

## ผลจากการศึกษา

ศูนย์การค้าในปัจจุบันได้มีบทบาทความสำคัญต่อเมืองมากขึ้นทั้งในด้านที่เป็นศูนย์รวมของสินค้าทุกประเภท เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของคนเมือง จากลักษณะของความสำคัญของศูนย์การค้านี้ทำให้ศูนย์การค้ามีบทบาทความสำคัญและมีอิทธิพลต่อเมืองในหลายด้านไม่ว่าจะเป็นทางด้านกายภาพ เช่น เรื่องการใช้ที่ดิน ในการศึกษาเกี่ยวกับศูนย์การค้าและการใช้ที่ดินในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา นั้น นอกจากพัฒนาการของศูนย์การค้าและการใช้ที่ดิน รวมทั้งรายละเอียดของศูนย์การค้าแต่ละแห่งที่ได้ทำการศึกษาแล้วนั้น การศึกษาถึงเรื่องการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินอันเนื่องมาจากศูนย์การค้านั้นจะ ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของที่ดินที่อยู่โดยรอบศูนย์การค้า และประชากรที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

## 5.1 อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการใช้ที่ดินของเมือง

จากการศึกษา เรื่อง พัฒนาการของศูนย์การค้าของเมืองนครราชสีมาที่ได้ทำการศึกษาแล้วในบทที่ 4 จะเห็นได้ว่า การเกิดศูนย์การค้าที่เป็นรูปแบบศูนย์การค้าในสมัยใหม่นั้นจะเกิดใน พ.ศ.2534 ในบริเวณถนนจอมสุรางค์ยาตร์ ติดกับประตูชุมพล ซึ่งบริเวณนี้เป็นที่ตั้งของย่านการค้าในระยะแรกของเมือง โดยในบริเวณดังกล่าวจะปรากฏกลุ่มของกิจการร้านค้าในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้าอย่างหนาแน่นอยู่แล้ว ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในพื้นที่โดยรอบของศูนย์การค้าในยุคแรกจึงมีไม่มากนัก โดยการเปลี่ยนแปลงของการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าในระยะแรกนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการเพิ่มความหนาแน่นของพื้นที่การค้า และพื้นที่พักอาศัยที่อยู่ด้านหลังอาคารพาณิชย์ซึ่งเป็นร้านค้า และมีการใช้ที่ดินประเภทอื่นเปลี่ยนแปลงมาเป็นการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมบ้าง ในระยะต่อมา คือ ตั้งแต่ พ.ศ.2539 เป็นต้นมา ศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาได้ขยายตัวออกไปตั้งศูนย์การค้าอยู่ยงที่ที่ไกลกว่าศูนย์กลางเมือง คือ ไปตั้งอยู่บริเวณย่านริมถนนมิตรภาพที่ผ่านเขตเทศบาลนครนครราชสีมา เนื่องจากในย่านศูนย์กลางเดิมนั้นเริ่มมีความหนาแน่นของอาคารมากขึ้น อีกทั้งขนาดพื้นที่ที่เหมาะสมกับการก่อสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่หาไม่ได้ จึงได้ขยายตัวออกมา และยังมีปัจจัยที่สนับสนุนอื่นๆอีก เช่น มีที่ดินแปลงขนาดใหญ่ มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงสะดวก เป็นจุดที่เชื่อมต่อระหว่างพื้นที่พักอาศัยรอบนอกกับย่านการค้าที่อยู่ในพื้นที่ใจกลางเมือง ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในระยะหลังนี้จะเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ซึ่งมีร้านค้าและบริการต่างๆอยู่ภายในศูนย์การค้าอย่างครบครัน จึงทำให้ประชาชนไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้าไปซื้อสินค้าและบริการในย่านการค้าใจกลางเมืองเดิม และนอกจากนี้ยังมีผู้ที่อาศัยในใจกลางเมืองยังเดินทางออกมาใช้บริการยังศูนย์การค้าที่อยู่รอบนอกเหล่านี้ ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นมากมายในบริเวณพื้นที่โดยรอบศูนย์การค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในบริเวณใกล้เคียงกับศูนย์การค้า

ในการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดินของเทศบาลนครนครราชสีมา นั้นจะเริ่มต้นการศึกษาจากการทดสอบสมมติฐานที่ว่า " ศูนย์การค้าก่อให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อการใช้ที่ดินบริเวณใกล้เคียงศูนย์การค้า " โดยจะทำการสำรวจสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากเจ้าของที่ดินที่อาศัยอยู่โดยรอบของศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ เดอะมอลล์ คลังพลาซ่า โลตัส บิ๊กซี และ แมคโคร สำหรับเจ้าของที่ดินที่อาศัยอยู่โดยรอบศูนย์การค้า นั้นจะสำรวจจากการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม ที่อยู่อาศัย และที่ว่าง เป็นหลัก เนื่องจากการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของการใช้ที่ดินในอดีตของเทศบาลนครนครราชสีมาที่ผ่านมา พบว่า การใช้ที่ดินโดยส่วนใหญ่จะมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินของพื้นที่พาณิชยกรรม และพื้นที่อยู่อาศัยมากที่สุด เพราะ การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน 2 ประเภทดังกล่าวนี้สาเหตุส่วนใหญ่จะมาจากการตัดสินใจของเจ้าของที่ดินหรือภาคเอกชนเป็นหลัก ซึ่งตรงข้ามกับการใช้ที่ดินประเภทอื่น เช่น สถานที่ราชการ สถานศึกษา นั้นส่วนใหญ่จะมีการตัดสินใจจากภาครัฐเป็นหลัก

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงของการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม การใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัย และ ที่ว่างเป็นหลัก

#### 5.1.1 ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินบริเวณใกล้เคียง

ในการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินบริเวณใกล้เคียงของศูนย์การค้า นั้นจะได้ทำการศึกษาจากการสำรวจและจากแบบสอบถามจากเจ้าของที่ดินที่อาศัยอยู่โดยรอบศูนย์การค้า ดังนี้

ตารางที่ 5.1 การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า

ประเภทการใช้ที่ดินในปัจจุบัน	การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินหลังจากการสร้างศูนย์การค้า				รวม	
	มีการเปลี่ยนแปลง		ไม่มีการเปลี่ยนแปลง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
พาณิชยกรรม	95	51.63	89	48.37	184	46
ที่อยู่อาศัย	124	70.06	53	29.94	177	44.25
ที่ว่าง	5	2.07	34	21.38	39	9.75
รวม	223	55.75	177	44.25	400	100

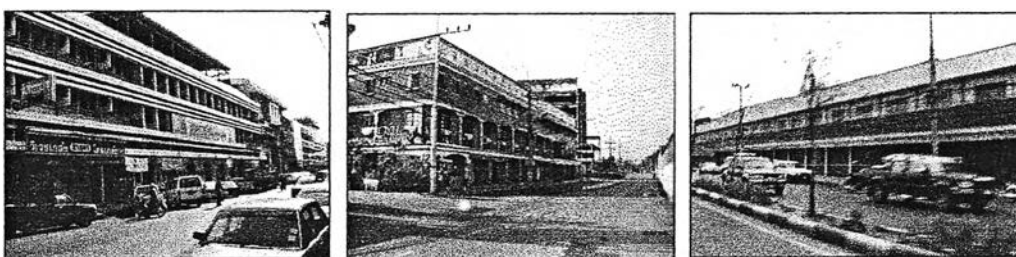
ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่างจากเจ้าของที่ดินที่อาศัยอยู่โดยรอบศูนย์การค้า

และ จากตารางที่ 5.1 การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า สรุปลงได้ว่าศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการใช้ที่ดินในบริเวณใกล้เคียงกับศูนย์การค้า ดังจะ เห็นได้จากการที่มีการเปลี่ยนแปลงถึงร้อยละ 55.75 ของการใช้ที่ดินที่มีในปัจจุบัน และเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินไปร้อยละ 51.63 ในการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และ เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 70.06 ในการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัย

### 5.1.2 ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมในเมือง

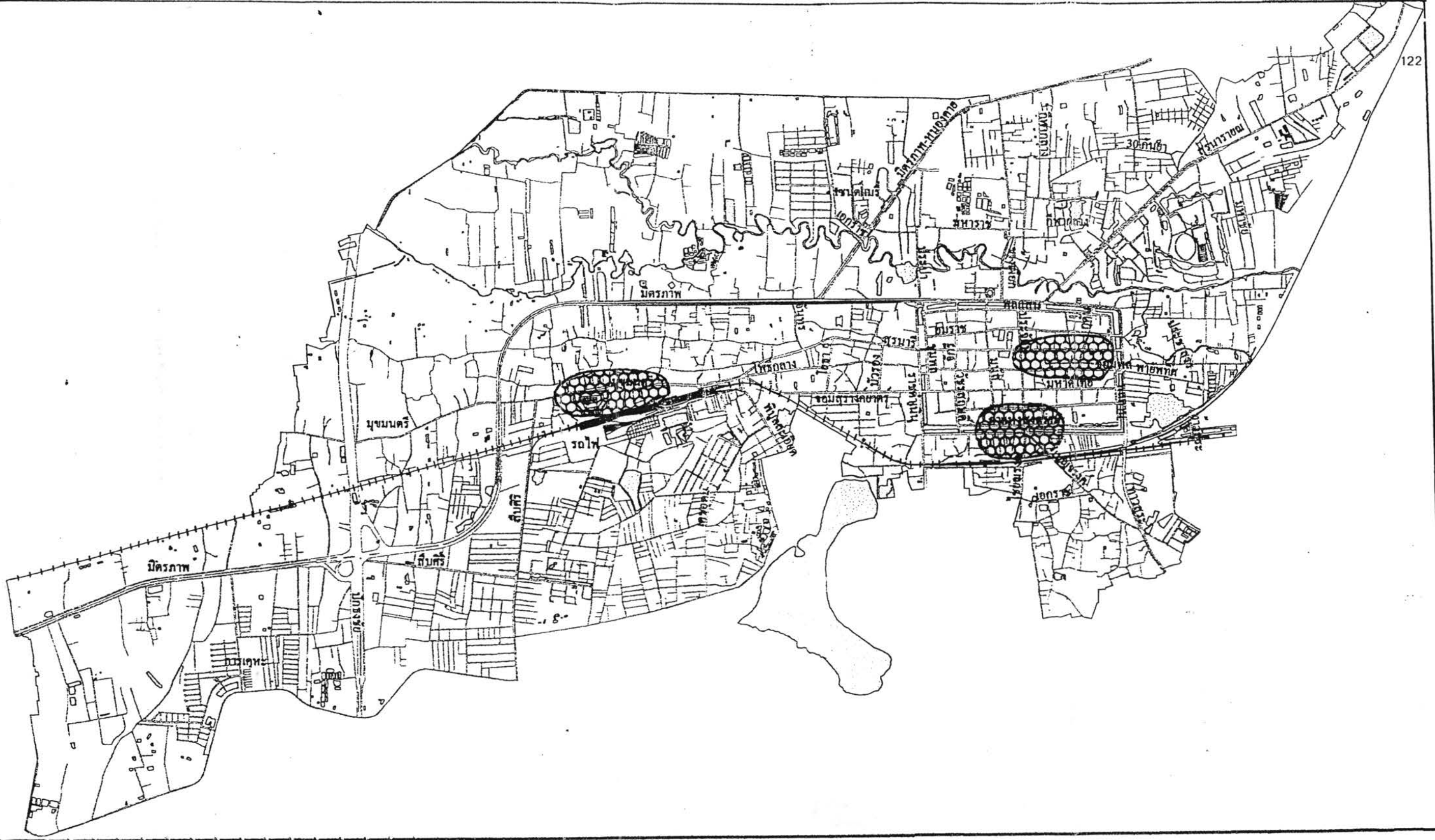
จากการศึกษาและสำรวจพบว่าศูนย์การค้าได้ก่อให้เกิดการขยายตัวของกิจการร้านค้าและบริการโดยรอบศูนย์การค้าและบริเวณใกล้เคียง โดยอาศัยความได้เปรียบจากปริมาณของผู้มาใช้บริการ จำนวนมากที่ไปใช้บริการยังศูนย์การค้า ทำให้สามารถขยายกิจการร้านค้าและบริการที่ต่อเนื่องกับกิจการของศูนย์การค้า และสำหรับประเภทของกิจการร้านค้าและบริการที่มีการขยายตัวต่อเนื่องเพิ่มขึ้นในพื้นที่รอบศูนย์การค้าและบริเวณใกล้เคียง ได้แก่ กิจการที่ขายสินค้าและบริการที่เป็นสินค้าถาวร และ บริการพิเศษ เช่น ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านอุปกรณ์โทรศัพท์ รวมไปถึงการเกิดขึ้นของพลาซ่าซึ่งเป็นที่ยอมรับร้านค้าประเภทต่างๆจำนวนมากหลายร้าน เพื่อให้บริการแก่ผู้ที่มาใช้บริการศูนย์การค้าเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีการเกิดขึ้นของกิจการร้านค้าและบริการประเภทที่จำเป็นในชีวิตประจำวันเพื่อให้บริการแก่คนทำงาน และคนที่พักอาศัยในบริเวณดังกล่าว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย เป็นต้น

และจากการศึกษาและสำรวจยังพบว่าการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าจำนวนมากนั้นได้มีผลกระทบต่อกิจการร้านค้าและบริการอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งทำให้มีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายและปริมาณขายที่ลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะร้านขายของชำ และร้านค้าส่งในบางบริเวณของพื้นที่เทศบาล



รูปที่ 5.1 บริเวณที่มีการลดลงของกิจกรรมการค้า

ทำให้บางแห่งต้องปิดกิจการลงไป หรือทำให้บริเวณแถบนั้นมีการลดลงของพื้นที่พาณิชยกรรม พื้นที่ที่มีการลดลงของร้านค้า ได้แก่ บริเวณถนนมุขมนตรีตรงสะพานที่เคยเป็นศูนย์ค้าส่งที่ออฟที่ซึ่งปัจจุบันได้ปิดกิจการลง บริเวณโดยรอบของโรงพยาบาลนตโรรัตน์ ถนนอษฎางค์ได้กลายเป็นพื้นที่ร้านค้าให้เช่า บริเวณศาลหลักเมือง และบริเวณประตูชัยณรงค์ ได้มีการลดลงของพื้นที่พาณิชยกรรมเช่นกัน (แผนที่ที่ 5.1)



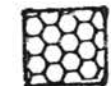
อิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดินของเทศบาลนครนครราชสีมา

แสดง บริเวณที่มีการลดลงของย่านพาณิชยกรรม

แผนที่ 5.1

สัญลักษณ์

ถนน ++++++ ทางรถไฟ



บริเวณที่มีการลดลงของย่านพาณิชยกรรม



1:40000

ที่มา : จากการศึกษา

### 5.1.3 ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัย

ในการตั้งถิ่นฐานระยะแรกเริ่มของเมืองนครราชสีมา นั้น ชุมชนที่พักอาศัยจะรวมตัวกันอยู่ทางด้านทิศใต้ของเขตเมืองเก่าและอยู่ล้อมรอบเขตที่เป็นศูนย์กลางการค้าของเมืองในสมัยนั้น ต่อมาเมื่อเมืองนครราชสีมา มีความเจริญที่มากขึ้นย่านที่พักอาศัยก็ขยายตัวออกไปยังบริเวณโดยรอบตามถนนสายหลักของเมืองโดยมีการขยายออกไปตามย่านการค้า ในระยะหลังมีการขยายตัวออกไปของที่พักอาศัยยังเขตรอบนอกของเมืองตามถนนสายหลัก เช่น ถนนมิตรภาพ ถนนสุรนารายณ์ ซึ่งการขยายตัวในระยะหลังนี้รูปแบบของที่พักอาศัยจะเป็นในรูปแบบของบ้านจัดสรร ทาวน์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ รวมไปถึงบ้านให้เช่าอาศัย ซึ่งจากการพิจารณาถึงการกระจายตัวของพื้นที่พักอาศัยในระยะหลังนี้พบว่าส่วนใหญ่ที่พักอาศัยจะกระจายตัวอยู่รอบเขตศูนย์กลางของเมืองโดยมีการขยายออกไปตามถนนมิตรภาพทางด้านตะวันตกของเมือง และถนนสุรนารายณ์ทางตะวันออกเฉียงเหนือของเมือง ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อไปยังชุมชนอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ

ในการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัยนั้น ได้ทำการสำรวจข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรร อพาร์ทเมนต์ ทาวน์เฮาส์ ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครราชสีมา โดยเนื้อหาของการสำรวจข้อมูลจะศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของที่ตั้งศูนย์การค้าที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยในเขตเทศบาลนครราชสีมา โดยรายละเอียดของการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครราชสีมา มีดังนี้

ตารางที่ 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งศูนย์การค้ากับการเลือกที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการ

ผู้บริโภค	การเลือกที่พักอาศัย				รวม	
	คำนึงถึงที่ตั้งศูนย์การค้า		ไม่คำนึงถึงที่ตั้งศูนย์การค้า			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล	272	68	128	32	400	100

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรร อพาร์ทเมนต์ ในเขตเทศบาล

และจากตารางที่ 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งศูนย์การค้ากับการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า สรุปได้ว่า ที่ตั้งของศูนย์การค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักอาศัยของผู้บริโภค โดยจากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 68 ของผู้ที่พักอาศัยทั้งหมดมีเหตุผลในการเลือกที่พักอาศัยในพื้นที่เทศบาลโดยคำนึงถึงที่ตั้งของศูนย์การค้า เนื่องจากศูนย์การค้าเป็นแหล่งซื้อสินค้าและบริการที่สำคัญ และยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจด้วยเช่นกัน และประกอบกับผลการศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างอายุและรายได้กับความถี่ของการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า นั้น จะพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า นั้นจะมีรายได้ประมาณ 5,000 – 10,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยเริ่มต้นของการทำงาน ดังนั้นผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นคนต่างถิ่นและจะมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลในรูปแบบของ อพาร์ทเมนต์ หอพัก บ้านเช่า เพื่อเข้ามาทำงานในเขตเทศบาล และสามารถเดินทางไปจับจ่ายสินค้าและบริการยังศูนย์การค้าได้โดยสะดวก ทำให้ในระยะหลังรูปแบบของที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ หอพัก หรือห้องเช่า นั้นเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

#### 5.1.4 ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ว่าง

จากที่ผ่านมานั้นการเพิ่มขึ้นของพื้นที่พักอาศัย พื้นที่พาณิชยกรรม หรือพื้นที่อื่นๆ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา นั้นได้ทำให้พื้นที่ว่างเปล่าของเทศบาลนครราชสีมา ได้ลดจำนวนลง โดยเฉพาะพื้นที่ว่างเปล่าที่อยู่โดยรอบของศูนย์การค้าต่างๆ ของเมืองนั้นจะถูกพัฒนาขึ้นเป็นอาคารพาณิชย์ อาคารสูง และที่พักอาศัยในรูปแบบต่างๆ และจากการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบของศูนย์การค้าในหัวข้อที่ 5.1.1 พบว่า การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัย ประเภทพาณิชยกรรม ที่อยู่โดยรอบศูนย์การค้าดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับการลดลงของการใช้ที่ดินประเภทพื้นที่ว่างเปล่าของเทศบาล โดยเฉพาะบริเวณโดยรอบของศูนย์การค้าต่างๆที่เกิดขึ้นในเขตเทศบาลนครราชสีมา

และจากการที่ได้ทำการสำรวจข้อมูลจากเจ้าของที่ดินในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า ในเรื่องของการใช้ที่ดินก่อนและหลังมีศูนย์การค้า สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการใช้ที่ดินปัจจุบันกับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเดิม  
ในพื้นที่โดยรอบของศูนย์การค้า

ตัวเลขใน( )แทนจำนวนร้อยละ

ประเภทการใช้ที่ดิน		การใช้ที่ดินปัจจุบัน			รวม
		พาณิชยกรรม	ที่พักอาศัย	ที่ว่าง	
การใช้ที่ดินในอดีต	พาณิชยกรรม	89 (100)	0 (0)	0 (0)	89 (100) (22.25)
	ที่พักอาศัย	40 (30.08)	93 (69.92)	0 (0)	133 (100) (33.25)
	ที่ว่าง	55 (30.90)	84 (47.19)	39 (21.91)	178 (100) (44.5)
<b>รวม</b>		184 (46)	177 (44.25)	39 (9.75)	400 (100)

ที่มา จากการสัมภาษณ์เจ้าของแปลงที่ดินที่อยู่โดยรอบศูนย์การค้า จำนวน 400 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการใช้ที่ดินปัจจุบันกับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเดิมในพื้นที่โดยรอบของศูนย์การค้า นั้น การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจโดยรอบศูนย์การค้า นั้นพบว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ลดลงของการใช้ที่ดินประเภทที่ว่างมากที่สุด ซึ่งจากการสัมภาษณ์เจ้าของที่ดินปรากฏว่าในอดีตมีการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมร้อยละ 22.25 ซึ่งปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 46 ในขณะที่ในอดีตมีการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยร้อยละ 33.25 ซึ่งปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 44.25 และในขณะเดียวกันในอดีตมีการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่ว่างร้อยละ 44.5 ซึ่งปัจจุบันลดลงเหลือเพียงร้อยละ 9.75 โดยการลดลงของการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่ว่างนั้นเป็นสาเหตุเนื่องมาจากพื้นที่ว่างดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้เพื่อพาณิชยกรรม และเพื่อเป็นที่พักอาศัย ทั้งนี้เพื่อรองรับกับการเจริญเติบโตและการพัฒนาที่ต่อเนื่องมาจากศูนย์การค้า และบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า



**เมืองรวม**

แนวเขตเมืองรวม	แนวไม้คอกช้าง	1. เขตพิเศษ	พื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นสูง	<b>กฎกระทรวง 11</b>
เขตเมือง	คลองน้ำ	2. เขตสีฟ้า	พื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง	<b>ขนาดพื้นที่</b>
เขตเมืองรวมพิเศษ	แนวระบายน้ำ	3. เขตสีชมพู	พื้นที่ประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นสูง	1. จำนวนที่ดิน 25 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ	หลักเขตเมือง	4. เขตสีม่วง	พื้นที่ประเภทอุตสาหกรรมหนัก	<b>ขนาดพื้นที่</b>
เขตเมืองรวมพิเศษ		5. เขตสีน้ำเงิน	พื้นที่ประเภทอุตสาหกรรมหนัก	1. จำนวนที่ดิน 10 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ		6. เขตสีเขียว	พื้นที่ประเภทอุตสาหกรรมหนัก	1. จำนวนที่ดิน 10 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ		7. เขตสีเขียวอ่อน	พื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นสูงพิเศษ	1. จำนวนที่ดิน 20 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ		8. เขตสีส้ม	พื้นที่ประเภทพาณิชยกรรม	1. จำนวนที่ดิน 50 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ		9. เขตสีเทา	พื้นที่ประเภทพาณิชยกรรม	1. จำนวนที่ดิน 50 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ		10. เขตสีน้ำตาล	พื้นที่ประเภทพาณิชยกรรม	1. จำนวนที่ดิน 50 ไร่
เขตเมืองรวมพิเศษ		11. เขตสีน้ำเงิน	พื้นที่ประเภทพาณิชยกรรม	1. จำนวนที่ดิน 50 ไร่

**แผนที่ 5.2**

ผังเมืองรวมเมืองนครราชสีมา (ปีงบประมาณ 2552)

กรมการผังเมือง กระทรวงมหาดไทย

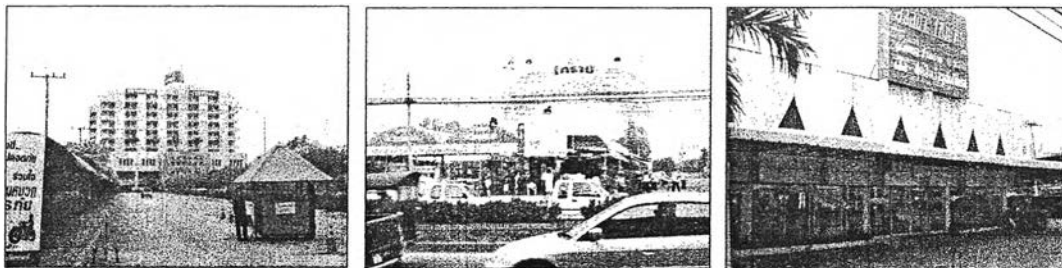


## 5.2 การใช้ที่ดินช่วงก่อนและหลังการสร้างศูนย์การค้า

จากการศึกษาถึงเรื่องอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดินของเทศบาลนครราชสีมา ทั้งโดยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ แผนที่ และรูปถ่ายต่างๆ นั้นพบว่า การใช้ที่ดินของเทศบาลนครราชสีมาในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้ามีการเปลี่ยนแปลงประเภทของการใช้ที่ดิน โดยในช่วงก่อนการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าและหลังจากการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าแล้วนั้นจะมีการใช้ที่ดินที่แตกต่างกันไป เช่น มีการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่ว่างเปล่ามาเป็นพื้นที่พักอาศัย หรือพื้นที่พาณิชยกรรม หรือเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่พักอาศัย มาเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินก่อนและหลังการเกิดขึ้นของศูนย์การค้ามีรายละเอียดและบริเวณที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แบ่งบริเวณของการศึกษาออกเป็น 3 บริเวณ คือ 1. บริเวณโดยรอบของศูนย์การค้าเดอะมอลล์ และ เทสโกโลดส์ 2. บริเวณโดยรอบศูนย์การค้าคลังปลาซ่า และ 3. บริเวณโดยรอบศูนย์การค้าแมคโคร และ ศูนย์การค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และเมื่อพิจารณาถึงเรื่องของการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้กำหนดไว้ในผังเมืองรวมเมืองนครราชสีมา (แผนที่ 5.2) กับการใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณศูนย์การค้าและบริเวณโดยรอบศูนย์การค้าจะพบว่าในผังเมืองรวมได้กำหนดให้บริเวณศูนย์การค้าและบริเวณโดยรอบศูนย์การค้ามีการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ซึ่งการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าและสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้าได้เกิดขึ้นในบริเวณที่ได้กำหนดไว้ตามผังเมืองก ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของศูนย์การค้าและอาคารต่างๆโดยรอบศูนย์การค้าจึงไม่ขัดกับบริเวณที่กำหนดไว้ในผังเมืองรวมเมืองนครราชสีมา ซึ่งรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในช่วงก่อนและหลังการมีศูนย์การค้าในแต่ละบริเวณมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 5.2.1 บริเวณโดยรอบศูนย์การค้าเดอะมอลล์ และเทสโก โลดส์

การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าเดอะมอลล์ และเทสโกโลดส์นั้น จากรูปที่ 5.5 และ รูปที่ 5.6 ซึ่งเปรียบเทียบกันระหว่างรูปถ่ายทางอากาศในช่วงก่อนที่จะมีการสร้างศูนย์การค้า และรูปถ่ายทางอากาศหลังจากมีการก่อสร้างศูนย์การค้าแล้ว พบว่ามีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างในบริเวณข้างเคียงกับศูนย์การค้าเดอะมอลล์ บริเวณพื้นที่ด้านหลังของศูนย์การค้าโลดส์ บริเวณริมถนนมิตรภาพ และกระจายตัวไปทั้ง 2 ฝั่งของถนนมุขมนตรี ถนนสีบศิริ และ ต่อเนื่องไปจนถึงสามแยก ปักธงชัยที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยจากการสอบถามประชาชนที่พักอาศัยในบริเวณที่มีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้าง พบว่าศูนย์การค้ามีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาพักอาศัยและการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างดังกล่าว โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นของที่พักอาศัยในหลายรูปแบบทั้งอพาร์ทเมนต์ บ้านเดี่ยว บ้านจัดสรร และรวมทั้งการเพิ่มขึ้นของอาคารพาณิชย์



รูปที่ 5.2 แสดงอาคารและสิ่งก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นริมถนนมิตรภาพใกล้ศูนย์การค้าเดอะมอลล์

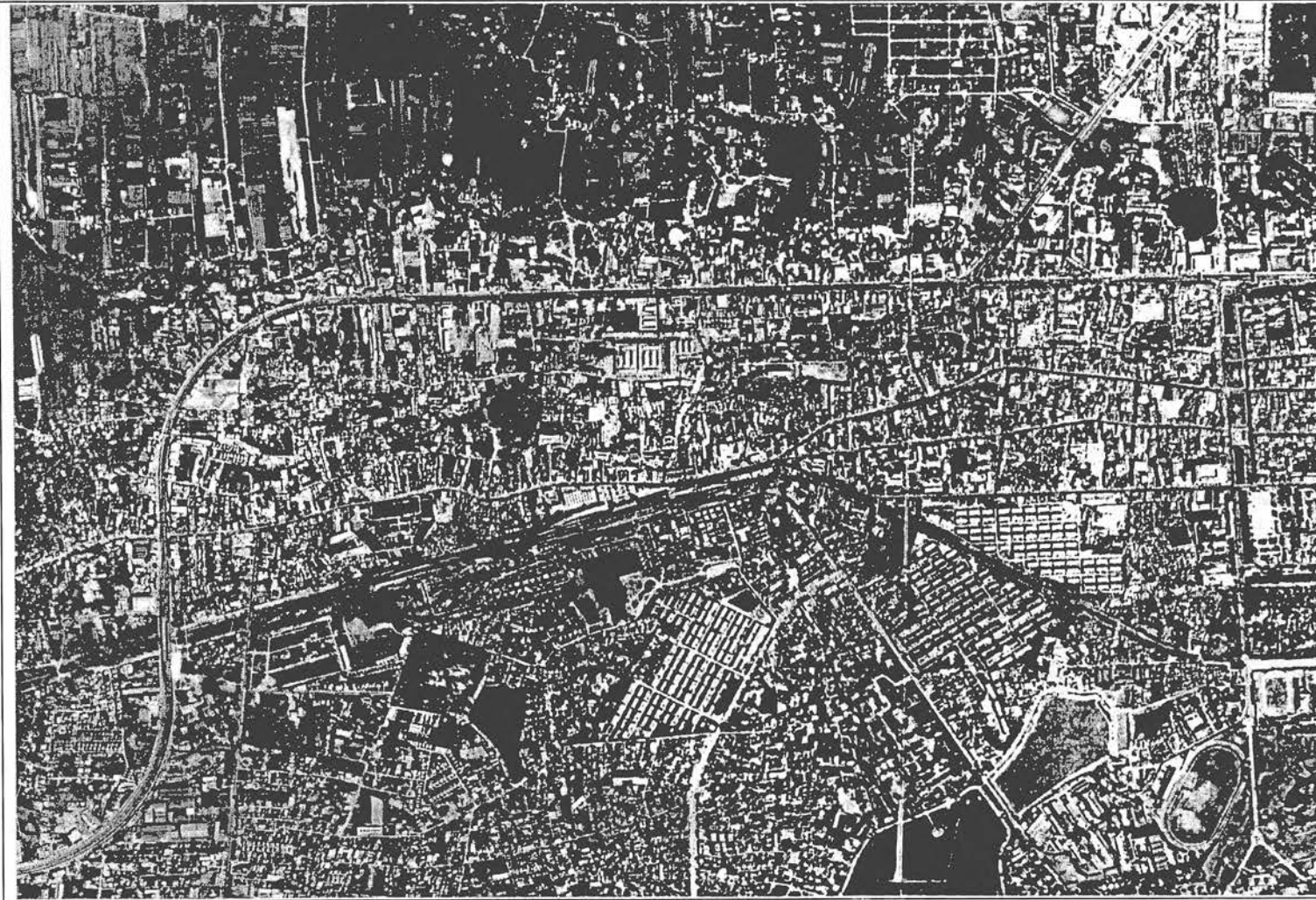


รูปที่ 5.3 อพาร์ทเมนต์ และหมู่บ้านจัดสรรในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า

โดยการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทั้งก่อนและหลังการมีศูนย์การค้าในบริเวณนี้นั้นจะปรากฏทั้งการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างที่เกิดขึ้นในที่เดิมซึ่งเป็นที่ว่างเปล่า รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ของอาคารไปเป็นประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการค้า

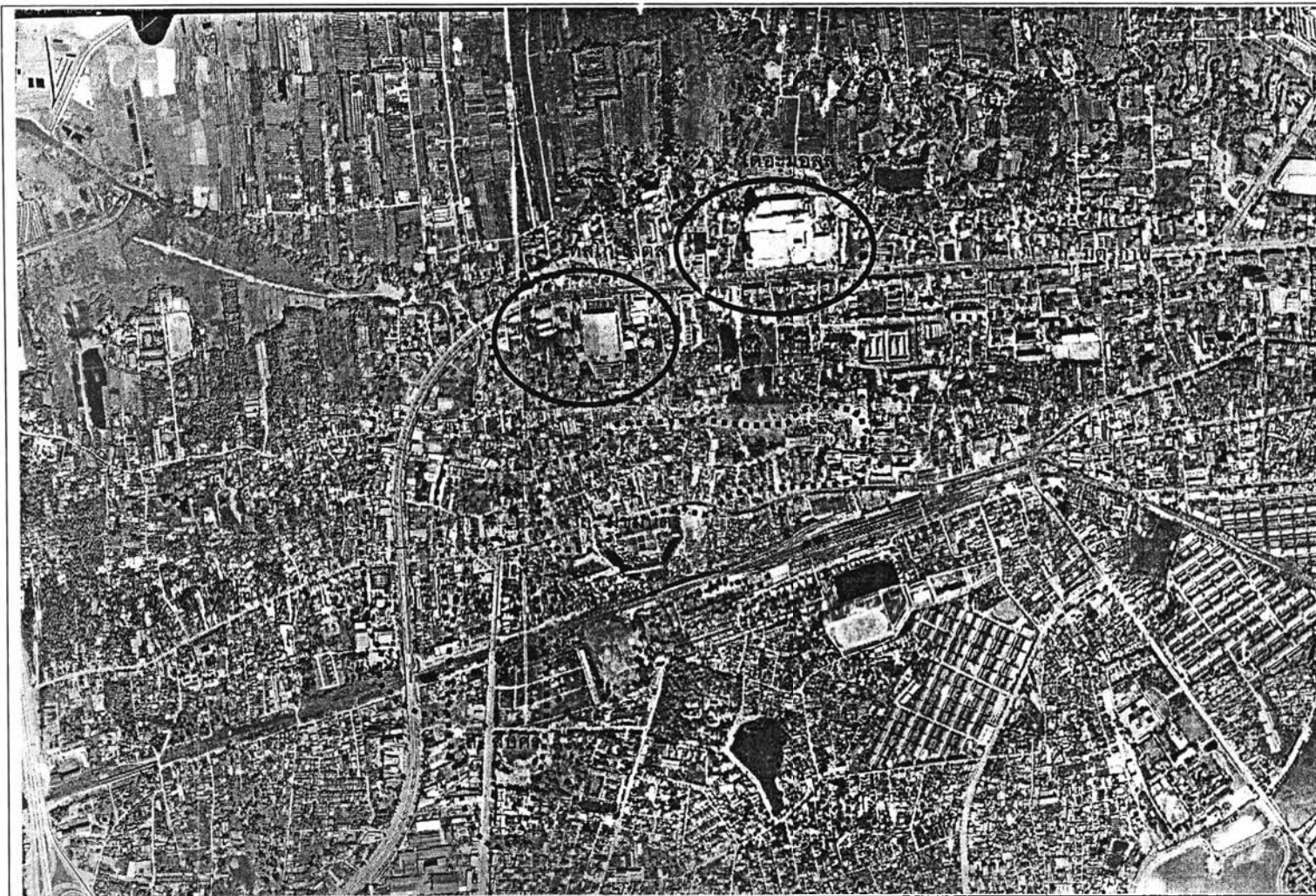


รูปที่ 5.4 อาคารพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้นบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า





รูปที่ 5.5 บริเวณศูนย์การค้า  
เดอะมอลล์-โลตัสก่อนที่จะมี  
การสร้างศูนย์การค้า  
พ.ศ. 2537

ที่มา กรมแผนที่ทหาร



รูปที่ 5.6 บริเวณศูนย์การค้า  
เดอะมอลล์-โลดส์ หลังจาก  
ที่มีการสร้างศูนย์การค้า  
พ.ศ. 2543

สัญลักษณ์

-  บริเวณศูนย์การค้า
-  บริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลง  
ของการใช้ที่ดิน/  
เพิ่มขึ้นของอาคาร  
และสิ่งก่อสร้าง

ที่มา กรมแผนที่ทหาร

## 5.2.2 บริเวณโดยรอบศูนย์การค้าคลังพลาซ่า

การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าคลังพลาซ่า นั้น จากรูปที่ 5.8 และ รูปที่ 5.9 เปรียบเทียบกันระหว่างรูปถ่ายทางอากาศในช่วงก่อนที่จะมีการสร้างศูนย์การค้าและรูปถ่ายทางอากาศหลังจากที่มีการก่อสร้างศูนย์การค้าแล้ว พบว่ามีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้าคลังพลาซ่า นั้นจะมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับบริเวณโดยรอบศูนย์การค้าแห่งอื่น เพราะว่าบริเวณศูนย์การค้าแห่งนี้เป็นเขตศูนย์กลางเมืองซึ่งมีลักษณะการใช้ที่ดินที่มีความหนาแน่นมากอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินอันเนื่องมาจากศูนย์การค้าในบริเวณศูนย์การค้าคลังพลาซ่า นั้นส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากอาคารบ้านเรือนเดิมมากกว่าการเพิ่มจำนวนขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างใหม่ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อาคารจากเดิมโดยมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อาคารจากที่เป็นที่พักอาศัยมาประกอบกิจกรรมการค้าที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้าที่อยู่วัดนั้น เช่น ร้านอาหาร สถาบันกวดวิชา เป็นต้น และบริเวณที่พบการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากอาคารเดิมมาใช้เพื่อรองรับการค้าที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ บริเวณถนนจอมสุรางค์ยาตร์ ถนนอัษฎางค์ ถนนราชดำเนิน ถนนชุมพล



รูปที่ 5.7 การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อาคารเพื่อรองรับกิจกรรมการค้าในบริเวณรอบศูนย์การค้า





รูปที่ 5.8 บริเวณศูนย์การค้า  
คลังพลาซ่า ก่อนที่จะมีการ  
สร้างศูนย์การค้า

พ.ศ. 2537

ที่มา กรมแผนที่ทหาร



รูปที่ 5.9 บริเวณศูนย์การค้า  
คลังพลาน้ำ หลังจาก  
ที่มีการสร้างศูนย์การค้า  
พ.ศ. 2543

สัญลักษณ์



บริเวณศูนย์การค้า



บริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลง  
ของการใช้ที่ดิน/  
เพิ่มขึ้นของอาคาร  
และสิ่งก่อสร้าง

ที่มา กรมแผนที่ทหาร

### 5.2.3 บริเวณโดยรอบศูนย์การค้าแมคโคร และบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าแมคโคร และบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์นั้น จากรูปที่ 5.13 และ รูปที่ 5.14 เปรียบเทียบกันระหว่างรูปถ่ายทางอากาศในบริเวณเดียวกันในช่วงก่อนที่จะมีการสร้างศูนย์การค้าและรูปถ่ายทางอากาศหลังจากที่มีการก่อสร้างศูนย์การค้าแล้ว พบว่ามีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างในบริเวณใกล้เคียงของศูนย์การค้าแมคโคร บริเวณด้านหลังของศูนย์การค้าบิ๊กซี บริเวณสองฝั่งริมถนนมิตรภาพ-หนองคาย ด้านหลังโรงพยาบาลเซนต์แมรี บริเวณถนนมหาราช ถนนช้างเผือก ถนน30ก้นยา และ ต่อเนื่องไปบรรจบกับถนนสุรนารายณ์ ทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าวมีสิ่ง



รูปที่ 5.10 อาคารและสิ่งก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นริมถนนมิตรภาพ-หนองคาย

ก่อสร้างที่หนาแน่นเพิ่มมากขึ้น และ จากการสอบถามประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่มีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้าง พบว่าศูนย์การค้ามีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาพักอาศัยและการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้าง โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นของที่พักอาศัย อพาร์ทเมนท์ หมู่บ้านจัดสรร อาคารพาณิชย์ และอาคารสูง โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างที่อยู่ในพื้นที่ที่จะเกิดขึ้นในบริเวณซึ่งแต่ก่อนเป็นพื้นที่ว่างเปล่า นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างนั้นยังได้ขยายตัวต่อเนื่องไปตามเส้นทางถนนมิตรภาพ-หนองคายจนเกินขอบเขตของเทศบาลไปเช่นกัน

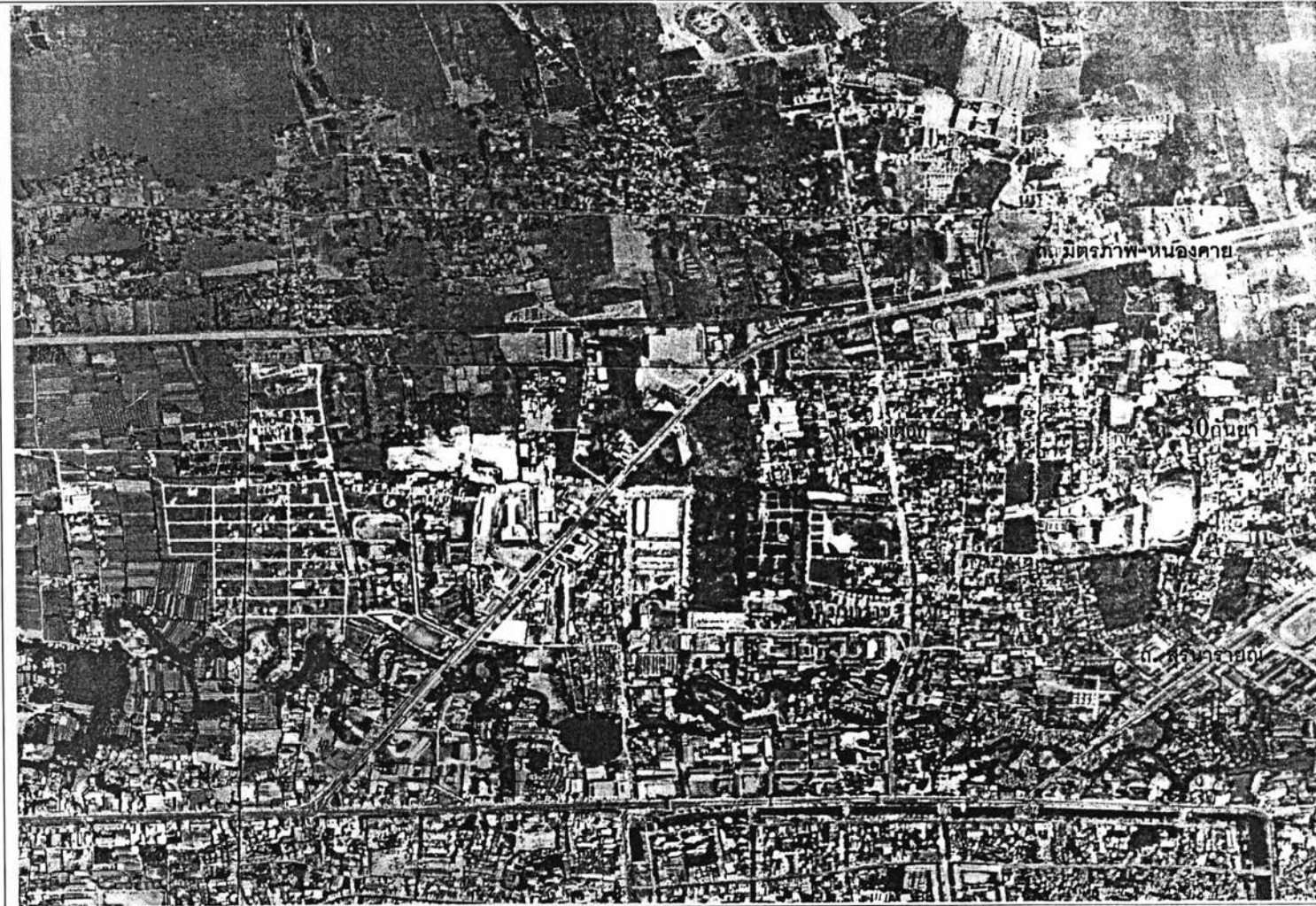


รูปที่ 5.11 การเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างริมถนนสุรนารายณ์



รูปที่ 5.12 อาคารที่พักอาศัยรูปแบบต่างๆบริเวณถนนช้างเผือกและถนน30ก้นยา





รูปที่ 5.13 บริเวณศูนย์การค้า  
แมคโคร - บิ๊กซี ก่อนที่จะมีการ  
สร้างศูนย์การค้า

พ.ศ. 2537

ที่มา กรมแผนที่ทหาร



รูปที่ 5.14 บริเวณศูนย์การค้า  
แมคโคร - บิ๊กซี หลังจาก  
ที่มีการสร้างศูนย์การค้า  
พ.ศ. 2543

- สัญลักษณ์
- บริเวณศูนย์การค้า
  - บริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงของการใช้ที่ดิน/เพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้าง

ที่มา กรมแผนที่ทหาร

### 5.3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าที่มีต่อศูนย์การค้า

นอกจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของที่ดินและผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาแล้วนั้น ผู้ศึกษายังได้ทำการสำรวจโดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่เข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าที่มีอยู่ในเขตเทศบาลเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการที่มีต่อศูนย์การค้าพบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าศูนย์การค้ามีผลต่อเมืองในด้านกายภาพ ดังนี้

จากการศึกษาเรื่องศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงของเมืองทางด้านกายภาพนั้นประชาชนที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าเห็นว่าการเกิดขึ้นของศูนย์การค้ามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองทางด้านกายภาพ ในเรื่องต่อไปนี้ การเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพที่ประชาชนเห็นว่าเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของศูนย์การค้ามากที่สุด คือ เรื่องการจราจร คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมา คือ เรื่องการเพิ่มขึ้นของอาคาร/สิ่งก่อสร้าง และ การใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าเปลี่ยนแปลงไปคิดเป็นร้อยละ 23.7 และ 23 ตามลำดับ ในขณะที่ปัญหาเรื่องสภาพแออัด และเรื่องขยะมูลฝอยมีปริมาณใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 10 และ 13.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4 การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของเมือง

การเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
การเพิ่มขึ้นของอาคาร	194	23.7
ความแออัดของอาคาร	82	10.0
ขยะมูลฝอย	108	13.2
น้ำเน่าเสีย	35	4.3
การจราจร	211	25.8
การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบ	188	23
<b>รวม</b>	<b>818</b>	<b>100</b>

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

จะเห็นได้ว่าประชาชนผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าที่นั่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล เห็นว่าจากการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพที่ชัดเจน คือ เรื่องการจราจร การเพิ่มขึ้นของอาคาร/สิ่งก่อสร้าง และทำให้การใช้ที่ดินโดยรอบเปลี่ยนแปลงไป โดยเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องที่สามารถมองเห็นการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนที่สุด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพมีดังต่อไปนี้

### 5.3.1 การจราจร

โดยในเรื่องของระบบการจราจรนั้นจะเห็นได้ว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการได้มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพของเมืองที่เป็นผลมาจากศูนย์การค้าที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ปัญหาการจราจร ซึ่งสอดคล้องกับผลของการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้ที่มาใช้บริการ ศูนย์การค้าซึ่งมากกว่าร้อยละ 51 (ตารางที่ 5.17) นั้นเดินทางมาศูนย์การค้าด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งย่อมทำให้ปริมาณการจราจรที่ผ่านเมืองนครราชสีมาเพิ่มจำนวนขึ้นตามไปด้วย และสอดคล้องกับการปริมาณการจราจรที่ผ่านบริเวณศูนย์การค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 ปริมาณการจราจรที่ผ่านเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ปีพ.ศ.2541-2544

ช่วงเส้นทาง	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544
สูงเนิน – นครราชสีมา	23,646	23,806	26,157	28,501
นครราชสีมา-สามแยกนครราชสีมา	50,811	64,910	65,785	75,680
ทางเลี้ยวเมืองนครราชสีมา	1,224	3,175	9,621	12,677

ที่มา กองช่าง เทศบาลนครนครราชสีมา

### 5.3.2 การใช้ที่ดินโดยรอบของศูนย์การค้า

ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบของศูนย์การค้านั้นผู้ใช้บริการศูนย์การค้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นประชากรในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาเห็นว่าในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด คือ การเพิ่มขึ้นของพื้นที่พาณิชย์กรรม โดยคิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา คือ การลดลงของพื้นที่เกษตร และ พื้นที่โล่ง/ที่ว่างที่ยังไม่ได้ทำประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 28.5 และ 19.1 ตามลำดับ และ การเพิ่มขึ้นของพื้นที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 13.1 (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้า

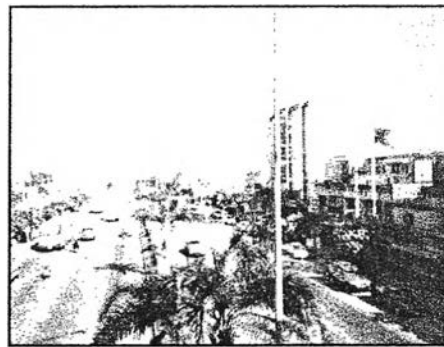
การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน	จำนวน	ร้อยละ
พื้นที่พาณิชย์กรรมเพิ่มขึ้น	281	32.4
พื้นที่พักอาศัยเพิ่มขึ้น	114	13.1
พื้นที่เกษตรลดลง	247	28.5
พื้นที่อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น	60	6.9
พื้นที่ว่างลดลง	165	19.1
รวม	867	100

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า

รูปที่ 5.15 แสดงการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินรองรับการขยายตัวของศูนย์การค้า



การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินจากที่พักอาศัยมาเป็นพาณิชย์กรรมในศูนย์กลางเมือง



การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินจากที่พักอาศัยมาเป็นพาณิชย์กรรมโดยรอบศูนย์การค้า



การเปลี่ยนแปลงที่ว่างเป็นที่พักอาศัย



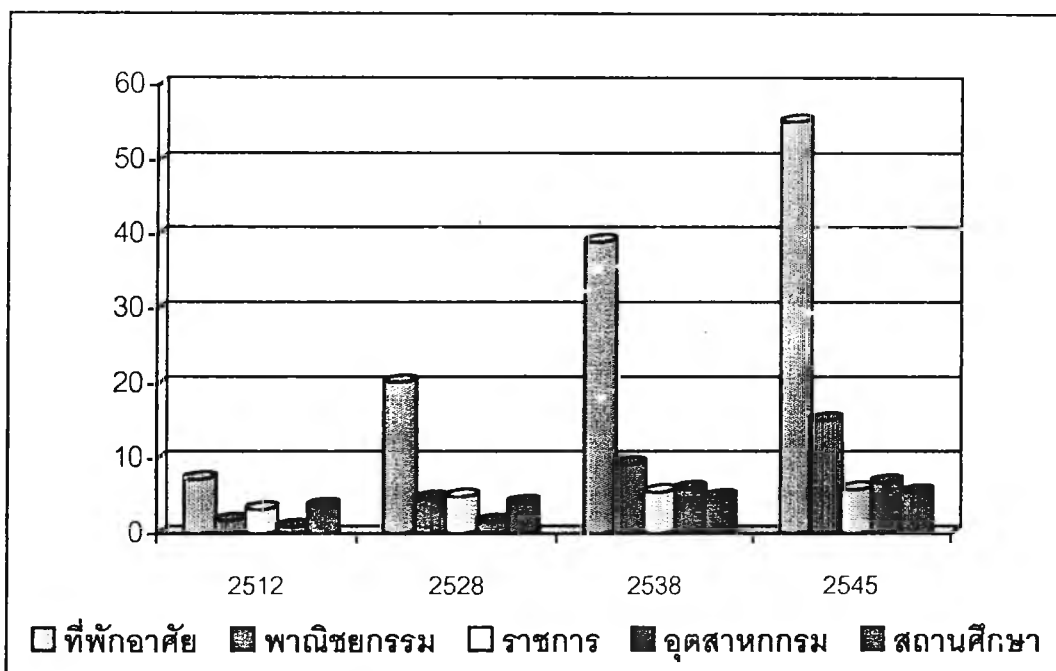
การพัฒนาที่ว่างเพื่อรองรับการเกิดของศูนย์การค้า



ย่านที่พักอาศัยที่ปะปนกับย่านการค้าริมถนนสุรนารายณ์

จะเห็นว่าการเพิ่มขึ้นของศูนย์การค้านั้นส่งผลทำให้พื้นที่พาณิชย์กรรมที่เพิ่มมากขึ้นและเกิดการลดลงของพื้นที่ว่างเปล่าหรือพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ เพราะว่าศูนย์การค้าทำให้เกิดกิจกรรมที่ต่อเนื่องกับศูนย์การค้าเกิดขึ้นหลายอย่าง เช่น ร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์โทรศัพท์ พลาซ่าขายสินค้า ซึ่งกิจการเหล่านี้ก็จะเกิดขึ้นอยู่โดยรอบศูนย์การค้า และทำให้พื้นที่โดยรอบศูนย์การค้าเกิดการเปลี่ยนแปลงประเภทของการใช้ที่ดินเกิดขึ้นได้ทั้งจากพื้นที่พักอาศัยมาเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม หรือ พื้นที่ว่างเปล่ามาเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนประเภทการใช้ที่ดินของเทศบาลในแต่ละปีซึ่งมีการเพิ่มขึ้นของพื้นที่พักอาศัย และ พื้นที่พาณิชย์กรรมอย่างเห็นได้ชัด (แผนภูมิที่ 5.1) และ (รูปที่ 5.15)

แผนภูมิที่ 5.1 แสดงสัดส่วนประเภทการใช้ที่ดินของเทศบาลในแต่ละช่วงปี



### 5.3.3 การเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้าง

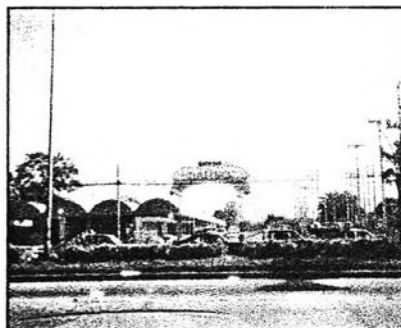
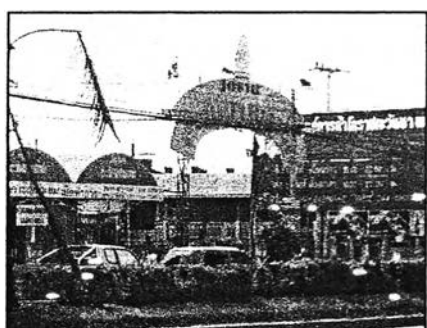
จากการสำรวจและสอบถามประชาชนที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าส่วนหนึ่งเห็นว่าศูนย์การค้าส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 23.7 ซึ่งจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับเรื่องของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้า คือ มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินมาเป็นการพาณิชย์กรรมและเพื่ออยู่อาศัยมากขึ้นและทำให้พื้นที่ว่างลดลง (รูปที่ 5.16) ซึ่งย่อมจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างโดยตรง เนื่องจากศูนย์การค้าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนทำให้เกิดการลงทุนในการก่อสร้างอาคารบ้านเรือนเพื่อใช้ประโยชน์ในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยรอบศูนย์การค้า และจากการศึกษาสถิติการอนุมัติก่อสร้างอาคารในเขตเทศบาลในช่วงที่ผ่านมา (ตารางที่ 5.7) พบว่ามีแนวโน้มการก่อสร้างที่สูงขึ้นโดยมีการก่อสร้างมากที่สุดในช่วง พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะการก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์



รูปที่ 5.16 อาคารและสิ่งก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นภายในเขตเทศบาลนครราชสีมา



การเพิ่มขึ้นของอาคารพาณิชย์ย่านเดอะมอลล์



การเพิ่มของร้านค้ารอบศูนย์การค้าเดอะมอลล์



การเพิ่มของอาคารพาณิชย์และอาคารสูงริมถนนมิตรภาพ-หนองคาย



การเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างโดยรอบห้างแมคโครและบิ๊กซี

ตารางที่ 5.7 จำนวนผู้ที่ได้รับอนุมัติให้สร้างสิ่งก่อสร้างและพื้นที่ก่อสร้าง พ.ศ.2535,2540 และ 2545

ชนิดอาคาร	เทศบาลนครนครราชสีมา					
	พ.ศ.2535		พ.ศ.2540		พ.ศ.2545	
	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ตร.ม.)
เพื่ออยู่อาศัย	754	122,590	1,043	322,560	2,567	406,991
เพื่อการพาณิชย์	247	121,623	433	1,620,642	183	104,588
อาคารชุด / คอนโดมิเนียม	2	694	1	2,576	1	4,689
เพื่อการศึกษา	1	790	-	-	5	7,855
เพื่อการเกษตร	1	400	-	-	10	10,070
เพื่อการบริการ	3	1,752	12	59,191	14	3,080
รวม	1,008	247,358	1,489	2,004,969	2,807	565,322

ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ

นอกจากด้านกายภาพที่เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนแล้ว การเปลี่ยนแปลงในด้านสังคมอันเนื่องมาจากการเกิดขึ้นของศูนย์การค้านั้นประชาชนผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าส่วนใหญ่เห็นว่าการเกิดขึ้นของศูนย์การค้านั้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมในด้านต่อไปนี้ (ตารางที่ 5.8) คือ การเพิ่มขึ้นของบริการสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 42.4 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทางบวกเหตุผลที่ประชาชนที่มาใช้บริการศูนย์การค้าเห็นว่า การเพิ่มขึ้นของบริการสาธารณะเป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าทางด้านสังคมเนื่องจากการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าในระยะหลังนั้นได้ไปสร้างพื้นที่เขตนอกศูนย์กลางเมืองออกไปสร้างยังบริเวณรอบนอกที่มีการเข้าถึงสะดวก(ริมถนนมิตรภาพ) ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีบริการสาธารณะเพิ่มขึ้นจากเดิมเพื่อรองรับการเดินทางที่จะเกิดขึ้น เช่น รถยนต์โดยสารประจำทาง รถยนต์โดยสารสาธารณะ รถสามล้อเครื่อง ที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางของประชาชนไปยังศูนย์การค้า และจากศูนย์การค้าไปยังสถานที่ต่างๆ

ตารางที่ 5.8 การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมของเมือง

การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชนแออัด	84	20.5
การอพยพเข้ามาของคนต่างถิ่น	97	23.7
อาชญากรรมเพิ่มขึ้น	55	13.4
บริการสาธารณะเพิ่มมากขึ้น	174	42.4
รวม	410	100

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า



#### 5.4 ลักษณะโดยทั่วไปของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์การค้า

ประชากรส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.75 เป็นเพศหญิง ส่วนเพศชายร้อยละ 41.25

และ ช่วงอายุของประชากรที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา คือ ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ 16.25 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มอายุดังกล่าว ถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่เข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้า และ รายได้ส่วนใหญ่อของประชากรที่มาใช้บริการอยู่ที่ 10,000 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมา คือ 5,000 – 10,000 บาท ต่อเดือน และ ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 19.5 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพของผู้เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าส่วนใหญ่ คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ รองลงมา คือ กลุ่มอาชีพ นักศึกษา และข้าราชการ

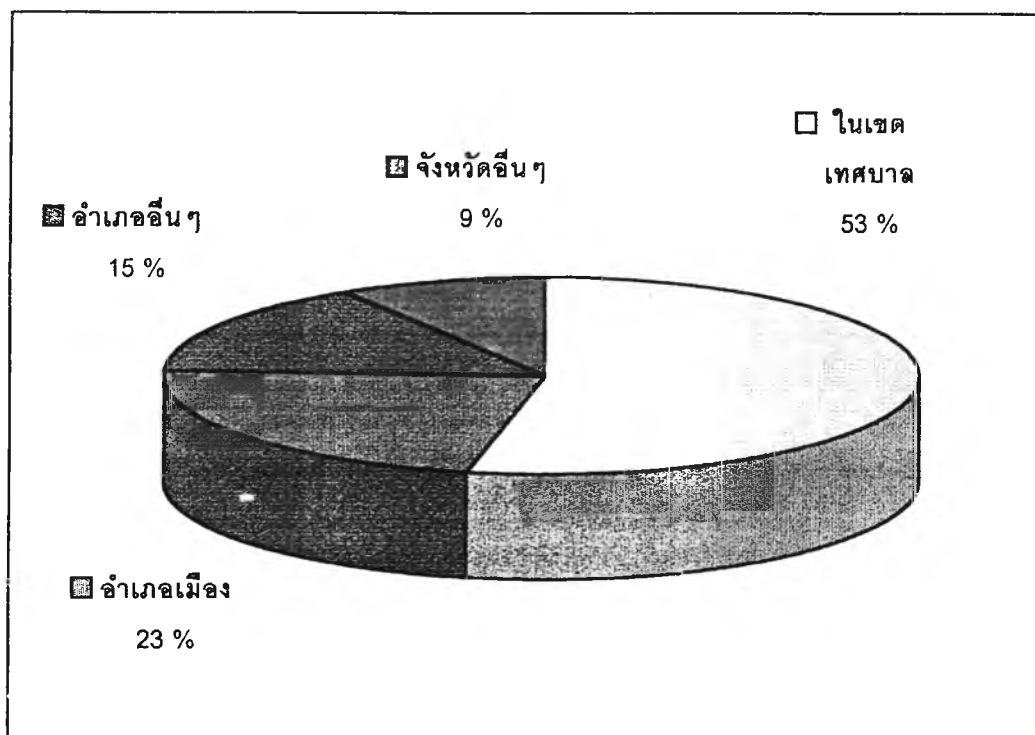
#### 5.5 พฤติกรรมการเดินทางมาใช้บริการศูนย์การค้า

เป็นการวิเคราะห์ลักษณะการเดินทางของผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้าเพื่อนำไปศึกษาวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง ดังต่อไปนี้

##### 5.5.1 การเดินทางที่เกิดขึ้น (Trip Generation)

จากการศึกษาพบว่า ศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา นั้น ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาเป็นหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่เข้าไปใช้บริการยังศูนย์การค้า ผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้าดังกล่าวเป็นผู้ที่อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาถึงร้อยละ 53.25 รองลงมาเป็นผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้าที่มาจากนอกเขตเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 46.75 โดยเป็นผู้มาใช้บริการจากเขตพื้นที่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา ร้อยละ 22.5 ผู้มาใช้บริการจากอำเภอที่อยู่รอบนอก ร้อยละ 15.25 ได้แก่ผู้มาใช้บริการที่มาจากอำเภอสี่คิ้ว สูงเนิน โนนไทย ขามทะเลสอ เฉลิมพระเกียรติ เป็นต้น และสุดท้ายเป็นผู้มาใช้บริการจากจังหวัดที่อยู่โดยรอบ เช่น จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.0 (แผนภูมิที่ 5.2)

แผนภูมิ 5.2 เขตที่พักอาศัยของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า



#### 5.5.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเดินทางมาศูนย์การค้ากับเขตที่พักอาศัยของผู้มาใช้บริการ

ในเรื่องของความถี่ที่ผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าโดยรวมนั้นพบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมา คือ ผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.75 และ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.75 และเมื่อศึกษาต่อถึงความสัมพันธ์ระหว่างเขตที่พักอาศัยของผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้ากับความถี่ที่เข้ามาใช้บริการนั้น พบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา และเขตอำเภอเมือง จะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครนครราชสีมามากที่สุด รองลงมาคือผู้มาใช้บริการจากเขตอำเภอที่อยู่โดยรอบและจากจังหวัดอื่นที่อยู่ข้างเคียง โดยผู้มาใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งนั้นจะเป็นผู้ที่พักอาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาและเขตข้างเคียงเป็นหลัก ส่วนผู้ที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้งนั้นจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเป็นส่วนมาก และผู้ที่มาใช้บริการศูนย์การค้าเดือนละ 2-3 ครั้งนั้นจะเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ยังจังหวัดใกล้เคียงที่อยู่โดยรอบ (ตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเดินทางมาศูนย์การค้ากับเขตที่พักอาศัยของผู้มาใช้บริการ

เขตที่พักอาศัย	ความถี่ในการเดินทาง						รวม
	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	อื่นๆ	
1. เขตเทศบาลนครนครราชสีมา	45	102	31	11	16	8	213 (53.25)
2. อ.เมือง	43	21	13	5	7	1	90 (22.5)
3. อ.สีคิ้ว	3	1	-	-	4	-	8 (2)
4. อ.สูงเนิน	4	3	-	-	5	1	13 (3.25)
5. อ.ขามทะเลสอ	1	-	-	-	2	-	3 (0.75)
6. อ.โนนไทย	1	-	-	-	3	-	4 (1)
7. อ.เฉลิมพระเกียรติ	-	-	-	-	2	-	2 (0.5)
8. อ.โนนสูง	-	-	-	-	2	-	2 (0.5)
9. อ.ด่านขุนทด	-	-	-	-	2	1	3 (0.75)
11. อ.โชคชัย	1	-	-	-	2	-	3 (0.75)
12. อ.พิมาย	-	-	-	-	2	-	2 (0.5)
13. อ.ขามสะแกแสง	-	-	-	1	2	-	3 (0.75)
14. อ.ชุมพวง	-	-	-	1	1	-	2 (0.5)
15. อ.บ้านเหลื่อม	-	-	-	-	2	-	2 (0.5)

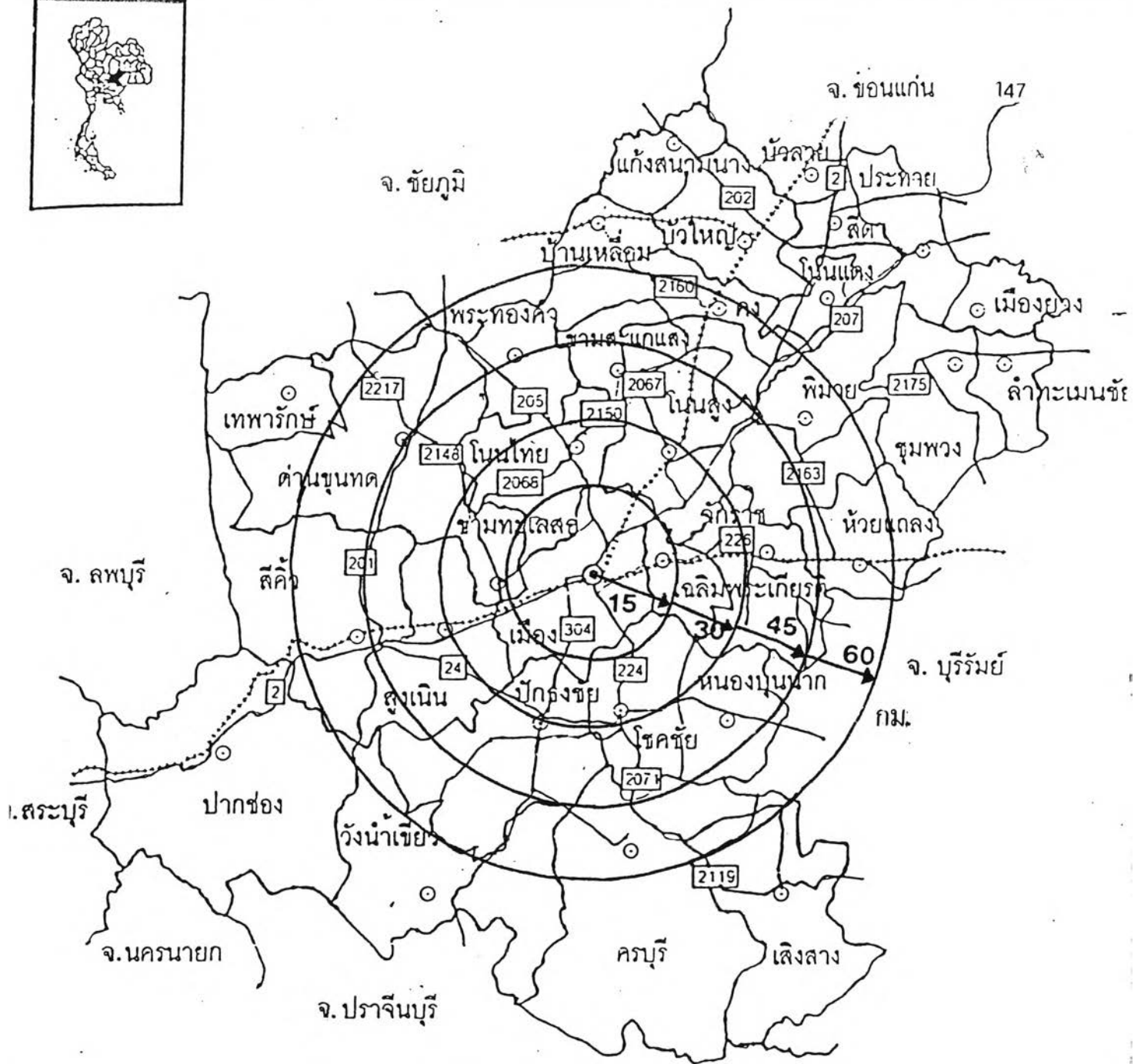
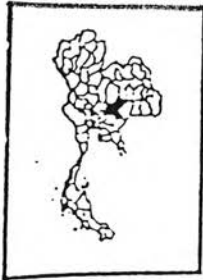
เขตที่พักอาศัย	ความถี่ในการเดินทาง						รวม
	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	อื่นๆ	
17. อ.ห้วยแถลง	-	-	-	-	2	1	3 (0.75)
รวมในจังหวัด นครราชสีมา	99	127	44	19	62	13	364 (91)
18. จ.ชัยภูมิ	-	-	-	5	8	1	14 (3.5)
19. จ.บุรีรัมย์	-	-	-	8	13	1	22 (5.5)
รวมจังหวัดอื่น	-	-	-	13	21	2	39 (9)
รวมทั้งหมด	99 (24.75)	127 (31.75)	44 (11)	32 (8)	83 (20.75)	15 (3.75)	400 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง


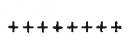


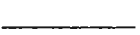


จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา นั้นมีกลุ่มผู้มาใช้บริการหลากหลายกลุ่ม และศูนย์การค้าดังกล่าวสามารถรองรับความต้องการสินค้าและบริการของผู้มาใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเองและผู้ที่มาจากพื้นที่โดยรอบ และสามารถรองรับผู้มาใช้บริการจากอำเภอที่ใกล้เคียงและจากต่างจังหวัดด้วยส่วนหนึ่ง และจากการเดินทางดังกล่าวนี้เองทำให้มีการเดินทางเกิดขึ้นในพื้นที่ของเขตเทศบาลเพิ่มขึ้นมากตามไปด้วย

#### 5.5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และกลุ่มอายุกับความถี่ในการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า

เมื่อได้ทำการศึกษาถึงกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละระดับของรายได้ต่อเดือนพบว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือนนั้นจะมีความถี่ในการเข้าไปใช้บริการประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เนื่องจากในวันธรรมดาจะต้องทำงานประจำเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนนั้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา นั้น จะมีความถี่ในการเข้าไปใช้บริการยังศูนย์การค้าประมาณสัปดาห์ละ 2-3 และ 4-5 ครั้งเนื่องจากใช้ศูนย์การค้าเป็นที่พักผ่อนเดินเล่น และนัดหมายของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา สำหรับกลุ่มผู้ที่ใช้บริการยังศูนย์การค้าที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือนนั้นนิยมที่จะเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าประมาณเดือนละ 2-3 ครั้ง (ตารางที่ 5.10)



อิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดินของเทศบาลนครนครราชสีมา

แสดง รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้า	แผนที่ 5.3
<p>สัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> ทางหลวงแผ่นดิน</li> <li> ทางรถไฟ</li> <li> ที่ตั้งจังหวัด</li> <li> ที่ตั้งอำเภอ</li> <li> ขอบเขตอำเภอ</li> <li> รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้า</li> </ul>	<div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">1 : 1,300,000</p> <p style="text-align: center;">ที่มา : กรมทางหลวง</p>

ตารางที่ 5.10 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความถี่ในการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า

ระดับรายได้/เดือน	ความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า (ร้อยละ)						รวม
	สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 4-5 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	อื่นๆ	
น้อยกว่า 5,000 บาท	8 (8.1)	30 (23.6)	34 (77.3)	3 (9.4)	2 (2.4)	1 (6.7)	78 (19.5)
5,001 – 10,000 บาท	36 (36.4)	41 (32.3)	5 (11.4)	5 (15.6)	3 (3.6)	4 (26.7)	94 (23.5)
10,001 – 15,000 บาท	48 (48.5)	21 (16.5)	4 (9.1)	7 (21.9)	30 (36.1)	3 (20)	113 (28.25)
15,001 – 20,000 บาท	3 (3)	28 (22)	0 (0)	5 (15.6)	26 (31.3)	5 (33.3)	67 (16.75)
20,001 – 25,000 บาท	2 (2)	6 (4.7)	0 (0)	2 (6.3)	20 (24.1)	1 (6.7)	31 (7.75)
มากกว่า 25,001บาท	2 (2)	1 (0.8)	1 (2.3)	10 (31.3)	2 (2.4)	1 (6.7)	17 (4.25)
<b>รวม</b>	99 (100)	127 (100)	44 (100)	32 (100)	83 (100)	15 (100)	400 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

และเมื่อทำการพิจารณาจากกลุ่มอายุ จะพบว่า กลุ่มผู้มาใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และกลุ่มที่มีอายุ 20-25 ปี, 26-30 ปี และ 31-35 ปี จะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง สำหรับกลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี จะมีความถี่ในการเดินทางเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าประมาณเดือนละประมาณ 2-3 ครั้ง (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า

ช่วงอายุ	ความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า						รวม
	สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 4-5 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	อื่นๆ	
ต่ำกว่า 20 ปี	10 (10.1)	61 (48)	29 (65.9)	2 (6.2)	2 (2.4)	1 (6.7)	105 (26.25)
21 – 25 ปี	39 (39.4)	17 (13.4)	8 (18.2)	0 (0)	0 (0)	1 (6.7)	65 (16.25)
26 – 30 ปี	17 (17.2)	3 (2.4)	0 (0)	0 (0)	2 (2.4)	0 (0)	22 (5.5)
31 – 35 ปี	13 (13.1)	2 (1.6)	1 (2.2)	3 (9.4)	9 (10.8)	0 (0)	28 (7)
36 – 40 ปี	10 (10.1)	37 (29.1)	0 (0)	0 (0)	10 (12)	0 (0)	57 (14.25)
มากกว่า 40 ปี	10 (10.1)	7 (5.5)	6 (13.6)	27 (84.4)	60 (72.3)	13 (86.6)	123 (30.75)
รวม	99 (100)	127 (100)	44 (100)	32 (100)	83 (100)	15 (100)	400 (100)

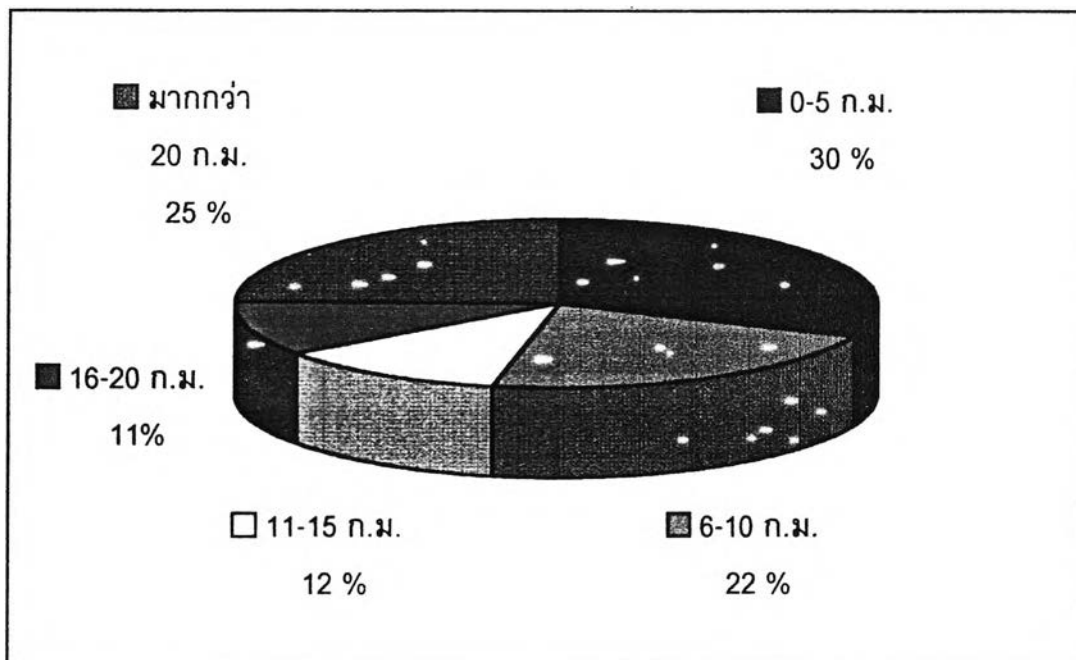
ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

จากพฤติกรรมการมีความถี่ของการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับรายได้และกลุ่มอายุ ดังนี้ กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าสูงจะเป็นผู้ที่มีมากกว่า 40 ปี อายุระหว่าง 20-25 ปี และอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งจะมีระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับอาชีพโดยส่วนใหญ่ที่เป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว วิทยากร และนักศึกษา และนอกจากนี้จะพบว่าอายุและระดับรายได้จะมีผลต่อความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าเช่นกัน คือ ผู้มาใช้บริการกลุ่มอายุที่มากและมีรายได้ต่อเดือนสูงนั้น จะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าที่น้อยกว่ากลุ่มประชากรที่อายุน้อยและมีระดับรายได้ต่อเดือนที่น้อยกว่า ทั้งนี้เนื่องจากประชากรที่มีระดับรายได้สูงและอายุมากนั้นย่อมมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานที่มากกว่ากลุ่มประชากรที่อายุน้อยจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชากรที่มีระดับรายได้สูงและระดับอายุมากมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์การค้าบ่อยครั้งลงไป

### 5.5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางกับความถี่ในการเดินทางเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า

จากการศึกษาพบว่าระยะทางในการเดินทางของผู้ใช้บริการมายังศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา นั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีระยะทางในการเดินทางในการเดินทางมาถึงศูนย์การค้า ประมาณ 0-5 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 31.25 ระยะทางที่รองลงมาในการเดินทางมาถึงศูนย์การค้า คือ มากกว่า 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 24.50 และในลำดับต่อไปคือระยะทางในการเดินทางมายังศูนย์การค้า ประมาณ 6-10 กิโลเมตร หรือร้อยละ 22 (แผนภูมิ 5.3)

แผนภูมิที่ 5.3 ระยะทางในการเดินทางของผู้ใช้บริการมายังศูนย์การค้า



และเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเดินทางมายังศูนย์การค้ากับระยะทางในการเดินทางมายังศูนย์การค้า นั้นมีความแตกต่างกันออกไปในลักษณะดังต่อไปนี้ โดยผู้บริการศูนย์การค้าที่มีระยะทางในการเดินทางประมาณ 0-5 และ 6-10 กิโลเมตรนั้นจะมีความถี่ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าประมาณสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง เนื่องจากระยะทางจากที่อยู่อาศัยมายังศูนย์การค้าไม่ไกลสามารถเดินทางมายังศูนย์การค้าได้บ่อยครั้ง ส่วนผู้ที่มาใช้บริการศูนย์การค้าที่มีระยะทางในการเดินทางประมาณ 16-20 กิโลเมตรนั้นจะมีความถี่ในการเดินทางประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และเดือนละ 2-3 ครั้ง สุดท้ายผู้ที่มาใช้บริการศูนย์การค้าที่มีระยะทางในการเดินทางมากกว่า 20 กิโลเมตรนั้นจะมีความถี่ในการเดินทางประมาณเดือนละ 2-3 ครั้ง (ตารางที่ 5.12) กล่าวได้ว่าระยะทางในการเดินทางจากบ้านมายังศูนย์การค้าของผู้ใช้บริการที่มีระยะทางใกล้ศูนย์การค้า นั้นจะมีความถี่ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าที่มากกว่าผู้บริการที่มีระยะทางในการเดินทางที่ไกลออกไป



ตารางที่ 5.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับระยะทางในการเดินทางมายังศูนย์การค้า

ความถี่	ระยะทางในการเดินทาง(กิโลเมตร)					รวม
	0-5 ก.ม.	6-10 ก.ม.	11-15 ก.ม.	16-20 ก.ม.	มากกว่า 20ก.ม.	
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	23 (18.4)	16 (18.2)	30 (63.8)	10 (23.8)	20 (20.4)	99 (24.75)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	45 (36)	55 (62.5)	17 (36.2)	0 (0)	10 (10.2)	127 (31.75)
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	38 (30.4)	6 (6.8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (11)
เดือนละ 1 ครั้ง	0 (0)	1 (1.1)	0 (0)	10 (23.8)	21 (21.4)	32 (8)
เดือนละ 2-3 ครั้ง	12 (9.6)	8 (9.1)	0 (0)	22 (52.4)	41 (41.8)	83 (20.75)
อื่นๆ	7 (5.6)	2 (2.3)	0 (0)	0 (0)	6 (6.1)	15 (3.75)
รวม	125 (100)	87 (100)	47 (100)	42 (100)	98 (100)	400 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

### 5.5.2 การกระจายของการเดินทาง (Trip Distribution)

การวิเคราะห์การกระจายตัวของการเดินทางเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปริมาณการเดินทางจากพื้นที่ต้นทางไปยังพื้นที่ปลายทาง โดยการพิจารณาลักษณะการเดินทางที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของการกระจายการเดินทางส่วนใหญ่ร้อยละ 85 เป็นการเดินทางที่พักอาศัยมายังศูนย์การค้า และที่เหลือร้อยละ 15 เป็นการเดินทางจากสถานที่ทำงานมายังศูนย์การค้า

นอกจากนี้ในแต่ละช่วงวันและเวลาของสัปดาห์นั้น จากการศึกษาจะพบว่า ผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันดังต่อไปนี้

- ในวันหยุดจะมีผู้มาใช้บริการในวันอาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือวันเสาร์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 36.50 และ 22.25 ตามลำดับ
- วันธรรมดา มีผู้มาใช้บริการในวันศุกร์มากที่สุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมาคือวันจันทร์ และวันพฤหัสบดี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.50 และ 20 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.13)

ตารางที่ 5.13 วันที่ผู้มาใช้บริการนิยมเดินทางมาศูนย์การค้า

วันราชการ	วัน	จำนวน	ร้อยละ
	จันทร์	82	20.5
	อังคาร	67	16.75
	พุธ	77	19.25
	พฤหัสบดี	80	20
	ศุกร์	94	23.5
วันหยุด	เสาร์	146	36.5
	อาทิตย์	165	41.25
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	89	22.25

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

#### 5.5.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่เดินทางมาศูนย์การค้ากับวันเวลาที่เข้าไปใช้บริการ และความสัมพันธ์ระหว่างวันกับเวลาที่เข้าไปใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้าโดยส่วนใหญ่แล้วจะเดินทางจากที่พักอาศัยมาใช้บริการยังศูนย์การค้าในวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยวันที่ประชาชนนิยมเดินทางมาใช้บริการมากที่สุด คือ วันอาทิตย์ รองลงมา คือ วันเสาร์ โดยช่วงเวลาที่ประชาชนนิยมเดินทางมายังศูนย์การค้ามากที่สุด คือ ช่วงเวลาประมาณ 12.00-16.00 น. และ ช่วงเวลาที่ประชาชนนิยมเดินทางมาใช้บริการรองลงมา คือ ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. ส่วนในวันราชการนั้นผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้านิยมเดินทางเข้ามาใช้บริการมากที่สุดในวันศุกร์ วันจันทร์ และวันพฤหัสบดี ตามลำดับ และช่วงเวลาที่ประชาชนนิยมเดินทางเข้ามาใช้บริการในวันธรรมดามากที่สุด คือ ช่วงเวลาประมาณ 16.00-20.00 น. และมีผู้ใช้บริการบางส่วนที่เดินทางจากที่ทำงานมาใช้บริการยังศูนย์การค้า ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการเดินทางมาในช่วงวันจันทร์ ถึง วันพฤหัสบดี ในช่วงเวลาประมาณ 12.00-13.00 น.(ตารางที่ 5.14 และ 5.15)

ตารางที่ 5.14 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่เดินทางมาศูนย์การค้ากับวันที่เข้าไปใช้บริการ

สถานที่เดินทาง	วันที่ใช้บริการ							
	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์	นักขัตฤกษ์
ที่พักอาศัย	62 (75.6)	60 (89.6)	59 (76.6)	66 (82.5)	63 (67)	109 (74.7)	142 (86.1)	73 (82)
ที่ทำงาน	20 (24.4)	7 (10.4)	18 (23.4)	14 (11.5)	31 (33)	37 (25.3)	23 (13.9)	16 (18)
รวม	82 (100)	67 (100)	77 (100)	80 (100)	94 (100)	146 (100)	165 (100)	89 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

ตารางที่ 5.15 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่เดินทางมาศูนย์การค้ากับเวลาที่เข้าไปใช้บริการ

สถานที่ เดินทาง	เวลาที่มาใช้บริการ							
	วันราชการ				วันหยุด			
	10-12 น.	12-16 น.	16-20 น.	หลัง 20 น.	10-12 น.	12-16 น.	16-20 น.	หลัง 20 น.
ที่พักอาศัย	32 (91.4)	86 (93.5)	166 (77.9)	61 (93.8)	55 (96.5)	133 (78.7)	109 (84.5)	43 (95.6)
ที่ทำงาน	3 (8.6)	6 (6.5)	47 (22.1)	4 (6.2)	2 (3.5)	36 (21.3)	20 (15.5)	2 (4.4)
รวม	35 (100)	92 (100)	213 (100)	65 (100)	57 (100)	169 (100)	129 (100)	45 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

และจากข้อมูลของการศึกษาจะเห็นว่าวันที่ผู้มาใช้บริการนิยมมาใช้บริการยังศูนย์การค้า นั้นจะเป็นช่วงวัน ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เนื่องจากเป็นช่วงวันสุดสัปดาห์และผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่สามารถซื้อสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกเนื่องจากไม่ต้องคำนึงถึงภารกิจหรืองานประจำที่ต้องปฏิบัติในวันต่อไป และ โดยช่วงเวลาแล้วจะเห็นว่าถ้าเป็นวันธรรมดานั้นช่วงเวลาที่ประชากรนิยมเดินทางมาใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงเวลาประมาณ 16.00-20.00 น. ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเลิกงานหรือเลิกเรียนของกลุ่มผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ แต่ถ้าเป็นวันเสาร์และอาทิตยนั้นช่วงเวลาที่ประชากรนิยมมาใช้บริการยังศูนย์การค้ามากที่สุด คือ ช่วงเวลา 12.00-16.00 น. และ รองลงมา คือ ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. เนื่องจากวันเสาร์ และวันอาทิตย์ นั้นเป็นวันหยุดของประชากรส่วนใหญ่ทำให้ประชากรสามารถเดินทางมาใช้บริการยังศูนย์การค้าได้ตลอดทั้งวัน รวมทั้งสะดวกต่อประชากรที่เดินทางมาใช้บริการจากต่างอำเภอหรือ ต่างจังหวัด เช่นกัน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้มาใช้บริการที่เดินทางจากที่พักอาศัยนั้นส่วนใหญ่นิยมเดินทางมายังศูนย์การค้าในวันอาทิตย์เนื่องจากเป็นวันหยุด ส่วนผู้ที่เดินทางมาจากที่ทำงานมายังศูนย์การค้า นั้นส่วนมากจะเดินทางมาในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ส่วนในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัน และ เวลา ที่ผู้มาใช้บริการศูนย์การค้านิยมเดินทางมา คือ ในช่วงวันธรรมดา ประชาชนนิยมมาใช้บริการในช่วงเวลา 16.00-20.00 น. โดยเฉพาะในช่วงเย็นวันศุกร์จะมีประชากรเดินทางมาใช้บริการมากกว่าวันธรรมดาวันอื่นส่งผลให้เกิดปริมาณการจราจรที่หนาแน่นในบริเวณศูนย์การค้าและบริเวณข้างเคียง ส่วนในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์นั้น ประชาชนนิยมเดินทางมาในช่วงเวลา 12.00-16.00 น. และ รองลงมา คือ ช่วงเวลา 16.00-20.00 น.(ตารางที่ 5.16)

ตารางที่ 5.16 ความสัมพันธ์ระหว่างวัน และ เวลา ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า

เวลาที่มาใช้บริการ	วันที่มาใช้บริการ							
	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์	นักขัตฤกษ์
10-12 น.	7 (8.5)	6 (8.9)	8 (10.4)	3 (3.7)	6 (6.4)	28 (19.2)	19 (11.5)	10 (11.2)
12-16 น.	17 (20.7)	20 (29.9)	22 (28.6)	26 (32.5)	7 (7.4)	28 (19.2)	91 (55.2)	50 (56.2)
16-20 น.	37 (45.1)	25 (37.3)	30 (38.9)	45 (56.3)	76 (80.8)	64 (43.8)	42 (25.4)	23 (25.8)
หลัง 20 น.	21 (25.6)	16 (23.9)	17 (22.1)	6 (7.5)	5 (5.4)	26 (17.8)	13 (7.9)	6 (6.7)
รวม	82 (100)	67 (100)	77 (100)	80 (100)	94 (100)	146 (100)	165 (100)	89 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

### 5.5.3 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Mode of Transportation)

จากการศึกษาเพื่อนำมาวิเคราะห์วิธีการเดินทางมายังศูนย์การค้าของผู้มาใช้บริการนั้น พบว่าผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะเดินทางมายังศูนย์การค้าโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา ได้แก่ การเดินทางโดยรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 24 และ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 17.75 ส่วนการเดินทางประเภทรถรับจ้างนั้นมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 4.75 จากข้อมูลของการศึกษาจะเห็นว่าการเดินทางมายังศูนย์การค้าโดยรถยนต์ส่วนตัวนั้นมีมากที่สุดเนื่องจากศูนย์การค้าของเทศบาลนครนครราชสีมาบางแห่งเป็นศูนย์การค้าแบบร้านค้าส่วนลด (Discount Store) ดังนั้นประชาชนที่มาซื้อสินค้าและบริการจะนิยมมาซื้อที่ละหลายๆ โดยจะนำไปขายต่อ หรือเก็บไว้ใช้เอง ทำให้ประชาชนนิยมที่จะใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมายังศูนย์การค้า และนอกจากนี้ยังมีประชากรที่เดินทางมาใช้บริการที่มีที่พักอาศัยอยู่ยังอำเภอรอบนอกและต่างจังหวัด ดังนั้นการที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจะเกิดความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการยังศูนย์การค้ามากที่สุด ส่วนประชากรที่มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลและพื้นที่ต่อเนื่องที่มีโครงข่ายของรถยนต์โดยสารสาธารณะครอบคลุมนั้นบางส่วนก็นิยมเดินทางมายังศูนย์การค้าโดยรถโดยสารประจำทาง โดยเฉพาะกลุ่มผู้มาใช้บริการที่เป็นนักเรียนนักศึกษาและผู้เริ่มทำงานใหม่ๆ (ตารางที่ 5.17)

ตารางที่ 5.17 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาศูนย์การค้า

ประเภทพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
เดินเท้า	0	0
รถจักรยานยนต์	71	17.75
รถยนต์ส่วนตัว	204	51
รถรับจ้าง	19	4.75
รถประจำทาง	96	24
อื่นๆ	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

#### 5.5.4 การจำแนกเส้นทางการเดินทาง (Trip Assignment)

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า พบว่า โดยภาพรวมแล้วศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครราชสีมานั้นมีรัศมีการให้บริการที่กว้างไกลกว่า 20 กิโลเมตร เนื่องจากผู้ใช้บริการยังศูนย์การค้าบางส่วนนั้นเดินทางมาใช้บริการจากจังหวัดอื่นๆข้างเคียง แต่ผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาและพื้นที่ข้างเคียงโดยรอบ ที่มีรัศมีการให้บริการโดยประมาณ 0-20 กิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 75.5 ของระยะทางทั้งหมดที่ผู้ใช้บริการเดินทางมาใช้บริการ

##### 5.5.4.1 ระยะเวลาเดินทางมาใช้บริการศูนย์การค้า

เมื่อพิจารณาจากเวลาที่ประชาชนเดินทางมาใช้บริการยังศูนย์การค้า นั้น พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าโดยส่วนมากนั้นใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 15-30 นาที หรือ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาเป็นการใช้เวลาในการเดินทางประมาณไม่เกิน 15 นาที หรือ คิดเป็นร้อยละ 28.75 และใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 30-45 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.75 และ จากตารางที่ 5.24 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ผู้มาใช้บริการยังศูนย์การค้ามากกว่าร้อยละ 60 ใช้เวลาในการเดินทางมายังศูนย์การค้าไม่เกิน 30 นาที ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังศูนย์การค้า นั้นคือ ผู้ที่ใช้บริการยังศูนย์การค้า นั้นมากกว่า ร้อยละ 50 ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมายังศูนย์การค้า และยังสัมพันธ์กับระยะทางที่ผู้มาใช้บริการเดินทางมาศูนย์การค้า คือ ร้อยละ 52 จะมีระยะทางเดินทางมาศูนย์การค้าประมาณ 0 - 10 กิโลเมตร

ตารางที่ 5.18 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาศูนย์การค้า

ระยะเวลาในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	115	28.75
15 – 30 นาที	160	40
30 –45 นาที	51	12.75
45 – 60 นาที	36	9
มากกว่า 60 นาที	38	9.50
รวม	400	100

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

#### 5.5.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางกับระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการเดินทางมาศูนย์การค้า

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางในการเดินทางมายังศูนย์การค้า กับ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางนั้น พบว่า ผู้มาใช้บริการที่ใช้เวลาในการเดินทางน้อยกว่า 30 นาที นั้นส่วนมากจะเป็นผู้มาใช้บริการที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาและพื้นที่ใกล้เคียง กล่าวคือ จะมีระยะทางในการเดินทางประมาณ 0-10 กิโลเมตร และสำหรับผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าที่ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 30-45 นาที หรือ มากกว่า จะมีระยะทางในการเดินทางมากกว่า 20 กิโลเมตร และเป็นผู้ใช้บริการที่มาจากอำเภอที่อยู่โดยรอบและจังหวัดข้างเคียง (ตารางที่ 5.19)

ตารางที่ 5.19 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะทาง กับ ระยะเวลา ที่ใช้ในการเดินทางมาศูนย์การค้า

ระยะเวลา	ระยะทาง(กิโลเมตร)					รวม
	0-5 ก.ม.	6-10 ก.ม.	11-15 ก.ม.	16-20 ก.ม.	20 ก.ม.ขึ้นไป	
น้อยกว่า15นาที	87 (75.7)	22 (19.1)	6 (5.2)	0 (0)	0 (0)	115 (100)
15-30 นาที	38 (23.7)	61 (38.1)	35 (21.9)	26 (16.3)	0 (0)	160 (100)
30-45 นาที	0 (0)	5 (9.8)	6 (11.8)	13 (25.5)	27 (52.9)	51 (100)
45-60 นาที	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (8.3)	33 (91.7)	36 (100)
มากกว่า60นาที	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	38 (100)	38 (100)
รวม	125 (31.25)	88 (22)	47 (11.25)	42 (10.5)	98 (24.5)	400 (100)

ที่มา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง

### 5.5.4.3 ลำดับของศูนย์การค้าที่ผู้ใช้บริการเดินทางมาใช้บริการ

ศูนย์การค้าที่มีอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาสามารถแบ่งระดับหรือจำแนกตามลำดับศักยภาพของศูนย์การค้าออกได้ดังนี้

- ศูนย์การค้าในระดับภูมิภาค เป็นศูนย์การค้าที่ให้บริการประชาชนประมาณ 80,000-100,000 คน มีพื้นที่ศูนย์การค้า 50,000-100,000 ตารางเมตร มีสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าถาวร ตั้งอยู่บนถนนสายประธาน มีร้านค้าย่อยประมาณ 40-80 ร้าน ซึ่งศูนย์การค้าในระดับนี้ ได้แก่ เดอะมอลล์ สาขานครราชสีมา โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ แมคโคร
- ศูนย์การค้าในระดับชุมชน เป็นศูนย์การค้าที่ประกอบด้วยร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไป และห้างสรรพสินค้า โดยที่ตั้งของศูนย์การค้าจะตั้งอยู่ใกล้กับทางแยก หรือ ถนนสายหลักของเมือง ให้บริการประชากรประมาณ 30,000-80,000 คน มีพื้นที่ศูนย์การค้าประมาณ 20,000-50,000 ตารางเมตร ซึ่งศูนย์การค้าในระดับนี้ ได้แก่ คลังปลาซ่า

จากการลำดับศักยภาพของศูนย์การค้าโดยการใช้พื้นที่ขาย จำนวนและประเภทสินค้า และระยะทางในการเดินทางมาใช้บริการศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครราชสีมา นั้น จะเห็นได้ว่าศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นใหม่ในเขตเทศบาลนครราชสีมา นั้นแทบทุกแห่งมีที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนมิตรภาพ - หนองคาย ทั้งหมดยกเว้น ห้างสรรพสินค้าคลังปลาซ่า ที่มีที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองเนื่องจากเป็นศูนย์การค้าในยุคแรกของเมือง และพบว่าไม่มีศูนย์การค้าใดในเขตเทศบาลนครราชสีมาที่ถูกจัดอยู่ในลำดับศักยภาพเป็นศูนย์การค้าระดับละแวกบ้านหรือศูนย์การค้าท้องถิ่น เนื่องจากการกระจายตัวของร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ตที่ดำเนินการโดยคนท้องถิ่นเองซึ่งได้กระจายอยู่โดยทั่วไปในชุมชน จึงสามารถรองรับความต้องการสินค้าและบริการบางประเภทของชุมชนได้อย่างเพียงพอ และจากการขยายตัวของศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครราชสีมา นั้นทำให้ศูนย์การค้าเริ่มขยายตัวจากศูนย์กลางเมืองออกมาตั้งอยู่ริมถนนมิตรภาพซึ่งเป็นย่านการค้าที่มีการขยายตัวออกมาตามเส้นทางถนน ทำให้ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นใหม่มีขนาดใหญ่สามารถรองรับจำนวนประชากรที่เข้ามาใช้บริการได้มาก และ มีสินค้าและบริการหลากหลายประเภท ทำให้มีประชากรเดินทางมาจากทุกทิศทุกทางเพื่อมาใช้บริการศูนย์การค้า

### 5.5.4.4 เขตอิทธิพลของศูนย์การค้า

#### 1. ศูนย์การค้าเดอะมอลล์

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามพบว่าผู้ที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าเดอะมอลล์มีมีระยะทางในการเดินทางดังนี้

ตาราง 5.20 ระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์

ระยะทาง	จำนวน	ร้อยละ
● 0 – 5 กิโลเมตร	23	25
● 6 – 10 กิโลเมตร	16	18
● 11 – 15 กิโลเมตร	17	19
● 16 – 20 กิโลเมตร	14	15
● มากกว่า 20 กิโลเมตร	20	23
รวม	90	100

ที่มา จากการสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์จำนวน 90 ตัวอย่าง

จากตาราง 5.20 พบว่าระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ 0-5 กิโลเมตร และมากกว่า 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 25 และ 23 ตามลำดับ คือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลและใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ดังแผนที่ 5.4

## 2. ศูนย์การค้าคลังพลาซ่า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามพบว่าผู้ที่ใช้บริการยังศูนย์การค้าคลังพลาซ่ามีระยะทางในการเดินทางดังนี้

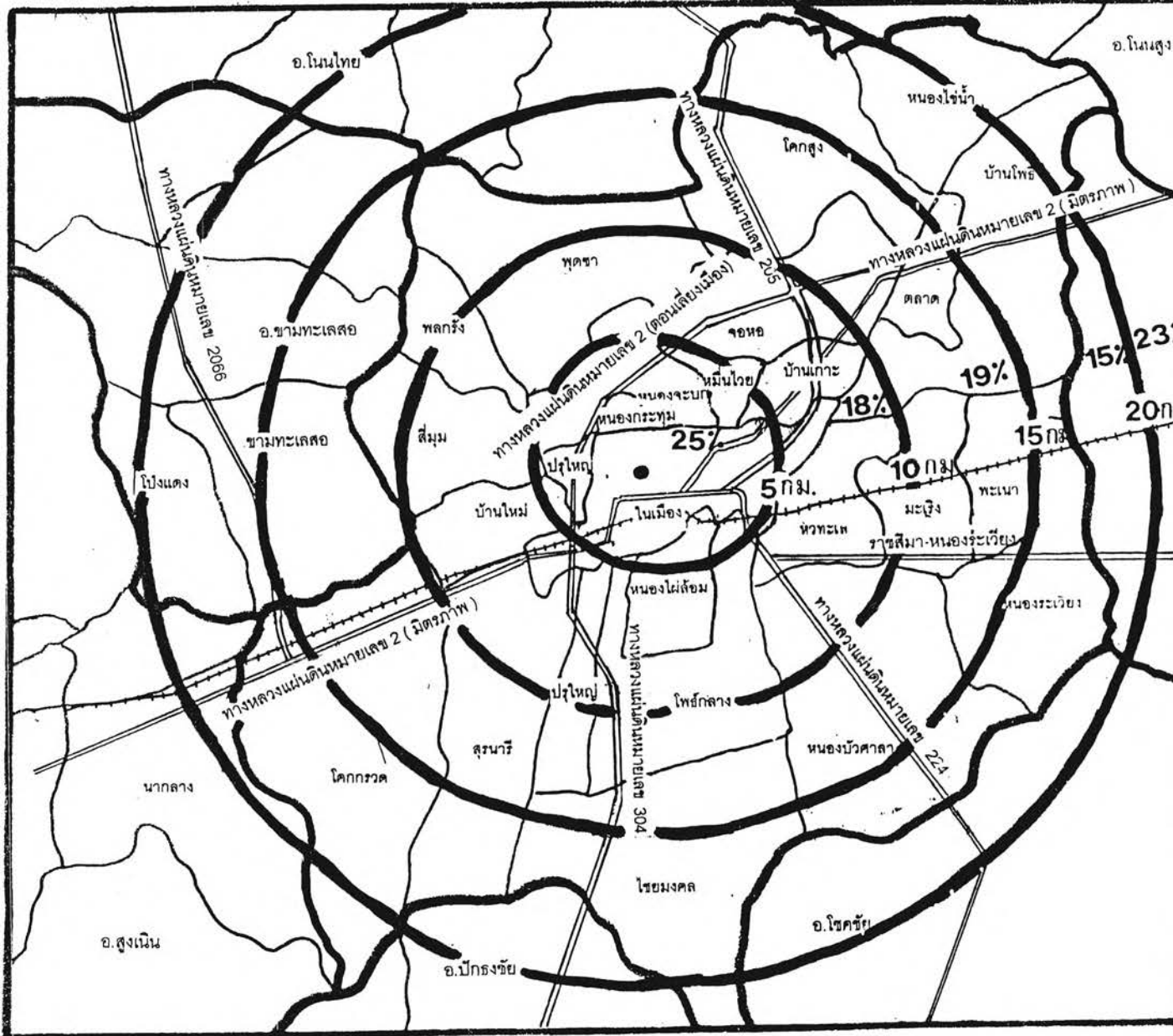
ตาราง 5.21 ระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าคลังพลาซ่า

ระยะทาง	จำนวน	ร้อยละ
● 0 – 5 กิโลเมตร	20	34
● 6 – 10 กิโลเมตร	31	52
● 11 – 15 กิโลเมตร	9	14
● 16 – 20 กิโลเมตร	0	0
● มากกว่า 20 กิโลเมตร	0	0
รวม	60	100

ที่มา จากการสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าคลังพลาซ่าจำนวน 60 ตัวอย่าง







จากตาราง 5.21 พบว่าระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ 0-5 กิโลเมตร และ 6-10 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 52 และ 34 ตามลำดับ คือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาเป็นส่วนใหญ่ดังแผนที่ 5.5

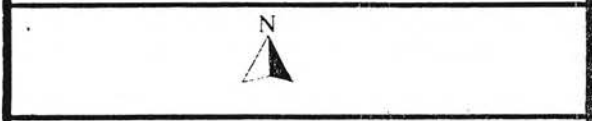




อิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดิน  
 ของเทศบาลนครนครราชสีมา  
 แผนที่ 5:4 แผนที่เขตอิทธิพล (รัศมี) การให้บริการ  
 ของศูนย์การค้า : เดอะมอลล์

สัญลักษณ์

-  เขตตำบล
-  เขตอำเภอ
-  ถนน
-  ทางรถไฟ
-  ที่ตั้งศูนย์การค้า
-  รัศมีการให้บริการ



159  
 1: 250,000

### 3. ศูนย์การค้าบีกันซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามพบว่าผู้ที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าบีกันซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีระยะทางในการเดินทางดังนี้

ตาราง 5.22 ระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าบีกันซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

ระยะทาง	จำนวน	ร้อยละ
● 0 – 5 กิโลเมตร	38	48
● 6 – 10 กิโลเมตร	21	26
● 11 – 15 กิโลเมตร	8	10
● 16 – 20 กิโลเมตร	2	3
● มากกว่า 20 กิโลเมตร	11	13
รวม	80	100

ที่มา จากการสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าบีกันซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์จำนวน 80 ตัวอย่าง

จากตาราง 5.22 พบว่าระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ 0-5 กิโลเมตร และ 6-10 กิโลเมตรคิดเป็นร้อยละ 48 และ 26 ตามลำดับ และมากกว่า 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 13 คือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลและใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ดังแผนที่ 5.6

### 4. ศูนย์การค้าโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามพบว่าผู้ที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีระยะทางในการเดินทางดังนี้

ตาราง 5.23 ระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์

ระยะทาง	จำนวน	ร้อยละ
● 0 – 5 กิโลเมตร	20	25
● 6 – 10 กิโลเมตร	14	18
● 11 – 15 กิโลเมตร	13	16
● 16 – 20 กิโลเมตร	15	19
● มากกว่า 20 กิโลเมตร	18	23
รวม	80	100

ที่มา จากการสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์จำนวน 80 ตัวอย่าง



จากตาราง 5.23 พบว่าระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ 0-5 กิโลเมตร และ มากกว่า 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 25 และ 23 ตามลำดับ คือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลและอำเภอใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ดังแผนที่ 5.7

## 5. ศูนย์การค้าแมคโคร

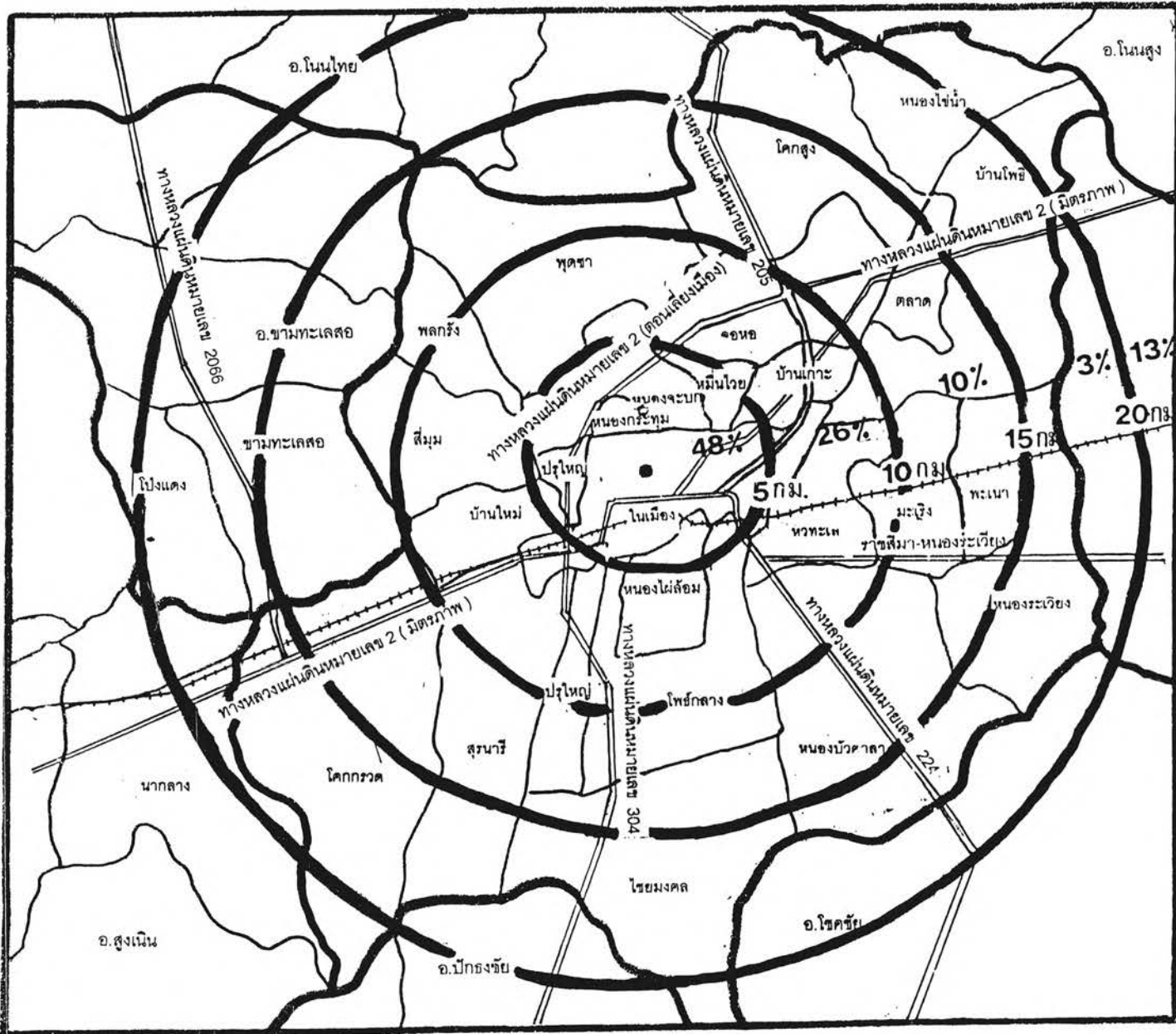
จากการสำรวจโดยแบบสอบถามพบว่าผู้ที่มาใช้บริการยังศูนย์การค้าแมคโครมีระยะทางในการเดินทางดังนี้

ตาราง 5.24 ระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าของผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าแมคโคร

ระยะทาง	จำนวน	ร้อยละ
● 0 – 5 กิโลเมตร	24	27
● 6 – 10 กิโลเมตร	8	9
● 11 – 15 กิโลเมตร	7	8
● 16 – 20 กิโลเมตร	11	12
● มากกว่า 20 กิโลเมตร	40	44
รวม	90	100

ที่มา จากการสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าแมคโครจำนวน 90 ตัวอย่าง

จากตาราง 5.24 พบว่าระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ 0-5 กิโลเมตร และ มากกว่า 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 27 และ 44 ตามลำดับ คือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลและอำเภอใกล้เคียงและจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ดังแผนที่ 5.8



อิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดิน  
 ของเทศบาลนครนครราชสีมา  
 แผนที่ 5.6 แผนที่เขตอิทธิพล (รัศมี) การให้บริการ  
 ของศูนย์การค้า : บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

- สัญลักษณ์
-  เขตตำบล
  -  เขตอำเภอ
  -  ถนน
  -  ทางรถไฟ
  -  ที่ตั้งศูนย์การค้า
  -  รัศมีการให้บริการ



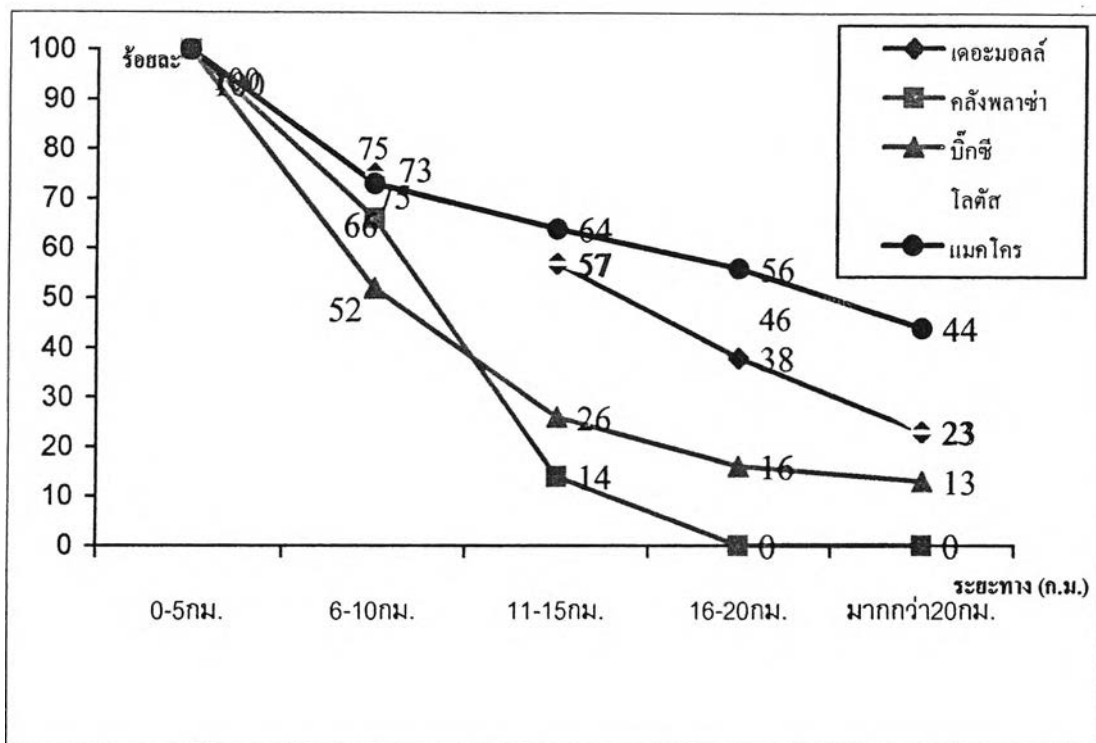
มาตราส่วน 1 : 250,000







แผนภูมิที่ 5.4 แสดงเขตอิทธิพล(รัศมี)การให้บริการของศูนย์การค้าในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา



ที่มา จากแบบสอบถามผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าจำนวน 400 ตัวอย่าง

## 5.6 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการใช้ที่ดินของเทศบาลนครนครราชสีมา นั้น ได้ใช้วิธีการตั้งสมมติฐานของการศึกษาไว้ว่า ศูนย์การค้าก่อให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้า จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของที่ดินที่อยู่โดยรอบศูนย์การค้า 400 ตัวอย่าง พบว่าศูนย์การค้าก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการใช้ที่ดินโดยรอบศูนย์การค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัย โดยจากการสำรวจโดยรอบศูนย์การค้าพบว่ามีการค้าที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้าเกิดขึ้นมาเพื่อให้บริการกับผู้มาใช้บริการศูนย์การค้าหรือคนที่ทำงานในศูนย์การค้า เช่น ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย รวมไปถึงถึงพลาซ่าที่เป็นที่ขายสินค้า และนอกจากการเปลี่ยนแปลงในด้านการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว จากการศึกษาและสำรวจยังพบว่าในพื้นที่บางส่วนของเทศบาล เช่นบริเวณย่านประตูชัย ณรงค์ ศาลหลักเมือง ถนนจอมพล มีการลดลงของร้านค้ารวมไปถึงพื้นที่พาณิชยกรรมบางส่วน

ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัยนั้นในการศึกษารั้งนี้มีการตั้งสมมติฐานในการศึกษาไว้ว่า ศูนย์การค้ามีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครราชสีมา และจากการสำรวจ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่พักอาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ทาวเฮาส์ อพาร์ทเมนต์ในเขตเทศบาล โดยผู้ที่พักอาศัยได้ให้ความเห็นว่าศูนย์การค้ามีผลต่อการตัดสินใจเพราะสาเหตุหลักๆคือ ศูนย์การค้าเป็นแหล่งซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค และยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ



ซึ่งในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้านั้นย่อมเป็นสาเหตุของการเพิ่มขึ้นของการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัย และจากการเพิ่มขึ้นของพื้นที่พาณิชย์กรรมและที่พักอาศัยนั้นได้ทำให้การใช้ที่ดินประเภทที่ว่างลดลงไป จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของที่ดินในเรื่องของการใช้ที่ดินก่อนและหลังการมีศูนย์การค้า พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากที่ว่างมาเป็นพาณิชย์กรรมหรือที่พักอาศัย หรือมีการเปลี่ยนแปลงจากที่พักอาศัยมาเป็นพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนมาก โดยพื้นที่บริเวณรอบศูนย์การค้าเดอะมอลล์และโลตัสจะมีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้า ในบริเวณริมถนนมิตรภาพ ถนนสุขุมมนตรี ถนนสีหิรี โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นของที่พักอาศัยและการเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นพาณิชย์กรรม ในรูปแบบของอพาร์ทเมนต์ บ้านจัดสรร และอาคารพาณิชย์ และในบริเวณโดยรอบศูนย์การค้าบิ๊กซีและแมคโครนั้นมีการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างเช่นกันทั้งในเรื่องของการเพิ่มปริมาณและความหนาแน่นในบริเวณถนนมหาธาตุ ถนนช้างเผือก ถนน30 กันยายนไปจนบรรจบกับถนนสุรนารายณ์ โดยการเพิ่มขึ้นของอาคารและสิ่งก่อสร้างจะเกิดในบริเวณที่แต่ก่อนเป็นที่ว่างเปล่าและได้พัฒนามาเป็นที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ หรือแม้กระทั่งอาคารสูง และสุดท้ายคือบริเวณศูนย์การค้าคลังพลาซ่าซึ่งอยู่กลางเมืองนั้น การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจะอยู่ในรูปของการเปลี่ยนแปลงประเภทการใช้ประโยชน์จากอาคารและสิ่งก่อสร้างเดิมที่มีอยู่มากกว่าการสร้างขึ้นใหม่ของอาคารและสิ่งก่อสร้าง เพราะในบริเวณนี้เป็นบริเวณที่มีการใช้ที่ดินที่หนาแน่นมากอยู่แล้ว ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินจะอยู่ในรูปของการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากอาคารและสิ่งก่อสร้างเพื่อให้มีความสอดคล้องกับศูนย์การค้าที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งจะปรากฏในถนนสุรนารี ถนนราชดำเนิน ถนนชุมพล ถนนจอมสุรางค์ยาตร์ เป็นต้น

ในส่วนของพฤติกรรมการเดินทางมาใช้บริการยังศูนย์การค้าของผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่ร้อยละ 53.25 เป็นผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลที่เลือกเดินทางมาจากอำเภอโดยรอบและจังหวัดข้างเคียง ซึ่งสัมพันธ์กับความถี่และระยะทางที่เดินทางมาศูนย์การค้าคือผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการเดินทางมาศูนย์การค้ามากจะเป็นผู้ที่มีระยะทางในการเดินทางไม่ไกลมากนักซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่พักอาศัยในเขตเทศบาล ส่วนผู้ที่อยู่อำเภอรอบนอกและจังหวัดข้างเคียงมีความถี่ในการเดินทางที่ลดลงไป และการเดินทางมาใช้บริการยังศูนย์การค้าที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 85 เดินทางมาจากที่พักอาศัยและวันที่ยอมมาศูนย์การค้าคือวันเสาร์-อาทิตย์ ในเวลา 12.00-16.00น. และวันศุกร์ เวลา16.00-20.00น. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ร้อยละ 51 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และรถโดยสารประจำทางร้อยละ 24 ซึ่งมีผลให้ปริมาณการจราจรโดยรอบศูนย์การค้าเพิ่มขึ้น และระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ร้อยละ 40 อยู่ที่ 15-30 นาที และใช้เวลาไม่เกิน 15 นาทีร้อยละ 28.75 ซึ่งระยะเวลาจะสัมพันธ์กับระยะทางในการเดินทางมาศูนย์การค้าคือ ผู้ที่ใช้เวลาเดินทางน้อยกว่า 15 นาทีจะเป็นผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาล ระยะทาง15-30 นาทีเป็นผู้ที่เดินทางมาจากพื้นที่โดยรอบในระยะเวลาที่ไม่เกิน 10 ก.ม. และถ้าใช้เวลาในการเดินทางมากกว่า 30 นาทีจะเป็นผู้ที่มาจากอำเภอรอบนอกหรือจากจังหวัดข้างเคียงที่มีระยะทางในการเดินทางมากกว่า 20 ก.ม.