

บทที่ 5

ผลกระทบของศูนย์การค้าชานเมือง

จากการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของการลงทุนก่อสร้างศูนย์การค้าในช่วงปี 2535 -2537 จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีจำนวนมากขึ้น การเกิดขึ้นของศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่ทั้งในด้านการลงทุนขนาดและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองและพื้นที่ต่อเนื่องอย่างกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเฉพาะย่านการค้าสำคัญของเมือง เช่น ย่านรังสิต ซึ่งมีความหนาแน่นของกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่มากอยู่แล้วนั้น จึงอาจส่งผลกระทบต่อเมืองในด้านต่างๆ ได้ทั้งในด้านกายภาพ พฤติกรรมผู้บริโภค การใช้ที่ดิน การจราจร รวมถึงด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 วิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive research) เพื่อทำการศึกษาดัง "บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง: กรณีศึกษา พัฒนาการในพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร" โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเน้นเฉพาะศูนย์การค้าย่านรังสิต ซึ่งประกอบด้วย ศูนย์การค้าเมอริทิงส์ รังสิต, ศูนย์ค้าปลีก คาร์ฟูร์, ศูนย์ค้าส่งแมคโคร, ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และศูนย์การค้าเซียร์ สตรีท รังสิต เพื่อทำการศึกษาดัง ลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจน ปัญหาของศูนย์การค้าที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาศูนย์การค้าในอนาคต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของศูนย์การค้าและทำการออกแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้ง คำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด โดยมีคำถามเพื่อศึกษาประเด็นสำคัญประกอบด้วย

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า
2. พฤติกรรมของผู้บริโภค
3. ข้อมูลด้านการจราจร (ในหัวข้อ 5.4)
4. ปัญหาที่เกิดจากศูนย์การค้า
5. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์การค้า

จากนั้นทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) เบื้องต้นจำนวน 20 ตัวอย่าง หลังทำการปรับปรุงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและทดสอบเบื้องต้น ต่อจากนั้นได้ทำการออกแบบสอบถามจริงทั้งวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) และวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และทำการสอบถามผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าย่านรังสิต โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถจะเลือกตัวอย่างได้ ต้องเก็บข้อมูลจากตัวอย่างเท่าที่จะได้รับความร่วมมือ และเน้นให้มีความแตกต่างของสถานภาพทางสังคม ได้แก่ เพศ และอายุ ส่วนการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น ใช้วิธีการคำนวณของ Yamane (1973) คือ

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

โดยที่ n = กลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร
E = ความคลาดเคลื่อน

โดยที่ประชากรผู้ให้บริการภายในศูนย์การค้าย่านรังสิตมีประมาณ 116,000 คนต่อวัน และกำหนดความคลาดเคลื่อน 0.04 (ความเชื่อมั่น 95%) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 210 ชุด ตามสัดส่วนของผู้ใช้บริการที่มาใช้ในแต่ละศูนย์การค้าดังนี้

ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 70,000 คน แจกแบบสอบถาม 70 ชุด (ร้อยละ 33.33)

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวัน 20,000 คน แจกแบบสอบถาม 40 ชุด (ร้อยละ 19.04)

ศูนย์การค้าเมอริทวิลล์ มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวัน 6,000 คน แจกแบบสอบถาม 30 ชุด (ร้อยละ 14.28)

ศูนย์การค้าสยามพารากอน มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวัน 10,000 คน แจกแบบสอบถาม 35 ชุด (ร้อยละ 16.66)

ศูนย์การค้าปิ่นเกล้า มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวัน 10,000 คน แจกแบบสอบถาม 35 ชุด (ร้อยละ 16.66)

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
2. ลงรหัส (Code) ที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามทุกชุด
3. วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับแบบสอบถามปลายเปิด
4. วิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ สำหรับคำถามปลายปิด ที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้ว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการศึกษาลักษณะของประชากรจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 210 ตัวอย่าง พบว่า

5.2.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

1. เพศของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเพศหญิงไปใช้บริการร้อยละ 51.90 ส่วนเพศชายไปใช้บริการร้อยละ 48.10 แสดงให้เห็นว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชายนิยมไปใช้บริการศูนย์การค้าในจำนวนใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 5-1)

ตารางที่ 5-1 แสดงเพศของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
หญิง	109	51.90
ชาย	101	48.10
รวม	210	100.00

2. อายุของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

พบว่า ช่วงอายุของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้าที่มีจำนวนมากที่สุดจะอยู่ระหว่าง 20-25 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.50 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มลูกค้าของศูนย์การค้าครั้งหนึ่งจะมีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งจะมีอำนาจในการซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ (ตารางที่ 5-2)

ตารางที่ 5-2 แสดง อายุของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	30	14.30
20-25 ปี	64	30.50
26-30 ปี	41	19.50
31-35 ปี	24	11.40
36-40 ปี	32	15.20
40 ปีขึ้นไป	19	9.00
รวม	210	100.00

3. ระดับการศึกษาของผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้า

พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์การค้ามีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18.60 แสดงว่า ผู้ใช้บริการศูนย์การค้ามากกว่าครึ่ง ส่วนใหญ่ จะเป็นผู้มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษา จนถึงระดับปริญญาตรี (ตารางที่ 5-3)

ตารางที่ 5-3 แสดงระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	2.40
มัธยมศึกษา	39	18.60
อาชีวศึกษา	20	9.50
อนุปริญญา	29	13.80
ปริญญาตรี	108	51.40
สูงกว่าปริญญาตรี	9	4.30
รวม	210	100.00

4. อาชีพของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

พบว่า กลุ่มลูกค้าหลักที่ใช้บริการศูนย์การค้า คือ พนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีถึงร้อยละ 41.40 รองลงมาคือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.50 แสดงว่า กลุ่มลูกค้าหลักของศูนย์การค้ามากกว่าร้อยละ 60 คือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีสถาบันการศึกษาและสถานที่ทำงานมากในแถบชานเมือง (ตารางที่ 5-4)

ตารางที่ 5-4 แสดงอาชีพของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
รับราชการ	30	14.30
พนักงานบริษัทเอกชน	87	41.40
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	7.60
นักเรียน นักศึกษา	43	20.50
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	22	10.50
รับจ้าง	12	5.70
รวม	210	100.00

5. รายได้ต่อเดือน

พบว่า รายได้ของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า มีระดับรายได้ 5,001-10,000 บาทมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคือ ระดับของรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.52 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป จะเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจะสอดคล้องกับอาชีพของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือ นักเรียน นักศึกษา (ตารางที่ 5-5)

ตารางที่ 5-5 แสดงระดับรายได้ของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า

รายได้ต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	36	17.10
5,001-10,000 บาท	70	33.30
10,001-15,000 บาท	39	18.60
15,001-20,000 บาท	24	11.40
20,000 บาทขึ้นไป	41	19.52
รวม	210	100.00

5.2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค

1. เหตุผลที่ใช้บริการศูนย์การค้า

พบว่าส่วนใหญ่เหตุผลที่เลือก คือ ศูนย์การค้ามีสินค้าให้เลือกมากกว่าร้อยละ 66.19 รองลงมาคือ ศูนย์การค้าอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 55.70 ส่วนเหตุผลเรื่องมีโรงภาพยนตร์ สวนสนุก และมีสถานที่จอดรถเพียงพอมีสัดส่วนเท่ากัน คือร้อยละ 29 ส่วนเรื่องศูนย์การค้ามีชื่อเสียงมีเพียงร้อยละ 13.80 ส่วนเหตุผลอื่น ๆ มีร้อยละ 6.70 (ตารางที่ 5-6)

ตารางที่ 5-6 แสดงเหตุผลที่ใช้บริการศูนย์การค้า

เหตุผลที่มาใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
สินค้ามีให้เลือกมาก	139	66.19
อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	117	55.70
มีโรงภาพยนตร์/สวนสนุก	61	29.00
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	61	29.00
ศูนย์การค้าใหญ่มีชื่อเสียง	29	13.80
อื่น ๆ	14	6.70
รวม	210	100.00

2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาใช้บริการศูนย์การค้า

พบว่า ผู้ใช้บริการมาซื้อสินค้ามากที่สุดร้อยละ 79 รองลงมาคือ เดินเล่น/พักผ่อน ร้อยละ 46.20 ส่วนรับประทานอาหาร ชมภาพยนตร์มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 39 และ 32.90 ตามลำดับ เป็นจุดนัดหมายมีเพียงร้อยละ 19 แสดงให้เห็นว่าเหตุผลและวัตถุประสงค์ของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า สอดคล้องกัน คือเห็นว่ามีสินค้าให้เลือกมาก จึงมีวัตถุประสงค์มาเพื่อสินค้าเป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 5-7)

ตารางที่ 5-7 แสดงวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาใช้บริการศูนย์การค้า

วัตถุประสงค์	ความถี่	ร้อยละ
ซื้อสินค้า	166	79.00
ชมภาพยนตร์	69	32.90
เดินเล่น/พักผ่อน	97	46.20
เป็นจุดนัดหมาย	40	19.00
รับประทานอาหาร	82	39.00
อื่น ๆ	5	2.40
รวม	210	100.00

3. ลำดับของศูนย์การค้าที่ไปใช้บริการ

จากการสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าย่านรังสิต พบว่า ลำดับของศูนย์การค้าที่ลูกค้าไปใช้บริการ (ตารางที่ 5-8) มีดังนี้

ศูนย์การค้าที่ลูกค้าเลือกไปใช้บริการ ลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 71 ซึ่งมีจำนวนสูงกว่าลำดับรองๆ ไปอย่างเห็นได้ชัด ศูนย์การค้าที่ลูกค้าไปใช้บริการอันดับหนึ่งรองลงมา คือ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร และศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ มีจำนวนร้อยละ 10.5 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

ศูนย์การค้าที่ลูกค้าเลือกไปใช้บริการเป็นลำดับที่สอง พบว่า ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 21.9 รองลงมาได้แก่ ศูนย์การค้าเซียร์ และศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ ร้อยละ 19.5 และ 15.2 ตามลำดับ

ศูนย์การค้าที่ลูกค้าเลือกไปใช้บริการเป็นลำดับที่สาม ได้แก่ ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 20 รองลงมาได้แก่ ศูนย์การค้าเซียร์ และศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ ร้อยละ 16.7 และ 16.2 ตามลำดับ

ศูนย์การค้าที่ลูกค้าเลือกไปใช้บริการเป็นลำดับที่สี่ ได้แก่ ศูนย์การค้าเซียร์ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 21 รองลงมาได้แก่ ศูนย์ค้าปลีก และศูนย์ค้าส่งแมคโคร ร้อยละ 18.6 และ 17.1 ตามลำดับ

ศูนย์การค้าที่ลูกค้าเลือกไปใช้บริการเป็นลำดับที่ห้า ได้แก่ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 18.6 รองลงมาได้แก่ ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ ร้อยละ 17.1

ส่วนศูนย์การค้าที่ลูกค้าไม่เคยไปใช้บริการเลย พบว่า ศูนย์การค้าเซียร์ และศูนย์การค้าเมอริคิงส์ , ศูนย์ค้าส่งแมคโคร และศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 27.6 ,26.7 ,26.2 และ 25.7 ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ศูนย์การค้าที่กลุ่มลูกค้านิยมไปใช้บริการในย่านรังสิต ได้แก่

ลำดับที่ 1 คือ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

ลำดับที่ 2,3 คือ ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ รังสิต

ลำดับที่ 4 คือ ศูนย์การค้าเซียร์ สตรีท รังสิต

ลำดับที่ 5 คือ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร รังสิต

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าที่กลุ่มลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับต่างๆ มี สัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ยกเว้นศูนย์การค้าที่ลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับที่หนึ่ง คือ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จะมีจำนวนสูงกว่าศูนย์การค้าอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งจากแบบสอบถาม พบว่า มีกลุ่มลูกค้าจำนวนมากที่นิยมไปใช้บริการศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และไม่เคยไปใช้บริการใน ศูนย์การค้าอื่นๆ เลยในย่านนี้ ทั้งนี้ เนื่องจาก ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิตเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และครบวงจรมากกว่าศูนย์การค้าอื่นๆ ในละแวกเดียวกัน

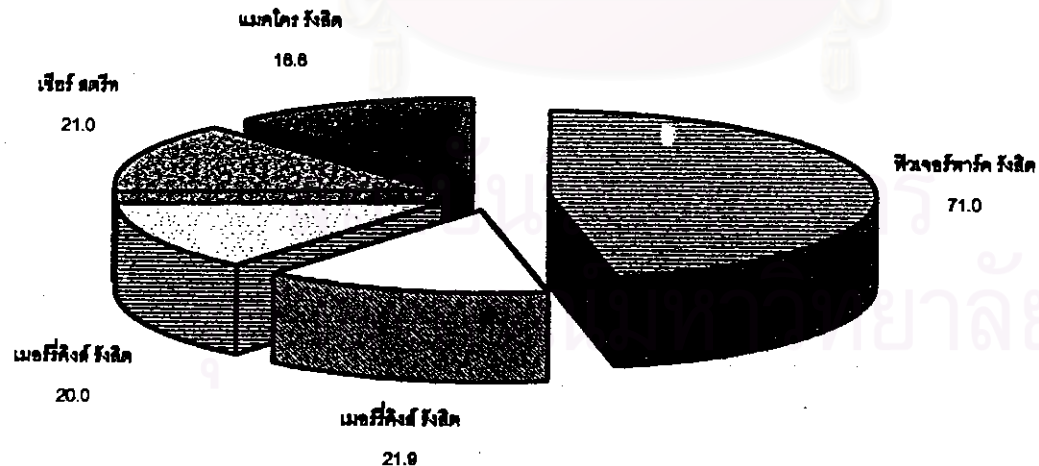
ส่วนศูนย์การค้าที่ลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับที่ สองและสาม คือ ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ รังสิต ทั้งนี้ เนื่องจาก ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ เป็นศูนย์การค้าที่เปิดทำการก่อนศูนย์การค้าอื่นๆ ในย่านนี้ ประกอบกับมีเวทีแสดงคอนเสิร์ตในวันอาทิตย์ ซึ่งสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดปทุมธานี และคนที่อยู่อาศัยในละแวกใกล้เคียง โดยมาใช้บริการมากเป็นพิเศษในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 5-8 แสดงลำดับของศูนย์การค้าที่ถูกค้าที่นิยมไปใช้บริการในย่านรังสิต

ศูนย์การค้า	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3		ลำดับที่ 4		ลำดับที่ 5		ไม่เคยไปใช้บริการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พิวเจอร์พาร์ค รังสิต	149	71.0	21	10.0	11	5.2	5	2.4	11	5.2	13	6.2
เมอริคิงส์ รังสิต	12	5.7	46	21.9	42	20.0	18	8.6	36	17.1	56	26.7
คาร์ฟูร์ รังสิต	21	10.0	32	15.2	34	16.2	39	18.6	30	14.3	54	25.7
เซียร์ สตรีท	7	3.3	41	19.5	35	16.7	44	21.0	25	11.9	58	27.6
แมคโคร รังสิต	22	10.5	26	12.4	32	15.2	36	17.1	39	18.6	55	26.2

ที่มา : จากแบบสอบถาม

แผนภูมิที่ 5-1 แสดงสัดส่วนการใช้บริการของศูนย์การค้าย่านรังสิต



ศูนย์การค้าที่ถูกค่านิยมไปใช้บริการในลำดับที่ 3 คือ ศูนย์การค้าเชียร์ สตรีท รังสิต เป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้าม ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ รังสิต ในปัจจุบันสินค้าที่ขายจะเป็นสินค้าราคาถูก (ร้านเช่าพื้นที่) มีผู้ใช้บริการที่น้อยลงเนื่องจากมีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม คือ อยู่ไกลจากที่กักตัว และมีลักษณะห้างที่ครบวงจรน้อยกว่าศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค จึงทำให้ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค ดึงดูดลูกค้าจากเชียร์ไปมาก แต่ยังมีสิ่งดึงดูดลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น คือ ลานสเก็ตน้ำแข็ง

ศูนย์การค้าที่ถูกค่านิยมไปใช้บริการในลำดับที่ 4 คือ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร รังสิต ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันออกไปกับศูนย์การค้าที่กล่าวมาแล้ว กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะมาซื้อสินค้าทีละมากๆ เพื่อนำไปขายต่ออีกทีหนึ่ง ซึ่งทำให้สินค้ามีราคาถูกกว่าสินค้าที่ขายทีละชิ้น และกลุ่มลูกค้าจะเป็นร้านขาย ของชำ ที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงและพื้นที่ต่างจังหวัดด้านเหนือ

ส่วนศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ที่ไม่ติดอันดับศูนย์การค้าที่นิยมไปใช้บริการ เนื่องจาก คาร์ฟูร์ เพิ่งเปิดบริการใน เดือน กรกฎาคม 2540 และในการทำแบบสอบถามได้ทำในเดือนตุลาคม 2540 จึงทำให้กลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช้บริการยังไม่มากนัก และประกอบกับมีศูนย์การค้าในย่านรังสิต ให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทำให้คาร์ฟูร์ ต้องใช้การวางแผนการโฆษณาและเสนอสินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการและเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งลูกค้าจากศูนย์การค้าอื่นๆ

5.2.3 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า

จากตารางที่ 5-9 พบว่า ในเรื่องของปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า ส่วนใหญ่ศูนย์การค้าเมอริคิงส์ จะมีปัญหามากที่สุด โดยเฉพาะปัญหาเรื่องศูนย์การค้ามีขนาดเล็กทำให้มีบริการไม่ครบวงจร ร้อยละ 39.5 ศูนย์การค้าที่มีปัญหารองลงมาคือ ศูนย์การค้าเชียร์สตรีท ซึ่งทุกปัญหามีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค มีปัญหาในเรื่องความแออัดคับคั่งของผู้คนบริเวณหน้าศูนย์การค้า ศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ และศูนย์ค้าส่งแมคโครจะพบปัญหาน้อยกว่าศูนย์การค้าอื่นทุกเรื่อง เนื่องจากเป็นอาคารชั้นเดียว มีบริเวณกว้างขวางไม่แออัด ประกอบกับศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์เพิ่งเปิดทำการได้ไม่นาน

สถาบันวิทย์บริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5-9 แสดงปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า

ลักษณะปัญหา	เมอริคิงส์	คาร์ฟูร์	แมคโคร	ฟิวเจอร์พาร์ค	เซียร์
1.การเดินทางและการจราจรบริเวณทางเข้า-ออก	20.0	3.5	2.8	10.0	5.7
2.สถานที่จอดรถน้อย	36.7	3.8	4.8	3.8	5.2
3.ความสกปรกของศูนย์การค้า	24.8	2.5	2.4	2.5	7.1
4.ความแออัดคับคั่งของผู้คนบริเวณศูนย์การค้า	25.2	1.5	2.5	13.3	5.7
5.ฝุ่น ครัน เสียงดังรบกวน	17.1	2.5	2.4	3.8	5.7
6.หอบเร่ง แฉงลอย	31.9	1.0	2.4	2.4	5.7
7.ไม่มีระบบป้องกันอัคคีภัย	25.7	1.4	1.0	1.0	5.7
8.ศูนย์การค้ามีขนาดเล็กไม่ครบวงจร	39.5	2.9	1.0	0.5	6.2

5.2.4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์การค้าของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5-10 แสดงข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์การค้าของผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1.ระบบรักษาความปลอดภัย	59	28.09
2. ทางเข้า-ออกศูนย์การค้า	45	21.43
3. ที่จอดรถประจำทาง	38	18.10
4.คุณภาพของสินค้าและบริการ	26	12.38
5. สถานที่พักผ่อน	15	7.14
6. ความสะอาด	8	3.80
7. อื่นๆ	19	9.05
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 5-10 พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ศูนย์การค้าปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัย เป็นอันดับแรก (ร้อยละ 28.09) รองลงมา คือ ทางเข้าออกบริเวณหน้าศูนย์การค้าซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การจราจรติดขัด (ร้อยละ 21.43) และปรับปรุงที่จอดรถประจำทาง ได้แก่ ป้ายรถเมล์อยู่ไกลจากตัวศูนย์การค้า มีรถประจำทางผ่านน้อย เป็นต้น (ร้อยละ 18.10)

5.3 ผลกระทบด้านการใช้ที่ดิน

- ความหนาแน่นในการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม เนื่องจากการมีทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าบริเวณริมถนนพหลโยธินซึ่งมีการกระจุกตัวของศูนย์การค้าย่านรังสิต ซึ่งมีจำนวนถึง 5 แห่ง โดย ศูนย์การค้า นั้น ได้ก่อให้เกิดการขยายตัวของกิจการค้าและบริการในพื้นที่ใกล้เคียง โดยอาศัยความ ได้เปรียบของการที่มีลูกค้าจำนวนมากที่ได้เดินทางเข้าไปใช้บริการของศูนย์การค้า ทำให้สามารถขยายการค้าต่อเนื่องกับกิจการของศูนย์การค้าได้ง่าย และสำหรับประเภทของกิจการค้าและบริการที่มีการขยายตัวต่อเนื่อง เช่น ร้านขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์,ร้านซ่อมเครื่องยนต์,โชว์รูมรถยนต์, ร้านทอง,ร้านถ่ายรูป,ร้านตัดผม,บริษัทประกันภัย, ธนาคาร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งให้บริการแก่ผู้คนที่ทำงานและพักอาศัย อยู่ในละแวกนั้น เช่น ร้านขายข้าวแกง ร้านซักอบรีด ร้านขายของชำ เป็นต้น ส่งผลให้มีการใช้ที่ดินเพื่อพาณิชย์กรรมอย่างหนาแน่นในพื้นที่

- นอกจากศูนย์การค้าจะมีบทบาทต่อการขยายตัวของพื้นที่พาณิชย์กรรมที่อยู่ในบริเวณ ใกล้เคียง แล้ว อีกส่วนหนึ่งศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อกิจการค้าและบริการอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งจะอยู่บริเวณที่การเข้าถึงไม่สะดวกและทำเลที่ตั้งไม่ดี เช่น อาคารพาณิชย์ที่อยู่ในบริเวณทางขึ้นสะพานข้ามคลองรังสิตประยูรศักดิ์ อาคารพาณิชย์ในบริเวณนี้จะร้างและปิดทำการแล้ว เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการในศูนย์การค้าและบริเวณใกล้เคียง ส่วนในบริเวณดังกล่าวตั้งอยู่ห่างจากศูนย์การค้ามาก และอยู่ในทำเลไม่ดี หรืออยู่ในมุมอับของอาคารพาณิชย์อื่นๆ จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่นิยมไปใช้บริการทำให้บางกิจการต้องปิดทำการ

- จากความเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าที่สำคัญ มีการใช้ที่ดินเพื่อพาณิชย์กรรมอย่างหนาแน่น ที่ดินที่จะพัฒนาต่อไปมีอย่างจำกัด และมีราคาที่ดินสูง เนื่องจากที่ดินส่วนใหญ่เพื่อการพาณิชย์กรรม จะอยู่บริเวณด้านหน้าและริมถนนสายหลักที่สำคัญๆ (ถนนพหลโยธิน) ทำให้อาคารพาณิชย์ที่อยู่ในบริเวณพื้นที่ด้านหลังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เช่น อาคารพาณิชย์ในบริเวณทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305 (รังสิต-นครนายก)และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3312 (รังสิต-ลำลูกกา) ที่ถึงแม้ว่าจะเป็นกิจการประเภทเดียวกับอาคารพาณิชย์ริมถนนพหลโยธิน เช่น ร้านตกแต่งรถยนต์ แต่ไม่ได้รับความนิยมเทียบเท่ากับอาคารพาณิชย์บริเวณใกล้ศูนย์การค้าและใกล้ถนนสายหลักที่มีการเข้าถึงสะดวกกว่า

- การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นไปตามแนวกถนน Ribbon Development จากความต้องการมีทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าที่เข้าถึงสะดวก สามารถมองเห็นได้ง่าย ศูนย์การค้าย่านรังสิตส่วนใหญ่ จึงตั้งอยู่ริมถนนและทางแยกตัดกันในถนนสายหลัก ซึ่งเป็นการใช้ที่ดินที่เป็นไปในลักษณะแบบ Ribbon Development การมีที่ตั้งหรือลักษณะการกระจายไปตามแนวกถนนในพื้นที่ ที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าที่สำคัญที่มีการจราจรคับคั่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาจราจร และเป็นอุปสรรคในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ทำให้เกิดความสิ้นเปลือง ต้องลงทุนสูง และให้บริการได้ไม่ทั่วถึง

- การใช้ที่ดินขัดแย้งกัน เช่น พื้นที่พาณิชย์กรรม ที่พักอาศัย โรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งในพื้นที่ศึกษามีหลายพื้นที่ที่เห็นเด่นชัด เช่น บริเวณซอยต่างๆจะมีทั้งหมู่บ้านจัดสรรเป็นจำนวนมาก และด้านหน้าเป็นอาคารพาณิชย์ บริเวณใกล้ๆกันจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ซึ่งจะ

ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น ทำให้เกิดมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ,เสียงดังรบกวนสร้างความรำคาญให้แก่ผู้พักอาศัยได้

5.4 ผลกระทบของศูนย์การค้าต่อการจราจร

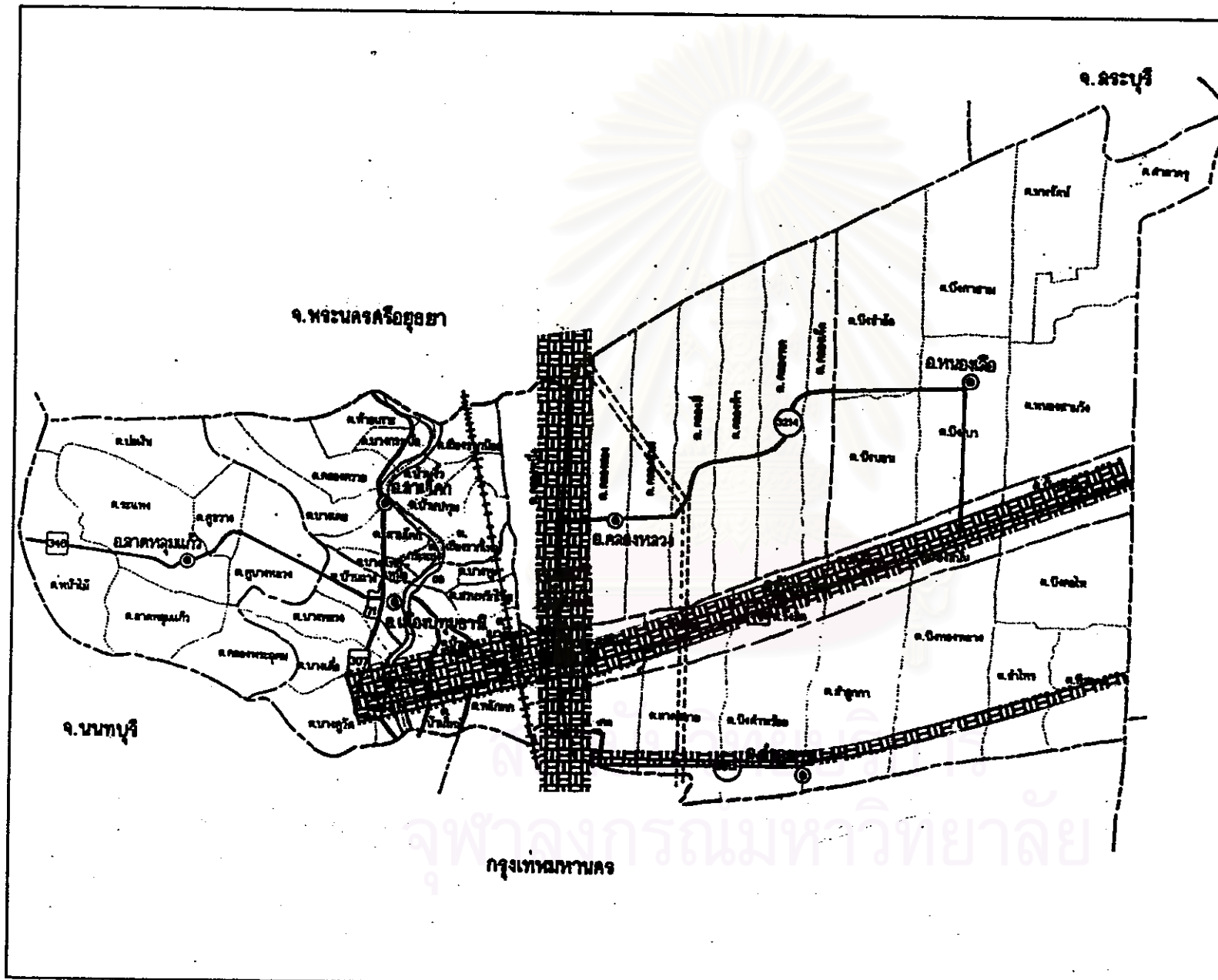
ศูนย์การค้าเป็นแหล่งกิจกรรมด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของเมือง ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมด้านการค้าและธุรกิจต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร และร้านค้าย่อยต่างๆ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เมื่ออยู่รวมกันจะก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่อส่วนรวม ผลดี คือ ศูนย์การค้าสามารถให้บริการอำนวยความสะดวกทางด้านสินค้าและบริการ รวมทั้งให้ความเพลิดเพลิน เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้ แต่ผลเสียก็คือบริเวณพื้นที่รอบๆศูนย์การค้าจะมีการจราจรคับคั่งและติดขัด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบสัญจรโดยรวมของเมืองได้ ก่อเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจกับส่วนรวมได้

จากสถิติของกองวิศวกรรมจราจร กรมทางหลวงได้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในปริมาณความหนาแน่นของยานพาหนะบน ถนนสายสำคัญๆ บริเวณศูนย์การค้าวังสิต ในปี 2537 และ 2539 ดังนี้

ตารางที่ 5-11 แสดงปริมาณการจราจรบนถนนสายสำคัญ ในช่วงปี 2537 และ 2539 ของบริเวณศูนย์การค้าย่านวังสิต

ถนน	จำนวนยานพาหนะ (คัน)	
	ปี 2537	ปี 2539
ถ.พหลโยธิน (ทางหลวงหมายเลข 1)	92,728	175,093
ถ.วังสิต - นครนายก (ทางหลวงหมายเลข 305)	44,337	67,223
ถ.พหลโยธิน - ลำลูกกา (ทางหลวงหมายเลข 3312)	41,742	53,577
ถ.วังสิต - บางพูน (ทางหลวงหมายเลข 346)	104,023	130,119
รวม	282,830	426,012

ที่มา : ฝ่ายสำรวจและสถิติ กองวิศวกรรมจราจร กรมทางหลวง



บทบาทศูนย์การค้าชานเมือง
กรณีศึกษาพัฒนาการในพื้นที่
ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร

สัญลักษณ์

แผนที่ 5-1 แสดงปริมาณการจราจร
บริเวณย่านรังสิต ปี 2539

North arrow pointing up with 'N' above it.

1:250000

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5-12 แสดงปริมาณจราจร ในชั่วโมงเร่งด่วนปี 2540

ถนน	ปริมาณการจราจร ในชั่วโมงเร่งด่วน (คัน)	
	07.00 - 09.00 น.	16.00 - 18.00 น.
ถนนพหลโยธิน (ทางหลวงหมายเลข 1)	21,654	20,699
ถนนรังสิต - นครนายก (ทางหลวงหมายเลข 305)	7,420	7,756
ถนนพหลโยธิน - ลำลูกกา (ทางหลวงหมายเลข 3312)	7,338	7,442
ถนนรังสิต - บางพูน (ทางหลวงหมายเลข 346)	7,917	7,073

ที่มา : ฝ่ายสำรวจและสถิติ กองวิศวกรรมจราจร กรมทางหลวง

จากตารางที่ 5-11 ,5-12 จะเห็นได้ว่า เส้นทางที่มีการสัญจรคับคั่งมากที่สุดทั้ง 2 ช่วงปี คือ ถนนพหลโยธิน (ทางหลวงหมายเลข 1)และถนนรังสิต-บางพูน (ทางหลวงแผ่นดิน 346) ซึ่งมีปริมาณรถมากกว่า 100,000 คัน ซึ่งถือว่าเป็นปริมาณที่มาก เนื่องจากถนนสายนี้ทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างกรุงเทพ มหานครและจังหวัดต่างๆ ในภาคกลางเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือ พร้อมทั้งต้องรองรับการจราจร อันเกิดจากกิจกรรมภายในชุมชนที่อยู่ริมถนน ประกอบด้วยมีสถานศึกษา ,แหล่งงาน,โรงงานอุตสาหกรรม ,หมู่บ้านจัดสรรบนถนนสายนี้มาก ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของยานพาหนะมาก สำหรับถนนสายอื่นๆ นั้น มีปริมาณการจราจรมีการเพิ่มขึ้นเช่นกันทั้ง 2 ช่วงปี เนื่องจากเป็นถนนที่รองรับ ประชากรที่ขยายตัวออกมาจากกรุงเทพมหานครมาอยู่บริเวณหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ ภายในบริเวณทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305,3312 ประกอบด้วยมีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ในพื้นที่นี้ด้วย ทำให้มีปริมาณรถยนต์มากทั้งรถส่วนบุคคล ,รถบรรทุกและรถประจำทาง จึงทำให้ต้องมีการปรับปรุงถนน โดยขยายช่องทางเดินรถจาก 2 ช่องทาง เป็น 4 ช่องทาง เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง สำหรับปริมาณรถในชั่วโมงเร่งด่วน จากข้อมูลของกรมทางหลวงปี 2540 เส้นทางที่มีการสัญจรคับคั่งที่สุดในชั่วโมงเร่งด่วน ได้แก่ ถนนพหลโยธิน (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1) จำนวน 21,654 คัน รองลงไป คือ ถนนรังสิต- บางพูน จำนวน 7,917 คัน และถนนรังสิต-นครนายก จำนวน 7,556 คัน ถนนพหลโยธิน-ลำลูกกา จำนวน 7,442 คัน ตามลำดับ เนื่องจากเส้นทางดังกล่าวเป็นเส้นทางเชื่อมระหว่างพื้นที่ทางด้านเหนือของกรุงเทพมหานครและชุมชนโดยรอบ ดังนั้นผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้จึงอาศัยเส้นทางเหล่านี้ในการเดินทางเข้า-ออกไปยังแหล่งงาน สถานศึกษา และแหล่งจับจ่ายสินค้าและบริการ นอกจากนี้บริเวณนี้ยังเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ของย่านและย่านตลาดสด ซึ่งเป็นย่านพาณิชยกรรมที่สำคัญของชุมชน

สำหรับการศึกษาถึงผลกระทบของศูนย์การค้าต่อการจราจรในย่านรังสิตนั้น จะทำการศึกษาในภาพรวมของผลกระทบของศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่งที่มีต่อระบบสัญจร โดยวิธีการศึกษานี้ใช้ Trip Interchange Model เข้ามาช่วยในการศึกษา โดยจะทำการศึกษาวิเคราะห์ ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ

1. การเดินทางที่เกิดขึ้น (Trip Generation) เป็นการศึกษาเพื่อหาปริมาณการเดินทางที่เกิดขึ้นในพื้นที่ย่อย ซึ่งจำแนกเป็นการเกิดการเดินทาง และการดึงดูดการเดินทางในช่วงเวลาที่กำหนด องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเดินทาง ได้แก่ ลักษณะการใช้ที่ดิน (ความหนาแน่น, ประเภทของการใช้) และลักษณะครอบครัว (ขนาดครอบครัว, รายได้ครอบครัว, จำนวนผู้ทำงาน, จำนวนพาหนะในบ้าน ฯลฯ) ผลสรุปจะออกมาอยู่ในรูปของจำนวนการเดินทางที่ปลายทาง

2. การกระจายตัวของการเดินทาง (Trip Distribution) เป็นการวิเคราะห์ต่อจาก Trip Generation เป็นการศึกษาเพื่อหาปริมาณการกระจายการเดินทางจากพื้นที่ต้นทางไปยังพื้นที่ปลายทางต่างๆ โดยการนำตัวแปรทางการขนส่งมาใช้ในการทำนายปริมาณการเดินทางระหว่างพื้นที่ย่อย ตัวแปรที่ใช้ คือ ตัวแปรด้านการใช้ที่ดิน และตัวแปรด้านคมนาคม (ระยะทาง, เวลา, ค่าใช้จ่าย) ผลสรุปจะออกมาอยู่ในรูปของ O-D Table ซึ่งมีหน่วยการเดินทางเป็นจำนวนเที่ยวของการเดินทาง

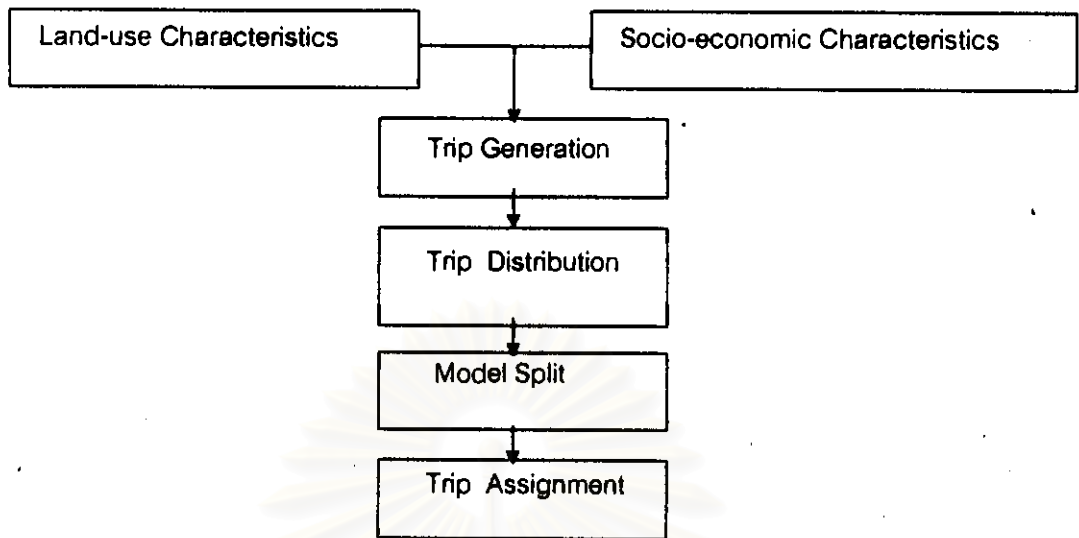
3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Modal Split or Mode of Transportation) เป็นการวิเคราะห์ว่าจำนวนการเดินทางของบุคคลทั้งหมดนั้นแบ่งออกเป็นการเดินทางโดยวิธีต่างๆ (Mode of travel) อย่างไร เช่น โดยรถประจำทาง รถยนต์ส่วนตัว ฯลฯ

ปัจจัยที่สำคัญ ที่มีบทบาทต่อการเลือกวิธีการขนส่งของประชากร ได้แก่

- 1) ลักษณะของการเดินทาง (Characteristics of the journey) ที่สำคัญ ได้แก่ "ระยะทางและจุดมุ่งหมายในการเดินทาง" ในส่วนที่เป็นระยะทางนั้น เราอาจวัดจากระยะทางที่เป็นจริง (route distance) หรือวัดจากเวลาที่เสียไป (travel time) ก็ได้
- 2) ลักษณะของผู้เดินทาง (Characteristics of traveller) เป็นลักษณะทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เช่น รายได้ การเป็นเจ้าของรถยนต์ ขนาดของครอบครัวและโครงสร้างของครอบครัว ความหนาแน่นของประชากร ประเภทของงานที่ทำ และที่ตั้งของที่ทำงาน เป็นต้น รายได้นั้นเป็นตัวกำหนด Model choice อย่างเห็นได้ชัด ประชากรที่มีรายได้สูงย่อมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ คนที่มีรายได้ต่ำย่อมต้องใช้บริการรถประจำทาง เป็นต้น
- 3) ลักษณะของระบบขนส่ง (Characteristics of the transportation system) โดยหลักทั่วไปนั้น ระดับการให้บริการของวิธีขนส่งต่างๆ มีความสำคัญเป็นอันดับแรก วิธีการขนส่งใดที่ให้บริการมาก เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีขนส่งแบบอื่น ประชากรย่อมสะดวกที่จะใช้บริการและทำให้มีแนวโน้มจะใช้วิธีขนส่งแบบนั้นมากขึ้น

4. การกำหนดการเดินทาง (Trip Assignment) เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์หาจำนวนการเดินทางในแต่ละเส้นทางของระบบโครงข่ายถนน (Road Network) ว่ามีจำนวนการเดินทางเส้นทางละกี่เที่ยว โดยวิธีที่เลือกเส้นทางที่สั้นที่สุดระหว่าง Zone ต่างๆ เป็นเส้นทางที่ใช้ในการเดินทาง องค์ประกอบที่มีอิทธิพล คือ เวลาที่ใช้ในการเดินทาง, ระยะทางที่ใช้ในการเดินทาง, ความเร็วในการเดินทาง, ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียในการเดินทาง

แผนภูมิที่ 5-2 แสดง Trip Interchange Models



ที่มา : M.J.BROTON, 1970

การวิเคราะห์ถึงลักษณะของการเดินทางของผู้บริโภคไปใช้บริการในศูนย์การค้าต่างๆ จะอาศัยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะการเดินทางของผู้เข้าไปใช้บริการศูนย์การค้า โดยใช้ Trip Interchange Models มาอธิบายถึงลักษณะการเดินทางของผู้เข้าไปใช้บริการศูนย์การค้า ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การเดินทางที่เกิดขึ้น ตามหลักเกณฑ์ (Trip Generation) ตารางที่ 5-13 แสดงเขตที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

เขต (กรุงเทพมหานคร)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บางเขน	30	14.28
ดอนเมือง	19	9.04
จตุจักร	5	2.38
บางกะปิ	4	1.90
ดินแดง	3	1.42
พญาไท	2	0.95
รวม	63	30.00

ตารางที่ 5-14 แสดงอำเภอ/จังหวัด ที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าในต่างจังหวัด

อำเภอ	จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลำลูกกา	ปทุมธานี	33	15.71
ธัญบุรี	ปทุมธานี	23	10.95
คลองหลวง	ปทุมธานี	18	8.57
เมือง	ปทุมธานี	14	6.66
สามโคก	ปทุมธานี	7	3.33
เมือง	นนทบุรี	7	3.33
ปากเกร็ด	นนทบุรี	3	1.42
บางปะอิน	อยุธยา	8	3.80
เสนา	อยุธยา	2	0.95
หนองแค	สระบุรี	5	2.38
แก่งคอย	สระบุรี	4	1.90
เมือง	นครราชสีมา	6	2.85
ไม่ระบุสถานที่พักอาศัย		17	11.56
รวม		147	70.00

จากตารางที่ 5-13,5-14 พบว่า ผู้บริโภคที่มาใช้บริการศูนย์การค้ามาจากอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 15.71 รองลงมาคือ เขตบางเขน กรุงเทพมหานครและ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 14.28 และ 10.95 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ผู้มาใช้บริการจะเป็นคนในพื้นที่ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าและเขตใกล้เคียง และยังมีผู้ใช้บริการบางส่วนมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น สระบุรี อยุธยา และนครราชสีมา แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ให้บริการของศูนย์การค้า (Trading area) นั้นสามารถครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างไกลอีกด้วย

ตารางที่ 5-15 แสดงความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า

ความถี่ในการใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	48	22.90
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	38	18.10
เดือนละ 1 ครั้ง	10	4.80
เดือนละ 2-3 ครั้ง	86	41.00
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	26	12.40
อื่น ๆ	2	1.00
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 5-15 พบว่า ความถี่ที่ผู้ใช้บริการมา โดยส่วนใหญ่มาก่อนการค้าเดือนละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือสัปดาห์ละครั้งคิดเป็นร้อยละ 22.90 และสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.10 แสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าในย่านวังสิดมีหลากหลาย ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างศูนย์การค้าต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของราคาและการบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการศูนย์การค้า ส่วนใหญ่สามารถเลือกใช้บริการได้มากขึ้นขึ้นอยู่กับความต้องการ ความสะดวก และความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า และจากการที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการในศูนย์การค้าย่านวังสิดนี้เอง ทำให้ Trip Generation ในพื้นที่บริเวณนี้เพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ผลการวิเคราะห์การกระจายของการเดินทาง (Trip Distribution)

ตารางที่ 5-16 แสดงลักษณะการเดินทางของผู้บริโภคไปยังศูนย์การค้าต่างๆ

ลักษณะการเดินทางไปใช้ บริการศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางจากที่พักอาศัย	187	89.04
เดินทางจากที่ทำงาน	23	10.95
รวม	210	100.00

ตารางที่ 5-17 แสดงวันที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการ

วันที่มาใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์	67	31.90
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	143	68.10
รวม	210	100.00

ตารางที่ 5-18 แสดงเวลาที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการศูนย์การค้า

เวลาที่มาใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ก่อน 10.00น.	3	1.40
10.00 -12.00น.	48	22.90
13.00-16.00น.	88	41.90
16.00-20.00น.	64	30.50
หลัง 20.00น.	7	3.30
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 5-16 เมื่อพิจารณาถึงปริมาณการเดินทาง (Trip Distribution) ลักษณะการ เดินทางของผู้บริโภคมายังศูนย์การค้า พบว่า การเดินทางที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ จะเป็นการเดินทางมาจากที่พักอาศัย โดยคิดเป็นร้อยละ 89.04 ส่วนผู้บริโภคที่เดินทางมาจากที่ทำงานไปยังศูนย์การค้า นั้นมีน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 10.95 และจากตารางที่ 5-17 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เป็น

จำนวนร้อยละ 68.10 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวันหยุดพักผ่อนของครอบครัว และมาใช้บริการวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ เป็นจำนวนร้อยละ 31.90

จากตารางที่ 5-18 พบว่าเวลาที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาศูนย์การค้าจะอยู่ในช่วง 13.00-16.00น. คิดเป็น ร้อยละ 41.90 รองลงมาคือ ช่วง 16.00-20.00น. คิดเป็นร้อยละ 30.50 แสดงให้เห็นว่ามากกว่าร้อยละ 70 ของผู้มาใช้บริการ จะมาใช้บริการเวลา 13.00-20.00น. ซึ่งเป็นเวลาในช่วงบ่ายถึงเย็น ซึ่งเป็นเวลาที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษาและพนักงานเอกชนเลิกจากการเรียนและเลิกจากการทำงาน

3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Modal Split or Mode of Transportation)

ตารางที่ 5-19 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
เดินมา	2	1.00
รถจักรยานยนต์	16	7.60
รถยนต์ส่วนตัว	98	46.70
รถรับจ้าง(แท็กซี่,สามล้อ)	12	5.70
รถประจำทาง	82	39.00
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 5-19 เมื่อศึกษาถึงพาหนะที่ถูกค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังศูนย์การค้าต่างๆ พบว่ากลุ่มลูกค้าจะใช้รถยนต์ส่วนตัวมายังศูนย์การค้ามากที่สุด คือร้อยละ 46.70 รองลงมาคือ รถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 39.00 แสดงว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมีพาหนะเป็นของตนเอง ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางมายังศูนย์การค้าลดลงอีกด้วย

4. การกำหนดการเดินทาง (Trip Assignment)

ตารางที่ 5-20 แสดงระยะทางจากบ้านไปศูนย์การค้า

ระยะทาง	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 กิโลเมตร	13	6.20
1-2 กิโลเมตร	30	14.30
3-4 กิโลเมตร	38	18.10
มากกว่า 4 กิโลเมตร	129	61.43
รวม	210	100.00

ตารางที่ 5-21 แสดงเวลาในการเดินทางมาศูนย์การค้า

เวลาที่ใช้ในการเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	53	25.20
15-30 นาที	71	33.80
30-45 นาที	29	13.80
45-60 นาที	21	10.00
1 ชั่วโมงขึ้นไป	36	17.10
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 5-20 พบว่าผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะมีระยะทางจากบ้านไปยัง ศูนย์การค้ามากกว่า 4 กิโลเมตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.43 รองลงมาคือ ระยะทางระหว่าง 3-4 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 18.10 แสดงให้เห็นว่าโดยรวมแล้วศูนย์การค้าย่านรังสิตจะมีรัศมีบริการมากกว่า 4 กิโลเมตร ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าจากจังหวัดใกล้เคียง ส่วนกลุ่มลูกค้าที่มีระยะทางจากบ้านไปยังศูนย์การค้า 3-4 กิโลเมตร จะเป็นผู้ที่อยู่อาศัยในละแวกใกล้เคียง และเมื่อพิจารณา Trip Assignment ในรูปของเวลาที่ใช้ในการเดินทาง จากตารางที่ 5-21 พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางมายังศูนย์การค้า 15-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาคือน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็น ร้อยละ 25.20 แสดงว่าผู้มาใช้บริการกว่าร้อยละ 50 ใช้เวลาในการเดินทางไม่เกิน 30 นาที ซึ่งสอดคล้องกับพหุหน้าที่ใช้ในการเดินทาง ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีพหุหน้าที่เป็นของตนเอง ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางลดลง

ตารางที่ 5-22 แสดงศูนย์การค้าต่างๆในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ใช้บริการนิยมไปก่อนการเปิดทำการ ศูนย์การค้าย่านรังสิต

ศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว	92	43.80
2. เดอะมอลล์งามวงศ์วาน	54	25.71
3. มานูญครอง	25	11.90
4. เวิร์ดเทรด เซ็นเตอร์	15	7.14
5. อัมรินทร์ พลาซ่า	11	5.24
6. เซ็นทรัล ซิดลม	7	3.33
7. อื่นๆ	6	2.86
รวม	210	100.00

ตารางที่ 5-23 แสดงศูนย์การค้าต่างๆในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ใช้บริการนิยมไปหลังการเปิดทำการศูนย์การค้าชานเมืองย่านรังสิต

ศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว	45	21.42
2. เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน	21	10.00
3. มานูญครอง	15	7.14
4. เวิร์ดเทรต เซ็นเตอร์	8	3.80
5. อัมรินทร์ พลาซ่า	4	1.90
6. เซ็นทรัล ซิดลม	2	0.95
7. อื่นๆ	115	54.76
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 5-22 ,5-23 พบว่า ก่อนการเปิดทำการศูนย์การค้าชานเมืองและหลังการเปิดทำการศูนย์การค้าชานเมืองย่านรังสิตนั้น จำนวนผู้ใช้บริการที่นิยมไปใช้ศูนย์การค้าต่างๆในเมืองลดลงไปมากจากเดิม คือ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าวมีผู้ใช้บริการร้อยละ 43.80 ต่อมาเมื่อศูนย์การค้าชานเมืองเปิดทำการมีผู้ใช้บริการเหลือร้อยละ 21.42 ซึ่งลดลงถึง 1 เท่าตัว ส่วนศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วานก็เป็นอีกแห่งที่มีจำนวนผู้ใช้บริการที่ลดลงจากร้อยละ 25.71 เหลือร้อยละ 10.00 รวมทั้งศูนย์การค้าต่างๆที่มีอยู่เดิมก็มีจำนวนผู้ใช้บริการลดลงจากเดิมเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าหลังจากที่ ศูนย์การค้าชานเมือง ย่านรังสิตเปิดทำการ ผู้บริโภคที่อยู่บริเวณชานเมืองจะนิยมไปใช้บริการศูนย์การค้าชานเมือง มากกว่าในเมือง เนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง ,ใกล้ที่ทำงาน,ใกล้บ้าน เป็นต้น

- ปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถสำหรับรถประจำทางและรถสองแถว

บริเวณหน้าศูนย์การค้าย่านรังสิตเป็นจุดต้นทาง-ปลายทางของรถประจำทางจากกรุงเทพ มหานคร และจังหวัดใกล้เคียงจำนวนมาก นอกจากนี้ยังเป็นจุดเปลี่ยนเส้นทางของผู้โดยสารจำนวนมาก จึงมีรถสองแถวและรถประจำทางมารับผู้โดยสารเป็นจำนวนมาก แต่บริเวณศูนย์การค้ารังสิตยังขาดแคลนที่จอดรถสำหรับรถประจำทางและรถสองแถวที่เหมาะสม ทำให้ต้องจอดรถในถนนสาธารณะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดและยังเป็นการเพิ่มปริมาณมลภาวะทางอากาศ,เสียง อีกด้วย

5.5 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

- เมื่อมีการเปิดทำการของศูนย์การค้า นั้น จะส่งผลให้มีการจ้างงานมากขึ้น เห็นได้จากข้อมูลสัดส่วนของการจ้างงาน (ตารางที่ 3-17) พบว่า จังหวัดปทุมธานีมีสัดส่วนของผู้มีงานทำในปี 2533 สูงถึงร้อยละ 67.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลในปี 2538 สูงถึง 245,555 บาท/คน โดยเฉพาะอำเภอธัญบุรี และอำเภอลำลูกกา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตั้งของศูนย์การค้า โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลในปี 2538 คือ 17,634 บาท และ 23,659 บาท

ตามลำดับ ทำให้แรงงานในท้องถิ่นจำนวนมากถูกบรรจุในตำแหน่งงานต่างๆ โดยเฉพาะในภาคเอกชน ซึ่งได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม และศูนย์การค้า ซึ่งจะทำให้เกิดรายได้แก่คนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และรายได้ของแรงงานเหล่านี้ส่วนหนึ่งก็จะหมุนเวียนกลับเข้ามาใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการในศูนย์การค้า ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวและการลงทุนในกิจการค้าและบริการที่ต่อเนื่อง

● การแข่งขันกันเองของศูนย์การค้าในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะศูนย์การค้าย่าน รังสิต มีศูนย์การค้าให้ประชาชนได้เลือกใช้บริการถึง 5 แห่ง ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างมาก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์การลดแลก แจกแถม จะส่งผลกระทบต่อศูนย์การค้าที่ไม่มีสิ่งดึงดูดใจผู้ใช้บริการที่เพียงพอจะทำให้ศูนย์การค้าเหล่านั้นต้องหาทางปรับตัว เช่น ศูนย์การค้าเซียร์และศูนย์การค้าเมอริคิงส์ที่พบว่าในปัจจุบันมีผู้ใช้บริการในแต่ละวันมีจำนวนน้อยลง ซึ่งในย่านรังสิตปัจจุบัน ศูนย์การค้าที่ประชาชนทุกเพศและทุกวัยให้ความนิยมมากที่สุด คือ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และมีสิ่งดึงดูดใจประชาชนมากและครบวงจรโดยจากการสอบถามเจ้าหน้าที่ของศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์คถึงจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละวันซึ่งพบว่ามียอดมากเป็นพิเศษโดยเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์โดยมีจำนวนประมาณ 100,000 คนขึ้นไป เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวทางศูนย์การค้าจะมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน เช่น จัดแข่งขันประกวดร้องเพลง วาดภาพ เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบศูนย์การค้าอื่น ส่วนศูนย์การค้าเซียร์สตรีท ซึ่งเป็นศูนย์การค้าในย่านเดียวกัน แต่พบว่า จำนวนผู้ใช้บริการมีน้อยมากทั้งในวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากไม่มีกิจกรรมใด ๆ ในศูนย์การค้าและไม่มีบรรยากาศในการเดินเล่น พักผ่อน และใกล้จะกลายเป็นศูนย์การค้าที่ร้างผู้คนแล้ว ซึ่งศูนย์การค้าอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้จะร้างก็ต้องหากลยุทธ์ใหม่ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริหาร ด้านการตลาด เพื่อให้สามารถเปิดกิจการอยู่ต่อไปได้ในภาวะการแข่งขันสูงในพื้นที่ เพื่อความอยู่รอดของศูนย์การค้าในสภาวะเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน ซึ่งศูนย์การค้าในย่านนี้ควรมีศูนย์การค้าระดับภูมิภาค 1 แห่ง และระดับชุมชน ระดับละแวกอีก 1 แห่ง และที่ตั้งควรอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ใกล้กันเกินไป

5.6 ผลกระทบด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม

● ปัญหาขยะมูลฝอย ในปี 2537 จังหวัดปทุมธานีมีปริมาณขยะเฉลี่ย 986 ตัน/วัน แหล่งที่มาของขยะมูลฝอย ได้แก่ ชุมชนบ้านจัดสรร โรงงานอุตสาหกรรม ย่านพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ และศูนย์การค้า ซึ่งปัจจุบันมีสถานที่ตั้งกระจายทั่วพื้นที่ของจังหวัด

ศูนย์การค้านั้นได้ผลิตขยะมูลฝอยเป็นปริมาณมากในแต่ละวัน นับตั้งแต่การก่อสร้างอาคารศูนย์การค้าที่จะก่อให้เกิดเศษวัสดุในการก่อสร้างเป็นจำนวนมาก ยิ่งขนาดอาคารศูนย์การค้าใหญ่มากขึ้นเท่าไร ขยะมูลฝอยจากการก่อสร้างก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นและภายหลังจากการก่อสร้างแล้วเสร็จและเปิดดำเนินการ ขยะมูลฝอยจากผู้เข้าไปใช้บริการศูนย์การค้า รวมทั้งร้านอาหาร ภัตตาคาร ต่างๆภายใน ศูนย์การค้า ซึ่งขยะที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้านี้จะไปเพิ่มปริมาณขยะมูลฝอยของชุมชนให้มากขึ้น ทำให้เป็นปัญหาขาดแคลนที่ทิ้งขยะเป็นการเพิ่มภาระให้แก่หน่วยงานท้องถิ่นในการจัดเก็บ เนื่องจากหน่วยงานท้องถิ่นไม่มีที่ดินทิ้งขยะของตนเอง ขาดแคลนอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับกำจัดขยะ, ขาดแคลนบุคลากรและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดเก็บ ขยะส่วนใหญ่ใช้วิธีเทกองแล้วเผาทำให้เกิดมลภาวะต่อประชาชนในพื้นที่และละแวกใกล้เคียงได้

ตารางที่ 5-24 แสดงปริมาณขยะที่เก็บได้ของศูนย์การค้า

ศูนย์การค้า	ปริมาณขยะ/วัน/ตัน
พิวเจอร์พาร์ค รังสิต	10
แมคโคร รังสิต	5-8
เมอริคิงส์ รังสิต	4-8
เชียรสดรวิท รังสิต	4-8
คาร์ฟูร์ รังสิต	8-10

ที่มา : กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลตำบลประชาธิปัตย์และเทศบาลเมืองคูคต

● ปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง

มลพิษทางอากาศและเสียงของจังหวัดปทุมธานี มีแหล่งกำเนิดในพื้นที่ที่มีความเจริญ มีการจราจรคับคั่ง ได้แก่ ชุมชนแออัด โรงงานอุตสาหกรรม ย่านศูนย์การค้าซึ่งส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ติดถนนสายหลัก คือ ถนนพหลโยธิน นอกจากจะก่อให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดแล้ว ยังมีส่วนให้เกิดปัญหาทางอากาศและเสียงด้วย เนื่องจากเสียงและควันพิษจากท่อไอเสียของรถยนต์เป็นจำนวนมากที่คับคั่ง บริเวณหน้าศูนย์การค้า ซึ่งเป็นที่จอดรถประจำทางนั้น อาจก่อให้เกิดผลเสียแก่ทางด้านสุขภาพอนามัยของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ในย่านศูนย์การค้าและย่านใกล้เคียงอีกด้วย

● ปัญหาความเสื่อมโทรมและความปลอดภัยศูนย์การค้า

เนื่องจากอาคารศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการมาหลายปี และไม่ได้รับการปรับปรุง ความชำรุดทรุดโทรมของสภาพอาคารย่อมเกิดขึ้นได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพโดยรวมของเมือง ประกอบกับการไม่ได้รับความใส่ใจด้านความปลอดภัยของเจ้าของอาคาร เช่น ความปลอดภัยภายในศูนย์การค้า และความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถ อาจก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้ใช้บริการได้ เช่น ปัญหาการโจรกรรมภายในศูนย์การค้า ปัญหาไฟไหม้ เป็นต้น

● ปัญหาหาบแร่แฉะลอย

บริเวณหน้าศูนย์การค้าและอาคารพาณิชย์ที่อยู่บริเวณริมถนนสายหลัก เป็นบริเวณที่มีการจราจรคับคั่ง และมีประชาชนสัญจรไปมาอย่างมากมาย จึงได้มีกลุ่มแม่ค้า พ่อค้าที่ขายสินค้าเบ็ดเตล็ดมาตั้งวางแผงขายสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้พื้นที่ทางเดินเท้าในแต่ละบริเวณต้องคับแคบไป ทำให้ประชาชนที่สัญจรผ่านไป-มามีทางเดินเท้าที่น้อยลง บ้างก็ต้องลงมาเดินบนถนนที่มีรถยนต์วิ่งผ่านไปผ่านมา ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ หากไม่ได้รับความระมัดระวัง และความไม่เป็นระเบียบของแผงลอยเหล่านั้น นอกจากจะทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้สัญจรแล้วยังเป็นภาพที่ไม่น่าดูนักเนื่องจากความระเกะระกะของแผงลอยที่มีอยู่มากมายในบริเวณหน้าศูนย์การค้าและป้ายรถเมล์

5.7 สรุปผลกระทบที่เกิดขึ้นของศูนย์การค้าชานเมือง

เนื่องจากบทบาทความสำคัญของศูนย์การค้าชานเมืองที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน ชานเมือง โดยที่ศูนย์การค้านั้นได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จากเดิมนั้นประชาชนในชานเมืองส่วนใหญ่ เคยต้องเดินทางเข้าไปในเมืองเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์การค้าและย่านการค้าในเมือง แต่ในปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากได้เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการไปใช้บริการจากศูนย์การค้าที่มีอยู่จำนวนมากและหลากหลายประเภทในย่านรังสิต ซึ่งในลักษณะดังกล่าวนี้ส่งผลให้ศูนย์การค้ากลายเป็นศูนย์กลางในด้านการค้าและบริการแห่งใหม่ของคน ชานเมือง จากความสำคัญนี้ทำให้ศูนย์การค้าได้สร้างความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ให้แก่ชุมชนอย่างมากมาย และการเปลี่ยนแปลงในบางส่วนได้ก่อให้เกิดปัญหาแก่ย่านชุมชน และจากการวิเคราะห์แบบสอบถามและจากการสำรวจ สามารถนำปัญหาหลัก ๆ มาสรุปได้ดังนี้ (แผนภูมิที่ 5-3) (ตารางที่ 5-25)

1. ผลกระทบด้านการใช้ที่ดิน

- ความหนาแน่นในการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม มีการกิจการการค้าต่อเนื่องกับกิจการของศูนย์การค้า เช่น ร้านขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์, ร้านซ่อมเครื่องยนต์, โชว์รูมรถยนต์, ร้านทอง, ร้านถ่ายรูป, ร้านตัดผม, บริษัทประกันภัย, ธนาคาร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งให้บริการแก่ผู้คนที่ทำงานและพักอาศัย อยู่ในละแวกนั้น เช่น ร้านขายข้าวแกง, ร้านซักอบรีด, ร้านขายของชำ เป็นต้น ส่งผลให้มีการใช้ที่ดินเพื่อพาณิชยกรรมอย่างหนาแน่นในพื้นที่

- การเสื่อมถอยของอาคารพาณิชย์บางส่วน ซึ่งจะอยู่บริเวณที่การเข้าถึงไม่สะดวกและทำเลที่ตั้งไม่ดีหรืออยู่ในมุมอับของอาคารพาณิชย์อื่น ๆ จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่นิยมไปใช้บริการทำให้บางกิจการต้องปิดทำการ

- ราคาที่ดินสูงขึ้น โดยเฉพาะบริเวณด้านหน้าและริมถนนสายหลักที่สำคัญๆ (ถนนพหลโยธิน) ทำให้พื้นที่ด้านหลังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เช่น อาคารพาณิชยกรรมในบริเวณทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305 (รังสิต-นครนายก) และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3312 (รังสิต-ลำลูกกา)

- การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นไปตามแนวถนน Ribbon ส่งผลให้เกิดปัญหาจราจร และเป็นอุปสรรคในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ทำให้เกิดความสิ้นเปลือง ต้องลงทุนสูง และให้บริการได้ไม่ทั่วถึง

- การใช้ที่ดินขัดแย้งกัน เช่น พื้นที่พาณิชยกรรม ที่พักอาศัย โรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น ทำให้เกิดมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม , เสียงดังรบกวนสร้างความรำคาญให้แก่ผู้พักอาศัยได้

2. ผลกระทบของศูนย์การค้าต่อการจราจร

ศูนย์การค้าเป็นแหล่งกิจกรรมด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของเมือง ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมด้านการค้า และธุรกิจต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร และร้านค้าย่อยต่างๆ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เมื่ออยู่รวมกันจะก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่อส่วนรวม ผลดี คือ ศูนย์การค้าสามารถให้บริการอำนวยความสะดวกทางด้านการสินค้าและบริการ รวมทั้งให้ความเพลิดเพลิน เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้ แต่ผลเสียก็คือ บริเวณพื้นที่รอบๆ ศูนย์การค้าจะมีการจราจรคับคั่งและติดขัด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบสัญจรโดยรวมของเมืองได้ ก่อเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจกับส่วนรวมได้ ซึ่งจากการนำ Trip Interchange model มาพิจารณา ร่วมกับการสุ่มแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ดังนี้

- Trip Generation (การเดินทางที่เกิดขึ้น)
 - อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี15.71%
 - เขตบางเขน กรุงเทพฯ 14.28%
 - ความถี่ของการใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง 41.00%
- Trip Distribution (การกระจายตัวของการเดินทาง)
 - เดินทางมาจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การค้า89.04%
 - ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ 68.10%
 - เวลาที่ส่วนใหญ่มาใช้บริการ.... ช่วง 13.00-16.00 น. 41.09%
- Mode of Transportation (พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง)
 - รถยนต์ส่วนตัว 46.7%
- Trip Assignment (การกำหนดการเดินทาง)
 - ระยะทางมากกว่า 4 กิโลเมตร 61.43%
 - เวลาที่ใช้ในการเดินทาง 25-30 นาที 33.80%

3.ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

● มีการจ้างงานมากขึ้น ทำให้แรงงานในท้องถิ่นจำนวนมากถูกบรรจุในตำแหน่งงานต่างๆ โดยเฉพาะในภาคเอกชน ซึ่งได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม และศูนย์การค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้แก่คนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และรายได้ของแรงงานเหล่านี้ส่วนหนึ่งก็จะหมุนเวียนกลับเข้ามาใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการในศูนย์การค้า ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวและการลงทุนในกิจการค้าและบริการที่ต่อเนื่อง

● การแข่งขันกันเองของศูนย์การค้าในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะศูนย์การค้าย่าน รังสิต มีศูนย์การค้าให้ประชาชนได้เลือกใช้บริการถึง 5 แห่ง ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างมาก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การลดแลกแจกแถม จะส่งผลกระทบต่อศูนย์การค้าที่ไม่มีสิ่งดึงดูดใจผู้ใช้บริการที่เพียงพอจะทำให้ศูนย์การค้าเหล่านั้นต้องหาทางปรับตัว

4. ผลกระทบด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม

- ศูนย์การค้านี้จะไปเพิ่มปริมาณขยะมูลฝอยของชุมชนให้มากขึ้น ทำให้เป็นปัญหาขาดแคลนที่ทิ้งขยะเป็นการเพิ่มภาระให้แก่หน่วยงานท้องถิ่นในการจัดเก็บ เนื่องจากหน่วยงานท้องถิ่นไม่มีที่ดินทิ้งขยะของตนเอง ขาดแคลนอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับกำจัดขยะ, ขาดแคลนบุคลากรและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดเก็บ ขยะส่วนใหญ่ใช้วิธีเทกองแล้วเผาทำให้เกิดมลภาวะต่อประชาชนในพื้นที่และละแวกใกล้เคียงได้

- ปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง

ย่านศูนย์การค้าซึ่งส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ติดถนนสายหลัก คือ ถนนพหลโยธิน นอกจากจะก่อให้เกิดปัญหาจราจรดังได้กล่าวมาแล้ว ยังมีส่วนให้เกิดปัญหาทางอากาศและเสียงด้วย เนื่องจากเสียงและครวญพิษจากท่อไอเสียของรถยนต์เป็นจำนวนมากที่คับคั่ง บริเวณหน้าศูนย์การค้า ซึ่งเป็นที่จอดรถประจำทางนั้น อาจก่อให้เกิดผลเสียแก่ทางด้านสุขภาพอนามัยของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ในย่านศูนย์การค้าและย่านใกล้เคียงอีกด้วย

- ปัญหาความเสื่อมโทรมและความปลอดภัยศูนย์การค้า

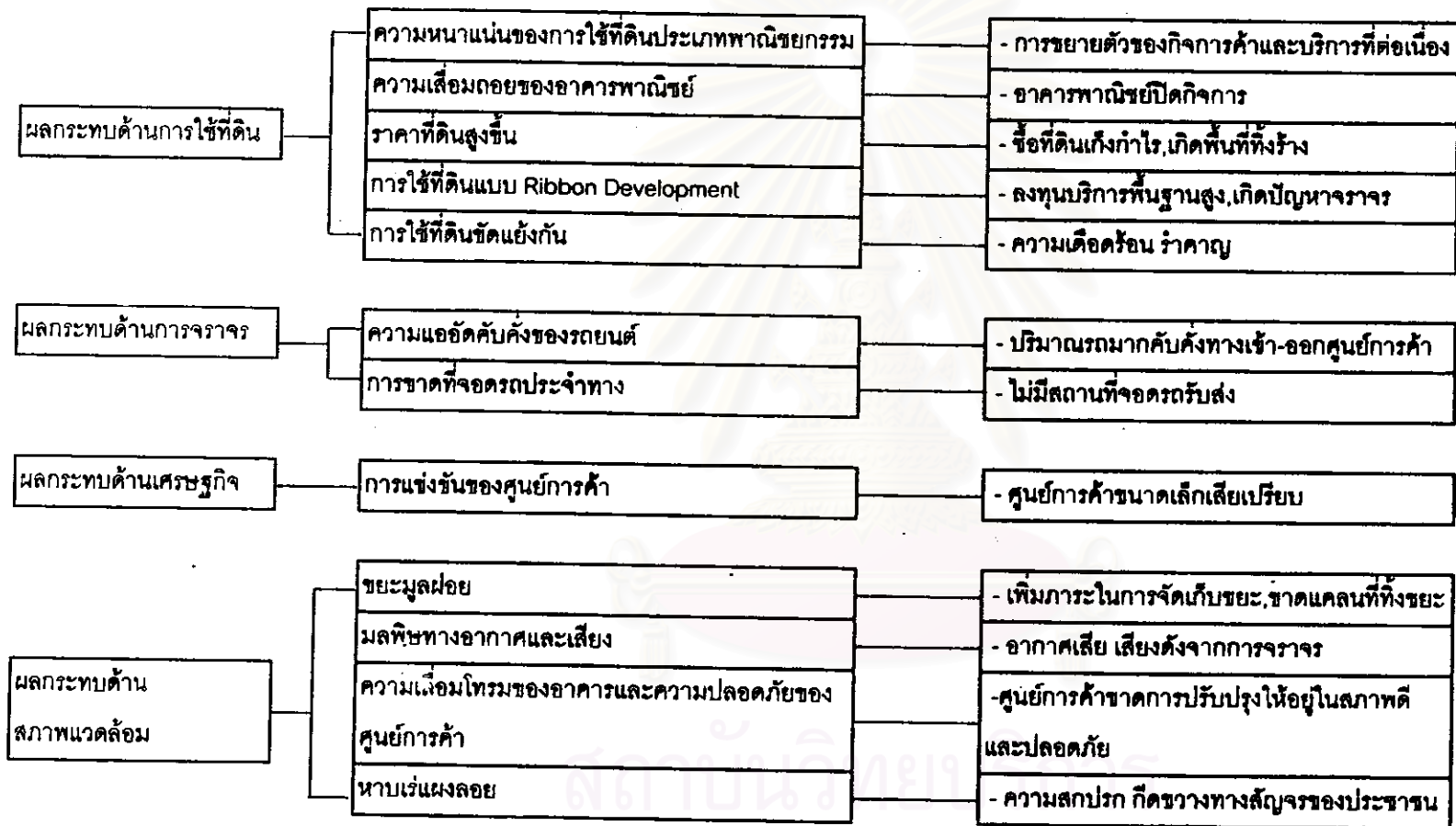
เนื่องจากอาคารศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการมาหลายปี และไม่ได้รับการปรับปรุง ความชำรุดทรุดโทรมของสภาพอาคารย่อมเกิดขึ้นได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพโดยรวมของเมือง ประกอบกับการไม่ได้รับความใส่ใจด้านความปลอดภัยของเจ้าของอาคาร เช่น ความปลอดภัยภายในศูนย์การค้า และความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถ อาจก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้ใช้บริการได้ เช่น ปัญหาการโจรกรรมภายในศูนย์การค้า ปัญหาไฟไหม้ เป็นต้น

- ปัญหาหาบแร่แผงลอย

บริเวณหน้าศูนย์การค้าและอาคารพาณิชย์ที่อยู่บริเวณริมถนนสายหลัก เป็นบริเวณที่มีการจราจรคับคั่ง และมีประชาชนสัญจรไปมาอย่างมากมาย จึงได้มีกลุ่มแม่ค้า พ่อค้าที่ขายสินค้าเบ็ดเตล็ดมาตั้งวางแผงขายสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า ผลไม้ เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 5-3 แสดงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้าชานเมืองย่านรังสิต



ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 5-25 ตารางแสดงผลกระทบและปัญหาของศูนย์การค้า

ผลกระทบ	พื้นที่	ลักษณะปัญหา
1. ด้านการใช้ที่ดิน - ความหนาแน่นของการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม - ความเสื่อมถอยของอาคารพาณิชย์ - ราคาที่ดินสูงขึ้น - การใช้ที่ดินแบบ Ribbon Development - การใช้ที่ดินขัดแย้ง	ริมถนนพหลโยธิน เชียงสะพานทางข้ามคลองรังสิต-ประยูรศักดิ์ ริมถนนพหลโยธิน ริมถนนพหลโยธิน ภายในซอยหมู่บ้านจัดสรร	เกิดการขยายตัวของกิจการค้าและบริการที่ต่อเนื่อง อาคารพาณิชย์ที่ตั้งอยู่ในทำเลไม่ดีต้องปิดกิจการหรือถูกศูนย์การค้าแย่งลูกค้า เกิดการซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไร ,เกิดพื้นที่ว่างไม่ได้ใช้ประโยชน์ การลงทุนด้านสาธารณูปโภค-สาธารณูปการต้องลงทุนสูง,เกิดปัญหาจราจร เกิดความเดือดร้อนรำคาญระหว่างการใช้ที่ดินที่อยู่ใกล้เคียง
2. ด้านการจราจร - ความแออัดคับคั่งของรถยนต์ - การขาดที่จอดรถประจำทางและรถสองแถว	หน้าศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค ศูนย์การค้าย่านรังสิต	มีปริมาณรถมากทั้งรถยนต์ส่วนบุคคลและรถประจำทางแออัด คับคั่งบริเวณด้านหน้าทำให้รถติดบริเวณด้านหน้าทางเข้า-ออกศูนย์การค้า ไม่มีสถานที่จอดรถรับส่งผู้โดยสารที่เหมาะสม ก่อให้เกิดปัญหาการจราจร
3. ด้านเศรษฐกิจ - การแข่งขันกันของศูนย์การค้า	ศูนย์การค้าย่านรังสิต	ศูนย์การค้าขนาดเล็กและศูนย์การค้าที่ไม่มีบริการที่ครบวงจรจะเสียเปรียบ
4. ด้านสภาพแวดล้อม - ชยะมูลฝอย - มลพิษทางอากาศและเสียง - ความเสื่อมโทรมของอาคารและความปลอดภัยของ- ศูนย์การค้า - หาบแรมแผงลอย	ศูนย์การค้าย่านรังสิต หน้าศูนย์การค้า ศูนย์การค้าย่านรังสิต หน้าศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค, เมอร์รี่คิงส์ ,ศูนย์การค้าเชียร์ สตรีท	เพิ่มภาระในการจัดเก็บขยะให้กับเทศบาล, ขาดแคลนที่ทิ้งขยะ อากาศเสียและเสียงดังจากการจราจรหน้าศูนย์การค้า อาคารศูนย์การค้าก่อสร้างมานาน ขาดการปรับปรุงให้อยู่ใน สภาพดีและปลอดภัย มีหาบแรมแผงลอยตั้งขายบริเวณด้านหน้าศูนย์การค้า ทำให้เกิด ความสกปรก และกีดขวางทางสัญจรของประชาชน

ที่มา : จากแบบสอบถามและการสำรวจ



● ปัญหาการใช้ที่ดินขัดแย้งและพื้นที่ที่ไม่ได้รับการพัฒนา



● ปัญหาการจราจร



● ปัญหาขยะมูลฝอย



● ปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถประจำทางและรถสองแถว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 5-1 แสดงผลกระทบของศูนย์การค้าชานเมือง

บทบาทศูนย์การค้าชานเมือง : กรณีศึกษาพัฒนาการในพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพฯ



● ปัญหาหาบเร่แผงลอย



● ปัญหาความเสื่อมโทรมและปลอดภัยของศูนย์การค้า



● ปัญหาการเสื่อมถอยของอาคารพาณิชย์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 5-2 แสดงผลกระทบของศูนย์การค้าชานเมือง

บทบาทศูนย์การค้าชานเมือง : กรณีศึกษาพัฒนาการในพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพฯ