

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจค้าปลีกเป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการที่มีความสำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยมีมูลค่าค้าปลีกทั้งสิ้น 960,300 ล้านบาท ในปี 2544 มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ถึงร้อยละ 10.7 ส่วนในปี 2545 ในช่วง 7 เดือนแรกของปี มีมูลค่าค้าปลีก 614,480 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 12.2 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) และขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วน of ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) ซึ่งได้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากร้อยละ 26 ในปี 2540 เป็นร้อยละ 40 ของตลาดค้าปลีกทั้งหมดในปี 2544 ปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวทางการค้า ได้แก่ กำลังซื้อของประชาชนที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การจ้างงานรวมทั้งอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ กอปรกับอัตราดอกเบี้ยต่ำทำให้เกิดการขยายสินเชื่อ สินค้าอุปโภค และการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะจากผู้ประกอบการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) ส่งผลให้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกที่ปราศจากการควบคุมของภาครัฐจากขนาดตลาดของธุรกิจค้าปลีกที่ค่อนข้างใหญ่ ผู้ประกอบการมีทั้งที่เป็นคนไทยและการร่วมทุนจากต่างชาติในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลให้รูปแบบการค้าเปลี่ยนแปลงไป

ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดิสคานต์สโตร์ (Discount Store) อันได้แก่ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super Center) และไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) โดยเฉพาะธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในรูปแบบของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตเริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้นแทนที่ร้านค้าปลีกดั้งเดิมหรือที่เรียกกันว่า ร้านโชห่วย ที่เริ่มมีบทบาทน้อยลง ธุรกิจดังกล่าวจึงมีแนวโน้มที่จะให้บริการอย่างครบครันโดยเน้นการจำหน่ายสินค้าและบริการที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ความสะดวกสบายและมีราคาถูก แนวคิดนี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคคนไทยยุคใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งมีความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป รวมทั้งอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยทำให้ค่านิยมในสังคมไทยเปลี่ยนไปตลอดจนการที่ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อสูงขึ้น ระบบการค้าปลีกรูปแบบเดิมไม่สามารถสนองตอบความต้องการผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ส่งผลให้รูปแบบการค้าปลีกขนาดใหญ่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเริ่มค่อย ๆ เสื่อมความนิยมและลดปริมาณลงอย่างมาก และเนื่องด้วยสภาวะการอิ่มตัวของธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวนดิสคานต์สโตร์ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดประมาณ 108 แห่ง อยู่ในกรุงเทพฯ 50 และต่างจังหวัด 50 พบว่าการขยายสาขามากขึ้นในแต่ละปี ไม่ได้ทำให้ปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อไปยังดิสคานต์สโตร์สาขาใกล้บ้านแทน (ผู้จัดการรายวัน, 5 กุมภาพันธ์ 2546) ส่งผลให้ผู้ประกอบการจากส่วนกลางหลายรายขยายตัวไปสู่สนามธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจดี อำนาจซื้อใกล้เคียงกับผู้บริโภคในส่วนกลาง และยังมีช่องทางการตลาด

น้อย สำหรับโครงการที่มีการลงทุนในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่นั้นส่วนใหญ่เป็นไปในรูปดิสนีย์แลนด์ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจซบเซาในช่วงเวลาดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด, 30 พฤศจิกายน 2544)

หาดใหญ่ เป็นพื้นที่หนึ่งของจังหวัดสงขลาที่มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีต ประกอบกับพื้นที่เมืองหาดใหญ่เป็นพื้นที่ที่ถูกกำหนดให้เป็นเมืองหลักของภาคใต้ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีการดำเนินการต่อเนื่องเรื่อยมาตั้งแต่ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529) จนถึงฉบับปัจจุบันคือ ฉบับที่ 9 เพื่อให้หาดใหญ่เป็นศูนย์กลางความเจริญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหาร การคมนาคม การศึกษา พาณิชยกรรมและการบริการไปยังจังหวัดและภูมิภาคโดยรอบ อีกทั้งชุมชนเมืองสงขลา-หาดใหญ่ได้รับการกำหนดเป็นเป้าหมายการพัฒนาชุมชนศูนย์กลางและชุมชนชายแดนภาคใต้ เนื่องด้วยลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม ประชากร และระบบโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงแผนพัฒนาหรือโครงการต่าง ๆ ตามนโยบายเมืองหลักทำให้หาดใหญ่มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว หาดใหญ่มีรูปแบบการค้าทั้งการค้าส่งและค้าปลีก เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เพื่อให้บริการผู้คนจำนวนมากที่เดินทางเข้ามาในศูนย์กลางแห่งนี้ ซึ่งในสิ่งบริการที่มีความหลากหลายที่เกิดขึ้นนั้น ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นรูปแบบการค้าและการบริการอย่างหนึ่งที่รองรับการเจริญเติบโตของเมืองเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกคนในพื้นที่เมือง นักศึกษา ผู้คนที่อพยพเข้ามาทำงานในเมืองหาดใหญ่ ผู้คนที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่รอบนอก และจังหวัดใกล้เคียง ล้วนแต่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้าและสามารถหาสินค้าได้เกือบทุกประเภทในสถานที่ที่เดียว เนื่องจากการดำเนินชีวิตในเมืองเวลามีจำกัด และต้องเร่งรีบมากขึ้น ดังนั้นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จึงเป็นบริการอย่างหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในพื้นที่เมืองตามไปด้วยซึ่งปัจจุบันมีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่เมืองหาดใหญ่ทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ ห้างแมคโคร ซูเปอร์ค้าส่ง ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างเทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และอีกหนึ่งแห่งที่กำลังดำเนินการก่อสร้างนั่นคือ ห้างคาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต

จากลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในพื้นที่เมืองมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น ซึ่งผลจากการพัฒนานั้นได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงบวกและลบแก่เมืองหาดใหญ่ ดังนั้นจึงควรอย่างยิ่งที่จะมีการศึกษาถึงอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเมือง เพื่อประโยชน์ในการควบคุมการพัฒนาอันเกิดขึ้นจากอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ให้มีทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับข้อจำกัด ศักยภาพของพื้นที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในแง่ของการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ยังผลให้เกิดการลงทุนในธุรกิจต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีการจ้างงานในท้องถิ่นและรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของการหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจซึ่งเกิดขึ้นจากการใช้จ่ายในสินค้าและบริการของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นี้เอง อีกทั้งยังก่อให้เกิดผลดีทั้งแก่ผู้ประกอบการธุรกิจการค้า เจ้าของกิจการร้านค้าย่อย ผู้บริโภค สภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของพื้นที่เมืองหาดใหญ่ที่เปลี่ยนแปลงไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบพัฒนาการของเมือง รูปแบบการค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในนครหาดใหญ่
2. เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในนครหาดใหญ่
3. เพื่อให้ทราบอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเมือง

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตของการศึกษาเชิงพื้นที่

ในการศึกษาอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในพื้นที่นครหาดใหญ่จะศึกษาครอบคลุมพื้นที่ฝั่งเมืองรวมเมืองหาดใหญ่ โดยมีพื้นที่ทั้งสิ้น 254.52 ตารางกิโลเมตร เพื่อให้ครอบคลุมร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ต้องการศึกษาอันได้แก่ แมคโคร ซูเปอร์ค่าส่ง บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และคาร์ฟูร์ไฮเปอร์มาร์เก็ต เน้นพื้นที่ภายในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยเฉพาะพื้นที่บริเวณรอบร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในรัศมี 5 กิโลเมตร

1.3.2 ขอบเขตของการศึกษาเชิงเนื้อหา

ในการศึกษาอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในนครหาดใหญ่จะศึกษาในเรื่องดังนี้

- รูปแบบการตั้งถิ่นฐาน และความเป็นมาของเมือง สภาพทางด้านกายภาพ โครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และประชากร ตลอดจนการให้บริการในระบบโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของนครหาดใหญ่
- วิวัฒนาการธุรกิจค้าปลีก การเกิดขึ้นและการขยายตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศไทย และพื้นที่ศึกษา
- การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่าง ๆ ชุมชนศูนย์กลาง และการเชื่อมโยงโครงข่ายการบริการในพื้นที่เมืองและพื้นที่ข้างเคียง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน
- ผลที่เกิดขึ้นจากการเกิดขึ้นของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในด้านกายภาพอันหมายถึงการใช้ประโยชน์ที่ดิน การเปลี่ยนแปลงของราคาที่ดิน ด้านเศรษฐกิจอันหมายถึงกิจการร้านค้าดั้งเดิมและระบบเศรษฐกิจของเมือง ด้านสังคมอันหมายถึงประชาชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนไป ระบบการจราจร และสิ่งแวดล้อมของเมือง
- แนวทางเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมสำหรับตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่เมือง

1.4 วิธีการทำวิจัย

การวิจัยเรื่อง " อิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการใช้ที่ดินในเมือง กรณีศึกษา :นครหาดใหญ่ " มีวิธีการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี แนวความคิดพื้นฐานและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิวัฒนาการ การขยายตัวของศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของชุมชนเมืองและรูปแบบการใช้ที่ดินในเมือง ทั้งภาคภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ตลอดจนแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานครหาดใหญ่

2. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ภาพถ่ายทางอากาศ แผนที่แสดงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจะนำข้อมูลเบื้องต้นไปใช้สำรวจภาคสนาม และการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลอื่น ๆ

3. การสร้างและกำหนดเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การออกแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค และผู้ประกอบการร้านค้าย่อยหรือร้านค้าปลีกดั้งเดิม รวมทั้งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั้ง 3 แห่ง

4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนามในพื้นที่การศึกษา เพื่อนำไปวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้ประกอบการกิจการร้านค้าย่อย ประกอบกับการสังเกตโดยการสังเกตจากสภาพทั่วไปทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ศึกษา เช่น ลักษณะโครงสร้างประชากร โครงข่ายการคมนาคม การใช้ประโยชน์ที่ดิน และบริการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นต้น

5. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความรู้ทางผังเมืองเพื่อให้เห็นสภาพปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร การใช้ที่ดิน โครงข่ายการให้บริการพื้นฐาน ศูนย์กลางชุมชน กิจกรรมทางเศรษฐกิจ-สังคม ตลอดจนแนวโน้มโอกาสในการพัฒนา โดยแสดงในรูปแบบของการบรรยาย ตาราง แผนที่รูปถ่าย และนำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการใช้โปรแกรม Excel 97 และ SPSS V.10 ในการคำนวณและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่โดยใช้ผลจากการสำรวจปฐมภูมิตั้งกับฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศด้วย โปรแกรม Map Info Professional 5.0

6. สรุปผลการศึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะแนวทางในการวางแผนเพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองและการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีผลต่อการพัฒนาเมือง

1.5 ข้อจำกัดของการศึกษา

1. มีข้อจำกัดทางด้านกำลังคน งบประมาณ ทำให้การศึกษาไม่สามารถเจาะลึกในรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเมืองได้ทุกพื้นที่

2. ข้อมูลทางด้านร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าดั้งเดิมของเมือง เป็นข้อมูลความลับ ไม่สามารถเปิดเผยได้ เช่น ข้อมูลด้านกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ข้อมูลด้านการเสียภาษี

3. เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามพยายามหลีกเลี่ยงในการตอบแบบสอบถามในบางคำถามจึงทำให้ แบบสอบถามไม่ครบถ้วน สมบูรณ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจถึงพัฒนาการทางการค้าซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน
2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในนครหาดใหญ่
3. เป็นประโยชน์ต่อองค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้

1.7 โครงสร้างของงานวิทยานิพนธ์

รายงานการศึกษาจะประกอบด้วยเนื้อหา รวมทั้งสิ้น 6 บท เพื่อให้รายงานมีข้อมูลที่ครบถ้วน มีการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้น รวมถึงมีการรวบรวมผลการศึกษา สรุปผลของการศึกษาและเสนอแนว ทางต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาจะมีดังนี้

บทที่ 1 เป็นการอธิบายถึงความจำเป็นและความสำคัญของธุรกิจค้าปลีก และร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่ที่มีในประเทศไทย รวมถึงการอธิบายถึงที่มาของการศึกษาอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาด ใหญ่ที่มีต่อการใช้ที่ดินในเมือง

บทที่ 2 อธิบายถึงทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา เพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษา

บทที่ 3 วิวัฒนาการและการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นการกล่าวถึงประวัติ ความเป็นมาของการค้าปลีก จนกลายมาเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ประเภทของการค้าปลีก และ การขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในปัจจุบัน

บทที่ 4 อธิบายถึงข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ศึกษา ซึ่งจำต้องกล่าวถึงข้อมูลและสภาพทั่ว ไปเพื่อให้สามารถทราบถึงภาพรวมของจังหวัดแล้ว แยกย่อยสู่พื้นที่นครหาดใหญ่ ทั้งในด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมรวมถึงข้อมูลร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในนครหาดใหญ่

บทที่ 5 วิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย กระบวนการศึกษา การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ และความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีกับตัวแปรต่าง ๆ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยภาคสนาม รวบรวมผลการวิเคราะห์อิทธิพลของร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่ เพื่อนำไปสู่การสรุปผลการศึกษา

บทที่ 6 เป็นการสรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านค้า ปลีกขนาดใหญ่ และแนวทางในการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการเติบโตของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

เมื่อทราบถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น จากอิทธิพลของร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่ที่มีต่อการใช้ที่ดินในเมือง นำไปสู่การศึกษาถึงทฤษฎีที่ใช้เป็นหลักหรือเป็นแนวความคิดที่ เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของการใช้ที่ดินหลัง จากที่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ข้างต้น

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เพื่อให้ผู้ซื้อหรือบุคคลในครอบครัวได้ใช้ประโยชน์ในสินค้าโดยตรง โดยที่บางครั้งผู้ขายอาจจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งที่ขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรงก็ได้ ซึ่งร้านค้าปลีกจะทำหน้าที่คล้ายกับเป็นตัวแทนการซื้อสินค้าให้ผู้บริโภค และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ร้านโชห่วย หมายถึง ร้านขายของชำ ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ลักษณะของร้านจะเป็นห้องแถวขนาด 1-2 คูหา จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งผู้ทำหน้าที่ในการบริหารยังคงเป็นสมาชิกในครอบครัว

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hypermarket) ในการศึกษาครั้งนี้ จึงหมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีพื้นที่กว้าง จำหน่ายสินค้าทั่วไปทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค สินค้ามีราคาถูก คุณภาพปานกลาง ลูกค้าต้องหาสินค้าหรือบริการตัวเอง โดยพื้นที่นครหาดใหญ่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ทำการศึกษาคือ แก่ แมคโคร ศูนย์ค้าส่ง เทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งทั้ง 3 แห่งจัดอยู่ในประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกค้าส่งแบบเงินสดและบริการตัวเอง(Cash & Carry)

อิทธิพล ตามความหมายของราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง กำลังที่ยังผลให้สำเร็จ อำนาจซึ่งแฝงอยู่ในบุคคลหรือรัฐ ซึ่งสามารถเป็นผลให้ตามความประสงค์ อำนาจที่สามารถบันดาลให้ผู้อื่นต้องคล้อยตามหรือทำตาม อำนาจที่สามารถบันดาลให้เป็นไปได้ต่าง ๆ อำนาจนอกเหนือหน้าที่ ในขณะที่ อรุณ รัชธรรม (2538 : 38-39) ได้กล่าวถึง อิทธิพลไว้ว่า "เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะที่ฝ่ายหนึ่งได้กระทำการลงไป อันมีผลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อให้เป็นไปตามความมุ่งหมายของตน" อีกทั้งอาจมีความหมายในทางที่ไม่ดีโดย เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2540) ได้ให้ความหมายของ อิทธิพล (Influence) คือ อิทธิพลเป็นรูปหนึ่งของอำนาจ (Force) และเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยที่การกระทำของบุคคลหนึ่งมีผลกระทบต่อความคิด ทศนคติ หรือการกระทำของอีกบุคคลหนึ่ง การใช้อิทธิพลมีรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจูงใจ การเกลี้ยกล่อม การเสนอแนะ เป็นต้น

สรุปความได้ว่า อิทธิพล คือ การกระทำของกลุ่มของกลุ่มหนึ่งอันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งในการศึกษานี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่อันมีผลเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดิน และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยวัดจากการแสดงความคิดเห็นหรือความรู้สึกกับสิ่งที่เกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลงไป

อาคารพาณิชย์กรรมประเภทค้าปลีกค้าส่ง หมายความว่า อาคารที่ใช้ประโยชน์เพื่อการพาณิชย์กรรมในอาคารเดี่ยวหรือหลายหลัง ที่มีพื้นที่ใช้สอยอาคารรวมกันเพื่อประกอบกิจการขายปลีกขายส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคหลายประเภทที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป แต่ไม่หมายความรวมถึงตลาดตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข และอาคารที่ใช้ดำเนินการเพื่อส่งเสริมหรือจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน