำรวจภาคสนามในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากเอกสารของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับบริเวณที่ศึกษา มีดังนี้

1.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่อของเจ้าของร้านค้า และสถานบริการต่าง ๆ ทำเลที่ตั้ง จำนวนและประเภทของการประกอบการค้า จากสำนักงานเทศบาลอุบลราชธานี สรรพากรจังหวัด สำนักงานสถิติจังหวัดและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากร จำนวนชายหญิง การประกอบอาชีพและรายได้ของประชากร จากสำนักงานทะเบียนราษฎรจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี

1.2.3 แผนที่แสดงจังหวัดอุบลราชธานี มาตรฐานส่วน



1: 250,000 ของกรมแผนที่ทหาร กระทรวงกลาโหม เพื่อนำมาใช้คำนวณหาระยะทางที่ผู้บริโภคนำใช้ในการเดินทางเข้าสู่เขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี

1.2.4 แผนที่แสดงจังหวัดอุบลราชธานี มาตรฐานส่วน 1 : 1,000,000 ข้อมูลแสดงชื่อและจำนวนของหมู่บ้านเส้นทางคมนาคม ของสำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เพื่อนำมาใช้เป็นแผนที่ฐาน (Base Map) ในการแสดงเส้นความต้องการ (Desire Lines) ของเขตการค้าและบริการของสินค้าแต่ละประเภท

1.2.5 แผนที่แสดงอาณาเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี และถนนสายต่าง ๆ ขนาดมาตรฐานส่วน 1:30,000 ของกองช่าง สำนักงานโยธาเทศบาลเมืองอุบลราชธานี เพื่อใช้เป็นแผนที่หลักในการศึกษา ทำเลที่ตั้งของร้านค้าและสถานบริการ

2. การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลมี 2 กลุ่ม คือ ประชากรผู้บริโภคนำเข้ามาใช้บริการในเทศบาลเมืองอุบลราชธานีซึ่งจะเก็บรวบรวมทั้งหมด 460 คน และข้อมูลจากเจ้าของผู้ประกอบการทางการค้าและสถานบริการทั้ง 15 ประเภทอีก 460 แห่ง รวมตัวอย่างที่ทำการเก็บทั้งหมด 920 ชุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีทั้งหมดที่เดินเข้ามาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ จากเทศบาลเมืองอุบลราชธานี การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะทำการสุ่มกลุ่มผู้บริโภคนำเข้ามาใช้บริการในเทศบาลเมืองอุบลราชธานี เขตอำเภอละ 20 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ คือ จะสัมภาษณ์บุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลฯ และกระจายของประชากรตัวอย่างจึงใช้วิธีสัมภาษณ์ดังนี้ สัมภาษณ์จากผู้เข้ามาใช้บริการโดยกำหนดเอาเส้นทางเดินรถทุกสาย ที่รับส่งผู้โดยสารจากสถานีปลายทางต่าง ๆ ของทุกอำเภอและกิ่งอำเภอในจังหวัดอุบลราชธานี ที่เข้ามาสู่แหล่งกลางเทศบาล ทั้งนี้ เพื่อต้องการทราบระยะทางไกลที่สุดของผู้ที่เดินเข้ามาใช้บริการจากเทศบาลเมืองอุบลราชธานี

2.2 ร้านค้าและสถานบริการในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี ได้คัดเลือกไว้เพื่อศึกษาหาเขตอิทธิพลทางการค้าและบริการเพียง 15 ประเภท

โดยแยกออกเป็นร้านค้า 10 ประเภท และสถานบริการ 5 ประเภท

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจำนวน 2 ชุด ดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยอาศัยการสัมภาษณ์วิธี Face to Face) โดยที่ผู้ตอบไม่ต้องเขียนตอบเพียงแต่ตอบคำถาม ที่ผู้วิจัยถามเท่านั้น ซึ่งแต่ละชุดมีวิธีการรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.1 แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับใช้สัมภาษณ์ ประชากรกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่ถือว่าเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด จึงใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 30 วัน

3.2 แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับใช้สัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าและสถานบริการ 15 ประเภท จำนวนทั้งหมด 460 แห่ง การเก็บข้อมูลได้ดำเนินการดังนี้ ขั้นแรก นำรายชื่อร้านค้าและสถานบริการทั้งหมดของทั้ง 15 ประเภท มาเรียงตามลำดับตัวอักษร เพื่อกำหนดหมายเลขประจำของประชากรทุกตัว ในแต่ละประเภท ถ้าร้านค้าหรือสถานบริการมีจำนวนเป็นหลักสิบ ก็ให้เลขประจำ 2 หลัก เริ่มจาก 01, 02, 03, ... เป็นต้นไปจนครบจำนวน ถ้าร้านค้าหรือสถานบริการมีจำนวนเป็นหลักร้อยก็ให้เลขประจำ 3 หลัก เริ่มจาก 001, 002, 003, ... เป็นต้นไป จนครบจำนวน เมื่อกำหนดเลขประจำกับข้อมูลทั้งหมดครบทั้ง 15 ประเภทแล้ว ทำการเลือกสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างมีระบบ (Systematic Random Sampling) นำรายชื่อที่เรียงไว้แล้ว ใช้วิธีการสุ่มแบบธรรมดา ก่อนเพื่อหาคนแรก เมื่อได้แล้วก็นับเป็นจำนวนช่วง ๆ ละเท่า ๆ กัน จนได้ครบจำนวนที่ต้องการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ แจกแจงความถี่ และนำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ

4.2 ทำแผนที่ แสดงเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี และเขตจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อวัดระยะทางตามเส้นทางการเดินทางของรถประจำทางที่ผู้บริโภคนแต่ละคนเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าและรับบริการแต่ละประเภท จากเขต

เทศบาลเมืองอุบลราชธานี

4.3 เขียนเส้นความต้องการของสินค้าและบริการแต่ละประเภท ตามความจริง โดยเขียนแสดงลงบนแผนที่ฐานด้วยการลากเส้นตรงระยะระหว่าง จุดตำบลที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค(ที่เข้ามาใช้บริการ)มายังจุดแหล่งกลาง คือ เขต เทศบาลเมืองอุบลราชธานี สำหรับสินค้าและบริการแต่ละประเภท โดยแยกออกเป็นประเภทของสินค้าและบริการอย่างละ 1 แผ่น

4.4 คำนวณหาเขตอิทธิพลทางการค้าและพื้นที่บริการ โดยการ นำข้อมูลที่รวบรวมจากเส้นความต้องการของแต่ละประเภทสินค้าและบริการ มา คำนวณหาค่าเฉลี่ย(Mean) เพื่อหาระยะทางบริการเฉลี่ยหรือเขตอิทธิพลของสินค้า และบริการแต่ละประเภท

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาซื้อ สินค้าและบริการ ซึ่งหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้วิธี Phi Coefficient (ϕ) และเปรียบเทียบค่านัยสำคัญของสินค้าและบริการแต่ละประเภท โดยใช้ X^2 ดังนี้

4.5.1 เปรียบเทียบหาระยะทางที่เป็นจริงของสินค้าแต่ละชนิด โดยใช้ค่ามัธยิมเลขคณิต (\bar{X})

$$\text{โดยใช้สูตร } \bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

4.5.2 เปรียบเทียบหาระยะทางที่เป็นจริงของสินค้ากับ ระยะทางที่คาดหวังตามทฤษฎีโดยใช้ไค-สแควร์ (X^2)

$$\text{โดยใช้สูตร } X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

O คือ ค่าความถี่ที่ศึกษามาได้(Observed frequency)

E คือ ค่าความถี่ที่หวังไว้โดยทฤษฎี(Expected frequency)

i มีค่าตั้งแต่ 1 ถึง k เมื่อ k เป็นจำนวนกลุ่ม

เมื่อหาค่าเปรียบเทียบทางสถิติโดยใช้ X^2 แล้ว ขั้นตอนมาคำนวณหาค่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ชุดนี้อีกว่า มีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด

โดยใช้วิธีหาค่า Phi Coefficient (ϕ) ซึ่งสามารถใช้แปลผลตัวแปรได้เป็นสองทางและการวัดใช้นับเป็นความถี่ (Frequencies) การจัดข้อมูลลงตารางของตัวแปรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มในลักษณะ 2×2 ดังนี้

		ตัวแปร X	
		X_1	X_2
ตัวแปร Y	Y_1	a	b
	Y_2	c	d

โดยใช้สูตร
$$\phi = \frac{ad - bc}{\sqrt{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}}$$

- เมื่อ
- X คือ ค่าระยะทาง (และตัวแปรอื่น ๆ)
 - Y คือ ปริมาณสินค้า (และตัวแปรอื่น ๆ)
 - a คือ ค่าระหว่างตัวแปร X_1 Y_1
 - b คือ ค่าระหว่างตัวแปร X_1 Y_2
 - c คือ ค่าระหว่างตัวแปร X_2 Y_1
 - d คือ ค่าระหว่างตัวแปร X_2 Y_2

ค่าความสัมพันธ์ที่ได้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ค่าระหว่าง 0 - .5 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ค่อยสัมพันธ์กัน แต่ถ้าค่าที่ได้มากกว่า .5 ขึ้นไป จะแสดงว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองนั้นสูงมาก ลำดับต่อไป เมื่อได้ค่า ϕ แล้ว ทำการทดสอบว่าความสัมพันธ์ที่ปรากฏออกมานั้นมีค่าแตกต่างจาก 0 (ศูนย์) หรือไม่ ถ้าผลการทดสอบพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติก็แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันจริง ถ้าไม่มีนัยสำคัญแสดงว่าไม่มีเหตุผลเพียงพอที่จะเชื่อว่ามีสัมพันธ์กัน สำหรับการทดสอบนัยสำคัญของสหสัมพันธ์แบบ ϕ นี้ใช้ X^2 ทดสอบ

โดยใช้สูตร
$$X^2 = N \phi^2$$

4.6 คำนวณหาจำนวนประชากรประเดิม ของสินค้าและบริการ แต่ละประเภท รวมทั้งหมด 15 ประเภทดังกล่าว ตามวิธี Simple Linear Regression ใช้สมการถดถอยอย่างง่าย ตามแบบอย่างวิธีการศึกษาของเฮทส์

โดยใช้สูตร $F^E_i = P_i$

เมื่อ F^E_i คือ จำนวนร้านค้าแต่ละประเภทในแหล่งกลาง

P_i คือ จำนวนประชากรในแหล่งกลาง

วิธีคำนวณหาค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง คือจำนวนร้านค้ากับจำนวนประชากร ในแหล่งกลาง ใช้วิธีหาค่าสหสัมพันธ์ตามแบบของ Pearson Product Moment Correlation Coefficient (r) หรือ (r_{xy})

โดยใช้สูตร
$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r คือ เป็นสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับตัวแปร Y

X คือ เป็นค่าของจำนวนร้านค้าที่วัดได้ในแหล่งกลาง

Y คือ จำนวนประชากรในแหล่งกลาง

N คือ จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

จากนั้นนำค่า r หรือ r_{xy} ไปคำนวณเพื่อหาค่าของตัวแปรสำหรับการพยากรณ์ โดยใช้สมการเส้นตรง (Linear equation) ดังนี้

$$\bar{Y} = a + b\bar{X}$$

เมื่อ \bar{Y} คือ ค่าของ Y ที่ได้จากการพยากรณ์

\bar{X} คือ ค่าของ X ที่ใช้เป็นตัวพยากรณ์

b คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ (Regression

coefficient)

a คือ ค่าคงที่ในสมการ (Constant)

หากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยอยู่ในรูปของคะแนนมาตรฐาน สามารถหาค่า a และ b ได้

$$\text{โดยใช้สูตร} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

$$b = r_{xy} \frac{S_y}{S_x}$$

เมื่อ \bar{Y} และ \bar{X} เป็นค่าเฉลี่ยของ Y และ X ตามลำดับ ส่วน S_y และ S_x คือ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบขอบเขตทางการค้าและบริการของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อเขตอิทธิพลทางการค้าและบริการของเทศบาลเมืองอุบลราชธานี
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาแหล่งการค้า ประเภทของสินค้าและบริการ รวมทั้งทำเลที่ตั้งของแหล่งการค้าใหม่
4. ทำให้ทราบจำนวนประชากรประเดิมของสินค้าและบริการแต่ละประเภทที่ศึกษา