

แนวความคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บทนำ

เมืองหรือแหล่งกลางทำหน้าที่ให้บริการและขายสินค้าแก่ชุมชนที่อยู่รอบแหล่งกลาง รวมทั้งเป็นศูนย์กลางของสังคม และการดำรงชีวิตของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และทางการปกครอง (British Command Paper 1955 : 155) โดยสถานบริการทางการปกครองเป็นลักษณะหน้าที่ของเมืองในฐานะที่เป็นแหล่งกลางลักษณะหนึ่งใน 9 อย่างที่คริสตัลเลอร์กำหนดไว้ (Christaller 1966 : 140 - 141) ทั้งนี้ จึงต้องทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางให้กับประชากรที่อาศัยอยู่รอบ ๆ ศูนย์บริการนั้น

สถานบริการทางการปกครองเป็นสถานบริการประเภทหนึ่งที่รัฐบาลจัดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ประชากรภายในเมืองหรือภายในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ดังนั้นเมื่อประชากรต้องการรับบริการดังกล่าวจำเป็นที่ประชากรเหล่านั้นต้องเดินทางเข้ามาถึงศูนย์บริการที่ทางรัฐบาลจัดขึ้น ในการเดินทางเข้าไปรับบริการจึงขึ้นอยู่กับการศึกษาใจของผู้เดินทางเข้ามาใช้บริการเอง (Frank 1968 : 214 - 216)

โดยทั่วไป ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางเข้าไปรับบริการยังแหล่งกลางหนึ่ง ๆ นั้นมีด้วยกันหลายอย่างเช่น ระยะทาง ขนาดและชนิดของบริการ วิธีการเดินทาง รายได้ของผู้รับบริการ คุณภาพของการบริการ เป็นต้น (Berry 1967 : 88 ; Young 1975 : 305 ; Walmsley and Lewis 1985 : 81)

ระยะทางเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งบอกถึงภาวะการเข้าถึงสถานบริการหนึ่ง ๆ เพราะภาวะการเข้าถึงเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อลักษณะศูนย์กลางของแหล่งกลาง เพราะระยะทางเป็นส่วนหนึ่งโดยเฉพาะของแหล่งกลางที่สามารถเข้าถึงศูนย์กลางจากบริเวณโดยรอบได้ง่ายที่สุด รวมทั้งจ่ายต่อประชากรที่อยู่ภายในพื้นที่ที่รับผิดชอบด้วย นอกจากนี้ภาวะการเข้าถึงก็มีความสำคัญต่อสถานที่ทำงาานที่พบในศูนย์กลางของเมืองเช่นกัน โดยเฉพาะสำนักงานที่องการที่ทั้งที่เข้าถึงได้สะดวกและหลายทาง (Johnson 1972 : 13)

ดังนั้น นอกจากจะกล่าวถึงทฤษฎีแหล่งกลางแล้ว จะกล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับ
 ระยะเวลา ทั้งระยะเวลาจริง ระยะเวลา และระยะเวลาเศรษฐกิจ

2.2 ทฤษฎีแหล่งกลาง

วอลเทอร์ คริสตัลเลอร์ เป็นผู้เสนอ "แบบจำลองแหล่งกลาง" ซึ่งมาอธิบายบทบาท
 หน้าที่ของเมือง โดยคำว่า "แหล่งกลาง" หมายถึง เมืองซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในด้านการ
 บริการสินค้าและบริการต่าง ๆ ทอบริเวณรอบนอก หน้าที่หลักก็คือ เป็นศูนย์กลางของพื้นที่
 (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527 : 40)

คริสตัลเลอร์ อธิบายความเป็นแหล่งกลางหนึ่ง ๆ ว่า คือ อัตราส่วนระหว่างบริการที่
 เสนอต่อความต้องการของคนในเขตพื้นที่นั้น เมืองที่เป็นแหล่งกลางสูงจะมีบริการต่อคนสูงด้วย เมืองที่มี
 ลักษณะเป็นแหล่งกลางต่ำก็จะมีบริการต่อคนน้อยลงเช่นกัน (Rondinelli and Ruddle
 1977 : 37) ดังนั้นบริเวณ ขอบบริการของแต่ละอันก็จะติดกันไปด้วย ที่เป็นเช่นนี้เพราะ
 คนเราจะใช้เวลาและริ้วแรงประหยัดที่สุดเท่าที่จะทำได้ในการไปรับบริการจากศูนย์กลางหนึ่ง ๆ
 ดังนั้นจึงไปรับบริการจากแหล่งกลางที่ใกล้ที่สุด ความต้องการสินค้าหรือบริการรวมทั้งระยะทางที่
 จะต้องเดินทางไปรับบริการจึงมีแตกต่างกันไป (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527 : 8 - 13)

นอกจากนี้ยังมีแนวความคิดที่มาสืบสนุน ทฤษฎีแหล่งกลางกล่าวคือ

แมรี กล่าวว่า เมื่อประชากรต้องการที่จะ ได้สินค้าหรือบริการอื่น ๆ ที่ต้องใช้ประจำ
 เขาจะตรง ไปยังศูนย์กลางที่สามารถไปถึง ได้โดยใช้ความพยายามน้อยที่สุด และมีระยะทางสั้น
 ที่สุดเท่านั้น ซึ่งนอกจากจะเป็นที่ซื้อขายสินค้าและการให้บริการต่าง ๆ แล้ว ที่สำคัญคือมีสถานที่
 ราชการซึ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรด้วย สำหรับสินค้าและบริการที่ไม่ใช่สินค้าหรือ
 บริการที่ต้องใช้เป็นประจำ ประชากรเหล่านั้นจะไปใช้บริการยังศูนย์กลางที่ไกลกว่า เพื่อจะได้
 มีโอกาสเลือกหาซื้อสินค้าหรือบริการได้หลายชนิดกว่า ด้วยเหตุนี้เองจึงเกิดเป็นศูนย์กลางหลาย ๆ
 แห่ง โดยมีการศึกษากันอยู่ตลอดเวลา ศูนย์กลางใหญ่จะมีอิทธิพลทางด้านเป็นผู้ส่งสินค้าหรือควบคุม
 การบริการให้แก่ศูนย์กลางขนาดเล็ก ซึ่งลักษณะ ของการศึกษานั้นจะเป็นในรูปของศูนย์กลางเล็ก
 พึงศูนย์กลางใหญ่ เขตการให้บริการของศูนย์กลางใหญ่จึงขยายกว้างขึ้นด้วย เพราะแม้ว่าประชากร

ในเขตบริการของศูนย์กลางเล็กจะไม่ได้มาถึงศูนย์กลางใหญ่ แต่ก็ถือว่าอยู่ในเขตบริการของศูนย์กลางใหญ่ (Berry 1967 : 3 - 10)

เมอร์ฟี กล่าวว่า ความเป็นศูนย์กลางของแหล่งกลางจะคำนึงถึงการที่ผู้ให้บริการเข้ามารับบริการจากศูนย์กลาง การกระจายของประชากรจะกระจายอยู่ตามส่วนต่าง ๆ โดยรอบบริเวณแหล่งกลาง แต่ความหนาแน่นของการกระจายจะไม่เท่ากัน โดยปกติความหนาแน่นของประชากรจะค่อย ๆ ลดลงเมื่อห่างจากศูนย์กลาง (Murphy 1966 : 158)

ซึ่งตรงกับความเห็นของ เยตส์ และ การ์เนอร์ ที่ว่า ความหนาแน่นของประชากรในใจกลางเมืองจะสูงมาก และจะค่อย ๆ ลดลงเมื่อห่างจากศูนย์กลาง นั่นคือ ความหนาแน่นของประชากรจะลดลงเมื่อระยะทางเพิ่มขึ้น (Yeates and Garner 1971 : 36)

นอกจากนี้ในเรื่องการกระจายของประชากร โจนส์กล่าวถึงการกระจายของประชากรในเมืองหลายแห่งเป็นผลเนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์ คือ ความหนาแน่นของประชากรจะลดลงจากจุดศูนย์กลางไปยังขอบนอกของศูนย์กลางนั้น (Johnson 1967 : 43)

ส่วน คอลิน คลาร์ก (Colin Clark) ให้นำความหนาแน่นของประชากรมาเขียนเป็นกราฟเพื่อหาความสัมพันธ์กับระยะทางเส้นตรงที่ห่างจากจุดศูนย์กลาง และพบว่าประชากรจะหนาแน่น เมื่ออยู่ใกล้ศูนย์กลางของเมืองและลดน้อยลงตามลำดับเมื่อระยะทางออกไป (อ้างถึงใน Johnson 1967 : 52 - 53) ซึ่งคลาร์กได้ศึกษาเรื่องนี้โดยใช้ข้อมูลจากบริเวณต่าง ๆ 36 แห่ง ระหว่างปี ค.ศ. 1801 - 1950 พบว่าความหนาแน่นของประชากรลดลงเมื่อระยะทางเพิ่มขึ้นจากจุดศูนย์กลาง (Berry 1963 : 390)

คลาร์ก และ รัสตัน ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเดินทางเพื่อซื้อสินค้าในเมืองไครสต์เชิร์ช (Christchurch) นิวซีแลนด์ โดยใช้สินค้าที่จำเป็น 3 ชนิด คือ ของชำ เนื้อ ผัก และบริการ 3 ชนิด คือ ซักแห้ง เสริมสวย และธนาคาร พบว่าผู้บริโภคเดินทางไปซื้อสินค้าประเภทจำเป็นจากศูนย์กลางที่อยู่ใกล้ที่สุด ส่วนการบริการจะเดินทางไกลกว่าและไปยังศูนย์กลางขนาดกลาง ๆ ก็มากกว่า (Clark and Rushton 1970 : 486 - 489)

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องระยะทาง

ระยะทางเป็นความคิดหลักในทางภูมิศาสตร์สำหรับการศึกษาระวางพื้นที่ ซึ่งระยะทางอาจวัดเป็นมาตรการต่าง ๆ เช่น เป็นกิโลเมตร (Actual Distance) หรืออาจวัดระยะทางจากการเสียเวลาในการเดินทาง (Time Distance) หรือวัดจากค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเดินทาง (Economic Distance) การศึกษาเรื่องระยะทางเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถในการเข้าถึงการบริการของประชากร (Muraco 1972 : 338 - 405)

โดยที่ แบร์รี่และฮอตัน กล่าวว่า แหล่งกลางจะมีความหนาแน่นมากในบริเวณศูนย์กลางของเมือง และกระจายเบาบางไปตามบริเวณอื่น ๆ ของเมือง ศูนย์กลางของเมืองมีความต้องการเบื้องต้น คือ เป็นบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก (Berry and Horton 1970 : 449)

นอกจากนี้ มิสรา ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับระยะทางไว้ 2 ชนิด คือ

1) ระยะทางจริงบนพื้นผิวโลก (Geodetic Distance) เป็นระยะทางจุดสองจุดบนพื้นผิวโลก โดยใช้เครื่องมือวัดความยาวในระบบต่าง ๆ วัดไปตามผิวโค้งของโลก และวัดได้ 2 วิธีคือ วัดตามแนวตรงหรือระยะใกล้ที่สุดระหว่างจุดสองจุด และวัดไปตามแนวเส้นทางคมนาคมที่ผู้วัดเดินทางผ่าน

2) ระยะทางตามความรู้สึก (Geostic Distance) เป็นระยะทางที่เกิดจากความรู้สึกของคน ระยะทางแบบนี้คนแสดงออกโดยความรู้สึกได้ทันทีไม่จำเป็นต้องวัด อยู่บนมาตรฐานเดียวกัน จะทราบความรู้สึกเรื่องระยะทางแบบนี้ได้ก็ต่ออาศัยการแสดงออกของคนจำนวนมากมารวมกัน หน่วยวัดระยะทางชนิดนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นความยาวก็ได้ (Misra 1968 : 421)

ส่วนงานวิจัยที่สนับสนุนความเป็นศูนย์กลางของแหล่งกลาง โดยใช้ระยะทางเป็นปัจจัยสำคัญดังนี้

การวิสัน ศึกษาลักษณะการเดินทางของประชากรในเขตบางแห่งหนึ่งทางภาคตะวันตกของสหรัฐอเมริกา พบว่าคนมักเดินทางไปสถานที่ไกลที่สุดที่สามารถใช้สินค้าและบริการที่

เขาคองการ แต่ความถี่ของการเดินทางไม่เป็นสัดส่วนกับระยะทาง กล่าวคือระยะทางเพิ่มขึ้น ความถี่ในการเดินทางเข้ามารับบริการจะน้อยลง (Garrison 1959 : No.15)

ซึ่งตรงกับเบลเชอร์ ที่ศึกษาร้านค้าและแหล่งบริการในเซคลินคอร์น รัฐโอคลาโฮมา สหรัฐอเมริกา พบว่าทุกคนจะซื้อสินค้าและรับบริการจากแหล่งบริการในท้องถิ่นตนเองและจะเลือกซื้อสินค้าและรับบริการจากแหล่งบริการที่ไกลที่สุด (Belcher 1964 : 383 - 392)

มอริลล์ และ เออร์วิคสัน (Morrill and Earickson 1970 : 161 - 171) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางไปโรงพยาบาลของผู้ป่วยในชิคาโก พบว่าโดยทั่วไปผู้ป่วยจะมีอัตราการไปใช้โรงพยาบาลลดลงตามระยะทางจากโรงพยาบาล คือ ผู้ป่วยมีแนวโน้มที่จะไปโรงพยาบาลที่อยู่ใกล้ ๆ บ้าน ซึ่งในชิคาโกผู้ป่วยเดินทางไปโรงพยาบาล มีระยะทางเฉลี่ย 3.3 ไมล์ นอกจากนี้ผู้ป่วยที่มีแนวโน้มที่จะไปหาแพทย์ที่อยู่ใกล้ ๆ บ้านเช่นกัน ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางไปโรงพยาบาลของผู้ป่วย คือ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น รายได้ ศาสนา เชื้อชาติ ปัจจัยเหล่านี้จะมีผลทำให้ผู้ป่วยเลือกเดินทางไปโรงพยาบาลไกลที่อยู่อาศัยมากขึ้น

รวมทั้ง เมอร์ฟี ได้ศึกษาการวัดค่าความเป็นศูนย์กลางจากบุคคลต่าง ๆ พบว่าเพียงจำนวนประชากรอย่างเดียว ไม่เป็นการวัดค่าความเป็นศูนย์กลางที่ดีพอสำหรับเมืองขนาดใหญ่ ๆ จะต้องมีหน้าที่บริการอื่น ๆ ที่จะแสดงค่าความสำคัญที่แหล่งกลางใดควย คือ บริการทางวัฒนธรรม บริการทางสุขภาพอนามัย บริการทางสังคม ตลาดแรงงาน การคมนาคม บริการทางการปกครอง (Murphy 1966 : 464)

นอกจากนี้ เมอร์ฟี (Murphy 1966 : 79 - 81) ยังได้กล่าวถึงการศึกษานของอูลแมน (Ullman) ในรัฐอิลลินอยส์ (Illinois) สหรัฐอเมริกาว่า ลักษณะของเส้นทางคมนาคมในรัฐนั้นทำให้บริเวณบริการแผ่ขยายไปตามแนวถนน

มิวเทอร์ ได้ศึกษาเมืองเล็ก ๆ ในสหรัฐอเมริกา 32 เมือง เพื่อต้องการทราบว่า การคมนาคมมีผลทำให้จำนวนประชากรที่มาสับสนุนเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ โดยเลือกเมืองมาศึกษาเป็นคู่ ๆ เมืองหนึ่งการคมนาคมสะดวกอีกเมืองหนึ่งมีลักษณะตรงข้าม เขาศึกษาจากบริการ 51 ชนิด แล้วเปรียบเทียบจำนวนประชากรที่มาสับสนุนของแต่ละบริการของแต่ละคู่อของเมือง

ผลปรากฏว่า การคมนาคมที่สะดวกมีอิทธิพลต่อจำนวนประชากรที่มาสืบสนับสนุนบริการชนิดต่าง ๆ ของเมืองเล็กในบริเวณที่ศึกษา (Meuter 1970 : 3475 - B อ้างถึงใน ประโยชน์ เรื่อง โรจน์ 2516 : 16)

ซึ่ง เควิกสัน ก็ได้สนับสนุนแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการคมนาคมไว้ โดยเขาใช้ ทฤษฎีแหล่งกลางศึกษาการเปลี่ยนแปลงของประชากร และสนับสนุนบริการที่มีอยู่ในเขตรอบเมือง ดัลลัส (Dallas) สหรัฐอเมริกา พบว่า จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นตามเขตรอบ ๆ เมืองนั้นขึ้นอยู่กับความสะดวกของการคมนาคม (Davidson 1972 : 6462 - B)

โชน และ แอปเปิลโบม ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของการเข้าถึง เช่น คุณภาพ ขนาดจำนวนของถนน ปริมาณการจราจร และเวลาในการเดินทาง พบว่า ร้านค้าและแหล่งบริการที่มีการเข้าถึงได้ง่ายเป็นสิ่งจูงใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า (Cohen and Applebaum 1960 : 1 - 30)

อเล็กซานเดอร์ ได้แนะนำถึงเกณฑ์หลายประการที่ทำให้เห็นความแตกต่างของถนน เช่น ความกว้างเป็นฟุต จำนวนของทางรถ ชนิดของผิวจราจร และลักษณะความโค้งของถนน (Alexander 1963 : 477)

นอกจากเรื่องระยะทาง เส้นทางคมนาคมที่มุ่งบอกถึงความเป็นศูนย์กลางของแหล่งกลางหนึ่ง ๆ แล้ว ยังมีผู้ศึกษาหาค่าความเป็นศูนย์กลางของแหล่งกลางจากหลักเกณฑ์อื่น ๆ กล่าวคือ

ซิดดอลล์ ได้วัดค่าความเป็นศูนย์กลางของเมือง โดยใช้การวิเคราะห์จากการหมุนเวียนของหนังสือพิมพ์ การเรียกใช้โทรศัพท์ หมายเลขกำหนดการรถโดยสาร ไฟจราจร และจำนวนหน้าตัดเฉพาะอย่าง (Siddall 1961 : 124 - 132)

รวมทั้ง อไบโอดัน ศึกษาการพัฒนาการของเมือง โดยการวัดค่าความเป็นศูนย์กลางของเมืองจากจำนวนการบริการ เช่น จำนวนการติดตั้งโทรศัพท์ ความถี่ของการบริการรถเมล์ หน้าที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร การประกันภัย และการบริการการชักวีค (Abiodun 1967 : 345 - 367)

ระยะเวลา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผู้นำมาใช้ในการศึกษากับแหล่งกลาง กล่าวคือ โบลม ไทท์ทำแผนที่โดยใช้ระยะเวลาแทนระยะเวลาจริง และพบว่าคนส่วนมากโดยเฉพาะคนในเมืองใหญ่จะบอกถึงการเกินทางจากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง จะบอกกันเป็นเวลามากกว่าบอกกันเป็นระยะทาง (Blome 1963 : 1 - 2)

เฮสส์ ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีคอมพิวเตอร์บริการของการค้าเมืองเกรทเออร์เอเดลเบิร์ก (Greater Adlberg) ในเคมมาร์ค พบว่า ความดีในการเกินทางจะลดลงตามการเพิ่มของระยะทางที่เป็นเวลา และอาชีพของหัวหน้าครอบครัว มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของแต่ละครอบครัว (Hess 1965 : 305))

นอกจากนี้ บรุนเนอร์ และ เมสัน ได้ศึกษาถึงการใช้เวลาในการขับรถที่ส่งผลต่อการเกินทาง ไปยังแหล่งการค้าและบริการ ซึ่งเขาชี้ให้เห็นว่าระยะเวลาในการขับรถเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเกินทางไปซื้อสินค้าหรือรับบริการยังแหล่งการค้าและบริการแหล่งใดแห่งหนึ่ง และจากการศึกษายังพบว่า ลูกค้าร้อยละ 70 - 76 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมดใช้ระยะเวลาในการขับรถจากที่พักไปยังแหล่งการค้าและบริการภายในเวลา 15 นาที จึงสรุปได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่พอใจที่จะใช้เวลาขับรถภายในเวลา 15 นาทีมายังแหล่งบริการ (Brunner and Mason 1967 : 256)

คอก และ คูก ได้สนับสนุนแนวความคิดดังกล่าวโดยทำการศึกษาระยะเวลาในการขับรถจากที่พักไปยังแหล่งการค้าและบริการของลูกค้าในสหรัฐอเมริกา พบว่าจำนวนลูกค้าร้อยละ 70.1 - 76.5 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมดใช้เวลาขับรถภายใน 15 นาที (Cox and Cooke 1976 : 263)

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นศูนย์กลางของแหล่งการค้าและบริการรวมทั้งภาวะการเข้าถึงและระยะทางซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนความเป็นศูนย์กลางของแหล่งการค้าและบริการต่าง ๆ โดยไทท์ทำการศึกษากับพื้นที่ประเทศไทยในหลาย ๆ พื้นที่ กล่าวคือ

บุญชู สันนิษฐาน ศึกษาการกระจายของนักเรียนจากสถานที่ตั้ง โรงเรียน ในเขตจังหวัดพระนคร -ธนบุรี พบว่าลักษณะทั่วไปในการกระจายขึ้นอยู่กับระยะทาง กล่าวคือ บริเวณ

ไกล โรงเรียนจะมีการกระจายของนักเรียนมากและค่อย ๆ ลดจำนวนลงเมื่อระยะเวลาห่างไกล จากสถานที่ตั้ง โรงเรียนมากขึ้น (บุญชู สนั่นเสียง 2514 : 50 - 51)

ประยงค์ โชชัค โคศึกษาผลของระยะเวลาจากตัวเมืองที่มีทัศนคติของสินค้าและบริการในเขตจังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้แบบสอบถามเป็นการค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลา กับ จำนวนชนิดของสินค้าและบริการในจังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้ระยะเวลา 3 ชนิด คือ ระยะเวลาจริง วัคความยาวเป็นกิโลเมตร ระยะเวลาเวลารักจากเวลาที่ใช้ในการโดยสารรถประจำทาง และ ระยะเวลาตามความรู้สึกวัคจากความรู้สึกของคนที่ในเรื่องเวลาเดินทาง ผลการศึกษาพบว่าระยะเวลาทุกชนิดมีผลต่อจำนวนชนิดของสินค้าและบริการ (ประยงค์ โชชัค 2517 : 62 - 65)

นอกจากนี้ สุพัทตรา ศุชะวาทิ ยังได้ศึกษาถึงการกระจายของผู้ใช้ศูนย์บริการสาธารณสุข ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ศูนย์บริการที่ตั้งอยู่บริเวณที่มีประชาชนหนาแน่นไปมาสะดวก มองเห็น ศูนย์บริการได้ชัดเจน จะทำให้ศูนย์บริการนั้น ๆ มีการกระจายของผู้ใช้บริการกว้างขวางมากกว่า ศูนย์บริการที่ตั้งในที่ซึ่งแยกเห็นได้ยาก และศูนย์บริการที่มีการเข้าถึงศูนย์บริการที่ เช่น ตั้งอยู่ ชิดถนนที่มีการคมนาคมสะดวก มีรถประจำทางผ่านหลายสาย สามารถเข้าไปใช้บริการได้ง่าย จะมีการกระจายของผู้ใช้บริการที่ห่างจากศูนย์บริการออกไปอย่างกว้างขวาง (สุพัทตรา ศุชะวาทิ 2517 : 59 - 60)

ส่วน พิธิษฐ์ เศรษฐวงศ์ ได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าจากร้านไทยไผ่มารุ พบว่า แม้อารมณ์และคุณภาพของสินค้าที่ขายในร้านไทยไผ่มารุ จะไม่เหมือนจากร้านสรรพสินค้าอื่น ๆ แต่ที่ไปซื้อสินค้าจากร้านไทยไผ่มารุ เพราะสถานที่ตั้งดี การคมนาคมสะดวก การบริการดี ตลอดจน มีสินค้าให้เลือกมากอย่าง (พิธิษฐ์ เศรษฐวงศ์ 2517 : 87)

โดยทรงถนัดการศึกษาของ สมชาย เกษะพรหมพันธุ์ ที่ศึกษาถึงการไว้ที่กินเมืองพิษณุโลก ไก่กล่าวถึง รูปแบบของย่านการค้าเมืองพิษณุโลก ว่าอยู่ที่ย่านการค้าของเมืองพิษณุโลกสัมพันธ์กับ ตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์กลางการคมนาคม เพราะลักษณะย่านการค้ามันจำเป็นอย่างยิ่งที่จะเป็น บริเวณที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อความสะดวกในการเข้าถึงย่านการค้า เพื่อรับเอาสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้สะดวก (สมชาย เกษะพรหมพันธุ์ 2517 : 60)

ครั้งนี้ รณสิทธิ์ แสงสูวอ ศึกษาาระยะการเคินทางไปซื้อสินค้าและบริการในชุมชน
อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ก็พบว่าศูนย์กลางเสลภูมิ มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกจากบริเวณ
โดยรอบสามารถเข้าถึงได้มากกว่าศูนย์กลางเล็ก ซึ่งเส้นทางคมนาคมนี้จะทำให้ผู้บริโภคเคินทาง
มาจากที่ไกล ๆ มากขึ้น (รณสิทธิ์ แสงสูวอ 2518 : 72)

เจนิณ เอี่ยมศิริ ศึกษาถึงพฤติกรรมการเคินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนที่
อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ความสะดวกของเส้นทางคมนาคมจะมีผลทำให้ระยะทาง
ตามความรู้สึกสั้นลง (เจนิณ เอี่ยมศิริ 2518 : 132)

ส่วน รัตน์วรรณ เวชพฤทิ ได้ทำการศึกษาชมเชยของการบริการของศูนย์การค้า
ในกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษากิจการบริการของตลาดสะพานควาย ตลาดอมรพันธ์ และตลาด
สะพานใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าประจำส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดอมรพันธ์ และตลาด
สะพานใหม่ เพราะอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย ส่วนตลาดสะพานควายลูกค้าประจำจะมาจากทุกทิศและใน
รัศมีที่ไกลกว่า เนื่องจากตลาดสะพานควายมีขนาดใหญ่กว่าและเป็นทางที่มีคนผ่านไปมามากกว่า
ตลาดอมรพันธ์ และตลาดสะพานใหม่ (รัตน์วรรณ เวชพฤทิ 2520 : ข - จ)

ร่าพิงพิศ มะเวิงสิทธิ์ ได้ทำการศึกษากิจการเจริญเติบโตของร้านสรรพสินค้าในเขต
เทศบาลเมืองนครราชสีมา พบว่าทำเลที่ตั้งและการบริหารงานภายในร้านสรรพสินค้า เป็นสิ่ง
สำคัญที่ก่อให้เกิดการไหลเวียนเสียเปรียบ อันส่งผลถึงการเจริญเติบโตของร้าน และยังให้
ข้อเสนอแนะว่า หากจะมีการตั้งร้านสรรพสินค้าขึ้นใหม่ควรสร้างให้มีขนาดใหญ่และควรอยู่
แถวชานเมืองที่มีการคมนาคมสะดวกเพื่อสามารถบริการสถานที่จอดรถให้แก่ลูกค้าได้
(ร่าพิงพิศ มะเวิงสิทธิ์ 2522 : ก - ค)

สมชาย เกษะพรหมพันธุ์ ก็ได้ศึกษาเปรียบเทียบบริเวณการค้า พฤติกรรมของ
ลูกค้าราชการและศูนย์การค้าสยาม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การกระจายตัว
ของลูกค้าทั้งสองศูนย์การค้าจะเกาะกลุ่มในบางพื้นที่โดยจกัตัวเป็นแถบไปตามแนวถนนหลัก
ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์การค้าทั้งสองแห่งกระจายตัวอยู่ในรัศมีไม่เกิน 15 กิโลเมตร ย่านการค้า
มีความต้องการเบื้องต้นคือ เป็นบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก และย่านการค้ามีความสัมพันธ์

กับความเป็นย่านกลางซึ่งอยู่ใกล้ชิดกับประชากรมากที่สุด (สมชาย เกษะพรหมพันธุ์ 2523 :
1 - 37)

นอกจากนี้ ไชยา ฤฎาคาร ได้ศึกษาพื้นที่ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคของศูนย์การค้า
ในและนอกเขตศูนย์กลางธุรกิจหลัก พบว่า องค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจที่จะมีอิทธิพลในการจูงใจ
ผู้บริโภคมาก ได้แก่ ชนิดและปริมาณของสินค้าในศูนย์การค้า ความสะดวกในการเดินทาง ระยะทาง
จากที่พักอาศัยถึงศูนย์การค้า ความคล่องตัวของจราจร รวมทั้งสถานที่สำหรับจอดรถ
(ไชยา ฤฎาคาร 2527 : 25)



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย