



### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเวลาเกือบ 700 ปีที่ผ่านมา เมืองเชียงใหม่ค่อย ๆ ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้ระบบเศรษฐกิจของชาวล้านนา ซึ่งได้พัฒนาขึ้นจากชุมชนที่มีอาชีพเกษตรกรรมและหัตถกรรมพื้นเมือง ในลักษณะดังกล่าวนี้และประกอบเข้ากับการที่มีทรัพยากรธรรมชาติทางด้านการท่องเที่ยวที่อุดม ทำให้ในปัจจุบันชุมชนเมืองเชียงใหม่ได้ขยายตัวจนมีพื้นที่มากกว่า 40 ตารางกิโลเมตร ในพื้นที่ดังกล่าวนี้มีการขยายตัวของสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ยังผลให้สภาพโดยทั่วไปของเมืองทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมเปลี่ยนแปลงไป

หลังจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ซึ่งกำหนดให้เมืองเชียงใหม่เป็นเมืองหลักของภาคเหนือ โดยมีฐานเศรษฐกิจอยู่บนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการพัฒนาลักษณะบริการต่าง ๆ มากมายทั้งในภาครัฐและเอกชน เพื่อให้บริการแก่ผู้คนจำนวนมากที่เดินทางเข้ามาในศูนย์กลางแห่งนี้ ซึ่งในบรรดาส่งบริการอันหลากหลายที่เกิดขึ้นนั้น ศูนย์การค้าเป็นบริการอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยที่ในปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว นักศึกษา ผู้คนที่อพยพเข้ามาทำงานอยู่ในเมืองเชียงใหม่ หรือจะเป็นชาวพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองเชียงใหม่เองก็ตาม ล้วนแล้วแต่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการซื้อหาสินค้า ทั้งนี้เพราะการดำเนินชีวิตในเมืองต้องเร่งรีบและมีเวลาจำกัดมากขึ้น ดังนั้นศูนย์การค้า จึงเป็นบริการอย่างหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนในสังคมเมือง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อชุมชนเมืองอย่างแน่นอน<sup>1</sup>

<sup>1</sup> เฉลิมชัย คำแสน, "พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

สำหรับการลงทุนในธุรกิจศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่ นั้น พบว่า มีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจให้มีการลงทุนในธุรกิจดังกล่าวดังนี้คือ<sup>2</sup>

1) การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาของภาคเหนือตอนบน ดังนั้น จึงมีความพร้อมของปัจจัยพื้นฐานทั้งในด้านเศรษฐกิจและในเรื่องของบริการสาธารณะต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ มากมาย อันเป็นการสร้างงานแก่คนในท้องถิ่นและเป็นการสร้างความต้องการในด้านสินค้าและบริการของผู้ให้บริการเพิ่มเติมตามไปด้วย

2) จากการที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์รวมของความเจริญในด้านต่าง ๆ ทำให้มีประชากรเข้ามาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยในปัจจุบันนี้จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรอยู่ในทะเบียนราษฎรทั้งสิ้น 1,397,206 คน เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 169,693 คน และอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล 1,227,513 คน นอกจากนี้ยังมีผู้ที่เข้ามาทำงานและเข้ามาศึกษาอยู่ในเขตตัวเมืองเชียงใหม่ โดยไม่ได้ย้ายทะเบียนบ้านเข้ามาอีกกว่า 200,000 คน ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงกำลังซื้อของประชากรจำนวนดังกล่าว ร่วมกับจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดใกล้เคียงที่คาดว่าจะเข้ามาใช้จ่ายเงินในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว พบว่ามีเงินตราจำนวนมหาศาลหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่กว่า 20 ล้านบาท/วัน

3) การที่จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าในปี พ.ศ. 2533 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 2,041,214 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 527,578 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งหมดนี้ได้จ่ายเงินในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนประมาณ 7,000 ล้านบาทต่อปี

พัฒนาการของศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่เริ่มขึ้นจากธุรกิจค้าปลีกในรูปของห้างสรรพสินค้า ในช่วงแรก ๆ ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นนั้นยังมีทำเลที่ตั้งที่ผูกติดกับชุมชนดั้งเดิมที่มีการตั้งถิ่นฐานค่อนข้างหนาแน่นอยู่แล้ว ได้แก่ศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่บนถนนท่าแพและบนถนนช้างคลานซึ่งเป็นย่านการค้าเก่าแก่ของเมือง โดยในระยะแรกนั้นบทบาทของศูนย์การค้าเหล่านี้ที่มีต่อชุมชนนั้นยังมีไม่มากนัก แต่ต่อมาเมื่อความหลากหลายของกิจกรรมการค้าและบริการในศูนย์การค้าเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ บทบาทในชีวิตประจำวันของศูนย์การค้ากลุ่มนี้ที่มีต่อผู้บริโภคก็ได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม

<sup>2</sup> กาดสวนแก้ว, บริษัทจำกัด, Investor's Guide, 2524, หน้า 4

ผลของการพัฒนาที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของศูนย์การค้าในกลุ่มนี้ ซึ่งจะสะท้อนออกมาให้เห็นในเชิงกายภาพ เช่น การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินของเมือง การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายในชุมชนเมือง ยังไม่สามารถเห็นได้ชัดเจนนัก ทั้งนี้เนื่องจากศูนย์การค้าในยุคแรก ๆ นี้ได้เข้าไปตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่มีระดับของการพัฒนาสูงอยู่แล้ว แต่ถึงกระนั้นศูนย์การค้าในกลุ่มนี้ก็ได้ออกให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมายแก่เมืองเชียงใหม่ อาทิ เช่น ปัญหาจราจรติดขัด ปัญหาการให้บริการด้านสิ่งสาธารณูปโภคและสาธารณูปการของรัฐไม่พอเพียง และนอกจากนี้ศูนย์การค้าดังกล่าวยังมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สภาพสังคม รวมไปถึงการกำเนิดขึ้นของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ระยะต่อมา<sup>๑</sup> (ในช่วงปลายปี พ.ศ.2535 ถึงต้นปี พ.ศ.2536) โดยศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในระยะหลังนั้นได้เปลี่ยนแนวการขยายตัวไปตามถนนสายห้วยแก้วและถนนสายอ้อมเมือง ลักษณะทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีความเหมาะสมกว่า คือมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอสำหรับการก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ และยังสามารถเข้าถึงจากภายนอกได้สะดวกกว่า สำหรับสินค้าและบริการในศูนย์การค้าระยะหลังนี้จะมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยมีประเภทของสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกับศูนย์การค้าทันสมัยในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังมีขอบเขตของการค้าและบริการที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าศึกษาว่าในสภาวะปัจจุบันขณะที่มีการแข่งขันของศูนย์การค้าต่าง ๆ ในระดับสูงนั้น จำนวนประชากร รายได้ และกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะมีผลทำให้กิจกรรมการค้าและบริการของศูนย์การค้านั้นดำเนินต่อไปได้ดีเพียงใด และจะมีอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ หรือไม่ต่อการประกอบธุรกิจของศูนย์การค้า อีกทั้งยังสมควรที่จะทำการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าในแง่ของการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ยังผลให้เกิดการลงทุนในธุรกิจที่ต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีการจ้างงานในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มขึ้นของรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร และมีการเพิ่มขึ้นของการหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจซึ่งเกิดขึ้นจากการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการของผู้บริโภคในศูนย์การค้าต่าง ๆ นั้นเอง นอกจากนี้ยังจะได้ศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าและ

<sup>๑</sup> อ่ำไวรธรรม สีนันทกถากล, "การกำหนดขอบเขตย่านการค้ากลางใจเมืองเชียงใหม่" วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต (ภูมิศาสตร์), คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริการของผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงในสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเมืองซึ่งจะมีความสะดวกสบายในการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของเมือง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินของเมือง เช่น ปัญหาความแออัดของการจราจร ปัญหาการขาดแคลนสิ่งสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ปัญหาขยะ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในเชียงใหม่ได้มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการกระตุ้นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น ซึ่งผลจากการพัฒนาดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงบวกและเชิงลบแก่เมืองเชียงใหม่ และจากเหตุผลดังกล่าวนี้เองจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้ทำการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเมือง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการควบคุมพัฒนาอันเกิดขึ้นจากอิทธิพลของศูนย์การค้าให้มีทิศทางที่เหมาะสมและถูกต้อง อีกทั้งยังจะเกิดผลดีทั้งแก่ผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์การค้าเจ้าของกิจการร้านค้าย่อย ผู้บริโภค สถานเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงลักษณะทางด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมของเมืองเชียงใหม่ที่จะได้รับผลกระทบทางด้านลบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้น้อยที่สุด

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการขยายตัวของธุรกิจการค้าและบริการในเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาของเมืองเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการของศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษารศมีกรให้บริการของศูนย์การค้าขนาดต่าง ๆ ของเมืองเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่
5. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่

## 1.3 สมมติฐาน

1. ศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค
2. ศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่ธุรกิจการค้าปลีกของเมือง
3. ศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในบริเวณใกล้เคียง

4. ที่ตั้งของศูนย์การค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค
5. ศูนย์การค้าจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการจราจรในบริเวณใกล้เคียง

#### 1.4 ขอบเขตการศึกษาและพื้นที่ที่ดำเนินการศึกษา

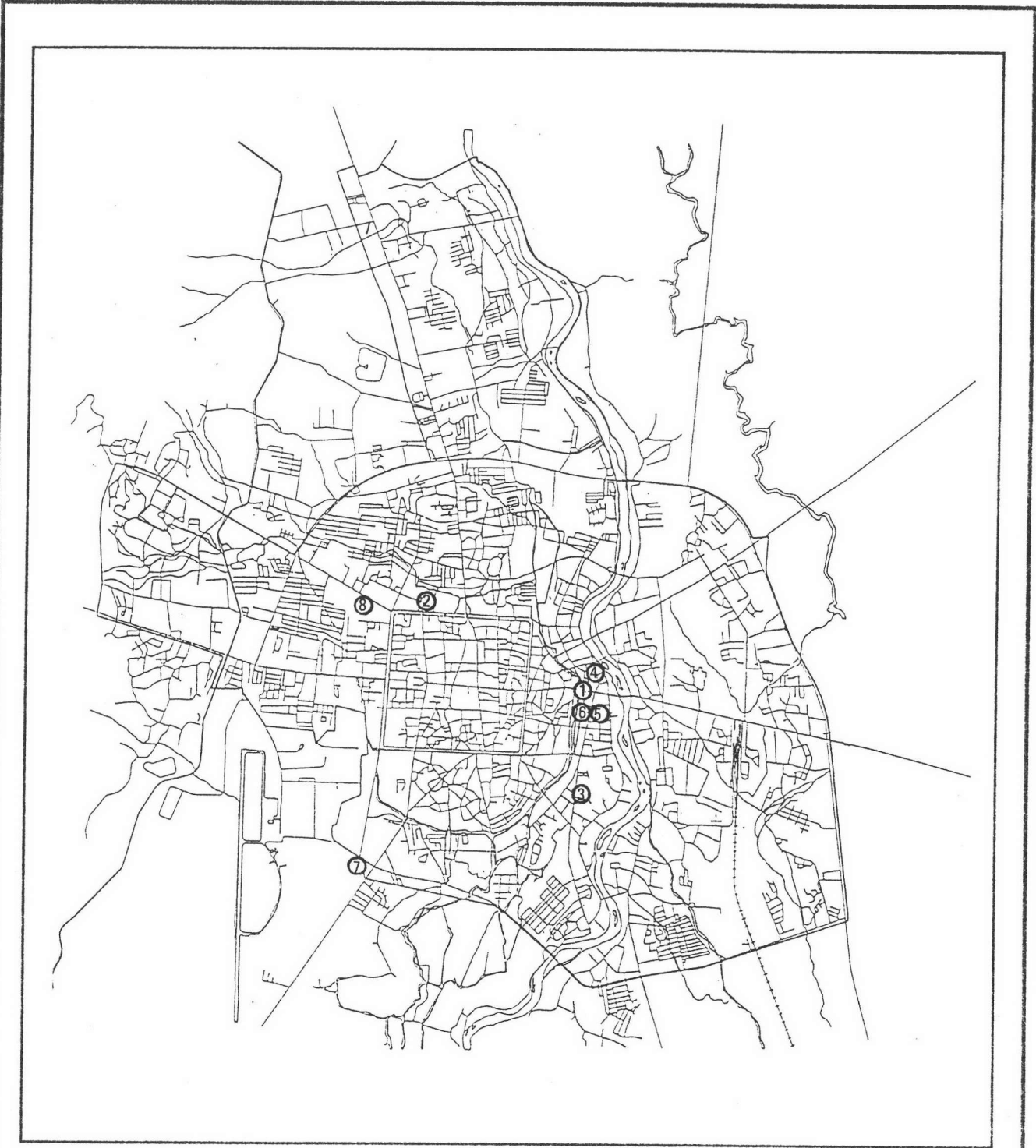
สำหรับธุรกิจศูนย์การค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันนี้กำลังอยู่ในความสนใจของนักลงทุน ทั้งจากส่วนกลางและนักลงทุนในท้องถิ่น โดยมีศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการอยู่ในขณะนี้ 8 แห่งได้แก่ (แผนที่ 1.1)

1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ
2. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเฟือก
3. ห้างสีสวนพลาซ่า ถนนช้างคลาน
4. ห้าง ส.การค้า สาขาวิชยานนท์
5. ห้าง ส.การค้า สาขาข้างคลาน
6. ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า สีแยกสนามบิน
7. ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว (เซ็นทรัล) ถนนห้วยแก้ว
8. ศูนย์การค้าเชียงใหม่พลาซ่า ถนนช้างคลาน




นอกจากนี้ยังมีโครงการศูนย์การค้าที่อยู่ระหว่างการดำเนินการอีก 3 โครงการ ซึ่งโครงการศูนย์การค้าดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้<sup>4</sup>

ชื่อโครงการ	กลุ่มผู้ลงทุน	เงินลงทุน	เนื้อที่
1. โชตนามอลล์	กลุ่มภัทรประสิทธิ์	500 ล้านบาท	15 ไร่
2. ซิตี สแควร์	กลุ่มเชียงใหม่พลาซ่า	500 ล้านบาท	4 ไร่
3. สีสวน โมเดิร์น-คอมเพล็กซ์	กลุ่มห้างสีสวน	1,400 ล้านบาท	7 ไร่

<sup>4</sup> เฉลิมชัย คำแสน, "นฤตกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่," หน้า 3.



อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่

แสดง	ที่ตั้งศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่	 แผนที่หมายเลข 1.1								
สัญลักษณ์ ที่มา : จากการศึกษา	<table border="0"> <tr> <td>1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ</td> <td>2. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาวงเคือง</td> </tr> <tr> <td>3. ห้างสีสวนพลาซ่า ถนนช้างคลาน</td> <td>4. ห้าง ศ.การค้า สาขาวิชานนท์</td> </tr> <tr> <td>5. ห้าง ศ.การค้า สาขาช้างคลาน</td> <td>6. ศูนย์การค้าเชิงอินทร์พลาซ่า ถนนช้างคลาน</td> </tr> <tr> <td>7. ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ถนนจุฬาลงกรณ์</td> <td>8. ศูนย์การค้าคาสวนแก้ว ถนนห้วยแก้ว</td> </tr> </table>	1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ	2. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาวงเคือง	3. ห้างสีสวนพลาซ่า ถนนช้างคลาน	4. ห้าง ศ.การค้า สาขาวิชานนท์	5. ห้าง ศ.การค้า สาขาช้างคลาน	6. ศูนย์การค้าเชิงอินทร์พลาซ่า ถนนช้างคลาน	7. ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ถนนจุฬาลงกรณ์	8. ศูนย์การค้าคาสวนแก้ว ถนนห้วยแก้ว	  scale 0 0.5 1 1.5 km.
1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ	2. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาวงเคือง									
3. ห้างสีสวนพลาซ่า ถนนช้างคลาน	4. ห้าง ศ.การค้า สาขาวิชานนท์									
5. ห้าง ศ.การค้า สาขาช้างคลาน	6. ศูนย์การค้าเชิงอินทร์พลาซ่า ถนนช้างคลาน									
7. ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ถนนจุฬาลงกรณ์	8. ศูนย์การค้าคาสวนแก้ว ถนนห้วยแก้ว									

ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อที่จะให้ได้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ศึกษามากที่สุด จึงได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. จะศึกษาข้อมูลในส่วนของคุณ์การค้า และพฤติกรรมการใช้บริการคุณ์การค้าของผู้บริโภค โดยจะแบ่งกลุ่มของคุณ์การค้าที่ทำการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

ก. กลุ่มที่ 1 ในกลุ่มแรกนี้จะเป็นผู้การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 20,000 ตารางเมตร ซึ่งคุณ์การค้าในกลุ่มนี้มีอยู่ 2 แห่ง ได้แก่ คุณ์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และคุณ์การค้ากาดสวนแก้ว (เซ็นทรัล)

ข. กลุ่มที่ 2 ในกลุ่มที่สองเป็นผู้การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 2,000 - 20,000 ตารางเมตร ซึ่งมีจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเผือก ห้าง ส.การค้า สาขาข้างคลาน ห้างสีสวน พลาซ่า และ เชียงอินทร์ พลาซ่า

ค. กลุ่มที่ 3 ในกลุ่มที่สามจะเป็นผู้การค้าขนาดเล็กที่มีพื้นที่ใช้สอยน้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร ซึ่งได้แก่ ห้าง ส.การค้า สาขาวิชยานนท์

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนพื้นที่ใช้สอยของอาคาร เงินลงทุน ประเภทของสินค้าที่ขาย จำนวนผู้ให้บริการ และจำนวนของพนักงานทั้งหมดแล้ว พบว่าคุณ์การค้าทั้ง 3 กลุ่ม มีความแตกต่างกันในเรื่องดังกล่าวนี้มาก ดังนั้นในการศึกษาตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างกันในครั้งนี้จะใช้เทคนิคทางสถิติในการเลือกตัวอย่างเพื่อทำการศึกษา คือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling)<sup>5</sup> โดยจะแบ่งกลุ่มของประชากรออกเป็น 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น และในขั้นตอนต่อไปในแต่ละกลุ่มประชากรจะเลือกตัวอย่างผู้บริโภคขึ้นมาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)<sup>6</sup>

<sup>5</sup> ชูศรี วงศ์รัตน์ เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2525)

<sup>6</sup> นราศรี ไวนิชกุล ระเบียบวิธีการวิจัยธุรกิจ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525)

ส่วนที่ 2. จะศึกษาข้อมูลจากประชากรใน 3 กลุ่มต่อไปนี้ คือ

- ผู้ประกอบการร้านค้าย่อย
- ผู้บริโภคนักค้าปลีกอยู่ในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่และพื้นที่ชุมชนนักค้าปลีกโดยรอบ
- นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน เชียงใหม่

โดยจะใช้เทคนิคทางสถิติในการเลือกตัวอย่างจากกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่มนี้ขึ้นมาเพื่อ ทำการศึกษา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

สำหรับพื้นที่ที่ทำการศึกษานั้น จะครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 40 ตารางกิโลเมตรของเทศบาล นครเชียงใหม่ รวมถึงพื้นที่ที่มีการขยายตัวของเมืองต่อเนื่องออกไปโดยรอบ

#### 1.5 วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในการศึกษาถึงพัฒนาการของเมืองเชียงใหม่ การขยายตัวของธุรกิจการค้าและ บริการในเมืองเชียงใหม่ ตลอดจนพัฒนาการของศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่ และสภาพโดยทั่ว ๆ ไปของพื้นที่ศึกษานั้น จะได้ทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าวนี้จากข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมเอาไว้แล้ว

2. ในส่วนของการศึกษาถึงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าขนาดต่าง ๆ ในเมือง เชียงใหม่ และการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเมือง เชียงใหม่นั้น จะใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้สุ่ม ออกมาจากประชากรที่ทำการศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม ที่ทำการศึกษา โดยในแต่ละกลุ่มของตัวอย่างนั้น มีรายละเอียดของเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้คือ

2.1 กลุ่มผู้บริโภคนักค้าปลีกที่เข้าไปใช้บริการศูนย์การค้าทั้ง 8 แห่ง

การรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคนักค้าปลีกในกลุ่มนี้ จะแบ่งกลุ่มศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้คือ

2.1.1 ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 20,000 ตารางเมตร จำนวน 2 แห่ง จะแจกแบบสอบถามแห่งละ 100 ชุด รวม 200 ชุด

2.1.2 ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 2,000 - 20,000 ตารางเมตร จำนวน 5 แห่ง จะแจกแบบสอบถามแห่งละ 50 ชุด รวม 250 ชุด



2.1.3 ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยน้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร จำนวน 1 แห่ง จะแยกแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด

สำหรับการเก็บข้อมูลนั้น เพื่อให้ตัวอย่างที่จะถูกเลือกมีโอกาสเท่า ๆ กัน จึงแบ่งวันในสัปดาห์ที่ทำการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 วัน คือ วันที่มีผู้ไปใช้บริการมาก วันที่มีผู้ไปใช้บริการปานกลาง และวันที่มีผู้ไปใช้บริการน้อย ส่วนช่วงเวลาในแต่ละวันดังกล่าวได้แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการมาก และช่วงเวลาที่ผู้ไปใช้บริการน้อย ซึ่งจากการสัมภาษณ์พนักงานของศูนย์การค้าทั้ง 8 แห่ง สรุปได้ว่า

- วันที่มีผู้ไปใช้บริการมาก คือ วันอาทิตย์
- วันที่มีผู้ไปใช้บริการปานกลาง คือ วันพฤหัสบดี
- วันที่มีผู้ไปใช้บริการน้อย คือ วันจันทร์
- ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการมาก คือ เวลา 18.00 - 19.00 น.
- ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการน้อย คือ เวลา 13.00 - 14.00 น.

สำหรับการเก็บข้อมูลจะทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคริเวณหน้าศูนย์การค้าทั้ง 8 แห่ง โดยในการสัมภาษณ์จะเริ่มสัมภาษณ์ผู้ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการของศูนย์การค้าในช่วงวันและเวลาดังกล่าว และจะข้ามไปที่ละ 5 คนเพื่อเลือกสัมภาษณ์ 1 คน จนครบทั้งหมด 10 คน แต่ละช่วงเวลาดังกล่าว

2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักอาศัยอยู่ในเชียงใหม่

ในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างนี้ จะใช้การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 100 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน และสำหรับสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นจะใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวดอยสุเทพ และแหล่งท่องเที่ยวไนท์บาซาร์

2.3 กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าย่อย

ในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างนี้ จะใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าย่อยในเขตเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าย่อยที่เปิดดำเนินการอยู่บนสองฟากถนนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 20 สาย และให้การเก็บข้อมูลดังกล่าวกระจายไปในประเภทของกิจการที่หลากหลาย

2.4 กลุ่มผู้บริโภครที่นักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่และพื้นที่ชุมชนนักอาศัย โดยรอบ

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น จะได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่นักอาศัยในหมู่บ้านจัดสรร อพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่จำนวน 10 แห่งๆ ละ 25 ชุด และผู้ที่นักอาศัยในหมู่บ้านจัดสรร และคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนนักอาศัย โดยรอบเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ จำนวน 10 แห่ง ๆ ละ 25 ชุด ดังนั้นจึงใช้ตัวอย่างในกลุ่มนี้ทั้งหมด 500 ตัวอย่าง

3. ในการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเมือง เชียงใหม่ นั้น สำหรับในบางส่วนของการศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการศึกษา ด้วยวิธีการเดินสำรวจ การถ่ายภาพ และการตรวจนับจำนวน จากปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลทัศนภูมิที่ได้มีการรวบรวมเอาไว้แล้ว

ในการศึกษาถึงสภาพโดยทั่ว ๆ ไปของเมือง เชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานของการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของเมือง เชียงใหม่ นั้น จะได้ทำการศึกษาวเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้คือ

ก. การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร จะพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงขนาดของประชากร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากร และการเปลี่ยนแปลงความหนาแน่นของประชากร

ข. การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน จะพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในช่วงอดีตที่ผ่านมา โดยเปรียบเทียบกับการใช้ที่ดินในปัจจุบันของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมและการใช้ที่ดินประเภทที่นักอาศัย ซึ่งเป็นการใช้ที่ดินประเภทหลักของเมือง และเป็นประเภทการใช้ที่ดินที่มีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของพื้นที่ชุมชนเมือง

ค. การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ จะพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านการค้าและบริการของเมือง ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของเมือง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะพิจารณาได้จากข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดในภาคบริการ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาที่ดินในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้าภายหลังจากที่มีศูนย์การค้าเข้ามาตั้งอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ

ก. หากรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแต่ละแห่ง โดยจะนำเอาตำแหน่งที่นักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามกำหนดลงในแผนที่ และวัดระยะทางระหว่างที่นักอาศัยกับศูนย์การค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าไปใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแต่ละแห่งได้

ข. การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ทั้งหมด 5 ข้อ โดยสมมติฐานใน 4 ข้อแรกนั้นจะใช้ Chi-Square test ในการทดสอบสมมติฐาน และในสมมติฐานข้อที่ 5 นั้น จะใช้ Trip Interchange Model ในการทดสอบสมมติฐาน

ค. การวิเคราะห์ถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเมืองในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้จะใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Table) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าฐานนิยม (Mode) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1.7 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาในครั้งนี้จะนำเสนอในรูปแบบของ

- 1) การบรรยายเชิงพรรณนา
- 2) ตาราง
- 3) แผนที่
- 4) แผนภูมิ
- 5) ภาพถ่ายจากสถานที่จริง

### 1.8 แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลหลักของการศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นการวิเคราะห์จากแบบสอบถามทั้งหมด แต่มีข้อมูลบางส่วนที่ต้องศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่มีการเก็บรวบรวมเอาไว้แล้ว ได้แก่

- 1) สำนักผังเมือง กระทรวงมหาดไทย
- 2) สำนักงานเทศบาลนครเชียงใหม่
- 3) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 4) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- 5) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
- 6) สำนักงานการไฟฟ้าภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่
- 7) สำนักงานการประปาเขต 9 เชียงใหม่
- 8) สำนักสรรพากรจังหวัดเชียงใหม่

นอกจากนี้ยังได้รวบรวมข้อมูลจากการสังเกต สอบถามและสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจศูนย์การค้า อาทิเช่น พนักงานของศูนย์การค้าทั้ง 8 แห่ง ผู้บริหารของกลุ่มหิวน้ำใส กลุ่มต้นตราภักดิ์ กลุ่มภัทรประสิทธิ์ กลุ่มห้างสีสวน กลุ่ม ส.การค้า บริษัทกิตติพันธ์ พร็องเพอร์ตี เป็นต้น ซึ่งจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

#### 1.9 ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นงานที่ค่อนข้างใหม่ ทั้งนี้เพราะยังไม่เคยมีการศึกษาถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองแห่งใดในประเทศไทยมาก่อน อีกทั้งมีข้อจำกัดทางด้านกำลังคน งบประมาณ ระยะเวลาในการศึกษา และขอบเขตของการศึกษา ซึ่งทำให้ในการศึกษานั้นไม่สามารถเจาะลึกในรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงของเมืองในทุก ๆ ด้านได้ จึงอาจทำให้ผลการศึกษาที่ออกมาไม่สมบูรณ์เต็มที่ แต่อย่างไรก็ตามผลของการศึกษาในครั้งนี้ น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องไม่มากนักน้อย

#### 1.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงการขยายตัวของธุรกิจการค้าและบริการในเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อทราบถึงการพัฒนาของเมืองเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการของศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่
3. เพื่อทราบถึงรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าต่าง ๆ ของเมืองเชียงใหม่
4. เพื่อทราบถึงอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่
5. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศูนย์การค้าในเมืองเชียงใหม่

#### 1.11 นิยามศัพท์

1. ศูนย์การค้า (Shopping center) หมายถึง กลุ่มของร้านค้าที่ตั้งขึ้นโดยมีการวาง

แผนการดำเนินการ และมีกิจการหน่วยหนึ่งเป็นเจ้าของ พร้อมทั้งมีสถานที่จอร์จยন্ত্রของตนเอง ที่ได้รับสัดส่วนกับขนาด สถานที่ตั้ง และชนิดของร้านค้าที่ประกอบขึ้นอยู่ในศูนย์การค้านั้น ตลอดจนมีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ร่วมกันด้วย ในศูนย์การค้าจะมีร้านจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง เครื่องประดับ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย หรือห้างสรรพสินค้ารวมอยู่ด้วย<sup>7</sup>

โดยในการวิจัยครั้งนี้ศูนย์การค้าจะหมายถึงเฉพาะศูนย์การค้าที่มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

- 1) ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ
- 2) ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างเผือก
- 3) ห้างสีสวน พลาซ่า ถนนช้างคลาน
- 4) ห้าง ส.การค้า สาขาวิชยานนท์
- 5) ห้าง ส.การค้า สาขาข้างคลาน
- 6) ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว (เซ็นทรัล) ถนนห้วยแก้ว
- 7) ศูนย์การค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า สีแยกสนามบิน
- 8) ศูนย์สรรพสินค้า เชียงอินทร์ พลาซ่า ถนนช้างคลาน

2. ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ หมายถึง ศูนย์การค้าที่มีสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่จัดไว้เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการอย่างครบครัน โดยในการวิจัยครั้งนี้ จะหมายถึงศูนย์การค้า ดังต่อไปนี้

- 1) ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ถนนห้วยแก้ว
- 2) ศูนย์การค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า สีแยกสนามบิน

3. รัศมีการบริการ หมายถึง ระยะทางระหว่างที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการศูนย์การค้ากับที่ตั้งของศูนย์การค้า

<sup>7</sup> ปรียา วอนขอพรและคณะ หลักการตลาด (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527), หน้า 212.

4. การเปลี่ยนแปลง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลของศูนย์การค้า โดยในการศึกษาคั้งนี้จะมุ่งไปที่

ก. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภค โดยเฉพาะพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าและบริการของผู้บริโภค

ข. การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินของเมือง โดยเฉพาะการใช้ที่ดินในบริเวณใกล้เคียงกับศูนย์การค้า การใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม และการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัยภายในเมือง

ค. การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของเมือง

ง. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจของเมือง

4. พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออก หรือปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งอันเนื่องมาจากการมีเป้าหมายหรือมีสาเหตุที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาอย่างนั้น<sup>๑</sup> โดยในที่นี้จะหมายถึงพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าและบริการของผู้บริโภค

---

<sup>๑</sup> ปรีชา วิหคโต (ผศ.). จิตวิทยากับพฤติกรรมวัยรุ่น, เอกสารประกอบการสอนพฤติกรรมวัยรุ่นหน่วยที่ 1-8 สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.