

## วิเคราะห์ผลข้อมูล

ทำเลที่ตั้งของจังหวัดปทุมธานีซึ่งอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนเหนือ กรุงเทพมหานครและเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เพื่อรองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร มีเส้นทางคมนาคมสายหลักตัดผ่าน เชื่อมต่อไปยังภูมิภาคอื่นๆได้ ทำให้บริเวณดังกล่าวมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางที่สำคัญได้ ดังนั้นในยุทธศาสตร์ของการพัฒนาระดับกลุ่มจังหวัดประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยาและอ่างทอง จึงมีนโยบายส่งเสริมให้กลุ่มจังหวัดเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการคมนาคมเพื่อกระจายสินค้าและบริการสู่ทุกภูมิภาค เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดด้วย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ผ่านมา ทำให้เกิดโครงการพัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีให้มีประสิทธิภาพและสะดวกสบายมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของพื้นที่ในอนาคต ดึงดูดให้มีการลงทุนในกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทต่างๆ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย รวมทั้งสถานศึกษาทำให้อุตสาหกรรมด้านพาณิชยกรรมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับประชากรและความต้องการสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น

### 5.1 ภาพรวมของกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการค้าของจังหวัดปทุมธานี

ก่อนพ.ศ.2517 พื้นที่จังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่เกษตรกรรม แต่เริ่มมีอุตสาหกรรมเกิดขึ้นบริเวณริมถนนพหลโยธิน ศูนย์กลางการค้าอยู่ที่ตำบลประชาธิปัตย์บริเวณตลาดรังสิต ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2517-2527 เมื่อเกิดโครงการชุมชนเมืองใหม่นวนคร และเริ่มมีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยบริเวณคูคต ส่งผลให้มีการขยายตัวทางด้านพาณิชยกรรม เกิดตลาดสี่มุมเมือง(ทางด้านเหนือ)ขึ้น ในระยะต่อมาในปี พ.ศ. 2518-2533 อุตสาหกรรมขยายตัวเข้ามายังบริเวณนวนครและบางกระเจ็ดมากขึ้น เป็นย่านที่มีผู้คนสัญจรไปมา รวมทั้งคนงานในภาคการผลิต อุตสาหกรรมวันละนับหมื่นคน(สำนักงานพาณิชย์จังหวัดปทุมธานี, 2535:26) รวมทั้งมีสถานศึกษาหลายแห่งมาเปิดการเรียนการสอน จึงเกิดระบบขนส่งมวลชนทำให้การเดินทางเข้าออกในพื้นที่มีความสะดวก การขยายตัวของกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นตามแนวถนนพหลโยธิน ทำให้ชุมชนที่อยู่ตามแนวถนนดังกล่าวมีบทบาทดังนี้ โดยชุมชนประชาธิปัตย์เป็นศูนย์กลางการค้าที่มีการกระจุกตัวของกิจกรรมทางด้าน พาณิชยกรรมมาก บริเวณคลองหลวงมีบทบาททางด้านอุตสาหกรรม บริเวณบางชันมีบทบาทด้านการศึกษา บริเวณคูคต ัญบุรีและลำ

ลูกกาเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ส่วนในช่วงพ.ศ. 2534-2538 มีโครงการเกิดขึ้นหลายโครงการ เช่น การปรับปรุงถนนรังสิต-บางพูน-ปทุมธานี และถนนรังสิต-นครนายก มีการขยายถนนขยายถนนพหลโยธินและทางยกระดับ และการสร้างห้างสรรพสินค้าบริเวณประชาธิปไตย คูคต และคลองหลวง ระบบโครงข่ายถนนสายรองที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วรวมทั้งแผนการก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่กระตุ้นให้เกิดโครงการบ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นทำให้มีประชากรตั้งถิ่นฐานในบริเวณรังสิต ลำลูกกา รัญบุรีซึ่งส่งผลให้เกิดชุมชนและย่านการค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณริมถนนพหลโยธินซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมสายสำคัญ

เขตที่มีร้านค้าตั้งอยู่เป็นจำนวนมากจะอยู่ในเขตอำเภอธัญบุรี บริเวณย่านตลาดรังสิต อำเภอ ลำลูกกาบริเวณตลาดกลางชายส่งสี่มุมเมืองด้านเหนือ(รังสิต) อำเภอคลองหลวงที่เขตอุตสาหกรรมนวนคร นอกจากนี้เส้นทางคมนาคมได้แก่ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1(พหลโยธิน) ที่ตัดผ่านพื้นที่ตำบลประชาธิปไตยคลองหลวงและคูคตมีพื้นที่ที่ติดต่อกันเป็นแนวยาวตามถนนพหลโยธิน และถนนสายรังสิต-นครนายก ซึ่งมีความสำคัญในการเชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงไปยังภูมิภาคอื่นๆ ทำให้บริเวณจังหวัดปทุมธานีกลายเป็นจุดตัด และเป็นบริเวณที่มีการขยายตัวของกิจกรรมต่างๆทั้งอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย จึงเกิดกิจกรรมเศรษฐกิจด้านการค้าขึ้นหลายแห่งได้แก่ ห้างสรรพสินค้าต่างๆที่ขายสินค้าทั้งปลีกและส่ง เช่น พิวเจอร์พาร์ครังสิต เซียร์แมคโคร และตลาดต่างๆ เช่น ตลาดสี่มุมเมือง ศูนย์การค้าและตลาดสดบริเวณย่านรังสิต ประกอบด้วย ตลาดพิพัฒน์สิน ตลาดพรพัฒน์การโยธา ตลาดสุชาติ และตลาดไทตั้งอยู่ริมถนนพหลโยธิน ตรงข้ามมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในตำบลคลองหลวง เป็นต้น แหล่งการค้าเหล่านี้ นอกจากจะให้บริการกับประชากรในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดใกล้เคียงแล้ว บางแห่งที่เป็นแหล่งการค้าขนาดใหญ่ยังมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์การค้าในระดับภาค โดยอาศัยศักยภาพด้านการคมนาคมและความหลากหลายของสินค้าเป็นจุดขาย ทำให้บริเวณดังกล่าวกลายเป็นศูนย์กลางขนาดใหญ่ของแหล่งสินค้า ต่อมาเมื่อปี 2540 วิกฤติเศรษฐกิจได้ก่อให้เกิดผู้ลงทุนในธุรกิจขายปลีกขนาดใหญ่ โดยเฉพาะนักลงทุนที่กู้ยืมเงินจากต่างชาติ เป็นเหตุให้บริษัทต่างชาติเข้ามาซื้อกิจการ แล้วทำให้ประเทศไทยเกิดการค้าปลีกขนาดใหญ่ขึ้นมาหลายบริษัท กล่าวได้ว่าตั้งแต่ปี 2541 ธุรกิจค้าปลีกของไทยเป็น “ยุคแห่งการปฏิวัติค้าปลีกของไทย”(อภิวัฒน์ทรัพย์ไพฑูรย์, 2545: 107) ในจังหวัดปทุมธานีก็มีร้านค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่เกิดขึ้นหลายแห่งเช่นกัน เช่น แมคโครรังสิต เทสโก้โลตัสแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) 6 แห่ง และเทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรส (Tesco Lotus express) 18 แห่ง นอกจากนี้ยังมีร้านค้าสะดวกซื้อที่อยู่ในเครือของบริษัทใหญ่ เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น(Seven-Eleven) และร้านสะดวกซื้อท้องถิ่นอีกหลายยี่ห้อกระจายอยู่ตามแหล่งชุมชนที่มีผู้อยู่อาศัยมาก ในปัจจุบันการค้าปลีกสมัยใหม่ได้เข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ของจังหวัด จึงส่งผลกระทบต่อกร้านค้าแบบดั้งเดิมที่อยู่ในพื้นที่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ภาพ 5.1 ร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่



ภาพ 5.2 ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม



งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์จากร้านค้าประเภทร้านขายของชำซึ่งเป็นร้านค้าแบบดั้งเดิมประเภทที่พบในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 กรณี ได้แก่

- ชุมชนเมือง คือ เทศบาลเมืองรังสิต จำนวน 13 ร้าน
- ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท คือ องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากใหญ่ จำนวน 10 ร้าน
- ชุมชนชนบท คือ องค์การบริหารส่วนตำบลพีชอุดม จำนวน 6 ร้าน

## 5.2 ลักษณะและสถานการณ์ของร้านค้าในพื้นที่ศึกษา

ในชุมชนแต่ละแห่งต่างก็มีร้านค้าเพื่อให้บริการสินค้าสมาชิกในชุมชน จากการสำรวจชุมชนในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง พบว่ามีความหลากหลายของประเภทร้านค้าในชุมชนตามลักษณะของชุมชนที่เป็นชุมชนเมือง ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท และชุมชนชนบท ร้านขายของชำเป็นร้านค้าประเภทที่พบอยู่ในชุมชนทั้ง 3 แห่ง เมื่อสำรวจประเภทของร้านค้าในชุมชนแล้วก็ทำการจัดประเภทของกิจการ ตามการจำแนกประเภทธุรกิจที่สถานประกอบการดำเนินการตามการจัดประเภทมาตรฐานทางอุตสาหกรรม UN (International Standard Industrial Classification of all

Economic Activities) ซึ่งมีการจัดจำแนกรหัสประเภทธุรกิจ (Category G,H,K และ O) การค้าปลีกจัดอยู่ในประเภท G<sup>6</sup> จากตาราง 5.1 ร้านค้าในชุมชนเมืองมีความหลากหลายมากที่สุด รองลงมาคือ ร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทและร้านค้าในชนบท ตามลำดับ สาเหตุที่ร้านค้าในชุมชนเมืองมีความหลากหลายของประเภทร้านค้ามาก เนื่องจากร้านค้าเหล่านั้นขายสินค้าเฉพาะอย่างที่มีสินค้าประเภทเดียวกันให้เลือกหลายยี่ห้อ หลายแบบและหลายราคา ตั้งแต่ชั้นที่มีราคาสูง จนถึงชั้นที่มีราคาถูก ซึ่งเป็นลักษณะของร้านค้าที่อยู่ในเมือง อย่างไรก็ตามแม้ว่าร้านค้าในชนบทจะมีความหลากหลายน้อย คือส่วนใหญ่เป็นร้านค้าขายของชำ แต่สินค้าในร้านจะมีความหลากหลายในด้านประเภทของสินค้ามากเพราะรวบรวมเอาสินค้าทุกรูปแบบ รวมทั้งสินค้าเฉพาะอย่างที่ถูกค้าต้องการมาขายในร้านด้วย ร้านขายของชำในชุมชนชนบทจะมีสินค้า เช่น ยา แก๊สหุงต้ม น้ำมันเบนซิน เสื้อผ้าเครื่องประดับ ขนมปัง ซึ่งในชุมชนเมืองจะมีร้านค้าที่ขายสินค้าเหล่านี้โดยเฉพาะด้วย

ตาราง 5.1 ประเภทของร้านในชุมชนเมือง ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทและชุมชนชนบท

ประเภทของร้านค้า/ชุมชน	ชุมชนเมือง	ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท	ชุมชนชนบท
50402 การขายปลีกจักรยานยนต์และอะไหล่ชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	✓		
52111 ซูเปอร์มาร์เก็ต (supermarket)	✓		
52113 ร้านสะดวกซื้อ (convenient store)	✓	✓	
52114 ร้านขายของชำ (grocery store)	✓	✓	✓
52201 ร้านขายปลีกผักและผลไม้	✓		
52204 ร้านขายปลีกผลิตภัณฑ์ขนมปัง	✓		
52205 ร้านขายปลีกเครื่องดื่ม	✓		
52209 ร้านขายอาหารซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	✓	✓	✓

<sup>6</sup> เฉพาะที่พบในพื้นที่ศึกษา ดูเพิ่มที่ภาคผนวก ค

ประเภทของร้านค้า/ชุมชน	ชุมชนเมือง	ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท	ชุมชนชนบท
52311 ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชกรรม เวชภัณฑ์ และสินค้าทางการแพทย์	✓		
52312 ร้านขายปลีกเครื่องสำอาง	✓		
52322 ร้านขายปลีกเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และส่วนประกอบของเครื่องแต่งกาย	✓	✓	
52331 ร้านขายปลีกเครื่องเรือน และเครื่องตกแต่งบ้านเรือน	✓		
52341 ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้าง	✓	✓	
52392 ร้านขายปลีกหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและเครื่องเขียน	✓		
52393 ร้านขายปลีกนาฬิกา แว่นตา และอุปกรณ์การถ่ายรูป	✓		
52394 ร้านขายปลีกเครื่องเพชรพลอย	✓		
52396 ร้านขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง รวมน้ำมันแก๊สและเชื้อเพลิงต่างๆ	✓		
52398 ร้านขายปลีกสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	✓		
52399 ร้านขายปลีกสินค้าทั่วไปอื่นๆซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	✓		✓
52590 การขายปลีกสินค้านอกร้านค้าอื่นๆ	✓		

ที่มา: เก็บข้อมูลภาคสนามโดยผู้วิจัย

ความหลากหลายของร้านค้าในแต่ละชุมชนสอดคล้องกับความเป็นศูนย์กลางของชุมชนในระดับต่างๆ ตามประเภทของสินค้าและจำนวนลูกค้า คือ ชุมชนชนบทจากพื้นที่ศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลพิชอุดมเป็นกลุ่มร้านค้าย่อยที่ให้บริการชุมชนระดับหมู่บ้าน มีประชากร 3,866 คน<sup>7</sup> และร้านค้าส่วนใหญ่ที่พบคือร้านขายของที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป หรือร้านขายของชำ ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทพื้นที่ศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากใหญ่เป็นกลุ่มร้านค้าย่อยเช่นกัน มีประชากร 5,860 คน<sup>8</sup> พบร้านมีสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้นด้วย เช่น ร้านขายเสื้อผ้า และร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ส่วนในชุมชนเมืองเทศบาลเมืองรังสิตเป็นศูนย์กลางระดับภาค มีประชากร 74,937 คน<sup>9</sup> นอกจากจะมีร้านค้าขายสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไปแล้วยังมีร้านค้าที่เน้นขายสินค้าเป็นประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะและร้านค้าสมัยใหม่อยู่ด้วย

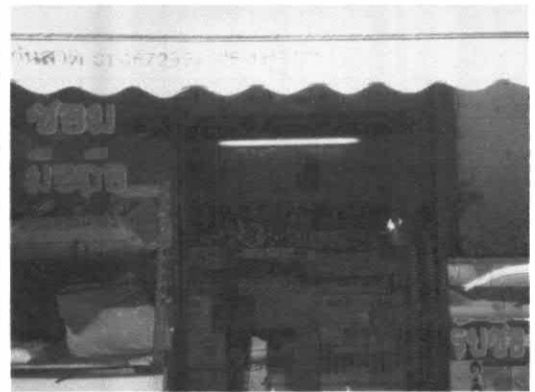
<sup>7-8</sup> ข้อมูลประชากรรายตำบล ธันวาคม พ.ศ.2550 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

<sup>9</sup> ข้อมูลประชากรในเขตเทศบาล พฤษภาคม พ.ศ. 2550 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

ภาพ 5.3 ร้านค้าในชุมชนเมือง (เทศบาลเมืองรังสิต) 1



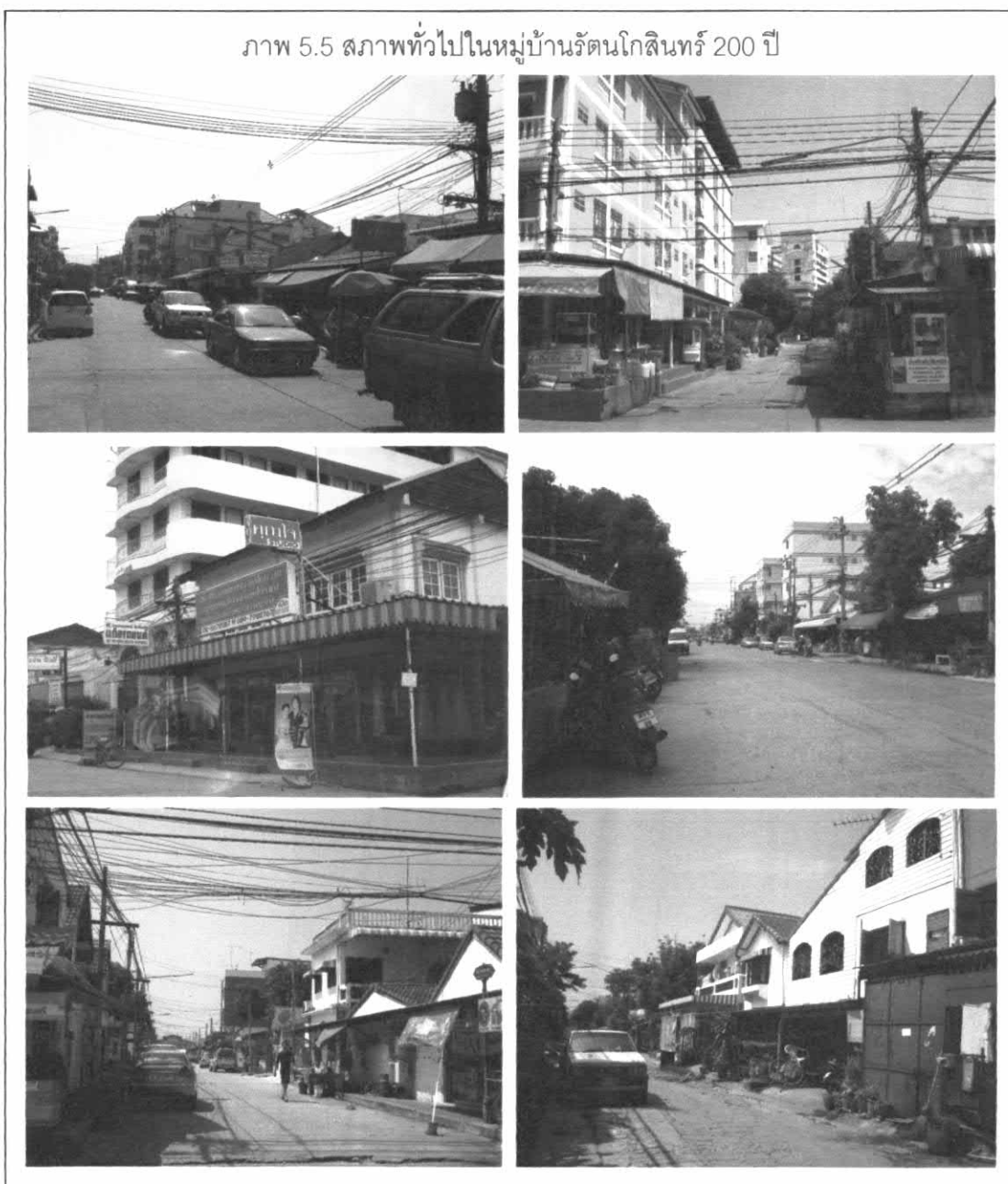
ภาพ 5.4 ร้านค้าในชุมชนเมือง(เทศบาลเมืองรังสิต)2



### 5.2.1 ลักษณะและสถานการณ์ของร้านค้าในชุมชนเมือง

การเก็บข้อมูลร้านค้าในชุมชนเมืองซึ่งเป็นชุมชนขนาดใหญ่จึงจำเป็นต้องสุ่มเลือกร้านค้าเพื่อสัมภาษณ์ร้านค้าในเขตเทศบาลเมืองรังสิต ร้านค้าที่สัมภาษณ์เป็นร้านค้าปลีกที่อยู่ในหมู่บ้านรัตนโกสินทร์ 200 ปี และหมู่บ้านสร้างบุญซึ่งอยู่ในแนวทางหลวงสาย346 (ปทุมธานี-บางเลน) โดยได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่กองสวัสดิการสังคมประจำเทศบาลเมืองรังสิตว่าหมู่บ้านดังกล่าวมีร้านค้าอยู่มาก หมู่บ้านรัตนโกสินทร์ 200 ปีอยู่ใกล้กับที่ทำการของเทศบาลเมืองรังสิต มีลักษณะเป็นหมู่บ้านจัดสรรที่บริเวณด้านหน้าใกล้กับทางเข้าหมู่บ้านตามแนวถนนหลักของหมู่บ้านเป็นอาคารพาณิชย์ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบกิจการค้าและบริการที่หลากหลาย ส่วนชอยย่อยๆ เป็นที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮ้าส์ และอาคารหอพัก

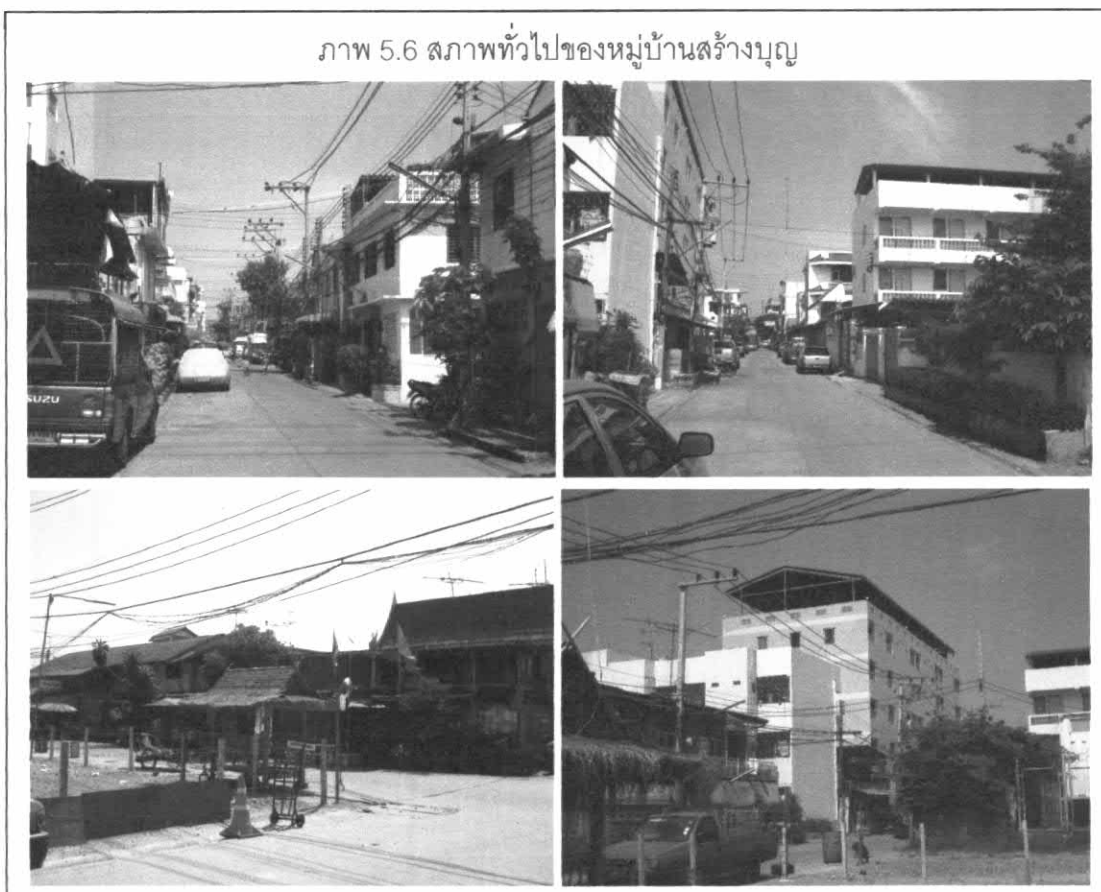
ภาพ 5.5 สภาพทั่วไปในหมู่บ้านรัตนโกสินทร์ 200 ปี





ส่วนหมู่บ้านสร้างบุญ(รังสิต-ปทุมธานี ซอย17,19,21)อยู่ติดกับชุมชนตลาดพรพัฒนาการโยธา และชุมชนตลาดสุชาติ มีทางออกมายังถนนถนนพหลโยธินได้ ร้านขายของชำที่อยู่ในหมู่บ้านแห่งนี้ตั้งอยู่ทั้งในถนนหลักและในซอยย่อย มีอาคารที่เป็นหอพักและบ้านเรือนค่อนข้างหนาแน่น บริเวณนี้เคยมีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กอยู่และเลิกกิจการไปแล้ว

ภาพ 5.6 สภาพทั่วไปของหมู่บ้านสร้างบุญ



ร้านขายของชำในชุมชนเมืองที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปีมีจำนวน 2 ร้าน ส่วนร้านค้าจำนวน 10 ร้านจาก 13 ร้าน ก่อตั้งมาเป็นเวลาประมาณ 1-20 ปี ร้านที่ก่อตั้งมาเกิน 20 ปี จำนวน 1 ร้าน สอดคล้องกับลักษณะของชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานมาเป็นเวลานาน ตั้งแต่มีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยมาจากกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างทั้งหมด 13 ร้านก็เป็นร้านค้าที่เจ้าของเริ่มกิจการเอง เพื่อให้บริการคนที่อาศัยในหมู่บ้านและพื้นที่ใกล้เคียงทั้งที่เป็นผู้อาศัยถาวรและผู้ที่มาอาศัยอยู่ชั่วคราวตามหอพักและบ้านเช่า เจ้าของร้านขายของชำบางรายกล่าวว่าหลายปีที่ผ่านมา มีร้านขายของชำเกิดขึ้นมากมายเพื่อรองรับจำนวนคนที่เพิ่มขึ้นอยู่ตามจุดต่างๆ ในหมู่บ้าน เนื่องจากในหมู่บ้านมีคนย้ายเข้ามาอยู่มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มาเช่าหอพักอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มแรงงานที่เป็นลูกค้าสำคัญร้านขายของชำ ซึ่งรายได้จากคนกลุ่มนี้เป็นรายได้สำคัญของร้านค้าที่ตั้งอยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม เจ้าของร้านค้าแห่งหนึ่งใน

หมู่บ้านสร้างบุญกล่าวว่า ก่อนที่โรงงานที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงจะเลิกกิจการไปในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ รายได้ส่วนใหญ่ของร้านมาจากคนงานที่มาซื้อของกินของใช้ ซึ่งทำให้ร้านค้ามีกำไรดี แต่เมื่อไม่มีโรงงานอยู่แล้วรายได้ของร้านค้าก็ลดลงเป็นอย่างมาก

ร้านขายของชำในชุมชนเมืองจำนวน 10 ใน 13 ร้านพักอาศัยอยู่ในอาคารเดียวกับร้านค้า โดยใช้พื้นที่ชั้นล่างตกแต่งเป็นที่ค้าขาย และชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย ส่วนร้านค้าอีก 3 แห่งที่เจ้าของร้านไม่ได้อยู่อาศัยในอาคารเดียวกับร้านค้า เจ้าของร้านมีอาศัยอยู่อาศัยในหมู่บ้านบริเวณที่ไม่ติดกับถนนหลักของหมู่บ้านที่มีคนพลุกพล่าน จึงมาเช่าพื้นที่อาคารชั้นล่างที่อยู่ริมถนนเพื่อเปิดเป็นร้านขายของ

การดำเนินการในร้านค้าได้แก่ จากจัดซื้อสินค้า การขายสินค้าให้แก่ลูกค้ารวมทั้ง การดูแลสภาพทั่วไปของร้านพบว่าในชุมชนเมือง 8 ใน 13 ร้าน เจ้าของร้านจะดำเนินการเอง ทั้งหมดไม่มีโดยไม่มีผู้ช่วยและสมาชิกคนอื่นในครอบครัวก็ออกไปประกอบอาชีพอย่างอื่นด้วย เช่นรับจ้าง รับราชการ ส่วนร้านอีก 5 ร้านที่มีผู้ช่วยก็จะเป็นคนในครอบครัว ร้านขายของชำในชุมชนเมืองมีเพียง 1 ร้านจาก 13 ร้าน ที่ติดป้ายราคาสินค้า ส่วนที่เหลือไม่มีการติดป้ายแสดงราคาสินค้า การติดราคาสินค้าเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในกรณีที่สินค้าบางชนิดไม่มีการแจ้งราคาที่บรรจุภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องคอยสอบถามราคากับผู้ขาย ลูกค้าสามารถพิจารณาเลือกหยิบสินค้าและเปรียบเทียบราคากันได้เอง

หากพิจารณาจากระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้านค้าในชุมชนเมืองซึ่งส่วนใหญ่เปิดกิจการมาเป็นระยะเวลานานแล้ว ดังนั้นจึงมีการปรับปรุงร้านบ้าง เช่น การเพิ่มชั้นวางของ ตู้เย็นสำหรับแช่เครื่องดื่มและการตกแต่งร้านใหม่ เพื่อให้อยู่ในสภาพดีเหมาะสมกับความต้องการใช้งานและสามารถดึงดูดลูกค้าได้ ร้านขายของชำแห่งหนึ่งในหมู่บ้านสร้างบุญที่เปิดกิจการเป็นระยะเวลาหลายปี ได้ปรับปรุงร้านโดยการปูพื้นใหม่เนื่องจากสภาพเดิมดูไม่สะอาดตา ทั้งนี้การตัดสินใจปรับปรุงร้านค้าก็ขึ้นอยู่กับความพอใจของเจ้าของกิจการเอง และเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงร้านเนื่องจากรายได้ของร้านขายของชำเหล่านี้เป็นรายได้หมุนเวียนที่ต้องนำเงินมาใช้ซื้อสินค้าเข้าร้าน ร้านที่ได้กำไรน้อยจึงไม่มีเงินที่จะพัฒนาปรับปรุงร้าน ดังนั้นจึงมีร้านค้าบางแห่งที่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานานแล้วแต่ก็ไม่ได้ทำการปรับปรุงร้านค้า ทำให้สภาพภายในร้านทรุดโทรมไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย อย่างไรก็ตามในชุมชนเมืองก็มีร้านค้าที่จัดวางสินค้าภายในร้านแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ แต่การดำเนินงานจัดการภายในร้านยังคงรูปแบบร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ภาพ 5.7 ร้านค้าในชุมชนเมืองที่ไม่มีการปรับปรุงร้าน



ภาพ 5.8 การปรับปรุงร้านของร้านในชุมชนเมือง



ภาพ 5.9 ร้านขายของชำในชุมชนเมืองที่มีการจัดร้านแบบสมัยใหม่



ตาราง 5.2 ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าของร้านขายของชำในชุมชนเมือง

กลุ่มประเภทสินค้า	ชุมชนเมือง(ยี่ห้อ)
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	53
เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	17
เครื่องปรุงรส	26
อาหารกระป๋อง	7
อาหารกึ่งสำเร็จรูป	6
น้ำมันพืช	3
อาหารแห้งอื่นๆ	8
ขนมและของกินเล่น	91
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	18
เครื่องสำอาง	47
ของใช้อื่นๆ	58
เครื่องเขียน	19
เชือกเพลิงและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับรถยนต์	1
อาหารสัตว์	3
ยารักษาโรค	27

ที่มา : เก็บข้อมูลภาคสนามโดยผู้วิจัย

สินค้าที่ขายในร้านเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน จากการศึกษายี่ห้อสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านขายของชำในชุมชนเมือง<sup>10</sup> ซึ่งพิจารณาโดยแบ่งกลุ่มประเภทสินค้า พบว่าความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าในชุมชนเมืองมีมากที่สุดสินค้าเกือบทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และขนมของกินเล่น นอกจากนี้ความหลากหลายของยี่ห้อแล้วระดับราคาสินค้าของร้านค้าในชุมชนเมืองยังมีให้เลือกตั้งแต่สินค้ายี่ห้อที่มีราคาสูงจนถึงยี่ห้อที่มีราคาต่ำ เจ้าของร้านค้าส่วนใหญ่กล่าวว่าสินค้าที่ขายดีส่วนใหญ่ได้แก่สินค้าประเภทเครื่องดื่มและของใช้ในบ้าน จากลักษณะการใช้ที่ดินที่มีความผสมผสานกันอย่าง

<sup>10</sup> ดูเพิ่มที่ภาคผนวก ง

มากในชุมชนเทศบาลเมืองรังสิต<sup>6</sup> โดยเฉพาะการใช้ที่ดินเพื่ออยู่อาศัย จึงเกิดกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับจำนวนประชากรที่มีจำนวนมากเพื่อให้การบริการเพียงพอกับความต้องการ เช่น สถานที่ราชการ โรงเรียนจำนวน 23 แห่ง มีสาขาของสถาบันการเงิน 27 แห่ง และมีโรงแรม 9 แห่ง รวมทั้งโรงงานอุตสาหกรรมอีก 104 แห่ง ประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ อันได้แก่ นักเรียน นักศึกษา แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมและแรงงานในภาคบริการ รวมทั้งประชากรที่อาศัยอยู่ตามหมู่บ้านในชุมชน ซึ่งมีรายได้ต่างกันตั้งแต่เจ้าของกิจการจนถึงแรงงาน ประชากรในชุมชนเหล่านี้จึงเป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อของจากร้านค้าขายของชำโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะประเภทสินค้าและยี่ห้อสินค้าที่มีหลายระดับราคา

ภาพ 5.10 เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์หลายระดับราคา



ภาพ 5.11 สินค้าประเภทขนม



<sup>6</sup> ดูปทที่ 4

ภาพ 5.12 สินค้าของร้านขายของชำในชุมชนเมือง(เทศบาลรังสิต)



หากพิจารณาปัจจัยด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อตัวอย่างร้านขายของชำในเทศบาลเมืองรังสิตพบว่า

- ปัจจัยทางด้านกายภาพ

ร้านค้ามีความสะดวกในการเข้าถึงสูง ระบบคมนาคมโดยรอบชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านค้าสามารถใช้เดินทางเชื่อมต่อระหว่างร้านค้าในชุมชนไปยังไปยังแหล่งสินค้าได้สะดวก เนื่องจากสามารถเชื่อมต่อถนนในชุมชนกับถนนสายหลัก(ทางหลวงสาย 346) และถนนสายประธาน (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1) ได้ มีระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทางที่มาจากกรุงเทพมหานครและแท็กซี่ จึงสามารถเดินทางด้วยบริการสาธารณะอื่นนอกเหนือจากรถยนต์หรือพาหนะส่วนตัวได้ และเนื่องจากเทศบาลเมืองรังสิตเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มีบทบาทเป็นชุมชนเมืองศูนย์กลางระดับภาคจึงมีระบบสาธารณูปโภคที่ได้รับจากดูแลตรวจตราจากเจ้าหน้าที่จากเทศบาล ที่ตั้งของร้านขายของชำในชุมชนเมืองส่วนใหญ่อยู่ในหมู่บ้าน ซึ่งมีลักษณะเป็นถนนซอยที่รถยนต์สามารถผ่านเข้าออกได้ หรืออยู่บริเวณถนนสายหลักของหมู่บ้าน ซึ่งมีขนาด 2 ช่องทางจราจรเมื่อรวมกับไหล่ทางทำให้ถนนมีขนาดกว้างพอที่จะจอดรถยนต์เพื่อแวะซื้อสินค้าโดยที่รถคันอื่นยังสามารถผ่านไปมาได้ จากการสำรวจพบว่าจำนวนร้านขายของชำในชุมชนเมืองมีอยู่เป็นจำนวนมาก ลูกค้าสามารถเดินจากร้านหนึ่งไปอีกร้านหนึ่งได้เขตบริการของร้านค้าจึงซ้อนกัน โดยลูกค้าสามารถเลือกเดินไปซื้อสินค้าจากร้านใดร้านหนึ่งที่อยู่ในซอยเดียวกันได้สะดวก นอกจากนี้ในชุมชนยังมีความสว่างของแสงไฟฟ้าอย่างเพียงพอ จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางไปซื้อสินค้าของลูกค้า

- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

ผลจากการสอบถามร้านค้าตัวอย่าง มีร้านค้าจำนวนสามร้านที่ต้องลงทุนในเรื่องค่าเช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า รายได้จากการขายสินค้าของร้านค้าที่ยังไม่ได้หักค่าใช้จ่ายคงเหลือเป็นกำไรที่ไม่มากนักในแต่ละวันซึ่งพอซื้อสินค้าเข้าร้านเพิ่มได้ครั้งละไม่มาก ส่วนเงินที่นำมาลงทุนก่อตั้งกิจการนั้นเป็นเงินส่วนตัวของเจ้าของกิจการเองไม่ได้กู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ประเภทต่างๆ ร้านขายของชำในหมู่บ้านรัตนโกสินทร์ 200 ปี ได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของร้านสะดวกซื้อ (convenient store) เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น ซึ่งมีถึง 3 ร้านในหมู่บ้าน และมีเทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรสอีกหนึ่งแห่ง เจ้าของร้านขายของชำแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ใกล้กับ เทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรสสาขาหมู่บ้านรัตนโกสินทร์ 200 ปี กล่าวว่าตั้งแต่โลตัสเอ็กซ์เพรสมาตั้งอยู่ในหมู่บ้าน 1-2 ปีที่ผ่านมาร้านค้าก็ขายได้น้อยลง ลูกค้าเลือกไปซื้อสินค้าจากโลตัสเอ็กซ์เพรสหากมีสินค้าที่ลดราคาและมีราคาถูกร้านขายของชำจึงต้องแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพื่อความอยู่รอด ส่วนในหมู่บ้านสร้างบุญไม่มีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตั้งอยู่ในหมู่บ้าน คู่แข่งจึงเป็นร้านขายของชำด้วยกันเอง

- ปัจจัยทางด้านสังคม

ชุมชนเมืองเทศบาลเมืองรังสิตเป็นอยู่ไม่ไกลจากสถานศึกษา มหาวิทยาลัย และย่านโรงงานอุตสาหกรรมของจังหวัด ดังนั้นนอกจากผู้อยู่อาศัยถาวรที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่แล้วยังมีนักศึกษาและแรงงานอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ความต้องการใช้ซื้อสินค้าเพื่อใช้ในการดำรงชีวิตมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนร้านค้าที่อยู่ในชุมชนมากตามไปด้วย สินค้าที่กลุ่มดังกล่าวซื้อส่วนใหญ่เป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน

5.2.2 ลักษณะและสถานการณ์ของร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท (องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากใหญ่)

ระยะเวลาที่ร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท 9 ใน 10 ร้านมีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการอยู่ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่หนึ่งปีขึ้นไปแต่ไม่เกิน 20 ปี และมีร้านที่เปิดกิจการเป็นระยะเวลาดำเนินการหนึ่งปีเพียงหนึ่งร้านจาก 10 ร้าน ร้านดังกล่าวตั้งอยู่ในเขตหมู่ 5 ใกล้เคียงมีลักษณะเป็นร้านค้าสมัยใหม่ที่มีการจัดและตกแต่งร้านเหมือนกับร้านสะดวกซื้อ แต่แรกเริ่มเจ้าของร้านลงทุนสร้างที่พักเพื่อให้นักงงานและคนงานที่ทำงานอยู่ในโรงงานละแวกใกล้เคียงเช่าและเปิดร้านขายของชำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่พักอาศัยในห้องเช่า โดยลงทุนซื้อชั้นวางของใหม่ทั้งหมด จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ และมีตะกร้าสำหรับใส่สินค้าให้ลูกค้าบริการตนเอง

ภาพ 5.13 ร้านขายของชำที่ตกแต่งเหมือนร้านสะดวกซื้อ





ร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทที่เจ้าของร้านปัจจุบันเป็นผู้ก่อตั้งร้านเอง มีจำนวน 9 ร้านจาก 10 ร้าน และร้านที่เจ้าของไม่ได้ก่อตั้งเอง 1 ร้าน ซึ่งร้านดังกล่าวนี้เจ้าของปัจจุบันรับช่วงต่อมาจากเจ้าของเดิม ที่เลิกประกอบกิจการแล้วย้ายไปอยู่ที่อื่น ลักษณะของร้านที่ใช้เป็นที่พักอาศัยด้วย มีจำนวน 8 ร้านจาก 10 ร้าน ร้านค้าที่ใช้เป็นที่ขายสินค้าเพียงอย่างเดียวก็มีที่พักอาศัยอยู่ไม่ไกลจากร้านค้าคือในหมู่บ้านเดียวกัน หรือใช้อาคารที่อยู่ริมถนนเป็นร้านค้า ส่วนที่อยู่อาศัยจะอยู่อาคารด้านหลังในบริเวณเดียวกัน



ร้านในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท 8 ใน 10 ร้าน เจ้าของร้านจะดำเนินการเองทั้งหมด โดยไม่มีผู้ช่วย ส่วนร้านที่มีผู้ช่วยร้านหนึ่งเป็นคนในครอบครัว อีกร้านหนึ่งเป็นร้านค้าที่มีลักษณะขายปลีกและขายส่งด้วยจึงจำเป็นต้องจ้างลูกจ้างเพื่อขับรถส่งของส่งของและช่วยจัดการสินค้าในร้านที่มีจำนวนมากกว่าร้านค้าปลีกทั่วไป ร้านค้าดังกล่าวตั้งอยู่ในอาคารพาณิชย์ของหมู่บ้านชนวนซึ่งเป็นหมู่บ้านจัดสรรเก่าในพื้นที่หมู่ 5 จากการสอบถามพบว่าร้านแห่งนี้ส่งสินค้าให้แก่ร้านขายของชำทั่วทั้งชุมชนเชียงรากใหญ่

ภาพ 5.15 ร้านขายปลีก-ขายส่งในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท



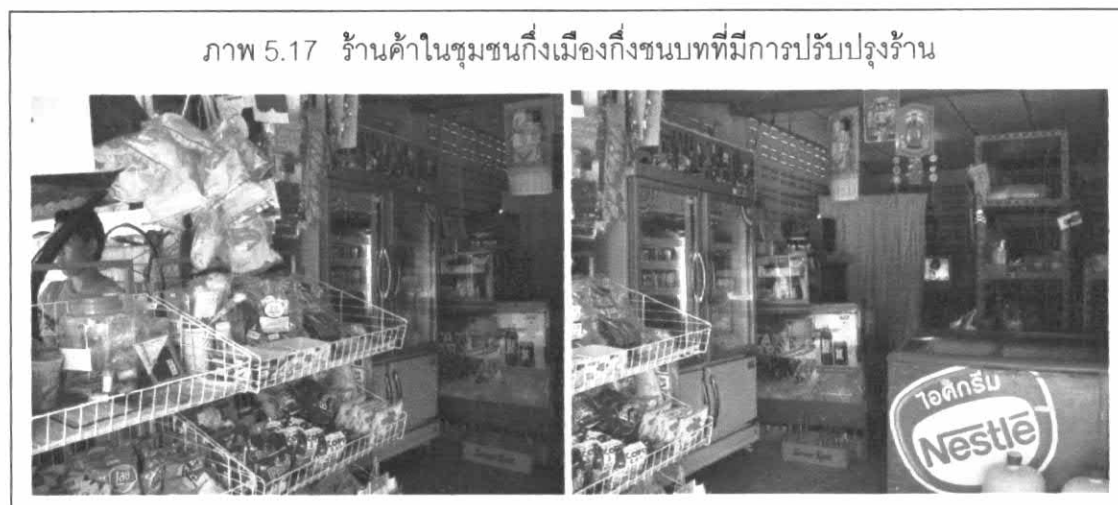
จากการสำรวจร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท 9 ใน 10 ร้าน ไม่มีการติดป้ายราคาสินค้า มีเพียงร้านเดียวที่ติดป้ายราคาสินค้า คือ ร้านที่มีการตกแต่งแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ภาพ 5.16 ร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทที่ติดป้ายราคาสินค้า



ร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทมีเพียงร้านเดียวที่เคยทำการปรับปรุงร้าน เจ้าของร้านดังกล่าวดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลาประมาณเจ็ดปี โดยรับช่วงต่อร้านขายของ

มาจากญาติที่เคยทำกิจการอยู่ก่อนเป็นเวลาสิบปี เจ้าของร้านคนปัจจุบันทำการปรับปรุงร้าน โดยการเพิ่มชั้นวางสินค้าและปรับปรุงชั้นวางสินค้าที่มีอยู่เดิมให้อยู่ในสภาพที่ดีขึ้น ร้านค้าอีก 9 ร้าน ไม่ได้มีการปรับปรุงร้านค้าเพิ่มเติมแม้ว่าบางร้านจะเปิดกิจการมานานหลายปี



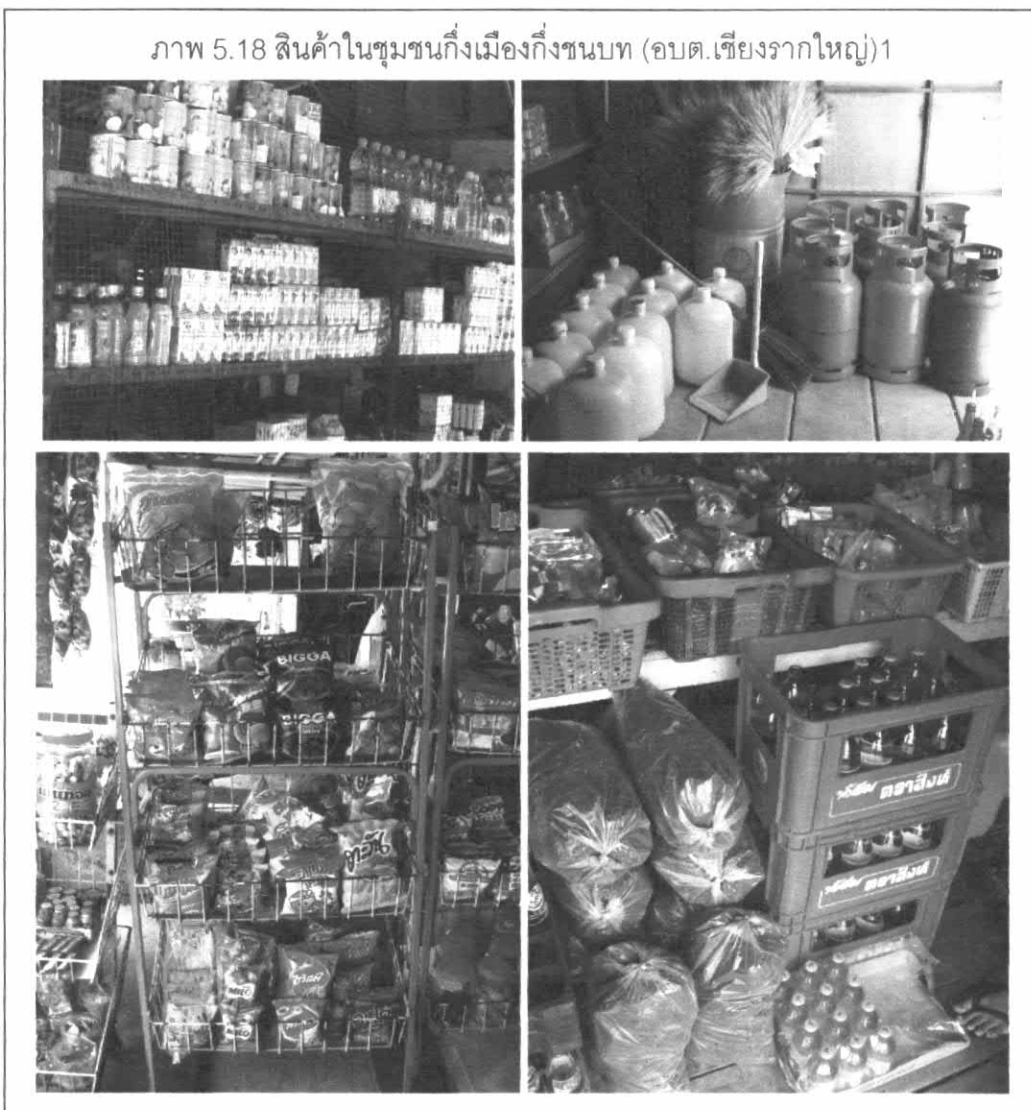
ตาราง 5.3 ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าของร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท

กลุ่มประเภทสินค้า	ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	42
เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	18
เครื่องปรุงรส	29
อาหารกระป๋อง	7
อาหารกึ่งสำเร็จรูป	4
น้ำมันพืช	5
อาหารแห้งอื่นๆ	5
ขนมและของกินเล่น	85
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	17
เครื่องสำอาง	39
ของใช้อื่นๆ	47
เครื่องเขียน	9
เชือกเชือกและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับรถยนต์	5
อาหารสัตว์	0
ยารักษาโรค	18

ที่มา : เก็บข้อมูลภาคสนามโดยผู้วิจัย

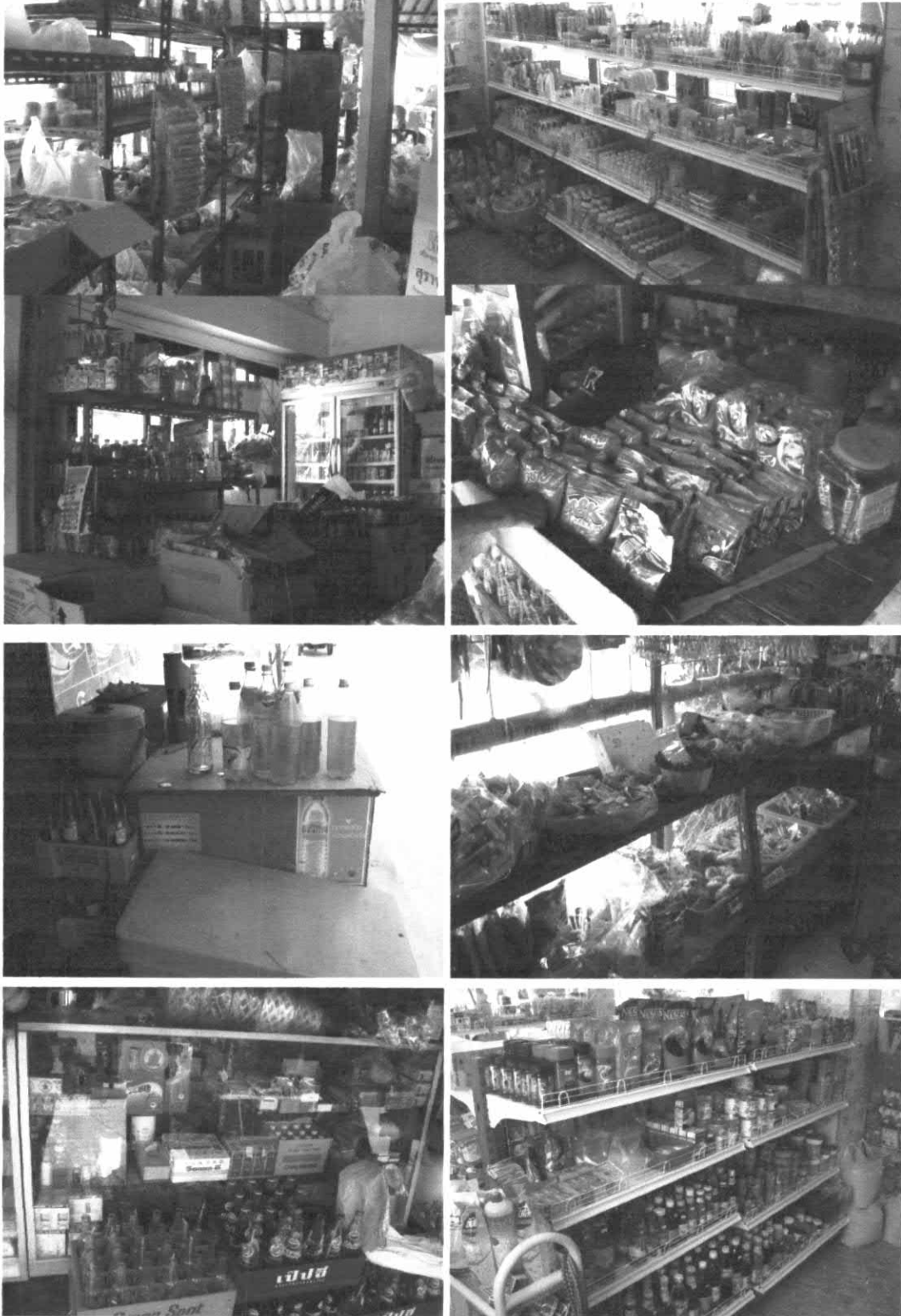
จากการศึกษาห้อยสินค้า<sup>7</sup>ที่วางจำหน่ายในร้านขายของชำของชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบท โดยแบ่งกลุ่มประเภทสินค้า พบว่าความหลากหลายของห้อยสินค้านี้มีความใกล้เคียงกับร้านขายของชำในชุมชนเมือง สินค้าหลายประเภทมีความหลากหลายของห้อยสินค้าน้อยกว่า แต่ก็มีสินค้าบางประเภท ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องปรุงรสและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรถยนต์ที่ร้านค้าในชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบทมีความหลากหลายของห้อยสินค้านั้นมากกว่าร้านค้าในชุมชนเมือง ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของประชากร จากการศึกษาลักษณะของการใช้ที่ดินที่ประกอบด้วยโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 30 แห่ง มีร้านค้าทั่วไป 49 แห่ง บ้านเช่า 32 แห่ง ธุรกิจบริการ 11 แห่ง และโรงเรียน 2 แห่ง แสดงถึงลักษณะของประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นแรงงานหรือเจ้าหน้าที่ซึ่งมาเช่าบ้านหรือพ่อกักอยู่ในพื้นที่ และประชากรที่มีภูมิลำเนาดั้งเดิมอยู่ในพื้นที่ ซึ่งมีความต้องการสินค้าประเภทดังกล่าวมาก

ภาพ 5.18 สินค้าในชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบท (อบต.เชียงรากใหญ่)1



<sup>7</sup> ดูเพิ่มที่ภาคผนวก ง

ภาพ 5.19. สินค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท (อบต.เชียงรากใหญ่)2



อิทธิพลที่มีผลต่อตัวอย่างร้านขายของชำในองค์การบริหารส่วนตำบลเชียงรากใหญ่ ได้แก่

- ปัจจัยทางด้านกายภาพ

การเดินทางเข้าถึงชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท(อบต.เชียงรากใหญ่)สามารถเข้าได้จากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 347(ถนนปทุมธานี-ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร) และ 3214(ถนนบางขันธ-หนองเสือ) ซึ่งเป็นถนนสายหลักและสายรองตามลำดับ ดังนั้นการเข้า-ออกจากพื้นที่เพื่อไปซื้อสินค้าจากแหล่งที่อยู่นอกชุมชนจึงค่อนข้างสะดวกสำหรับผู้ที่มียานพาหนะส่วนตัว ส่วนถนนในชุมชนมี 2 ช่องทางการจราจรให้รถวิ่งสวนทางกันแต่ถนนซอยเข้าหมู่บ้านบางบริเวณไม่อยู่ในสภาพสมบูรณ์มาก แต่ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาซื้อสินค้า ที่ตั้งของร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทส่วนใหญ่อยู่ริมถนนสายหลักในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นย่านชุมชนที่ใกล้กับโรงเรียน โรงงานหรือบริเวณที่มีประชากรอาศัยรวมกันอยู่มาก จำนวนของร้านไม่หนาแน่นเท่ากับในชุมชนเมือง ลูกค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทนิยมเดินทางมาซื้อสินค้าด้วยการเดินและรถจักรยานยนต์ ดังนั้นเขตบริการของร้านขายของชำในชุมชนนี้จะอยู่ในละแวกใกล้เคียงกับร้านที่สามารถเดินหรือใช้จักรยานยนต์เป็นพาหนะได้

- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

จากตัวอย่างร้านค้าในพื้นที่ศึกษาชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท เจ้าของร้านไม่ต้องเสียค่าเช่าเนื่องจากอาคารที่ใช้เป็นที่ตั้งร้านเป็นกรรมสิทธิ์ของเจ้าของร้านเอง ร้านค้าในชุมชนส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทร้านขายของชำดังนั้นสินค้าที่ขายในร้านจึงมีความคล้ายคลึงกัน แต่อาจมีความหลากหลายในเรื่องประเภทของสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งตามลักษณะประชากรที่เป็นลูกค้าหลักของแต่ละร้าน

- ปัจจัยทางด้านสังคม

ลูกค้าที่ต้องการเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านขายของชำในละแวกบ้านในช่วงเวลากลางวันค่อนข้างปลอดภัย แต่ในช่วงค่ำร้านค้าส่วนใหญ่จะปิดเนื่องจากปัญหาเรื่องความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินที่มักเกิดการปล้นจี้บ่อยครั้ง การตั้งบ้านเรือนของคนในชุมชนเชียงรากใหญ่ไม่หนาแน่นเท่าในชุมชนเมืองดังนั้นในช่วงค่ำประมาณหนึ่งถึงสองทุ่มในชุมชนจะค่อนข้างเงียบ ร้านค้าหลายแห่งจะปิดร้าน บางร้านจะปิดเฉพาะประตูเหล็กยึดด้านหน้าร้านแต่ยังขายของอยู่หากมีลูกค้าต้องการซื้อสินค้า

ลักษณะของประชากรที่แตกต่างกันในแต่ละบริเวณของชุมชนแสดงให้เห็นถึงลักษณะสินค้าที่ขายได้มาก เช่น ในพื้นที่หมู่ 5 มีโรงเรียนวัดบ้านพร้าวในตั้งอยู่ บริเวณตรงข้ามโรงเรียนมีร้านขายของชำซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือ นักเรียนจากโรงเรียนดังกล่าว ดังนั้นสินค้าที่ขายได้มาก ก็คือ ขนมขบเคี้ยว ไอศกรีมและลูกอมยี่ห้อต่างๆ ส่วนร้านแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ใกล้กับหอพัก

ของคณงาน สินค้าที่ขายได้มาก คือ อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารกระป๋องและของใช้ในชีวิตประจำวัน จำพวก สบู่ แชมพู และผงซักฟอก เป็นต้น



5.2.3 ลักษณะและสถานการณ์ของร้านค้าในชุมชนชนบท (องค์การบริหารส่วนตำบลพีชอุดม)

จากตัวอย่างร้านขายของชำในชุมชนชนบทจำนวน 6 ร้าน มีร้านเปิดใหม่ที่ดำเนินการเป็นระยะเวลาต่ำกว่าหนึ่งปี 2 ร้าน ร้านค้าที่เปิดมาแล้วไม่เกิน 10 ปี จำนวน 2 ร้าน ร้านที่เปิดมานานเกิน 10 ปีแต่ไม่เกิน 20 ปีอีก 2 ร้าน แต่ไม่มีร้านค้าที่เปิดมานานเกินกว่า 20 ปี ซึ่งทุกร้านมีเจ้าของร้านปัจจุบันเป็นผู้ก่อตั้งกิจการตั้งแต่แรก

ลักษณะของร้านมีเพียง 1 ร้านจากจำนวน 6 ร้านที่ใช้อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งร้านในการประกอบกิจการเพียงอย่างเดียว อีก 5 ร้านใช้เป็นที่อยู่อาศัยด้วย สอดคล้องกับการดำเนินการภายในร้าน คือ มีเพียงร้านเดียวที่เจ้าของดำเนินการภายในร้านเองทั้งหมดโดยไม่มีผู้ช่วย เจ้าของร้านมาเปิดขายของชำอยู่ริมถนนคลองสิบสาม แต่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่ลึกเข้าไป ร้านที่มีผู้ช่วยมีลักษณะเป็นครอบครัวที่อยู่ด้วยกันหลายคน จึงมีญาติคอยช่วยเหลือการดำเนินการในร้าน บางอย่าง เช่น การจัดร้าน เฝ้าร้าน และขายสินค้า เป็นต้น

จากตัวอย่างทั้งหมด ร้านขายของชำในชุมชนชนบทของพื้นที่ศึกษาไม่ติดป้ายแสดงราคาสินค้าและไม่เคยมีการปรับปรุงร้านค้า การจัดวางสินค้าในร้านค้าบางแห่งที่เปิดดำเนินการมาหลายปีแล้วไม่ค่อยเป็นระเบียบ แต่ร้านค้าที่เปิดดำเนินการไม่นานมีการจัดวางสินค้าที่จำหน่ายเป็นระเบียบสวยงาม ใกล้เคียงกับการจัดสินค้าบนชั้นของร้านค้าสมัยใหม่

ภาพ 5.21 การจัดวางสินค้าของร้านขายของชำในชนบท



ตาราง 5.4 ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าของร้านขายของชำในชุมชนชนบท

กลุ่มประเภทสินค้า	ชุมชนชนบท
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	34
เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	4
เครื่องปรุงรส	17
อาหารกระป๋อง	4
อาหารกึ่งสำเร็จรูป	4
น้ำมันพืช	4
อาหารแห้งอื่นๆ	11
ขนมและของกินเล่น	38
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	13
เครื่องสำอาง	27
ของใช้อื่นๆ	20



กลุ่มประเภทสินค้า	ชุมชนชนบท
เครื่องเขียน	4
เชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับรถยนต์	13
อาหารสัตว์	1
ยารักษาโรค	26

ที่มา : เก็บข้อมูลภาคสนามโดยผู้วิจัย

จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านขายของชำในชุมชนชนบท<sup>13</sup> เมื่อจัดกลุ่มประเภทสินค้าแล้ว ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าในหลายประเภทต่ำกว่าร้านในชุมชนเมืองและชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท แต่กลับมีสินค้าบางประเภทที่มีความหลากหลายของยี่ห้อสินค้ามากกว่า ได้แก่ สินค้าประเภทเชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับรถยนต์และยารักษาโรค นอกจากนี้ยังมีสินค้าเฉพาะอย่างบางรายการที่ร้านขายของชำในชุมชนเมืองและชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทไม่มีขาย ได้แก่ ดิน ปุ๋ย และน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น จากการศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินของชุมชนซึ่งส่วนใหญ่ยังคงเป็นพื้นที่เกษตร มีโรงงานอุตสาหกรรมและปั้มน้ำมันเพียงหนึ่งแห่ง ดังนั้นประเภทของสินค้าที่พบในร้านขายของชำของชุมชนชนบทจึงแตกต่างจากในชุมชนอื่น ประเภทของสินค้านี้ดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของลักษณะประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนซึ่งส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพเกษตรกรรม และยังคงอาศัยยานพาหนะส่วนตัวเป็นหลักในการเดินทาง จากที่อยู่อาศัยของตนเองไปยังที่ต่างๆแต่อยู่ห่างจากสถานีบริการน้ำมัน เจ้าของร้านขายของชำจึงพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าในชุมชนด้วยการรวมเอาสินค้าที่โดยปกติควรอยู่ในร้านค้าที่ขายสินค้าหรือบริการเฉพาะอย่างเหล่านี้ไว้ในร้านขายของชำของตนด้วย

<sup>13</sup> ดูเพิ่มที่ภาคผนวก ง

ภาพ 5.22 สินค้าในชุมชนชนบท (อบต.พีชอุดม)



อิทธิพลที่มีผลต่อตัวอย่างร้านขายของชำในองค์การบริหารส่วนตำบลพิชอุดม ได้แก่

- ปัจจัยทางด้านกายภาพ

เส้นทางคมนาคมหลักของชุมชนชนบทกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลพิชอุดม ได้แก่ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3312 (ถนนลำลูกกา)ที่สามารถเชื่อมต่อจากกรุงเทพมหานครผ่านปทุมธานีไปยังจังหวัดนครนายกได้ และถนนคลองสิบสามที่ขนานไปกับคลองชลประทาน มีถนนขนาด 2 ช่องทางจราจรอยู่ทั้งสองฝั่งของคลอง และสามารถเชื่อมถึงกันได้ด้วยสะพาน ร้านขายของชำส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณถนนสายดังกล่าวซึ่งเป็นถนนสายหลักของชุมชน ทำให้สามารถเข้าถึงร้านได้สะดวก ส่วนลักษณะการใช้ที่ดินในบริเวณที่ลึกเข้าไปจากเส้นทางสายหลักของชุมชนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม และมีการตั้งบ้านเรือนอยู่กันแบบกระจายตัวไม่หนาแน่น ดังนั้นร้านค้าส่วนใหญ่จึงตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของชุมชน จากการสำรวจพบว่าร้านขายของชำตั้งอยู่ค่อนข้างห่างกัน การเดินเท้าไปซื้อสินค้าจึงไม่สะดวกนัก นอกจากลูกค้าที่อาศัยหรือทำงานอยู่ใกล้กับร้าน ส่วนลูกค้าที่อยู่ห่างจากร้านออกไปมักนิยมใช้รถจักรยานยนต์ประกอบกับสินค้าที่จำหน่ายในร้านที่ตรงกับความต้องการของประชากรในพื้นที่ซึ่งสะดวกกว่าที่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าเหล่านั้นจากแหล่งสินค้าในเมือง ดังนั้นเขตบริการของร้านขายของชำในชนบทจึงกว้างกว่าในชุมชนเมืองและชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท

- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

ร้านค้าในชุมชนชนบทไม่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่เพื่อเปิดกิจการ และแม้ว่าจะมีทำเลที่ตั้งร้านติดริมถนนแต่ในช่วงระหว่างวันเกษตรกรออกไปที่นาและสวน ประชากรบางส่วนไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมและไปโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง บริเวณชุมชนชนบทแห่งนี้จึงค่อนข้างเงียบ เจ้าของร้านค้าแห่งหนึ่งกล่าวว่าแม้ภายในชุมชนจะไม่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตั้งอยู่ แต่บริเวณหมู่ที่ 7 ของอบต.พิชอุดมจะมีตลาดนัดขายสินค้าอุปโภคบริโภคอาทิตย์ละครั้ง ประชากรในชุมชนก็ไปซื้อสินค้าจากแหล่งนี้ด้วยเช่นกัน

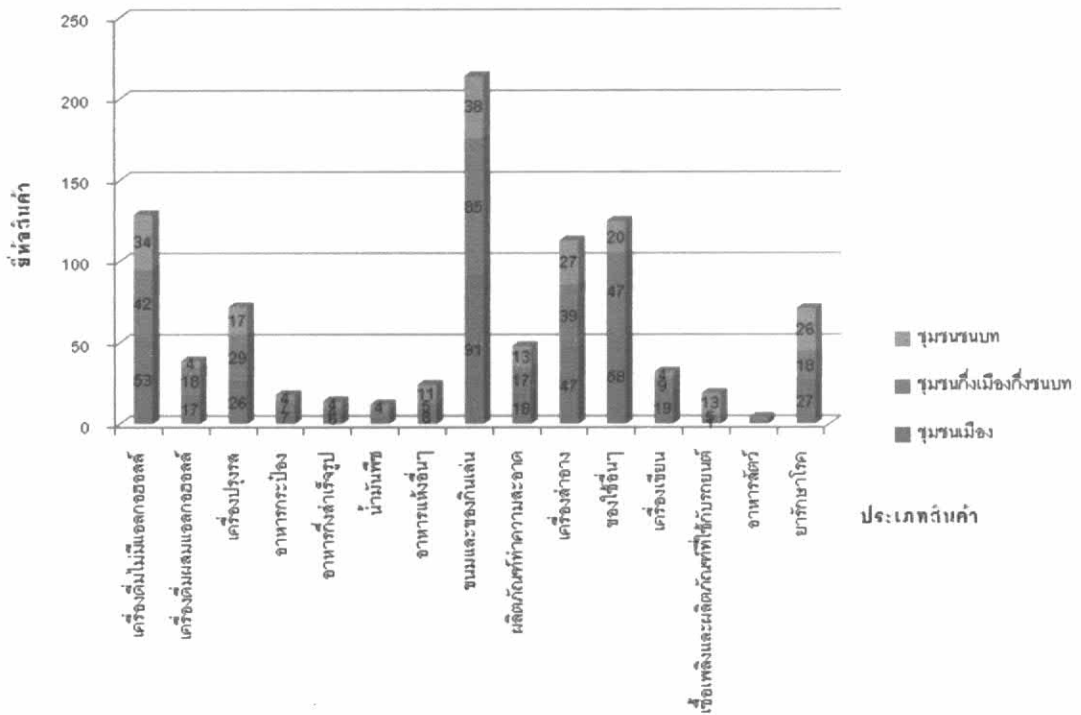
- ปัจจัยทางด้านสังคม

ร้านค้าในชุมชนชนบทก็ประสบปัญหาเรื่องความปลอดภัยเช่นเดียวกับร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท คือ ปัญหาการจี้ปล้นร้านค้าในเวลากลางคืน เนื่องจากบริเวณดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นที่สวนและนา ประชากรอาศัยกันอยู่ห่างๆและไม่มีไฟฟ้าให้แสงสว่างบริเวณถนนอย่างเพียงพอ ในเวลากลางคืนจึงค่อนข้างเปลี่ยว ดังนั้นเจ้าของร้านในชุมชนส่วนใหญ่จะปิดร้านเวลาประมาณหนึ่งถึงสองทุ่ม

ลักษณะของประชากรมีอิทธิพลต่อร้านขายของชำในชุมชนชนบทอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากความต้องการของประชากรในชุมชนมีไม่เพียงพอให้ร้านค้าที่ขายสินค้าเฉพาะอย่างตั้งอยู่ได้ ทำให้ร้านขายของชำซึ่งเป็นร้านค้าประเภทที่พบมากที่สุด ในชุมชนชนบทจำเป็นต้อง

อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า จากตัวอย่างคือ ลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมรายย่อยและลูกค้าที่มียานพาหนะ ความต้องการสินค้าของประชากรในชุมชนและความพยายามตอบสนองความต้องการเหล่านั้นของร้านค้าจึงมีผลต่อชนิดของสินค้าที่จำหน่ายในร้าน

แผนภูมิ 5.1 เปรียบเทียบความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าในกรณีศึกษา



ที่มา : เก็บข้อมูลโดยผู้วิจัย

เมื่อเปรียบเทียบความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าในแต่ละชุมชนพบว่า ในภาพรวมยี่ห้อของสินค้าในชุมชนเมืองมีความหลากหลายมากกว่าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทและชุมชนชนบท นอกจากนี้ร้านค้าบางแห่งยังขายอาหารตามสั่งเล็กน้อยๆ ก๋วยเตี๋ยว หรือซากาแฟแบบงให้บริการแก่คนในชุมชน นอกเหนือจากการขายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปด้วย เรียกว่าเป็นร้านขายของชำที่มีสินค้าครบเครื่อง ซึ่งลักษณะดังกล่าวพบในชุมชนทั้งสามแห่ง

ภาพ 5.23 ร้านขายของชำที่ขายอาหารด้วย



ตาราง 5.5 ความถี่ของยี่ห้อสินค้าแต่ละชนิดที่พบในร้านค้า

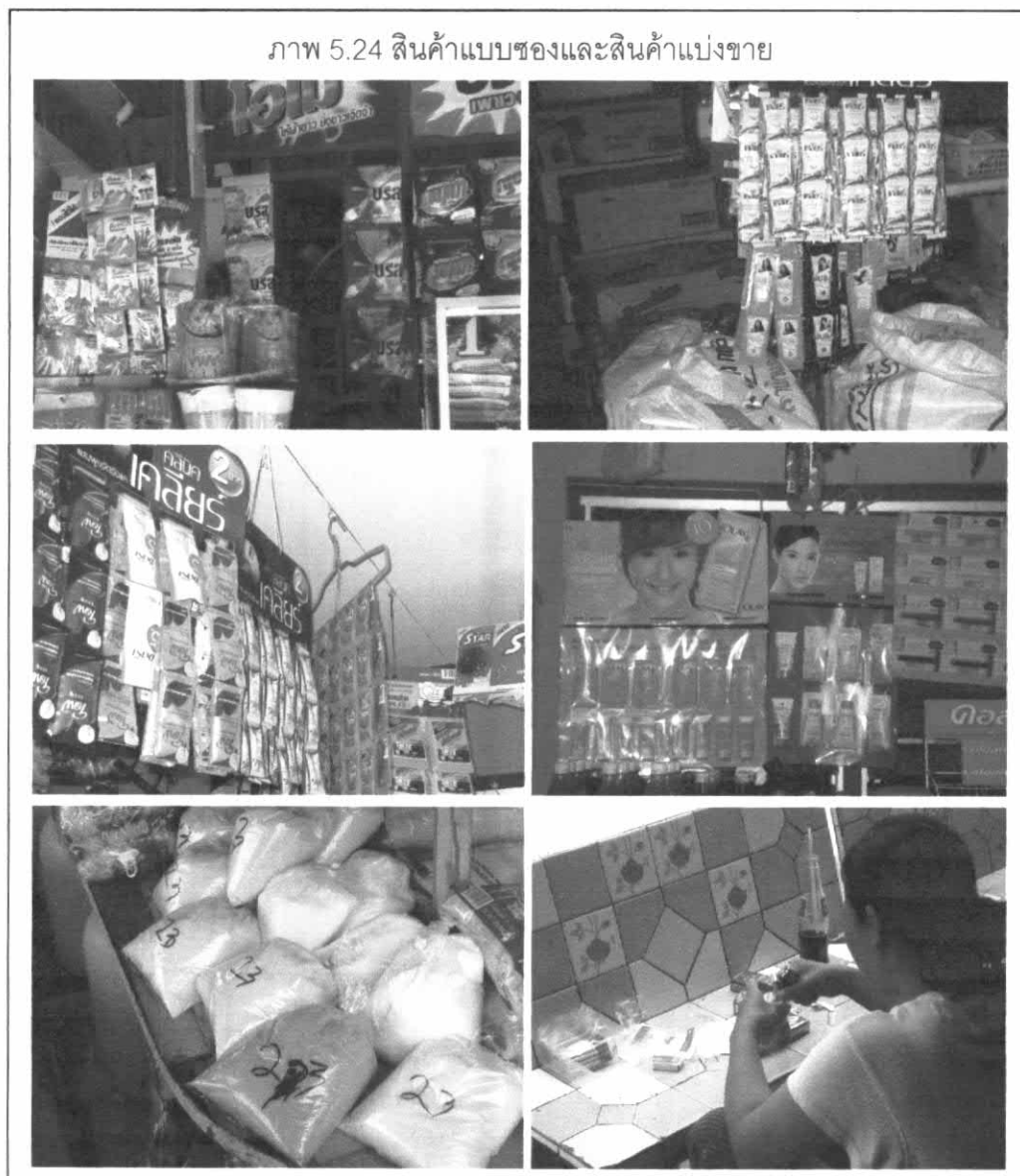
ผลิตภัณฑ์	ชุมชนเมือง (13)		ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท (10)		ชุมชนชนบท (6)	
	ยี่ห้อ	จำนวน	ยี่ห้อ	จำนวน	ยี่ห้อ	จำนวน
น้ำอัดลม	แฟนต้า	10	แฟนต้า	9	โค้ก	5
นม	ไวตามิลค์	12	ไวตามิลค์,ดัชมิลค์	7	โฟมอสต์,เรือโบ	3
เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	ลีโอ,สิงห์,แม่โขง, เหล้าขาว	6	ลีโอ,เหล้าขาว,ช้าง	5	ลีโอ	2
เครื่องดื่มชูกำลัง	เอ็ม150	7	แรงเยอร์	6	เอ็ม150	4
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	เนสกาแฟ	11	เนสกาแฟ	9	โออิซิกรินที	5
เครื่องปรุงรส	ทิพยรส,เด็กสมบุญ,ภูเขาทอง	7	เด็กสมบุญ	7	ภูเขาทอง, เด็กสมบุญ	4
อาหารกระป๋อง	พีเจียน,โรซ่า	10	พีเจียน,ซีเล็กซ์,ปลา ยิ้ม,โรซ่า	4	พีเจียน,ปลา ยิ้ม, สามแม่ครัว	2
ขนมปังสำเร็จรูป	ไวไว	11	มามา	6	ไวไว	2
ผงซักฟอก	บริส	9	บริส	8	บริส	3
น้ำยาล้างจาน	ซันไลต์	10	ซันไลต์,ไลปอนเอฟ	4	ซันไลต์	4
ยาสีฟัน	คอลเกต	10	คอลเกต	6	คอลเกต	3
แป้ง	โพรเทคส์	8	แคร์	5	แคร์	4
สบู่	นกแก้ว	7	ลักส์	7	แคร์,ลักส์	4
แชมพู	ซันซิล	11	ซันซิล	5	ซันซิล,รีจอยส์	4
น้ำมันพืช	มรกต	9	มรกต	6	โอสัน	4
ลูกอม/หมากฝรั่ง	ฮอลล์	8	หมากฝรั่งสเปียร์มินท์	5	มายมินท์	3
ขนม	เลย์	8	เลย์	6	สแน็กแจ็ค,เทสโต้	4
ยา	ซาร่า,ทิฟฟี่, ดีคอลเจน	6	เปียเชียน	5	เบนโล,ทิฟฟี่	3

ที่มา : เก็บข้อมูลภาคสนามโดยผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาความถี่ของยี่ห้อสินค้าแต่ละชนิดที่พบในแต่ละชุมชน พบว่าสินค้าหลายชนิดมียี่ห้อที่พบในร้านขายของชำมากกว่ายี่ห้ออื่น เป็นสินค้าที่ห่อเดียวกันกับชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษาด้วย แสดงถึงความนิยมของชุมชนในพื้นที่ศึกษาที่มีต่อสินค้านั้นๆ

สินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กทั้งที่เป็นแบบซอง ขวด หรือหลอด เช่น แคมพู สบู่ ผงซักฟอก ยาสีฟัน โฟมล้างหน้า และสินค้าบางประเภทที่แบ่งขาย เช่น น้ำตาล ข้าวสาร บุหรี่<sup>9</sup> และเหล้าขาว เป็นต้นสินค้านี้เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านขายของชำ ซึ่งลูกค้าส่วนหนึ่งซื้อสินค้าในลักษณะดังกล่าวเนื่องจากต้องการใช้เฉพาะกาลเท่านั้นจึงซื้อในปริมาณน้อย อีกส่วนหนึ่งคือ กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยที่ไม่สามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากได้ จึงต้องซื้อสินค้าครั้งละน้อย

ภาพ 5.24 สินค้าแบบซองและสินค้าแบ่งขาย



<sup>9</sup> การแบ่งบุหรี่ขายเป็นความผิดตามมาตรา 13 ตาม พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.2535 มาตรา 13 บัญญัติว่า"ห้ามมิให้ผู้ใดขายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่มีได้แสดงฉลากตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 12 บนหีบห่อผลิตภัณฑ์ยาสูบ"และการฝ่าฝืนมีโทษตามมาตรา 22 คือ ปรับไม่เกิน 20,000 บาท

### 5.3 ความเชื่อมโยงในด้านการค้าของร้านค้า

ความเชื่อมโยงระหว่างชนบทและเมืองในด้านการค้า ในงานวิจัยนี้ศึกษาจากที่ตั้งของแหล่งสินค้าที่ร้านขายของชำในพื้นที่ศึกษาได้รับสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย และความถี่ในการซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าต่างๆ ในด้านแหล่งสินค้าแบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ ผู้ผลิตและคนกลาง ดังนี้

#### 1) ผู้ผลิต

-ผู้ผลิตรายย่อย

ผู้ผลิตสินค้าขั้นทุติยภูมินำสินค้าที่ผลิตในโรงงานขนาดเล็กไปฝากขายตามร้านค้า มีการแบ่งรายได้บางส่วนให้กับร้านค้าและแวะเวียนมาตรวจสอบสถานการณ์ในการขายสินค้าเป็นประจำ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากดินเผา ที่พบในร้านขายของชำในชุมชนเมือง เป็นต้น ส่วนสินค้าขั้นปฐมภูมิได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรที่เกษตรกรรายย่อยปลูกพืชผักเล็กๆ น้อยๆ และนำมาฝากขายที่ร้านขายของชำในชุมชน เช่น ในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท และชุมชนชนบท เป็นต้น

- ผู้ผลิตรายใหญ่

ผู้ผลิตรายใหญ่ที่ส่งสินค้าไปยังร้านขายของชำโดยตรง ได้แก่ ผู้ผลิตเครื่องดื่มประเภทอัดลม ซึ่งเป็นสินค้าที่พบในร้านขายของชำทุกร้าน ผู้ผลิตมีสายส่งสินค้ากระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ ตั้งแต่ร้านค้าส่งจนถึงระดับร้านขายของชำ แต่สายส่งดังกล่าวไม่ได้ส่งสินค้าให้กับร้านขายของชำทุกร้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การติดต่อสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าแต่ละแห่งจากสายส่งสินค้า

#### 2) คนกลาง

-ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

เป็นแหล่งสินค้าที่มีสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งสินค้าฟุ่มเฟือยและสินค้าเฉพาะอย่างให้เลือกหลากหลาย อีกทั้งยังมีบริการอื่นๆ นอกเหนือจากการขายสินค้า ได้แก่ โรงภาพยนตร์ สวนสนุก ศูนย์อาหาร และที่จอดรถ เป็นต้น

-ร้านค้าส่ง

ร้านค้าส่งในพื้นที่การศึกษา เป็นร้านที่มีสินค้าแต่ละประเภทเป็นจำนวนมาก สินค้าในบางร้านมีลักษณะเหมือนร้านขายของชำ คือ มีสินค้าที่หลากหลายทั้งประเภทและยี่ห้อเพื่อขายให้กับร้านขายของชำ แต่บางร้านจะขายสินค้าเฉพาะประเภท เช่น ขายส่งเฉพาะเครื่องดื่ม เครื่องมืออุปกรณ์การเกษตร หรือ อาหารสัตว์ เป็นต้น ร้านค้าส่งเหล่านี้ส่วนใหญ่มีบริการส่งสินค้าถึงร้านขายของชำเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมาก นอกจากนี้ร้านขายส่งยังมีเครดิต คือ ให้เวลาร้านค้าในการวางขายสินค้าก่อนแล้วค่อยชำระเงินค่าสินค้าภายในระยะเวลาที่ตกลงกัน แหล่งสินค้าของร้านค้าส่งในจังหวัดปทุมธานีนอกเหนือจากผู้ผลิต มือปืนและตัวแทนขายสินค้าแล้ว อีก

ส่วนหนึ่งคือ แหล่งรวมร้านค้าส่งเก่าแก่ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เช่น สำเพ็ง เยาวราช และท่าเตียน เป็นต้น

ภาพ 5.25 แหล่งสินค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร





-ตัวแทนขาย

ตัวแทนจากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้ายี่ห้อต่างๆ โดยเฉพาะบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่จะส่งตัวแทนไปเสนอขายสินค้าตามร้านค้าต่างให้วางขายสินค้าของบริษัท โดยสอบถามความต้องการแล้วจึงนำสินค้ามาส่งให้ที่ร้านค้า

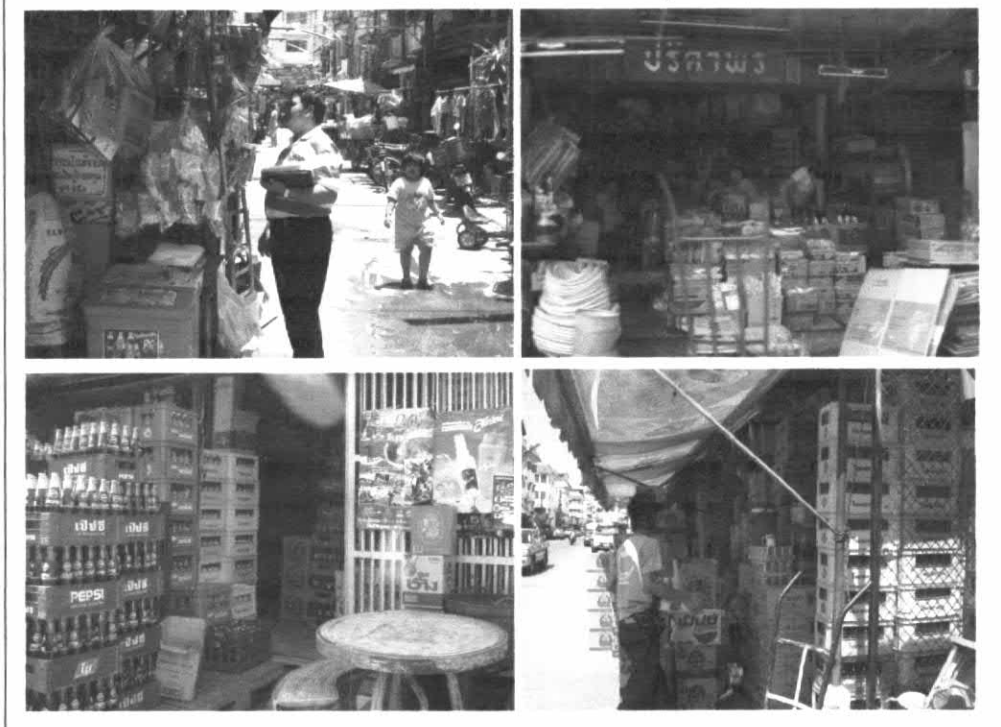
ในการพิจารณาที่ตั้งของแหล่งสินค้าต่างๆ ที่ร้านขายของชำของชุมชนในพื้นที่ศึกษา ชื่อสินค้าผู้วิจัยแบ่งที่ตั้งของแหล่งสินค้าออกเป็น 4 กลุ่ม จากข้อมูลแหล่งที่ตั้งสินค้าที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

- 1) ย่านรังสิต หมายถึง ตลาดค้าส่ง ร้านค้าปลีก-ส่งขนาดใหญ่ หรือห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณรังสิต
- 2) ชุมชนเดียวกับร้านค้า หมายถึง ร้านค้าส่งที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกับร้านค้า
- 3) ชุมชนเมืองอื่นๆในจังหวัดปทุมธานี หมายถึง ร้านค้าส่งที่อยู่ในชุมชนเมืองอื่นๆของจังหวัดปทุมธานี ยกเว้น เทศบาลเมืองรังสิต
- 4) กรุงเทพมหานคร หมายถึง ร้านค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า หรือตัวแทนจำหน่ายที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร

#### 5.3.1 ความเชื่อมโยงในด้านการค้าของร้านค้าในชุมชนเมือง (เทศบาลเมืองรังสิต)

ตัวอย่างร้านขายของชำในชุมชนเมืองทั้งหมด 13 แห่งชื่อสินค้าจากคนกลาง ที่อยู่ในรูปแบบต่างๆ แต่มีร้านแห่งหนึ่งที่ได้รับสินค้าจากผู้ผลิตด้วย คือ ผลิตภัณฑ์จำพวกหม้อดินเผา ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่ผู้ผลิตนำมาฝากขายที่ร้าน ส่วนประเภทคนกลางที่ร้านขายของชำในชนเมืองชื่อสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายในร้าน ได้แก่ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าส่งและตัวแทนขายสินค้า

ภาพ 5.26 แหล่งสินค้า (คนกลาง) ในชุมชนเมือง



การซื้อสินค้ามาจำหน่ายของร้านขายของชำในชุมชนเมืองเดิมมีเพียงร้านเดียวที่เดินทางไปซื้อสินค้าเองทุกชนิด ร้านค้าดังกล่าวตั้งอยู่ในหมู่บ้านรัตนโกสินทร์ 200 ปี มีการจัดตกแต่งร้านเหมือนร้านสะดวกซื้อ เจ้าของร้านใช้รถยนต์ส่วนตัวเพื่อเดินทางไปซื้อสินค้าจาก แมคโครและตลาดรังสิตด้วยตัวเอง ร้านค้าที่ไม่ได้เดินทางไปซื้อสินค้าเองจากตัวอย่างในชุมชนเมืองมีหนึ่งร้าน ร้านดังกล่าวซื้อสินค้าชนิดจากรถของยี่บัวที่วิ่งส่งสินค้าในชุมชนและตัวแทนขายสินค้า ร้านค้าอีก 11 แห่งไปซื้อสินค้าเองจากแหล่งสินค้านานาชาติ และซื้อสินค้าจากคนกลางประเภทร้านค้าส่งและตัวแทนขายด้วย

ร้านขายของชำในชุมชนเมืองแต่ละร้านไม่ได้ซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าเพียงแหล่งเดียว เมื่อจัดกลุ่มแหล่งสินค้าตามบริเวณที่ตั้งของแหล่งสินค้าแล้วพบว่า ร้านขายของชำในชุมชนเมืองซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าที่ตั้งอยู่บริเวณรังสิตมากที่สุดจำนวน 11 ร้านจาก 13 ร้าน เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นย่านที่มีแหล่งการค้าสำคัญ ได้แก่ ตลาดค้าส่ง และห้างสรรพสินค้า ซึ่งร้านค้าสามารถเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเองได้สะดวกหรือส่งสินค้าให้มาส่งที่ร้านได้ ระยะทางจากร้านขายของชำตัวอย่างหลายแห่งในชุมชนเมืองสามารถใช้การเดินทางไปซื้อสินค้ายังร้านค้าที่อยู่ในชุมชนเดียวกับร้านค้าได้ ซึ่งจำนวนร้านที่ซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกับร้านขายของชำ(ร้านขายส่งที่อยู่ตามหมู่บ้าน) เท่ากับ ร้านค้าที่ซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร คือมีจำนวน 5 ร้านจาก 13 ร้าน กลุ่มร้านค้าที่เดินทางไปซื้อสินค้า

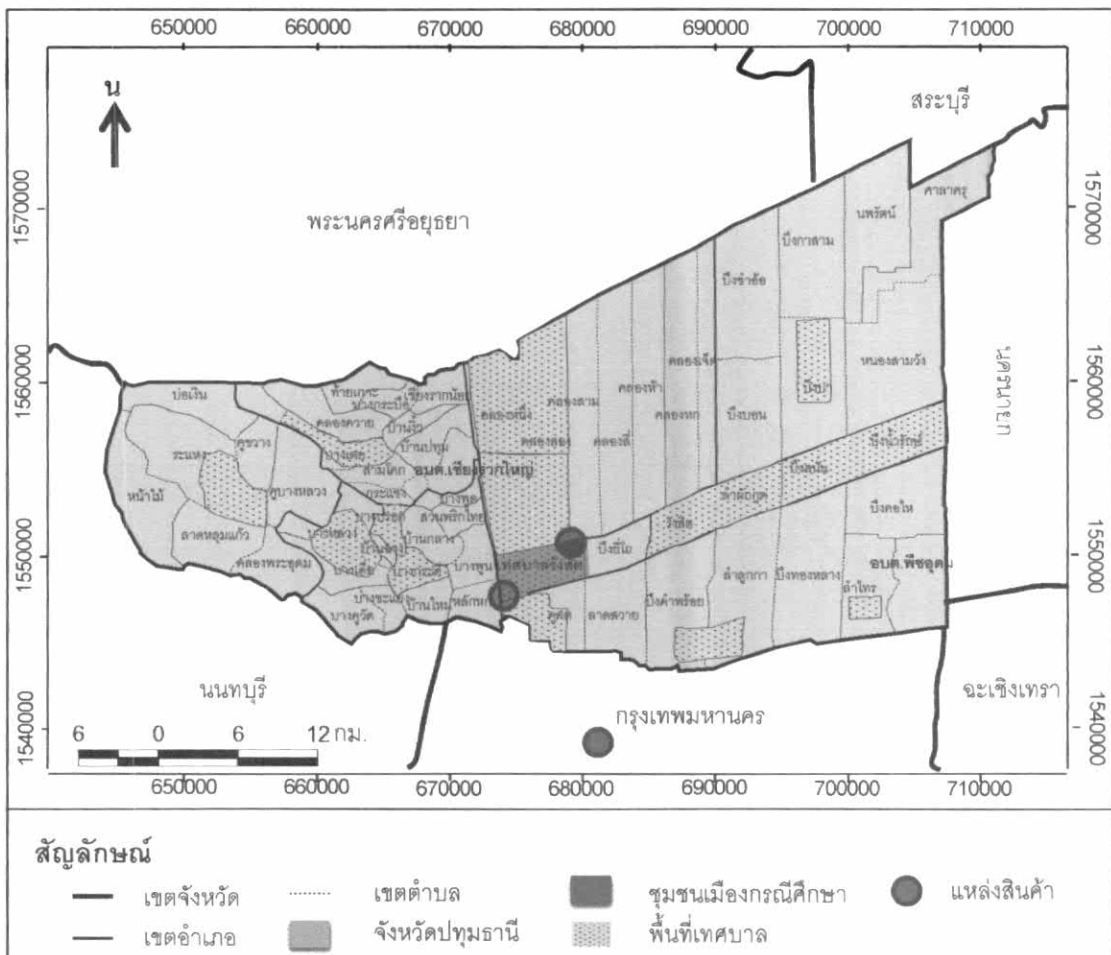
จากห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครไม่ได้จุดมุ่งหมายเพื่อไปซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่มีกิจกรรมอื่นด้วย ส่วนร้านที่ไม่ได้เดินทางไปซื้อสินค้าเองแต่ซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าในกรุงเทพฯ คือตัวแทนจำหน่ายที่มาจากสำนักงานในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 5.6 ระยะทางจากชุมชนเมืองไปยังแหล่งสินค้า

ที่ตั้งแหล่งสินค้า	ระยะทางโดยประมาณ(กม.)
ย่านรังสิต	0-5
ชุมชนเดียวกับร้านค้า	0-5
ชุมชนเมืองอื่นๆ	-
กรุงเทพมหานคร	>10

ที่มา: ผู้วิจัย

แผนที่ 5.1 ที่ตั้งแหล่งสินค้าของร้านค้าในชุมชนเมือง



### 5.3.2 ความเชื่อมโยงในด้านการค้าของร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท (อบต.เชียงรากใหญ่)

ร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบททั้งหมดซื้อสินค้าจากคนกลางประเภทต่างๆ แต่มีร้านค้าสองแห่งที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตด้วย ผู้ผลิตดังกล่าวคือ เกษตรกรรายย่อยซึ่งเป็นชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านเดียวกันนำผลผลิตทางการเกษตรเล็กๆน้อยๆมาฝากขายที่ร้านขายของชำ



มีร้านขายของชำจำนวนหนึ่งแห่งที่เดินทางไปซื้อสินค้าเองทุกชนิด ร้านค้าที่ไม่ได้เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเองก็มีเพียงหนึ่งร้านเช่นกัน ส่วนอีก 8 ร้านเดินทางไปซื้อสินค้าเองเป็นบางชนิด

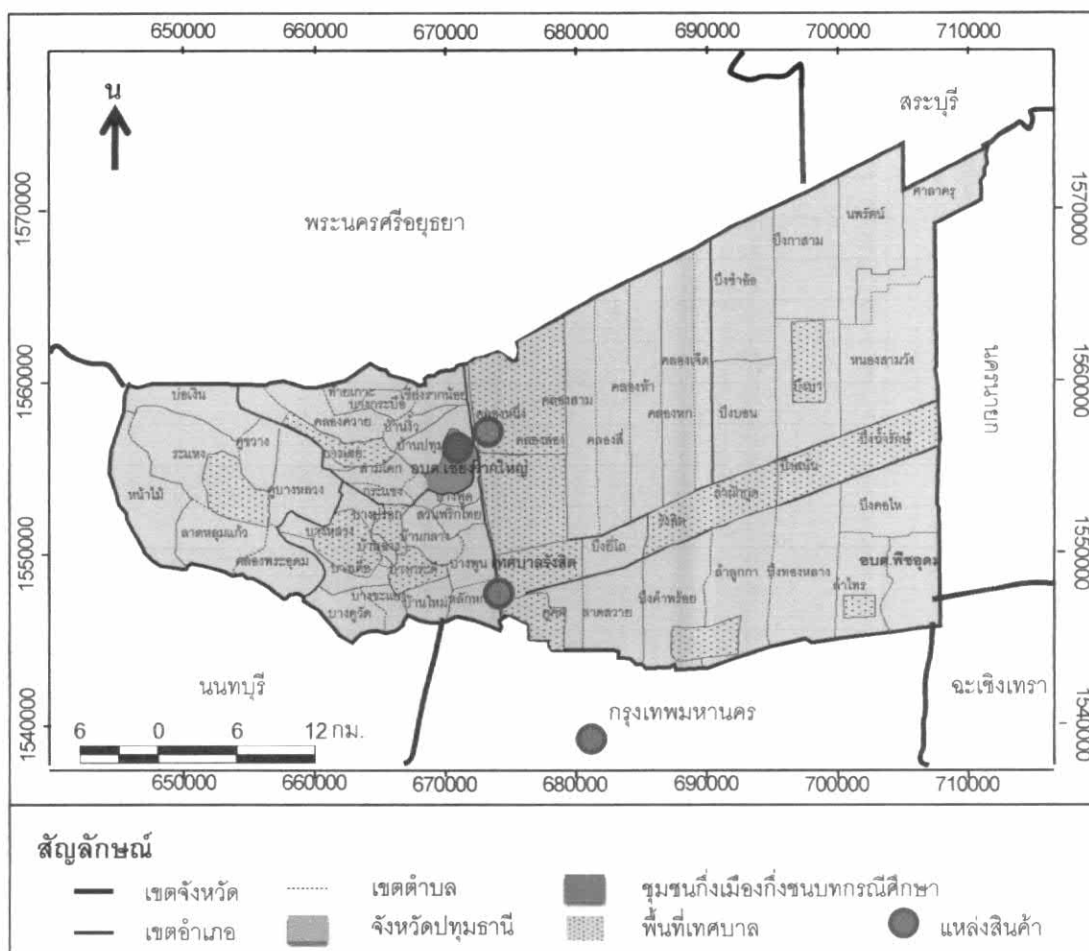
ที่ตั้งของแหล่งสินค้าที่ร้านขายของชำในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทซื้อมากที่สุด 9 ร้าน จากทั้งหมด 10 ร้าน คือ ย่านรังสิต และมีร้านค้าอีกสองแห่งที่ซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าที่อยู่ในชุมชนเมืองอื่นนอกเหนือจากเทศบาลเมืองรังสิตแหล่งสินค้านั้นก็คือ ตลาดไท ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคลองหลวงซึ่งจัดเป็นชุมชนเมืองศูนย์กลางรองของจังหวัด นอกเหนือจากเหตุผลที่ย่านรังสิตเป็นศูนย์การค้าที่จัดอยู่ในระดับภูมิภาคซึ่งมีแหล่งค้าส่งและร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลายแห่ง ที่ตั้งของชุมชนที่สามารถเดินทางด้วยเส้นทางสายหลักมายังแหล่งสินค้าได้โดยสะดวก ระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตร จึงทำให้ร้านค้าซื้อสินค้าจากย่านรังสิตมาก นอกจากนี้จำนวนร้านขายของชำที่เลือกซื้อสินค้าจากร้านขายส่งที่อยู่ในชุมชนเดียวกันกับร้านของตนและแหล่งสินค้าที่อยู่ในกรุงเทพมหานครก็มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 5 ร้าน และ 4 ร้านตามลำดับ

ตาราง 5.7 ระยะทางจากชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทไปยังแหล่งสินค้า

ที่ตั้งแหล่งสินค้า	ระยะทางโดยประมาณ(กม.)
ย่านรังสิต	12
ชุมชนเดียวกับร้านค้า	0-3
ชุมชนเมืองอื่นๆ	7
กรุงเทพมหานคร	>20

ที่มา: ผู้วิจัย

แผนที่ 5.2 ที่ตั้งแหล่งสินค้าของร้านค้าในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท



5.3.3 ความเชื่อมโยงในด้านการค้าของร้านค้าในชุมชนชนบท (อบต.พิชชอุดม)

ร้านขายของชำในชุมชนชนบททั้งหมดซื้อสินค้าจากคนกลางที่อยู่ประเภทร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และตัวแทนขาย จากการสัมภาษณ์พบว่ามีย่านค้าจำนวน 2 ร้านจากทั้งหมด 6 ร้านเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเองเป็นบางชนิด ซึ่งเป็นการเดินทางไปซื้อสินค้าที่มี

จุดมุ่งหมายเพื่อประกอบกิจการอื่นด้วย ส่วนอีก 4 ร้านไม่ได้เดินทางไปซื้อสินค้าเองด้วยตัวเอง สอดคล้องกับประเภทของคนกลางที่มีอิทธิพลต่อร้านค้าในชนบทมากที่สุดก็คือ ร้านค้าส่ง ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าโดยมีบริการส่งของถึงร้าน โดยปกติร้านค้าส่งจะให้รถส่งของไปส่งลงสินค้าที่ร้านขายของชำเป็นประจำ หรือเมื่อสินค้าชนิดใดขาดร้านค้าปลีกก็จะโทรศัพท์สั่งจากร้านค้าส่ง

ร้านค้าที่มีการเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเองบ้างบริเวณที่ไปซื้อสินค้าคือ ย่านรังสิตและกรุงเทพฯ และมีร้านค้าส่วนหนึ่งซื้อสินค้าจากตัวแทนขายที่มาจากกรุงเทพฯ เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ร้านขายของชำทั้งหมดก็ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งที่ตั้งอยู่ในชุมชนเมืองอื่นในจังหวัดปทุมธานี ชุมชนเมืองนั้นคือ เทศบาลตำบลลำไทร ซึ่งจัดเป็นชุมชนเมืองศูนย์กลางรองของจังหวัด ร้านค้าส่งดังกล่าวตั้งอยู่ในตลาดสดคลอง 12 ของเทศบาลตำบลลำไทร ในตลาดดังกล่าวประกอบด้วยพื้นที่ตลาดสดและอาคารพาณิชย์ที่มีร้านค้าประเภทต่างๆ รวมทั้งร้านค้าส่งอีกหลายร้าน จากการสอบถามร้านค้าส่งในตลาดสดคลองสิบสองพบว่าขอบเขตการให้บริการของร้านค้าส่งดังกล่าวครอบคลุมพื้นที่ชุมชนชนบทในพื้นที่ศึกษา (อบต. พิษณุตม) ทั้งหมด

การที่ร้านค้าในชุมชนชนบทของพื้นที่ศึกษาซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งที่อยู่ในชุมชนเมืองใกล้เคียง เนื่องจากรายได้ของร้านขายของชำในชนบทไม่ได้ก่อให้เกิดกำไรมากนัก ดังนั้นการเลือกแหล่งสินค้าที่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง ทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการในระดับพื้นฐานได้จึงมีความจำเป็นมาก ถึงแม้ว่าราคาสินค้าบางอย่างอาจจะสูงกว่าที่ขายในไฮเปอร์มาร์เก็ตเล็กน้อย แต่เมื่อดำเนินถึงค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าเดินทางที่สามารถประหยัดต้นทุนลงไปได้แล้ว การซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งในชุมชนเมืองใกล้เคียงจึงเป็นทางเลือกที่ร้านค้าในชุมชนชนบทนิยมใช้

ภาพ 5.28 แหล่งสินค้าในเทศบาลตำบลลำไทร



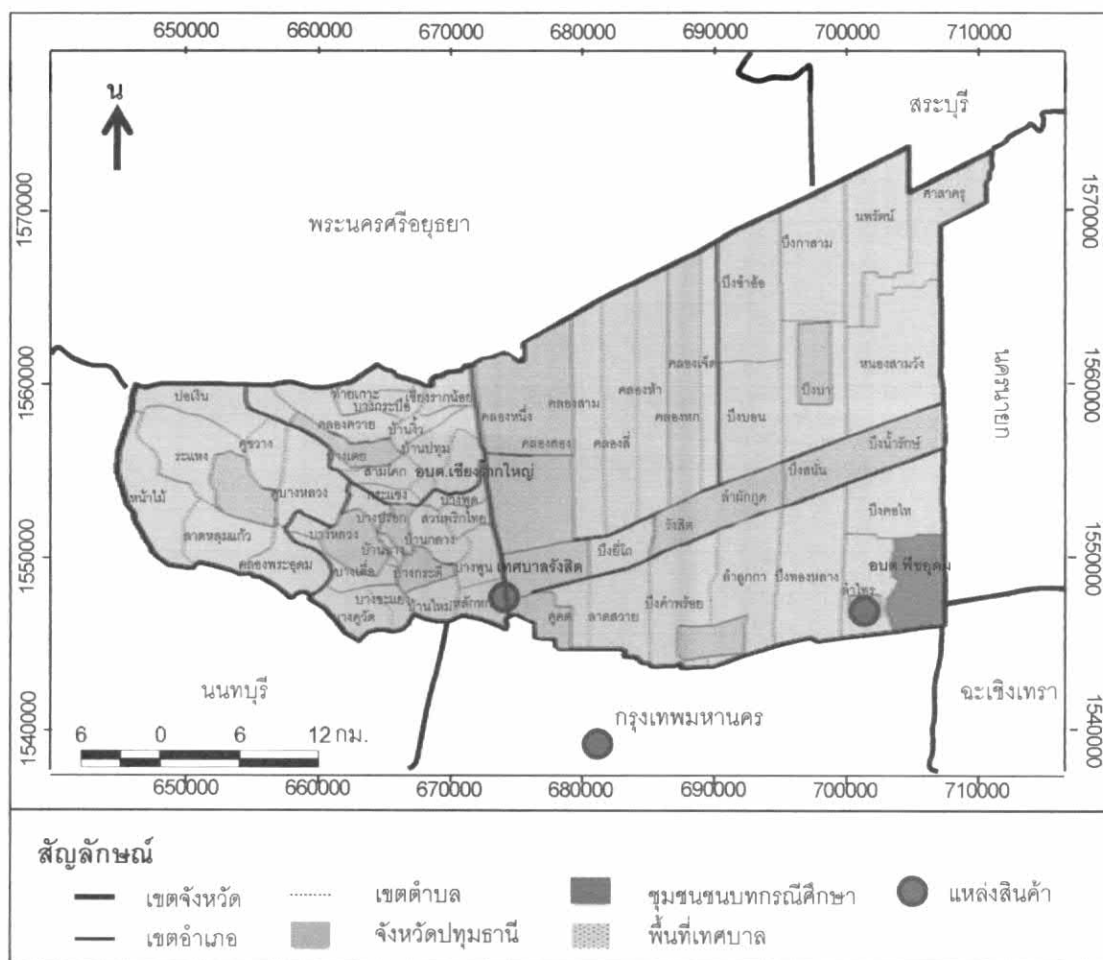
ตาราง 5.8 ระยะทางจากชุมชนชนบทไปยังแหล่งสินค้า

ที่ตั้งแหล่งสินค้า	ระยะทางโดยประมาณ(กม.)
ย่านรังสิต	35
ชุมชนเดียวกับร้านค้า	-
ชุมชนเมืองอื่นๆ	5
กรุงเทพมหานคร	>40

ที่มา: ผู้วิจัย

จากตาราง 5.8 เมื่อเปรียบเทียบระยะทางจากชุมชนชนบท (อบต.พีชอุดม) ไปยังที่ตั้งของแหล่งสินค้าบริเวณรังสิตและกรุงเทพมหานคร โดยเส้นทางคมนาคมสายหลักซึ่งมีระยะทางหลายสิบกิโลเมตรโดยประมาณ กับแหล่งสินค้าบริเวณเทศบาลตำบลลำไทรซึ่งมีระยะทางสั้นกว่า คือ ไม่เกิน 5 กิโลเมตรโดยประมาณ จึงเป็นเหตุผลอีกประการหนึ่งที่ร้านค้าในชุมชนชนบทเลือกซื้อสินค้าจากแหล่งหลังมากกว่าแหล่งสินค้าที่อยู่ไกลออกไป

แผนที่ 5.3 ที่ตั้งแหล่งสินค้าของร้านค้าในชุมชนชนบท



การหาความถี่ที่ร้านขายของชำซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้าต่างๆ ไม่สามารถจำแนกด้วยระยะเวลาได้ชัดเจน เนื่องจากร้านค้าแต่ละแห่งซื้อสินค้าจากหลายแหล่งซึ่งความถี่ในการซื้อสินค้าจึงขึ้นอยู่กับแหล่งสินค้าที่ซื้อ ดังนี้

### 1) ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากแหล่งนี้ไม่มีกำหนดเวลาแน่นอน ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะซื้อสินค้าประเภทที่มีอยู่ในแหล่งดังกล่าว หรือซื้อในช่วงที่แหล่งดังกล่าวมีการลดราคาสินค้า หรือซื้อเมื่อเดินทางไปยังแหล่งสินค้านั้นเพื่อทำธุระอย่างอื่นด้วย

### 2) ร้านค้าส่ง

ร้านขายของชำสามารถซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งได้ 3 วิธี ได้แก่ วิธีแรกคือเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านขายส่งเอง ในกรณีที่สินค้าหมดแล้วร้านค้าต้องการสินค้าไว้สำรองขายในร้านทันที เจ้าของร้านต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเองที่ร้านค้าส่ง วิธีที่สองคือโทรศัพท์สั่งซื้อสินค้า เมื่อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งหมดร้านค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งให้มาส่งได้ แต่บางครั้งอาจต้องรอสินค้าตามกำหนดเวลาการส่งสินค้าของร้านค้าส่ง แต่ถ้าซื้อสินค้าหลายอย่าง



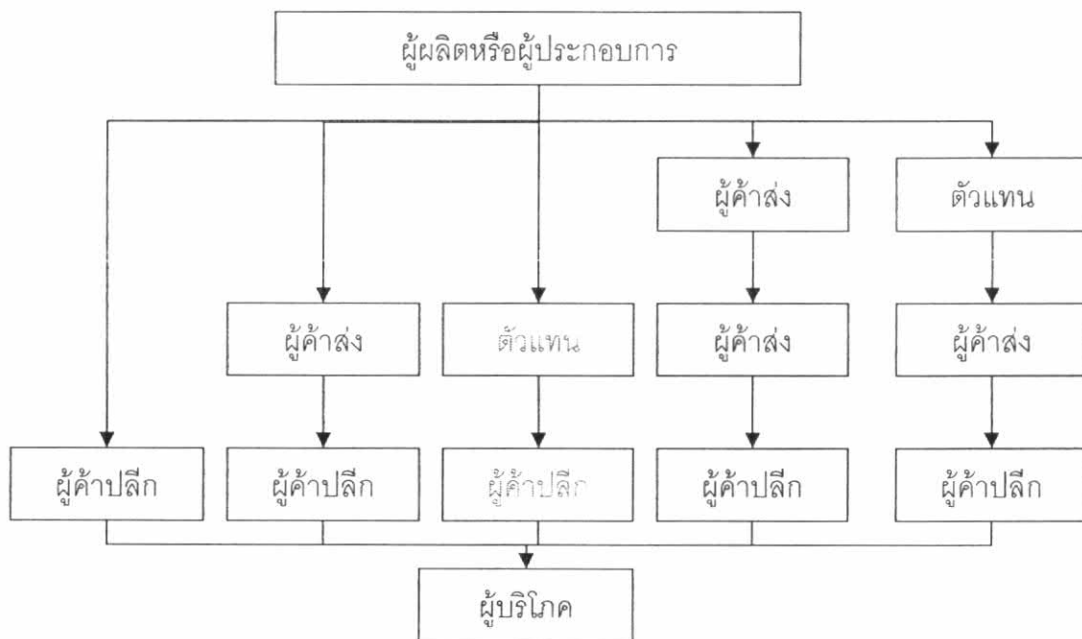
ร้านขายส่งที่มีความคุ้นเคยกันอาจมาส่งสินค้าให้ทันทีก็ได้ และวิธีที่สามคือรอรถส่งสินค้าของร้านค้าส่ง(ยี่ปิว) ซึ่งร้านค้าส่งที่มีบริการส่งสินค้าจะแวะตามร้านขายของชำต่างๆเพื่อลงสินค้าเป็นประจำ โดยมีการกำหนดวัน เช่น วันจันทร์ส่งสินค้าประเภทนมขบเคี้ยว วันพุธส่งสินค้าประเภทเครื่องดื่ม เป็นต้น ดังนั้นวิธีนี้ร้านค้าอาจต้องรอสินค้าถึงวันที่สินค้าแต่ละประเภทมาส่งจึงจะซื้อสินค้าประเภทนั้นๆเข้าร้านเพิ่มได้

### 3) ตัวแทนจำหน่าย

ตัวแทนขายสินค้าที่มาจากบริษัทหรือผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเป็นแหล่งสินค้าที่มีกำหนดเวลาแน่นอน คือ ตัวแทนขายจะมาสอบถามความต้องการสินค้าของร้านค้าเป็นประจำทุกเดือน แต่ความถี่ในการซื้อสินค้าขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าที่ขายได้ เช่น บางเดือนสินค้าชนิดนั้นขายได้น้อยยังคงเหลือสินค้าอยู่มากร้านค้าก็ไม่สั่งสินค้าเพิ่มในเดือนนั้นๆ

#### 5.3.4 สรุปความเชื่อมโยงของร้านค้าในชนบท

แผนภูมิ 5.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย



ที่มา: ดัดแปรจาก แผนภูมิรูปแบบพื้นฐานของช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก, 2542.

จากแผนภูมิ 5.2 ที่แสดงการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคชั้นสุดท้ายนั้น ในพื้นที่ศึกษาชุมชนเมืองและชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท พบว่ามีช่องทางอีกช่องทางหนึ่งเพิ่มขึ้นจากแผนภูมิดังกล่าวคือ ผู้ผลิตขายสินค้าผ่านตัวแทนไปยังผู้ค้าปลีกและผู้ค้าปลีกขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคเป็นชั้นสุดท้าย ตัวแทนขายสินค้าจะเดินทางไปตามร้านค้าปลีกตามชุมชนต่างๆ เพื่อเสนอขายสินค้า หาก

ร้านค้าสนใจในสินค้าของกับบอกจำนวนที่ต้องการไปแล้วก็จะมีสินค้ามาส่งในภายหลัง ส่วนร้านขายของชำในชุมชนชนบทของพื้นที่ศึกษาพบว่ามีลักษณะต่างจากร้านในชุมชนอื่นเล็กน้อย คือ ไม่มีช่องทางที่สินค้าจากผู้ผลิตมายังผู้ค้าปลีกโดยตรง แต่ผ่านคนกลางประเภทต่างๆหลายขั้นตอน ก่อนสินค้าจะมาถึงร้านขายของชำ

ร้านค้าขายของชำในชุมชนเมืองและชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทส่วนใหญ่เดินทางไปซื้อสินค้าเองเนื่องจากแหล่งซื้อขายสินค้าที่สำคัญ ทั้งตลาดค้าส่ง ร้านค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ ล้วนตั้งอยู่ใกล้กับชุมชนเมืองและชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท คือ บริเวณรังสิต และกรุงเทพมหานคร มากกว่า เมื่อเทียบกับชุมชนชนบท ดังนั้นร้านค้าในชุมชนชนเมืองและกึ่งเมืองกึ่งชนบท จึงสามารถเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าเองจากแหล่งสินค้าบริเวณรังสิต หรือแม้แต่ในกรุงเทพมหานครได้สะดวก เสียค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางไม่มากนัก ร้านค้าในชุมชนทั้งสองนี้จึงมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากกว่าร้านค้าในชุมชนชนบท เพราะสามารถเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าจากแหล่งที่มีราคาถูกได้ ส่วนร้านค้าในชุมชนชนบทส่วนใหญ่จะไม่ได้เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเอง เนื่องจากระยะทางจากร้านค้าไปยังแหล่งสินค้าค่อนข้างไกล หากต้องเดินทางไปซื้อสินค้าเองจะไม่คุ้มค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จึงมักจะซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งที่ตั้งในชุมชนเมืองใกล้เคียงซึ่งมีรถวิ่งมาขายสินค้าถึงที่ร้านเป็นประจำ ความสะดวกจึงเป็นปัจจัยหลักที่ร้านค้าในชุมชนชนบทตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากแหล่งสินค้า เพราะถึงแม้ว่าราคาสินค้าบางรายการอาจจะสูงกว่าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แต่ก็สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้

แผนที่ 5.4 ความเชื่อมโยงระหว่างร้านค้าและแหล่งสินค้าของร้านขายของชำ  
ในชุมชนกรณีศึกษา 3 แห่ง

