บทที่ 6
บทสรุป

การศึกษา "บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง กรณีศึกษา : พัฒนาการในพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้ศึกษาถึงแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สภาพทั่วไป พัฒนาการและรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านเหนือ การวิเคราะห์ผลกระทบและปัญหาของศูนย์การค้าชานเมืองย่านรังสิต ในบทนี้จึงนำข้อมูลข้างต้นมาสรุปถึงบทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง รวมทั้งเสนอแนะการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นในพื้นที่และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาตามมาในอนาคต

6.1 สรุปบทบาทศูนย์การค้าชานเมือง

การขยายตัวของกรุงเทพมหานครได้เริ่มตั้งแต่ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (ปี 2505-2509) ถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (ปี 2535-2539) กรุงเทพมหานครมีการขยายตัวของพื้นที่เมืองและการใช้ที่ดินเพิ่มขึ้นในเขตเมืองชั้นในและชั้นกลาง โดยเฉพาะการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมที่เกาะตัวตามถนนสายสำคัญจนเต็มพื้นที่ ต่อมาเมื่อเมืองเริ่มขยายตัวตามเส้นทางคมนาคมออกสู่พื้นที่ชานเมือง ในด้านทิศตะวันตก ได้แก่ ถนนพระราม 2 เพชรเกษม ปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ด้านทิศเหนือได้แก่ ถนนพหลโยธิน วิภาวดีรังสิต ด้านทิศตะวันออก ได้แก่ ถนนรามคำแหง ถนนรามอินทรา ด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ถนนศรีนครินทร์

จากการขยายตัวของกรุงเทพมหานครมาทางด้านทิศเหนือนั้น ได้เริ่มจากการขยายตัวของพื้นที่พักอาศัยและย่านพาณิชยกรรมชานเมืองตามถนนวิภาวดีรังสิตและถนนพหลโยธินซึ่งเป็นถนนสายหลักเข้าสู่พื้นที่ย่านรังสิต โดยมีการขยายตัวของบ้านจัดสรร,โรงงานอุตสาหกรรมและอาคารพาณิชย์เกาะตัวตามถนนสายสำคัญของจังหวัด ได้แก่ ถนนรังสิต-นครนายก (305), ถนนรังสิต-บางพูน(346) และถนนพหลโยธิน-ลำลูกกา (3312)

จะเห็นได้ว่า การขยายตัวของเมืองนั้นจะขยายตัวตามเส้นทางคมนาคมเป็นหลัก จากพื้นที่ในเมืองออกสู่พื้นที่ชานเมืองซึ่งเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองกับชนบท และมีรูปแบบการใช้ที่ดินที่มีความหลากหลายซึ่งการใช้ที่ดินส่วนใหญ่ยังคงเป็นการใช้ที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ต่อมามีการขยายตัวของย่านพักอาศัย ,พาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมเข้ามาในพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันพบว่า เมื่อเมืองมีการขยายตัวพื้นที่พาณิชยกรรมมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเกาะกลุ่มตามถนนสายหลักและถนนสายที่ตัดกัน ศูนย์การค้าชานเมืองจึงเกิดขึ้นและขยายตัวมากต่อเนื่องจากแหล่งพาณิชยกรรมของเมืองนั้น และจะพบว่าศูนย์การค้านั้นจะอยู่ใกล้กับแหล่งพาณิชยกรรมเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ สาเหตุหนึ่งของการเกิดศูนย์การค้าชานเมืองก็เนื่องมาจากพื้นที่ในเมืองเกิดความแออัดของพื้นที่ชั้นใน ,ประชากรเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ,ปัญหาสภาพแวดล้อมและปัญหาการจราจรติดขัด ฯลฯ และจากการใช้ชีวิต

ของคนในเมืองที่ขึ้นกับเวลาและการเดินทาง ทำให้ต้องการศูนย์การค้าซึ่งมีสินค้าประเภทต่าง ๆ ครบถ้วน และจากภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวทำให้เกิดการเพิ่มการจ้างงานและความสามารถในการจับจ่ายศูนย์การค้าใหม่จึงเกิดขึ้นบริเวณชานเมืองมากขึ้น ทำให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยโดยไม่ต้องเดินทางเข้ามาในเมือง อีกทั้งชานเมืองยังมีพื้นที่กว้างขวาง เหมาะแก่การขยายตัวของกิจกรรมต่างๆ เป็นบริเวณที่มีที่ว่างให้เลือกได้มากกว่าเขตอื่นๆ ของเมือง โครงข่ายคมนาคมที่ทันสมัย ราคาที่ดินถูกกว่าในเมืองและมีการเพิ่มขึ้นของประชากรและที่อยู่อาศัย โดยศูนย์การค้าชานเมืองมักตั้งอยู่ฝั่งซ้ายของถนนที่ออกนอกเมือง ศูนย์การค้าเหล่านี้จะมีขนาดใหญ่ ครบวงจร มีการตกแต่งภายในศูนย์การค้าที่ทันสมัย ศูนย์การค้าชานเมืองที่พบในปัจจุบัน ได้แก่ ศูนย์การค้าชานเมืองย่านบางนา-ตราด ,ย่านแจ้งวัฒนะ-งามวงศ์วาน,และย่านรังสิต เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดศูนย์การค้าชานเมือง

- **ปัจจัยทางกายภาพ**

  - ระบบคมนาคม เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างการใช้ที่ดินและกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่

  - ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็น เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์

  - ความสะดวกในการเข้าถึง หมายถึง ความสะดวกของลูกค้าในการเดินทางไปใช้บริการยังร้านค้า ได้แก่ ความใกล้ไกลจากถนนสายหลัก วิธีการเข้าสู่ร้านค้า ที่จอดรถ

- **ปัจจัยทางเศรษฐกิจ**

  - ราคาที่ดิน บริเวณที่สะดวกแก่การเข้าถึงจะมีราคาที่ดินสูง

  - ค่าเช่า จะแตกต่างตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า

  - เงินลงทุน ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนมาก สามารถจะกว้านซื้อที่ดินที่มีทำเลเหมาะสม มาดำเนินกิจการต่างๆได้

  - ผลตอบแทน (ผลประโยชน์) มีส่วนในการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบกิจการค้า

  - ความเกี่ยวข้องกันเชิงแข่งขันหรือส่งเสริมกัน ร้านค้าจะอยู่รวมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน ลักษณะช่วยเหลือกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบ การให้บริการกับลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าและบริการประเภทเดียวกัน

- **ปัจจัยทางสังคม**

  - ประชากร การเพิ่มขึ้นของประชากรทั้งโดยธรรมชาติและการอพยพเป็นปัจจัยที่มีผลกับที่ตั้งของกิจกรรมการค้า

  - ลักษณะประชากร เช่น ทำเลที่อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัย จะสามารถขายสินค้าและบริการได้มาก

  - ความปลอดภัย ทำเลที่มีความเสี่ยงในเรื่องของโจร ผู้ร้ายน้อยผู้ประกอบการจะเข้าไปดำเนินการมากกว่าย่านที่มีความเสี่ยงสูง

จากการศึกษา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (บทที่ 2) และ สภาพพื้นที่ศึกษา (บทที่3) ทำให้สามารถสรุปปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้จังหวัดปทุมธานี มีความเหมาะสมต่อการเติบโตของศูนย์การค้าชานเมือง ดังนี้

- มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม สามารถเชื่อมโยงกับเขตชั้นในและจังหวัดรอบนอกได้ เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่จะเข้าสู่กรุงเทพมหานครทางด้านเหนือและเป็นประตูออกสู่พื้นที่ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบกับมีการพัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมที่ทันสมัย เช่น ถนนวงแหวนรอบนอก(ฝั่งตะวันออก) ,การขยายช่องทางจราจรเพื่อให้การคมนาคมในพื้นที่สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

- ราคาที่ดิน เนื่องจากมีการขยายตัวของธุรกิจการลงทุน ซึ่งส่งผลให้เกิดการกว้านซื้อที่ดินเพื่อจะเก็งกำไรหรือลงทุนเป็นจำนวนมาก เช่น ในพื้นที่เทศบาลตำบลประชาธิปัตย์ และเทศบาลเมืองคูคต ราคาที่ดินบริเวณที่ติดถนนพหลโยธิน ซึ่งมีการเข้าถึงสะดวกและใกล้กับกรุงเทพมหานครและมีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2537 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ราคาที่ดินเพิ่มขึ้น 1-2 เท่าตัวในปี 2539 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่ดินในเมืองแล้วก็พบว่ามีราคาถูกกว่ามาก

- ความเกี่ยวข้องเชิงแข่งขันหรือส่งเสริมกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันจะเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกัน เช่น ย่านรังสิตจะมีการกระจุกตัวของกิจการประเภทประดับยนต์ ซ่อมเครื่องยนต์ เป็นจำนวนมากในบริเวณริมถนนพหลโยธิน ใกล้กับที่ตั้งศูนย์การค้าและตลาดสด ซึ่งจะมีประชาชนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก นอกจากนั้นจะมีร้านค้าที่ไม่พบในห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ เช่น ร้านถ่ายรูป ร้านตัดผม ร้านขายทอง เป็นต้น

- การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโดยธรรมชาติและการอพยพเข้า-ออก ในปี 2535-2539 จังหวัดปทุมธานีมีความหนาแน่นของประชากรเพิ่มขึ้น 13.69% เพิ่มมากขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดปริมณฑลและมีอัตราการอพยพในปี 2539 ร้อยละ 39.09 ส่วนหนึ่งของประชากรที่เพิ่มจากการอพยพเข้าจะเป็นแรงงาน และผู้อยู่อาศัยตามหมู่บ้านจัดสรรที่เกิดขึ้นใหม่ในพื้นที่ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งจำนวนประชากรนี้ส่งผลให้ประชากรโดยรวมของจังหวัดเพิ่มมากขึ้นและส่วนหนึ่งของประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้เป็นผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าย่านรังสิต

- ลักษณะของประชากรจะมีส่วนสำคัญต่อการประกอบกิจกรรมการค้า เช่น ศูนย์การค้าจะตั้งอยู่ใกล้กับสถาบันการศึกษาต่างๆสถานที่ราชการซึ่งถือว่าสถาบันการศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานีเป็นศูนย์กลางการศึกษาที่สำคัญของภาคกรุงเทพและปริมณฑล โดยเป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาหลายระดับในพื้นที่ ทั้งระดับมัธยม อุดมศึกษา ระดับประเทศและระดับนานาชาติ ซึ่งทำให้นิสิตนักศึกษา บุคลากรต่างๆ เป็นผู้ใช้บริการศูนย์การค้าได้ส่วนหนึ่ง

- เป็นแหล่งรองรับการขยายตัวด้านที่พักอาศัยและการขยายตัวด้านการค้าและบริการ ซึ่งแต่เดิมโดยมีภาคอุตสาหกรรมเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจหลักในพื้นที่ แต่ในปัจจุบันมีนโยบายที่จะชลอภาคอุตสหากรรมในพื้นที่ลง จึงส่งผลให้จังหวัดปทุมธานีมีบทบาทเด่นในด้านที่พักอาศัยและการค้าบริการขึ้นมาแทนที่ เนื่องจากระยะทางไม่ไกลจากแหล่งงานในกรุงเทพมหานคร สำหรับในปี 2537 จำนวนที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 60.47 ซึ่งเป็นปีที่เศรษฐกิจของประเทศเติบโตมาก ส่งผลให้มีการลงทุนภาคอสังริมทรัพย์เพิ่มขึ้นด้วย และเป็นช่วงที่ศูนย์การค้าชานเมืองเริ่มเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกพื้นที่ โดยเริ่มขยายตัวจากพื้นที่ชั้นในก่อนเมื่อพื้นที่ชั้นในเต็มจึงขยายตัวออกไปยังพื้นที่ชานเมือง ส่วนด้านการค้าและบริการนั้น ในย่านรังสิตศูนย์กลางการค้าและบริการจะอยู่จะรวมตัวอยู่ทางฟากตะวันตก ตั้งแต่บริเวณศูนย์การค้าเมอร์รี่คิงส์ (บริเวณด้านหน้าของถนนพหลโยธิน) จนถึงตลาดรังสิต(บริเวณทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 346) บริเวณนี้มีอาคารพาณิชย์กระจุกตัวอยู่มากทั้งด้านหน้าและด้านในพื้นที่ อีกทั้งยังมีตลาดสี่มุมเมืองและตลาดรังสิต ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งและปลีกอยู่ที่ให้บริการแก่ชุมชนการศึกษาขนาดใหญ่และย่านพักอาศัยที่กระจายอยู่โดยรอบในพื้นที่ ส่วนการขยายตัวของอุตสาหกรรมพบว่าในปี 2539 จังหวัดปทุมธานีมีจำนวนโรงงาน 1,187 แห่ง และมีจำนวนแรงงานมากถึง 215,091 คน ทำให้เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ จะพบว่าจังหวัดปทุมธานีมีโรงงานไม่มากนักแต่มีจำนวนแรงงานมาก เนื่องจากในแต่ละโรงงานจะเป็นโรงงานขนาดใหญ่ ที่มีแรงงานเป็นจำนวนมากและทั้งจำนวนที่อยู่อาศัยและจำนวนแรงงานที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้จำนวนประชากรของจังหวัดปทุมธานีเพิ่มขึ้นมากด้วย และกลายเป็นผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าซึ่งมีให้เลือกหลายระดับ จากการสำรวจพบว่า หนุ่มสาวที่ทำงานอยู่ตามโรงงานอุตสาหกรรมจะนิยมไปใช้บริการที่ศูนย์การค้าเมอร์รี่คิงส์ ,ส่วนนักศึกษา คนทำงาน ซึ่งถือเป็นช่วงวัยรุ่นจะนิยมไปใช้บริการที่ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค ,กลุ่มครอบครัวและกลุ่มร้านขายของฝากจากจังหวัดใกล้เคียง จะนิยมไปใช้บริการที่ศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์และศูนย์ค้าส่งแมคโคร

- การขยายตัวดังกล่าว ทำให้พื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเดิมเป็นการใช้ที่ดินหลักของพื้นที่ลดลงอย่างรวดเร็ว โดยมีการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการพัฒนาโครงการต่างๆ เข้ามาในพื้นที่เป็นจำนวนมาก

สำหรับการศึกษาเรื่อง บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง กรณีศึกษา: พัฒนาการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร นี้ ได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาตั้งแต่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลลาดพร้าวขึ้นไปจนถึงศูนย์การค้าย่านรังสิต โดยในส่วนของพัฒนาการของศูนย์การค้าทางด้านเหนือนั้น จะครอบคลุมอยู่ในพื้นที่เขตจตุจักร-เขตบางกะปิ-เขตบางเขน-เขตบึงกุ่ม-เขตดอนเมืองและเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี-เทศบาลตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี และเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีศูนย์การค้าทั้งสิ้นจำนวน 19 แห่ง พบว่า ศูนย์การค้าแต่ละแห่งนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องขนาดของศูนย์การค้า ,ประเภทของสินค้า,จำนวนผู้ใช้บริการ (รายละเอียดกล่าวไว้ในบทที่ 4) ซึ่งส่งผลให้รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแตกต่างกัน และจากการสุ่มแบบสอบถาม เพื่อศึกษาว่าผู้ใช้

บริการมีการกระจายตัวของการเดินทางจากพื้นที่ใดบ้างและนำมาพิจารณาควบคู่กับทฤษฎีของ JOSEPH DE CHIARA (1969) (ดังได้กล่าวแล้วในบทที่ 2) ซึ่งผลการศึกษาพบว่ามีการศึกษาลักษณะทั่วไปของศูนย์การค้ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีดังกล่าว จึงสามารถแบ่งศูนย์การค้าสามารถได้เป็น 3 ระดับดังนี้

1. ศูนย์การค้าที่มีรัศมีให้บริการประมาณ 1 กิโลเมตร และมีพื้นที่ประมาณ 2,727 - 6,828 ตารางเมตร ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าในระดับตำบลหรือท้องถิ่น (Neighborhood Shopping Center) ประกอบไปด้วย ศูนย์การค้า 2 แห่ง คือ ซันนี่ ซุปเปอร์มาเก็ต ,จัสโก้ แจ้งวัฒนะ และฟู้ดแลนด์ ซุปเปอร์มาร์เก็ต

2. ศูนย์การค้าที่มีรัศมีบริการประมาณ 3 กิโลเมตร และมีพื้นที่ประมาณ 9,091 - 22,727 ตารางเมตรซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าในระดับชุมชน (Community Shopping Center) ประกอบด้วยศูนย์การค้าต่างๆ 9 แห่ง ได้แก่ ห้างบางลำพูสรรพสินค้า งามวงศ์วาน ,สยามจัสโก้ แจ้งวัฒนะ, ศูนย์การค้าอิมพีเรียล ลาดพร้าว , ศูนย์การค้าหลักสี่ พลาซ่า, บิ๊กซี ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ , ศูนย์การค้าเซ็นทรัล รามอินทรา , ศูนย์การค้าโรบินสันดอนเมือง , ศูนย์การค้าเมอรี่คิงส์ รังสิต และศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ รังสิต

3. ศูนย์การค้าที่มีรัศมีบริการประมาณ 6 กิโลเมตรขึ้นไป และมีพื้นที่ประมาณ 36,364 - 90,909 ตารางเมตร ซึ่งถึงได้ว่าเป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและเป็นศูนย์การค้าในระดับภาค (Regional Shopping Center) ประกอบไปด้วยศูนย์การค้า 8 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว , ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ (บางกะปิ และงามวงศ์วาน) , ศูนย์ค้าส่ง แมคโคร (ลาดพร้าว และรังสิต) ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิตและ ศูนย์การค้าเซียร์ สตรีทรังสิต

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัย อยู่ในเขตรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าเหล่านี้ กับจำนวนผู้ใช้บริการต่ำสุดที่ศูนย์การค้าเหล่านี้ต้องการ พบว่า ศูนย์การค้าทุกระดับมีจำนวนผู้ใช้บริการมากเพียงพอที่ศูนย์การค้านั้นจะดำรงอยู่ได้ จะมีศูนย์การค้าเพียง 2 แห่งที่มีจำนวนผู้ใช้บริการต่ำกว่าจำนวนลูกค้าต่ำสุดที่ศูนย์การค้าแห่งนี้ต้องการ คือ ศูนย์การค้าหลักสี่ พลาซ่า และศูนย์การค้าเซียร์ สตรีทรังสิต เนื่องมาจากความไม่เหมาะสมด้านทำเลที่ตั้ง คือ ศูนย์การค้าหลักสี่ พลาซ่า เป็นศูนย์การค้าระดับชุมชน (Community Shopping Center) ควรจะมีผู้ใช้บริการในแต่ละวันไม่ต่ำกว่าวันละ 40,000 คน แต่เนื่องจากสภาพปัจจุบัน มีที่ตั้งอยู่หัวมุมถนนพหลโยธินตัดกับถนนแจ้งวัฒนะเกินไป ทำให้ประชาชนที่สัญจรผ่านไปมาในย่านนี้ไม่นิยมเข้าไปใช้บริการและเมื่อมีสะพานดอนเมืองโทลเวย์ข้ามแยกหลักสี่ ยิ่งทำให้ศูนย์การค้าถูกบดบังด้วยสะพานขนาดใหญ่ ทำให้ในปัจจุบันมีผู้ใช้บริการน้อยมาก ส่วนศูนย์การค้าเซียร์ สตรีทรังสิต และเมื่อดูจากขนาดของศูนย์การค้า จะเป็นศูนย์การค้าระดับภูมิภาค (Regional Shopping Center) ซึ่งควรมีผู้ใช้บริการในแต่ละวันไม่ต่ำกว่า 100,000 คน ซึ่งเปิดตัวเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ย่านรังสิต เมื่อเปิดทำการได้ระยะหนึ่งได้เกิดปัญหาจากร้านค้าที่เช่าอยู่ และศูนย์การค้าเกิดไฟไหม้บางส่วน เมื่อศูนย์การค้ารังสิต ได้เปิดทำการอีกหลายแห่งหลาย

การค้าเซียร์ประสบปัญหาผู้ใช้บริการน้อยลงและถึงแม้จะพยายามปรับตัวอยู่หลายครั้งแต่ก็ยังไม่สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการได้มากนัก และเมื่อพิจารณาถึงที่ตั้งของศูนย์การค้าเหล่านี้ พบว่ามีความเหมาะสมแล้วกับผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในแต่ละย่าน จะมีเฉพาะย่านรังสิตเท่านั้น ที่มีจำนวนศูนย์การค้ากระจุกตัวมาก ซึ่งส่งผลให้เกิดการซ้อนทับกันของรัศมีการให้บริการ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูง โดยเฉพาะศูนย์การค้าที่มีที่ตั้งและการเข้าถึงสะดวก มีบริการสินค้าที่หลากหลายครบวงจรจะแย่งลูกค้าจากศูนย์การค้าอื่นที่มีขนาดเล็กและตั้งอยู่ในทำเลที่การเข้าถึงไม่สะดวก ไม่มีสิ่งดึงดูดใจ ทำให้ศูนย์ การค้าเหล่านั้นต้องหาทางปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของตัวศูนย์การค้าเอง

6.2 สรุปผลการศึกษาจากแบบสอบถาม

สำหรับลำดับศักย์ของศูนย์การค้าที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการในย่านรังสิต ได้แก่ (ดังได้กล่าวแล้วในบทที่ 5)

ลำดับที่ 1 คือ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต คิดเป็นร้อยละ 71.0

ลำดับที่ 2,3 คือ ศูนย์การค้าเมอรี่คิงส์ รังสิต คิดเป็นร้อยละ 21.9 และ 20.0

ลำดับที่ 4 คือ ศูนย์การค้าเซียร์ สตรีท รังสิต คิดเป็นร้อยละ 21.0

ลำดับที่ 5 คือ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร รังสิต คิดเป็นร้อยละ18.6

จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าที่กลุ่มลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับต่าง ๆ มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ยกเว้น ศูนย์การค้าที่ลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับที่หนึ่ง คือ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จะมีจำนวนสูงกว่าศูนย์การค้าอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด และจากการสำรวจ พบว่า กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจากแบบสอบถาม พบว่า มีกลุ่มลูกค้าจำนวนมากที่นิยมไปใช้บริการศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และไม่เคยไปใช้บริการในศูนย์การค้าอื่น ๆ เลยในย่านนี้ ทั้งนี้เนื่องจาก ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิตเป็นศูนย์การค้าที่มีที่ตั้งทำเลเหมาะสม และขนาดใหญ่ ครบวงจรมากกว่าศูนย์การค้าอื่น ๆ ในละแวกเดียวกัน

ส่วนศูนย์การค้าที่ลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับที่ สองและสาม คือ ศูนย์การค้าเมอรี่คิงส์ รังสิต ทั้งนี้ เนื่องจาก ศูนย์การค้าเมอรี่คิงส์ เป็นศูนย์การค้าที่เปิดทำการก่อนศูนย์การค้าอื่น ๆ ในย่านนี้ ประกอบกับมีการแสดงคอนเสริต์ในวันเสาร์-อาทิตย์ซึ่งเป็นวันหยุด จึงสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี และคนที่อยู่อาศัยในละแวกใกล้เคียง โดยมาใช้บริการมากเป็นพิเศษในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ เป็นส่วนใหญ่

ศูนย์การค้าที่ลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับที่ สี่ คือ ศูนย์การค้าเซียร์ สตรีท รังสิต เป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้าม ศูนย์การค้าเมอรี่คิงส์ รังสิต ในปัจจุบันสินค้าที่ขายจะเป็นสินค้าราคาถูก (ร้านเช่าพื้นที่) มีผู้ใช้บริการที่น้อยลงเนื่องจากมีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม คือ อยู่ไกลจากที่กลับรถ (U-turn) และมี

ลักษณะศูนย์การค้าที่ครบวงจรน้อยและมีสินค้าและบริการที่ไม่หลากหลาย จึงทำให้ศูนย์การค้าอื่นๆ ดึงดูดลูกค้าจากเซียร์ไปมาก แต่ยังมีสิ่งดึงดูดลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นในย่านนี้ คือ ลานสเก็ตน้ำแข็ง

ศูนย์การค้าที่ลูกค้านิยมไปใช้บริการในลำดับที่ ห้า คือ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร รังสิต ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันออกไปกับศูนย์การค้าที่กล่าวมาแล้ว แต่เนื่องจากในการทำแบบสอบถามผู้ตอบส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนในพื้นที่ซึ่งมีถิ่นฐานในละแวกใกล้เคียง จึงทำให้ผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถามทำให้ผู้ที่นิยมมาใช้บริการแมคโคร อยู่ในลำดับที่ 5 ซึ่งในความเป็นจริงแมคโครจะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ค่อนข้างจะแตกต่างจากศูนย์การค้าโดยทั่วไปและกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้ามาจากภาคกลาง, เหนือและตะวันออกเฉียงเหนือและบางส่วนของจังหวัดปทุมธานีและกรุงเทพมหานคร ที่มาซื้อสินค้าทีละมาก ๆ เพื่อนำไปขายต่ออีกทีหนึ่ง ซึ่งทำให้สินค้ามีราคาถูกกว่าสินค้าที่ขายที่ละชิ้น ซึ่งเป็นประเภทร้านขายของชำตามต่างจังหวัด จึงทำให้ แมคโครมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะที่แตกต่างไปจากศูนย์ การค้าอื่นๆ ในย่านนี้ และสามารถดำรงอยู่ได้เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวดังได้กล่าวแล้วข้างต้น

ส่วนศูนย์ค้าปลีกคาร์ฟูร์ที่ไม่ติดอันดับศูนย์การค้าที่นิยมไปใช้บริการ เนื่องจาก คาร์ฟูร์ เพิ่งเปิดบริการใน เดือน กรกฎาคม 2540 และในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำแบบสอบถามในเดือนตุลาคม 2540 ซึ่งทำให้กลุ่มลูกค้าที่ไปใช้บริการยังไม่มากนัก จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัวสมัยใหม่ที่ซื้อสินค้าเพื่อใช้ในครัวเรือน ประกอบกับมีศูนย์การค้าในย่านรังสิตมีให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทำให้คาร์ฟูร์ ต้องใช้การโฆษณาและการวางแผนการตลาดอย่างมากเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งลูกค้าจากศูนย์การค้าอื่น ๆ ซึ่งคาดว่าในคาร์ฟูร์ จะสามารถชิงลูกค้าได้มากพอสมควร เนื่องจากได้สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าเพื่ออุปโภค-บริโภคที่มีให้เลือกหลากหลาย ส่วนสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าของใช้ต่าง ๆ ก็มีและได้ประกาศตัวว่าขายสินค้าราคาถูกกว่าศูนย์การค้าอื่น ๆ

ในส่วนของผลกระทบทางด้านกายภาพ โดยเฉพาะในด้านการใช้ที่ดินจะมีลักษณะ ดังนี้ มีส่วนทำให้มีการใช้ที่ดินเพื่อพาณิชยกรรมหนาแน่นขึ้นเกิดการพัฒนาพื้นที่ขึ้นมาเป็นย่านการค้าที่สำคัญ มีการดึงดูดกิจกรรมการค้าที่เกี่ยวเนื่องกันเข้ามาอยู่ร่วมกัน ส่วนผลเสียคือ เกิดความเสื่อมถอยของอาคารพาณิชย์บางส่วนที่ตั้งอยู่ในทำเลไม่ดี, ทำให้ราคาที่ดินสูงขึ้น ,การใช้ที่ดินขัดแย้งกัน รวมทั้งได้ส่งผลกระทบในด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผลกระทบด้านการจราจร อันเนื่องมาจากเป็นย่านการค้าที่สำคัญของพื้นที่ทำให้เป็นตัวดึงดูดทั้งจำนวนรถยนต์และประชากรให้เพิ่มขึ้นในพื้นที่ ก่อให้เกิดความแออัดคับคั่งของปริมาณรถ (ดังการศึกษาในบทที่ 5) ทำให้ทราบว่าศูนย์การค้าชานเมืองมีผลกระทบต่อการจราจรบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้จากการนำ Trip Interchange Models มาศึกษา ทำให้ทราบว่า Trip Generation มายังศูนย์การค้านี้ เกิดขึ้นมากในพื้นที่ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยคิดเป็น 15.71% และจากเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร คิดเป็น 14.28% แสดงว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการของศูนย์การค้าชานเมือง ย่านรังสิตเป็นผู้พักอาศัยอยู่ใน อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มากที่สุด และนอกเหนือจากผู้ใช้บริการใน 2 พื้นที่

นี้แล้ว ยังพบว่า ผู้ใช้บริการยังมาจากพื้นที่อื่น ๆ ด้วย เช่น จังหวัดนนทบุรี ,จังหวัดอยุธยา,จังหวัดสระบุรี เป็นต้น แสดงว่า Trip Generation การเดินทางที่เกิดขึ้นครอบคลุมในพื้นที่กว้างไกลอีกด้วย นอกจากนั้น การพิจารณาความถี่ของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้า พบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็น 41.00% รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็น 22.90 % ซึ่งส่งผลให้ Trip Generation เพิ่มมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับ Trip Distribution (ปริมาณการเดินทาง) ทำให้ทราบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเดินทางมาจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การค้า คิดเป็น 89.04% ส่วนผู้ใช้บริการที่เดินทางจากที่ทำงานไปศูนย์การค้า คิดเป็น 10.95% โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีปริมาณถึง 68.10% รองลงมาได้แก่ วันธรรมดา คิดเป็น 31.9% และเวลาที่ส่วนใหญ่มาใช้บริการ คือ ช่วง 13.00-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.09 รองลงมาคือ ช่วงเย็นถึงค่ำ 16.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.50 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการกว่าร้อยละ 70 นิยมมาใช้บริการในช่วงบ่ายถึงช่วงค่ำ ๆ

และหากพิจารณาเกี่ยวกับ Mode of Transportation พาหนะที่ผู้ใช้บริการเดินทางมายัง ศูนย์การค้า พบว่า ส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็น 46.7% รองลงมาเป็นรถประจำทาง 39.0% แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมีพาหนะเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาจราจรในพื้นที่ด้วย

สำหรับ Trip Assignment พบว่า ระยะทางที่ผู้ใช้บริการเดินทางมายังศูนย์การค้า ส่วนใหญ่จะมากกว่า 4 กิโลเมตร คิดเป็น 61.43% รองลงมา คือ ระยะทาง 3-4 กิโลเมตร คิดเป็น 18.10% และเวลาที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 25-30 นาที คิดเป็น 33.80% รองลงมาคือน้อยกว่า 15 นาที ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ผู้ใช้บริการจะมีที่พักอาศัยอยู่ไกลจากศูนย์การค้า แต่ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมียานพาหนะเป็นของตนเอง จึงทำให้ใช้เวลาในการเดินทางมาศูนย์การค้าลดน้อยลง

ศูนย์การค้าจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มีปริมาณการจราจรในย่านรังสิตเพิ่มขึ้น และจากข้อมูลทางด้านปริมาณการจราจรบนถนนพหลโยธินในปี 2537 และ 2539 ที่มีปริมาณรถเพิ่มเป็น 143,182 คัน ซึ่งเป็นการเพิ่มปริมาณการใช้ยานพาหนะในบริเวณนี้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้ในปัจจุบันต้องมีการปรับปรุงขยายช่องทางเดินรถบริเวณสะพานข้ามคลองรังสิตประยูรศักดิ์ และมีการก่อสร้างถนนวงแหวนรอบนอก และปรับปรุงถนนสายสำคัญโดยการขยายช่องทางเดินรถจาก 2 ช่องทางเป็น 4 ช่องทางในปัจจุบัน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ประชากรในพื้นที่และลดปริมาณจราจรในพื้นที่นี้ด้วย

ส่วนผลกระทบด้านเศรษฐกิจ คือ ก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ (ดังกล่าวแล้วในบท 5) และ เกิดการแข่งขันกันเองของศูนย์การค้าในย่าน ส่งผลให้ศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็กกว่าและไม่ครบวงจรเสียเปรียบ จนอาจกลายเป็นศูนย์การค้าที่ร้างผู้มาใช้บริการได้ ส่วนผลกระทบ

ด้านสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการกระจุกตัวของศูนย์การค้า ได้แก่ ปัญหาขยะมูลฝอยที่เกิดจากศูนย์การค้า ,ปัญหามลภาวะเป็นพิษทั้งทางอากาศและเสียง อันเกิดจากสภาพการจราจรบริเวณหน้าศูนย์การค้า ,ปัญหาหาบแร่แผงลอย กีดขวางทางสัญจรของประชาชนหน้าศูนย์การค้า,ปัญหาความเสื่อมโทรมและความปลอดภัยจากศูนย์การค้า เป็นต้น

6.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากบทบาทความสำคัญของศูนย์การค้าในปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้บริการของศูนย์การค้าชานเมืองมากขึ้น ทำให้ศูนย์การค้าชานเมือง กลายเป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการแห่งใหม่ย่านชานเมือง อีกทั้งยังเป็นสถานที่เดินเล่น พักผ่อนหย่อนใจของประชากรในพื้นที่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงบางส่วนได้ส่งผลให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นในพื้นที่ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จะเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ดังผลการวิเคราะห์จากบทที่ 5)

1. ปัญหาการเสื่อมถอยของอาคารพาณิชยกรรมบางส่วน

เนื่องจากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้เกิดการกระจุกตัวของศูนย์การค้าขึ้นหลายแห่งในย่านรังสิต ส่วนหนึ่งก่อให้เกิดการรวมตัวของย่านพาณิชยกรรมบริเวณใกล้เคียงศูนย์การค้าที่มีประชาชนพลุกพล่าน และมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม แต่อีกส่วนหนึ่งก่อให้เกิดการเสื่อมถอยของย่านพาณิชยกรรมบางแห่งที่มีทำเลไม่เหมาะสม ซึ่งเกิดจากเป็นมุมอับ,พื้นที่ที่ไม่ได้รับการพัฒนา,ประชาชนไม่พลุกพล่าน เช่น อาคารพาณิชย์บริเวณใกล้ทางข้ามคลองรังสิต ทั้ง ๆ ที่มีการเปิดกิจการในลักษณะเดียวกันกับย่านพาณิชยกรรมในพื้นที่ใกล้ศูนย์การค้า ซึ่งทำให้อาคารพาณิชย์เหล่านี้ต้องปิดกิจการลง ส่งผลให้มีสภาพเป็นอาคารร้าง เนื่องจากไม่มีผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

- สนับสนุนให้กิจกรรมการค้าและบริการเฉพาะอย่าง ที่อยู่กระจัดกระจายตามถนนและที่อยู่ในพื้นที่ที่ไม่ได้รับการพัฒนามารวมกลุ่มในลักษณะของย่านการค้าเฉพาะให้อยู่ในบริเวณศูนย์กลางทางการค้า เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ เช่น ย่านร้านประดับยนต์ ย่านร้านซ่อมรถยนต์ เป็นต้น

- จัดให้มีระบบถนนและทางเดินเท้ารวมทั้งที่จอดรถสาธารณะ ภายในย่านการค้าเฉพาะให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงการเข้าถึงของทำเลการค้าแต่ละแห่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการ และไม่ส่งผลกระทบต่อการจราจรในพื้นที่

2. ปัญหาการจราจร

ปัจจุบันปัญหาจราจรนับเป็นปัญหาที่สำคัญปัญหาหนึ่งของเมือง ซึ่งจากทำเลที่ตั้งที่ตั้งของศูนย์การค้าจะอยู่ในย่านพาณิชยกรรมที่สำคัญของเมืองและตามแนวถนนสายหลัก และทางแยกหลักๆ ซึ่งเขื่อมการจราจรจากทิศทางต่าง ๆ ที่มีการจราจรหนาแน่นอยู่แล้ว ส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรเพิ่มขึ้นและติดขัดตามมา การก่อสร้างศูนย์การค้าจึงควรคำนึงถึงปัญหาดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

- จัดระบบทางเข้า-ออกสำหรับศูนย์การค้าที่มีทางเข้า-ออกไม่เหมาะลม โดยจัดให้มีช่องทางเข้าและออกคนละช่องทาง ให้มีขนาดช่องทางที่เหมาะสมสำหรับรถทุกขนาด เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดคับคั่งบริเวณหน้าศูนย์การค้า และให้มีป้ายบอกทางเข้า-ออกที่ชัดเจน

- จัดให้มีที่จำนวนที่จอดรถให้เหมาะสมภายในศูนย์การค้า เพื่อสามารถรองรับจำนวนพาหนะของผู้ใช้บริการที่มีเป็นจำนวนมากได้อย่างเพียงพอ รวมทั้งจัดสถานที่ไว้สำหรับรถขนส่งสินค้าของศูนย์การค้าให้เหมาะสม

- เพิ่มพื้นที่จอดรถรับ-ส่งของรถประจำทาง และรถโดยสารต่างจังหวัด บริเวณหน้าลานจอดรถของศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่งในย่านรังสิต ซึ่งเจ้าของพื้นที่จะได้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการเก็บค่าที่จอดรถและเป็นการสนับสนุนให้มีผู้ใช้บริการในศูนย์การค้ามากยิ่งขึ้น

3. ปัญหาการแข่งขันกันของศูนย์การค้า

ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนหลายแห่งในย่านรังสิต ในลักษณะที่มีที่ตั้งไม่เหมาะสม โดยศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้กันมากและกระจุกตัวกัน ทำให้เกิดรัศมีบริการเกิดการซ้อนทับกันทั้งศูนย์การค้าในระดับภูมิภาคและศูนย์กาค้าในระดับชุมชนซึ่งควรจะมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและมีที่ตั้งห่างไกลกันพอสมควร เพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและเหมาะสม แต่ในปัจจุบันนั้นศูนย์การค้าในย่านรังสิตได้มีที่ตั้งใกล้กันมากก่อให้เกิดผลตามมา คือ เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพื่อแย่งลูกค้า ศูนย์การค้าขนาดเล็กและศูนย์การค้าที่ไม่มีสิ่งดึงดูดผู้ใช้บริการให้ไปใช้บริการเป็นจำนวนมากจะเสียเปรียบศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ครบวงจร

ข้อเสนอแนะ

- ควรกระจายความเจริญในด้านศูนย์กลางธุรกิจการค้าไปยังพื้นที่ข้างเคียงและย่านอื่นๆ ที่มีศักยภาพในการรองรับสูง เพื่อป้องกันการกระจุกตัวของศูนย์การค้าอยู่ในพื้นที่เพียงแห่งเดียว

- ให้มีการควบคุมที่ตั้งของศูนย์การค้าที่จะเกิดขึ้นใหม่ ไม่ให้กระจุกตัวกัน โดยใช้มาตรการทางด้านภาษี ซึ่งทางเขตหรือรัฐบาลจะต้องมีข้อกำหนดอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบ และเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา โดยให้ศูนย์การค้ากระจายตัวสอดคล้องกับการเติบโตของชุมชนและประชากร

- ให้ศูนย์การค้าที่ประสบปัญหาในด้านจำนวนผู้ใช้บริการ มีการปรับปรุงสินค้าและบริการให้สามารถดึงดูดใจกลุ่มลูกค้า เช่น จัดพื้นที่ขายสินค้าราคาถูกและมีคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และปรับปรุงร้านค้าภายในศูนย์การค้า,สินค้าและบริการให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

4. ปัญหาสภาพแวดล้อม

ในปัจจุบันศูนย์การค้า ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสภาพแวดล้อมในพื้นที่ ทั้งนี้เพราะอาคารขนาดใหญ่มักมีการใช้กิจกรรมต่างๆมา ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามสภาพอาคาร,การใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละศูนย์การค้า ดังนี้

- ปัญหาขยะมูลฝอย

ข้อเสนอแนะ

- เพิ่มศักยภาพของการจัดเก็บขยะ โดยขอการสนับสนุนจากภาคเอกชนผู้ประกอบการศูนย์การค้าในด้านอุปกรณ์การจัดเก็บขยะ และการจัดแยกประเภทของขยะและการทำลายขยะ

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการศูนย์การค้า ทำการเคลื่อนย้ายขยะมูลฝอยไปทิ้งยังพื้นที่ที่เทศบาลจัดเตรียมไว้ให้หรืออาจจะให้ศูนย์การค้าสร้างระบบการกำจัดขยะขึ้นเอง

- มีการรณรงค์ให้อาคารศูนย์การค้าต่าง ๆ รวมทั้งผู้ใช้บริการให้ลดปริมาณขยะมูลฝอยของเมืองลง โดยเฉพาะขยะมูลฝอยที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ เช่น สนับสนุนให้ศูนย์การค้าต่าง ๆ ใช้วัสดุบรรจุสินค้าที่ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ เป็นต้น

- ปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง

ข้อเสนอแนะ

- จัดตั้งจุดตรวจวัดคุณภาพอากาศและเสียงโดยเฉพาะบริเวณหน้าศูนย์การค้าที่มีปริมาณรถยนต์มาก หากตรวจพบว่า รถยนต์คันใดทำให้คุณภาพอากาศและเสียงมีระดับสูงเกินมาตรฐานที่กำหนดไว้จะดำเนินการตรวจจับและปรับรถที่ทำให้เกิดควันดำและเสียงดังเกินมาตรฐาน โดยอาจจะตั้งจุดตรวจ 1 เดือน/ครั้ง

- ห้ามไม่ให้รถติดเครื่องยนต์ ขณะจอดอยู่กับที่หรือรอรับผู้โดยสาร โดยเฉพาะบริเวณลานจอดรถที่อยู่ภายในอาคาร,หน้าศูนย์การค้า เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีอากาศถ่ายเทไม่สะดวก

- ปัญหาหาบเร่แผงลอยหน้าศูนย์การค้า

ข้อเสนอแนะ

- จัดระเบียบกลุ่มหาบแร่แผงลอย ทั้งบริเวณด้านหน้าศูนย์การค้าและบริเวณใกล้เคียง โดยจัดแผงการค้าให้มีระเบียบทั้งในรูป ขนาด และลักษณะการตั้งวางสินค้าและแนวเขตการตั้งแผงการค้า เพื่อมิให้ลุกล้ำหรือกีดขวางทางเดินเท้าของประชาชนที่สัญจรผ่านไปมา

- สนับสนุนให้กลุ่มแม่ค้าพ่อค้า รณรงค์ช่วยกันรักษาความสะอาดบริเวณสถานที่ขายของบริเวณหน้าศูนย์การค้า โดยที่เจ้าของศูนย์การค้าอาจมีการตั้งรางวัลแก่กลุ่มผู้ค้าขายหาบแร่แผงลอยที่มีความเป็นเป็นระเบียบและมีความสะอาดให้เพื่อให้เป็นตัวอย่างที่ดีต่อไป

- **ปัญหาความเสื่อมโทรมและความปลอดภัยของศูนย์การค้า**

ข้อเสนอแนะ

- ให้มีการตรวจสภาพอาคารศูนย์การค้าทุก ๆ 5 ปี เพื่อให้ผู้ประกอบการศูนย์การค้าได้ปรับปรุงสภาพอาคารที่ชำรุดทรุดโทรม

- จัดให้มีจุดตรวจภายในบริเวณศูนย์การค้า เพื่อป้องกันอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งในและนอกศูนย์การค้า โดยเฉพาะบริเวณลานจอดรถ โดยการเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย รวมทั้งแสงสว่างให้เพียงพอทั้งในศูนย์การค้าและบริเวณที่จอดรถ

- จัดเตรียมอุปกรณ์ดับเพลิง,ทางหนีไฟ และอบรมบุคลากรภายในศูนย์การค้าให้มีความพร้อมในเรื่องการดับเพลิง หากเกิดกรณีเพลิงไหม้

6.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาศูนย์การค้าในพื้นที่ชานเมืองทางด้านเหนือ โดยจะศึกษาพัฒนาการของศูนย์การค้า รัศมีการให้บริการ ส่วนเรื่องพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ผลกระทบและข้อเสนอแนะ จะออกแบบสอบถามเฉพาะศูนย์การค้าย่านรังสิต ซึ่งมีศูนย์การค้ากระจุกตัวอยู่ 5 แห่ง โดยมีข้อจำกัดจากการศึกษาดังนี้

1. งบประมาณและเวลา เนื่องจากผู้ศึกษามีงบประมาณและเวลาที่จำกัด จึงได้กระจายกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทุกศูนย์การค้า แต่สามารถออกแบบสอบถามได้เพียง 210 ชุด (0.18%) ของผู้ใช้บริการเฉลี่ยทั้ง 5 ศูนย์การค้าต่อวัน
2. ขอบเขตพื้นที่ศึกษา ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาเฉพาะบริเวณที่ศูนย์การค้ารังสิตตั้งอยู่ คือ พื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลประชาธิปัตย์และเทศบาลเมืองคูคต ซึ่งมีพื้นที่รวม 33.30 ตารางกิโลเมตร แต่จากผลการศึกษาพบว่า ศูนย์การค้าเหล่านี้มีขอบเขตรัศมีที่กว้างไกลเกินกว่าขอบเขตพื้นที่ศึกษา โดยเฉพาะศูนย์การค้าในระดับภูมิภาคซึ่งจะมีรัศมีเกินกว่า 6 กิโลเมตรขึ้นไป ซึ่งในการกำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาในการศึกษาไม่สามารถระบุขอบเขตพื้นที่ศึกษาครอบคลุมได้ทั้งหมด

6.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาศูนย์การค้าชานเมืองในพื้นที่ด้านอื่นของกรุงเทพมหานคร เช่น พื้นที่ด้านตะวันตกและด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศูนย์การค้าชานเมืองเข้าไปตั้งอยู่จำนวนมากเช่นกัน หรือในพื้นที่ต่างจังหวัดที่จะมีการเปิดศูนย์การค้าขนาดใหญ่ประจำจังหวัด ซึ่งอาจจะมีพัฒนาการ ,ปัญหา,และผลกระทบที่แตกต่างไปจากศูนย์การค้าชานเมืองทางด้านเหนือ หรือทำการศึกษาเรื่องศูนย์การค้าในด้านอื่น ๆ เช่น ศึกษาพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาศูนย์การค้า ก่อนที่จะมีการสร้างจริง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของศูนย์การค้าในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมากจนเกินไป ซึ่งจะส่งผลกระทบที่จะเกิดตามมาภายหลัง และเสนอแนวทางการพัฒนาศูนย์การค้าในสภาพภาวะเศรษฐกิจถดถอย เป็นต้น.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย