

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมาของย่านพาณิชย์กรรมในเขตเทศบาลนคร นครปฐม 2) ศึกษาวิธีการให้บริการและอิทธิพลของย่านการค้า 3) ศึกษาถึงสภาพปัญหา และเชื่อมโยงย่านการค้าในพื้นที่ย่านพาณิชย์กรรมในเขตเทศบาลนคร นครปฐม 4) วิเคราะห์ศักยภาพของย่านพาณิชย์กรรม ทั้งนี้เพื่อกำหนดแนวทางเสนอแนะการปรับปรุงพื้นที่ย่านพาณิชย์กรรมในเขตเทศบาลนคร นครปฐม ที่เหมาะสม และมีแนวคิดที่สอดคล้องกับพื้นที่ โดยใช้ฐานข้อมูลปฐมภูมิจากการศึกษาสำรวจการใช้ประโยชน์ที่ดิน และอาคารต่างๆ พฤติกรรมจากกิจกรรมการค้า ตลอดจนสภาพปัญหา ทั้งนี้ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 850 ชุด โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้ซื้อสินค้า ผู้ขายสินค้า ผู้ทำงานในพื้นที่ และผู้อยู่อาศัย

จากการศึกษาลำดับศักยภาพของย่านการค้าและตลาดในย่านพาณิชย์กรรมในเขตเทศบาลนคร นครปฐม พบว่า ตลาดที่ให้บริการระดับภาคส่วนใหญ่เป็นตลาดผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์ ได้แก่ ตลาดปฐมมงคล ตลาดทุ่งพระเมรุ และตลาดทรัพย์สิน ตลาดระดับภาคนี้มีความได้เปรียบในการเข้าถึงมาก โดยมีระยะห่างจากทางหลวงแผ่นดินไม่เกิน 2 กิโลเมตร มีกิจกรรมการค้าที่หนาแน่น มีเอกลักษณ์ของตลาดประจำท้องถิ่นประเภทของผักสดใหม่และราคาถูก จึงทำให้จำนวนผู้ใช้บริการมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นจุดดึงดูดคนนอกพื้นที่ที่อยู่ในเขตอิทธิพลย่านการค้ามาใช้บริการ รองลงมายังมีตลาดระดับชุมชนเมือง ได้แก่ ตลาดเช้าชอยสอง ตลาดโอเดียน ตลาดเก๋ากังบัว และย่านการค้าถนนดินสอ ซึ่งตลาดและย่านการค้าระดับนี้ เป็นตลาดที่รองรับการเจริญเติบโตจากตลาดระดับภาค มีสินค้าประเภทอาหารสดปรุงสำเร็จ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม มีการกระจุกตัวโดยรอบตลาดทรัพย์สิน นอกจากนี้ยังมีตลาดระดับละแวกบ้าน 1 แห่ง ได้แก่ ตลาดริมทางรถไฟ ซึ่งตลาดแต่ละระดับมีวิวัฒนาการให้บริการแตกต่างกัน โดยตลาดระดับภาค มีวิวัฒนาการให้บริการมากกว่า 16 กิโลเมตร มีผู้ใช้บริการจากภาคตะวันตกมากที่สุด จากจังหวัดราชบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี (ผู้ซื้อ 10.3 % ผู้ขาย 35.1%) ภาคกรุงเทพและปริมณฑล (ผู้ซื้อ 13.7% ) ภาคกลาง (ผู้ซื้อ 1.2 % ผู้ขาย 4.0%) และอำเภออื่นๆในจังหวัดนครปฐม (ผู้ซื้อ 26.5 % ผู้ขาย 36.4%) จากการที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก จึงทำให้เกิดปัญหาบริเวณตลาดระดับภาค ได้แก่ ปัญหาการจราจรติดขัด ขาดแคลนที่จอดรถ และการใช้ประโยชน์ที่ดินไม่คุ้มค่าบริเวณโดยรอบตลาด ส่วนตลาดระดับชุมชนเมืองมีความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการให้บริการในระยะ 3.2 กิโลเมตร ได้แก่ ตลาดโอเดียน ตลาดเช้าชอย 2 และย่านการค้าถนนดินสอ เป็นพื้นที่ที่ขยายตัวออกมาจากตลาดทรัพย์สิน ที่มีการกระจุกตัวตามเส้นทางคมนาคมจนขยายเป็นย่านพื้นที่พาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ ทำให้เกิดปัญหาตามมา ได้แก่ ความแออัดของพื้นที่ ขาดการจัดระบบขนส่งที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกตลาด มีพื้นที่รกร้างขาดการพัฒนารอบๆตัวตลาด และปัญหาการจราจรติดขัด และยังได้รับผลกระทบจากร้านค้าสะดวกซื้อขนาดใหญ่ (Hypermarket) เนื่องจากตลาดมีพื้นที่ขนาดเล็ก ไม่ตรงตามเกณฑ์มาตรฐาน มีที่ตั้งใกล้กับร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ ส่วนตลาดระดับละแวกบ้าน เป็นตลาดที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมน้อยมาก มีวิวัฒนาการให้บริการเพียง 0.8 กิโลเมตร มีขนาดพื้นที่เล็ก และไม่มีที่จอดรถ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมในการพัฒนา ได้แก่ ตลาดริมทางรถไฟ

แนวทางในการปรับปรุงพื้นที่พาณิชย์กรรมในเขตเทศบาลนคร นครปฐมนั้น โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาปรับปรุง คือ ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ความใกล้เคียงสถาน สภาพอาคาร และสิ่งก่อสร้าง รวมไปถึงการเกิดกิจกรรมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งได้เสนอแนะดังนี้ ตลาดระดับภาค เสนอแนวทาง คือ 1) การบูรณะปรับปรุงให้บริเวณกลุ่มตลาดระดับภาค กำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลางทางด้านพาณิชย์กรรมรองรับกิจกรรมการค้าสงที่มีกิจกรรมหนาแน่นเพิ่มขึ้นในอนาคต ได้แก่ บริเวณตลาดปฐมมงคล ตลาดทุ่งพระเมรุ 2) การรื้อสร้างใหม่เพื่อแก้ปัญหาการใช้ประโยชน์ที่ดินไม่คุ้มค่าที่มีกลุ่มอาคารชุดใหม่ และอาคารชั้นเดียว ได้แก่ บริเวณโดยรอบสถานีขนส่ง จังหวัดนครปฐม ส่วนตลาดระดับชุมชนเมือง ได้มีการเสนอแนวทาง คือ 1) การกำหนดให้เป็นตลาดประเภทอนุรักษ์เป็นศูนย์รวมตลาด และย่านการค้าเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสอดคล้องกับการส่งเสริมการอนุรักษ์บริเวณโดยรอบองค์พระปฐมเจดีย์ ได้แก่ บริเวณชอยกลางตลาดทรัพย์สิน ตลาดเช้าชอย 2 ตลาดโอเดียน ย่านตลาดริมทางรถไฟ ย่านการค้าถนนดินสอ และถนนหน้าพระ 2) ลดบทบาทของตลาดเก๋ากังบัว และตลาดระดับละแวกบ้าน ได้แก่ ตลาดริมทางรถไฟ เนื่องจาก มีผู้มาใช้บริการน้อยราย และตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมในการพัฒนา เพราะอยู่ในแนวเส้นทางรถไฟที่เป็นข้อจำกัดทางกายภาพ นอกจากนี้ในการกำหนดรูปแบบการใช้ที่ดิน ได้ใช้มาตรการทางผังเมือง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการปรับปรุงตลาดชุมชนเมือง โดยส่งเสริมการเข้าถึงพื้นที่ตลาดต่างๆ ด้วยการเชื่อมโยงทางเดินเท้า ตลอดจนการพัฒนากิจกรรมที่ว่างให้เกิดประโยชน์เพื่อสร้างศักยภาพกิจกรรมการค้าในอนาคต

๑๕๓ ✓✓

KEY WORD : Market Hierachy / Regional Shopping Center / Concept of Urban Redevelopment

PATCHAREEYA JARUPUTTISIRIPOJ: THE REDEVELOPMENT OF COMMERCIAL AREAS IN NAKHON PATHOM MUNICIPALITY. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. SAKCHAI KIRINPANU, PH.D.,334 pp.

There are three main objectives of this research 1) to study background development of commercial area in Nakhonpathom province 2) to study service area and influence of trade area 3) to study existing problems and the activities linkage among commercial areas in Nakhonpathom province 4) to analyze the potential of commercial area in order to define proper guidelines for commercial areas in Nakhonpathom and coincide with the studied area by using 850 samples classified in 4 groups as buyers, sellers, officers and residents.

The study of trading area hierarchy and market in Nakhonpathom commercial zone found that the regional markets such as Pathommongkol market, Toongpramen market, and Sapsin market provide vegetables, fruits and meats. All these regional markets have many advantages in accessibility within 2 km. from the highways. their market activities are focused on availability of fresh fruits and seasoning fruits. Therefore, the increasing number of shoppers are constantly raise and the market can also attract people outside. The community market as Chaw Soi 2 market, Odien market, Kawkangbuey market and one sub commercial area as Thanon tonson commercial area. All these commercial sites also serve the growth of regional market. This type of market provides foods and clothes. These agglomerate around Sapsin market and Phraprathom Jedi. Moreover there is one neighborhood market that is Rimtangrotfai market. The regional market's service area is more than 16 km. and most buyers come from the west as Ratchaburi, Petchaburi, Kanchanaburi, and Prajuobkirikan (Buyer 10.3% Seller 3.5%) Central and Vicinity (only buyer 13.7%) Central(buyer1.2% Seller4.0%) and other Ampoes in Nakhonpathom (buyer26.5% Seller 36.4%). For a large number of customers, the problems also occur around regional market as traffic jam, lack of parking space and unutilized land use. For community market, the near location from tourism site is its advantage and its radius is 3.2 km. as Odien Market, Chaw Soi 2 Market, Tonson commercial area and KawKangbuey market. The community market formally was expanded from Sapsin market and agglomerated along the main road and became the large commercial zone. There are many existing problems such as condensed area, tough accessibility, lack of transportation system, lots of abandoned area and traffic jam. Furthermore, the hypermarket effects this community market because of its small area and location. For these reasons, the community market became deteriorate. In the neighborhood market, there are few activities and its radius is only 0.8 km. Moreover, the existing market area is small and situated in improper land as Rimtangrotfai market.

The recommendation for Nakhonpathom Commercial area improvement concerning to the criterias of the economic returns, location of archeology sites, building condition including mal activities. The guidelines are as follows : 1) Redevelopment in the regional markets by imposing the center of commercial zone to support the increasing activities as Prathommongkol market and Toongpramain market. 2) Rehabilitation: to solve unutilized land use problems as deteriorated building and one-story building as the area around Nakhonpathom mass transit station. The community market : 1) propose to be the conservative market including support in tourism aspects around Prathomjedi as the middle street of Sapsin market, Chaw Soi 2 market, Odien market, Tonson commercial zone and Naphra street 2) Reduce the role of Kawkangbuey market and neighborhood market. The renewal guidelines was supposed to locate around Rimtangrotfai market as it situated in undeveloped area. Moreover, using the urban measurement could be supported in the area of land use pattern which would be coincide with land redevelopment. Besides, promote land accessibility as pavement linkage including promote market activities in vacant area to support commercial activities in the future.