

## บทที่ 4

### พัฒนาการของการค้าและบริการ และศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีความสำคัญของอาณาจักรล้านนาไทยมาเกือบ 700 ปีแล้ว แต่เดิมนั้นเชียงใหม่เป็นราชธานีของอาณาจักรล้านนาไทย โดยถูกสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1839 โดยพ่อขุนเม็งรายและได้รับการขนานนามว่า "เทพริศรินครพิงค์เชียงใหม่" หลังจากนั้นเชียงใหม่ก็ได้กลายเป็นศูนย์กลางของการปกครองและศูนย์กลางทางด้านวัฒนธรรมของอาณาจักรล้านนาไทยตลอดเรื่อยมา จนกระทั่งในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินเชียงใหม่ได้ถูกรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างเมืองเชียงใหม่กับเมืองต่าง ๆ ในภาคกลางยังมีน้อย ทั้งนี้เนื่องจากอุปสรรคทางด้านคมนาคม ดังนั้นในสมัยรัชกาลที่ 4-5 ซึ่งเป็นระยะที่ประเทศไทยถูกคุกคามโดยมหาอำนาจยุโรป และต้องเสียดินแดนไปมาก เพื่อป้องกันประเทศส่วนที่เหลือพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 จึงทรงมีวิเทโศบายเร่งส่งเสริมความเจริญ โดยตัดเส้นทางรถไฟเชื่อมราชธานีกับหัวเมืองทางภาคเหนือและภาคอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อขยายการปกครองไปสู่ส่วนภูมิภาค (อัน นิมมานเหมินทร์ 2525 : 65-66) ซึ่งในช่วงเวลาที่ผ่าน ๆ มานั้นเมืองเชียงใหม่ก็ยังคงได้รับการกำหนดให้เป็นศูนย์กลางการบริหารของภาคเหนือตลอดเรื่อยมา เชียงใหม่เริ่มมีบทบาทสูงขึ้นนับตั้งแต่ที่มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ (พ.ศ. 2504) ซึ่งได้เน้นให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาในส่วนของภาคเหนือตอนบน ต่อมาในปี พ.ศ. 2507 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เริ่มเปิดทำการสอน ได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น โดยมีการลงทุนในกิจการต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่บุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

ปัจจุบันนี้เมืองเชียงใหม่ได้ถูกกำหนดให้อยู่ในกลุ่มเมืองที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นฐานเชื่อมโยงกับนานาชาติ โดยมีการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของเมืองเก่าเชียงใหม่ควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการค้า การท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่งทางอากาศ โดยได้กำหนดให้มีการขยายตัวของเมืองเชียงใหม่ไปสู่เมืองลำพูนและสันกำแพง ซึ่งผลของการพัฒนาใน

โครงการพัฒนาสามเหลี่ยมเศรษฐกิจเชียงใหม่ ลำพูน และสันกำแพง คาดว่าในปี พ.ศ.2543 จะมีประชากรในเขตนครเชียงใหม่ประมาณ 7.5 แสนคน

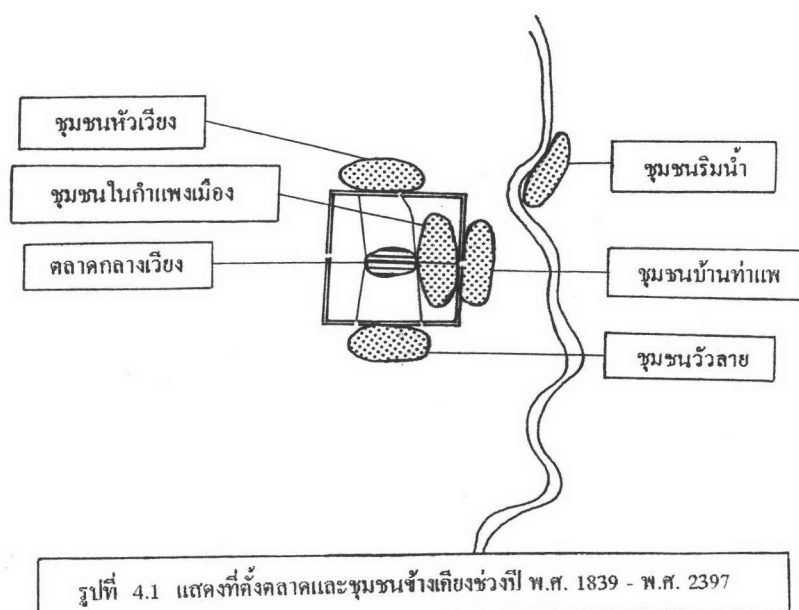
จากพัฒนาการของเมืองเชียงใหม่ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเมืองเชียงใหม่จะเป็นศูนย์กลางของความเจริญในด้านต่าง ๆ ของภาคเหนือตอนบน ตลอดเรื่อยมา และในบรรดาความเจริญอันหลากหลายที่เกิดขึ้นในศูนย์กลางแห่งนี้ ธุรกิจการค้าและบริการเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งที่ได้สร้างความเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นกับเมือง ซึ่งธุรกิจการค้าและบริการของเมืองเชียงใหม่ได้ถือกำเนิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับการเกิดขึ้นของเมืองเชียงใหม่ และมีพัฒนาการควบคู่ไปกับการเติบโตของชุมชนตลอดเรื่อยมา พัฒนาการด้านการค้าและบริการของเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการของการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมนั้น เป็นสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะพัฒนาการทางพื้นที่ดังกล่าวจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน และที่สำคัญก็คือการศึกษาในเรื่องดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานของการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินของเมือง ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงได้พิจารณาถึงพัฒนาการของธุรกิจการค้าและบริการในแต่ละช่วงเวลาดังนี้คือ

#### 4.1 ช่วงปี พ.ศ.1839- พ.ศ.2397

ปี พ.ศ.1839 เป็นปีที่ท้าวมังรายสร้างเมืองเชียงใหม่ ซึ่งการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมก็ปรากฏขึ้นตั้งแต่แรกสร้างเมืองในรูปของตลาด สภาพทั่วไปของตลาดเป็นลานโล่งที่ถูกกำหนดให้เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า การค้าขายจะเกิดขึ้นในบางช่วงเวลามิได้ค้าขายตลอดทั้งวัน ตลาดช่วงแรกตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดพระสิงห์ เป็นท้องสนามที่ราษฎรมาซื้อขายสินค้า ผู้คนพากันเรียกตลาดนี้ว่า "ลิเชียงพระ" บริเวณที่ตั้งของตลาดเริ่มจากหน้าวัดพระสิงห์จนถึงสี่แยกกลางเวียงในปัจจุบัน ทางด้านตะวันออกของตลาดกลางเวียงจะเป็นชุมชนของข้าราชการและไพร่ชั้นดีซึ่งปรากฏอยู่ในกำแพงเมือง นั่นคือชุมชนบ้านหัวเวียง ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศเหนือและชุมชนท่าแพตั้งอยู่ทางทิศตะวันออก นอกจากนั้นบริเวณด้านตะวันออกของแม่น้ำปิงยังเป็นที่ตั้งของชุมชนเล็ก ๆ คือ ชุมชนริมน้ำ ต่อมาช่วงหลังปี พ.ศ.2397 ได้เกิดชุมชนเพิ่มขึ้นอีกทางทิศใต้คือชุมชนวัวลาย

การใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมในช่วงนี้จะกระจุกตัวอยู่รวมกัน (cluster) ขณะเดียวกันก็มีที่ตั้งสัมพันธ์กับถนน โดยจะเกาะตัวตามแนวถนนซึ่งส่วนหนึ่งก็เพื่อความสะดวกในการเข้าถึง

จากชุมชนข้างเคียง นอกจากนี้ความสัมพันธ์เชิงที่ตั้งของตลาดยังสัมพันธ์กับที่ตั้งของเมือง กล่าวคือที่ตั้งของตลาดจะอยู่บริเวณใจกลางเมือง ทั้งนี้เพื่อให้บริการแก่ประชาชนส่วนใหญ่ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกำแพงเมือง นอกจากนี้ยังสะดวกในการที่ข้าราชการของเมืองจะควบคุมดูแล



ที่มา : อิศรา กันแดง "การศึกษาลักษณะเฉพาะและพัฒนาการของโครงข่ายการสัญจรและพื้นที่ปลูกสร้างในบริเวณนครเชียงใหม่" ฝั่งเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

#### 4.2 ช่วงปี พ.ศ. 2397-2476

เนื่องจากได้มีการทำสนธิสัญญาเบาริ่ง ซึ่งเป็นสนธิสัญญาที่ว่าด้วยความ เป็นอิสระในการค้าของประชากร ทำให้โครงสร้างการผูกขาดสินค้าของชนชั้นปกครองจบสิ้นลง จึงเปิดโอกาสให้พ่อค้าต่างชาติที่เป็นคนในบังคับของอังกฤษ เข้ามามีบทบาทควบคุมการค้าแทน และนับตั้งแต่

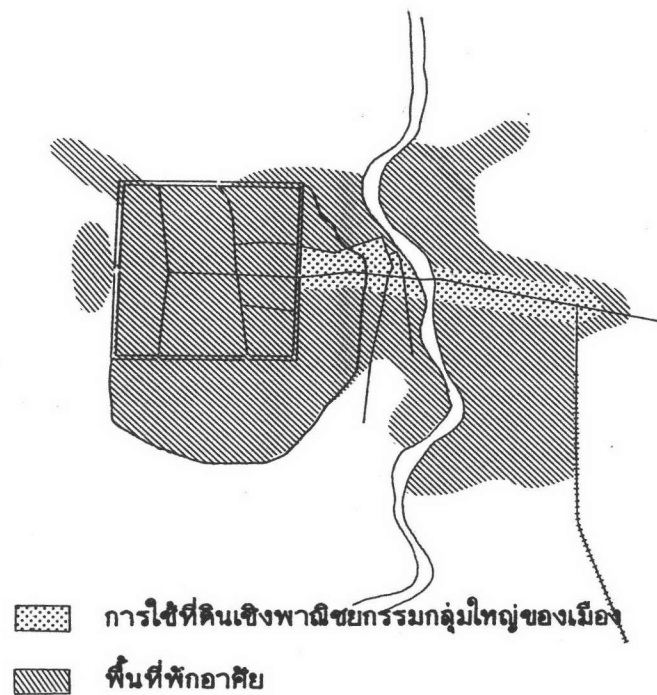
พ.ศ.2426 ที่อังกฤษเข้ามาตั้งสถานกงสุลในเชียงใหม่การค้าระหว่างเชียงใหม่กับพม่าก็ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ช่วงนี้จึงเกิดตลาดบริเวณขึ้นในท่าแพเพื่อให้บริการแก่ผู้คนโดยทั่วไป

ในช่วงปี พ.ศ.2443- พ.ศ.2464 เป็นช่วงที่พ่อค้าจีนเข้ามาทำการค้าขาย พ่อค้าเหล่านี้พัฒนาตัวเองจากการเป็นเจ้าของภาชนะขายอาหารมาเป็นพ่อค้าดำเนินการติดต่อค้าขายทางเรือกับกรุงเทพฯ จึงตั้งร้านค้าของตนอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำปิง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการขนถ่ายสินค้าจากท่าเรือ ซึ่งบริเวณดังกล่าวได้แก่ ตลาดต้นลำไยในปัจจุบัน

ต่อมา ในปี พ.ศ.2464 เมื่อมีการสร้างรถไฟถึงเมืองเชียงใหม่ ทำให้การขนส่งสินค้าทางรถไฟเข้ามามีบทบาทแทนการขนส่งทางเรือ ทั้งนี้เพราะการขนส่งสินค้าทางรถไฟจะมีความสะดวก รวดเร็ว และราคาถูกกว่าการขนส่งทางเรือ ลักษณะเฉพาะในเรื่องรูปแบบของตลาดจึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยจากตลาดที่เคยเป็นลานโล่งหรือใช้พื้นที่ริมทางเพื่อวางขายสินค้า มาเป็นตลาดถาวรที่มีโรงเรือนและลานโล่งสำหรับกิจกรรมการค้าโดยเฉพาะ โดยรูปแบบของร้านค้าเริ่มจากอาคารชั้นเดียวที่ปลูกสร้างด้วยวัสดุชั่วคราว ต่อมาพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จนเป็นอาคาร 2 ชั้นที่สร้างด้วยวัสดุถาวร พื้นที่ด้านล่างใช้เพื่อประกอบการค้าและพื้นที่ด้านบนใช้เพื่อการอยู่อาศัย การเปลี่ยนแปลงด้านอื่น ๆ ของตลาดก็ได้เกิดขึ้นควบคู่ไปด้วยได้แก่ การเปลี่ยนจากตลาดแบบชั่วคราวที่เปิดตลาดเฉพาะบางช่วงเวลา มาเป็นตลาดแบบถาวรที่มีการเปิดจำหน่ายสินค้าตลอดวัน และเปลี่ยนจากตลาดที่มีตำแหน่งที่ตั้งอยู่ภายในกำแพงเมืองชั้นในมา เป็นตลาดที่มีที่ตั้งสัมพันธ์กับชุมชน สัมพันธ์กับเส้นทางการสัญจรและองค์ประกอบของการขนส่ง เช่น ท่าเรือ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการขนส่งสินค้า

ช่วงนี้ชุมชนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ภายในกำแพงเมืองมีการขยายตัวลงไปทางทิศใต้ ทั้งนี้เนื่องจากบริเวณดังกล่าวยังมีที่ว่างเหลืออยู่ ภายนอกกำแพงเมืองมีการขยายตัวด้านทิศตะวันออก โดยพื้นที่หน้าเมืองตอนบนบริเวณถนนช้างม้อย ถนนท่าแพ จะปรากฏร้านค้าจำหน่ายสินค้าของคนในบังคับของอังกฤษ ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิงปรากฏชุมชนวัดเกตและกลุ่มคริสเตียน และเมื่อมีการสร้างสถานีรถไฟในปี พ.ศ.2464 การขยายตัวของชุมชนจะเกาะตัวออกมาตามแนวถนนเจริญเมืองไปจนถึงสถานีรถไฟ

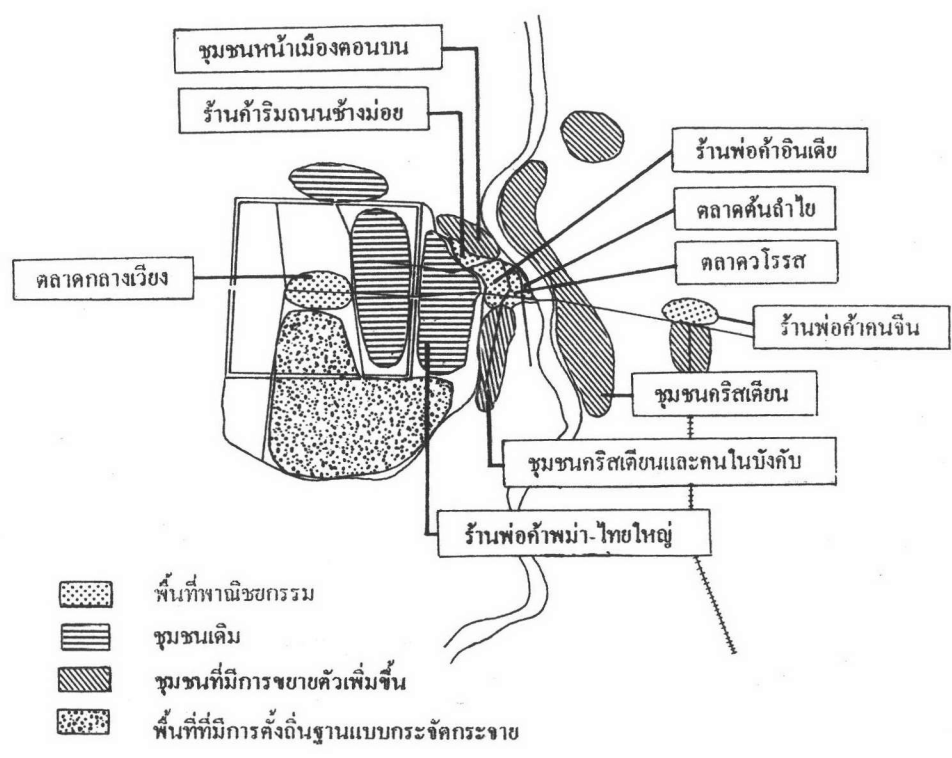




รูปที่ 4.2 แสดงพื้นที่พาณิชย์กรรมและชุมชนพักอาศัยช่วงปี พ.ศ.2397 - พ.ศ.2476  
ที่มา : สุรัสวดี อ๋องสกุล ประวัติศาสตร์การปกครองเมืองเชียงใหม่ พ.ศ.  
2317-2476 ในล้านนาไทย. เชียงใหม่ : ทิพย์เนตรการพิมพ์, 2526.

#### 4.3 ช่วงปี พ.ศ.2476 - พ.ศ.2500

ช่วงนี้รูปแบบของการค้ายังเหมือนช่วงปีก่อนหน้านี้ เพียงแต่การค้าบริเวณท่าแพมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามแนวถนนเจริญเมืองตลอดไปจนถึงสถานีรถไฟ ในขณะที่การค้าบริเวณตลาดกลางเวียงมีความสำคัญลดลงไป ทั้งนี้เนื่องจากในบริเวณท่าแพนั้นการขนส่งสินค้าจากทางเรือและทางรถไฟทำได้สะดวกกว่าในบริเวณตลาดกลางเวียง



รูปที่ 4.3 แสดงพื้นที่พาณิชย์กรรมและชุมชนพักอาศัยช่วงปี พ.ศ.2476 - พ.ศ.2500

ที่มา : อิศรา กันแดง "การศึกษาลักษณะเฉพาะและพัฒนาการของโครงข่ายการสัญจร และพื้นที่ปลูกสร้างในบริเวณนครเชียงใหม่" ฝั่งเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

ขณะเดียวกันการขยายตัวของชุมชนได้เพิ่มขึ้นจากช่วงก่อนหน้านี โดยส่วนหนึ่งจะเกาะกลุ่มกันอยู่ภายในกำแพงเมือง ริมฝั่งแม่น้ำปิง และเข้ามาทางพื้นที่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิง โดยมีพื้นที่เกษตรกรรมปรากฏอยู่โดยรอบ ต่อมาในปี พ.ศ.2478 ได้มีการกำหนดเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 17.5 ตารางกิโลเมตร และตลอดเรื่อยมาจนถึงในปี พ.ศ.2500 ชุมชนยังคงเกาะตัวอยู่ในเขตเทศบาล ซึ่งแสดงว่าพัฒนาการของเมืองในช่วงนี้เป็นไปอย่างช้า ๆ (รูปที่ 4.3)

#### 4.4 ช่วงปี พ.ศ.2500-2525

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2500 - พ.ศ.2525 นั้น กิจกรรมการค้าจะปรากฏอยู่อย่างหนาแน่นบริเวณพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิง ตามแนวถนนท่าแพ ถนนช้างม่อย ถนนวิชยานนท์ ถนนช้างคลาน และปรากฏเล็กน้อยในบริเวณข้างเคียง ขณะเดียวกันตามเส้นทางที่ออกจากเมืองก็มีความหนาแน่นของการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งได้แก่ บริเวณถนนโชตนา ถนนเจริญเมือง และถนนวัวลาย (แผนที่ 4.1

สำหรับการขยายตัวของพื้นที่ชุมชนในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นี้ จะมีการขยายตัวออกไปยังพื้นที่รอบนอกของเมือง โดยพื้นที่เกษตรกรรมที่มีอยู่เดิมได้ถูกเปลี่ยนไปเป็นพื้นที่เพื่อการพักอาศัย เพื่อการค้า และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ สาเหตุที่มีการขยายตัวของชุมชนออกไปเรื่อย ๆ นั้นก็เนื่องมาจากการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น และนอกจากนี้ยังเป็นผลสืบเนื่องมาจากความสะดวกสบายในเรื่องการคมนาคม ซึ่งทำให้ระยะทางใกล้ไกลจากตัวเมืองไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางเข้ามาประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเมือง





#### 4.5 ช่วงปี พ.ศ.2526 - พ.ศ.2536

สำหรับกิจกรรมการค้าของเมืองเชียงใหม่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2526-พ.ศ.2536 นั้น จะปรากฏหนาแน่นอยู่ในบริเวณย่านการค้าเดิม คือบริเวณถนนท่าแพ ถนนวิชยานนท์ ถนนไปรษณีย์ ถนนช้างม่อย และถนนช้างคลาน ขณะที่ตามเส้นทางคมนาคมที่มุ่งไปสู่ชานเมืองก็ปรากฏร้านค้าหนาแน่นเพิ่มขึ้น ได้แก่ บริเวณถนนวัวลาย ถนนแก้ววรัฏฐ ถนนโชตนา และถนนเจริญเมือง เป็นต้น ในบริเวณย่านการค้าเดิมของเมืองนั้นจะมีศูนย์การค้าต้นตรางัพท์ สาขาท่าแพ ห้าง ส.การค้า สาขาช้างคลาน ห้าง ส.การค้า สาขาวิชยานนท์ ตลาดวโรรส และตลาดต้นลำไย ประกอบเข้ากับร้านค้าย่อยที่กระจายตัวอยู่โดยรอบเป็นจำนวนมาก ทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าวนี้กลายเป็นย่านการค้าขนาดใหญ่ของเมือง

ที่ตั้งของกิจกรรมการค้าที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น จากการศึกษาพบว่าที่ตั้งของกิจกรรมการค้าจะสัมพันธ์กับที่ตั้งของการใช้ที่ดินเพื่อการพักอาศัย ทั้งนี้เพราะกลุ่มลูกค้าหลักของร้านค้าส่วนใหญ่จะมาจากชุมชนพักอาศัย ซึ่งข้อพิสูจน์ดังกล่าวนี้ จะเห็นได้จากการที่มีศูนย์การค้าขนาดใหญ่เกิดขึ้นในบริเวณถนนห้วยแก้วและบริเวณสี่แยกสนามบิน รวมทั้งพื้นที่การค้าที่ขยายตัวออกไปตามแนวถนนที่มุ่งออกสู่แหล่งพักอาศัยบริเวณชานเมือง ซึ่งพื้นที่การค้าที่กล่าวมาแล้วนี้จะมีที่ตั้งที่สัมพันธ์กับชุมชนนัก



อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่

<p>แสดง การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่พักอาศัยในปี พ.ศ. 2525</p>	 <p>แผนที่หมายเลข 4.1</p>
<p>สัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> บริเวณที่พักอาศัย</li> <li> บริเวณพื้นที่พาณิชยกรรม</li> </ul> <p>ที่มา : สำนักผังเมืองกระทรวงมหาดไทย</p>	<p>น</p>  <p>scale: 0 0.5 1 1.5 km.</p>

อาศัย โดยเฉพาะชุมชนนักอาศัยของกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ได้แก่ หมู่บ้านจัดสรร คอนโด-มิเนียม และมหาวิทยาลัย เป็นต้น (แผนที่ 4.2)

สำหรับพื้นที่การค้าของปี พ.ศ.2536 จากการศึกษา พบว่ามีพื้นที่การค้าทั้งหมด 2.76 ตารางกิโลเมตร โดยแยกออกเป็นพื้นที่การค้าตามแนวถนนที่มุ่งออกสู่ชานเมือง และพื้นที่การค้าที่อยู่รวมกลุ่มกัน ซึ่งในส่วนของพื้นที่การค้าที่ปรากฏตามแนวเส้นทางคมนาคมนั้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

- พื้นที่การค้าตั้งแต่สะพานนาครี ถึงสี่แยกโรงแรมปวยหลวง 0.22 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 8.0 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด
- พื้นที่การค้าตั้งแต่สะพานนาครี ถึงสี่แยกหนองหอย 0.06 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 2.4 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด
- พื้นที่การค้าตั้งแต่สะพานนครพิงค์ ถึงสี่แยกศาลเด็ก 0.19 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 7.0 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด
- พื้นที่การค้าตั้งแต่ประตูเชียงใหม่ ถึงสี่แยกสนามบิน 0.10 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 3.9 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด
- พื้นที่การค้าตั้งแต่ประตูช้างเผือก ถึงศาลากลางจังหวัด 0.40 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 14.7 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด
- พื้นที่การค้าในแนวสองฝั่งถนนห้วยแก้ว 0.17 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 6.1 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด
- พื้นที่การค้าในแนวสองฝั่งถนนสุเทพ 0.06 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 1.9 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด

ขณะที่ย่านการค้าที่รวมกลุ่มอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองมีพื้นที่ทั้งหมด 0.46 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 16.7 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด และพื้นที่การค้าในเขตกำแพงเมืองเก่ามีพื้นที่ 0.35 ตารางกิโลเมตรหรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีพื้นที่อีก 0.35 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 34.3 ของพื้นที่การค้าทั้งหมด ซึ่งจะเป็นพื้นที่ของกิจกรรมการค้าที่กระจายตัวอยู่ทั่วไปภายในเขตเมือง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพื้นที่การค้าของปี พ.ศ.2536 กับปี พ.ศ.2525 พบว่าพื้นที่การค้าบริเวณย่านการค้าเดิมมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ขณะที่พื้นที่การค้าภายในเขตกำแพง



อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่

แสดง การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่พักอาศัยในปี พ.ศ. 2536



แผนที่หมายเลข 4.2

สัญลักษณ์



บริเวณพื้นที่พักอาศัย



บริเวณที่พาณิชยกรรม

ที่มา : สำนักผังเมือง กระทรวงมหาดไทย

น



scale: 0 0.5 1 1.5 km.



เมืองมีการขยายตัวจากปี พ.ศ.2526 ประมาณร้อยละ 10.0 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้เป็น การนำเอาพื้นที่เพื่อการพักอาศัยเดิมมาใช้เป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม เหตุที่เห็นเช่นนั้นเพราะภายใน เขตกำแพงเมืองไม่มีพื้นที่ว่างพอสำหรับการขยายตัวของกิจกรรมการค้า ดังนั้นผู้ประกอบการจึง ต้องใช้วิธีปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงพื้นที่พักอาศัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่การค้าดังกล่าว และสำหรับ พื้นที่การค้าตามแนวเส้นทางคมนาคมที่มุ่งออกจากตัวเมืองนั้นส่วนใหญ่แล้วจะมีการขยายตัวของ พื้นที่การค้าอย่างเห็นได้ชัด แต่มีพื้นที่การค้าในบางแนวของเส้นทางคมนาคมที่มุ่งออกจากตัวเมือง ซึ่งมีการขยายตัวของพื้นที่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากในพื้นที่บริเวณดังกล่าวมีกิจกรรมการค้า เกิดขึ้นค่อนข้างหนาแน่นอยู่ก่อนแล้ว อีกทั้งในเส้นทางคมนาคมบางสายยังมีผิวการจราจรที่คับแคบ และมีสภาพการจราจรที่คับคั่ง ซึ่งทำให้ความสะดวกของการเข้าถึงลดลงไป ได้แก่ พื้นที่บริเวณ สองฝั่งถนนเจริญเมือง ถนนวิลาศและถนนสายเชียงใหม่-ลำพูน ดังนั้นจึงส่งผลให้กิจกรรมการค้า เปลี่ยนไปตั้งอยู่ในพื้นที่รอบนอกซึ่งจะมีพื้นที่ว่างเพียงพอสำหรับการขยายตัว อีกทั้งยังสามารถเข้าถึง ได้สะดวกมากกว่า ได้แก่ บริเวณพื้นที่สองฝั่งถนนมหิดล (อ้อมเมือง) และถนนสายเชียงใหม่-หางดง สำหรับพื้นที่การค้าที่มีการขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดนั้น ได้แก่ บริเวณฝั่งของถนนโชตนา ตั้งแต่แยก ช่วงสิงห์ถึงศาลากลางจังหวัดแห่งใหม่ บริเวณสองฝั่งของถนนห้วยแก้ว ถนนสุเทพ และถนนแก้ววรัสู เหตุผลดังกล่าวเนื่องจากบริเวณพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ในละแวกของชุมชนพักอาศัยที่มีกำลังซื้อสูง และ สถาบันการศึกษา ดังนั้นจึงเกิดการดึงดูดให้กิจกรรมการค้าเข้ามาตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณนี้เพิ่มมากขึ้น (ตารางที่ 4.1)



ตารางที่ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบพื้นที่การค้าของเมืองเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ.2526 - พ.ศ.2536 (ตารางกิโลเมตร)

พื้นที่	ปี พ.ศ. 2526	ปี พ.ศ. 2536	การเปลี่ยนแปลง ของพื้นที่การค้า
แคว้นรัฐ	0.14 ( 6.6)	0.19 ( 7.0)	+ 0.05 ( 6.3)
โชตนา	0.33 (15.0)	0.40 (14.7)	+ 0.07 ( 8.8)
วัวลาย-ทิวเนตร	0.08 ( 3.9)	0.10 ( 3.9)	+ 0.02 ( 2.5)
เจริญเมือง	0.20 ( 9.4)	0.22 ( 8.0)	+ 0.02 ( 2.5)
หนองหอย	0.05 ( 2.6)	0.06 ( 2.4)	+ 0.01 ( 1.3)
ห้วยแก้ว	0.08 ( 3.9)	0.17 ( 6.1)	+ 0.09 (11.3)
สุเทพ	0.02 ( 0.9)	0.06 ( 1.9)	+ 0.04 ( 5.0)
ย่านการค้าเดิม	0.45 (21.2)	0.46 (16.7)	+ 0.01 ( 1.3)
ในกำแพงเมือง	0.27 (12.6)	0.35 (13.0)	+ 0.08 (10.0)
อื่น ๆ	0.54 (24.4)	0.95 (34.3)	+ 0.41 (51.3)
รวม	2.16 (100)	2.96 (100)	+ 0.8 (100)

ที่มา : จากการศึกษา

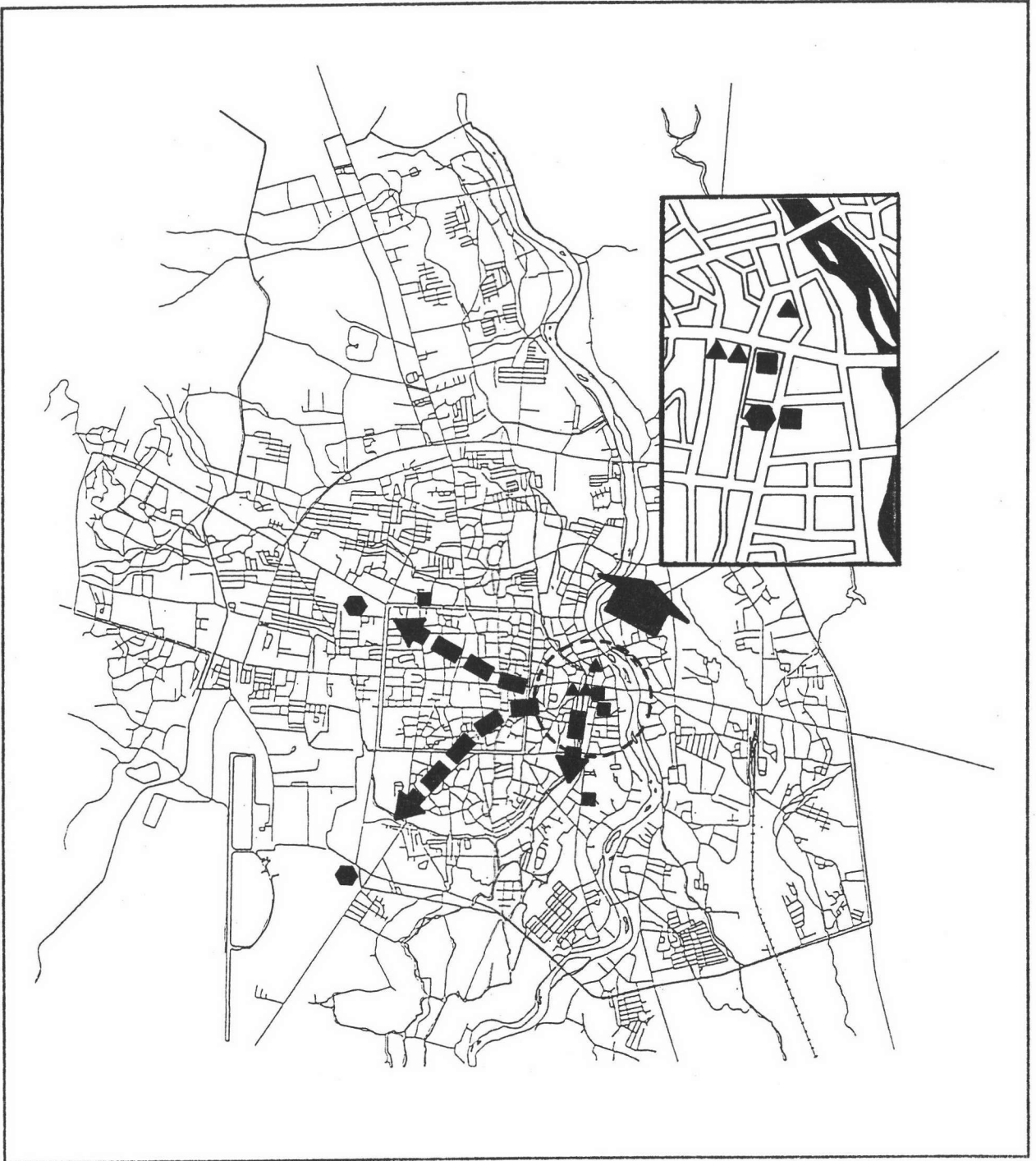
เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2526 ถึงปี พ.ศ.2536 พบว่า รูปแบบการใช้ที่ดินดังกล่าวนี้สามารถจัดแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ แบบมีศูนย์กลางและแบบริบบอน โดยแบบมีศูนย์กลางนั้นจะปรากฏร้านค้ากระจุกตัวรวมกันอยู่ในบริเวณรอบ ๆ ตลาด เช่น ย่านการค้าบริเวณตลาดวโรรสและตลาดต้นลำไย ย่านการค้าบริเวณตลาดธานีรินทร์ (ถนนโชตนา) ย่านการค้าบริเวณตลาดประตูเชียงใหม่ เป็นต้น ส่วนแบบริบบอนนั้นจะปรากฏตามสองฝั่งของถนนที่มุ่งออกสู่ชานเมือง เช่น บริเวณสองฝั่งถนนโชตนา ถนนแก้ววรัฏฐ์ และถนนเจริญเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า หลังจากปลายปี พ.ศ.2535 เป็นต้นมาได้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านที่ตั้งและรูปแบบของกิจการค้าและบริการในเชียงใหม่ โดยกิจกรรมการค้าที่แต่เดิมนั้นเคยตั้งอยู่ตามห้องแถวริมถนนได้เปลี่ยนไปรวมกันอยู่ในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยสาเหตุจากการดำเนินชีวิตภายในเมืองที่มีความเร่งด่วนเพิ่มขึ้น ทำให้เวลาสำหรับการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคลดลงไปจากเดิม ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการความสะดวกรวดเร็วในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งศูนย์การค้าต่างๆ โดยเฉพาะศูนย์การค้าขนาดใหญ่จะสามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวนี้ได้และนอกจากนี้ยังพบว่า ศูนย์การค้านั้นได้กลายเป็นแหล่งนันทนาการที่สำคัญของผู้คนในสังคมเมือง โดยในแต่ละวันจะมีประชาชนเข้าไปพักผ่อนโดยการเดินเล่นและเลือกชมสินค้าในศูนย์การค้าเป็นจำนวนมาก

จากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้กล่าวถึงมาแล้วนั้น ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมและลักษณะทางด้านกายภาพของเมืองอีกด้วย ซึ่งในรายละเอียดของเรื่องดังกล่าวนี้จะได้นำเสนอในบทต่อไป

#### 4.6 พัฒนาการของศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่

สำหรับพัฒนาการของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ นั้น สามารถที่จะแบ่งช่วงของการพัฒนาออกได้เป็น 3 ยุค ดังนี้คือ (แผนที่ 4.3)

4.6.1 ยุคแรก (ก่อนปี พ.ศ.2520) ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในยุคแรกนี้เป็นการรวมเอาตึกแถวเข้าไว้ด้วยกัน โดยทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าในยุคแรกนี้จะเกาะกลุ่มรวมกันอยู่กับย่านการค้าสำคัญของเมืองในช่วงเวลานั้น ซึ่งได้แก่บริเวณถนนท่าแพ ถนนช้างม่อย ถนนวิชัยนันทน์ และถนนช้างคลาน ในย่านการค้าดังกล่าวนี้มีผู้คนเข้าไปซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ดังนั้นกิจกรรมการค้า



อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่

แสดง ที่ตั้งของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ยุคที่ 1 ถึงยุคที่ 3



แผนที่หมายเลข 4.3

สัญลักษณ์

- ▲ ศูนย์การค้ายุคที่ 1
- ศูนย์การค้ายุคที่ 2
- ศูนย์การค้ายุคที่ 3

ที่มา : จากการศึกษา



scale: 0 0.5 1 1.5 km.

ต่อ เนื่องอันเกิดขึ้นจากศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณดังกล่าวนี้จึงเกิดขึ้นได้ง่าย

ในระยะหลังจากนั้นก็มีการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าที่ก่อสร้างเป็นอาคารขนาดใหญ่หลังเดียวชั้น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ ท่าแพ ห้างสรรพสินค้าเชียงใหม่ (ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว) และห้าง ส.การค้า สาขาวิชยานนท์ ศูนย์การค้าในยุคแรกนี้ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยมีการปรับปรุงทั้งในด้านของตัวอาคารและการให้บริการในด้านต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพของสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.2 แสดงศูนย์การค้าของเชียงใหม่ ก่อน ปี พ.ศ.2520 (ยุคแรก)

ชื่อศูนย์การค้า	ที่ตั้ง	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชน
1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ ท่าแพ	ถนนท่าแพ	กายภาพ : - มีส่วนในการสร้างปัญหาการจราจรในบริเวณย่านการค้าเดิมให้เพิ่มมากขึ้น
2. ห้างสรรพสินค้าเชียงใหม่	ถนนท่าแพ	เศรษฐกิจ : - สร้างงานให้แก่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น
3. ห้าง ส.การค้า วิชยานนท์	ถนนวิชยานนท์	- ก่อให้เกิดการขยายตัวของภาคเศรษฐกิจต่อเนื่อง สังคม : - ก่อให้เกิดการตั้งถิ่นฐานในบริเวณย่านการค้าเดิมหนาแน่นเพิ่มขึ้น - สร้างความสะดวกในการจับจ่ายสินค้าให้แก่ชุมชน

ที่มา : จากการศึกษา

4.6.2 ยุคที่ 2 (พ.ศ.2520 - พ.ศ.2535) หลังจากที่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520 - พ.ศ.2524) ทำให้เชียงใหม่ได้รับเลือกเป็นเมืองหลักของภาคเหนือตอนบน ทั้งนี้เพื่อเป็นศูนย์กลางในการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2526) ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้เองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางด้านพื้นที่ของเมืองเชียงใหม่ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ได้เกิดศูนย์การค้าในเชียงใหม่เพิ่มขึ้นอีก 5 แห่ง ดังนี้

1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเผือก
2. ห้างสีสวนพลาซ่า ถนนช้างคลาน
3. ห้าง ส.การค้า สาขาข้างคลาน
4. ห้าง ส.การค้า สาขาท่าแพ (ปัจจุบันได้เลิกกิจการศูนย์การค้าไปแล้ว)

ศูนย์การค้าในยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากยุคแรก กล่าวคือ มีความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น อาทิ เช่น มีบันไดเลื่อน ใช้ระบบปรับอากาศทั้งอาคาร มีการแยกประเภทของสินค้า และมีการนำเอา Supermarket และ Department Store มาเป็นสิ่งดึงดูดใจผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการ

ตารางที่ 4.3 แสดงศูนย์การค้าของเชียงใหม่ ระหว่าง ปี พ.ศ.2520-พ.ศ.2525 (ยุคที่สอง)

ชื่อศูนย์การค้า	ที่ตั้ง	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชน
1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเผือก	ถนนมณีนพรัตน์	ภายนอกภาพ : - มีส่วนในการสร้างปัญหาการจราจรในและแนวศูนย์การค้านั้น ๆ
2. ห้างสีสวนพลาซ่า	ถนนช้างคลาน	- ใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำประปา สาธารณะอย่างสิ้นเปลือง
3. ห้าง ส.การค้า สาขา ช้างคลาน	ถนนช้างคลาน	- เพิ่มปัญหาขยะและน้ำเสียให้แก่เมือง
4. ห้าง ส.การค้า สาขาท่าแพ	ถนนท่าแพ	เศรษฐกิจ : - สร้างงานให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น - ทำให้เกิดการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง สังคม : - ช่วยดึงดูดให้เกิดความเป็นชุมชนเมืองเพิ่มขึ้น - ทำให้ผู้บริโภคนิยมใช้จ่ายฟุ่มเฟือยมากขึ้น

ที่มา : จากการศึกษา



4.6.3 ยุคที่ 3 (ตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 ถึงปัจจุบัน) หลังจากปี พ.ศ.2535 เป็นต้นมาได้มีศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นในเชียงใหม่อีก 3 แห่ง โดยศูนย์การค้า 2 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุปเปอร์ไฮเวย์ (อ้อมเมือง) และศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ที่ตั้งอยู่ในบริเวณถนนห้วยแก้วนั้น เป็นศูนย์การค้าที่มีการขยายตัวออกไปตั้งอยู่ในจุดที่เป็นทางผ่านระหว่างย่านพักอาศัยที่อยู่รอบนอกกับย่านการค้าที่อยู่ในใจกลางเมือง ทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในบริเวณพื้นที่รอบนอกของเมืองไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาหาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ในย่านใจกลางเมือง ซึ่งเป็นการลดความแออัดของผู้คนและขบวนรถ สำหรับศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นใหม่อีกแห่งคือศูนย์สรรพสินค้าเชียงใหม่การค้า ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณย่านการค้าใจกลางเมืองบนถนนช้างคลานนั้น จะเป็นศูนย์การค้าที่ประกอบไปด้วยร้านค้าปลีก (Retail shop) ทั้งหมด โดยจะจับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มของผู้มีรายได้สูงและนักท่องเที่ยว ดังนั้นสินค้าที่มีจำหน่ายในศูนย์การค้าแห่งนี้ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่หรูหราและมีราคาแพง

ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในยุคนี้จะมีรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากศูนย์การค้าในยุคแรกและยุคที่ 2 อย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากความพยายามที่จะแข่งขันในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยการหาวิธีต่าง ๆ ที่จะ

ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเป็นต้นว่า การจัดสวนสนุกสำหรับเด็ก โรงแรมขนาดใหญ่ ห้องประชุม สำนักงานธุรกิจ ร้านอาหารนานาชาติ สวนหย่อม ห้องจัดนิทรรศการ สถานที่พักผ่อน สถานที่สำหรับการออกกำลังกาย ที่จอดรถซึ่งสามารถรองรับผู้มาใช้บริการได้มากมาย ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และชุปเปอร์มาเก็ต รวมทั้งได้มีการจัดตกแต่งภายในอย่างสวยงาม ทั้งนี้เนื่องจากแนวความคิดในเรื่อง "One Stop Shopping" ซึ่งผู้เข้าไปใช้บริการศูนย์การค้านอกจากสามารถเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นแล้วยังได้พักผ่อนหย่อนใจ หรืออาจใช้ศูนย์การค้าเป็นสถานที่สำหรับการนัดหมายเพื่อเจรจาธุรกิจต่าง ๆ เป็นต้น และจากเหตุผลดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ศูนย์การค้าในยุคนี้มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อชุมชนเมือง โดยศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับเมืองเชียงใหม่ในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งรายละเอียดในเรื่องดังกล่าวนี้จะได้ทำการศึกษาในบทต่อไป





ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.7 ศูนย์การค้าในการศึกษาครั้งนี้

ศูนย์การค้าในการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ศูนย์การค้ากลุ่มที่มีพื้นที่มากกว่า 20,000 ตารางเมตร ศูนย์การค้ากลุ่มที่มีพื้นที่ระหว่าง 2,000-20,000 ตารางเมตร และศูนย์การค้าที่มีพื้นที่น้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร ซึ่งรายละเอียดของศูนย์การค้าในแต่ละกลุ่มนั้น จะกล่าวถึงโดยสรุปได้ดังนี้

##### 4.7.1 ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่มากกว่า 20,000 ตารางเมตร

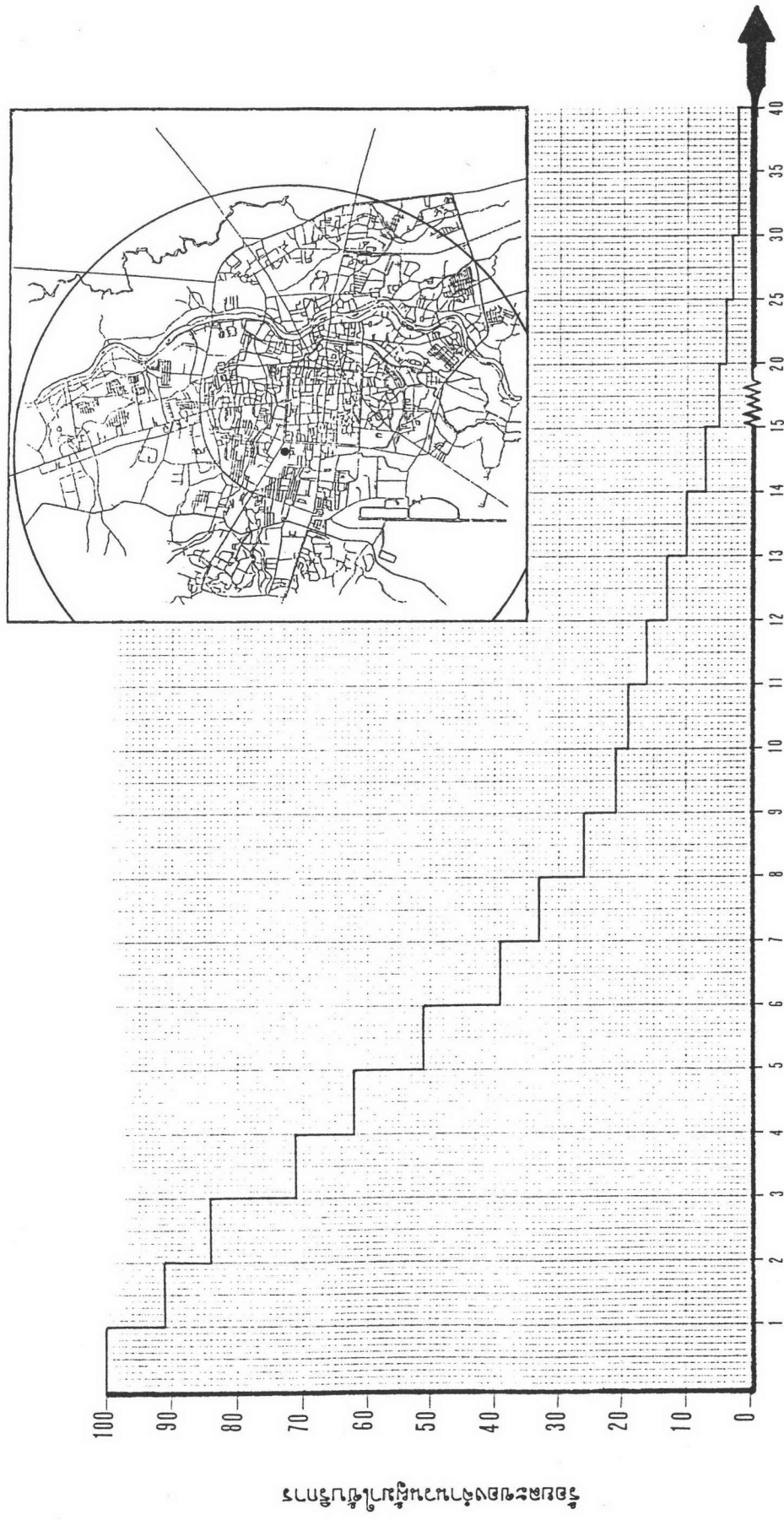
ศูนย์การค้าที่อยู่ในกลุ่มนี้ จะถือเอาพื้นที่ของศูนย์การค้าเป็นเกณฑ์ กล่าวคือ ต้องมีพื้นที่มากกว่า 20,000 ตารางเมตร ซึ่งพบว่าในปัจจุบันเชียงใหม่มีศูนย์การค้าประเภทนี้จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตทพลาซ่า และศูนย์การค้ากาตสวนแก้ว (เซ็นทรัล) และสำหรับรายละเอียดของศูนย์การค้าทั้ง 2 แห่งนี้จะได้กล่าวถึงโดยสรุปดังต่อไปนี้

##### 1. ศูนย์การค้ากาตสวนแก้ว (เซ็นทรัล)

ศูนย์การค้ากาตสวนแก้วตั้งอยู่บนพื้นที่ 45 ไร่ บนถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการมาแล้ว ประมาณ 2 ปี ภายในศูนย์การค้าประกอบไปด้วยโรงแรมระดับ 5 ดาว อาคาร สำนักงาน ธนาคาร สวนสนุก โรงภาพยนตร์ โรงละคร สपोर्टคอมเพล็กซ์ ไบว่ลิ่ง ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ เป็นต้น ความได้เปรียบประการหนึ่งที่ได้เห็นได้อย่างชัดเจนของศูนย์การค้าแห่งนี้คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นจุดดักนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น พระธาตุดอยสุเทพและพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ อีกทั้งยังเป็นบริเวณใกล้เคียงกับชุมชนนักอาศัยและสถานที่ทำงานของกลุ่มคนที่มีอำนาจการซื้อสูง เช่น มหาวิทยาลัย สถานที่ราชการ โรงพยาบาล และโรงแรมมากกว่า 10 แห่ง และสำหรับบนพื้นที่ประมาณ 49,000 ตารางเมตรนี้จะมีผู้มาใช้บริการวันละไม่น้อยกว่า 7,000 คน

สำหรับการพิจารณาถึงบทบาทและรัศมีการให้บริการนั้นจะเห็นได้ว่าศูนย์การค้ากาตสวนแก้วได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของชุมชน ทั้งนี้เพราะเป็นพื้นที่ที่คนในชุมชนได้เดินทางเข้ามาจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการต่างๆ ตามความต้องการ โดยศูนย์การค้าแห่งนี้จะมีรัศมีการให้บริการประมาณ 6 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.1) ซึ่งจะครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และขณะที่มีบางส่วนของกาตสวนแก้วให้บริการได้ครอบคลุมไปถึงพื้นที่อำเภอแม่ริม แม่แตง

แผนภูมิที่ 4.1 แสดงรัศมีการให้บริการของศูนย์บริการที่ภาคสาขาแก้ว



ที่มา : จากการศึกษา

ระยะทางในแนวรัศมีระหว่างที่พักอาศัยกับศูนย์การค้า , ก.ม.



รูปที่ 4.4 แสดงศูนย์การค้าภาคสวนแก้ว

ดอยสะเก็ด สันทราย สันกำแพง สารภี หางดง สันป่าตอง จอมทอง รวมถึงพื้นที่บางส่วนของ จังหวัดใกล้เคียง

## 2. ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า

ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า เปิดดำเนินการเมื่อประมาณต้นปี พ.ศ.2536 ที่ตั้งของศูนย์การค้าอยู่ในบริเวณสี่แยกถนนเชียงใหม่-หางดง ใกล้กับบริเวณท่าอากาศยานนานาชาติ เชียงใหม่ ความได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าแห่งนี้คือ การที่ศูนย์การค้าแห่งนี้ตั้งอยู่ในย่านที่มีการขยายตัวของชุมชนพักอาศัยในระดับสูง (สองฝั่งถนนเชียงใหม่-หางดง) และนอกจากนี้ยังใกล้กับกองบิน 41 ทำให้บนพื้นที่ประมาณ 26,000 ตารางเมตรนี้มีผู้มาใช้บริการวันละ ไม่น้อยกว่า 5,000 คน ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณชายเมืองแถบ ถนนเชียงใหม่-หางดง สองฝั่งถนนซูเปอร์ไฮเวย์ทางด้านทิศใต้ของเมือง ชุมชนใกล้เคียง ได้แก่ สารภี หางดง สันป่าตอง และบางส่วนของจังหวัดลำพูน นอกจากนี้ยังมีข้าราชการจากกองบิน 41 และนักเรียน นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาที่อยู่ใกล้เคียง โดยรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้า แห่งนี้มีประมาณ 5 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.2)

### 4.7.2 ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ระหว่าง 2,000-20,000 ตารางกิโลเมตร

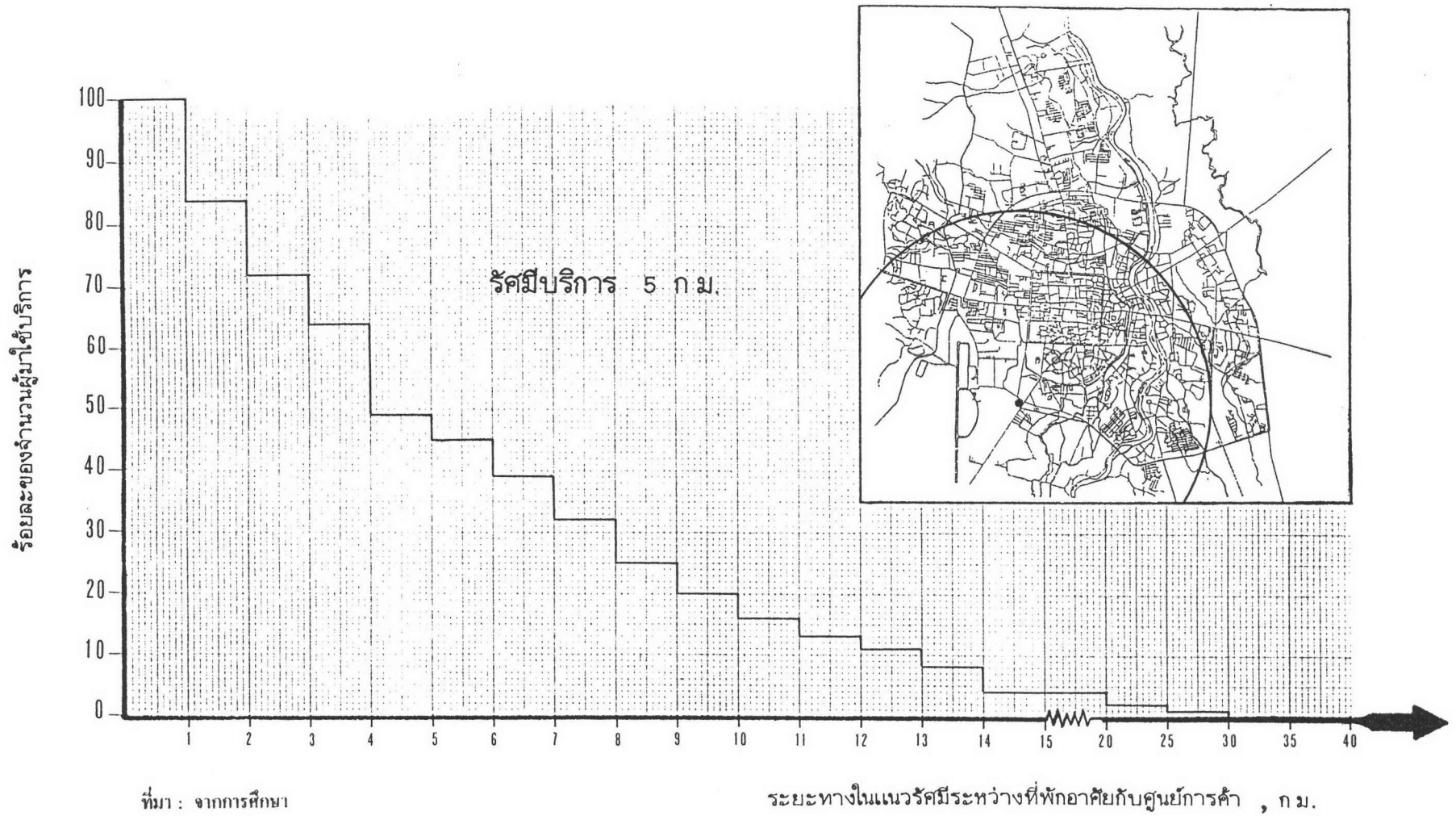
ศูนย์การค้าในกลุ่มนี้ของเมืองเชียงใหม่มีทั้งหมด 5 แห่งด้วยกัน ซึ่งได้แก่ ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเผือก ห้างสีสวน พลาซ่า เชียงอินทร์พลาซ่า และห้าง ส.การค้า สาขาถนนช้างคลาน

ปัจจุบันศูนย์การค้าในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่แล้วจะ ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการ ที่ศูนย์การค้าในกลุ่มแรกได้เปิดดำเนินการในช่วงปลายปี พ.ศ.2535 ทำให้ลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้ บริการของศูนย์การค้ากลุ่มนี้ลดจำนวนลงไปมาก จนศูนย์การค้าในกลุ่มนี้บางแห่งต้องเปลี่ยนรูปแบบ ของกิจการ และบางแห่งถึงกับต้องขายกิจการให้ผู้อื่นเข้ามาดำเนินการแทน โดยศูนย์การค้าที่ ยังคงเหลือเปิดดำเนินการอยู่ก็ต่องนำกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เข้ามาใช้ ซึ่งรายละเอียดของ ศูนย์การค้าในกลุ่มนี้สามารถกล่าวถึง โดยสรุปได้ดังนี้

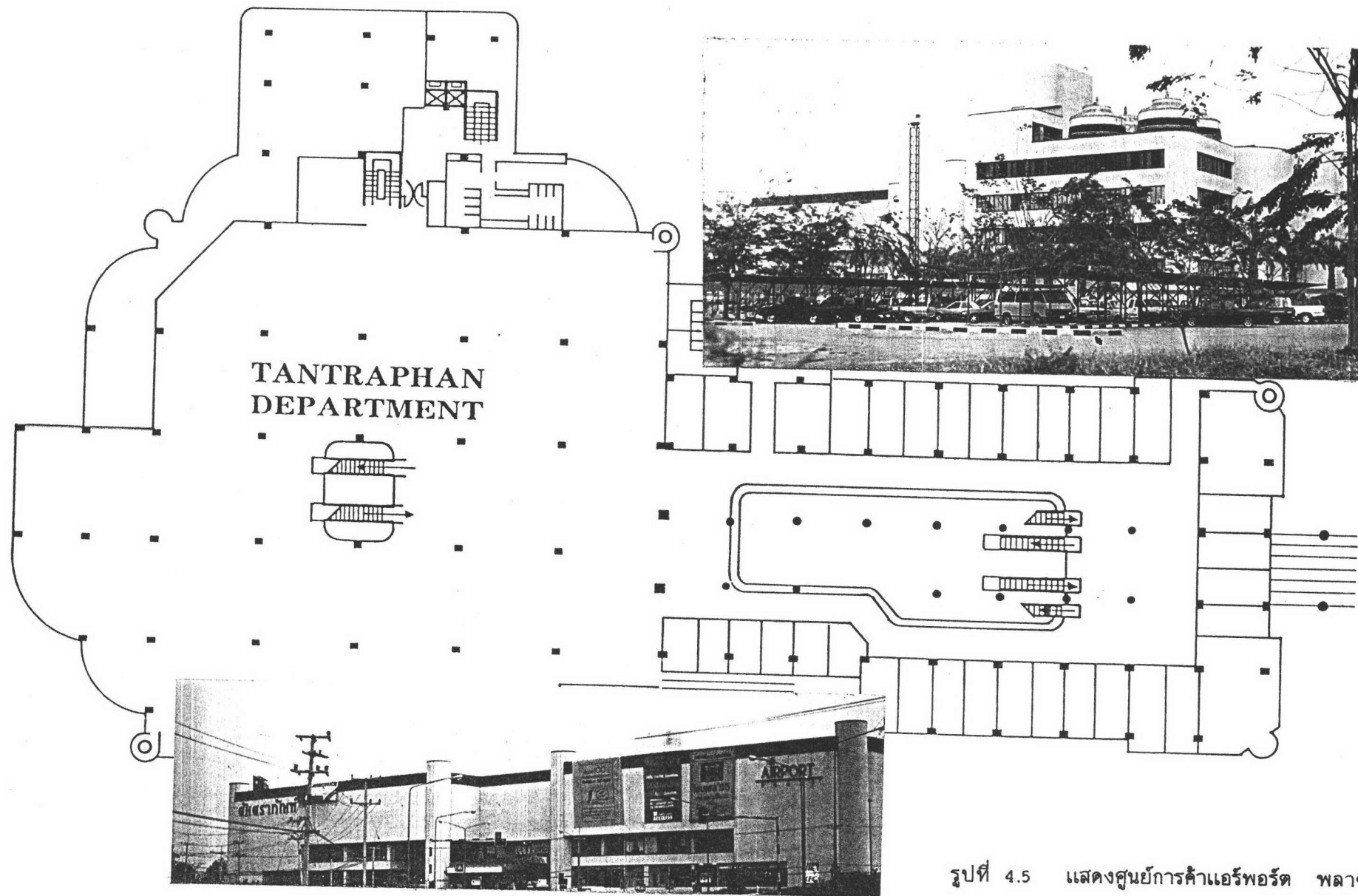
#### 1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ

ตันตราภัณฑ์ ท่าแพ เป็นศูนย์การค้าที่ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์ มาร์เก็ตเป็นหลัก ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมเพราะตั้งอยู่ในย่านท่าแพ ซึ่งเป็นย่านศูนย์กลาง

แผนภูมิที่ 4.2 แสดงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า







รูปที่ 4.5 แสดงศูนย์การค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า



การค้าและบริการของเมือง อีกทั้งยังอยู่ใกล้กับไนท์บาซ่า และจุดจอดรถโดยสารเชียงใหม่-สันทักแพง แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากความหลากหลายของสินค้าและบริการที่มีน้อยกว่าศูนย์การค้าในกลุ่มแรก และความไม่สะดวกในเรื่องของที่จอดรถ ทำให้ปัจจุบันนี้บทบาทในเรื่องของการเป็นศูนย์กลางชุมชนของศูนย์การค้าแห่งนี้ลดน้อยลงไป โดยในแต่ละวันจะมีผู้มาใช้บริการประมาณ 300 คน และรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้อยู่ในระยะไม่เกิน 1 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.3)

## 2. ห้างสรรพสินค้าตันตราภรณ์ สาขาข้างเผือก

ตันตราภรณ์ สาขาข้างเผือก เดิมเป็นศูนย์การค้าซึ่งมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมเพราะในที่ตั้งบริเวณประตูข้างเผือกนั้น ศูนย์การค้าแห่งนี้สามารถให้บริการแก่ชุมชนพักอาศัยย่าน ถนนห้วยแก้ว ถนนสุเทพ ถนนโชตนา นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมทั้งผู้ที่เดินทางมาจากอำเภอแม่ริม แม่แตง นัวาว และเชียงดาว แต่ในปัจจุบันนี้ เนื่องจากศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว (เซ็นทรัล) ได้เข้ามาเปิดดำเนินการในบริเวณใกล้เคียง ประกอบกับการจัดระบบการจราจรบนถนนมณีนพรัตน์เป็นระบบการเดินรถทางเดียว ได้ส่งผลให้จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้ลดจำนวนลงมากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ โดยปัจจุบันนี้มีผู้เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน ประมาณ 500 คน และรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้อยู่ในระยะไม่เกิน 1 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.4)

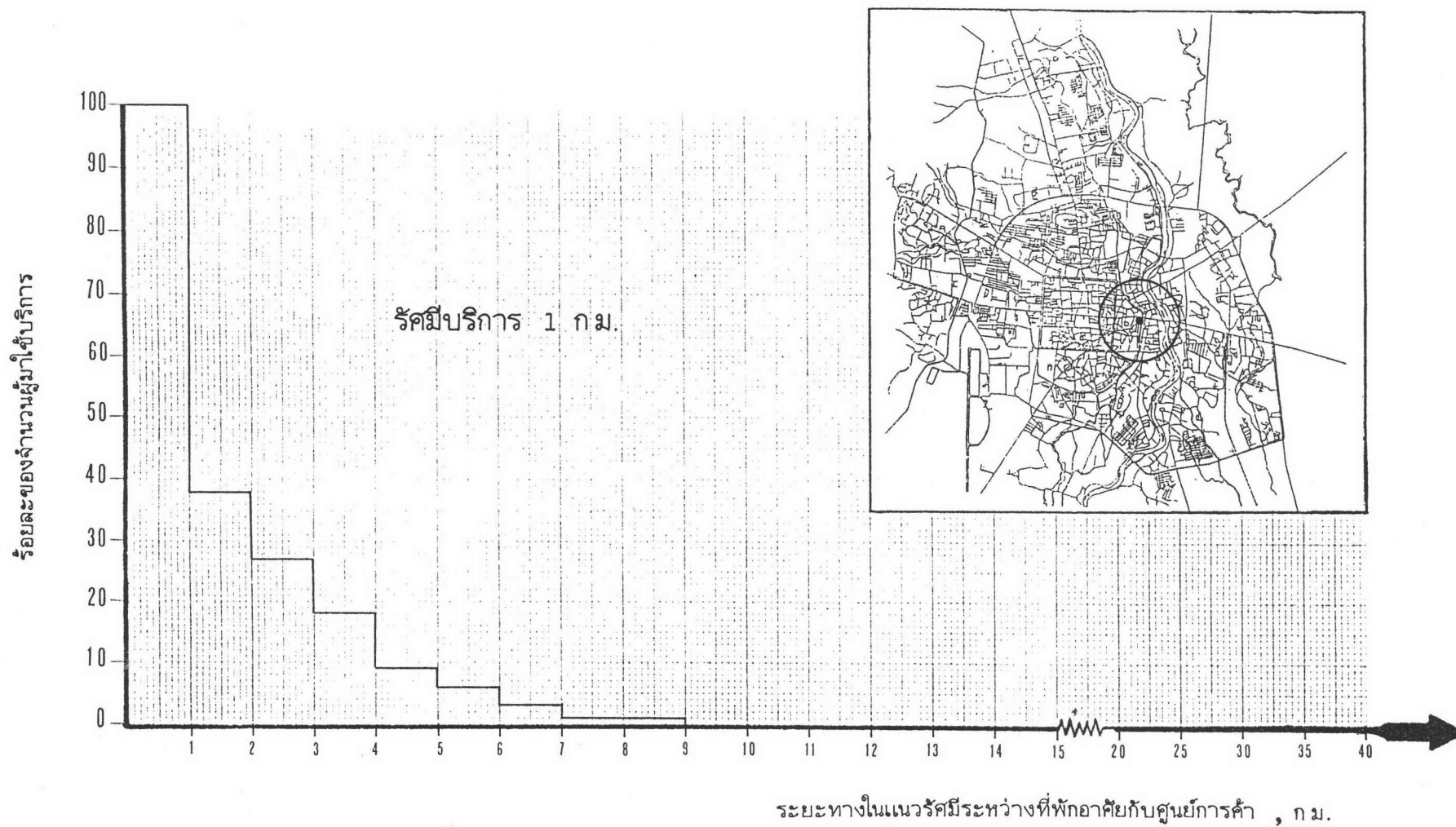
## 3. ห้างสีสวนพลาซ่า

ห้างสีสวนพลาซ่า เป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่บริเวณทิศใต้ของถนนช้างคลาน ทำเลที่ตั้งนี้มีความเหมาะสมเพราะเป็นบริเวณที่อยู่ใกล้เคียงกับย่านศูนย์กลางการค้าทำแพ รวมทั้งอยู่ใกล้กับชุมชนพักอาศัยที่มีกำลังซื้อสูง ได้แก่ ชุมชนเชียงใหม่แลนด์ ชุมชนพักอาศัยสองฝั่งถนนชูปเปอร์ไฮเวย์ (ทางด้านทิศใต้ของตัวเมือง) เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันจากศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ซึ่งทั้งสองศูนย์การค้าที่กล่าวถึงนี้มีสินค้าและบริการที่หลากหลายมากกว่า ดังนั้นจึงทำให้จำนวนผู้เข้ามาซื้อสินค้าในห้างสีสวนพลาซ่าลดจำนวนลงเหลือประมาณวันละ 800 คน และรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้อยู่ในระยะไม่เกิน 2 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.5)

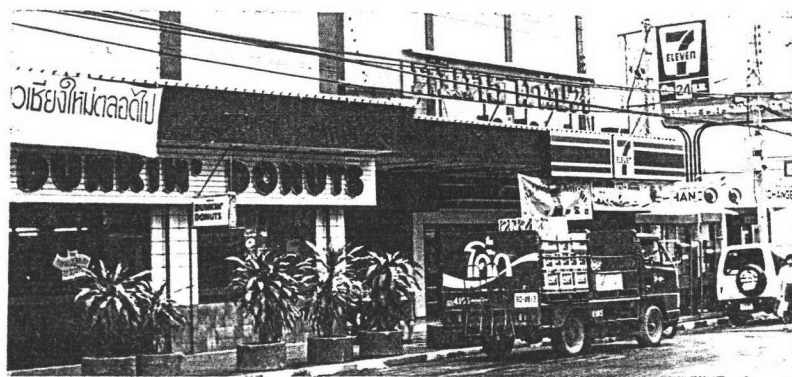
## 4. เชียงอินทร์พลาซ่า

เชียงใหม่พลาซ่า เป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนช้างคลานย่านไนท์

แผนภูมิที่ 4.3 แสดงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าต้นคราภังค์ สาขาท่าแพ



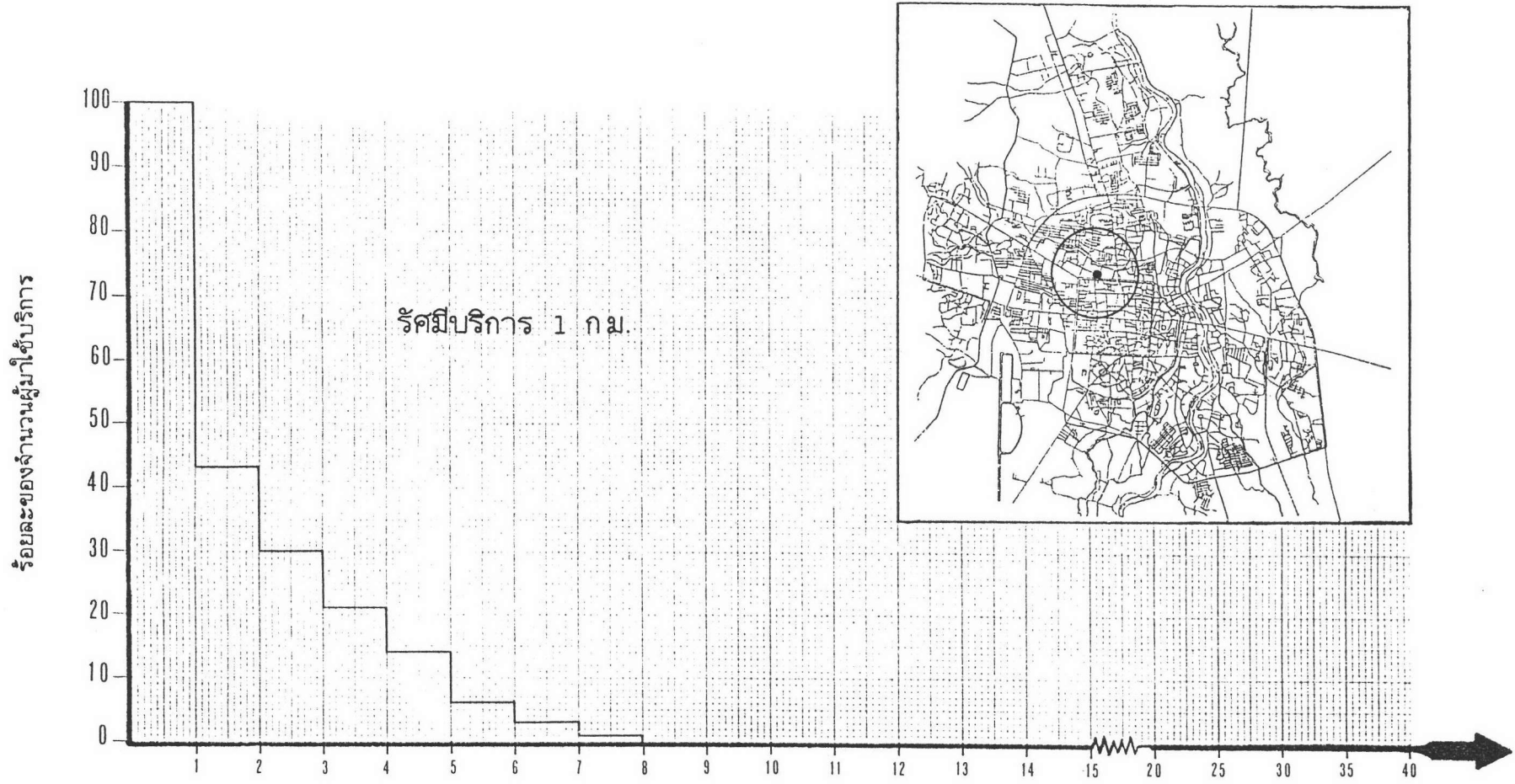
ที่มา : จากการศึกษ



รูปที่ 4.6 แสดงศูนย์การค้าต้นตราภิมท์ สาขาท่าแพ

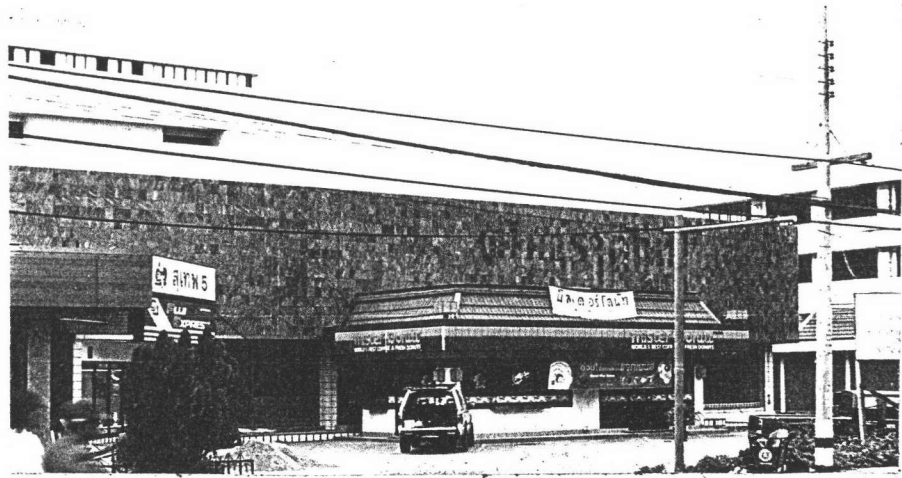
แผนภูมิที่ 4.4

แสดงรัศมีบริการให้บริการของศูนย์การค้าต้นคราบันท์ ภาษาช้างเผือก



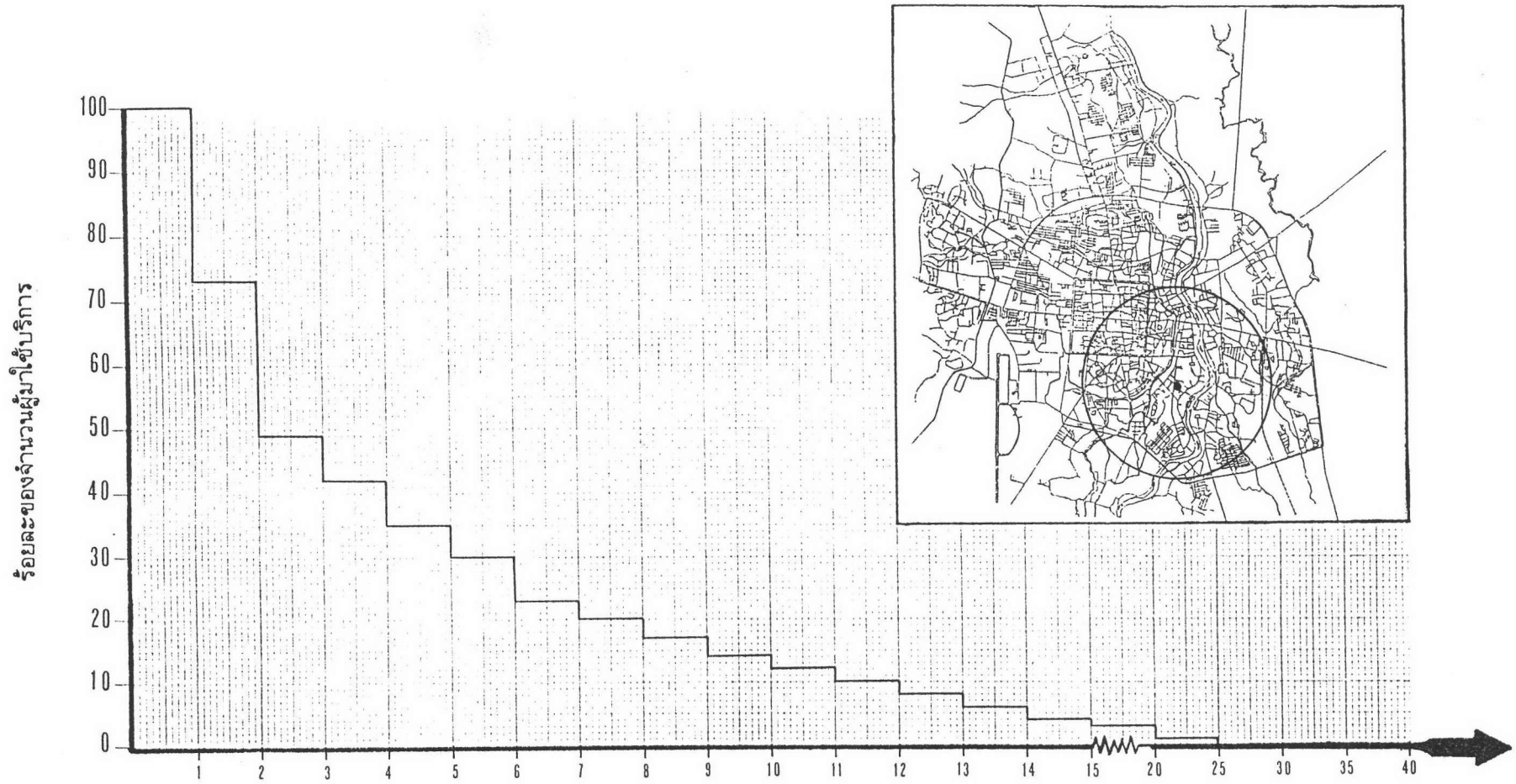
ที่มา : จากการศึกษา

ระยะทางในแนวรัศมีระหว่างที่พิกาศัยกับศูนย์การค้า , ก.ม.



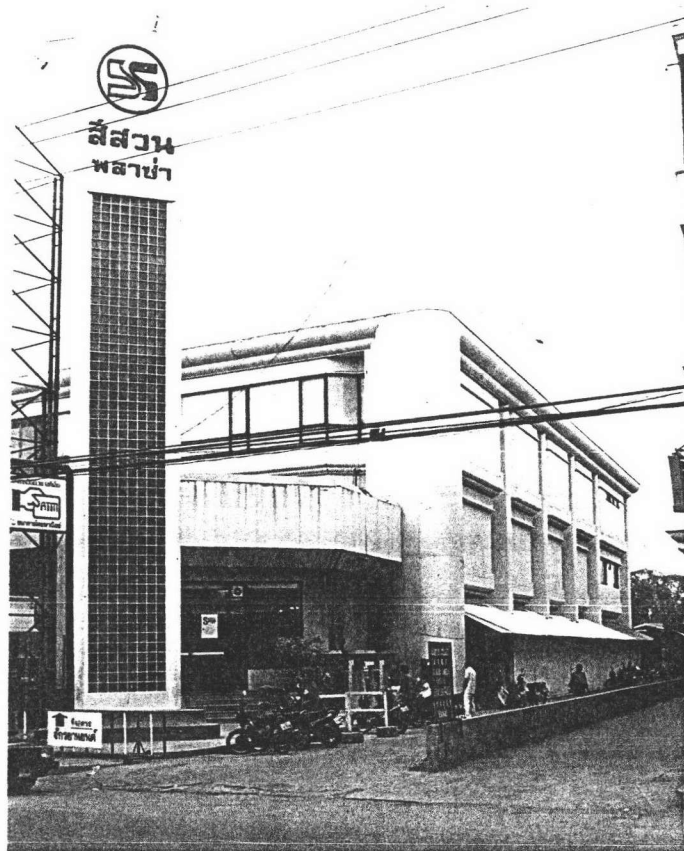
รูปที่ 4.7 แสดงศูนย์การค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเผือก

แผนภูมิที่ 4.5 แสดงรัศมีบริการให้บริการของศูนย์การค้าสี่เหลี่ยม พตาช่อ



ที่มา : จากการศึกษา

ระยะทางในแนวนอนมีระหว่างที่พักอาศัยกับศูนย์การค้า , ก.ม.



รูปที่ 4.8 แสดงศูนย์การค้าสีสวัน พลาซ่า



บาท โดยได้เปิดดำเนินการเมื่อต้นปี พ.ศ. 2536 ภายในศูนย์การค้าประกอบด้วยร้านค้าต่าง ๆ สำนักงาน โรงภาพยนตร์ และห้องแสดงนิทรรศการ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของศูนย์การค้าแห่งนี้จะประกอบด้วยประชาชนในท้องถิ่นที่มีกำลังซื้อสูง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพราะสินค้าที่ขายภายในศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและมีราคาค่อนข้างสูง และสำหรับบนพื้นที่ประมาณ 13,000 ตารางเมตรนี้ มีผู้มาใช้บริการไม่น้อยกว่าวันละ 1,000 คน โดยรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้อยู่ในระยะประมาณ 2 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.6)

#### 5. ห้าง ส.การค้า สาขาข้างคลาน

ส.การค้า ข้างคลาน เป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจการค้า บริเวณริมถนนข้างคลานตรงข้ามกับเชียงใหม่พลาซ่า ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของศูนย์การค้าแห่งนี้จะได้แก่ผู้ที่ทำงานและผู้ที่พักอาศัยอยู่โดยรอบ โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้มอเตอร์ไซด์หรือการเดินเท้าเข้ามาใช้บริการ จากการที่ศูนย์การค้าแห่งนี้สามารถที่จะเข้าถึงได้สะดวก รวมทั้งมีที่จอดรถสำหรับกลุ่มลูกค้าหลักของศูนย์การค้าได้เพียงพอ และราคาของสินค้าในซูเปอร์มาเก็ตยังถูกกว่าที่อื่น ดังนั้นศูนย์การค้าแห่งนี้จึงสามารถดำเนินการอยู่ได้ทั้งที่มีการแข่งขันที่สูงจากศูนย์การค้าในกลุ่มแรก โดยในแต่ละวันนั้นจะพบว่าจะมีผู้มาใช้บริการโดยเฉลี่ย 1,000 คน รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้ประมาณ 2 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.7)

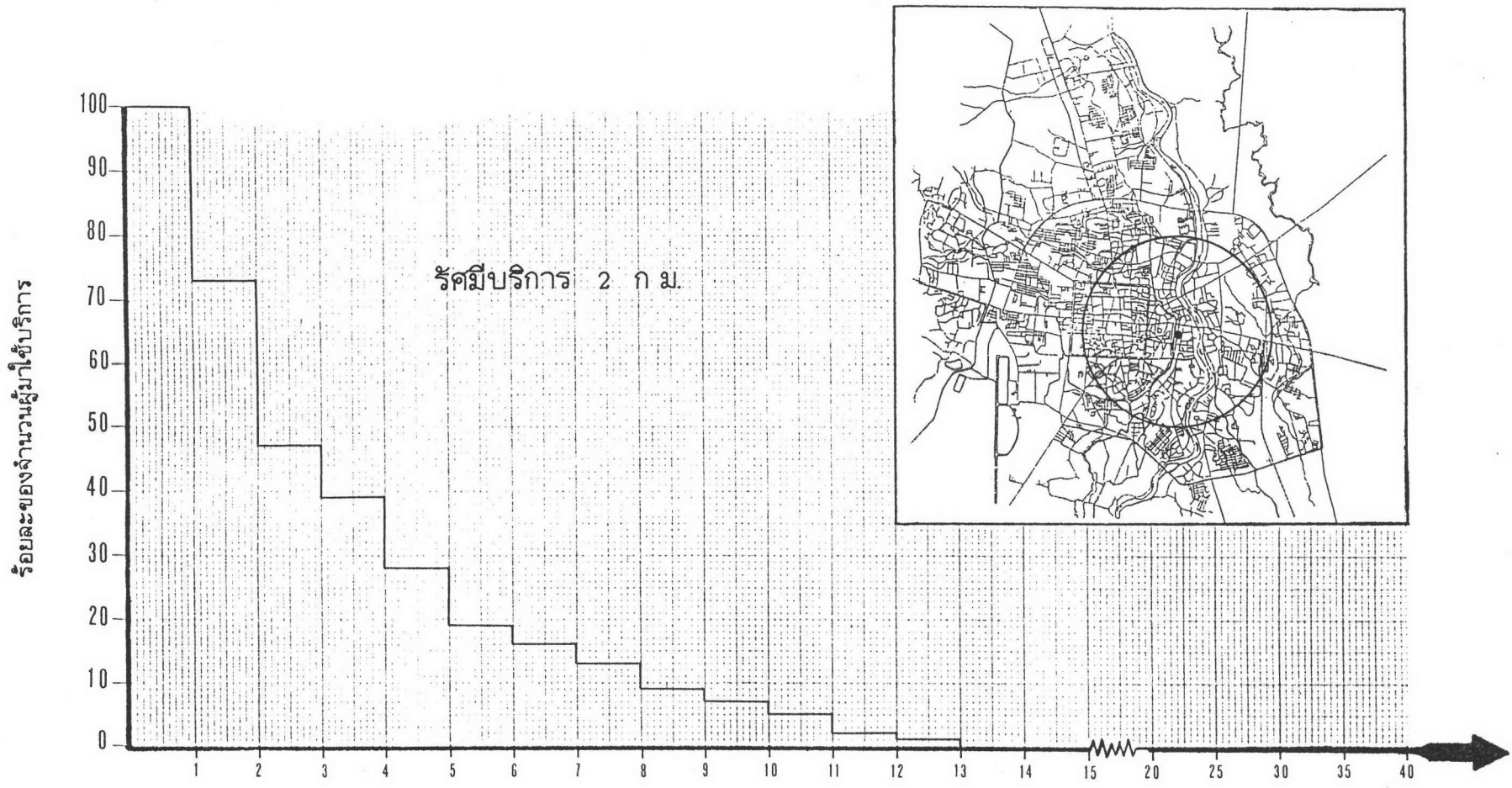
##### 4.7.3 ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่น้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร

ศูนย์การค้าขนาดนี้พบว่าในเชียงใหม่มีเพียงแห่งเดียว คือ ห้าง ส.การค้า สาขาวิชยานนท์ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณตลาดวโรรส และตลาดต้นลำไย ซึ่งเป็นย่านการค้าเก่าแก่ของเชียงใหม่ เนื่องจากศูนย์การค้าแห่งนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นย่านการค้าสินค้าอุปโภคและบริโภคที่สำคัญของเมือง ดังนั้น จึงมีผู้คนมากมายจากทั้งในตัวเมืองเชียงใหม่ และในพื้นที่ชุมชนรอบนอกเดินทางเข้ามาจับจ่ายสินค้าในศูนย์กลางดังกล่าวนี้ ซึ่งส่งผลให้ศูนย์การค้าแห่งนี้มีผู้มาใช้บริการโดยเฉลี่ยแล้วไม่ต่ำกว่าวันละ 800 คน รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้ประมาณ 2 กิโลเมตร (แผนภูมิ 4.8)

#### 4.8 กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของศูนย์การค้า

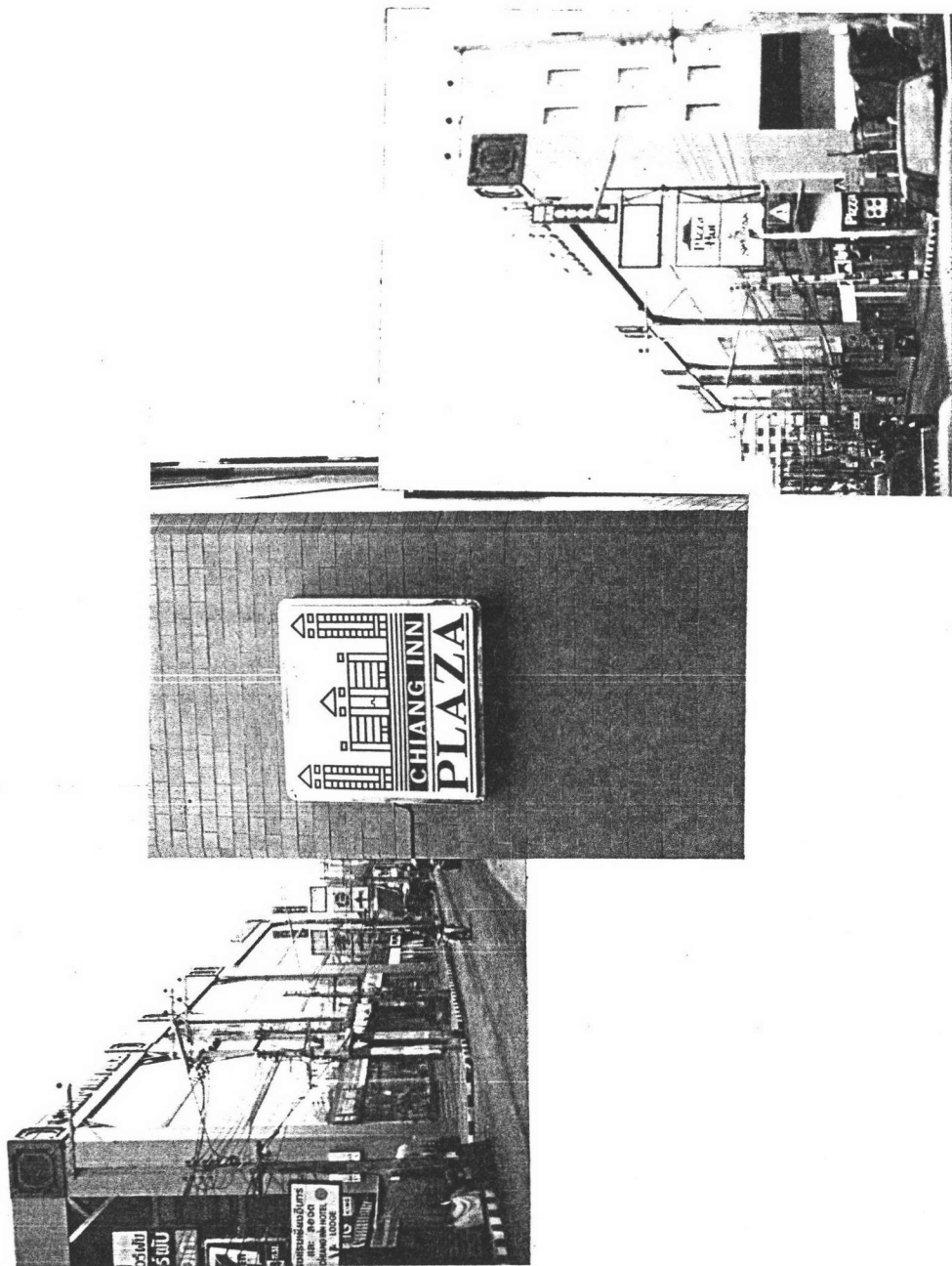
ในการศึกษาเกี่ยวกับศูนย์การค้าของเมืองเชียงใหม่ นั้น นอกจากเนื้อหาในส่วนของพัฒนาการของศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่ และรายละเอียดของศูนย์การค้าแต่ละแห่งในการศึกษา

แผนภูมิที่ 4.6 แสดงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าเชิงอินทรีย์ พลาซ่า



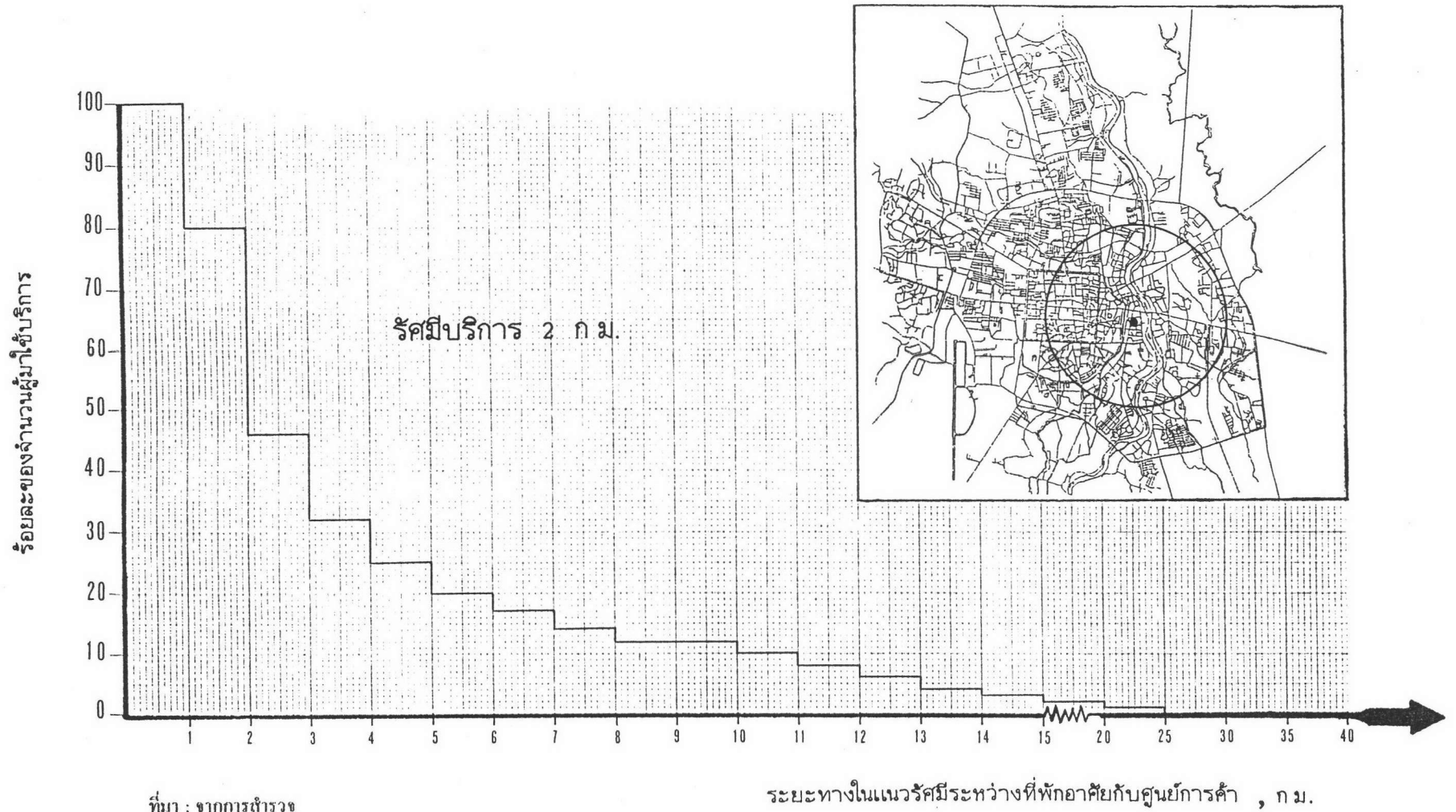
ที่มา : จากการศึกษา

ระยะทางในแนวรัศมีระหว่างที่พักอาศัยกับศูนย์การค้า, กม.

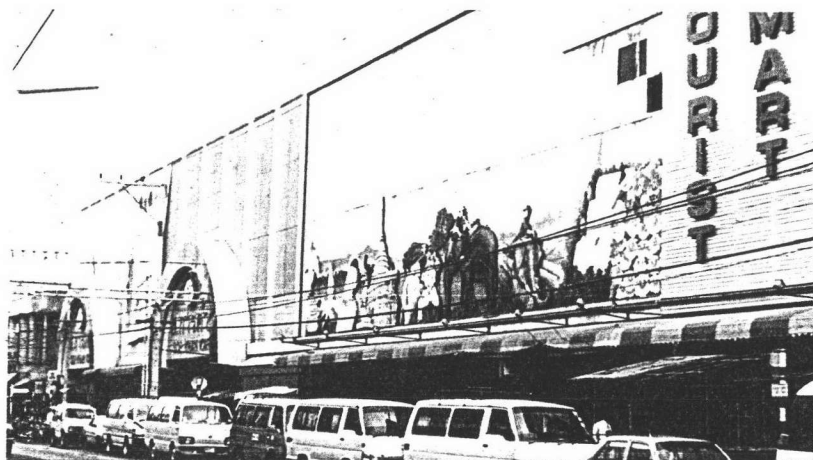


รูปที่ 4.9 แสดงศูนย์การค้าเชียงใหม่ พลาซ่า

แผนภูมิที่ 4.7 แสดงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้า ศ.การค้า สาขาข้างถนน



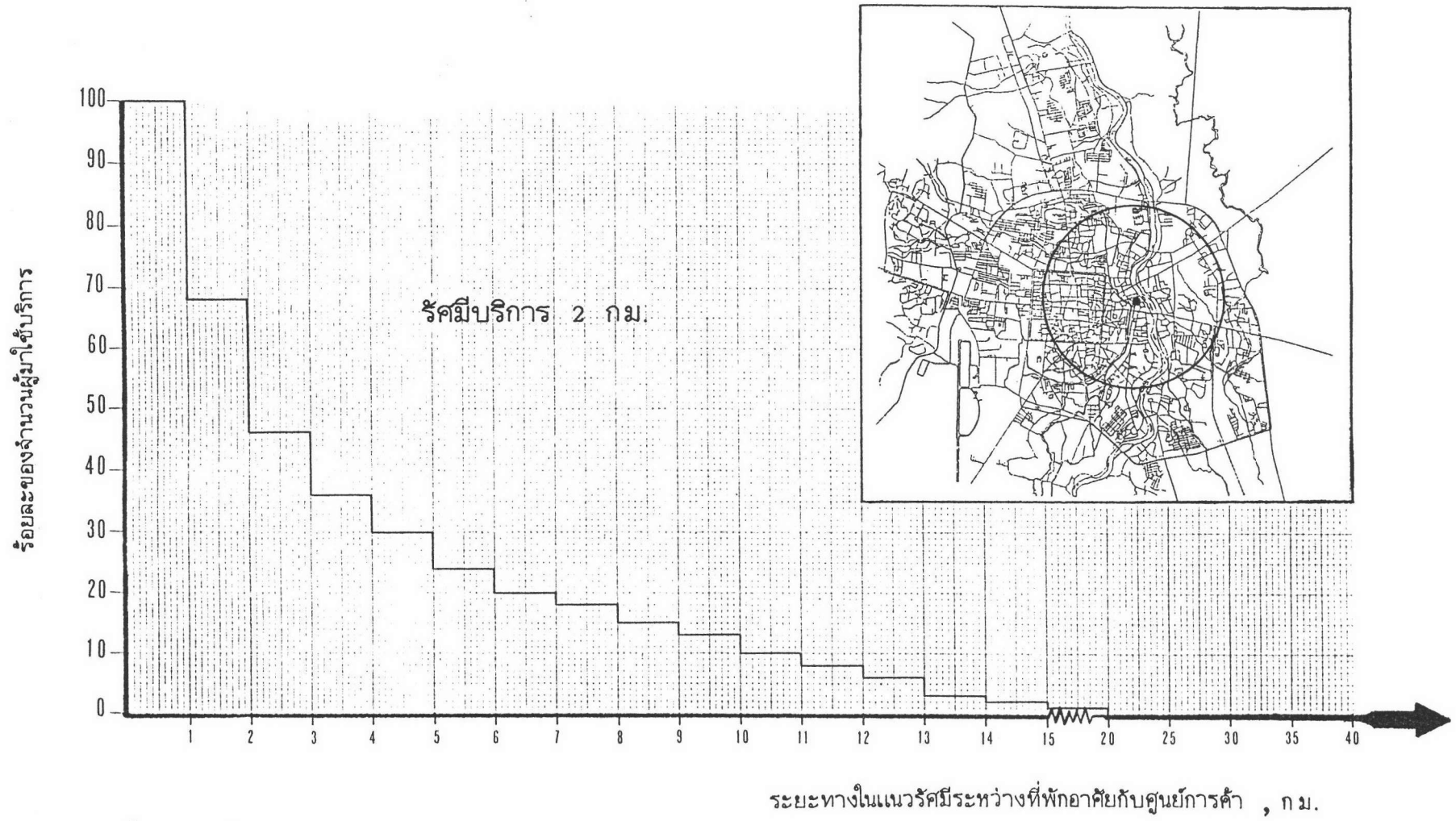
ที่มา : จากการสำรวจ



รูปที่ 4.10 แสดงศูนย์การค้า ส. การค้า ช้างคลาน

แผนภูมิที่ 4.8

แสดงรัศมีบริการให้บริการของศูนย์การค้า ๕.ถาวรค้า สาขาวิชชนนท์



ที่มา : จากการศึกษา





รูปที่ 4.11 แสดงศูนย์การค้า ส. การค้า วิทยานนท์



ครั้งนี้แล้ว การศึกษาวิเคราะห์ถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของศูนย์การค้าก็มีความสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะ เป็นผู้ที่ใช้บริการของศูนย์การค้า ซึ่งพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์การค้าของผู้บริโภคดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลกระทบอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเมือง และยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวของกิจการศูนย์การค้าเองได้อีกด้วย

การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของศูนย์การค้า จะวิเคราะห์ทั้งทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) และด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) โดยทางด้านประชากรศาสตร์จะวิเคราะห์ถึง เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ของผู้บริโภค ส่วนทางด้านภูมิศาสตร์นั้น จะวิเคราะห์เกี่ยวกับเขตที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในบริเวณหน้าศูนย์การค้าต่าง ๆ นั้น จะให้ประชากรทั้งหมดมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่า ๆ กัน

สำหรับผลการวิเคราะห์จะได้อธิบายประกอบกับตารางแสดงรายละเอียดของข้อมูลดังต่อไปนี้



ตารางที่ 4.4. แสดงเพศและอายุของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า

อายุ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	10	2.0	12	2.4	22	4.4
15 - 20 ปี	73	14.6	114	22.8	187	37.4
21 - 30 ปี	60	12.0	98	19.6	158	31.6
31 - 40 ปี	37	7.4	50	10.0	87	17.4
41 - 60 ปี	19	3.8	18	3.6	37	7.4
มากกว่า 60 ปี	5	1.0	4	0.8	9	1.8
รวม	204	40.8	296	59.2	500	100

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า จำนวน 500 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ใช้บริการศูนย์การค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเพศชายไปใช้บริการร้อยละ 40.8 ส่วนเพศหญิงไปใช้บริการร้อยละ 59.2 ส่วนช่วงอายุของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้าที่มีจำนวนมากที่สุดจะอยู่ระหว่าง 15-20 ปี โดยมีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาคือช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.6 ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าของศูนย์การค้ามากกว่าร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 15-30 ปี และส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.5 แสดงเพศและอาชีพของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า

อาชีพ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	19	3.8	23	4.4	42	8.4
ทำงานบริษัท	44	8.8	60	12.0	104	20.8
ทำงานรัฐวิสาหกิจ	10	2.0	8	1.6	18	3.6
นักเรียน นักศึกษา	65	13.0	138	27.6	203	40.6
อาชีพส่วนตัว	30	6.0	32	6.4	62	12.4
รับจ้าง	26	5.2	31	6.2	57	11.4
ไม่ได้ทำงาน	7	1.4	3	0.6	10	2.0
อื่น ๆ	3	0.6	1	0.2	4	0.8
รวม	204	40.8	296	59.2	500	100

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า จำนวน 500 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มลูกค้าหลักที่ไปใช้บริการศูนย์การค้าคือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีถึงร้อยละ 40.6 รองลงมาคือกลุ่มผู้ทำงานบริษัท ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 20.8

แสดงว่ากลุ่มลูกค้าหลักของศูนย์การค้าในเชียงใหม่กว่าร้อยละ 60 คือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและผู้ทำงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับการศึกษาของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	32	6.4
มัธยมศึกษา	121	24.2
อาชีวศึกษา	93	18.6
อนุปริญญา	46	9.2
ปริญญาตรี	182	36.4
สูงกว่าปริญญาตรี	19	3.8
อื่น ๆ	7	1.4
รวม	500	100

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า จำนวน 500 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้ามีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 24.2 แสดงว่าผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจนถึงระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4-7 แสดงระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	227	45.4
3,001 - 6,000 บาท	154	30.8
6,001 - 10,000 บาท	83	16.6
10,001 - 15,000 บาท	28	5.6
15,001 - 20,000 บาท	5	1.0
มากกว่า 20,000 บาท	3	0.6
รวม	500	100

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ไปใช้บริการศูนย์การค้า จำนวน 500 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากว่าร้อยละ 75 ของผู้ที่ไปใช้บริการศูนย์การค้าจะมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 6,000 บาท รองลงมาคือมีระดับของรายได้ 6,001-10,000 บาท ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 16.6 ส่วนรายได้ 10,001-15,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 5.6 และรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีเพียงร้อยละ 1.6

แสดงว่ากลุ่มลูกค้าหลักของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ ส่วนใหญ่แล้วจะมีรายได้ไม่เกิน 6,000 บาท



ตารางที่ 4.8 แสดงเขตที่อยู่อาศัยของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า

เขตที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่	316	63.2
นอกเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ (แต่อยู่ในจังหวัด เชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน)	141	28.2
ต่างจังหวัด (นักท่องเที่ยว ชาวไทย)	36	7.2
ต่างประเทศ (นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ)	7	1.4
รวม	500	100

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ไปใช้บริการศูนย์การค้า จำนวน 500 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีถึงร้อยละ 63.2 รองลงมาคือผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ แต่อยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน มีจำนวนร้อยละ 28.2 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ที่เดินทางมาจากที่อื่น ซึ่งมีเพียงร้อยละ 8.6

แสดงว่าลูกค้าหลักของศูนย์การค้าส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้ที่อาศัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และชุมชนโดยรอบ ซึ่งพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคกลุ่มนี้จะ เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นกับเมือง โดยรายละเอียดในเรื่องดังกล่าวจะได้นำเสนอในบทต่อไป

#### 4.9 บทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์การค้า

สำหรับลูกค้าในกลุ่มของนักท่องเที่ยวซึ่งมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 8.6 ของจำนวนลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการของศูนย์การค้าในเชียงใหม่นั้น จากการศึกษาในรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 ตัวอย่าง โดยการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและการใช้บริการศูนย์การค้าในเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ซึ่งผลของการศึกษาดังกล่าว (ตารางที่ 4.9) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติจะนิยมไปซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในย่านไนท์บาซาร์มากที่สุด และมีนักท่องเที่ยวเพียงบางส่วนเท่านั้นที่นิยมไปซื้อสินค้าจากศูนย์การค้า โดยศูนย์การค้าที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเข้าไปใช้บริการมากที่สุดคือศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ส่วนศูนย์การค้าที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมไปใช้บริการมากที่สุดคือศูนย์การค้าเชียงใหม่พลาซ่า ซึ่งศูนย์การค้าแห่งนี้มีที่ตั้งอยู่บนถนนช้างคลานในย่านไนท์บาซาร์ ทำให้สามารถเชื่อมโยงการค้าและบริการของศูนย์การค้าเข้ากับกิจกรรมการค้าของกลุ่มร้านค้าปลีกในย่านท่องเที่ยวไนท์บาซาร์ได้ง่าย นอกจากนี้ยังพบว่าสินค้าที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมซื้อจากศูนย์การค้าได้แก่ สินค้าประเภทของที่ระลึก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นส่วนใหญ่จะใช้จ่ายในศูนย์การค้าประมาณ 500 - 1,000 บาท และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะใช้จ่ายในศูนย์การค้าประมาณ 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลการใช้จ่ายสินค้า และการใช้บริการศูนย์การค้าในเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว

รายการข้อมูล	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยว	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
1. แหล่งที่นักท่องเที่ยวนิยมไปซื้อสินค้า		
- ไนท์บาซาร์	72.0 ( 72)	66.0 ( 66)
- บ่อสร้าง	9.0 ( 9)	17.0 ( 17)
- ศูนย์การค้า	14.0 ( 14)	15.0 ( 15)
- อื่น ๆ	5.0 ( 5)	2.0 ( 2)
2. ศูนย์การค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปใช้บริการ		
- เชียงอินทร์ พลาซ่า	4.3 ( 1)	96.3 ( 26)
- กาดสวนแก้ว	87.0 ( 20)	3.7 ( 1)
- อื่น ๆ	8.7 ( 2)	0 ( 0)
3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในศูนย์การค้าโดยประมาณ		
- ต่ำกว่า 500 บาท	17.4 ( 4)	3.7 ( 1)
- 500 - 1,000 บาท	43.5 ( 10)	22.2 ( 6)
- 1,001 - 2,000 บาท	21.7 ( 5)	51.9 ( 14)
- 2,001 - 3,000 บาท	13.0 ( 3)	14.8 ( 4)
- มากกว่า 3,000 บาท	4.4 ( 1)	7.4 ( 2)

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลการจับจ่ายสินค้า และการใช้บริการศูนย์การค้าในเชียงใหม่ของ  
นักท่องเที่ยว (ต่อ)

รายการข้อมูล	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยว	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
4. ประเภทของสินค้าที่ซื้อจาก ศูนย์การค้า		
- สินค้าอุปโภค บริโภค	17.4 ( 4 )	0 ( 0 )
- ของที่ระลึก	73.9 ( 17 )	92.6 ( 25 )
- อื่น ๆ	8.7 ( 2 )	7.4 ( 2 )

ที่มา : จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 200 ตัวอย่าง

4.10 ความต้องการศูนย์การค้าของผู้บริโภคและขีดความสามารถในการสนองตอบของศูนย์การค้า  
ในเชียงใหม่

จากผลการศึกษาในเรื่องรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ที่ผ่านมา  
สามารถที่จะนำมาจัดแบ่งศูนย์การค้าในเชียงใหม่ออกเป็น 3 ระดับดังต่อไปนี้

1. ศูนย์การค้าของละแวก (Neighbourhood Center) ศูนย์การค้าระดับนี้จำหน่าย  
สินค้าประเภทซื้อสะดวกและซื้อขายได้ง่าย (Convenience goods) เช่น ซุปเปอร์มาเก็ต  
เป็นต้น โดยรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าระดับนี้มีประมาณ 1 กิโลเมตร ได้แก่ ห้างสรรพ  
สินค้าตันตราภรณ์ ท่าแพ และห้าง ส.การค้า วิชยานนท์ โดยที่ห้าง ส.การค้า วิชยานนท์นั้นจะ  
จำหน่ายสินค้าประเภทที่ใกล้เคียงกับห้างสรรพสินค้าตันตราภรณ์ ท่าแพ แต่จะมีรัศมีการให้บริการ  
ที่กว้างกว่า (ประมาณ 2 กิโลเมตร)

2. ศูนย์การค้าของชุมชน (Community Center) ศูนย์การค้าระดับนี้จำหน่ายสินค้า  
บางอย่างเช่นเดียวกับศูนย์การค้าของละแวก แต่มีสินค้าประเภทเลือกซื้อ (Shopping goods)  
เพิ่มขึ้นมา เช่น เครื่องแต่งกายที่ทันสมัย เป็นต้น โดยรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าระดับนี้มี

ประมาณ 2 กิโลเมตร ได้แก่ ห้างสีสวน พลาซ่า เชียงอินทร์ พลาซ่า ห้าง ส.การคำ ช้างคลาน และห้างสรรพสินค้าตันตราภรณ์ ช้างเผือกซึ่งจำหน่ายสินค้าประเภทที่ใกล้เคียงกับศูนย์การค้า 3 แห่งแรก แต่มีรัศมีการให้บริการที่แคบกว่า (ประมาณ 1 กิโลเมตร)

3. ศูนย์การค้าของภูมิภาค (Regional Center) ศูนย์การค้าระดับนี้จำหน่ายสินค้า เช่นเดียวกับศูนย์การค้าของชุมชน แต่มีสินค้าที่เป็นสินค้าถาวร (Durable goods) เพิ่มขึ้นมา เช่น เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ เป็นต้น โดยรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าระดับนี้อยู่ในช่วง 5-6 กิโลเมตร ซึ่งได้แก่ ศูนย์การค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า และศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว

เมื่อนำมาตรฐานในเรื่องจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่เข้าไปใช้บริการศูนย์การค้าในแต่ละระดับ ซึ่งจะทำให้กิจการศูนย์การค้าเหล่านั้นสามารถดำรงอยู่ได้ (Threshold Population) จากหนังสือ Shopping Center Development (John A. Dawson) เข้ามาใช้ประกอบการศึกษาใน ครั้งนี้ จะพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมีการให้บริการของ ศูนย์การค้าแต่ละระดับ และจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าในแต่ละระดับต้องการนั้น สามารถเปรียบเทียบให้เห็น ได้ดังต่อไปนี้

1. ศูนย์การค้าของละแวก (Neighbourhood Center) ศูนย์การค้าระดับนี้มีจำนวน ทั้งสิ้น 2 แห่ง เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมในเรื่องที่ตั้งของศูนย์การค้าระดับนี้ พบว่าศูนย์การค้า ในระดับนี้มีที่ตั้งที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้กันมากเกินไปจนทำให้รัศมีการให้บริการ ซ้อนทับกัน ซึ่งได้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันในระดับสูงเพื่อแย่งชิงลูกค้า และสำหรับการพิจารณา ในส่วนของจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าในระดับนี้ต้องการ ที่มีจำนวนเท่ากับ 4,000 คนโดย ประมาณนั้น พบว่าจำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าทั้งสองแห่ง มีพอเพียง คือ ในเขตรัศมีการให้บริการของห้างสรรพสินค้าตันตราภรณ์ ท่าแพ จะมีผู้บริโภคพัก อาศัยอยู่เป็นจำนวนมากกว่า 12,000 คน และภายในเขตรัศมีการให้บริการของห้าง ส.การคำ วิทยานนท์จะมีผู้บริโภคพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากกว่า 50,000 คน

2. ศูนย์การค้าของชุมชน (Community Center) ศูนย์การค้าระดับนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 4 แห่ง เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมในด้านที่ตั้งของศูนย์การค้าระดับนี้ พบว่า มีความไม่เหมาะสม ในด้านที่ตั้ง ทั้งนี้เนื่องจากที่ตั้งของศูนย์การค้ามีลักษณะกระจุกตัว ซึ่งได้ส่งผลให้รัศมีการให้บริการ ของศูนย์การค้าเหล่านี้เกิดการซ้อนทับกัน และเมื่อทำการพิจารณาถึงจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้า ในระดับนี้ต้องการ ที่มีจำนวนเท่ากับ 40,000 คนนั้น พบว่า จำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขต รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้า 3 แห่ง ได้แก่ ห้างสีสวน พลาซ่า เชียงอินทร์ พลาซ่า และ

ห้าง ส.การคำ ช้างคลาน มีจำนวนมากกว่าจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าในระดับนี้ต้องการ โดย มีจำนวนลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าเหล่านี้แห่งละประมาณ 50,000 คน ส่วนห้างสรรพสินค้าต้นตราภักดิ์ ช้างเผือกนั้น จะมีจำนวนลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมีการให้บริการเพียง 12,000 คน โดยประมาณเท่านั้น ซึ่งจำนวนของผู้บริโภคดังกล่าวเป็นจำนวนที่น้อยกว่าจำนวนของลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าในระดับนี้ต้องการ

3. ศูนย์การค้าของภูมิภาค (Regional Center) ศูนย์การค้าระดับนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 2 แห่ง ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมในเรื่องที่ตั้งของศูนย์การค้าระดับนี้ พบว่า ที่ตั้งของศูนย์การค้าในระดับนี้ไม่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องจากศูนย์การค้าทั้งสองแห่งตั้งอยู่ใกล้กันมากเกินไป ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกันในระดับสูงเพื่อแย่งชิงลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีการซ้อนทับกันของรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าทั้งสอง และสำหรับการพิจารณาในส่วนของจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าในระดับนี้ต้องการซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 150,000 คนโดยประมาณนั้น พบว่า จำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมี การให้บริการของศูนย์การค้าทั้งสองแห่งมีพอเพียง คือ ทั้งศูนย์การค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า และศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว มีผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ภายในเขตรัศมีการให้บริการมากกว่าแห่งละ 300,000 คน

#### 4.11 บทสรุปของศูนย์การค้าในเชียงใหม่

ศูนย์การค้าใน เชียงใหม่นั้นในรอบสองปีที่ผ่านมาแล้วได้ว่าเพิ่มจำนวนขึ้นมาก โดยเฉพาะศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่มีการรวมกิจกรรมหลายประเภทเข้าไว้ด้วยกันในอาคารขนาดใหญ่หลังเดียวหรือหลายหลังติดต่อกัน เช่น มีโรงแรมขนาดใหญ่ โรงภาพยนตร์ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร กิตติาคาร สวนสนุก พร้อมทั้งที่สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ตลอดจนมีการจัดตกแต่งบริเวณทั้งภายนอกและภายในให้ดูสวยงามร่มรื่น เป็นการดึงดูดผู้คนให้หลังไหลเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งยังมีวิธีการโฆษณาและรายการพิเศษต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อที่ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

จากที่ได้กล่าวมาแล้วจะ เห็นได้ว่าศูนย์การค้าของ เชียงใหม่ในระยะหลังนี้ได้ขยายตัวออกสู่พื้นที่ด้านนอกของเมือง ในจุดที่สามารถดึงดูดผู้คนจากชุมชนรอบนอกให้เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าได้โดยไม่ต้องเดินทางเข้าไปในย่านใจกลางเมือง ซึ่งศูนย์การค้าในลักษณะนี้ได้ประสพผลสำเร็จในการประกอบการไม่น้อยในด้านของจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ดังเช่นศูนย์การค้า

แอร์พอร์ต พลาซ่า เป็นต้น และเมื่อพิจารณาในเรื่องรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าเหล่านี้ พบว่าพื้นที่ของการให้บริการจะครอบคลุมพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และชุมชนใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ แต่สำหรับในกรณีของศูนย์การค้าภาคสวนแก้วนั้น จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่ามีส่วนของพื้นที่บริการครอบคลุมถึงจังหวัดใกล้เคียงโดยรอบ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแต่ละแห่งและจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าแต่ละแห่งต้องการ พบว่าศูนย์การค้าส่วนใหญ่ในเชียงใหม่จะมีจำนวนลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการอยู่ในระดับที่ทำให้กิจการศูนย์การค้าเหล่านี้สามารถดำรงอยู่ได้ มีเพียงแต่ห้างสรรพสินค้าต้นตราภรณ์ สาขาช้างเผือกเท่านั้น ที่มีจำนวนของลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าแห่งนี้ต้องการ และเมื่อพิจารณาถึงในด้านที่ตั้งของศูนย์การค้าพบว่าที่ตั้งของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ส่วนใหญ่แล้วจะมีลักษณะกระจุกตัว ดังนั้นจึงทำให้รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าหลาย ๆ แห่งในแต่ละระดับมีการซ้อนทับกัน

ปัจจุบันนี้ศูนย์การค้าได้กลายเป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่สำคัญของคนในเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นทุกที โดยคนส่วนใหญ่จะเห็นว่าศูนย์การค้านั้นเป็นศูนย์กลางของชุมชน และเป็นที่ยอมรับของผู้คนแทนที่จะเป็นตลาดเหมือนเช่นแต่ก่อน นอกจากนี้ศูนย์การค้ายังเป็นแหล่งสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจของคนในเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ในลักษณะนี้เองศูนย์การค้าจึงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านของเมือง ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางด้านกายภาพ ประชากร เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของรูปแบบชีวิตอีกรูปแบบหนึ่งของชาวเชียงใหม่

สำหรับเนื้อหาในส่วนที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงสภาพโดยทั่ว ๆ ไปของเชียงใหม่ ในด้านที่เกี่ยวกับพัฒนาการของการค้าและบริการ พัฒนาการของศูนย์การค้าในเชียงใหม่ และข้อมูลรายละเอียดของศูนย์การค้าในการศึกษาคั้งนี้ โดยได้มีการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของศูนย์การค้ากับข้อมูลพื้นฐานในด้านต่างๆ ของเมือง และสำหรับการศึกษาในบทต่อไปนี้จะได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเมืองเชียงใหม่อันเนื่องมาจากอิทธิพลของศูนย์การค้า