

การศึกษครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงบทบาทและที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจการธุรกิจร้านขายของชำ ในบริบทของทฤษฎีแหล่งกลาง กรณีศึกษา : เขตเทศบาลนครสมุทรปราการ วิทยานิพนธ์นี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการขยายตัวของธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อในเขตเทศบาลนครสมุทรปราการ 2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคและบทบาทของธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อที่มีต่อชุมชนในบริบทของชุมชนเมือง 3) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านขายของชำภายหลังจากการขยายตัวของธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อเกิดขึ้นตามทฤษฎีแหล่งกลาง

วิธีดำเนินการศึกษาใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ด้วยการสอบถามจากแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ล่วงหน้า โดยจะทำการสอบถามจากผู้ซื้อสินค้าเป็นประจำขึ้นพื้นฐาน ซึ่งมีที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ศึกษาเขตเทศบาลนครสมุทรปราการ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร พฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของผู้ประกอบกิจการร้านค้าสะดวกซื้อ และผู้ประกอบการร้านขายของชำ ด้วยการสอบถามและสัมภาษณ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสอบถามและสัมภาษณ์เกี่ยวกับเหตุผลในการมาซื้อสินค้าของลูกค้า , เหตุผลในการเลือกประกอบกิจการ , การเปลี่ยนแปลงอาชีพในอนาคต และความเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมการค้าปลีกที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ศึกษา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows นอกจากนี้ ยังใช้วิธีการสังเกตการณ์ การลงสำรวจภาคสนาม แผนที่ ตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า สภาพทางกายภาพที่เด่นชัดที่สุดของร้านค้าสะดวกซื้อ คือ ท่าเลที่ตั้งเน้นความสะดวกในการเข้าถึง การขยายตัวของร้านค้าสะดวกซื้อ ขยายตัวไปตามแนวถนนสายหลักของเมือง(ถนนสุขุมวิท) โดยมีการขยายตัวต่อเนื่องจากกรุงเทพมหานคร สู่พื้นที่ปริมณฑล การขยายตัวแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ช่วงแรกเริ่มมีการขยายตัวอยู่ในบริเวณศูนย์กลางของชุมชนเมือง ส่วน

ช่วงที่ 2 มีการแทรกตัวขึ้นในระหว่างร้านค้าสะดวกซื้อเดิมที่มีอยู่ และช่วงที่ 3 มีการขยายตัวออกจากศูนย์กลางเมืองออกไปตามถนนสายหลัก การเลือกที่ตั้งคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากทฤษฎีแหล่งกลางของคริสตัลเลอร์ ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ร้านค้าสะดวกซื้อมีลำดับศักยภาพที่สุด แต่โดยนัยลักษณะของร้านค้าที่ไม่แตกต่างกันมากนักกับร้านขายของชำ ร้านค้าสะดวกซื้อ ยังมีระดับทรงตัวที่สูงกว่าร้านขายของชำ เนื่องจากมีจำนวนและชนิดของสินค้าให้บริการหลากหลายมากกว่าร้านขายของชำ

ในส่วนของผู้บริโภค พบว่า จะมีทุกสาขาอาชีพ และทุกระดับการศึกษา นอกจากนี้จากการศึกษา ยังพบว่า ความถี่ในการไปใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ และ ร้านขายของชำ จะมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยในเรื่อง ช่วงเวลาการให้บริการ โดยผู้บริโภค ให้ความนิยมกับร้านค้าสะดวกซื้อมากกว่า เนื่องจากมีระยะเวลาการให้บริการที่ยาวนานกว่า ส่วนในเรื่องของความพึงพอใจ ผู้บริโภค ก็มีความพึงพอใจต่อรูปแบบและลักษณะของร้านค้าสะดวกซื้อ มากกว่า ร้านขายของชำ ในเรื่องของความหลากหลายของสินค้า , ความทันสมัย , การประหยัดเวลา และช่วงเวลาการให้บริการที่ยาวนานกว่า

ในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเปลี่ยนแปลงอาชีพในอนาคต ในขณะที่ผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่มีความคิดในการเปลี่ยนแปลงอาชีพในอนาคตในอัตราส่วนที่มากกว่าผู้ประกอบการร้านค้าสะดวกซื้อ

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า บทบาทและที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อ มีผลกระทบต่อกิจการร้านขายของชำ ทำให้ร้านขายของชำปิดกิจการในจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคภายในชุมชน มีความนิยมในร้านค้าสะดวกซื้อ มากกว่า และผู้ประกอบการร้านขายของชำ ส่วนใหญ่มีความคิดเปลี่ยนแปลงอาชีพ เนื่องจากขายสินค้าได้น้อยลง และไม่สามารถสู้ราคาสินค้ากับร้านค้าสะดวกซื้อได้

This study investigates the locational impact of Modern Convenience Store on the Location Traditional Store : A Central Place Theoretical Case Study on The Samutprakarn Municipality Area. The objectives of this research are three folds. Firstly, it explore expanding and the locational of Modern Convenience Store. Secondly it studies changing of behavior and lifestyle to buy products and the role of Modern Convenience Store in the community. Finally ,it studies changing of grocery in after that expanding of Modern Convenience Store : A Central Place Theoretical.

This research utilizes an integrated quantitative and qualitative approach by means of questionnaire survey as a prime research tool. Respondents in this study include both behavior's customer and attitude's customer between Modern Convenience Store compare with Grocery. Information derived from the questionnaires includes population characteristics, consumer's behavior and their attitude toward both of store. And interviews dealer about changing career in the future. The SPSS/for windows Statistical package was utilized in the data analysis process. In addition, field observation, mapping techniques, and documentary research are applied to derive both primary and secondary data to cross-check with those gained via questionnaire interview.

The study found that among the physical element store location which determines accessibility is the most important factor attracting potential customers. Result from field survey and observation show the following most of convenience store are located along the access roads or main roads. Expanding of convenience store ,it expand along the main roads from Bangkok to Sattelite town. Expanding of convenience store start at CBD , it insert between group of convenience store and then it expanding along the main road far away from CBD.

The location of the convenience store is found in accordance with Christaller's Central Place theory in the lowest category of center hierarchy but Grocery is the lower category of center hierarchy than the convenience store.

The study also reveals that consumers of convenience store and grocery shares almost equally the population from all occupation and education levels. However, frequency to purchase from the store relate to age, marriage status, house size, level of education, occupation, income, service hours and pattern of travel. Most of consumer esteem the convenience store more than the grocery because consumer's attitude expressed their satisfaction toward length of service hours, variety, modern and saving time from buying anything in convenience store.

Most of dealer's grocery will change occupation in the future more than the dealer's convenience store

In conclusion, the study found the locational impact of Modern Convenience Store on the Location Traditional Store : A Central Place Theoretical Case Study on The Samutprakarn Municipality Area. Modern Convenience Store impact to grocery by decrease number of grocery because changing consumer's behavior to esteem Modern Convenience more than Grocery. And most of dealer's grocery will change occupation in the future more than the dealer's convenience store.