

## บทบาทของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

การศึกษานี้เป็นการพิจารณาถึงบทบาทของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะลักษณะของรูปแบบทางการค้าที่มีบทบาทสำคัญ ส่งผลให้มีผู้เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ย่านการค้า โดยมีการศึกษาในลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้า รวมทั้งศึกษาอิทธิพลของย่านการค้าในเมืองที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าและผู้ให้บริการ มีการนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาผลกระทบของย่านการค้าในเมืองที่มีต่อร้านค้าย่อยในศูนย์กลางเมือง ซึ่งมีดังต่อไปนี้

### 5.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงบทบาทของย่านการค้าศูนย์กลาง จำเป็นจะต้องทราบถึงที่ตั้งของสถานประกอบการร้านค้า และการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาจำนวนผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าจากร้านค้าในเขตพื้นที่ศึกษาหรือบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่พักอาศัย รายได้ ประเภทสินค้า พฤติกรรมการเดินทางเข้ามาในเขตย่านการค้าเพื่อศึกษาถึงขอบเขตการให้บริการ ซึ่งอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา รวมถึงการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลที่ได้นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ถึงบทบาทของย่านการค้า

เพื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในบทแรกในการที่จะทราบถึงบทบาทของย่านการค้าศูนย์กลาง (CBD) จึงอาศัยการใช้แบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ทำการสอบถามผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลาง มีดังนี้

- 1) ลักษณะประชากร โดยสอบถามเกี่ยวกับ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ลักษณะที่พักอาศัย ภูมิลำเนา
- 2) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการ ลักษณะของร้านค้าและสินค้าที่ซื้อ เหตุที่เลือกซื้อสินค้า
- 3) ลักษณะการเดินทาง ได้แก่ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบถึงรัศมีการให้บริการของร้านค้าในย่านการค้าศูนย์กลาง

4) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นการสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อย่านการค้า เพื่อนำมาใช้ประกอบการเสนอแนะในการรักษาบทบาทด้านการค้าย่านการค้าศูนย์กลางให้คงอยู่ได้กับรูปแบบการค้าประเภทอื่นที่เกิดขึ้นมาภายหลัง

### 5.1.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาค้างครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อยู่ในพื้นที่ โดยกลุ่มประชากรที่ทำการสำรวจ จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการร้านค้า ส่วนในกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ (ผู้ซื้อ) ที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้าบริเวณย่านการค้าศูนย์กลาง ซึ่งอาจเป็นผู้ที่อยู่ในเขตชุมชนเมืองนครสวรรค์หรือพื้นที่รอบข้าง เช่น อำเภอหรือจังหวัดรอบข้าง

ในการศึกษาถึงบทบาททางการค้าของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ ได้อาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือช่วยให้นักวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยการใช้สูตรการคำนวณของยามาเน่ (Yamane ,1967) เพื่อหาจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมาเป็นตัวแทนในการศึกษา

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

#### 1) กลุ่มผู้ประกอบการ

การกำหนดกลุ่มตัวแทนประชากรในส่วนของร้านค้านั้นกำหนดโดยการสำรวจจำนวนร้านค้าในพื้นที่ศึกษา ซึ่งมีจำนวนประมาณ 1875 ร้านค้า โดยนับ 1 ร้านค้าเป็น 1 หน่วย และนำไปแทนค่าในสูตร ซึ่งได้จำนวนประชากรที่เหมาะสมในการตอบแบบสอบถามจำนวน 333 ตัวอย่าง

#### 2) กลุ่มผู้ใช้บริการ

การกำหนดกลุ่มตัวแทนประชากรในส่วนของผู้ใช้บริภรณ์นั้นกำหนดโดยการเก็บตัวอย่างจำนวนผู้ใช้บริการโดยการอนุมานว่าจะมีผู้เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ในแต่ละวันโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ 9875 คน และนำไปแทนค่าในสูตรเพื่อหาจำนวนประชากรที่เหมาะสมในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้จำนวนประชากรที่เหมาะสมในการตอบแบบสอบถามจำนวน 385 ตัวอย่าง

### 5.1.2 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์กลุ่มผู้ประกอบการของร้านค้าในย่านการค้าศูนย์กลางทางด้านลักษณะประชากร เป็นการวิเคราะห์ถึง อายุ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ลักษณะที่พักอาศัย ภูมิภานา

#### 5.1.2.1 ข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการ

##### 1) ลักษณะของเจ้าของกิจการ

ลักษณะทั่วไปกลุ่มเจ้าของกิจการพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.86 และเป็นเพศชายร้อยละ 35.14 มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 37.84 รองลงมา อายุ 30-40 ปี ร้อยละ 29.43 อายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 15.92 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 36.64 ปริญญาตรี ร้อยละ 29.43 ประถมศึกษา ร้อยละ 24.92 อาชีวะ,อนุปริญญา ร้อยละ 9.01 ส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอนครสวรรค์ ร้อยละ 75.08 เมื่อพิจารณาจากรายได้ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีกิจการร้านค้าขนาดเล็ก และเริ่มต้นในการประกอบกิจการในช่วง ปี พ.ศ.2536 - 2540 เป็นต้นมา เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีภาวะเศรษฐกิจดี ทำให้มีผู้ทำกิจการค้าขายกันมาก โดยมีการแข่งหรือเช่าร้านค้าเพื่อประกอบกิจการ ร้อยละ 64.56

##### 2) ลักษณะการดำเนินกิจการและกรรมสิทธิ์การครอบครอง

เจ้าของกิจการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ประกอบกิจการขายปลีก ร้อยละ 54.95 โดยมีขอบเขตในการบริการสินค้าในระยะใกล้ในเขตชุมชนเมืองนครสวรรค์ร้อยละ 73.58 เนื่องจากกลุ่มของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในอำเภอเมืองนครสวรรค์ร้อยละ 63.96 ที่สามารถเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านเองได้โดยสะดวก ร้อยละ 64.56 ส่วนใหญ่ร้านค้าเปิดดำเนินการทุกวัน เริ่มเปิดดำเนินการประมาณ 08.00-10.00 น. ปิดดำเนินการประมาณ 18.00 - 20.00 น

เมื่อพิจารณาจากการดำเนินกิจการของร้านค้า พบว่า สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าประเภทการบริโภคสูงสุดถึงร้อยละ 51.05 รองลงมาเป็นสินค้าประเภทอุปโภค ร้อยละ 32.43 และการบริการ ร้อยละ 16.52 ตามลำดับ ส่วนรูปแบบการขายสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นการขายปลีก ร้อยละ 54.95 การขายปลีกและขายส่ง ร้อยละ 27.63 และขายส่ง ร้อยละ 17.42 ตามลำดับ ซึ่งสภาพปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ ปัญหาการจราจรติดขัด ร้อยละ 64.86 ขาดแคลนที่จอดรถ ร้อยละ 59.46

### 5.1.2.2 ข้อมูลกลุ่มผู้ใช้บริการ

#### 1) ลักษณะของผู้ใช้บริการ

ลักษณะทั่วไปกลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.38 และเป็นเพศชายร้อยละ 36.62 มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 34.28 รองลงมา อายุ 30-40 ปี ร้อยละ 30.65 อายุต่ำกว่า 20 ร้อยละ 21.30 อายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 13.77 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 38.44 มัธยมศึกษา ร้อยละ 31.17 ประถมศึกษา ร้อยละ 16.88 อาชีววะ,อนุปริญญา ร้อยละ 13.51

#### 2) ลักษณะอาชีพและรายได้

อาชีพของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานร้านค้า/บริษัทเอกชน ร้อยละ 29.87 ราชการ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.71 นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 22.60 รับจ้าง ร้อยละ 16.62 ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน 5001-10,000 ร้อยละ 62.08 10,000 -25,000 ร้อยละ 21.82 และต่ำกว่า 5000 ร้อยละ 16.10

#### 3) ภูมิลำเนา สาเหตุของการเข้ามาอยู่ที่เมืองนครสวรรค์

ในส่วนของภูมิลำเนา ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในอำเภอเมืองนครสวรรค์ ร้อยละ 60.78 ต่างอำเภอใน จ.นครสวรรค์ ร้อยละ 22.34 และต่างจังหวัด ร้อยละ 16.88 ประกอบอาชีพ ร้อยละ 53.77 ศึกษาในสถาบันการศึกษา ร้อยละ 34.28 ย้ายตามครอบครัว ร้อยละ 11.95 ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ที่หอพัก ร้อยละ 52.99 บ้านพักอาศัยของหน่วยงาน ร้อยละ 32.21 บ้านตัวเอง ร้อยละ 14.80

สรุปได้ว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่เข้ามาใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลางเมือง มีรายได้ประมาณ 5001 – 10,000 บาทซึ่งสอดคล้องกับลักษณะอาชีพซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานร้านค้าและบริษัทเอกชน ส่วนในด้านภูมิลำเนาส่วนใหญ่จะอยู่ในอำเภอนครสวรรค์เพื่อประกอบอาชีพและศึกษาต่อ ส่วนมากจะพักอาศัยที่หอพักหรืออพาร์ทเมนท์

### 5.2 ลักษณะของกิจกรรมการค้า

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้บริการที่ส่งผลกระทบต่อบทบาทด้านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ จากข้อมูลการตอบแบบสอบถามสามารถนำมาวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการค้าได้ดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในย่านการค้าศูนย์กลาง  
จากการตอบแบบสอบถามผู้มาใช้บริการย่านการค้าศูนย์กลาง มีพฤติกรรมใน  
การเข้ามาใช้บริการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงวัตถุประสงค์ในการเข้ามาใช้บริการย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อของใช้ส่วนตัว	241	62.60
ซื้อของไปขาย	92	23.90
พักผ่อนหย่อนใจ	52	13.50
รวม	385	100

จากข้อมูลแบบสอบถามวัตถุประสงค์ในการเข้ามาใช้บริการย่านการค้าศูนย์กลาง พบว่ามาเพื่อซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้ส่วนตัว ร้อยละ 62.60 รองลงมา คือ ซื้อของไปขาย ร้อยละ 23.90 โดยจะมาซื้อจากร้านขายส่งเพื่อนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง และพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 13.50 ตามลำดับ ในส่วนของการพักผ่อนหย่อนใจจะเป็นเดินเล่นและการรับประทานอาหาร

ตารางที่ 5.2 แสดงประเภทสินค้าที่ผู้เข้ามาใช้บริการซื้อในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าอุปโภค (ของใช้ในชีวิตประจำวัน)	221	57.40
สินค้าบริโภค (อาหารสด)	122	31.69
งานบริการ (ร้านเสริมสวย)	42	10.91
รวม	385	100

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะซื้อสินค้าอุปโภคมากที่สุด ร้อยละ 57.40 สินค้าประเภทอุปโภค ได้แก่ ของใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือ สินค้าบริโภค ได้แก่ อาหารสด ร้อยละ 31.69 และการบริการ ได้แก่ ร้านเสริมสวย ร้อยละ 10.91 ตามลำดับ

ดังนั้น สินค้าที่คนนิยมเข้ามาซื้อส่วนใหญ่ คือ สินค้าอุปโภคซึ่งสอดคล้องกับ ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจำนวนร้านค้า คือ มีจำนวนร้านขายของชำมากที่สุดจากร้านค้าทั้งหมดที่ อยู่ภายในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

ตารางที่ 5.3 แสดงวัตถุประสงค์ที่ซื้อสินค้าและพื้นที่ที่นำไปใช้ของผู้ใช้บริการย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

วัตถุประสงค์ที่ซื้อสินค้าและพื้นที่ที่นำไปใช้		จำนวน	ร้อยละ
ใช้เอง	อำเภอเมืองนครสวรรค์	104	56.22
	ต่างอำเภอในนครสวรรค์	54	29.19
	ต่างอำเภอในจังหวัดที่มีเขตติดต่อกับจ.นครสวรรค์	27	14.59
	<b>รวม</b>	<b>185</b>	<b>100</b>
ขายปลีก	อำเภอเมืองนครสวรรค์	62	50.82
	ต่างอำเภอในนครสวรรค์	38	31.15
	ต่างอำเภอในจังหวัดที่มีเขตติดต่อกับจ.นครสวรรค์	22	18.03
	<b>รวม</b>	<b>122</b>	<b>100</b>
ขายส่ง	อำเภอเมืองนครสวรรค์	42	53.85
	ต่างอำเภอในนครสวรรค์	23	29.49
	ต่างอำเภอในจังหวัดที่มีเขตติดต่อกับจ.นครสวรรค์	13	16.66
	<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100</b>
<b>รวม</b>		<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เอง ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์มากที่สุด ร้อยละ 56.62 รองลงมา คือ นำไปขายปลีก ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์มากที่สุด ร้อยละ 50.82 และนำไปขายส่ง ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์มากที่สุด ร้อยละ 53.85 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการนิยมซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เองภายในเขตชุมชนเมืองนครสวรรค์

ตารางที่ 5.4 แสดงแหล่งที่ซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

แหล่งที่ซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าตึกแถว	261	67.79
ห้างสรรพสินค้า	89	23.12
หาบเร่ แผงลอย	35	9.09
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะใช้บริการที่ร้านค้าตึกแถว ร้อยละ 67.79 ที่ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่มีสินค้าให้เลือกที่หลากหลาย รองลงมา คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 23.12 และหาบเร่แผงลอย ร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.5 แสดงเหตุผลในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

เหตุที่เลือกซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าที่ต้องการครบ	204	52.99
สินค้าหลากหลาย	124	32.21
ราคาถูกกว่าที่อื่น	57	14.80
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลาง เนื่องจากมีสินค้าที่ต้องการครบ ร้อยละ 52.99 รองลงมา คือ มีสินค้าหลากหลาย ร้อยละ 32.21 และราคาถูกกว่าที่อื่น ร้อยละ 14.80 ตามลำดับ

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่าผู้ใช้บริการนิยมซื้อสินค้าที่ร้านค้าตึกแถวในย่านการค้าศูนย์กลาง เนื่องจากมีสินค้าที่ต้องการครบ โดยมีร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทต่างๆอยู่มาก สินค้าที่นิยมซื้อเป็นสินค้าอุปโภค เช่น ของใช้ในชีวิตประจำวัน

### 5.2.2 พฤติกรรมการเดินทางในการเข้ามาใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลาง

ตารางที่ 5.6 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

รูปแบบการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถมอเตอร์ไซด์	209	54.29
รถยนต์ส่วนบุคคล	116	30.13
รถสองแถว	60	15.58
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะใช้รถมอเตอร์ไซด์มากที่สุด ร้อยละ 54.29 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 30.13 และรถสองแถว ร้อยละ 15.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.7 แสดงระยะทางในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

ระยะทาง (ก.ม.)	จำนวน	ร้อยละ
1 - 30 กิโลเมตร	207	53.77
31 - 60 กิโลเมตร	132	34.28
60 กิโลเมตรขึ้นไป	46	11.95
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะเดินทางเข้ามาในย่านการค้าศูนย์กลางอยู่ในช่วงระยะทาง 1-30 กิโลเมตร ร้อยละ 53.77 รองลงมาคือ 31-60 กิโลเมตร ร้อยละ 34.28 และ 61 กิโลเมตรขึ้นไป ร้อยละ 11.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.8 แสดงระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

เวลาที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	207	53.77
30 นาที -1 ชั่วโมง	132	34.28
มากกว่า 1 ชั่วโมง	46	11.95
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาในย่านการค้าศูนย์กลางน้อยกว่า 30 นาที ร้อยละ 53.77 รองลงมาคือ 30 นาที -1 ชั่วโมง ร้อยละ 34.28 และมากกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 11.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.9 แสดงเหตุผลในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

เหตุที่เข้ามาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บริเวณที่พักอาศัย/ที่ทำงาน	270	70.13
สะดวกในการเดินทางเข้ามา	115	29.87
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากข้อมูลแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าพฤติกรรมในการเดินทางเข้ามาใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลาง โดยที่ใช้ระยะเวลาการเดินทางไม่นาน คือ น้อยกว่า 30 นาที และมักเดินทางโดยรถมอเตอร์ไซด์ เนื่องจากมีระยะทางไม่ไกลจากที่พักอาศัยและที่ทำงาน ดังนั้นร้านค้าในย่านการค้าศูนย์กลางจึงมีขอบเขตการให้บริการสินค้าแก่พื้นที่เมืองนครสวรรค์และชุมชนใกล้เคียง



### 5.2.3 พฤติกรรมเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเข้ามาใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลาง

ตารางที่ 5.10 แสดงวันและช่วงเวลาที่เดินทางในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

วันที่เข้ามาใช้ บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา 10.00 – 16.00 น.	198	51.43
วันหยุด 16.00 – 20.00 น.	152	39.48
วันธรรมดาและวันหยุด 04.00 – 10.00 น.	35	9.09
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเข้ามาใช้บริการในย่าน CBD ส่วนใหญ่ในวันธรรมดาช่วงเวลาประมาณ 10.00 – 16.00 น. ร้อยละ 51.43 วันหยุด 16.00 – 20.00 น. ร้อยละ 39.48 และในวันธรรมดาและวันหยุด 04.00 – 10.00 น. ร้อยละ 9.09

ตารางที่ 5.11 แสดงความถี่ในการเข้าไปใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

ความถี่ที่เข้ามาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	239	62.08
ทุกวัน	84	21.82
2 สัปดาห์ / ครั้ง	62	16.10
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเดินทางมาประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 62.08 เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พักอาศัยและทำงานอยู่ในเขตเมืองนครสวรรค์จึงสามารถเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าได้ง่าย รองลงมา คือ เข้ามาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 21.82 เข้ามาใช้บริการ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง ร้อยละ 16.10

### 5.2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลาง

ตารางที่ 5.12 แสดงสภาพปัญหาในการเข้าไปใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

สภาพปัญหาที่เกิดมาก	จำนวน	ร้อยละ
ขาดแคลนที่จอดรถ	216	64.86
ขาดแคลนที่ขนถ่ายสินค้า	198	59.46
พื้นที่ขายสินค้าคับแคบ/ทรุดโทรม	124	37.24
การจราจรติดขัด	98	29.43
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับสภาพปัญหาของร้านค้าในบริเวณย่านการค้าศูนย์กลางเมือง พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.86 คิดว่าสภาพปัญหาที่พบในย่านการค้าส่วนใหญ่ คือ การจราจรติดขัด ขาดแคลนที่จอดรถ ขาดแคลนที่ซนถ่ายสินค้า พื้นที่ขายสินค้าคับแคบ/ทรุดโทรม หากยังต้องประสบกับปัญหาในทุกๆ ด้านอยู่ต่อไป และผลการประกอบการแยลงเรื่อยๆ กิจกรรมอาจจะต้องปิดตัวลงไปในที่สุด

#### 5.2.5 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่าน CBD ต่อ ย่านการค้าชานเมือง

ย่านการค้าสำคัญของเมืองนครสวรรค์ แบ่งออกเป็น 2 บริเวณ ประกอบด้วย ย่านการค้าศูนย์กลางเมือง(CBD) และย่านการค้าชานเมือง

ซึ่งการที่จะศึกษาในประเด็นด้านความคิดเห็นจึงควรมีการทราบถึงความคิดเห็นของผู้ที่มีบทบาทต่อกิจกรรมการค้าภายในย่านการค้า คือ ผู้ที่ประกอบกิจกรรมเศรษฐกิจในย่านการค้าศูนย์กลางประกอบด้วยผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ซึ่งมีความเห็น ดังต่อไปนี้

##### 1) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 5.13 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของสินค้าในย่านการค้าทั้ง 2 แห่ง

ความแตกต่างของสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	262	68.05
มี	123	31.95
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้ามาใช้บริการในย่านการค้าชานเมืองของผู้ประกอบการในย่าน CBD พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 68.05 มีความเห็นว่าคุณลักษณะของสินค้าในร้านค้าบริเวณย่านการค้าชานเมืองไม่มีลักษณะที่แตกต่างกับร้านค้าในย่าน CBD แต่ในส่วนของบริการอาจมีความแตกต่างอยู่บ้างในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ จุดนั่งพัก เป็นต้น อีกประการหนึ่ง คือ ร้านค้าประเภทร้านค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ มีข้อได้เปรียบในด้านของการเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมประเภทอื่นๆอีก เช่น ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ มาตั้งอยู่ในบริเวณเดียว และยังมีสินค้านานาประเภทต่างๆให้เลือกมากมาย

ตารางที่ 5.14 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการขยายตัวของย่านการค้าชานเมือง

ผลกระทบ	จำนวน	ร้อยละ
มี	328	85.19
ไม่มี	57	14.81
รวม	385	100

จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขยายตัวของร้านค้าในบริเวณย่านการค้าชานเมืองว่านั่นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.19 มีความเห็นว่าร้านค้าบริเวณย่านการค้าชานเมืองมีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกและค้าส่งในย่านการค้าศูนย์กลางเมือง (CBD) เนื่องจาก การที่ร้านค้าทั้ง 2 บริเวณ มีสินค้าประเภทเดียวกันกับผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค อาหารสด เป็นต้น แต่จากความได้เปรียบของผู้ประกอบการร้านค้าบริเวณชานเมืองในส่วนของค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีกว่า จึงส่งผลให้สภาพการค้าในปัจจุบันในย่าน CBD ชบเซาลง

เนื่องจากมีย่านการค้าใหม่แถบชานเมือง มีตลาดนัดเกิดตามแหล่งชุมชนต่างๆ และจากวิกฤติเศรษฐกิจมีคนตกงานมากจากการทำงานประจำในบริษัทต่างๆ บางส่วนจึงหันมาประกอบธุรกิจส่วนตัว ทำให้เกิดร้านค้าย่อยต่างๆ มากมายในแต่ละประเภทของสินค้าและบริการ ทำให้การแข่งขันทางการค้าสูงขึ้นระหว่างร้านค้าย่อยขนาดเดียวกันทั้งในย่าน CBD และย่านการค้าชานเมือง และระหว่างร้านค้าปลีกขนาดเล็กกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์

ในส่วนของข้อเสนอแนะผู้ประกอบการส่วนใหญ่เสนอให้มีการสนับสนุนให้ร้านค้าย่อยในย่าน CBD มีการรวมกลุ่มในลักษณะของย่านการค้าเฉพาะที่มีสินค้ามารวมกลุ่มเพิ่มเติมจากสินค้าประเภทเดิมที่ขายอยู่ เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ เช่น ย่านร้านขายของเก่า ย่านร้านขายหนังสือ ย่านร้านขายของที่ระลึก ย่านขายเครื่องไฟฟ้า เป็นต้น และรัฐควรสร้างสิ่งบริการสาธารณะอำนวยความสะดวกที่สำคัญ เช่น ที่จอดรถสาธารณะ ห้องน้ำ ม้านั่ง น้ำดื่ม โทรศัพท์ เป็นต้น ในจุดต่างๆ เพื่อให้บริการแก่ประชาชนที่มาใช้บริการในย่านการค้านี้ โดยที่จะเป็นการสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มในลักษณะดังกล่าวนี้ได้ รวมถึงมีการลดภาษีให้แก่ร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทที่รัฐสนับสนุนให้มีการจัดจำหน่ายในพื้นที่นั้น ๆ เป็นต้น อีกประการที่สำคัญคือ ควรปรับปรุงสภาพย่านการค้าที่ให้ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ เช่น มีที่จอดรถสำหรับการซื้อสินค้าและการขนส่งสินค้า เป็นต้น

## 2) ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 5.15 แสดงการเข้าไปใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์

การเข้ามาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	338	87.80
ไม่เคย	47	12.20

จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้ามาใช้บริการในย่านการค้าใจกลางเมืองของผู้ใช้บริการในย่าน CBD มีความเห็นว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เคยเข้าไปใช้บริการในย่านการค้าใจกลางเมือง ถึงร้อยละ 87.80 เพราะเห็นว่าเป็นสถานที่การค้ารูปแบบใหม่ มีสินค้าและบริการที่ทันสมัย รวมถึงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ที่จอดรถ เครื่องปรับอากาศและอีกประการหนึ่ง คือ เห็นจากการโฆษณาว่ามีร้านค้าที่มีชื่อเสียงหลายร้าน เข้ามาตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน

ตารางที่ 5.16 แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของสินค้าและบริการในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์กับย่านการค้าในเมือง

ความแตกต่างของสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
มี	231	60.00
ไม่มี	154	40.00
รวม	385	100

จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเข้ามาใช้บริการในย่าน CBD ส่วนใหญ่พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 60.00 มีความเห็นว่าร้านค้าปลีกส่งในเมืองกับร้านค้าในย่านการค้าในเมือง มีความแตกต่างทั้งในด้านสินค้าและบริการ เนื่องจากสินค้าในร้านค้าปลีกในเมืองมักมีรูปแบบเดิม เป็นสินค้าทั่วไปที่หาซื้อได้ทั่วไปตามท้องตลาด ในส่วนของการบริการร้านค้าในบริเวณย่านการค้าในเมืองมีรูปแบบของร้านค้าที่ครบวงจร สามารถทำกิจกรรมต่างๆได้ทั้งครบครัน ทั้งการซื้อสินค้า การรับประทานอาหาร การชมภาพยนตร์ เป็นต้น และยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ โทรศัพท์ น้ำดื่ม เป็นต้น

ตารางที่ 5.17 แสดงถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลกระทบของการขยายตัวย่านการค้า  
ชานเมือง

ผลกระทบ	จำนวน	ร้อยละ
มี	288	74.81
ไม่มี	97	25.19
รวม	385	100

จากการออกแบบสอบถามผู้ใช้บริการในย่าน CBD เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของการเกิดย่านการค้าชานเมือง พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ร้อยละ 74.81 มีความเห็นว่าร้านค้าปลีก-ส่งในเมืองได้รับผลกระทบจากการมีย่านการค้าชานเมือง เนื่องจากในปัจจุบันในย่าน CBD มีสภาพปัญหาต่างๆในเรื่องของความทรุดโทรมของร้านค้า การจราจรติดขัด การขาดแคลนที่จอดรถ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้บริการไม่อยากจะเข้าไปใช้บริการ เนื่องจากเสียเวลาประกอบกับสินค้าที่ต้องการก็มีขายอยู่ในบริเวณร้านในบริเวณอื่นเช่นเดียวกัน

ในส่วนของข้อเสนอแนะผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เสนอให้มีการปรับปรุงย่านการค้าที่ให้ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ เช่น มีที่จอดรถสำหรับการซื้อสินค้าและการขนส่งสินค้า เป็นต้น และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ เช่น ที่จอดรถสาธารณะ ห้องน้ำ ม้านั่งน้ำดื่ม โทรศัพท์ เป็นต้น ในจุดต่างๆ เพื่อให้บริการแก่ประชาชนที่มาใช้บริการในย่านการค้านี้ มีการจัดรายการสินค้าพิเศษและการมีกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการในพื้นที่เพิ่มขึ้น

### 5.3 การวิเคราะห์แบบสอบถาม

การวิเคราะห์แบบสอบถามจากการนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ จะนำมาสู่การที่จะทราบถึงบทบาทของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 5.3.1 รูปแบบกิจกรรมและขอบเขตการให้บริการสินค้า

##### ก) รูปแบบการค้าปลีก

เป็นรูปแบบการค้าที่มีบทบาทมากที่สุดในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าที่ขายสินค้ามีทุกประเภท ได้แก่ หาบเร่ แผงลอย ร้านรถเข็น โดยมากผู้ใช้บริการจะนิยมซื้อสินค้าในร้านค้าที่กวางที่อยู่โดยรอบตลาดและบริเวณที่ใกล้เคียงกับตลาด เนื่องจากสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็น

สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันและอาหารสด เช่น ของชำ อาหารสำเร็จรูป ผัก ผลไม้ เป็น ซึ่งเวลาเปิดดำเนินการจะเป็นในช่วงเช้าตั้งแต่ประมาณ 03.00 น. เป็นต้นไปจนถึงเวลาประมาณ 17.00 น.

- สินค้าที่จำหน่าย สินค้าที่มีการซื้อขายกันมาก คือ สินค้าบริโภค เช่น อาหารสด อาหารสำเร็จรูป สินค้าอุปโภค เช่น ของใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นสินค้าที่รับมาจากร้านค้าส่งในเขตย่านการค้าศูนย์กลางเมือง หรือซื้อจากร้านค้าส่งในตลาด เพื่อนำมาขายปลีกอีกทอดหนึ่ง สินค้าที่ขายส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในการเข้ามาซื้อสินค้า เช่น บริเวณที่อยู่ใกล้ตลาดมักจะมีร้านขายของชำเป็นจำนวนมาก เป็นต้น

- ขอบเขตการให้บริการ ส่วนใหญ่ร้านค้าปลีกจะตั้งกระจายอยู่ในจุดที่มีทำเลที่ตั้งที่ใกล้แหล่งชุมชนหรือสถานที่สำคัญ เช่น ย่านที่พักอาศัย โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น สามารถเดินทางเข้าไปโดยสะดวก จึงมักเป็นที่อาศัยอยู่ในบริเวณย่านการค้าศูนย์กลางเมืองเข้าไปซื้อสินค้าประเภทต่างๆ หรือบริเวณใกล้เคียงที่เข้ามาประกอบกิจกรรมในพื้นที่ เช่น การติดต่อธุรกิจ การติดต่อสถานที่ราชการ การพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ร้านค้าประเภทต่างๆจะขายสินค้าที่มีความสอดคล้องกับสถานที่ที่ตั้งอยู่ เช่น บริเวณโรงพยาบาลสรรพคัปรักษา จะมีการขายอาหาร ขนม และของใช้ในชีวิตประจำวันอยู่มาก เป็นต้น ดังนั้นการค้าปลีกจึงมีบทบาทในการให้บริการสินค้าแก่ผู้ใช้บริการในระดับชุมชน ซึ่งสามารถเดินทางไปซื้อได้บ่อยๆโดยมีระยะทางไม่ไกลจากที่ทำงานหรือที่พักอาศัย มีระยะทางไม่เกิน 30 กิโลเมตรและใช้เวลาในการเดินทางไม่เกิน 30 นาที ส่วนใหญ่มีการเดินทางมาโดยมอเตอร์ไซด์หรือสามารถมาโดยรถสองแถวได้เพราะผู้เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในเขตชุมชนเมือง

#### ข) รูปแบบการค้าส่ง

ร้านค้าส่งสินค้าที่มีบทบาทในพื้นที่มากที่สุด ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เหล้า เบียร์ บัตเตอร์เงิน ฯลฯ เนื่องจากแต่ละประเภทที่กล่าวมาจะปรากฏอยู่ในร้านขายของชำส่วนใหญ่ ดังนั้นร้านค้าส่งมีบทบาทมากที่สุด ได้แก่ ร้านขายของชำ (ร้านโชห่วย) ซึ่งมีความสามารถในการสนับสนุนการประกอบกิจกรรมการค้าปลีกประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค มักจะตั้งอยู่บริเวณตลาดหรือบริเวณที่ใกล้เคียงกับตลาด ซึ่งเวลาเปิดดำเนินการจะเป็นในช่วงเช้าตั้งแต่ประมาณ 03.00 น. เป็นต้นไปจนถึงเวลาประมาณ 17.00 น. โดยที่ผู้ประกอบการหรือผู้ขายมักจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในย่านการค้านี้มาเป็นระยะเวลาานาน และได้มีการสืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ

### - ขอบเขตการให้บริการ

1. ภายในชุมชนเมืองนครสวรรค์ โดยขายส่งให้แก่ลูกค้าที่เป็นร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในบริเวณย่านการค้าหรือบริเวณใกล้เคียง ส่วนมากผู้ที่อยู่ในบริเวณจะซื้อสินค้าในจำนวนที่ไม่มากนัก โดยที่สามารถรับสินค้าบรรทุกใส่รถส่วนตัวไปได้และนำไปขายปลีกต่อให้กับลูกค้าในบริเวณต่างๆของพื้นที่ในเขตชุมชนเมืองนครสวรรค์ (แผนที่ 5.1)

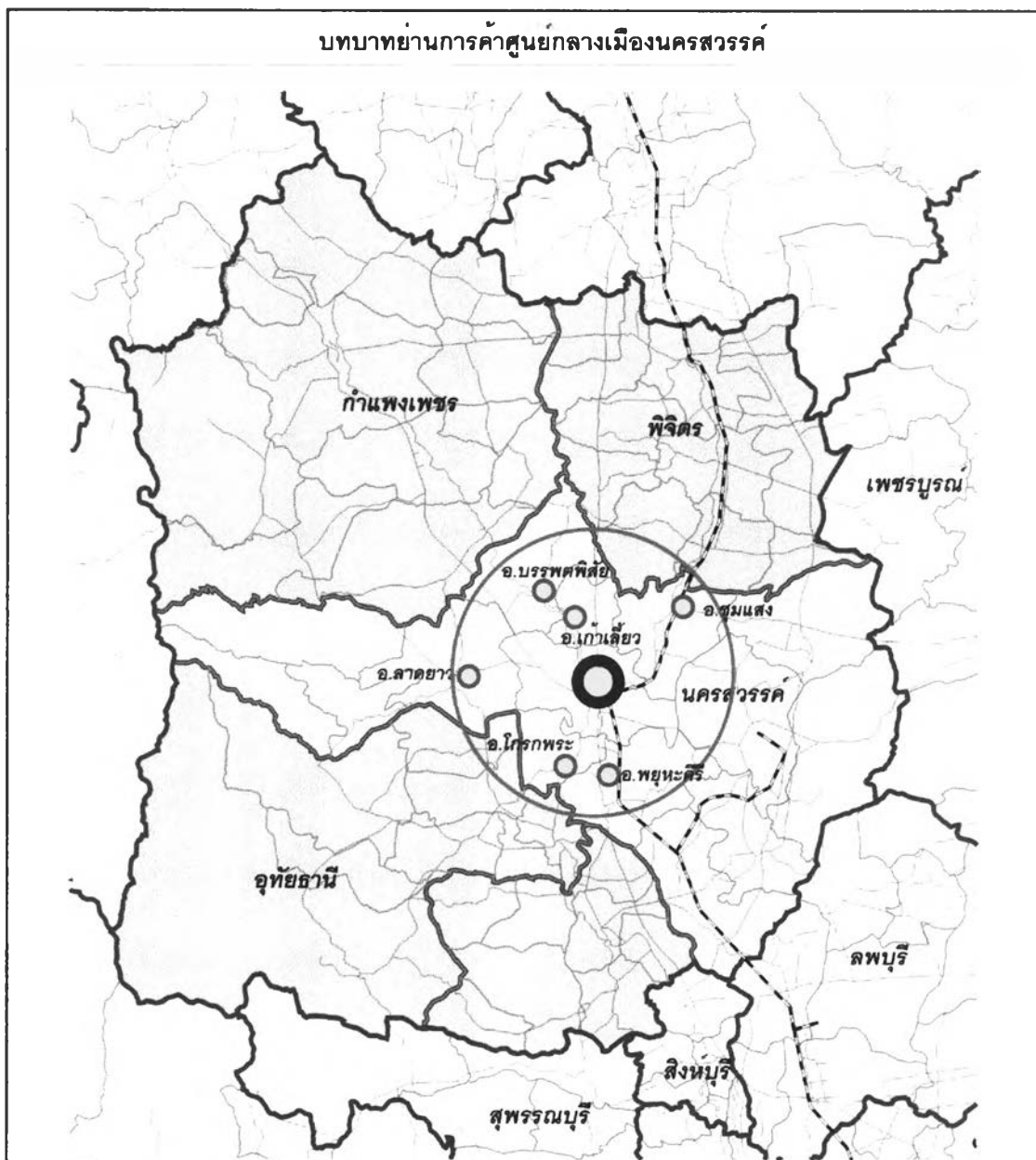
2. ต่างอำเภอแต่อยู่ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มนี้จะเป็นลูกค้าร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกระดับอำเภอ เช่น อำเภอลาดยาว อำเภอพยุหะคีรี อำเภอเก้าเลี้ยว อำเภอโกรกพระ เป็นต้น ซึ่งมีระยะทางห่างจากย่านการค้าศูนย์กลางไม่เกิน 30 กิโลเมตร (แผนที่ 5.1) มีการเข้ามาติดต่อซื้อสินค้ากับร้านค้าส่งที่มีการติดต่อโดยตรงกับบริษัทแม่ที่กรุงเทพฯเพื่อให้ได้สินค้าราคาถูกและมีความหลากหลาย โดยนำไปขายส่งหรือปลีกให้กับลูกค้าในอำเภอหรือชุมชนใกล้เคียง

3. จังหวัดที่มีเขตติดต่อกับนครสวรรค์ เช่น กำแพงเพชร พิจิตร อุทัยธานี ชัยนาท เป็นต้น ซึ่งมีระยะทางห่างไม่เกิน 130 กิโลเมตร (แผนที่ 5.2) เนื่องจาก การขายสินค้านั้นมีทั้งการขายโดยลูกค้าเข้ามาซื้อที่ร้านและการขายโดยการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โดยมีรถบริการส่งสินค้าในกรณีลูกค้าซื้อในปริมาณมาก ซึ่งร้านค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ดังนั้นถือว่าการขนส่งเป็นต้นทุนในการขายสินค้า หากขนส่งสินค้าไกลกว่าระยะทาง 130 กิโลเมตร จะทำให้ไม่คุ้มกับต้นทุนการขายสินค้า (สัมภาษณ์เจ้าของร้านเทพัญญะ, 2547) โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกระดับอำเภอ เนื่องจากการเดินทางจากร้านค้าอยู่ในบริเวณที่มีเขตติดต่อกับนครสวรรค์กับร้านค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์มีระยะทางที่ใกล้กว่าการเดินทางไปสู่ร้านค้าในจังหวัดนั้นๆ ซึ่งมีขอบเขตการให้บริการไปสู่พื้นที่ข้างเคียง ดังต่อไปนี้

- เขตจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ อ.คลองขลุง อ.ขาณุวรลักษณบุรี
- เขตจังหวัดพิจิตร ได้แก่ อ.ตะพานหิน อ.โพทะเล กิ่งอำเภอบึงนาราง
- เขตจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ อ.ลานสัก อ.ทัพทัน
- เขตจังหวัดชัยนาท ได้แก่ อ.วัดสิงห์ อ.เมือง




- รูปแบบการซื้อขายสินค้า จะเน้นการขายส่งเป็นหลัก โดยมีวิธีการดังนี้




- มีการติดต่อซื้อขายกับลูกค้าเดินเข้ามาซื้อโดยตรงที่ร้าน โดยมากการซื้อขายด้วยวิธีนี้นิยมใช้โดยลูกค้าที่มีร้านค้าอยู่ในบริเวณชุมชนเมืองนครสวรรค์และไม่ไกลจากร้านค้าส่งมากนัก สามารถเดินทางมาโดยสะดวก หรือเป็นลูกค้าใหม่ที่อยู่ต่างพื้นที่เข้ามาเพื่อติดต่อเพื่อสอบถามราคาและรูปแบบการซื้อขาย รวมถึงลักษณะและประเภทของสินค้าที่ขายกับเจ้าของร้าน โดยมีการต่อรองราคาเพื่อทำการซื้อขาย เมื่อเกิดความพอใจในเงื่อนไขทั้งสองฝ่ายทั้งคู่ซื้อผู้ขายแล้วจึงมีการตกลงซื้อขายสินค้า



แผนที่ 5.1 ขอบเขตการค้าปลีก (สินค้าบริโภค)

คำอธิบายสัญลักษณ์

-  ถนนสายหลัก
-  ขอบเขตจังหวัด
-  ขอบเขตจังหวัดนครสวรรค์

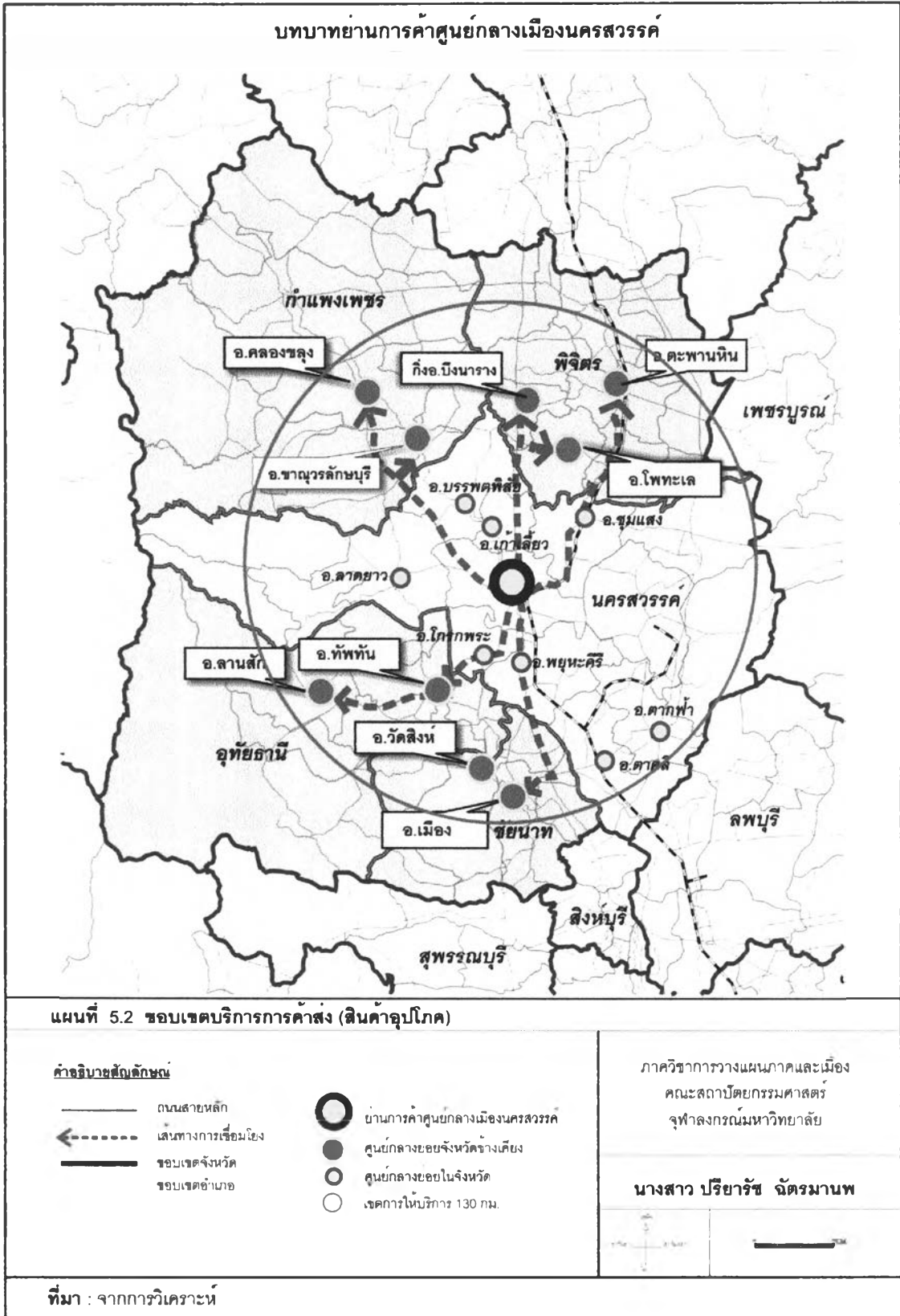
-  ย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์
-  เขตการให้บริการ 30 กม.
-  ศูนย์กลางย่อยระดับอำเภอ

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาว ปรียารัช จัตรีมานพ

ที่มา : จากการวิเคราะห์





- การซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์และมีการโอนเงินให้ร้านค้า โดยมีการจัดส่งสินค้าตามวิธีที่ตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย การจัดส่งจะเน้นความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า เช่น ใช้บริการบริษัทขนส่งที่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้า การส่งรถของร้านค้าไปพร้อมกับพนักงานที่ได้รับความไว้วางใจเพื่อนำสินค้าไปขายหรือส่งให้ถึงร้านลูกค้า
- การวิ่งรถไปขายสินค้าในพื้นที่ต่างๆ เช่น ต่างอำเภอ ต่างจังหวัด ซึ่งเป็นเส้นทางที่เป็นแหล่งชุมชนที่มีร้านค้าที่มียอดการสั่งซื้อในระดับสูง (ร้านค้าใหญ่ในระดับอำเภอหรือชุมชน) โดยมีเซลล์จากทางร้านนำสินค้าในแต่ละประเภทไปขาย

#### 5.4 บทสรุปการวิเคราะห์บทบาทด้านการค้าของย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

##### 5.4.1 บทบาทการค้าของย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

จากการศึกษาสภาพของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ (CBD) ในบทที่ผ่านมาทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ โดยรูปแบบทางการค้าที่เอื้อต่อการเจริญเติบโตของย่านการค้า ประกอบด้วยการค้าปลีก การค้าส่ง และการบริการ ดังมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) บทบาทด้านการค้าปลีก จากตารางแสดงจำนวนร้อยละและสถานประกอบการจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (จากตารางที่4-2) และจากการสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถาม พบว่า บทบาทสำคัญของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าภายในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ คือ การค้าปลีกซึ่งสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทบริโภค เช่น ร้านขายของชำ ร้านอาหาร เป็นต้น มีขอบเขตในการให้บริการสินค้าในเขตชุมชนเมืองนครสวรรค์และบริเวณชุมชนใกล้เคียง โดยกลุ่มของลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางมาโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน ซึ่งมีการซื้อสินค้าตามร้านค้าประเภทต่าง ๆ ทั้งร้านค้าตึกแถว หาบเร่แผงลอยในตลาด ร้านค้าสะดวกซื้อ และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ส่วนตัว ทั้งนี้การเลือกซื้อสินค้าที่ใด มักจะขึ้นอยู่กับพิจารณาถึงความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ เช่น ระยะเวลาในการเดินทางกับแหล่งที่ขายสินค้า ประเภทสินค้า ราคาสินค้า เป็นต้น

2) บทบาทด้านการค้าส่ง จากการสำรวจพบว่า สินค้าที่มีการขายส่งในอัตราสูงเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ของใช้เบ็ดเตล็ด เหล้าเบียร์ บัตรเติมเงิน

เป็นต้น โดยมีขอบเขตการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า ทั้งที่เป็นร้านค้าย่อย และร้านค้าส่งขนาดเล็ก ที่ตั้งอยู่ตามชุมชนต่าง ๆ ทั้งภายในเขตเมืองนครสวรรค์ ต่างอำเภอและต่างจังหวัด

โดยรูปแบบกิจกรรมการค้าส่งนั้นมีบทบาทสำคัญเนื่องจาก การค้าส่งเป็นกลไกที่สนับสนุนการประกอบกิจกรรมการค้าปลีกให้สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้จะมีบทบาทในการให้บริการด้านการค้าภายในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองเองแล้วยังเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงไปสู่พื้นที่รอบข้าง โดยมีกลุ่มลูกค้าในต่างอำเภอและจังหวัดรอบนอกอีกด้วย โดยที่กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีเหตุจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า เนื่องจาก

1. ราคาสินค้า เนื่องจากเจ้าของกิจการร้านค้าส่ง โดยส่วนใหญ่จะติดต่อกิจการกับบริษัทแม่ที่มีสำนักงานอยู่ที่กรุงเทพฯ ซึ่งร้านค้าขายส่งเหล่านี้ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Dealer หรือ Agent) โดยตรงจากบริษัท ทำให้สามารถส่งสินค้าได้ในจำนวนมาก ส่งผลให้ได้รับผลตอบแทน (Margin) ที่ดีจึงสามารถขายสินค้าในราคาถูกแก่ลูกค้าได้

2. ความสะดวกในการใช้บริการ เช่น การบริการขนส่งสินค้า จากทำเลที่ตั้งของเมืองนครสวรรค์ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่รอบข้างได้ เช่น จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดพิจิตร จังหวัดชัยนาท เป็นต้น จากความเป็นศูนย์กลางที่สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่มีความเจริญมากกว่าพื้นที่รอบข้าง ทำให้เป็นปัจจัยดึงดูดให้ลูกค้าเดินทางเข้ามาใช้บริการได้สะดวกกว่า การที่ซื้อสินค้าในพื้นที่อื่นและการซื้อสินค้าในจำนวนมากก็จะมีบริการรถขนส่งสินค้าไปให้ โดยมีการตกลงเงื่อนไขในการซื้อสินค้าระหว่างผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ และอีกวิธีการหนึ่งที่ให้บริการแก่ลูกค้า คือ การกำหนดตารางวิ่งขายสินค้าของร้านค้า การกำหนดตามเขตพื้นที่ขายและแจ้งให้ลูกค้าทราบ มีการนัดหมายที่แน่นอนในการสั่งซื้อสินค้าและการส่งสินค้า รวมถึงการชำระค่าสินค้า โดยรูปแบบและวิธีการดังกล่าว จะเป็นการช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าให้แก่ร้านค้าและผู้ให้บริการจะได้รับความสะดวกด้วย

3) บทบาทด้านการบริการ เมื่อพิจารณาจากตารางแสดงจำนวนร้อยละและสถานประกอบการจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจและจากการสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถามพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้การบริการประเภทร้านเสริมสวย ร้านซ่อมรถ ซึ่งร้านค้าประเภทการบริการดังกล่าว มักจะตั้งกระจายอยู่ในบริเวณย่านชุมชน ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าประเภทตึกแถว ทั้งนี้การเลือกใช้บริการนั้นผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับคุณภาพและมีข้อของผู้ประกอบการในด้านนั้น ๆ รวมถึงความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการในย่านนี้

#### 5.4.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อบทบาทย่านการค้าศูนย์กลางเมือง

จากการที่พื้นที่ย่านการค้าของเมืองขยายตัวออกไป ส่งผลให้เกิดย่านการค้าชานเมืองที่มีร้านค้าในรูปแบบสมัยใหม่เข้ามาตั้งในบริเวณชานเมืองนครสวรรค์ โดยเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในยุคนี้ รวมทั้งการที่มีตลาดนัดมาตั้งในชุมชนต่างๆ บริเวณชานเมือง ส่งผลให้ร้านค้าปลีกในย่านการค้าสำคัญ (ย่านการค้าเก่า) นั้นซบเซาได้รับผลกระทบอย่างมาก ซึ่งแต่ละร้านพยายามหากลยุทธ์ทางการค้าเพื่อนำมาใช้ดึงดูดลูกค้า ให้เข้ามาใช้บริการ ร้านค้าบางประเภทยังคงมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากกิจกรรมการค้าบางประเภทนั้นเป็นสินค้าเฉพาะอย่างที่ไม่สามารถหาซื้อได้ และบางแห่งเป็นร้านขายส่งซึ่งมีสินค้าราคาถูก แต่ร้านค้าปลีกบางส่วนก็ต้องปิดกิจการลงเนื่องจากผลของเศรษฐกิจตกต่ำและการเข้ามาของร้านค้ารูปแบบใหม่ดังกล่าว ดังนั้นจึงสามารถระบุสาเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบดังกล่าว ได้ดังต่อไปนี้

##### 1) การเกิดขึ้นของรูปแบบการค้าใหม่

เนื่องจากความได้เปรียบในเชิงที่ตั้งและความทันสมัยของรูปแบบของสินค้าและการขายสินค้า ทำให้สามารถดึงดูดให้มีผู้มาประกอบกิจกรรมในย่านการค้าชานเมืองนี้ได้มาก ผู้ที่เข้ามามีทั้งคนในพื้นที่และต่างพื้นที่ เช่น ต่างอำเภอ จังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากความเป็นเมืองศูนย์กลางหลักในภาคเหนือตอนล่างและมีความเจริญมากกว่าเมืองอื่นๆรอบข้าง ประกอบกับที่ตั้งของร้านค้ารูปแบบสมัยใหม่ ส่วนใหญ่มักจะตั้งอยู่บริเวณแนวของเส้นทางคมนาคมสายสำคัญ ซึ่งมีการเข้าถึงโดยสะดวกรวมถึงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จากปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาจึงเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ย่านการค้าใหม่ในบริเวณชานเมืองนี้มีความเจริญต่อไปอีก

โดยที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรงมาก ทำให้เกิดผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของคนไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านค้าขนาดย่อม ทำให้การประกอบธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมอ่อนแอลง รวมทั้งการที่ภาครัฐมีการแก้กฎหมายเพื่อเปิดโอกาสให้คนต่างด้าวเข้ามาประกอบธุรกิจในพื้นที่ได้ง่ายขึ้น ทำให้ธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ที่แต่เดิมเป็นของคนในพื้นที่ค่อยๆ ถูกแทนที่ด้วยธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีชาวต่างชาติเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่มากขึ้น

ซึ่งข้อได้เปรียบของการค้าแบบสมัยใหม่บริเวณชานเมือง คือ มีสินค้าทุกชนิดจำหน่ายและสามารถจำหน่ายได้ในราคาถูกกว่าสินค้าในตลาด เพราะร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีความสามารถในการต่อรองเพื่อให้โรงงานขายของให้ในราคาถูกกว่าที่อื่น ซึ่งหากสังเกตให้ดีจะพบว่าคุณภาพของ สินค้าและขนาดไม่เหมือนกับสินค้าที่ขายในตลาด รวมถึงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก เช่น ที่จอดรถ เครื่องปรับอากาศ ห้างน้ำ เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัยนิยมมาเดินเที่ยวและมักซื้อของกลับไป

## 2) การมีตลาดและตลาดนัดเกิดขึ้นตามบริเวณชุมชนต่างๆของเมือง

จากการที่มีตลาดนัดมาตั้งในชุมชนต่างๆ บริเวณชานเมือง ซึ่งมีการขายสินค้าหลายประเภท มีราคาถูกและเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้โดยตรง เนื่องจากมีการเร่รถและบรรทุกสินค้าขายตามชุมชนสำคัญต่างๆ เหตุที่ร้านค้าในตลาดนัด ได้เปรียบร้านค้าปลีกในเมือง เกิดจากการที่ร้านรถเร่เหล่านั้นมีต้นทุนต่ำ ไม่ว่าจะเป็ร้านค้าที่ขายสินค้า ไม่ต้องเสียภาษีการค้า ราคาสินค้าที่ขายถูก และมีการต่อรองราคาได้โดยตรงกับผู้ขาย เป็นต้น การที่ตลาดนัดได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการ มีสาเหตุดังต่อไปนี้

2.1 ) สินค้ามีความหลากหลายและราคาถูก ผู้ขายของในตลาดนัดมักเลือกขายสินค้าที่มีราคาถูกและมีคุณภาพปานกลาง ส่งผลให้สินค้าชนิดเดียวกัน แม้จะมียี่ห้อไม่เหมือนกันก็จะขายได้มากกว่าสินค้าในตลาด

2.2 ) ให้บริการถึงบริเวณที่เป็นแหล่งชุมชน ตลาดนัดมักตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนสำคัญต่างๆตามชานเมือง ซึ่งอยู่ใกล้จุดที่มีเส้นทางคมนาคมสายสำคัญผ่านและมีพื้นที่ในการจอดรถกว้างขวาง โดยที่ผู้ซื้อไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาก เพราะไม่ไกลจากที่พักอาศัย

2.3 ) ค่าเช่าในการตั้งแผงขายสินค้ามีราคาถูกและไม่ต้องเสียภาษีในการขายสินค้า ทำให้ผู้ขายไม่ต้องเพิ่มราคาสินค้าให้สูงขึ้นมาก ในขณะที่ร้านค้าปลีกทั่วไปในท้องตลาดต้องเสียภาษีและบางแห่งอาจต้องเสียในอัตราสูง หากสรรพากรแจ้งว่าเป็นร้านที่ขายดีเพื่อให้ได้งบตรงตามเป้าหมายที่รัฐกำหนด

2.4 ) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ซึ่งมีเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งในการเข้ามาติดต่อซื้อสินค้าและการขนถ่ายสินค้า ซึ่งตลาดนัดมีพื้นที่ขายและพื้นที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกในการเข้ามาใช้บริการ

## 3) ความเสื่อมโทรมของย่านการค้าศูนย์กลางเมือง มีดังนี้

3.1 ) ความทรุดโทรมของพื้นที่ ภายในย่านการค้าเก่าทั้งตลาดสดและตามร้านค้าต่างๆ ขาดการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในร้าน จึงทำให้บริเวณดังกล่าวมีสภาพดังต่อไปนี้

- ความสะดวก สภาพตลาดมีกลิ่นเหม็น เพราะพื้นไม่สะอาดและมีน้ำเลอะบนทางเดินตลอดทาง

3.2) บรรยากาศในตลาด มีสภาพอากาศร้อน แสงสว่างภายในตลาดไม่เพียงพอทำให้ตลาดดูมืด

3.3) สภาพอุปกรณ์ เช่น เก้าอี้ โต๊ะตั้งแผงขายของทรุดโทรม ไม่สะอาด การจัดวางสิ่งของดังกล่าวไม่เป็นระเบียบ

3.4) การเข้าถึงพื้นที่ ทางเดินเข้าตลาดและทางเดินระหว่างร้านค้ามีสภาพคับแคบ มีการจัดวางสิ่งของกีดขวางทางสัญจร

3.5) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ม้านั่ง

### 3.2 ความไม่สะดวกในการเข้าถึง

- ขาดแคลนพื้นที่จอดรถ การที่ประชาชนจะเข้ามาซื้อสินค้าและบริการในพื้นที่ย่านการค้าเก่ามักไม่ได้รับความสะดวกในการหาพื้นที่จอดรถ เนื่องจากในแต่ละร้านค้าจะมีช่องจอดรถแค่เพียงพื้นที่หน้าร้าน ส่วนบางแห่งที่มีที่จอดรถให้บริการก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ต้องหาที่จอดรถของเอกชนซึ่งไม่สะดวกเนื่องจากไกลจากร้านค้าที่ซื้อของทำให้การขนย้ายสินค้าทำได้ลำบาก ทำให้เกิดปัญหาการจอดรถซ้อนคันและการจราจรติดขัด

- การจราจรติดขัด ภายในย่านการค้าศูนย์กลางมีสี่แยกไฟแดงแทบจะทุกจุดของบริเวณสี่แยกและระยะทางของสี่แยกก็ไม่ไกลกันมาก ทำให้ปริมาณรถที่เข้ามาวิ่งติดขัดและเนื่องจากการจอดรถที่ไม่เป็นระเบียบและการตั้งรถเข็นและเก้าอี้ของร้านอาหารทำให้การสัญจรทำได้ลำบาก

## 5.5 แนวโน้มของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ในอนาคต

จากลักษณะของพื้นที่และเหตุปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นดังที่ได้กล่าวมาอย่างมั่งคั่งผลกระทบต่อบทบาทด้านการค้าในอนาคตของพื้นที่ ดังนั้นแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่สรุปได้ มีดังนี้

### 1) แนวโน้มทางด้านกายภาพ

ปัจจุบันย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์มีการก่อสร้างอาคารร้านค้าต่างๆ เต็มพื้นที่ ซึ่งบางอาคารไม่ได้มีการใช้ประโยชน์ตามศักยภาพที่มีอยู่ มักถูกทิ้งให้เป็นอาคารร้าง ทำให้ย่านการค้าศูนย์กลางเมืองมีสภาพอาคารร้านค้าที่เก่าและทรุดโทรม ไม่ได้รับการปรับปรุงอยู่มาก และยังมีปัญหาความแออัดการจราจรติดขัด การขาดแคลนพื้นที่จอดรถ ซึ่งเป็น

เหตุผลสำคัญที่ทำให้การเข้ามาใช้บริการไม่ได้รับความสะดวก รวมถึงการที่ร้านค้าขนาดใหญ่ มีโกดังเก็บสินค้าไม่เพียงพอกับจำนวนสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้ต้องเช่าโกดังเก็บสินค้าในบริเวณอื่นที่ระยะทางไกลจากร้านที่จำหน่ายสินค้า

จากการที่มีประชากรมาอาศัยและประกอบกิจกรรมต่างๆ ในย่านนี้ ต้องประสบกับปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาสภาพแวดล้อมเป็นพิษ ปัญหาความแออัด ปัญหาการจราจร ปัญหาการเข้าถึงพื้นที่ ปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถ เป็นต้น ซึ่งถ้าหากไม่มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวก็จะส่งผลให้ประชากรที่เข้ามาใช้บริการเกิดความไม่สะดวก ประกอบกับการที่มีทางเลือกในการใช้บริการในเขตย่านการค้าใหม่บริเวณชานเมืองที่ได้รับความสะดวกมากกว่า จะทำให้อ่านการค้าศูนย์กลางเมืองเสื่อมลง

## 2) แนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจในอนาคตของพื้นที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยและเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงกำลังซื้อและรสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคมักจะได้รับอิทธิพลมาจากข่าวสารและการโฆษณา ซึ่งแสดงถึงมาตรฐานและรสนิยมที่สูงขึ้นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งรูปแบบสินค้าที่จะเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ร้านค้าที่ขายสินค้าที่มีความทันสมัยและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในแต่ละ เพศ, วัย จะเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากและต่อเนื่องสังเกตได้จากการที่ร้านค้าในย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนั้นจะมีการเปลี่ยนเจ้าของกิจการอยู่เสมอในกิจการขนาดเล็กซึ่งเป็นร้านค้าปลีก จะเห็นได้ว่าหากสินค้าใดได้รับความนิยมในหมู่คนจำนวนมาก ร้านค้าประเภทนั้นจะเกิดขึ้นมากตามไปด้วย เช่น ร้านโทรศัพท์มือถือ ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านเกมส์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงของสินค้า ร้านค้าจะมีสินค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อพยายามเพิ่มปริมาณการขายให้สูงขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงของสินค้า อาจส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการร้านค้าอยู่เสมอ จึงมีแนวโน้มของการที่อายุของกิจการร้านค้าในอนาคตแต่ละประเภทจะมีระยะเวลาที่สั้นลง และกิจการต่างๆสามารถย้ายไปในบริเวณอื่น ที่เป็นแหล่งดึงดูดความสนใจในการเข้ามาซื้อสินค้าได้ง่ายและสะดวกกว่า

ในส่วนของรูปแบบการค้าส่ง ก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในย่านนี้เนื่องจากได้รับความสะดวกในด้านการบริการขนส่ง และการที่สินค้าที่ราคาถูกซึ่งเกิดจากการที่ร้านค้าส่งภายในพื้นที่มีการติดต่อซื้อขายโดยเป็นตัวแทนจากบริษัทโดยตรง ทำให้ยังคงมีการเข้ามาติดต่อซื้อขายสินค้าในย่านนี้พอสมควร แม้จะประสบกับปัญหาด้านการจราจร และการขาดแคลนพื้นที่จอดรถ หากลูกค้ายังคงประสบปัญหาดังกล่าวมากขึ้นและมีแหล่งการค้าในบริเวณอื่นที่สามารถเดินทางไปซื้อสินค้าได้โดยสะดวกและราคาถูก อาจส่งผลให้กิจกรรมการค้าส่งได้รับผลกระทบได้เช่นกัน

อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่มีบทบาท คือ ร้านอาหาร ซึ่งเป็นประเภทกิจกรรมที่มีสัดส่วนมากที่สุด จะเห็นได้ว่ามีทั้งร้านอาหารประเภท ร้านอาหารติดแถว รถเข็น ซึ่งแนวโน้มของร้านอาหารประเภทรถเข็นเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากประชากรในปัจจุบันสภาพการทำงานที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ เช่น การแข่งขันในด้านธุรกิจ ทำให้ต้องเร่งรีบในการทำงาน เพื่อให้ผลงานที่ทำประสบความสำเร็จ รวมทั้งการที่มีภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้คนจำนวนมากหันมาบริโภคสินค้าและอาหารที่มีราคาถูก คุณภาพปานกลาง ซึ่งร้านค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ร้านขายอาหารประเภทรถเข็น เนื่องจากใกล้แหล่งชุมชนที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน สะดวกและประหยัดเวลา เนื่องจากให้บริการอาหารสำเร็จรูปที่สามารถเลือกได้หลากหลาย รวมทั้งมีราคาถูก

### 3) แนวโน้มทางด้านสังคม

เจ้าของกิจการรุ่นเก่าที่ชาวจีนที่สร้างกิจการร้านค้าต่างๆ ไว้เริ่มลดจำนวนลงเรื่อยๆ ซึ่งบางส่วนมีทายาทสืบทอดกิจการ มีการพัฒนารูปแบบกิจการให้มีความทันสมัย และในบางส่วนที่มีการศึกษา ก็มักจะประกอบอาชีพในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้กิจการครอบครัวที่ดำเนินอยู่อาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจการ รวมถึงสินค้าและบริการตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และมีช่วงระยะเวลาในการประกอบกิจการต่างๆ สั้นลง อาจมีบางส่วนต้องปิดกิจการลงไป

กลุ่มชาวจีนที่เป็นเจ้าของกิจการที่มีเชื้อสายต่าง ๆ นั้นมีความสัมพันธ์กันทางสังคมกันอย่างแนบแน่นในด้านของเชื้อชาติ ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ร่วมกันรักษาวัฒนธรรมอันดีงามที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของเมืองนครสวรรค์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นในรูปแบบความร่วมมือของคนในย่าน เช่น การจัดงานตามประเพณีตรุษจีน ที่ยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน หากขาดคนกลุ่มนี้ไปอาจทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในพื้นที่ลดความสำคัญลงได้

จากการสำรวจสภาพพื้นที่ รวมถึงลักษณะสภาพที่ตั้งและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงแนวโน้มของย่านการค้าศูนย์กลางเมืองนครสวรรค์ ทำให้ทราบถึงสิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญของย่านการค้า ซึ่งหากไม่ได้รับการแก้ไขอาจส่งผลให้ย่านการค้าศูนย์กลางเมืองซึ่งกำลังประสบกับภาวะที่เสื่อมลงในปัจจุบันมีสภาพที่ทรุดลงไปอีก จึงควรมีการหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง โดยมีการพิจารณาจากประเด็นปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นภายในย่านการค้าเป็นหลัก