

ภาคผนวก ก

เลขที่ _____

แบบสอบถามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการตลาดสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งเพื่อประกอบการวิจัยระดับปริญญาโท สาขาวิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลและความคิดเห็นตามแบบสอบถามนี้ ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของท่านในครั้งนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น และขอขอบพระคุณผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (คนที่ไปจ่ายตลาด)

1. เพศ () 1.ชาย () 2.หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพ
() 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่าร้าง
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมตัวท่านเอง)
() 1. 1 คน () 2. 2 คน () 3. 3 – 5 คน
() 4. 6 – 8 คน () 5. ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป
5. ระดับการศึกษาสูงสุด
() 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.หรือเทียบเท่า
() 4. อนุปริญญาตรี / ปวส. หรือเทียบเท่า
() 5. ปริญญาตรี () 6. สูงกว่าปริญญาตรี
6. อาชีพ
() 1. นักเรียน / นักศึกษา () 2. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
() 3. รับจ้าง () 4. ธุรกิจส่วนตัว
() 5. ค้าขาย () 6. พ่อบ้าน / แม่บ้าน
() 7. เกษตรกร () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค**

- () 1. ตลาดสด () 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต
() 3. ไฮเปอร์มาร์ท () 4. แผงลอยหรือร้านโชห่วย
() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

- [illegible]

ประเภทของสินค้า	ตลาดสด	ซูเปอร์มาร์เก็ต				อื่น ๆ โปรดระบุ	ไฮเปอร์มาร์ท			
		ท็อป		ริมปิง			โลตัส	โอโซน	คาร์ฟูร์	แม็คโคร
		โรบินสัน	เซ็นทรัล	โรตนา	แก้วน้ำรัฐ					
8.เครื่องใช้ไฟฟ้า										
9. สินค้าที่สามารถประกอบด้วยตนเอง										
10.เครื่องเขียน										
11.เครื่องใช้สำนักงาน										
12.เครื่องกีฬา										
13..เฟอร์นิเจอร์										
14.เครื่องใช้ในครัว										
15.เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม										
16.อื่นๆ ระบุ.....										

ตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เดินทางไปซื้อสินค้าที่ตลาดสด

14.ท่าน เคย ไปซื้อสินค้าที่ตลาดสดใดบ้าง

รายชื่อตลาดสด	ระยะทางจากที่พักอาศัยมายังตลาดสด						
	น้อยกว่า0.5กม.	0.5 – 1 กม.	1.01 – 2 กม.	2.01 – 3 กม.	3.01 – 4 กม.	4.01 – 5 กม.	มากกว่า15 กม.
ตลาดต้นลำไย							
ตลาดสันป่าข่อย							
ตลาดศิริวัฒนา							
ตลาดวโรรส							
ตลาดช้างเผือก							
ตลาดเมืองใหม่							
ตลาดต้นพยอม							
ตลาดประตูเชียงใหม่							
ตลาดหนองหอย							
ตลาดประตูก้อม							
ตลาดบำรุงบุรี							
ตลาดสมเพชร							
ตลาดบ้านห่อ							
ตลาดชาวเหนือ							
ตลาดบริบูรณ์							

รายชื่อตลาดสด	ระยะทางจากที่พักอาศัยมายังตลาดสด						
	น้อยกว่า 0.5 กม.	0.5 – 1 กม.	1.01 – 2 กม.	2.01 – 3 กม.	3.01 – 4 กม.	4.01 – 5 กม.	มากกว่า 5 กม.
ตลาดทองคำ							
ตลาดเมืองสมุทร							
ตลาดมิ่งเมือง							
ตลาดอนุสาร							
ตลาดทิพย์เนตร							
ตลาดช่วงสิงห์							
ตลาดอ้อมเมืองโพธิ์ทอง							

15. ส่วนใหญ่ท่านไปซื้อสินค้ากับใคร

- () 1. คนเดียว () 2. พ่อแม่ () 3. พี่ น้อง ญาติ
() 4. คู่สมรส () 5. เพื่อน () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านคิดว่าบุคคลใดเป็นผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของท่านมากที่สุด

- () 1. ตัวท่านเอง () 2. พ่อแม่ พี่ น้อง ญาติ () 3. ลูก
() 4. คู่สมรส () 5. เพื่อน () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

17. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อสินค้า

- () 1. เดินเท้า () 2. รถจักรยาน () 3. รถจักรยานยนต์
() 4. รถยนต์ส่วนบุคคล () 5. รถประจำทาง () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

- () 1. ต่ำกว่า 300 บาท () 2. 301 – 700 บาท
() 3. 701 – 1,100 บาท () 4. มากกว่า 1,100 บาท

19. สินค้าประเภทใดที่ท่านเข้าซื้อ บ่อยที่สุด

ประเภทของสินค้า	ความถี่ของการไปซื้อ			
	บ่อยมากที่สุด	บ่อย	ไม่ค่อยบ่อย	ไม่เคยซื้อ
1. ผักและผลไม้				
2. เนื้อสัตว์และอาหารทะเล				
3. นม เนย และเบเกอรี่				
4. อาหารว่างและขนมขบเคี้ยว				
5. อาหารปรุงสำเร็จ				
6. ของชำทั่วไป				
7. ยารักษาโรค				
8. เครื่องใช้ไฟฟ้า				
9. สินค้าที่สามารถประกอบด้วยตนเอง				

ประเภทของสินค้า	ความถี่ของการไปซื้อ			
	บ่อยมากที่สุด	บ่อย	ไม่ค่อยบ่อย	ไม่เคยซื้อ
10.เครื่องเขียน				
11.เครื่องใช้สำนักงาน				
12.เครื่องกีฬา				
13.เฟอร์นิเจอร์				
14.เครื่องใช้ในครัว				
15.เสื้อผ้าและเครื่องนุ่มห่ม				
16.อื่น ๆ โปรดระบุ.....				

20. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านเลือกไปซื้อสินค้าที่ตลาดสดดังกล่าว (เรียงลำดับความสำคัญ)

- () 1.อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานไปมาสะดวก
- () 2.เป็นเส้นทางผ่านและใช้เวลาในการเดินทางน้อยที่สุด
- () 3.เส้นทางที่ใช้ในการเดินทางมีความสะดวก การจราจรไม่ติดขัด
- () 4.มีที่จอดรถเพียงพอ
- () 5. สถานที่สะอาด
- () 6.สินค้ามีความหลากหลาย สด สะอาด และ แบ่งแยกพื้นที่ขายชัดเจน
- () 7. ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น และสามารถต่อรองราคาได้
- () 8.มีความรวดเร็วในการให้บริการ
- () 9.ตั้งใจจะมาซื้อสินค้าที่นี่โดยเฉพาะ
- () 10.ความเคยชินกับการเดินทางมาซื้อสินค้าที่ตลาด
- () 11.อื่น ๆ โปรดระบุ.....

21. ท่านมีปัญหาต่อไปนี้หรือไม่ เมื่อเข้าไปใช้บริการ

สภาพปัญหา	ระดับของปัญหาที่ประสบ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
1. ปัญหาการสื่อสารกับพ่อค้าและแม่ค้า					
2. สถานที่ไม่สะอาด พื้นสกปรก และมีกลิ่นเหม็น					
3. สินค้าจัดวางไม่เป็นระเบียบ					
4. ปัญหาการสูญหายของทรัพย์สิน					
5. อาหารไม่สดสะอาด					
6. ราคาสินค้าสูงเกินไป					
7. ราคาสินค้าไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณและคุณภาพ					
8. สถานที่แออัดคับแคบ แสงสว่างไม่เพียงพอ					

สภาพปัญหา	ระดับของปัญหาที่ประสบ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
9. สถานที่จอดรถมีน้อย หาที่จอดรถยาก ไม่ปลอดภัย ไม่มีที่ร่ม					
10. การจราจรติดขัด ทางเข้า – ออกลำบาก					
11. พ่อค้าและแม่ค้าพูดไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
12. สินค้าที่ขายมีน้อย ไม่มีสินค้าแปลกใหม่					
13. สินค้าไม่มีคุณภาพ					
14. ไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้					
15. การจัดบริเวณภายในสับสน ทำให้หาสินค้าหรือร้านค้าที่ต้องการยาก					
16. ไม่มีพนักงานดูแลและบริการการจอดรถ					
17. ขาดพนักงานรักษาความปลอดภัย					
18. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เดินทางไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

22. ท่าน เคย ไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าใดบ้าง

รายชื่อห้างสรรพสินค้า	ระยะทางจากที่พักอาศัยมายังห้างสรรพสินค้า						
	น้อยกว่า 0.5 กม.	0.5 - 1 กม.	1.01 - 2 กม.	2.01 - 3 กม.	3.01 - 4 กม.	4.01 - 5 กม.	มากกว่า 5 กม.
ริมปิงโชตินา							
ริมปิงแก้วนาวิรุ							
เซ็นทรัลภาคสวนแก้ว							
โรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า							
อื่น ๆ โปรดระบุ							

23 ในการไปห้างสรรพสินค้าทุกครั้ง ท่านซื้อสินค้าหรือไม่

() 1. ซื้อทุกครั้ง

() 2. ส่วนใหญ่จะซื้อ

() 3. ส่วนใหญ่ไม่ซื้อ

() 4. ไม่ซื้อ

() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

24 ส่วนใหญ่ท่านไปซื้อสินค้ากับใคร

() 1. คนเดียว

() 2. พ่อแม่

() 3. พี่ น้อง ญาติ

() 4. คู่สมรส

() 5. เพื่อน

() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

25. ท่านคิดว่าบุคคลใดเป็นผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของท่านมากที่สุด

- () 1. ตัวท่านเอง () 2. พ่อแม่ พี่ น้อง ญาติ () 3. ลูก
() 4. คู่สมรส () 5. เพื่อน () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

26. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อสินค้า

- () 1. เดินเท้า () 2. รถจักรยาน () 3. รถจักรยานยนต์
() 4. รถยนต์ส่วนบุคคล () 5. รถประจำทาง () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

27. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

- () 1. ต่ำกว่า 300 บาท () 2. 301 – 700 บาท
() 3. 701 – 1,100 บาท () 4. มากกว่า 1,100 บาท

28. ความถี่ของการเข้าไปใช้บริการ

- () 1. 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ () 2. สัปดาห์ละครั้ง () 3. 2 – 3 ครั้งต่อเดือน
() 4. เดือนละครั้ง () 5. ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

29. โดยปกติ ท่านมาใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตในช่วงเวลาใด บ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	วันธรรมดา	วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์)	วันหยุดพิเศษ
1. ช่วงเช้า (6.00 – 10.00 น.)			
2. ช่วงเที่ยง (10.01 – 12.00 น.)			
3. ช่วงบ่าย (12.01 – 15.00 น.)			
4. ช่วงเย็น (15.01 – 18.00 น.)			
5. ช่วงค่ำ (18.01 – 22.00 น.)			
6. ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			

30. จากการที่ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตดังกล่าว ท่านทราบจากแหล่งข่าวสารใดมากที่สุด

- () 1. จากความเคยชินที่เคยซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นประจำ
() 2. จากเพื่อนที่ทำงานด้วยกัน
() 3. จากเพื่อนบ้านใกล้เคียง
() 4. จากรถโฆษณาของทางศูนย์การค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ต
() 5. จากแผ่นป้ายโฆษณาสินค้า
() 6. จากการอ่านข่าวสารในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
() 7. จากการรับฟังข่าวสารทางวิทยุหรือโทรทัศน์
() 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

31. ท่านใช้เวลาในการซื้อสินค้าหรือพักผ่อนในศูนย์การค้าแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยนานเท่าใด

- () 1. ไม่เกิน 30 นาที () 2. 30 นาที – 1 ชั่วโมง
() 3. มากกว่า 1 ชั่วโมง

ตอนที่ 5 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เดินทางไปซื้อสินค้าที่ไฮเปอร์มาร์ท

32. ท่านเข้ามาใช้บริการที่ไฮเปอร์มาร์ทใด บ่อยที่สุด

รายชื่อไฮเปอร์มาร์ท	ระยะทางจากที่พักอาศัยไปยังไฮเปอร์มาร์ท				
	น้อยกว่า 5 กม.	5.01 - 10 กม.	10.01 - 15 กม.	15.01 - 20 กม.	มากกว่า 20 กม.
คาร์ฟูร์					
โอซอง					
โลตัส					
แม็คโคร					

33. ท่านมาใช้บริการในไฮเปอร์มาร์ทเหล่านี้ บ่อย เพียงใด (โปรดตอบทุกข้อ)

ไฮเปอร์มาร์ท	ความถี่ของการเข้าไปใช้บริการ					
	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	สัปดาห์ละครั้ง	2-3 ครั้งต่อเดือน	เดือนละครั้ง	ไม่แน่นอนแต่โอกาส	ไม่เคยไปใช้บริการ
1.คาร์ฟูร์						
2.โอซอง						
3.โลตัส						
4.แม็คโคร						

34. ส่วนใหญ่ท่านไปซื้อสินค้ากับใคร

- () 1.คนเดียว () 2. พ่อแม่ () 3. พี่ น้อง ญาติ
() 4. คู่สมรส () 5. เพื่อน () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

35. ท่านคิดว่าบุคคลใดเป็นผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของท่านมากที่สุด

- () 1.ตัวท่านเอง () 2. พ่อแม่ พี่ น้อง ญาติ () 3. ลูก
() 4. คู่สมรส () 5. เพื่อน () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

36. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อสินค้า

- () 1. เดินเท้า () 2. รถจักรยาน () 3. รถจักรยานยนต์
() 4. รถยนต์ส่วนบุคคล () 5. รถประจำทาง () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

37. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

- () 1. ต่ำกว่า 300 บาท () 2. 301 - 700 บาท
() 3. 701 - 1,100 บาท () 4. มากกว่า 1,100 บาท

38.ปกติท่านมาใช้บริการไฮเปอร์มาร์เก็ตในช่วงเวลาใด บ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	วันธรรมดา	วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์)	วันหยุดพิเศษ
1.ช่วงเช้า (6.00 – 10.00 น.)			
2.ช่วงเที่ยง (10.01 – 12.00 น.)			
3.ช่วงบ่าย (12.01 – 15.00 น.)			
4.ช่วงเย็น (15.01 – 18.00 น.)			
5.ช่วงค่ำ (18.01 – 22.00 น.)			
6.ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			

39. จากการที่ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจากไฮเปอร์มาร์เก็ตดังกล่าว ท่านทราบจากแหล่งข่าวสารใดมากที่สุด

- () 1. จากความเคยชินที่เคยซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นประจำ
- () 2. จากเพื่อนที่ทำงานด้วยกัน
- () 3. จากเพื่อนบ้านใกล้เคียง
- () 4. จากการโฆษณาของทางศูนย์การค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ต
- () 5. จากแผ่นป้ายโฆษณาสินค้า
- () 6. จากการอ่านข่าวสารในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- () 7. จากการรับฟังข่าวสารทางวิทยุหรือโทรทัศน์
- () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

40.ท่านใช้เวลาในการซื้อสินค้าหรือพักผ่อนในไฮเปอร์มาร์เก็ตแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยนานเท่าใด

- () 1. ไม่เกิน 30 นาที
- () 2. 30 นาที – 1 ชั่วโมง
- () 3. มากกว่า 1 ชั่วโมง

ตอนที่ 6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

41. ท่านคิดว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ไปซื้อสินค้าของท่านมากที่สุด (เลือกคำตอบเดียว)

- () 1. ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง
- () 2. ปัจจัยด้านกายภาพของสถานที่
- () 3. ปัจจัยด้านลักษณะของสินค้า
- () 4. ปัจจัยด้านการบริการ
- () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

42. เหตุผลใดที่ส่งผลให้ท่านเลือกไปซื้อสินค้ายังสถานที่ดังกล่าว

เหตุผล	ระดับของเหตุผล				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง					
1. อยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน					
2. เป็นเส้นทางผ่าน					
3. ใช้เวลาในการเดินทางน้อยที่สุด					
4. เส้นทางที่ใช้ในการเดินทางมีความสะดวก การจราจรไม่ติดขัด					
5. อยู่ในแหล่งชุมชน ไปมาสะดวก					
6. มีที่จอดรถเพียงพอสะดวกปลอดภัยอยู่ในที่ร่ม					
7. มีทางเข้า – ออก หลายทาง					
ปัจจัยด้านกายภาพ					
8. ความสะอาดของสถานที่					
9. มีระบบการระบายน้ำและการระบายอากาศที่ดี					
10. มีการจัดการขยะที่ดีและเหมาะสม					
11. มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยและสาธารณสุขการที่สะอาดและให้บริการอย่างทั่วถึง					
12. โครงสร้างของอาคารและการออกแบบมีความแข็งแรง มั่นคง					
13. มีพื้นที่กว้าง ปลอดภัย และแสงสว่างที่เพียงพอ					
14. อากาศเย็นสบาย มีเครื่องปรับอากาศ					
ปัจจัยทางด้านลักษณะของสินค้า					
15. สินค้ามีความหลากหลาย และมีความทันสมัย					
16. ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น					
17. มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่					
18. สินค้ามีคุณภาพและมีการบรรจุสินค้าที่สะอาด					
19. ความอร่อยและรสชาติของสินค้า					
20. ปริมาณของสินค้าที่ซื้อแต่ละครั้ง					
21. ความสดและความสะอาดของสินค้า					
22. สามารถซื้อสินค้าเป็นรายชิ้นได้					
23. มีการรับประกันสินค้าและมีบริการหลังการขาย					

เหตุผล	ระดับของเหตุผล				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
24. ประเภทของสินค้าที่ต้องการซื้อ					
25. มีการให้ส่วนลดพิเศษจากบัตรสมาชิก					
26. มีการลดราคา เช่น เมื่อซื้อสินค้าถึงระดับราคาที่กำหนด หรือ ตามเทศกาลต่าง ๆ					
ปัจจัยทางด้านการบริการ					
27. มีร้านค้าที่มีชื่อเสียงมาเปิดให้บริการ					
28. มีความรวดเร็วในการให้บริการ					
29. มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น					
30. สถานที่มีความปลอดภัย เนื่องจากมีตำรวจหรือยามรักษาการณ์คอยตรวจตรา					
31. มีบริการห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอกับความต้องการ					
32. มีบริการรับฝากสัมภาระ					
33. มีบริการทางด้านอุปกรณ์การขาย เช่น ตะกร้ารถเข็น ที่พร้อมและมีจำนวนที่เพียงพอกับความต้องการ					
34. สามารถใช้บัตรเครดิตต่าง ๆ ในการซื้อสินค้าได้					
35. มีเครื่องตรวจสอบราคาสินค้า					
36. มีช่องบริการจ่ายเงินหลายช่องทาง					
37. มีการแจก แคม หรือชิงโชค เช่น เมื่อซื้อสินค้าแล้วสามารถนำไปเสิร์ฟมาแลกของสมนาคุณได้					
38. มีบริการเปิดท้ายรถขายของ					
39. มีการอำนวยความสะดวกให้กับคนพิการทางร่างกาย เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ					
40. มีการโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการจัดสัปดาห์เพื่อลดราคาสินค้าช่วงเทศกาลพิเศษ					
41. มีบริการผ่อนชำระรายเดือน					
42. มีบริการขนส่งและติดตั้งสินค้า					

เหตุผล	ระดับของเหตุผล				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
43. จัดให้มีมุมพักผ่อนภายในสถานที่ เช่น ศูนย์อาหาร โรงภาพยนตร์ โรงละคร สวนสนุก แก้อีนั่ง					
44. มีการส่งเสริมการจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมที่มีส่วนช่วยเหลือสังคม					
45. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเอง สุภาพ เรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
46. มีบริการรับเปลี่ยนสินค้าเมื่อสินค้าที่ซื้อไปมีตำหนิ					
47. มีบริการจัดส่งรายการสินค้าและราคาที่น่าสนใจให้ทราบล่วงหน้าทางไปรษณีย์					
48. มีบริการทอของขวัญโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย					
49. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

43. ท่านมีปัญหาต่อไปนี้หรือไม่ เมื่อเข้าไปใช้บริการ

สภาพปัญหา	ระดับของปัญหาที่ประสบ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
1. อุปกรณ์รถเข็นหรือตะกร้าไม่เพียงพอ					
2. ห้องน้ำไม่สะอาด พื้นสกปรก					
3. สินค้าจัดวางไม่เป็นระเบียบ					
4. ปัญหาการสูญหายของทรัพย์สิน					
5. เสียงดังเกินไป เช่น เพลง ทำให้รำคาญ					
6. สินค้าไม่สด และสะอาด					
7. ราคาสินค้าสูงเกินไป มีราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณและคุณภาพ					
8. สถานที่แออัดคับแคบ แสงสว่างไม่เพียงพอ					
9. อากาศร้อนอบอ้าว แอร์ไม่เย็น					
10. สถานที่จอดรถมีน้อย หาดที่จอดรถยาก ไม่ปลอดภัย ไม่มีที่ร่ม					
11. การจราจรติดขัด ทางเข้า – ออกลำบาก					

สภาพปัญหา	ระดับของปัญหาที่ประสบ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
12. ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ					
13. พนักงานที่ให้บริการด้านรับจ่ายสินค้าบริเวณเคาน์เตอร์จ่ายเงินมีไม่เพียงพอ					
14. พนักงานทำงานล่าช้าไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
15. มีร้านค้าเปิดให้บริการน้อย ไม่มีความหลากหลาย					
16. สินค้าที่ขายมีน้อย ไม่มีสินค้าแปลกใหม่					
17. สินค้าไม่มีคุณภาพ					
18. ไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้					
19. สถานที่เล็กเกินไป ทำให้การบริการไม่ครบวงจร					
20. การจัดบริเวณภายในสับสน ทำให้หาสินค้าหรือร้านค้าที่ต้องการยาก					
21. การตกแต่งภายในหรือบริเวณโดยรอบไม่ดึงดูดใจ					
22. สถานที่พักผ่อนภายในมีไม่เพียงพอ					
23. ไม่มีพนักงานดูแลและบริการการจอดรถ					
24. ขาดพนักงานรักษาความปลอดภัย					
25. ไม่ค่อยจัดการส่งเสริมการขายร่วมกับร้านค้าที่ตั้งอยู่ภายใน					
26. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

44. นับแต่มีซูเปอร์มาร์เก็ต (ท็อป , ริมปิง) และไฮเปอร์มาร์เก็ต (โลตัส , โอโซน , คาร์ฟูร์, แม็คโคร) มาเปิดให้บริการในเมืองเชียงใหม่ ท่านคิดว่า สถานที่เหล่านี้ มีผล ต่อการไปซื้อสินค้าในตลาดสดหรือไม่ อย่างไร

- () 1. มีผล เพราะ ไปตลาดสดบ่อยขึ้น
 ไปตลาดสดน้อยลง

- () 2. ไม่มีผล () 3. ไม่แน่ใจ

45. ท่านทราบหรือไม่ว่าจะมีโครงการศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ตจะมาเปิดให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่

- () 1. ทราบ ระบุ..... () 2. ไม่ทราบ () 3. ไม่แน่ใจ

46. เมื่อศูนย์การค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งใหม่เปิดดำเนินการ ท่านคิดว่าจะไปใช้บริการหรือไม่

- () 1. ไป () 2. ไม่ไป () 3. ไม่แน่ใจ

47. ข้อเสนอแนะ

.....

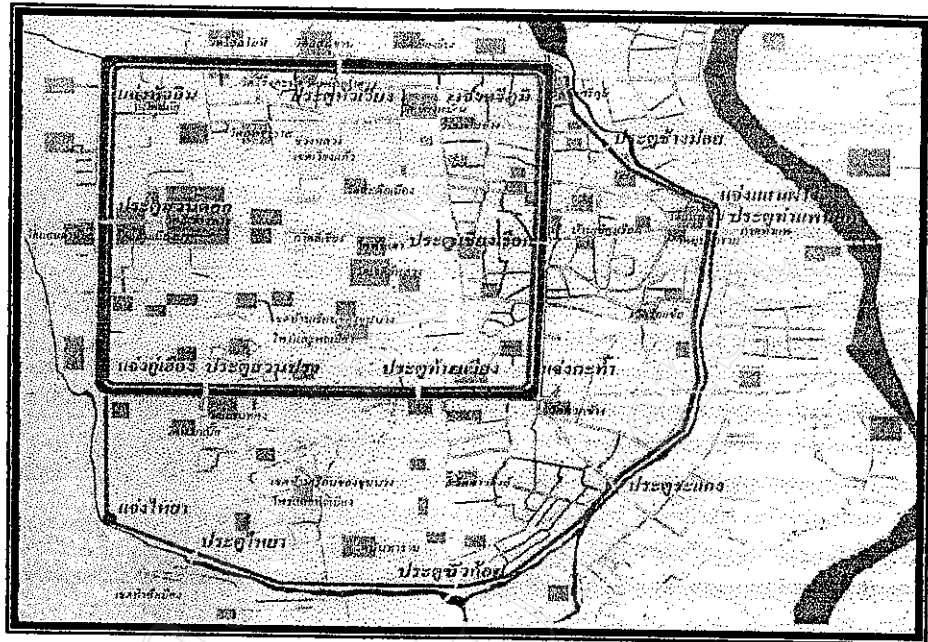
ภาคผนวก ข

พัฒนาการด้านการค้าของเมืองเชียงใหม่

1. การค้าสมัยอาณาจักรล้านนา (พ.ศ.1839 – 2100)

พญามังรายสร้างเมืองเชียงใหม่เป็นราชธานีแห่งใหม่ของอาณาจักรล้านนาบริเวณที่ราบเชิงคอยสุเทพ ให้ชื่อว่า “**นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่**” เมื่อวันพฤหัสบดีขึ้น 8 ค่ำ เดือนวิสาขะ ปีระวยสัน (ปีวอก) จุลศักราช 658 (พ.ศ.1839) (จดหมายเหตุการตรวจสอบและสืบค้นดวงเมืองนพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่, 2537 :10 อ้างใน ครูเชียงใหม่ 700 ปีเมืองเชียงใหม่) ทรงเล็งเห็นความสำคัญของการค้ามาจึงสร้าง “**ตลาด**” เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้าควบคู่ไปกับการสร้างเมือง โดยตลาดสดแห่งแรกที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับการสร้างเมืองเชียงใหม่ คือ “**กาดเชียงใหม่**” หรือ “**กาดกลางเวียงเชียงใหม่**” ตั้งอยู่บริเวณกลางเวียงนครเชียงใหม่หรือสะคือเมือง (ตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่:36) คือ บริเวณกำแพงเมืองชั้นในตั้งแต่หน้าวัดพระสิงห์ถึงสี่แยกกลางเวียงในปัจจุบัน โดยตำแหน่งที่ตั้งของตลาดสัมพันธ์กับตำแหน่งที่ตั้งของประตูเมืองเชียงใหม่และประตูเมืองสวนดอก มีลักษณะเป็นลานโล่งที่ถูกกำหนดให้เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า (สราวุธ ทิพย์เดช, 2537:37) มีลักษณะเป็นแผงติดพื้นดิน โดยใช้ใบตองหรือวัสดุอื่นปูรองสินค้าไว้ โดยจะมีพ่อค้าแม่ค้ามาตั้งแผงขายสินค้า การขายสินค้าไม่มีระเบียบจะวางขายสินค้าปะปนกันไป ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกษตรกรรม เช่น ผัก ผลไม้ ที่หาได้ในท้องถิ่นหรือเป็นสินค้าป่า เช่น น้ำผึ้ง เขาสัตว์ หนังสัตว์ และเนื้อสัตว์ป่าต่าง ๆ เป็นตลาดชั่วคราวไม่ได้ค้าขายตลอดวัน

บริเวณรอบ ๆ ตลาดกลางเวียงนี้ โดยเฉพาะทางด้านทิศตะวันออก พบว่าเป็นการตั้งถิ่นฐานของชุมชนพวกขุนนางและไพร่เมืองชั้นดี ซึ่งจะปรากฏอยู่ในเขตกำแพงเมืองชั้นใน ส่วนชุมชนภายนอกเขตกำแพงเมือง เป็นที่อยู่อาศัยของไพร่ ซึ่งจะปรากฏอยู่ทางด้านทิศเหนือและทิศตะวันออก โดยด้านทิศเหนือตั้งอยู่ใกล้กับประตูหัวเวียง (ประตูช้างเผือก) มีชื่อว่า “**ชุมชนบ้านหัวเวียง**” และด้านทิศตะวันออกตั้งอยู่ใกล้กับหนองใหญ่ ซึ่งเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งอุปโภคบริโภคของคน เกิด “**ชุมชนท่าแพ**” นอกจากนั้นบริเวณด้านตะวันออกของแม่น้ำปิงยังเป็นที่ตั้งของชุมชนเล็ก ๆ คือ “**ชุมชนริมน้ำ**” (รูป 1)



รูป 1 เมืองเชียงใหม่ พ.ศ.1914 - 2068

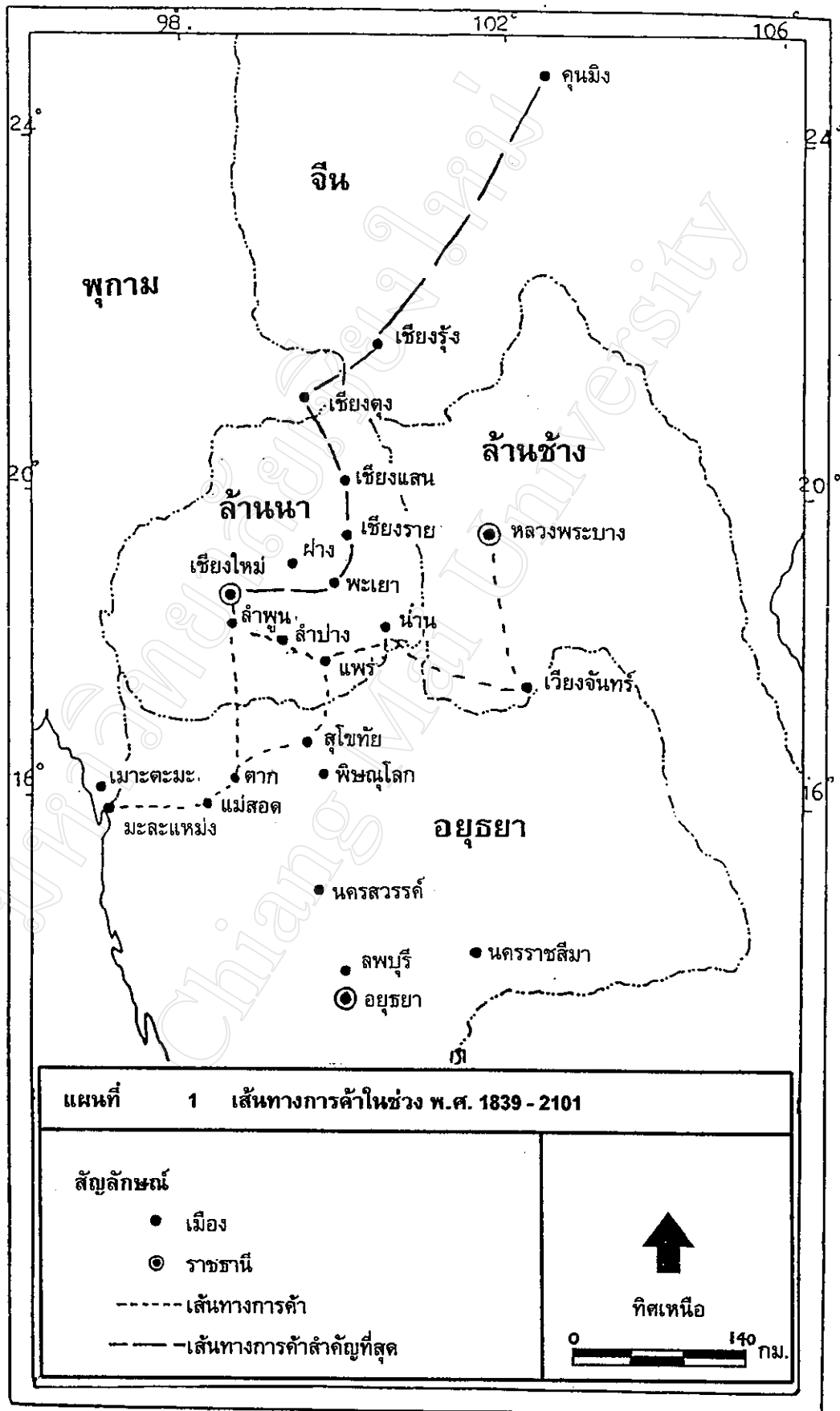
ที่มา: วิฑูรย์ เหลียวรุ่งเรือง.สถาปัตยกรรมเชียงใหม่. สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543:13.

ลักษณะการค้าขาย ประกอบด้วย การค้าภายในอาณาจักรล้านนาเอง และการค้าขายภายนอกระหว่างอาณาจักรล้านนากับชุมชนหรือรัฐอื่น ๆ (แผนที่ 1)

1)การค้าภายในอาณาจักร ส่วนหนึ่งจะเป็นการแลกเปลี่ยนผลผลิตระหว่างชุมชนต่าง ๆ ในกรณีที่ชุมชนหนึ่งสามารถผลิตสินค้าได้เป็นปริมาณมากพอที่จะนำไปขายยังชุมชนอื่น ซึ่งมีความต้องการสินค้าเหล่านั้นได้ ตัวอย่างเช่น เกลือ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตนั้น สามารถผลิตได้เป็นปริมาณมากที่เมืองน่าน โดยเชียงใหม่ต้องซื้อเกลือจากน่าน ในขณะที่เดียวกันก็ขายสินค้าที่ตนเองผลิตได้มากและเป็นที่ต้องการ เช่น ข้าว ผักต่าง ๆ สิ่งประดิษฐ์งานฝีมือ ของใช้ต่าง ๆ เช่น เครื่องเงิน เครื่องจักสาน ร่ม เครื่องปั้นดินเผา (จากเตาต้นกำแพง) ให้แก่พ่อค้าเมืองน่าน เป็นต้น และยังเป็นศูนย์กลางการรวบรวมสินค้าซึ่งเป็นที่ต้องการของภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งของป่า เช่น ไม้สัก ไม้ฝาง และหนังสัตว์ จากชุมชนต่าง ๆ ภายในอาณาจักรล้านนา เพื่อค้าขายแลกเปลี่ยนกับพ่อค้าจากต่างแดนหรือพ่อค้าจากเชียงใหม่เอง จะนำไปแลกเปลี่ยนสินค้ายังต่างแดน โดยสินค้าเหล่านี้จะนำมาแลกเปลี่ยนกันที่กาดกลางเวียงเชียงใหม่

2)การค้าภายนอก อาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วนที่สำคัญ คือ

-การค้าทางบกกับเมืองทางตอนบนของเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงขึ้นไป เช่น หัวเมืองต่าง ๆ ในดินแดนสิบสองปันนา คือ ยูนนาน รัฐฉาน หัวเมืองไทยใหญ่ คือ มะละแหม่ง หลวงพระบาง



และเวียงจันทร์ในดินแดนล้านช้าง แพร่ น่าน การค้าในส่วนนี้อยู่ในรูปของการแลกเปลี่ยนสินค้าประเภทพืชพันธุ์ธัญญาหาร เช่น ข้าว เหลือง และของป่า ทั้งนี้เชียงใหม่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรวบรวมสินค้าของป่าที่สำคัญนอกเหนือไปจากของป่าที่รวบรวมซื้อหรือเก็บได้ในรูปของส่วยภายในอาณาจักรเอง สินค้าของป่าจำนวนหนึ่งถือเป็นสินค้าต้องห้าม เช่น น้ำรัก น้ำผึ้ง งาช้าง นอแรด ห้ามมิไว้ในครอบครอง ผู้ใดขยอกจะถูกลงโทษตามกฎหมาย

พ่อค้าที่เข้ามาค้าขายกับเชียงใหม่มีหลากหลายชาติพันธุ์ เช่น กลุ่มพ่อค้าเงี้ยว พม่า มอญ เม็ง กลุ่มพ่อค้าจีนฮ่อ กลุ่มพ่อค้าลาวจากหลวงพระบาง เวียงจันทร์ กลุ่มพ่อค้าจากเมืองน่าน เชียงแสน นำสินค้าของป่า เช่น ครั่ง ฝักเสียด น้ำผึ้ง หนังกสัตว์ เขาสัตว์ น้ำมันหมู เหลืองสินขาว ไม้ฝาง ไม้กฤษณา ดินประสิว ตะกั่ว เครื่องเทศ ยาสูบ ฝ้าย ไหมดิบ เมี่ยง มันฮ่อ พริกแห้ง หอม กระเทียม ฝิ่น กะทะ ทองเหลือง ชะมดเขียด ฯลฯ จากแหล่งต่าง ๆ ขนมาด้วยวัวต่าง ม้าต่าง มาแลกเปลี่ยนสิ่งของและจำหน่ายในภาคกลางเวียง โดยในบางกรณีอาจนำสินค้ามาขายต่อเป็นทอด ๆ เช่น สินค้าหม้อทองเหลือง ซึ่งพ่อค้าเชียงแสนนำมาขายที่เชียงใหม่ สินค้านี้เป็นสินค้าที่ถูกนำมาจากยูนนานโดยพ่อค้าฮ่อ นอกจากนี้ยังมีการค้าโดยตรงที่เชียงใหม่ เช่น พ่อค้าเงี้ยวและพ่อค้าจากยูนนาน พ่อค้าพวกนี้นำสินค้าเข้ามาขายและซื้อสินค้าที่ต้องการประเภทอาหาร เช่น ข้าว และเกลือ รวมทั้งสินค้าฟุ่มเฟือยอื่น ๆ กลับไป ส่วนพ่อค้าจากเชียงใหม่เอง นอกจากจะค้าขายภายในเมืองแล้วยังเดินทางไปขายสินค้ากับดินแดนอื่น ๆ เช่น น่าน และพุกาม (พม่าตอนบน) เป็นต้น (ตัวน ลิเซิง และอุษณีย์ ธงไชย, 2531:30-32)

-การค้าทางน้ำกับเมืองทางตอนล่างหรือเมืองท่าต่าง ๆ เช่น ดาก สุโขทัย กรุงศรีอยุธยาและพม่าตอนล่าง การค้าส่วนนี้เป็นการส่งออกสินค้าของป่าที่รวบรวมได้เป็นสำคัญ เช่น พ่อค้าจากอยุธยาจะใช้เส้นทางเรือเดินทางขึ้นมารับซื้อครั้ง ไม้ฝาง และหนังกสัตว์ที่เชียงใหม่ โดยเฉพาะหนังกวางมีการระบุว่ามิราคาถูกที่เชียงใหม่ด้วย ส่วนสินค้าที่พ่อค้าเหล่านี้นำเข้ามาจะเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยซึ่งส่งต่อเข้ามาทางเมืองเหล่านั้นจากภายนอกอีกทอดหนึ่ง เช่น ไม้ขีดไฟ เทียนไข ปลาแห้ง น้ำมัน กาด สบู่ เสื้อผ้า เกลือทะเล ผ้า และกระจกส่องหน้า เป็นต้น (อุษณีย์ ธงไชย, 2526; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2529; สวัสดิ์ อ่องสกุล, 2539)

ในด้านระบบการค้านั้น ชนชั้นปกครอง คือ ผู้ควบคุมผลประโยชน์ทางการค้า เป็นผู้มีส่วนได้รับผลประโยชน์ในรูปค่าธรรมเนียมหรือภาษีการค้า ถ้าเป็นการค้าทางเรือ ภาษีที่เก็บจะคิดอัตราเล็กน้อยตามขนาดของเรือ ถ้าเป็นภาษีการค้าทางบก จะเก็บภาษีตามประเภทสินค้า ภาษีที่เก็บได้นี้จะนำมาแบ่งเป็นผลประโยชน์ระหว่างพระมหากษัตริย์ เจ้านาย และขุนนางภายในอาณาจักร และกษัตริย์จะเป็นผู้แต่งตั้งขุนนางให้มีหน้าที่ติดต่อทำการค้ากับพ่อค้าที่มาจากต่างเมือง เช่น พ่อค้าคนใดจะขายช้าง ม้า คน วัว ควาย เรือ และทองคำ แก่แขกต่างเมือง ต้องแจ้งให้หมื่นล้าม หมื่น

หลวง พิจารณาแล้วให้ขุนแขกทำหน้าที่ในการกำหนดราคาสินค้า สินค้าบางอย่างก็สงวนสิทธิ์ที่จะเป็นผู้ผูกขาดรับซื้อแต่เพียงผู้เดียว โดยถือเป็นสินค้าต้องห้าม ผู้ใดมีไว้จะต้องนำมาขายให้แก่เจ้าเมืองเท่านั้น และหากผู้ใดขยอกเก็บไว้ในครอบครองจะถูกลงโทษตามกฎหมาย ซึ่งสินค้าผูกขาดหรือสินค้าต้องห้าม เช่น ผืนที่พ่อค้าจีนฮ่อหรือไทยใหญ่นำเข้ามาขาย ของป่าซึ่งส่วนใหญ่ได้มาจากการส่งส่วย และสินค้าที่มีความสำคัญด้านความมั่นคง เช่น อาวุธปืนหรือดินปืน และยังมีสินค้าบางอย่าง ได้แก่ น้ำรัก น้ำผึ้ง งาช้าง นอแรด สีสียด ไม้ฝาง หนังกวาง เขาสัตว์ และหนังสัตว์ เป็นสินค้าออกที่เจ้าเมืองจะส่งไปขายต่อยังกรุงศรีอยุธยา แต่มีสินค้าบางชนิดที่ไม่ได้มีหลักฐานว่าเป็นสินค้าต้องห้าม แต่ทำรายได้ดีและเป็นที่ต้องการของตลาดมาก เป็นสินค้าที่ได้จากเมืองต่าง ๆ ภายในอาณาจักร เช่น สีสียดจากแพร่ ไม้ฝางและหนังสัตว์ นอกจากนี้ยังได้รับคำตอบแทนจากการให้ความคุ้มครองพ่อค้าที่เดินทางมาค้าขาย และจากการบริหารกระบวนการยุติธรรมที่เกิดการพิพาทขึ้น โดยมีกฎหมายที่ช่วยตัดสินข้อพิพาทอันอาจเกิดจากการเดินทางมาค้าขาย เช่น กรณีเรือชนกัน หรือเกี่ยวชนกัน ตลอดจนมีกฎหมายตัดสินความเกี่ยวกับการขโมยสินค้าในเรือของพ่อค้าและจากการหาผลประโยชน์จากที่ดิน โดยสร้างแพลงลอย ที่นั่ง และเรือนไม้ให้แม่ค้าพ่อค้ามาชุมนุมค้าขายได้สะดวกขึ้น เจ้านายจึงมีรายได้จากค่านั่งตลาดนี้ โดยมีตัวแทนออกไปเก็บค่านั่งตลาดรวบรวมมาให้ (ปลายอ้อ วรรณนที, 2529: 84; สุเทพ สุนทรเกสัช, 2536: 418 - 419)

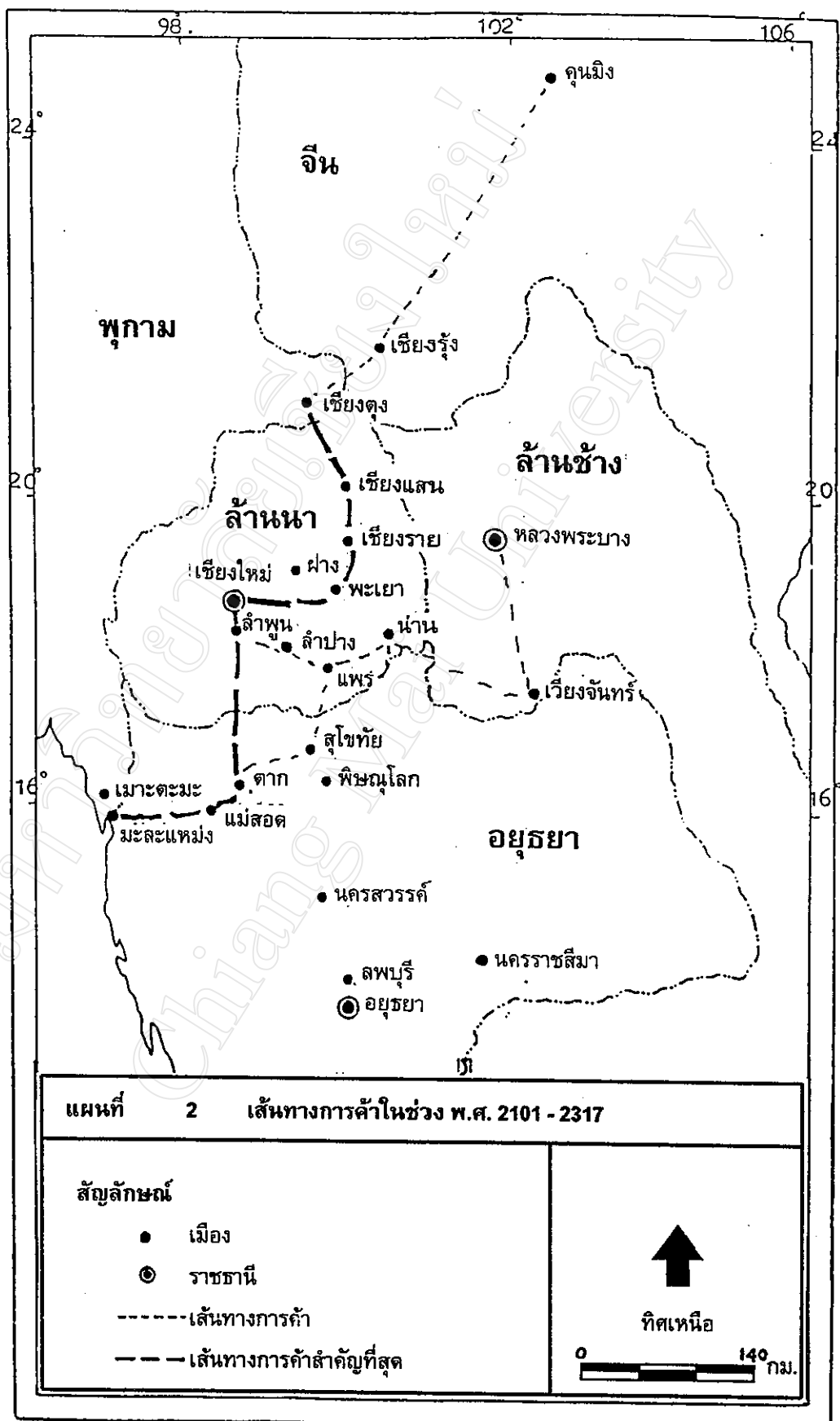
2. การค้าภายใต้การปกครองของพม่า (พ.ศ. 2101 – 2317)

เมื่อเมืองเชียงใหม่ตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าระหว่างปี พ.ศ. 2101- 2317 การค้าของเมืองเชียงใหม่อยู่ในช่วงเสื่อมของเศรษฐกิจ กิจกรรมตลาดตกเป็นของคนพม่าเกิดภาวะ **“ข้าวยากมากแพง”** เนื่องจากชาวบ้านถูกเกณฑ์เป็นทหารบ้าง หนีเข้าศึกศัตรูบ้าง บางกลุ่มก็ย้ายถิ่นหรือถูกกวาดต้อนไปเป็นเชลย ทำให้จำนวนประชากรมีน้อยลง

ลักษณะการค้าขายภายในเมืองเชียงใหม่ ยังมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้านี้ระหว่างหัวเมืองต่าง ๆ ในภาคเหนือที่ภาคกลางเวียงเชียงใหม่เช่นเดิม โดยพ่อค้าที่ทำการค้าขายมีอยู่ 2 ประเภทคือ (ยุพิน เข้มมุกด์, 2535: 70 – 71)

- พ่อค้าชาวพื้นเมือง จะนำสินค้าในหมู่บ้านไปขายยังหัวเมืองต่าง ๆ ในช่วงหลังการทำนา เพราะอาชีพหลักของพ่อค้าพื้นเมือง คือ ทำไร่ทำนา สินค้าที่ซื้อขายส่วนใหญ่เป็นของบริโภคยามศึกสงคราม โดยข้าวเป็นสินค้าที่หายากและมีราคาแพง

- พ่อค้าวัวต่าง โดยสินค้าที่พ่อค้าวัวต่างบรรทุกมาค้าขาย ได้แก่ เกลือสินแร่จากพ่อค้าบ้านบ่อเกลือ น่าน เมียงจากหมู่บ้านปางจิว หมู่บ้านป่าป้อง เขตดอยสะเก็ด และหมู่บ้านป่าแป๋ อำเภอแม่



แดง จังหวัดเชียงใหม่ หนังสือตัว เขาสัตว์ และยาสูบจากเชียงใหม่ จังหวัดพะเยา เครื่องใช้โลหะจากลำปาง ช้างจากเชียงคำ เมืองเชียงราย

ส่วนการค้าภายนอก ยังคงทำการค้าขายเช่นเดิม โดยแบ่งเป็น (แผนที่ 2)

- การค้าทางบก เป็นการค้าข้ามพรมแดนระหว่างล้านนากับเพื่อนบ้าน ได้แก่ มณฑลยูนนานในจีนตอนใต้ รัฐไทยใหญ่ ดินแดนบางส่วนของพม่า ตลอดจนถึงหลวงพระบางและเวียงจันทน์ พ่อค้าที่ดำเนินการค้าข้ามพรมแดน ได้แก่ พ่อค้าจีนฮ่อจากยูนนาน พ่อค้าไทยใหญ่หรือพ่อค้าเงี้ยวจากรัฐฉาน พ่อค้าพม่า และพ่อค้าลาวจากหลวงพระบางและเวียงจันทน์ โดยเฉพาะพ่อค้าจีนฮ่อและพ่อค้าไทยใหญ่ นับว่าเป็นพ่อค้าที่มีบทบาทในการค้าข้ามพรมแดนอย่างมาก โดยพ่อค้าไทยใหญ่มีบทบาทเป็นผู้นำสินค้าจากล้านนาไปขายที่เมืองมะละแหม่ง ขากลับก็นำสินค้าจากมะละแหม่งมาขายในล้านนาด้วย หัวเมืองที่อยู่บนเส้นทางการค้าข้ามพรมแดนที่พ่อค้าใช้กันมาก คือ การค้าระหว่างล้านนา มณฑลยูนนานและมะละแหม่ง คือ เชียงตุง เชียงราย ฮอด ท่าสองยาง แม่สอด ระแหง เกิน ถี่ ลำปาง ลำพูน แพร่ ส่วนเชียงใหม่มักจะเป็นเมืองปลายทางของการค้าทางบก (ยุพิน เข็มมุกด์, 2535: 70-72) โดยพม่าได้ออกข้อบังคับเพื่อควบคุมไม่ให้พ่อค้าชาวพม่าและพ่อค้าจากดินแดนใกล้เคียงที่เข้ามาติดต่อค้าขายเอารัดเอาเปรียบชาวพื้นเมือง เพราะเกรงว่าจะก่อให้เกิดปัญหาทางด้านการปกครอง (ประจัน รักพงษ์, 2528: 78)

- การค้าทางน้ำ เป็นการค้าของป่าระหว่างเมืองเชียงใหม่กับอยุธยาซึ่งประสบความสำเร็จ เพราะสินค้าจากของป่าเช่น กายาน ช้าง ยางรัก งาช้าง นอแรด จี๋ผึ้ง ชะมดเชียง และครั้ง มีราคาแพง เพราะในช่วงเวลาที่เกิดสงคราม เส้นทางการค้าที่เชื่อมเครือข่ายระหว่างเมืองเชียงใหม่กับอยุธยาไม่เป็นที่ปลอดภัยสำหรับการลำเลียงทางน้ำเพราะพม่าได้ระดมจัดตั้งกองทัพเรือขึ้นตามหัวเมืองที่เป็นศูนย์กลางคมนาคมที่สำคัญฝ่ายเหนือเช่น กำแพงเพชร นครสวรรค์ โดยใช้แม่น้ำเป็นเส้นทางในการลำเลียงกำลังพลลงลงไปสู่อุทยา เงินที่ใช้แลกเปลี่ยนเป็นเงินรูปของพม่า รายได้จากการค้าขายสินค้าของคนไทยต้องส่งไปให้กับรัฐบาลพม่า

3. การค้าภายหลังการปกครองของพม่า (พ.ศ. 2318 – 2338)

นับแต่ปี พ.ศ. 2317 เป็นต้นมา การค้าขายในอาณาจักรล้านนาเพิ่มความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะการค้าระหว่างอาณาจักรทั้งนี้ เพราะเมืองเชียงใหม่มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม คือ เป็นศูนย์กลางการติดต่อกับเมืองต่าง ๆ ได้สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ จึงส่งผลให้เมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการค้าสำคัญ ภายหลังจากเชียงใหม่ได้อิสรภาพคืนจากพม่า ในปี พ.ศ. 2317 เมืองเชียงใหม่จึงเปลี่ยนเป็นประเทศราชของไทยโดยพระยาจำบ้านเป็นเจ้าเมือง ทั้งนี้เชียงใหม่ต้องปฏิบัติตามหน้าที่ของเมืองประเทศราช คือ

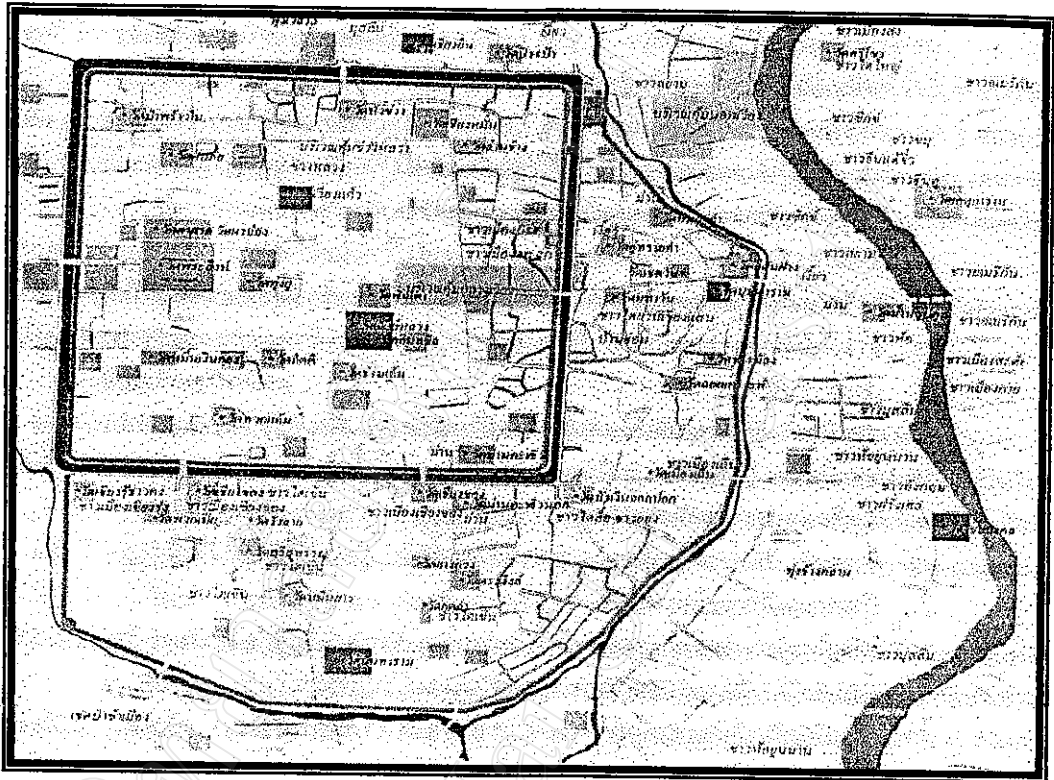
-เครื่องราชบรรณาการ ต้องส่ง 3 ปีต่อครั้งเพื่อเป็นเครื่องหมายของการยอมอยู่ใต้การบังคับบัญชา หากไม่ส่งจะถือว่ากบฏ เครื่องราชบรรณาการประกอบด้วยสิ่งสำคัญ คือ ดันไม้เงินดันไม้ทองขนาดเท่ากัน 1 คู่ และสิ่งของอีกจำนวนหนึ่งตามความเหมาะสมโดยไม่กำหนดชนิดและจำนวน หลักฐานในสมัยรัชกาลที่ 4 พบว่า เมืองเชียงใหม่ส่งดัน ไม้เงินดัน ไม้ทองสูง 3 สอกคืบ 7 ชั้น และไม้ขอนสัก 300 ดัน หรือบางปีส่งน้ำรักแทนในจำนวน 150 หรือ 300 กระบอก ต้องส่งเป็นเครื่องบรรณาการ 3 ปีต่อครั้ง (สร้อยสวัสดิ์ อ่องสกุล, 2529:67)

-ส่วย เป็นสิ่งของที่ต้องส่งทุกปีในอัตราที่ค่อนข้างแน่นอน ส่วยที่สำคัญของเมืองเชียงใหม่ คือ ไม้ขอนสัก ซึ่งเป็นของหายากในท้องถิ่น ตามหลักฐานในสมัยรัชกาลที่ 3 พบว่า เชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่ส่งไม้ขอนสัก 500 ดัน นอกจากนี้ยังส่งผ้าขาวเพลา ปีละ 200 เพลา และน้ำรัก จำนวน 537 ทะนาน (สร้อยสวัสดิ์ อ่องสกุล, อ้างแล้ว:68)

-ของถวาย ได้แก่ ช้างเผือก ช้างพลายสีประหลาด

-การเกณฑ์ เป็นการเรียกเกณฑ์สิ่งของเครื่องใช้ในคราวงานพระบรมศพพระมหากษัตริย์ เช่น ในงานพระบรมศพรัชกาลที่ 1 เมื่อปี พ.ศ.2352 กรุงเทพฯได้เรียกเกณฑ์สิ่งของที่จะนำมาใช้ในงานจากหัวเมืองประเทศราชต่าง ๆ โดยเมืองเชียงใหม่ส่งกระดาดหัว 20,000 แผ่น (ปริศนา ศิรินาม, 2516:104 – 109)

ในขณะเดียวกันกรุงเทพฯก็จะตอบแทนการรับเครื่องบรรณาการและส่วยโดยการส่งสิ่งของตอบแทน ซึ่งมักเป็นสิ่งที่ล้านนาต้องการ เพราะขาดแคลนหรือสิ่งของพระราชทานมา เช่น ในปี พ.ศ.2345 สมัยรัชกาลที่ 1 พระราชทานปืน กระสุน ดินบุก ทองคำเปลว เป็นต้น (นงเยาว์ กาญจนจारी, 2541:13 – 14) และในปี พ.ศ. 2325 หลังจากพระยาจำบ้านเสียดชีวิต พระยาภาววิไลได้รับการแต่งตั้งจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกให้เป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่ แต่ในช่วงเวลานั้น เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีประชาชนอยู่น้อยมาก เพราะเกรงภัยสงคราม (รูป 2)

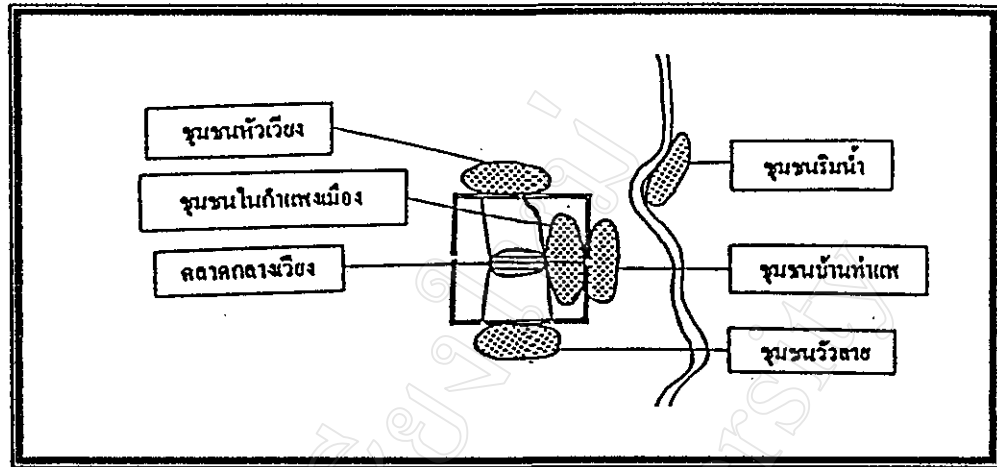


รูป 2 เมืองเชียงใหม่ พ.ศ.2317 – 2417.

ที่มา: วิฑูรย์ เหลียวรุ่งเรือง.สถาปัตยกรรมเชียงใหม่.สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543:20.

4. การค้าในยุคสร้างบ้านแปงเมือง (พ.ศ.2339 – 2397)

ในปี พ.ศ. 2339 พระเจ้ากาวิละสร้างเมืองเชียงใหม่ขึ้นใหม่ โดยให้นโยบาย “เก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” เพื่อรวบรวมผู้คนเข้ามาไว้ในเมืองและ “สร้างบ้านแปงเมือง” เพื่อฟื้นฟูเมืองให้มีความมั่นคง โดยตลาดกลางเวียงได้รับการฟื้นฟูบูรณะ เพื่อเป็นศูนย์กลางทางการค้าขายรอบนอกเช่นเดิม และเริ่มมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนสินค้ามากขึ้นจากตลาดนัดเป็นกาดตลาดหรือกาดสี่ คือ ตลาดที่มีสินค้านานาชนิด โดยตลาดกลางเวียงเริ่มมีการขยายไปที่ถนนท่าแพตามลำดับ (รูป 3)



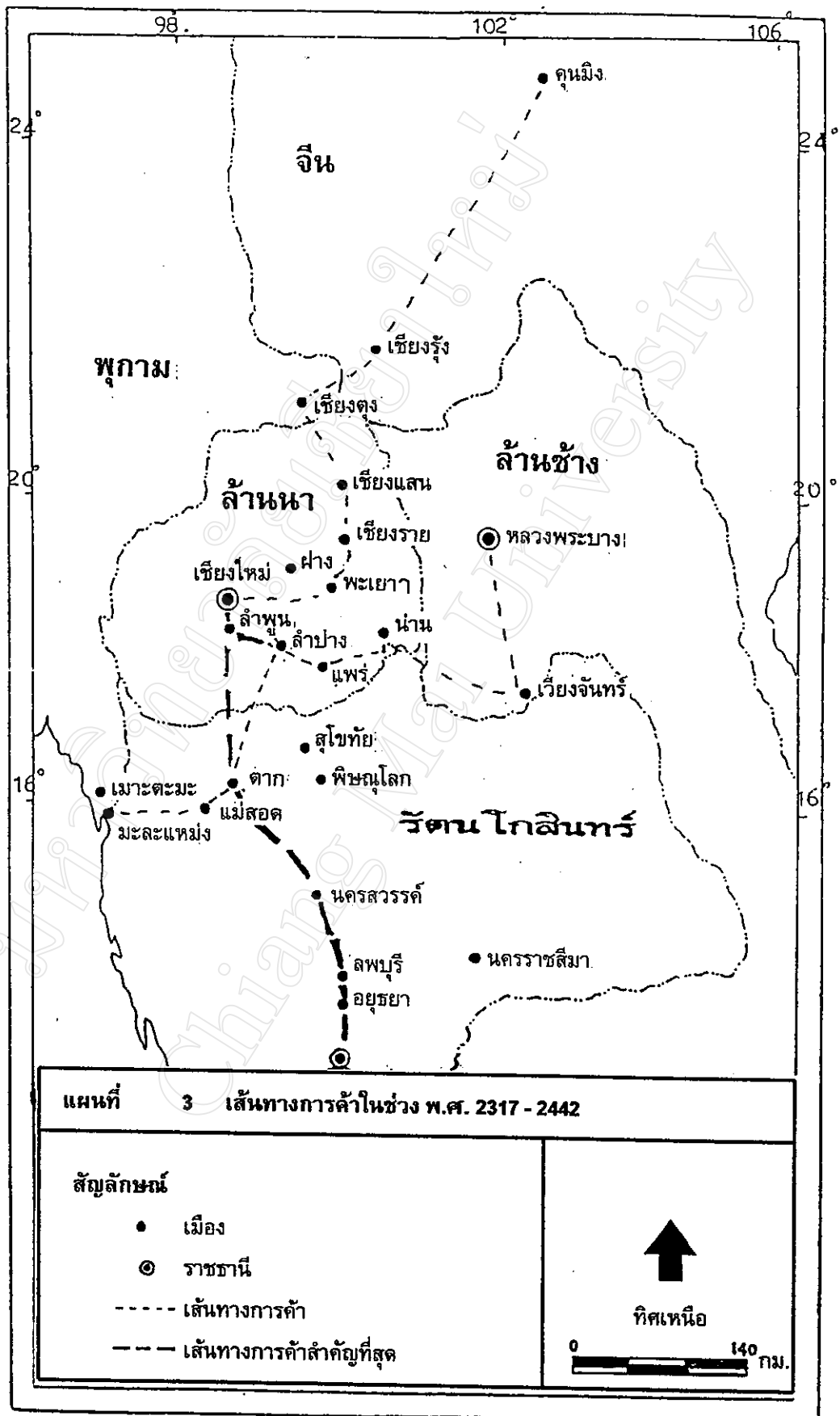
รูป 3 ที่ตั้งตลาดและชุมชนข้างเคียงช่วงปี พ.ศ.1839 – 2397.

ที่มา: อิศรา กันแดง.การศึกษาลักษณะเฉพาะของโครงข่ายการสัญจรและพื้นที่ปลูกสร้างในบริเวณนครเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์ผังเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539 (อ้างใน กิจฐเขต ไกรวาส,2538:81.)

ลักษณะการค้าขายประกอบด้วย การค้าทางบกและการค้าทางเรือ ทำให้สินค้าที่เคยผลิตเองในชุมชนเริ่มถูกแทรกแซงด้วยสินค้าที่มาจากขบวนวัวต่าง วัวต่าง พ่อต่าง และมาจากขบวนเรือระบบการค้าเริ่มซับซ้อนขึ้น ซึ่งอาจเรียกพ่อค้าลักษณะนี้ว่า “พ่อค้าจร”

สำหรับการค้าทางบกนั้น พ่อค้าที่มีบทบาทสูงเป็นกลุ่มพ่อค้าพื้นเมือง พม่า ไทยใหญ่ และจีนฮ่อ โดยเฉพาะพ่อค้าชาวไทยใหญ่และจีนฮ่อ จะเดินทางมาค้าขายอย่างต่อเนื่อง และยังมีพ่อค้าชาวพื้นเมืองที่เดินทางค้าขายตามหัวเมืองต่าง ๆ ในเขตล้านนา สินค้าที่มากับขบวนพ่อค้าวัวต่างนั้นปีหนึ่งจะทำได้ในช่วงปลอดฝนเท่านั้น พ่อค้าวัวต่างซึ่งเป็นชาวพื้นเมืองก็มักจะนำสินค้าซึ่งซื้อมาจากเมืองหนึ่งไปขายอีกเมืองหนึ่งวนเวียนกันไปจนกว่าจะกลับคืนมาสู่บ้านเรือนในฤดูฝน ซึ่งขบวนวัวต่างของพ่อค้าไทยใหญ่นั้นมักจะมีจำนวนถึง 100 ตัว ซึ่งบรรทุกสินค้า เช่น จี๊ผิ้ง น้ำผึ้ง เมี่ยง หนังกัดวัว พริกแห้ง ฝ้าย มาขายก่อนที่จะเดินทางไปจนถึงมะละแหม่ง ส่วนขบวนของพ่อค้าฮ่อนั้น จะมาเชียงใหม่ปีละครั้งและมักจะนำจี๊ผิ้ง ฝ้ายไหม ขนสัตว์ เครื่องใช้ทองเหลือง ชะมดเช็ด และฝิ่นมาขาย ส่วนในขากลับนั้นก็จะนำสินค้าพื้นเมืองของเชียงใหม่ เช่น น้ำมันก๊าด ไม้ขีดไฟ เทียนไข สบู่ เสื้อผ้า ปลาแห้ง และเกลือ บรรทุกบนหลังวัวต่างเดินทางกลับ และซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าไปเรื่อย ๆ เรียกการค้าประเภทนี้ว่า “กาดนัด” ช่วงระยะเวลาเปิด (ติดตลาด) อาจจะต่างกันแล้วแต่ว่าแต่ละแห่งจะกำหนดเป็น 3 วัน 7 วัน หรือ 15 วัน (ยุพิน เข้มมุกด์,อ้างแล้ว:61) (แผนที่ 3)

ส่วนการค้าทางเรือจากกรุงเทพฯถึงเชียงใหม่นั้น สินค้าที่นำมาขายมักจะเป็นเกลือ ปลาแห้ง ฝ้ายแพร และ ร่ม เป็นต้น ส่วนสินค้าจากกลับจากเชียงใหม่ก็มักจะเน้นของป่า เช่น กล้วย สีสียอด หนังกัดวัว เขาสัตว์ และน้ำผึ้ง ซึ่งสินค้านี้ดังกล่าวก็มักจะถูกส่งไปขายต่างประเทศอีกด้วย ในสมัย



พระเจ้ากาวิละและสมัยต่อมาบริเวณระหว่างกำแพงเมืองชั้นนอกชั้นในทางด้านใต้ สมัยหลังมีการสร้างภาคอีกภาคหนึ่ง เรียกต่อมาว่า “ภาคทพยนตร” เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่คนในชุมชนทางด้านใต้มาติดต่อกับเชียงใหม่

5. การเข้ามาของคนอังกฤษและคนในบังคับอังกฤษในล้านนา

นับจากมีการเกิดการคุกคามจากจักรวรรดินิยมตะวันตก การค้าในเมืองเชียงใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไปหลังจากอังกฤษเข้าครอบครองพม่า อังกฤษได้เข้ามามีความสัมพันธ์กับเมืองเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2372 ดร.ริชาร์ดสัน นายแพทย์ชาวอังกฤษเดินทางเข้ามาขอซื้อช้าง โค และกระบือ ทำให้การติดต่อค้าขายของชาวอังกฤษและชาวมอญพม่าซึ่งเป็นคนในบังคับอังกฤษได้ขยายตัวออกเป็นธุรกิจอื่นที่สำคัญมาก คือ การทำป่าไม้ ต่อมาได้ขอสัมปทานตัดไม้สักบริเวณชายแดน ส่งผลให้เกิดระบบทุนนิยมเข้ามาแทนที่ระบบการผลิตแบบยังชีพ มีผลให้เกิดการผลิตและการแลกเปลี่ยนในเมืองและเขตใกล้เคียงที่เป็นศูนย์กลางการค้าต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตเพื่อขาย ใช้เงินตราเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนอย่างกว้างขวาง วิธีการผลิตและความสัมพันธ์การผลิตแบบทุนนิยมจึงได้ก่อรูปขึ้นในโครงสร้างเศรษฐกิจสังคมภาคเหนือ (ปลาย้อ ชนชนน, 2530 : 7) ภายหลังอังกฤษได้ทำสนธิสัญญาเบาริ่งกับรัฐบาลไทยในปี พ.ศ. 2398 เพื่อเปิดการค้าขายเสรี ทำให้มีการค้าขายกับต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น มีชาวมอญ ชาวพม่าในบังคับอังกฤษเริ่มเข้ามาตัดไม้ในป่าปลายเขตแขวงเมืองเชียงใหม่ เป็นผลให้เกิดการทำป่าไม้เจริญขึ้น มีบริษัทการค้าของชาติตะวันตกทยอยเข้ามาดำเนินการและผูกขาดการส่งออกและนำเข้าสินค้าแทนพ่อค้าจีน เช่น บริษัทบอร์เนียวเข้ามาค้าขายไม้สักในภาคเหนือในปี พ.ศ. 2399 และในปี พ.ศ. 2432 บริษัทบอมเบย์เบอร์มาและบริษัทสยามฟอเรส เข้ามาทำธุรกิจค้าไม้สักเมื่อ พ.ศ. 2435 ดังนั้นพ่อค้าคนจีนบางส่วนต้องหันมาทำการค้าภายในประเทศและเป็นนายหน้าของบริษัทการค้าตะวันตกและมีบางส่วนที่ถูกผลักดันให้เข้ามาทำการค้าขายภายในประเทศ ส่งผลให้พ่อค้าคนจีนในท้องถิ่นสามารถผูกขาดการค้าในเมืองเชียงใหม่ที่เป็นศูนย์กลางการค้าแทนพ่อค้าไทยใหญ่และพม่า ซึ่งถูกผลักดันไปค้าขายในชนบทและประกอบอาชีพเกษตรกรรมแทน

ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งเสริมความสนใจของคนอังกฤษและคนในบังคับอังกฤษให้เดินทางเข้ามาในล้านนา คือ (สร้อยศรี อ่องสกุล, 2529: 82 – 83)

-ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ ดินแดนล้านนาเป็นแหล่งที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้สักมูลค่ามหาศาล ทำให้คนอังกฤษและคนในบังคับอังกฤษเกิดความสนใจที่จะเข้ามาดำเนินการค้าไม้ในบริเวณนี้

-ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ของลำนานาที่มีอาณาเขตติดต่อกับพม่าโดยใกล้ชิดหลังจากที่อังกฤษครอบครองพม่าจึงเข้ามาติดต่อกับลำนานา และการคมนาคมที่สะดวกเพียงแต่ข้ามแม่น้ำสาละวินก็ถึงเขตลำนานา ซึ่งมีส่วนทำให้คนอังกฤษและคนในบังคับอังกฤษเดินทางผ่านเข้ามาในลำนานาได้โดยง่าย

-ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศซึ่งเป็นผลของการทำสนธิสัญญาเบาว์ริง พ.ศ.2398 สนธิสัญญานี้เป็นการรับรองฐานะและเสรีภาพในทางการค้าของชาวอังกฤษในประเทศไทย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่คนอังกฤษและคนในบังคับอังกฤษสามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายดังที่ระบุไว้ในสนธิสัญญา

-ระบบการปกครองหัวเมืองลำนานามีส่วนสนับสนุนให้คนอังกฤษและคนในบังคับอังกฤษเข้ามาในบริเวณนี้ได้ง่าย ทั้งนี้เพราะในฐานะหัวเมืองประเทศราชลำนานามีสิทธิปกครองตนเองพอสมควร และกิจการป่าไม้เจ้าเมืองประเทศราชมีสิทธิให้ทำป่าไม้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากรัฐบาลกลางเพราะถือว่าเป็นเรื่องภายในของลำนานา

ช่วงดังกล่าวสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากต่างประเทศ เช่น จากอังกฤษ เยอรมัน ซึ่งเป็นสินค้าประเภทอำนวยความสะดวก เช่น กระเบื้อง เครื่องแก้ว บุหรี่ น้ำหอม ผ้าขนสัตว์ หมวกฟาง รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ จักรเย็บผ้า เครื่องเหล็ก เครื่องจักร น้ำมัน เป็นต้น เริ่มเข้าสู่ตลาดในเมืองเชียงใหม่และภาคเหนือ ทำให้รูปแบบของตลาดเริ่มเปลี่ยนแปลงและมีบทบาทต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากขึ้น ซึ่งหลังจากการทำสนธิสัญญาทำให้เมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการค้ากับเมืองที่อยู่โดยรอบและเมืองที่ไกลออกไปถึงเชียงตุงและเชียงรุ่ง และยังส่งผลให้โครงสร้างการผูกขาดสินค้าของชนชั้นปกครองจบสิ้นลง รวมไปถึงบทบาทของเจ้าเมืองลดความสำคัญลง เนื่องจากถูกฉีกรอนสิทธิต่าง ๆ รวมทั้งรายได้จากภาษีต่าง ๆ ก็หมดสิ้นไป กิจการตลาดไม่ได้ผูกขาดกับเจ้าเมืองอีกต่อไป และเปิดโอกาสให้พ่อค้าชาวต่างชาติที่เป็นคนในบังคับของอังกฤษเข้ามามีบทบาทควบคุมการค้าแทนพ่อค้าจีน

ในปี พ.ศ. 2426 อังกฤษเข้ามาตั้งสถานกงสุลในเมืองเชียงใหม่ โดยครั้งแรกมีฐานะเพียงสถานรองกงสุลขึ้นอยู่กับสถานกงสุลอังกฤษที่กรุงเทพฯ ทำให้มีพ่อค้าชาวพม่า ไทยใหญ่ อินเดีย ซึ่งเป็นคนในบังคับอังกฤษเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองเชียงใหม่ และมีบทบาทในตลาดลำนานามากขึ้น ในราวปี พ.ศ.2430 พ่อค้าชาวพม่าตั้งร้านขายสินค้าอยู่เต็มสองฟากถนนท่าแพตั้งแต่หน้าวัดแสนฝางไปจนถึงสี่แยกอุปกุด และพ่อค้าไทยใหญ่เป็นพ่อค้าที่ควบคุมแผงขายสินค้าในตลาดสำคัญ ๆ ในภาคเหนือก่อนที่จะมีพ่อค้าคนจีนเข้ามาแข่งขัน และตั้งบ้านเรือนอยู่ในย่านท่าแพ ข้างเผือก โดยจะเอาสินค้ามาขายทั้งที่ภาคกลางเวียง กาดทิพย์เนตร บริเวณถนนท่าแพและรอบ ๆ เขตเมืองเชียงใหม่ เช่น ตลาดแม่มิม (อ.แม่มิม) ตลาดบ้านกาด (อ.สันป่าตอง) ตลาดบ่อหิน (อ.คอยสะเก็ด) ร้านค้ามี

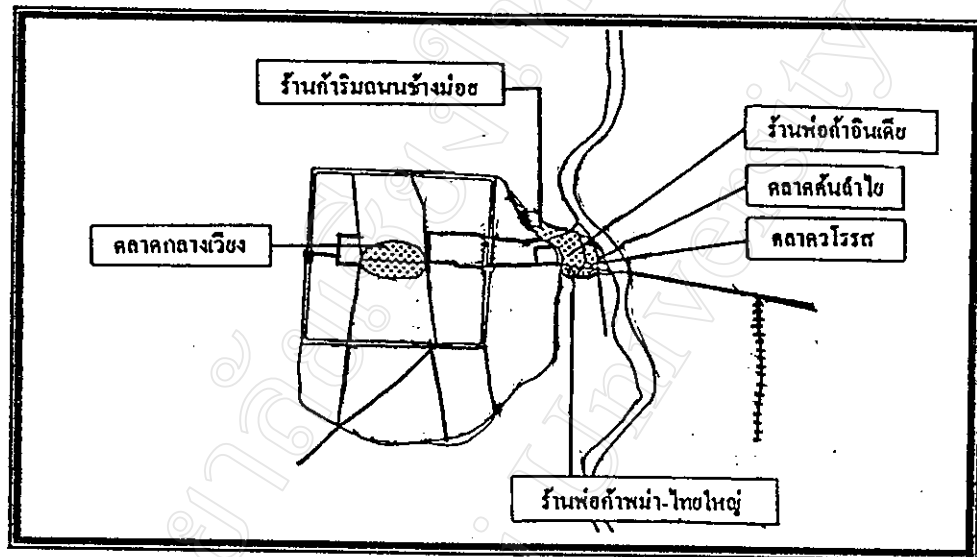
ลักษณะเป็นโรงแถวไม้ชั้นเดียวหลังคามุงด้วยกระเบื้องดินเผา มีร้านค้าของพ่อค้าชาวจีนบ้าง ส่วนร้านค้าของชาวพื้นเมืองแทบไม่ปรากฏ (บุญเสริม ศาตราภัยและสังคีต จันทนะโพธิ, 2520 อ้างใน กนกพร กระบวนศรี, 2531: 43)

แต่เมื่อพ่อค้าคนจีนอพยพมาค้าขายและตั้งหลักแหล่งในภาคเหนือมากขึ้น สภาพการค้าในตลาดสำคัญ ๆ จึงเปลี่ยนเป็นการค้าปะปนกันไป คือ พ่อค้าเงี้ยวขายเสื้อผ้า ผ้าห่ม พ่อค้าคนจีนตั้งร้านค้าปะปนอยู่กับร้านค้าของพ่อค้ากลุ่มอื่น ๆ ขายสินค้าเบ็ดเตล็ด แม่ค้าคนเมืองขายปลา เนื้ออาหาร พ่อค้าฮินดู มุสลิม ซึ่งค้าวัวมาจากอินเดียและปากีสถานตั้งชุมชนที่ทุ่งช้างคลาน ส่วนพ่อค้าอินเดียจะตั้งร้านค้าอยู่บริเวณตลาดวโรรส ถนนช้างม้อย ต่อมาร้านค้าของพ่อค้าชาวจีนได้เพิ่มจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่าร้านค้าของคนจากต่างถิ่นกลุ่มอื่น สินค้าที่นำเข้ามาจำหน่าย ได้แก่ สินค้าสำเร็จรูปจากโรงงานอุตสาหกรรม เช่น เสื้อผ้า น้ำมันก๊าด ไฟแช็ค เป็นต้น สินค้าส่งออก ได้แก่ ของป่า โดยเจ้าเมืองขายสินค้าของป่าให้แก่พ่อค้าจีนฮ่อและพ่อค้าไทยใหญ่ ซึ่งเป็นพ่อค้าที่เดินทางค้าขายระหว่างเมืองต่าง ๆ ในล้านนา และขายส่งต่อลงไปยังกรุงศรีอยุธยาซึ่งเป็นแหล่งค้าของป่าที่สำคัญ

ในช่วงนี้ ท่าเลที่ตั้งของตลาดในเขตกำแพงเมืองซึ่งตั้งอยู่ระหว่างหน้าวัดพระสิงห์ถึงสี่แยกกลางเวียงก็ยังมีอยู่แต่ความสำคัญและขนาดเล็กลง และมีตลาดเช้าที่ถนนท่าแพ โดยการค้าในตลาดเชียงใหม่จะติดตลาดทุกเช้า แม่ค้าซึ่งเป็นชาวพื้นเมืองจะนำผลผลิตทางการเกษตรจากหมู่บ้านใกล้เคียงมาวางขายตามสองข้างถนน สินค้าที่นำมาจำหน่าย ได้แก่ ผัก ข้าว ยาสูบ จี๊ผึ้ง ดอกไม้ ผลไม้ หนาม ปูน ปลาแห้ง เป็นต้น โดยในตลาดสดจะมีแต่แม่ค้าเท่านั้น ยกเว้นร้านขายหมูเท่านั้นที่เป็นพ่อค้า ข้างหลังแม่ค้าจะเป็นร้านแผงลอยของพ่อค้าชาวจีนและพม่า จะขายสินค้าจำพวกร่ม ผ้า ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้ามัดสีน ถาดทองเหลือง ถาดไม้ และเครื่องเงินต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีพ่อค้าเร่เข้ามาขายของในตลาดบ้างเป็นครั้งคราว (สร้อยสวัสดิ์ อ่องสกุล, 2527: 140) (รูป 4)

ในปี พ.ศ. 2443 การค้ามีการเปลี่ยนเส้นทางจากการค้าทางบกระหว่างมะละแหม่งถึงเชียงใหม่ มาเป็นการค้าทางเรือระหว่างกรุงเทพฯ ถึงเชียงใหม่ เนื่องจากการทำป่าไม้เปลี่ยนเส้นทางส่งไม้สักออกจากเส้นทางแม่น้ำสาละวิน มาเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาและการขนส่งทางน้ำถูกกว่าการขนส่งทางบก อีกทั้งเส้นทางบกก็ชำรุดมาก การค้าทางบกด้านพม่านี้ยังคงมีบทบาทอยู่แม้ว่าจะน้อยกว่าการค้าทางเรือ และค่อย ๆ ลดความสำคัญไปเมื่อการสร้างรถไฟมาถึงเมืองเชียงใหม่ (สร้อยสวัสดิ์ อ่องสกุล, 2529: 149) โดยพ่อค้าชาวจีนซึ่งเริ่มอพยพเข้ามาค้าขายในล้านนาในอดีตได้พัฒนาตนเองจากการเป็นเจ้าภานายอากรขึ้นเป็นพ่อค้าดำเนินการติดต่อค้าขายทางเรือกับกรุงเทพฯ เพราะมีความคุ้นเคยในการเดินทางด้วยเรือและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับพ่อค้าจีนในกรุงเทพฯ จึงตั้งร้านค้าอยู่ตามย่านท่าเรือต่าง ๆ เช่น ย่านท่าเรือวัดเกต บริเวณริมฝั่งแม่น้ำปิง (บริเวณตลาดต้นลำไยใน

ปัจจุบัน) โดยหันด้านหน้าของร้านค้าออกสู่แม่น้ำปิง เพื่อความสะดวกในการขนถ่ายสินค้าจากท่าเรือ (บริเวณสถานีตำรวจนครแม่ปิงในปัจจุบัน) และยังมีท่าเรือรับส่งผู้โดยสารไปยังตลาดวโรรส ด้วย ส่งผลให้สภาพการค้าในเมืองเชียงใหม่และภาคเหนือเริ่มเปลี่ยนแปลงไป

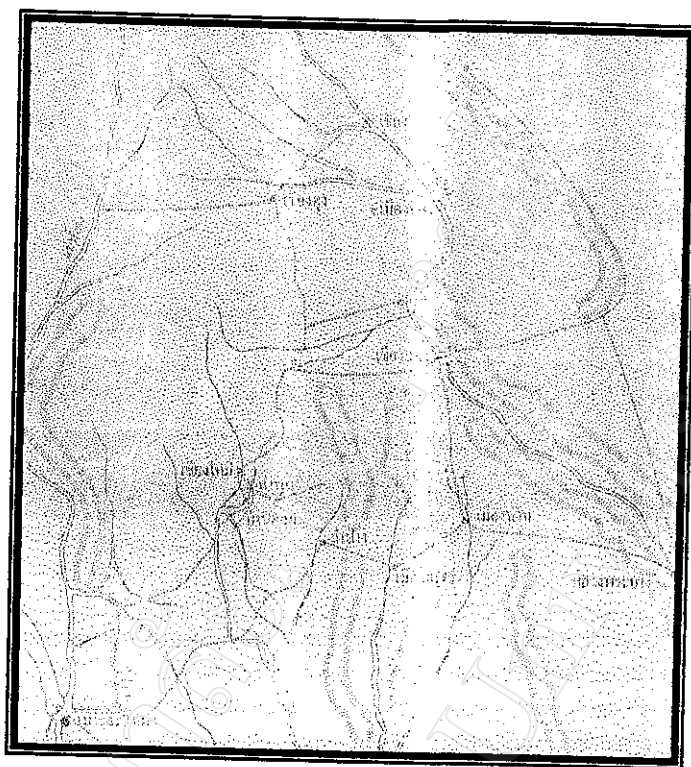


รูป 4 ที่ตั้งตลาดและชุมชนข้างเคียงช่วงปี พ.ศ.2398 – 2443.

ที่มา: อิศรา กันแดง.การศึกษาลักษณะเฉพาะของโครงข่ายการสัญจรและพื้นที่ปลูกสร้างในบริเวณนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ผังเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เส้นทางการค้าทางเรือที่สำคัญมี 2 เส้นทาง คือ เส้นทางแม่น้ำปิงและเส้นทางแม่น้ำน่าน เส้นทางแม่น้ำปิง มีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการค้า เป็นเส้นทางการค้าสำหรับเมืองเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ระแหง โดยมีแม่น้ำวัง ซึ่งไหลผ่านลำปางมาบรรจบแม่น้ำปิงที่ระแหง ส่วนเส้นทางแม่น้ำน่าน มีท่าอิฐ อุตรดิตถ์ เป็นศูนย์กลางการค้าของภาคเหนือแถบตะวันออก (รูป 5)

สินค้าจากเชียงใหม่ที่นำไปขายยังกรุงเทพฯ ที่สำคัญ ส่วนใหญ่เป็นของป่าได้แก่ กล้วย กล้วยไม้ สัตว์ เขาสัตว์ น้ำผึ้ง และน้ำมันหมู ส่วนสินค้าที่ส่งจากกรุงเทพฯ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้า ด้าย น้ำมันก๊าด ไม้ขีดไฟ เทียนไข สุรา ธูป เครื่องใช้ทำด้วยเหล็ก เกลือ ปลาแห้ง หรืออาหารทะเลอื่น ๆ เป็นต้น



รูป 5 เส้นทางการค้าที่เชื่อมโยงหัวเมืองต่าง ๆ ในล้านนากับหัวเมืองทางตอนบนและเมืองท่า มาละแฉะ
หรือมะละแหม่ง พ.ศ.2372 – 2445

ที่มา : แสง มาละแฉะ.คนของอยุธยา.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2540:153.

เรือที่ใช้ในการค้านั้น เรียกว่า “เรือแม่ปะ” หรือ “เรือหางแมงป่อง” บางท้องที่เรียกว่า “เรือสะดอ” หรือ “เรือสัดอ” เป็นเรือค่อด้วยไม้สักขนาดใหญ่กว้างประมาณ 2 เมตร ยาวประมาณ 10 เมตร หัวและท้ายเป็นไม้กระดานเชิดสูง ทางตอนท้ายงอนสูงกว่าคอนหัว มีประทุนสานด้วยไม้ไผ่คลุมอยู่ตอนส่วนกลางของลำเรือเพื่อกำบังฝนและแดดให้แก่ผู้โดยสาร (บุญเสริม ศาตราภัย และ ตั้งจิต จันทะโพธิ์, 2520:10) สามารถบรรทุกสินค้าได้ลำละประมาณ 2.5 ตัน เรือที่ล่องไปค้าขายนั้นต้องไปเป็นขบวนอย่างน้อยที่สุด 2 ลำ เพราะลูกเรือของเรือจะต้องช่วยกันชักลากเรือขึ้นแก่งในเที่ยวกลับ ค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าจ้าง “นายร้อย – นายร้อย” 2 คนและลูกเรือ 16 คน รวมเป็นเงินประมาณ 750 – 800 รูปี เวลาที่เดินทางระหว่างเชียงใหม่กรุงเทพฯประมาณ 2 – 3 เดือน ระหว่างเชียงใหม่กับปากน้ำโพนครสวรรค์ประมาณ 15 วัน ขาขึ้นใช้เวลาประมาณ 40 – 60 วัน ช่วงระยะเวลานี้มีเรือขึ้นล่องประมาณ 1,000 ลำ การค้าทางเรือนี้ดำเนินไปตลอดปี

สำหรับเจ้านายฝ่ายเหนือที่สนใจการค้าขายได้มีการลงทุนในกิจการตลาดสดในเมือง โดยการสร้างตลาดสดและเก็บค่านั่งร้านเพื่อค้าขายจากพ่อค้า โดยสร้างในย่านใจกลางเมืองใกล้กับย่านที่พักอาศัยของพ่อค้าชาวไทยใหญ่และชาวพม่า ราวปี พ.ศ. 2453 เกิดตลาดสดที่ใหญ่ที่สุดใน

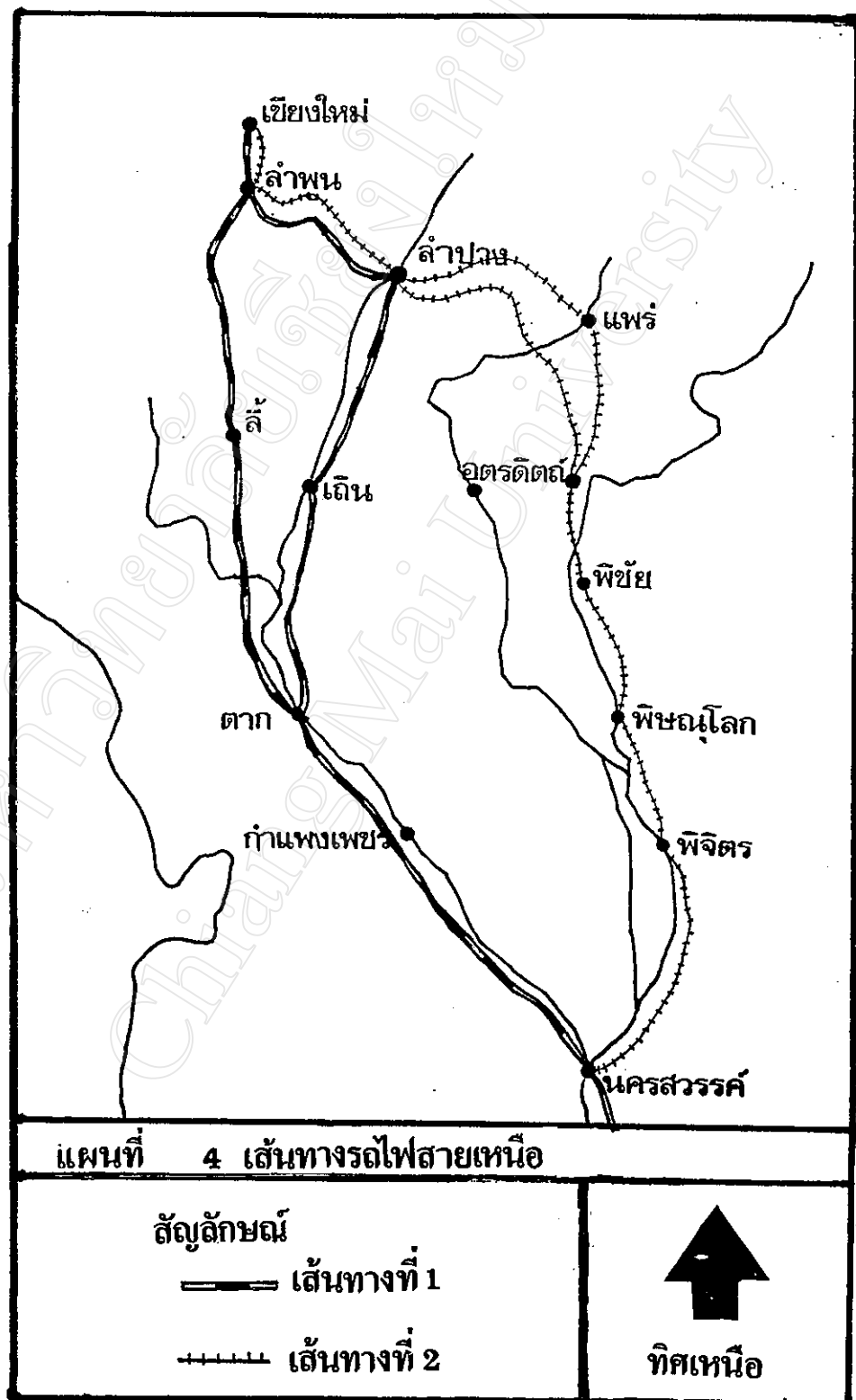
เชียงใหม่ ชื่อ “ตลาดวโรรส” หรือที่ชาวบ้านเรียก “ภาคหลวง” ซึ่งเป็นตลาดที่เจ้านายฝ่ายเหนือ คือ เจ้าแก้วนริศ (ครั้งยังเป็นเจ้าราชวงศ์) สร้างขึ้นจากสุสานเก่า ด้วยเงินลงทุน 1,800 รูปี ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกถนนวิชยานนท์ตรงข้ามกับ “ตลาดต้นลำไย” ซึ่งสร้างขึ้นโดยหลวงอนุสารสุนทรกับนายอูย แซ่เหลียว โดยตลาดแบ่งเป็น 3 ส่วน ด้านเหนือและด้านใต้เป็นที่โล่งสำหรับให้พ่อค้านั่งวางสินค้าจำหน่าย พ่อค้าส่วนมากเป็นพ่อค้าชาวพื้นเมืองที่นำผลิตผลทางการเกษตร เช่น ผักและผลไม้มาจำหน่าย ตรงกลางเป็นอาคารโปร่งหลังคามุงด้วยสังกะสีและกระเบื้องดินเผา พื้นที่ส่วนนี้ให้เป็นที่ยาหน่ายสินค้าของพ่อค้าชาวไทยใหญ่และชาวพม่าจำหน่ายเสื้อผ้า ผ้าห่ม น้ำมันก๊าด เทียนไข ตะเกียง ไม้ขีดไฟ และเกลือ ส่วนพ่อค้าชาวจีนจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดซึ่งสั่งซื้อจากกรุงเทพฯ (บุญเสริม และสังคีต, 2520; ชูลิทธิ์, 2523 อ้างใน กนกพร กระบวนศรี, 2530:44)

6. การสร้างทางรถยนต์เชื่อมระหว่างเมือง

ผลจากการทำสนธิสัญญาต่าง ๆ ทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองเชียงใหม่ควบคู่ไปกับการพัฒนาทางด้านการขนส่งทางบก เริ่มมีการใช้รถลากประมาณสมัยพระเจ้าอินทวิชยานนท์ (พ.ศ. 2416 – 2439) และเริ่มมีการใช้รถม้าประมาณสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2411 – 2453) มีการนำเอารถจักรยานเข้ามาใช้ในสมัยพระเจ้าอินทวโรรสสุริยวงศ์ (พ.ศ. 2444 – 2452) และในปี พ.ศ. 2447 พ่อค้าคนจีนในเมืองได้มีการนำเอารถยนต์เข้ามาใช้ในการขนส่งสินค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ วัวต่างจึงถูกแทนที่ด้วยรถยนต์ พ่อค้าวัวต่างส่วนใหญ่ต้องเลิกค้าขายกลับไปทำนาทำไร่ และมีจำนวนน้อยมากที่ยังคงทำการค้าขายในระดับหมู่บ้าน หรือซื้อรถบรรทุกมารับจ้างขนส่งสินค้า ทำให้มีจำนวนยานพาหนะต่าง ๆ เพิ่มขึ้น จึงต้องมีการขยายถนนและสร้างเส้นทางคมนาคมขนส่งใหม่เพิ่มขึ้น ประกอบกับจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ทำให้เมืองขยายตัวออกไปตามเส้นทางคมนาคมขนส่ง (อัญญาค์ โปราณนท์, 2536) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2457 เป็นต้นมา ได้เริ่มมีการสร้างทางเกวียน ต่อมาขยายเป็นทางรถยนต์เพื่อเชื่อมเมืองต่าง ๆ ในภาคเหนือ ซึ่งในปี พ.ศ. 2457 ได้มีการสร้างทางรถยนต์เชื่อมระหว่างจังหวัดลำปาง พะเยา และเชียงราย และในปี พ.ศ. 2459 ได้มีการปรับปรุงถนนสายเชียงใหม่ – ลำพูนให้ดียิ่งขึ้น

7. การสร้างทางรถไฟสายเหนือและการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภาคเหนือเข้ากับส่วนกลาง

ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2464 รัฐบาลได้ทำการสร้างทางรถไฟสายเหนือจากจังหวัดนครสวรรค์จนถึงเมืองเชียงใหม่ (แผนที่ 4) สินค้าที่ขนส่งทางรถไฟขึ้นมาขายได้แก่ สินค้าสำเร็จรูปเกลือ ปลา น้ำมันก๊าด น้ำตาล โดยเฉพาะสินค้าราคาถูกจากประเทศเยอรมันและญี่ปุ่นซึ่งขายราคาถูกกว่าสินค้าจากอังกฤษ เช่น สินค้าอะลูมิเนียม และด้ายของเยอรมัน ผ้าและด้ายของญี่ปุ่น



เป็นต้น ทำให้สินค้าอังกฤษที่ครองตลาดภาคเหนืออยู่เป็นเวลานาน จึงถูกกระทบกระเทือนจากการค้าทางรถไฟ ค่อมาทางรถไฟก็บรรทุกสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับผู้มีฐานะในเมืองและสินค้าทุน เช่น กระเบื้อง เครื่องแก้ว บุหรี่ น้ำหอม ผ้าขนสัตว์ หมวกฟาง รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถบรรทุก รถโดยสาร นอกจากนี้ยังมีสินค้าทุนอื่น ๆ เช่น เครื่องเหล็ก น้ำมันเบนซิน เครื่องจักร เครื่องมือ จักรเย็บผ้า โดยสินค้าที่ส่งออกโดยทางรถไฟจากเชียงใหม่ ได้แก่ ข้าว สุกร ครั่ง และยาสูบ

ผลจากการสร้างทางรถไฟถึงเชียงใหม่ นอกจากจะอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าแล้ว ยังทำให้คนจีนอพยพจากภาคกลางขึ้นสู่ภาคเหนือได้รวดเร็ว จำนวนคนจีนในภาคเหนือเพิ่มมากขึ้นในระยะเวลาสั้น ๆ คือ จากจำนวน 2,000 คนในปี พ.ศ.2446 เป็นจำนวน 3,626 คนในปี พ.ศ.2462 (Anan Ganjanapan, 1984: 12 อ้างใน ปลายอ้อ ชนะนนท์, 2530 : 20) และเพิ่มเป็น 6,989 คนในปี พ.ศ.2472 (Skinner, 1962: 199 อ้างใน ปลายอ้อ ชนะนนท์, อ้างแล้ว: 36) โดยพ่อค้าคนจีนซึ่งขึ้นมาประกอบกิจการค้าตลอดรายทางเส้นทางรถไฟ เช่น นครสวรรค์ พิชญ์โลก เค่นชัย อุตรดิตถ์ ลำปาง ได้ทยอยเข้ามาทำการค้าในเชียงใหม่เป็นจำนวนมากขึ้น โดยทำการค้าแข่งขันกับคนจีนรุ่นเก่าในเมืองและยึดบทบาททางเศรษฐกิจในเชียงใหม่ประกอบธุรกิจทุกด้าน เช่น การค้าทางเรือ ธุรกิจเงินกู้ การค้าปลีก โรงสี โรงเลื่อย ส่งผลให้พ่อค้าจีนเริ่มมีบทบาททางการค้าเหนือกว่าพ่อค้าในบังคับอังกฤษ (เช่น พ่อค้าพม่า ไท จีน และลื้อ) โดยเข้าควบคุมตลาดและซื้อกิจการต่อจากพ่อค้าพม่าและไทยใหญ่ ส่วนพ่อค้าอินเดียยังอยู่ได้เพราะอังกฤษให้การสนับสนุน เนื่องจากผ้าชนิดต่าง ๆ ที่พ่อค้าอินเดียค้าขายอยู่นั้น นำเข้าจากโรงงานทอผ้าของอังกฤษที่ประเทศอินเดีย ทั้งนี้การขนส่งสินค้าทางรถไฟที่สะดวกรวดเร็วและราคาถูก มีผลให้การค้าทางบกกระหว่างเมืองเชียงใหม่กับพม่าที่ใช้สัตว์เป็นพาหนะในการขนส่งสินค้าและการค้าทางเรือระหว่างเมืองเชียงใหม่กับกรุงเทพฯ สิ้นสุดลง

การเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการสร้างทางรถไฟนอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น ก็คือ การเปลี่ยนแปลงของตลาดในด้านต่าง ๆ เช่น ท่าเลที่ตั้งของตลาดเปลี่ยนจากตลาดที่มีท่าเลที่ตั้งอยู่ภายในกำแพงเมืองชั้นในโยกย้ายออกไปภายนอกกำแพงเมือง โดยท่าเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับชุมชน ส่วนรูปแบบของตลาดและผู้ประกอบการเกิดการเปลี่ยนแปลงจากเป็นลานโล่งหรือใช้พื้นที่ริมทางเพื่อวางขายสินค้าชั่วคราวที่ติดตลาดเฉพาะบางช่วงเวลามาเป็นตลาดถาวรที่มีโรงเรือนหรือลานโล่งสำหรับทำกิจกรรมการค้าโดยเฉพาะและร้านค้าที่เปิดจำหน่ายสินค้าตลอดวัน ส่วนอาคารร้านค้าที่มีขึ้นในสมัยนี้เกิดจากการดัดแปลงรูปแบบของอาคารที่พักอาศัยเดิมให้สามารถทำการค้าได้ด้วย โดยรูปแบบของร้านค้าเริ่มจากอาคารชั้นเดียวที่ปลูกสร้างด้วยวัสดุชั่วคราวประเภทไม้ไผ่ ใบตองตึง ค่อมาพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ เป็นอาคารไม้ชั้นเดียวที่แยกส่วนด้านหน้าเพื่อการค้าขาย ส่วนด้านหลังเป็นที่พักอาศัย และพัฒนาเป็นอาคารไม้ 2 ชั้น อาคารครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 ชั้น และอาคารตึก 2 ชั้นที่ใช้พื้นที่ด้านล่างเพื่อประกอบการค้าและใช้พื้นที่ด้านบนเพื่อการอยู่อาศัย ในช่วงเวลานี้เองได้ก่อให้เกิด

เกิดการค้าในรูปแบบร้านขายของชำ หรือร้านโชห่วยต่าง ๆ เป็นร้านค้าปลีกที่มีมากับการสร้างบ้านแถวหรือตึกแถว มีขนาดร้านตั้งแต่ขนาดใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจทั้งขายปลีกและขายส่ง จนถึงร้านขนาดเล็กที่มีจำหน่ายทั้งปลีกเล็ก ๆ น้อย ๆ เพียงอย่างเดียว ซึ่งถูกบุกเบิกโดย “เจ้าแก้งวันขุน” ซึ่งได้เปิดกิจการโดยใช้ชื่อว่า “ตันฮั่ววัน” ในตลาดวโรรส

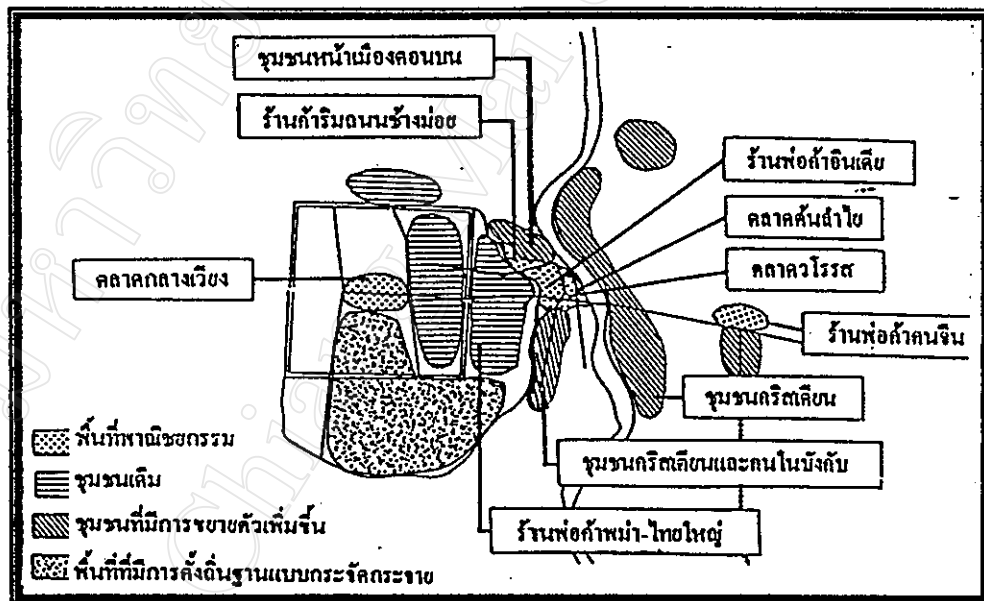
การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น คือ เกิดการกระตุ้นให้การผลิตในภาคเกษตรขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งด้านปริมาณและชนิดของผลผลิต เนื่องจากพ่อค้าและนายทุนคนจีนรับซื้อผลผลิตแล้วส่งไปขายแก่พ่อค้าส่งออกในกรุงเทพฯ ทำให้ทุนเงินกู้ยืมตัวไปพร้อม ๆ กับการค้าและที่ดินในเขตเพาะปลูกอุดมสมบูรณ์รอบเมืองกลายเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เกิดการเก็งกำไร มีการย้ายเส้นทางการค้าและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างภาคเหนือกับพม่า มาเป็นความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างภาคเหนือกับกรุงเทพฯ ซึ่งมีพ่อค้าชาวจีนผูกขาดกิจการค้าต่าง ๆ อยู่เป็นส่วนใหญ่ ทำให้บทบาทการค้าของพ่อค้าจีนมีความได้เปรียบกว่าพ่อค้าชนชาติพม่าและไทยใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางเชื้อชาติกับพ่อค้าจีนซึ่งคุมการค้าส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ (ปลาย่อ ษะนนท์, อ้างแล้ว: 57)

ส่วนความเปลี่ยนแปลงด้านสังคมของเมืองเชียงใหม่ นั้น วิถีชีวิตของชาวเมืองเชียงใหม่ เริ่มได้รับผลกระทบจากความทันสมัยเมื่อทางรถไฟได้มาสู่เมืองเชียงใหม่ เช่น การปกครองรูปแบบใหม่ การจัดเก็บภาษีอุตสาหกรรมไม้สัก มีการส่งไม้สักลงมายังกรุงเทพฯ การอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของพ่อค้าคนจีนที่มาจากกรุงเทพฯ ธุรกิจการค้าเริ่มเปลี่ยนจากผลิตเพื่อยังชีพมาเป็นผลิตเพื่อขาย ส่วนการทำนาก็ยังไม่มีการใช้เครื่องจักร ยังคงเป็นการใช้แรงงานจากสัตว์ เช่น วัว ควาย อยู่ ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ก็ยังไม่มียกยาด ดันทุนการผลิตยังต่ำอยู่ ชาวบ้านพอมีกาไรจากผลิตผลด้านเกษตรกรรม โดยมีการปลูกข้าวเจ้าเพื่อส่งออกและปลูกข้าวเหนียวเพื่อใช้บริโภคภายในครอบครัว

การเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพของเมือง เกิดการขยายตัวของชุมชนและย่านการค้าเริ่มมีความสัมพันธ์กับเส้นทางรถไฟมากกว่าทางน้ำ จึงขยายตัวออกมาตามถนนเจริญเมืองจนถึงสถานีรถไฟ เกิด “ย่านตลาดสันป่าข่อย” ตลาดและร้านค้าบริเวณหน้าตลาดกลางเวียงเริ่มลดความสำคัญลง ร้านค้าส่วนใหญ่จะขยายตัวเข้ามาทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิงเพราะใกล้กับทางรถไฟ เนื่องจากไม่มีความจำเป็นในการเดินทางติดต่อค้าขายโดยอาศัยการคมนาคมทางน้ำดังเช่นอดีตที่ผ่านมา ต่อมาในปี พ.ศ. 2467 การขยายตัวของเมืองเชียงใหม่ทางด้านเหนือเกิดขึ้นเมื่อมีการสร้างโรงเรียนฝึกหัดครูสถิตกรรม (ต่อมาเปลี่ยนเป็นวิทยาลัยครู) และเมื่อมีการสร้างสถานีรถไฟโดยสารและสถานีกีฬาเทศบาลนครเชียงใหม่ ประกอบกับถนนช้างเผือกเป็นเส้นทางเชื่อมต่อกับชุมชนด้านเหนือของเมือง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2468 พื้นที่เมืองที่อยู่ภายในเขตกำแพงเมืองชั้นใน ได้รับการยกฐานะเป็นสุขาภิบาลเมืองเชียงใหม่ตามพระราชบัญญัติจัดการสุขาภิบาลตามหัวเมืองพ.ศ. 2452 มีพื้นที่ 3.2 ตารางกิโลเมตร

รางกิโถมตร ทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนออกไปนอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่กว้างขวางมากขึ้น โดยทางด้านทิศใต้ และทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเมืองนั้น ในปี พ.ศ. 2475 คณะมิชชันนารีแคทอลิกจากกรุงเทพฯ ได้เข้ามาตั้งโรงเรียนขึ้นในเมือง ส่วนการขยายตัวของเมืองทางด้านทิศตะวันตก คือ บริเวณถนนสุเทพ และถนนห้วยแก้ว

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ.2476 เชียงใหม่ซึ่งเคยเป็นศูนย์กลางความเจริญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การปกครองและศิลปวัฒนธรรมก็กลายเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยได้มีการรื้อกำแพงเมืองลงเพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจสู่ชนบท มีการสร้างทางเกวียนเชื่อมต่อพื้นที่เมืองกับชนบท นำพ่อค้าจีนเข้าสู่หมู่บ้านเพื่อซื้อข้าวส่งออกไปยังต่างประเทศ และเมื่อชุมชนมีความหนาแน่นมากขึ้นเขตสุขาภิบาลและชุมชนจึงได้รับการยกฐานะเป็นเทศบาลนครเชียงใหม่ในปี พ.ศ.2478 ซึ่งขยายพื้นที่เมืองเป็น 17.5 ตารางกิโลเมตรตามพระราชบัญญัติจัดการระเบียบเทศบาล พ.ศ.2476 ครอบคลุมพื้นที่ 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลวัดเกตุ ศรีภูมิ ช้างคลาน หายยา ช้างม่วย และพระสิงห์ (รูป 6)



รูป 6 ที่ตั้งตลาดและชุมชนช้างเคียงช่วงปี พ.ศ.2476 – 2500

ที่มา : อิสรา กันแดง.การศึกษาลักษณะเฉพาะและพัฒนาการของโครงข่ายการสัญจรและพื้นที่ปลูกสร้างในบริเวณนครเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์ตั้งเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

8. การสะสมทุนของพ่อค้าท้องถิ่นในระยะหลังสงคราม (พ.ศ.2485 – 2503)

ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลภายใต้การนำของจอมพล ป. พิบูลสงคราม มีนโยบายแทรกแซงเศรษฐกิจ ส่งเสริมการค้าโดยคนไทย ด้วยการเปิดโอกาสให้พ่อค้าท้องถิ่นที่เป็นคนพื้นเมืองและคนไทยภาคกลางร่วมมือกับข้าราชการในการผูกขาดสินค้าอุปโภคซึ่งผลิตจากโรงงานของรัฐหรือโรงงานในความควบคุมของรัฐ เช่น น้ำตาล บุหรี่ และสุราแม่โขง และกีดกันพ่อค้าคนจีน โดยประกาศให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเขตหวัดห้ามสำหรับพ่อค้าชาวจีนในปี พ.ศ. 2486 แต่มีข้อยกเว้นที่เปิดโอกาสให้ชาวจีนเหล่านั้นสามารถย้ายถิ่นฐานกลับเข้ามาอีกได้ หรือใช้กลไกখনับใบต่างด้าวและแปลงสัญชาติเป็นไทย เช่น การแต่งงานกับคนพื้นเมือง ทำให้มีความเป็นไทยหรือเป็นคนเมืองมากพอที่จะไม่ตกอยู่ภายใต้ผลกระทบจากนโยบายกีดกันคนจีนของรัฐบาลในสมัยนั้น

ในช่วงเวลานี้เองที่พ่อค้าเชียงใหม่ซึ่งส่วนมากมีเชื้อสายจีนได้มีโอกาสสะสมทุนจากสภาวะทางการค้าในยามสงคราม อันเนื่องมาจากการขาดแคลนสินค้าจำเป็น เช่น น้ำตาล ไม้ขีดไฟ น้ำมัน ก๊าซ น้ำมันเบนซิน ยารักษาโรค ฯลฯ สินค้าเหล่านี้ต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศผ่านทางกรุงเทพฯ โดยใช้การขนส่งทางรถไฟ แต่เนื่องจากรถไฟถูกนำไปใช้ในการสงคราม การขนส่งสินค้าระหว่างกรุงเทพฯ และเชียงใหม่จึงกลับมาใช้การค้าทางเรือหรือการล่องแพแทน ร้านขายของชำ “ตันฮั่ววัน” ในตลาดวโรรสซึ่งเป็นของพ่อค้าชาวจีนจึงได้พัฒนารูปแบบเป็น “ห้างสรรพสินค้า” แห่งแรกขึ้นในภาคเหนือ และในปี พ.ศ.2485 เปลี่ยนชื่อเป็น “ตันตราภรณ์สรรพสินค้า” ในปี พ.ศ.2494 ได้ย้ายที่ตั้งมาอยู่ที่ย่านถนนท่าแพ มีลักษณะอาคารเป็นอาคารพาณิชย์ขนาด 5 คูหา ด้วยแนวคิดของห้างสรรพสินค้าในยุคบุกเบิกที่เป็นเพียงห้างชั้นเดียวที่มีพื้นที่ขายประมาณ 200 ตารางเมตร โดยรูปแบบกิจการในยุคนั้นมีลักษณะเช่นเดียวกับห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันที่มีทั้งส่วนของสินค้าเครื่องใช้ทั่วไปและแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต (ผู้จัดการ (24 ส.ค. 37): 37)

ส่วนตลาดของเมืองเชียงใหม่ นั้น เกิดตลาดและย่านการค้าใหม่ ๆ ขึ้นตามการขยายตัวของเมืองตามเส้นทางคมนาคมทางบกเป็นสำคัญ และได้รับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมทั้งทางด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ต่อมาในปี พ.ศ.2489 ขณะที่มีการปรับพื้นที่ตลาดวโรรสซึ่งเดิมเป็นช่วงเมรุ และชาวบ้านคนเมืองค้าขายอยู่จำนวนหนึ่ง ได้ย้ายสถานที่ค้าขายไปขายใต้ต้นลำไยด้านริมแม่น้ำปิงจนกลายเป็น “ตลาดต้นลำไย” ที่เป็นแหล่งรวมของสินค้าพื้นเมืองแหล่งใหญ่อีกภาคหนึ่ง ก็ได้มีการปรับปรุงให้เป็นโรงค้า ตลาดขายส่งมุ้งด้วยลักษณะ

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลหลังจากการก่อรัฐประหารในปี พ.ศ.2500 โดยจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ความคิดเรื่องการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่เริ่มขึ้นในยุคนี้นี้ ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสหรัฐอเมริกาซึ่งมีความสัมพันธ์กับประเทศไทยอย่างใกล้ชิด องค์กรซึ่งเข้ามามีบทบาทแนะแนวทางการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจของไทย คือ ธนาคารโลก (ขณะนั้นใช้ชื่อว่า ธนาคารระหว่างประเทศเพื่อการบูรณะและวิวัฒนาการ) ในช่วง พ.ศ. 2500 – 2501 ธนาคารโลกได้ส่งคนสำรวจเศรษฐกิจเข้ามาปฏิบัติงานในประเทศไทยและได้เสนอรายงานผลการสำรวจ ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นแผนแม่บทสำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504 – 2509)

ภาคผนวก ก

โครงการศูนย์การค้าและไฮเปอร์มาร์ทในอนาคต

1. วาไรตี้สแควร์ ตั้งอยู่บนถนนโชตนา
2. ศูนย์การค้าซิตี้สแควร์ ของ ตระกูลสุจิระเดช เจ้าของโรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า ประมูลที่ดินของ สโมสรเชียงใหม่พาลิชส์สามัคคี มีพื้นที่ 4 ไร่ 1 งาน 66 ตารางวา
3. โครงการสโตนคอมเพล็กซ์ ของ ตระกูลเหลืองไชยรัตน์ เป็นโครงการช้อปปิ้งพลาซ่าจำนวน 32 ชั้น ตั้งอยู่บนถนนช้างคลาน หลังห้างสรรพสินค้าสโตนพลาซ่า มีพื้นที่โครงการ 10 ไร่ ลักษณะของโครงการเป็นโรงแรม 242 ห้อง อาคารสำนักงาน มีพื้นที่ 29,500 ตารางเมตร ประกอบด้วยร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ศูนย์อาหาร ศูนย์เครื่องหนัง และสวนสนุก พร้อมพื้นที่จอดรถกว่า 1,000 คัน
4. ห้างสรรพสินค้าดิเคตคิก ของ บริษัทดิเคตคิกจำกัด ตั้งอยู่บริเวณถนนเชียงใหม่ – คอยสะเก็ด มีพื้นที่โครงการ 300 ไร่ ลักษณะโครงการเป็นห้างสรรพสินค้า ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ ศูนย์บันเทิง และโรงแรม
5. ศูนย์การค้าคอมเพล็กซ์ ของ บริษัทแผ่นดินทองจำกัด ตั้งอยู่บริเวณถนนหุบเปอร์ไฮเวย์ มีพื้นที่โครงการ 24 ไร่ ลักษณะโครงการเป็นโรงแรม คอนโดมิเนียม และช้อปปิ้งเซ็นเตอร์
6. ศูนย์การค้าหาดงพลาซ่า ของ บริษัทเชียงใหม่แอร์คาร์โกจำกัด ตั้งอยู่บริเวณถนนเชียงใหม่ – ฮอด กิโลเมตรที่ 11 อ.หางดง เป็นอาคารพาณิชย์ ลักษณะโครงการเป็นศูนย์การค้าและศูนย์โชว์สินค้าส่งออก
7. ศูนย์การค้าคอมเพล็กซ์ ของ บริษัทเรียลเอสเตทแพลนนิ่งคอนซิลแทนส์จำกัด ตั้งอยู่บริเวณหนองฮ่อ อ.แมริม มีพื้นที่โครงการ 83 ไร่ ลักษณะโครงการเป็นศูนย์การค้าและคอนโดมิเนียม
8. ชัยนิษฐ์เปอร์มาร์เก็ต เป็นการลงทุนของกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีเป้าหมายเปิดดำเนินการในปี พ.ศ.2540 จำนวน 2 แห่ง คือ ที่ศูนย์การค้า 12 ห้วยแก้ว และจะใช้พื้นที่บริเวณถนนวงแหวนรอบกลางที่ตัดผ่านหน้าศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่
9. โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขา 2 ของกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ ตั้งอยู่บริเวณถนนเชียงใหม่ – ลำปาง โดยเช่าพื้นที่จากบริษัทคำเที่ยงพัฒนาจำกัด ผู้ดำเนินการตลาดค้าปลีก
10. ห้างสรรพสินค้าริมปิง สาขาหางดง จุดเด่นอยู่ที่การคัดลูกค้าที่อยู่บริเวณบ้านถวาย และอีก 2 – 3 หมู่บ้านที่อยู่บนถนนสายเดียวกันที่เชื่อมต่อถึงอ.สารภี และจังหวัดลำพูน รวมถึงลูกค้า อ.หางดงที่ไม่มีเวลาจะเดินทางไปจับจ่ายสินค้าในเมืองได้

11. ศูนย์การค้าห้างเพื่อกษานิลพบุรีเรียเตอร์ ของ กลุ่มนักลงทุนบริษัทลพบุรีเรียเตอร์ เป็นศูนย์การค้าแบบครบวงจร มีพื้นที่ 5 ไร่ 31 ตารางวา
12. บริบูรณ์สแควร์ บริหารงานโดยกลุ่มเชียงใหม่นิวส์ โดยมีคุณจาวรรณ อันทรินทร์ ทำหน้าที่บริหารจัดการ ตั้งอยู่ใกล้สี่แยกวงสิงห์ ซึ่งอยู่ใกล้กับศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ติดกับถนนสายโชตนา – เชียงใหม่ – แมริม ภายในกาดบริบูรณ์สแควร์ พร้อมด้วยห้องค้าเพื่อการลงทุนจำนวน 2 คูหา จำนวน 50 ห้อง ค่าเช่าห้องวันละ 30 – 50 บาท ขนาดพื้นที่ร้านค้า 14 ตารางเมตร มีสาธารณูปโภค สาธารณูปการครบครัน ก่อสร้างด้วยรูปแบบอาคารหลังแบบทรงล้านนา

ภาคผนวก ง

ผลกระทบจากการเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทที่มีต่อการปรับตัวของ ร้านค้าขายของชำและตลาดสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

การศึกษาผลกระทบจากการเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทที่มีต่อการปรับตัวของร้านค้าขายของชำและตลาดสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกิจการร้านขายของชำทางด้านทัศนคติที่มีต่อการปรับปรุงกิจการของตนให้ดีขึ้นเพื่อเป็นการเรียกความสนใจจากผู้บริโภค ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า การเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทมีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสดรวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านขายของชำมีความคิดที่ต้องการจะปรับปรุงร้านค้าของตนทั้งการปรับปรุงลักษณะภายในร้านค้า ด้านการโฆษณา ด้านบุคลิกภาพของตนเอง ด้านลักษณะของสินค้า ด้านการจัดการบุคคล ด้านการขายสินค้า

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด (ตาราง 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสดส่วนใหญ่ร้อยละ 61.90 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 38.10 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสดเป็นเพศชาย แสดงว่าการขายสินค้าในตลาดสดส่วนใหญ่ผู้ค้าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ส่วนอายุโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า ผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งช่วงอายุเป็น 3 ช่วงโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 54.50 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีอายุอยู่ในช่วง 21 – 40 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 24.90 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีอายุต่ำกว่า 20 ปี และร้อยละ 20.60 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีอายุมากกว่า 40 ปี แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ค้าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยกลางคน

ระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมักมีลักษณะกระจายอยู่ในระดับการศึกษาต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนมากร้อยละ 44.40 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 18.00 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือปวช.หรือเทียบเท่า และร้อยละ 11.60 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.หรือเทียบเท่า และร้อยละ 6.90 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าไม่ได้รับการศึกษา และร้อยละ 5.30 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับอนุปริญาตรี

หรือปวส.,หรือเทียบเท่า และร้อยละ 4.20 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป

เมื่อพิจารณาลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 41.30 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีรายได้เฉลี่ยจากการขายสินค้าต่อวันอยู่ระหว่าง 2,001 – 4,000 บาท รองลงมา คือ ร้อยละ 27.00 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าที่มีรายได้เฉลี่ยจากการขายสินค้าต่ำกว่า 2,000 บาท และ ร้อยละ 19.60 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าที่มีรายได้เฉลี่ยจากการขายสินค้าต่อวันอยู่ระหว่าง 4,001 – 6,000 บาท และร้อยละ 12.20 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าที่มีรายได้เฉลี่ยจากการขายสินค้าสูงกว่า 6,000 บาท ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายที่กลุ่มผู้ค้าต้องเสียให้แก่เจ้าของตลาดเป็นค่าเช่าแผงนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 53.00 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าเสียค่าเช่าแผง 21 – 40 บาทต่อวัน รองลงมา คือ ร้อยละ 26.20 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าเสียค่าเช่าแผงมากกว่า 60 บาทต่อวัน และร้อยละ 11.60 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าเสียค่าเช่าแผง 41 – 60 บาทต่อวัน และมีกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าร้อยละ 9.10 ที่เสียค่าเช่าแผงต่ำกว่า 20 บาทต่อวัน เนื่องจากยังมีจำนวนแผงขายสินค้ามากเท่าใดก็ย่อมเสียค่าเช่าพื้นที่ในการขายสินค้ามากเท่านั้น

ด้านทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 60.80 มีทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ รองลงมา คือ ร้อยละ 39.20 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้ามีทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาขายสินค้ายังตลาดสดในช่วงเช้า และเมื่อตลาดวายก็เดินทางกลับที่พักอาศัยซึ่งอยู่นอกเขตเมือง

ด้านประเภทของสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างผู้ค้าจำหน่ายในตลาดสด พบว่า สินค้าประเภทผักและผลไม้เป็นประเภทสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างผู้ค้าขายมากที่สุดถึงร้อยละ 19.00 รองลงมา คือ สินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ เครื่องใช้ในครัว เนื้อสัตว์และอาหารทะเล สินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม สินค้าอื่น ๆ เช่น สินค้าประเภทของฝาก ดอกไม้ หรือสินค้าฟุ่มเฟือย อาหารว่างและขนมขบเคี้ยว ของชำทั่วไป เพอร์นิเจอร์ นม เนย และเบเกอรี่ ยารักษาโรค เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าประเภทที่สามารถประกอบได้ด้วยตนเอง เครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน และเครื่องกีฬา ตามลำดับ

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด

รายละเอียด		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ			
	ชาย	72	38.10
	หญิง	117	61.90
2.อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี	47	24.90

ตาราง 1 (ต่อ)

รายละเอียด		จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.อายุ			
	21 – 40 ปี	103	54.50
	มากกว่า 40 ปี	39	20.60
3.ระดับการศึกษา			
	ไม่ได้รับการศึกษา	13	6.90
	ประถมศึกษา	84	44.40
	มัธยมศึกษาตอนต้น	34	18.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / หรือเทียบเท่า	22	11.60
	อนุปริญญาตรี / ปวศ. / หรือเทียบเท่า	10	5.30
	ปริญญาตรี	8	4.20
	สูงกว่าปริญญาตรี	8	4.20
4.ทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย			
	ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่	74	39.20
	นอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่	115	60.80
5.รายได้โดยเฉลี่ยจากการขายสินค้าต่อวัน			
	ต่ำกว่า 2,000 บาท	51	27.00
	2,001 - 4,000 บาท	78	41.30
	4,001 - 6,000 บาท	37	19.60
	มากกว่า 6,000 บาท	23	12.20
6.ค่าเช่าแผงต่อวัน			
	ต่ำกว่า 20 บาท	15	9.10
	21 - 40 บาท	87	53.00
	41 - 60 บาท	19	11.60
	มากกว่า 61 บาท	43	26.20
7.ประเภทสินค้าที่ขาย			
	ผักและผลไม้	36	19.00
	เนื้อสัตว์และอาหารทะเล	24	12.70
	นม เนย และเบเกอรี่	3	1.60
	อาหารว่างและขนมขบเคี้ยว	11	5.80
	อาหารปรุงสำเร็จ	32	16.90
	ของชำทั่วไป	10	5.30

ตาราง 1 (ต่อ)

รายละเอียด		จำนวน (คน)	ร้อยละ
7.ประเภทสินค้าที่ขาย			
	ยารักษาโรค	3	1.60
	เครื่องใช้ไฟฟ้า	2	1.10
	สินค้าที่สามารถประกอบได้ด้วยตนเอง	2	1.10
	เครื่องเขียน	1	0.50
	เครื่องใช้สำนักงาน	1	0.50
	เครื่องกีฬา	1	0.50
	เฟอร์นิเจอร์	7	3.70
	เครื่องใช้ในครัว	26	13.80
	เสื้อผ้าและเครื่องนุ่มห่ม	17	9.00
	อื่น ๆ	13	6.90
รวม		189	100

ที่มา : จากการสัมภาษณ์

2. ผลกระทบจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า

เมื่อมีการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทในพื้นที่ (ตาราง 2) ทำให้กลุ่มตัวอย่างผู้ค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 75.70 ได้รับผลกระทบในด้านรายได้ที่ลดลงจากการขายสินค้าซึ่งมีจำนวนลดลง และประมาณร้อยละ 18.00 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าที่ไม่สามารถคาดประมาณรายได้ที่ได้รับจากการขายสินค้าในตลาดว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง เพราะในแต่ละวันรายได้ที่ได้รับไม่แน่นอนแล้วแต่เทศกาล จึงทำให้เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องผลกระทบที่ได้รับจากการเปิดดำเนินกิจการห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทในพื้นที่ว่าส่งผลต่อรายได้หรือไม่ และมีผู้ค้าส่วนหนึ่งประมาณร้อยละ 6.30 ไม่ได้รับผลกระทบจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ท เพราะสินค้าที่นำมาขายยังตลาดสดเป็นสินค้าที่ต้นทุนการผลิตต่ำ คือ เป็นผลิตผลทางการเกษตรของตนเองจึงไม่มีผลต่อรายได้

ตาราง 2 ผลกระทบจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด

ผลกระทบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผลทำให้รายได้จากการขายสินค้าลดลง	143	75.70
ไม่มีผลต่อรายได้	12	6.30
ไม่แน่ใจ	34	18.00
รวม	189	100

ที่มา : จากการคำนวณ

ในการศึกษาผลกระทบจากการเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบสมมติฐานด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า โดยตั้งสมมติฐานหลักและสมมติฐานรอง ดังนี้ (ตาราง 3)

สมมติฐานหลัก คือ การเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทไม่มีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด

สมมติฐานรอง คือ การเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทมีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด

ผู้ศึกษาใช้การทดสอบแบบ Chi-Square Test ในการทดสอบสมมติฐาน จากนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) ได้ค่าสถิติของการทดสอบ คือ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบคือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักยอมรับสมมติฐานรอง ผลจากการทดสอบทางสถิติคือ การเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทมีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด หรืออาจกล่าวได้ว่าการเกิดห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทมีผลกระทบต่อรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าจะได้รับจากการขายสินค้า เพราะสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทมีลักษณะคล้ายคลึงกับตลาดสด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลกระทบต่อผู้ค้าในตลาดสดและผู้ประกอบการรายย่อยของชำในตลาดสด เพราะร้านขายของชำมีข้อจำกัดในการจัดซื้อสินค้า เพราะไม่สามารถซื้อสินค้าได้ครั้งละจำนวนมากๆ เนื่องจากการขายมีจำกัด ดังนั้นต้นทุนสินค้าจึงไม่สามารถถูกกว่าห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ทได้ จึงไม่สามารถแข่งขันในด้านราคาสินค้าได้ ทำให้ราคาสินค้าสูงกว่าร้านค้าขนาดใหญ่การค้าขายจึงลดลง อีกทั้งร้านค้าขนาดใหญ่ยังได้เปรียบในด้านสามารถขายพื้นที่จัดแสดงสินค้าได้ ซึ่งทำให้สามารถลดต้นทุนสินค้าลงได้อีกซึ่งร้านขายของชำไม่สามารถจะทำได้

ตาราง 3 การทดสอบผลกระทบจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าในตลาดสด

สถิติ	ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบ
Chi-Square	156.22
Df	2
Asymp. Sig.	0.00

ที่มา : จากการทดสอบทางสถิติด้วยการทดสอบแบบ Chi-Square Test

3.การปรับตัวของร้านขายของชำที่เป็นผลจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต

การศึกษาเรื่องการปรับตัวของร้านขายของชำที่เป็นผลจากการเปิดให้บริการของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายของชำทางด้านทัศนคติที่มีต่อการปรับปรุงกิจการของตนให้ดีขึ้นเพื่อเป็นการเรียกความสนใจจากผู้บริโภค ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านขายของชำจำนวน 13 ราย มีความคิดที่ต้องการจะปรับปรุงร้านค้าของตนโดยได้เสนอความคิดเห็นเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1.)ด้านลักษณะภายในของร้านค้า

-กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีความคิดจะปรับปรุงการจัดวางสินค้าใหม่ให้เป็นระเบียบขึ้น จัดให้มีสินค้าครบถ้วน เพื่อที่ลูกค้าจะสามารถจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกทำให้สามารถควบคุมการขายสินค้าได้ง่าย

-ผู้ประกอบการบางรายมีความคิดจะจัดให้ร้านของตนมีทางเข้าออกทางเดียว เพราะการจัดวางผังร้านจะช่วยเพิ่มพื้นที่เพื่อขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

-ผู้ประกอบการบางรายมีความคิดจะทาสีร้านของตนใหม่ เพราะร้านค้าเดิมมีสภาพที่เก่าและทรุดโทรม จึงคิดว่าหากทาสีร้านใหม่อาจเป็นการจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในร้านได้

2.)ด้านการโฆษณา

-กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีความคิดจะเขียนป้ายโฆษณาไว้หน้าร้านและจะพยายามเปลี่ยนข้อความรายการสินค้าพิเศษแจ้งให้ลูกค้าทราบบ่อย ๆ

3.)ด้านบุคลิกภาพของตนเอง

-กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีความคิดที่จะปรับปรุงการสวมใส่เสื้อผ้าในขณะที่ให้บริการ ให้มีความสะอาดเรียบร้อยมากขึ้น

4.)ด้านลักษณะของสินค้า

-กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีความคิดที่จะจัดให้สินค้าที่มีลักษณะคล้ายกันหรือสินค้าที่มีผู้บริโภคใช้อย่างต่อเนื่องให้อยู่ในบริเวณเดียวกันหรืออยู่ในหมวดสินค้าที่ติดกัน เช่น หมวดสินค้าประเภทของใช้ในห้องน้ำจะจัดให้อยู่ใกล้กับหมวดสินค้าของใช้ในบ้านทั่วไป เป็นต้น

-ผู้ประกอบการบางรายมีความคิดจะติดป้ายแสดงราคาสินค้า เพราะจะได้ไม่ต้องให้ลูกค้าคอยถามราคาสินค้าอยู่ตลอดเวลาว่าราคาสินค้านี้เท่าไร ลูกค้าจะได้ต่อรองราคาไม่ได้ แต่อาจลดราคาสินค้าให้ลูกค้าเป็นพิเศษแล้วแต่ความพอใจ

-ผู้ประกอบการบางรายมีความคิดจะติดตามข่าวสารเกี่ยวกับราคาของสินค้าจากห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ต แล้วค่อยซื้อสินค้าเข้าร้านในกรณีที่สินค้าบางอย่างที่มีราคาถูกกว่าซื้อจากบริษัทที่จำหน่ายสินค้าโดยตรงหรือการซื้อสินค้าจากยี่ปั้ว

-ผู้ประกอบการบางรายมีความคิดที่จะคัดเลือกสินค้าที่ขายอยู่ในร้านที่นาน ๆ จะขายได้สักชิ้นออกจากร้านไป เช่น สินค้าที่ไม่มีคุณภาพหรือคุณภาพไม่ดี แหล่งผลิตสินค้าไม่ชัดเจน โดยจะไม่นำสินค้านี้มาขายอีกต่อไป เพราะทำให้ทุนจมนอกจากจะไม่มีกำไรแล้วยังทำให้เปลืองพื้นที่สำหรับวางขายสินค้าอื่น ๆ ที่น่าจะขายได้อีกด้วย โดยจะนำสินค้าที่ลูกค้านิยม เป็นสินค้าที่มีการโฆษณาในโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ เพราะคิดว่าจะน่าจะเป็นสินค้าที่ขายได้

5.)ด้านการจัดการบุคคล

-กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีความคิดที่จะให้ลูกจ้างที่อยู่ในร้านแต่งกายให้สุภาพมากขึ้น รวมทั้งมารยาทในการพูดคุยกับลูกค้าและการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดี

6.)ด้านการขายสินค้า

-กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีความคิดที่จะให้ลูกค้าช่วยเหลือตนเองมากขึ้น เพราะจะทำให้ลูกค้ามีอิสระและอาจซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น เพราะแต่เดิมที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าใดก็ตามเจ้าของร้านหรือลูกจ้างในร้านจะเป็นผู้ไปหยิบสินค้าให้ก็เปลี่ยนมาเป็นแบบให้ลูกค้าบริการตนเอง เพราะจะช่วยลดจำนวนลูกจ้างที่อยู่ในร้านเพื่อลดค่าใช้จ่ายของร้านอีกด้วย

-ผู้ประกอบการบางรายมีความคิดจะใช้เครื่องเก็บเงินในการจัดเก็บค่าสินค้าเพราะจะทำให้ผู้ประกอบการรู้ว่าวันนี้ขายสินค้าได้กี่บาท และลูกค้าเองก็จะได้ใบเสร็จรับเงินจากเครื่องเก็บเงินไว้ตรวจสอบความถูกต้องในการซื้อสินค้าที่ร้านเวลากลับบ้านด้วย

ภาคผนวก จ

ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

1) ด้านตลาดสด

- ถ้าทำให้ตลาดสดสะอาด สินค้ามีราคาถูก บรรจุก่อนแพ็ค ไม่เหม็นแฉะ อากาศไม่ร้อน ทุกคนต้องไปตลาด แต่ขึ้นอยู่กับความสะอาดเป็นหลัก
- ปัจจุบันร้านค้าหรือตลาดสดในท้องถิ่นไม่สามารถขายสินค้าได้ เพราะธุรกิจไม่ดี
- ตลาดสดน่าจะสะอาดขึ้นกว่านี้
- ลดจำนวนตลาดสดลง เพราะสินค้าไม่ค่อยมีคุณภาพ
- น่าจะมีการปรับปรุงและพัฒนาทั้งด้านความสะดวก ความเป็นระเบียบต่าง ๆ รวมถึงที่จอดรถซึ่งตลาดสดภายในประเทศยังไม่มีเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ

2) ด้านห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ท

- ควรจะมีช่องรับจ่ายเงินมาก ๆ และมีพนักงานอยู่ครบทุกช่อง
- ควรมีถุงใส่ทุกสถานที่บริการ
- ควรเพิ่มจำนวนชนิดของอาหารปรุงสำเร็จ
- สินค้าที่ขายภายในศูนย์การค้าควรมีราคายุติธรรมเพราะราคาสินค้าสูงเกินไป
- ควรปรับปรุงที่จอดรถให้มีหลังคา หรือมีการจัดระบบการจอดรถ หน่วยรักษาความปลอดภัยในแต่ละชั้นที่จอดรถ ที่อำนวยความสะดวกให้มีความร่มรื่นบริเวณที่จอดรถ โดยอาจเพิ่มจำนวนต้นไม้ จะทำให้สามารถเลือกซื้อสินค้าโดยไม่หวั่นร้อนและความปลอดภัยรวมทั้งไม่เปียกฝน
- มีสินค้าบางชนิดบางประเภท ไม่ได้มีราคาถูกกว่าตามท้องตลาดที่โฆษณาไว้
- ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการที่ต้องการใช้บริการ เช่น ทางเดิน ห้องน้ำ เป็นต้น
- สินค้ายังมีไม่ครบ ไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร
- อยากให้มีการต่อรองราคาได้เหมือนกับตลาดสด
- ควรมีการส่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์และจัดส่งให้ภายในครึ่งชั่วโมง
- ควรมีการสะสมยอดซื้อของลูกค้าสมาชิกภายใน 1 ปี และมีของสมนาคุณให้ตามเงื่อนไขที่ทางไฮเปอร์มาร์ทกำหนดที่นอกเหนือจากการจับฉลากชิงโชค เพราะน่าจะแบ่งปันผลกำไรที่ทางไฮเปอร์มาร์ทได้รับกลับคืนสู่ลูกค้าประจำที่มียอดซื้อที่สูง

- ไฮเปอร์มาร์ทที่มีความสะดวกสบายต่อประชาชนส่วนมาก
- ถ้าสินค้ามีคุณภาพที่ดีก็จะมีผู้บริโภคเดินทางไปซื้อสินค้าจำนวนมาก ทั้งนี้ในเรื่องของการบริการจะต้องดี และพนักงานจะต้องยิ้มแย้มแจ่มใส
- ไปห้างสรรพสินค้าเพราะหลบร้อน เย็น ได้ของจำนวนมากโดยไม่ต้องไปหลายที่
- ความหลากหลายในตัวสินค้าหลายอย่างเริ่มลดลง มีแต่สินค้าเดิม ๆ จำนวนมาก และแข่งขันกันขายเกินไป
- ควรมีบริการช่วยยกสินค้าที่มีการจับจ่ายมาก และช่วยเหลือผู้หญิงและผู้สูงอายุ
- ควรมีการให้ลูกค้ากลุ่มแม่บ้านได้ไปเข้าคอร์สทำอาหาร ทัศนคติการแต่งหน้า ดูแลสุขภาพ
- ควรมีห้องลองสินค้า
- ป้ายราคาสินค้าและรหัสคอมพิวเตอร์ต้องชัดเจน
- ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วควรจัดร้านค้ากระจายไปในแต่ละทิศทั่วห้าง ไม่ควรกระจุกตัวแต่ด้านหน้าของห้าง เพราะบริเวณด้านหลังส่วนที่ติดกับโรงแรมมีจำนวนผู้บริโภคเข้ามาเลือกซื้อสินค้าน้อย
- ควรมีบริเวณอำนวยความสะดวก มีสินค้าหลากหลาย มีคุณภาพ และราคาไม่แพง
- ควรจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับสินค้าน่าดึงดูดอยู่บ่อย ๆ
- ช่องจ่ายเงินควรจัดพนักงานใหม่ให้เหมาะสมโดยเฉพาะเวลาใกล้เลิก ผู้บริโภคมีจำนวนมาก แต่ทางห้างจัดพนักงานให้บริการน้อย ควรจัดให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และลดพนักงานในช่วงอื่นที่มีผู้บริโภคใช้บริการน้อย เช่น ช่วงเช้าและกลางวัน จะยังไม่มีผู้บริโภคมาใช้บริการมากเท่าไร ส่วนใหญ่จะมาซื้อสินค้าในช่วงเย็นเพื่อหาอาหารรับประทาน และจะต้องมาจับจ่ายเงินใช้เวลาเดียวกันหมด ทำให้แออัดแย่งกันจ่ายเงิน
- เวลาพัสดุเลี้ยงไปห้ามเข้า

3) ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์ทที่จะมาเปิดดำเนินการในอนาคต

- ถ้ามีโครงการสร้างห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์ทในอนาคตมาเปิดใหม่ บางแห่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ไกลจากที่พักอาศัยทำให้การเดินทางไปซื้อสินค้าไม่สะดวก ควรจัดให้มีการจัดรถโดยสาร โดยในระยะแรกอาจให้บริการฟรี แต่ภายหลังอาจเก็บค่าโดยสารในราคาถูก จัดเป็นเวลาให้ออกรถตามกำหนด และจอดรับส่งในเขตชุมชน วันหยุดก็เพิ่มเที่ยวรถในการให้บริการ
- อยากให้ห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์ทมาเปิดอีกแบบเคอะมอลด์ของโคราช

-ควรจะมีห้างสรรพสินค้าที่มีความสะดวกครบครันและเอนกประสงค์กว่านี้และควรมีสินค้าราคาถูกกว่านี้

-ห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบันก็มีความหลากหลาย ไม่จำเป็นต้องมีห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตเปิดแห่งใหม่ เพราะเกินความจำเป็นของผู้บริโภค

-ถ้าห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตมาเปิดจะไปใช้บริการ เพราะจะไปพิจารณาถึงลักษณะของสินค้า ความแปลกใหม่ รวมถึงเปรียบเทียบราคาสินค้าที่ขายภายในห้างกับราคาสินค้าในท้องตลาด

-ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีอยู่ในเชียงใหม่ มีพัฒนาการไปตามวันเวลา ทันสมัย มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ดีทุกอย่าง

-ไม่สมควรที่จะให้ห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตมาเปิดในตัวเมืองอีก เพราะจะทำให้มีผลกระทบต่อร้านค้าย่อยและตลาดสด ถ้าหากต้องการเปิดควรมีทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณชานเมือง เพราะจะทำให้การจราจรไม่ติดขัด และร้านค้าย่อยหรือตลาดสดสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ทั้งนี้ทำเลที่ตั้งของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งใหม่ไม่ควรอยู่ใกล้ตลาดสดแห่งใดแห่งหนึ่ง เพราะจะเกิดการแย่งชิงผู้บริโภค

-ถ้ามีห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตมาเปิดให้บริการ การแข่งขันก็จะมากยิ่งขึ้น ความหลากหลายของสินค้าก็จะมีมาก ซึ่งเป็นผลดีสำหรับผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจจะไปตลาดสดน้อยลง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ค้าขายในตลาดสดที่อาจขายสินค้าไม่ได้ และอาจส่งผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านของการประกอบอาชีพของผู้ค้าขายเหล่านั้น เช่น อาจเลิกอาชีพค้าขายไปเลย ซึ่งอาจจะมีปัญหาในเรื่องของการตกงานมากขึ้นตามมาก็ได้

-การมีห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก แต่ก็ควรจะมีพอดีกับสภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ควรมีจำนวนมากเช่นเดียวกับกับห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ ควรจะรักษาสภาพของเมืองเชียงใหม่ทางด้านภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมให้เหมือนกับเป็นเมืองที่มีอากาศที่ดีและสภาพสังคมที่แตกต่างจากกรุงเทพฯ

-การที่มีแหล่งที่ซื้อสินค้าจำนวนมากเป็นสิ่งที่ดี เพราะลูกค้าจะได้พิจารณาและตัดสินใจซื้อได้สะดวกซึ่งเป็นผลดีต่อลูกค้า ถ้าแหล่งขายสินค้าไม่มีคุณภาพจริงหรือราคาแพงเกินไป ผู้บริโภคก็จะมีจำนวนน้อยหรือไม่มี เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคมีความฉลาดในการตัดสินใจบริโภคสินค้าเพิ่มมากขึ้น

-เมื่อมีห้างสรรพสินค้าหรือไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งใหม่ ควรจะกระจายอยู่ให้ทั่วถึงไม่ใช่อยู่แออัดอย่างโลดส์ คาร์ฟูร์ โอซอน อยู่กันเป็นกระจุก

4) ด้านอื่นๆ

-คนเราทุกคนควรรู้จักประหยัดกับสิ่งที่ควรซื้อ และไม่ควรรซื้อ และควรให้ความสนใจกับ
สิ่งของของคนไทย ไม่ควรส่งเสริมคนต่างชาติที่มาลงทุนในเมืองไทย ควรจะรักไทยใช้ของไทยกิน
ของไทยอยู่แบบไทยๆ แล้วจะรู้ว่าการอยู่แบบไทยมีความสุข ร่ากายแข็งแรง ควรรู้จักพอกับสิ่งที่
คนได้พอใจในสิ่งที่ตนมี

ภาคผนวก ฉ

ลักษณะทั่วไปของห้างสรรพสินค้าและไอเปอร์มาร์ท

- ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเชียงใหม่ เป็นโครงการศูนย์การค้าเดิมภายใต้ชื่อ “แอร์พอร์ตพลาซ่า” ของกลุ่มต้นตราภัณฑ์ โดยบริษัทเซ็นทรัลพัฒนาจำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อกิจการในนามบริษัทเซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่จำกัด ซื้อทั้งที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดมาปรับปรุงใหม่ตามมาตรฐานกลุ่มเซ็นทรัลภายใต้ชื่อ “ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า” ทำการปรับปรุงรูปแบบให้เป็นศูนย์การค้าครบวงจร แบ่งเป็น 3 เฟส

สำหรับโครงการแอร์พอร์ตพลาซ่าเดิม ได้เปิดตัวและดำเนินการมาตั้งแต่ 19 มิถุนายน 2535 ใช้เงินลงทุนประมาณ 1,000 ล้านบาท โดยเน้นจุดขายไปที่ด้านความเชี่ยวชาญธุรกิจค้าปลีกและมีห้างสรรพสินค้าที่สมบูรณ์และใหญ่ที่สุดในเมืองเชียงใหม่ มีความสูง 4 ชั้น และชั้นใต้ดิน 1 ชั้น พื้น 40,000 ตารางเมตร ต่อมาได้ขยายพื้นที่เพิ่มเป็น 140,000 ตารางเมตร ลักษณะการให้บริการของร้านค้าและห้างสรรพสินค้าจะเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 10.00น.-21.00น. นอกจากโอกาสพิเศษเท่านั้น จึงจะขยายเวลาปิดออกไป

เฟสที่ 1 ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ที่ทำการขยายพื้นที่เป็น 20,000 ตารางเมตร

เฟสที่ 2 เป็นการก่อสร้างอาคารที่จอดรถ รองรับรถ 3,000 คัน และขยายพื้นที่ศูนย์การค้ามินิแองเกอร์พื้นที่ 7,500 ตารางเมตร โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของค่าย EGV ฯลฯ

ปัจจุบันศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า มีลูกค้าหมุนเวียนในวันธรรมดาประมาณ 6,000 – 8,000 คน ส่วนวันเสาร์อาทิตย์มีประมาณ 15,000 คน ส่วนการหมุนเวียนของรถในวันปกติประมาณ 4,000 คันต่อวัน วันหยุดสุดสัปดาห์เพิ่มเป็น 3 เท่า

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชากรในเชียงใหม่กว่า 1.5 ล้านคน และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชากรจังหวัดใกล้เคียง ลำปาง ลำพูน พะเยา กว่า 1 ล้านคน รวมถึงนักท่องเที่ยวปีละกว่า 2 ล้านคน และกลุ่มนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่และใกล้เคียงกว่า 500,000 คน

ในช่วงปี พ.ศ.2543 บริษัทเซ็นทรัลพัฒนาจำกัด (มหาชน) มีแผนการพัฒนาโครงการศูนย์การค้า โดยได้เพิ่มเงินลงทุนกว่า 800 ล้านบาท เพื่อการพัฒนาในช่วงเฟส 2A โดยเป็นการก่อสร้างอาคารจอดรถที่มีมาตรฐานและความสะดวกสบายขนาด 6 ชั้น มีพื้นที่รวม 57,000 ตารางเมตรสามารถจอดรถได้มากถึง 1,525 คัน และรองรับการหมุนเวียนของรถได้ถึง 8,000 คันต่อวัน โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน คือ ในส่วนของชั้นบนสุดของอาคารจอดรถส่วนที่ 1 ดังกล่าวนี้นี้ได้ถูกกำหนดให้เป็นโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ 2,000 ที่นั่ง สำหรับพื้นที่ในส่วนที่ 2 นั้นกำหนดให้เป็น

ศูนย์อาหารขนาดใหญ่ “ล้านนา Food Pavilion” จำนวนกว่า 1,000 ที่นั่ง รวบรวมอาหารพื้นเมืองของแต่ละภาคและอาหารนานาชาติจำนวนกว่า 30 ร้าน และในส่วนที่ 3 จะเป็นศูนย์รวมเครื่องเล่นและเกมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย นอกจากนั้น ภายในโครงการฯ ยังมีสวนน้ำและสวนสนุกขนาดใหญ่ รวมถึงยังมีพื้นที่บริเวณด้านหลังโครงการที่จะรองรับแผนพัฒนาโครงการต่อไปในอนาคต

ล่าสุดที่ประชุมของบริษัทฯ ได้มีมติลงทุนเพิ่มอีก 2,130 ล้านบาท เพื่อก่อสร้างในเฟส 2B โดยกำหนดเป็นศูนย์รวมร้านค้าปลีกที่มีชื่อเสียงจากกรุงเทพฯ และต่างประเทศจำนวน 400 ร้านค้า บนเนื้อที่ 2,000 ตารางเมตร เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าท้องถิ่นในภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน แพร่ นอกจากนั้น ยังมีศูนย์รวมสินค้าพื้นเมือง สินค้าหัตถกรรม และโบว์ลิง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและเอนเตอร์เทนเมนต์ต่าง ๆ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึง Multipurpose Hall รองรับการจัดงานแสดงสินค้า การจัดคอนเสิร์ต และนิทรรศการต่าง ๆ สวนน้ำ สวนสนุกขนาดใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ และศูนย์รวมกีฬาทำท่ายต่าง ๆ เช่น สก๊อบบอร์ด ปีนเขา

- ศูนย์การค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้ว กลุ่มผู้ลงทุน คือ กลุ่มหินสายน้ำใส ได้เปิดตัวและดำเนินการมาตั้งแต่ 29 กุมภาพันธ์ 2535 มีการใช้เงินลงทุนประมาณ 2,000 ล้านบาท โดยเน้นจุดขายเป็นแบบบรรยากาศเมืองเหนือ เป็นศูนย์การค้าและศูนย์บันเทิงอันประกอบด้วย โรงแรมชั้น 1 จำนวน 470 ห้อง ชั้น 2 จำนวน 250 ห้อง อาคารสำนักงาน หอศิลป์ เป็นต้น

มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 28 ไร่ พื้นที่โครงการ 200,000 ตารางเมตร แยกเป็นพื้นที่ห้าง 16,000 ตารางเมตร (เซ็นทรัล) ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ 80,000 ตารางเมตร และมีพื้นที่จอดรถกว้างขวางตลอดจนจำนวนร้านค้าและสิ่งบริการที่มีจำนวนมาก ได้แก่ ร้านเสื้อผ้าชาย - หญิง ร้านรองเท้า ร้านเพชรพลอย ร้านกีฬาซื้อป ร้านหนังสือ ร้านเครื่องดนตรี ร้านเครื่องเสียง ร้านแผ่นเสียงเทป ร้านของขบเคี้ยว ร้านขายยา ร้านขายแว่นตา - ทัศนียภาพ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ ศูนย์อาหารขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (Major Department Store) จำนวน 1 ห้าง คือ เซ็นทรัล โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก (Minitheatre) ธนาคาร และคลินิกโรคผิวหนัง เป็นต้น

ลักษณะการให้บริการของร้านค้าและห้างสรรพสินค้าจะเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 21.00 น. ส่วนในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ จะปิดเวลา 22.00 น. นอกจากโอกาสพิเศษเท่านั้นจึงจะขยายเวลาปิดออกไปอีก เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษสงกรานต์ประจำปี เป็นต้น สำหรับโรงภาพยนตร์จะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 12.00 น. - 24.00 น. ส่วนวันเสาร์และวันอาทิตย์จะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 24.00 น.

กลางปี พ.ศ.2541 ได้ทำการสร้างอาคารที่จอดรถจักรยานยนต์สูง 9 ชั้น ในวงเงิน 15 ล้านบาท

ภายในศูนย์การค้ายังมีโครงการต่าง ๆ ได้แก่ “โครงการภาคเมือง” เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2543 ใช้งบลงทุนกว่า 15 ล้านบาท มีพื้นที่ขายรวม 1,509 ตารางเมตร ตั้งอยู่ชั้น B1 ระหว่างโรงแรมโลตัสปางสวนแก้วกับศูนย์การค้าสวนแก้ว จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยว นักทัศนาจรทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ภาคย่อย ได้แก่ ภาคคอย มีพื้นที่ขาย 30 ยูนิต ภาคเมือง 53 ยูนิต ภาคหมี 13 ยูนิต แผงขายสินค้าอีก 25 แผง และภาคหมีศูนย์อาหาร 12 ยูนิต โดยสถานที่แห่งนี้มุ่งหวังที่จะให้เป็นศูนย์รวมศิลปวัฒนธรรมและหัตถกรรมด้านนาโดยเน้นความเป็นล้านนา โดยจัดให้มีสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น ผ้าไหม ผ้าบาติก ไม้แกะสลัก เครื่องเงิน เครื่องเงิน เบญจรงค์ เซรามิก ศิลาลดสินค้าหัตถกรรมชาวเขา รวมไปถึงของที่ระลึก และเป็นแหล่งรวมอาหารของทางภาคเหนือ เช่น ไข่ อั่ว แคนหมู แองฮังเต ผลไม้ดอง โดยภายในโครงการภาคเมืองจะแบ่งออกเป็น “ภาคหมี” เป็นภาคที่มีลักษณะเป็นศูนย์รวมของอาหารมีชื่อของทางภาคเหนือ มีทั้งส่วนที่ซื้อแล้วสามารถนั่งรับประทานและสามารถซื้อกลับไปรับประทานได้ รวมไปถึงจนถึงร้านจำหน่ายของฝากจากเชียงใหม่หลายร้าน โดยร้านค้าภายในภาคหมีจะเป็นร้านที่มีชื่อเสียง เช่น โครงการหลวง ร้านวันสนั่นที่ร้านชาละมิงค์ ร้านท้อแสงทอง ร้านสินवलสตอยเบอรี่ ฯลฯ และยังมี “โครงการไอซ์สเกิร์ต” ซึ่งเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2543

- ห้างสรรพสินค้าริมฝั่งซูเปอร์สโตร์สาขาแก้วนารัฐ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2531 เป็นห้างสรรพสินค้าที่เน้นจำหน่ายของใช้ประจำวัน พื้นที่ขายทั้งหมด 2,501 ตารางเมตร โดยจัดสรรพื้นที่ในส่วนของผู้ประกอบการเกินกว่า 1,000 ตารางเมตรที่เหลือเป็นสินค้าหมวดอื่น ๆ สินค้าที่เน้นจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรต่อหน่วยต่ำ เน้นสินค้าที่มีอัตราการหมุนเวียนสูง เป็นสินค้าเปิดเคล์ดทั่วไป เป็นอาคารสูง 1 ชั้น มีพื้นที่จอดรถ 2,304 ตารางเมตร ในด้านการบริการเน้นในด้านความฉับไวของการบริการด้วยการแยกประเภทหมวดหมู่ของสินค้าและพื้นที่ขายที่กว้างขวาง ท่าเลที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ถนนสายเชียงใหม่ - ลำพูน ห่างจากสะพานนารัฐเพียง 500 เมตรดำเนินการกิจการโดยบริษัทคันทราภัณฑ์ซูเปอร์มาร์เก็ตจำกัด

- ห้างสรรพสินค้าริมฝั่งซูเปอร์สโตร์สาขาโชตนา เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2535 มีพื้นที่ทั้งหมด 3,174 ตารางเมตร ลักษณะอาคารเป็นอาคารสูง 3 ชั้น มีพื้นที่จอดรถ 2,091.6 ตารางเมตร ดำเนินกิจการโดยบริษัทคันทราภัณฑ์ซูเปอร์มาร์เก็ตจำกัด

- การ์ฟูร์ไฮเปอร์มาร์ท เปิดครั้งแรกเมื่อกลางเดือนพฤศจิกายน 2540 และเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2540 เป็นสาขาที่ 6 ของประเทศไทย ตั้งอยู่ที่ 94 หมู่ 4 ถนนซูเปอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ - ลำปาง ตำบลหนองป่าครั่ง บนเนื้อที่กว่า 200 ไร่

กลุ่มผู้ลงทุน คือ การ์ฟูร์ฝรั่งเศส ถือหุ้นร้อยละ 40 บริษัทเซ็นคาร์ จำกัด ในเครือเซ็นทรัลถือหุ้นร้อยละ 20 และบริษัทโฮลคิง SSCP จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 20 ด้วยทุนจดทะเบียน 800 ล้านบาท

พื้นที่ขาย 12,000 ตารางเมตร ช่องทางการชำระเงิน 40 ช่องทาง ส่วนยอดขายตั้งไว้ที่ 900 - 1,000 ล้านบาทต่อสาขา ระยะเวลาเปิดให้บริการ คือ ทุกวัน เวลา 9.00น. - 22.30 น.

ลักษณะอาคาร เป็นอาคาร 2 ชั้น โดยมีชั้นล่างเป็นที่จอดรถในร่ม และมีร้านค้าย่อยบริเวณทางขึ้นลง ส่วนชั้นบนพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ขายและมีร้านค้าย่อยต่าง ๆ พร้อมทั้งมีศูนย์อาหารเปิดให้บริการที่บริเวณริมด้านหนึ่งของไฮเปอร์มาร์ท

จำนวนสินค้าที่ขายทั้งหมดมีกว่า 30,000 รายการ แบ่งเป็นสินค้าอาหารสด อาหารแห้ง ส่วนสินค้าพื้นเมืองมีร้อยละ 2 โดยประเภทสินค้าที่จำหน่ายมี 6 ประเภท คือ

1) เครื่องใช้ทั่วไป ได้แก่ อุปกรณ์ช่าง ทำสวน ห้องน้ำ ทำความสะอาด เครื่องครัวสเตนเลส เครื่องใช้ในครัวเรือน เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ หลอดไฟ ของเล่น จักรยาน กีฬา ปิกนิก และกระเป๋าเดินทาง

2) เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน ได้แก่ กระดาษ สมุด ปากกา ดินสอ แฟ้ม และเครื่องพิมพ์

3) อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ วิทยุ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น และพัดลม

4) เสื้อผ้าและสิ่งทอ ได้แก่ ชุดชั้นในบุรุษ ชุดลำลองบุรุษ รองเท้าบุรุษ ช้นในสตรี เสื้อยืด สตรี เสื้อผ้าเด็กอ่อน รองเท้าเด็ก ผ้าขนหนู และอุปกรณ์เครื่องนอน

5) สินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ซักล้าง ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว กระดาษชำระ สบู่ ผ้าอ้อมสำเร็จรูป เครื่องปรุงรส อาหารเข้า คริมเทียม อาหารว่าง ขนมขบเคี้ยว นม น้ำผลไม้ น้ำอัดลม และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6) สินค้าและอาหารสด ได้แก่ เนื้อสัตว์ ไข่ ผลไม้ อาหารพร้อมปรุง นมแช่เย็น และเบเกอรี่ ส่วนบริการอื่น ๆ ได้แก่ โทรศัพท์สาธารณะ เงินค่าน้ำดื่ม ศูนย์อาหาร ร้านขายอาหาร ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายเสื้อผ้า

- โอของ ไฮเปอร์มาร์ท เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2540 เป็นสาขาแรกของประเทศไทย และสาขาที่ 198 ของโอของ ตั้งอยู่ที่ 208 หมู่ 3 ถนนซูเปอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ - ลำปาง บนเนื้อที่ 70 ไร่

กลุ่มผู้ลงทุน คือ กลุ่มคันตราภรณ์ ถือหุ้นร้อยละ 30 กลุ่มไรวา ถือหุ้นร้อยละ 30 และกลุ่มโอของ ถือหุ้นร้อยละ 40 ด้วยทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท

พื้นที่ขาย 9,000 ตารางเมตร ช่องทางการชำระเงิน 55 ช่องทาง ระยะเวลาเปิดให้บริการ คือ ทุกวัน เวลา 9.00น. - 22.00 น.

ลักษณะอาคาร เป็นอาคาร 2 ชั้น โดยมีชั้นล่างเป็นที่จอดรถในร่ม และมีร้านค้าย่อยบริเวณทางขึ้นลง ส่วนชั้นบนพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ขายและมีร้านค้าย่อยต่าง ๆ พร้อมทั้งมีศูนย์อาหารเปิดให้บริการที่บริเวณริมด้านหนึ่งของไฮเปอร์มาร์ท

พื้นที่จอดรถของห้าง สามารถรองรับรถยนต์ได้ 3,600 คันและรองรับจักรยานยนต์ 700 คัน และสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 7,000 – 15,000 คนต่อวัน

จำนวนสินค้าที่ขายทั้งหมดมีกว่า 40,000 รายการ โดยประเภทสินค้าที่จำหน่ายมี 7 ประเภท คือ

1) เครื่องใช้ทั่วไป ได้แก่ อุปกรณ์ช่าง ทำสวน ประดับยนต์ ทำความสะอาด ไล่ขยะ เครื่องใช้พลาสติก เครื่องครัว เครื่องสังฆทาน เครื่องใช้ในครัวเรือน เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ หลอดไฟ ของเล่น จักรยาน กีฬา ปิกนิก และกระเป๋าเดินทาง

2) เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน ได้แก่ กระดาษ ปากกา คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และเครื่องพิมพ์

3) อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ โทรศัพท์ วิดีโอ สเตอริโอ เครื่องซักผ้า เตาหุงต้ม ตู้เย็น ที่ปิ้งขนมปัง และกล้องถ่ายรูป

4) เสื้อผ้าและสิ่งทอ ได้แก่ ชุดชั้นในบุรุษ ชุดลำลองบุรุษ รองเท้าบุรุษ ช่ในสตรี เสื้อยืดสตรี เสื้อผ้าเด็กอ่อน รองเท้าเด็ก ผ้าขนหนู อุปกรณ์เครื่องนอนและห้องลงเตียง

5) สินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์รักษาความสะอาด ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ผลิตภัณฑ์ความงาม กระดาษชำระ ผ้าอนามัย ผ้าอ้อมสำเร็จรูป น้ำตาล แป้ง ข้าวสาร อาหารกระป๋อง น้ำมันพืช ซอสปรุงรส เครื่องเทศ อาหารแช่ คริมเทียม ขนมอบเคี้ยว นม น้ำผลไม้ น้ำอัดลม และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6) สินค้าและอาหารสด ได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล อาหารสำเร็จรูป ผัก ผลไม้ ตู้แช่แข็ง และเบเกอรี่

7) สินค้าขายส่ง ได้แก่ เบียร์ น้ำอัดลม น้ำหวาน ขนมอบเคี้ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำปลา และน้ำมันพืช

ส่วนบริการอื่น ๆ ได้แก่ บริการล้างอัดรูป ปรับความยาวผ้า ห้องลงเตียง จดฟังเพลง เครื่องอ่านราคาสินค้า ส่งของถึงบ้าน บริการหลังการขาย การขายแบบผ่อนชำระ ห้องปฐมพยาบาล พนักงานสแกน ประชาสัมพันธ์ โทรศัพท์ภายใน โทรศัพท์สาธารณะ เงินค่าน้ำดื่ม การชำระผ่านบัตรเครดิต ศูนย์อาหาร ร้านขายอาหาร ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายเสื้อผ้า

- โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ เปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ.2540 ตั้งอยู่ที่ 132 หมู่ 1 ถนนซูเปอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ – สด ค่ายลป้าแดด บนเนื้อที่ 27 ไร่

กลุ่มผู้ลงทุน คือ กลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ถือหุ้นร้อยละ 81 และกลุ่มแม่โครถือหุ้นร้อยละ

พื้นที่ขาย 8,500 – 10,000 ตารางเมตร ระยะเวลาเปิดให้บริการ คือ ทุกวัน เวลา 9.00น. – 22.00น.

ลักษณะอาคาร เป็นอาคาร 2 ชั้น โดยมีชั้นล่างเป็นร้านค้าย่อยบริเวณทางขึ้นลง ส่วนชั้นบนพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ขายและมีร้านค้าย่อยต่าง ๆ พร้อมทั้งมีศูนย์อาหารเปิดให้บริการที่บริเวณริมด้านหนึ่งของไฮเปอร์มาร์ท มีร้านขายเทปและร้านขายหนังสือจำหน่าย

พื้นที่จอดรถของห้าง สามารถรองรับรถยนต์ได้ 700 คัน โดยบริเวณด้านหนึ่งเป็นที่จอดรถของลูกค้า ด้านติดริมกำแพงเป็นที่จอดรถของพนักงาน ส่วนด้านข้างเป็นที่จอดรถจักรยานยนต์ของลูกค้า

ส่วนบริการอื่น ๆ ได้แก่ โทรศัพท์สาธารณะ เงินค่าน้ำดื่ม ศูนย์อาหาร ร้านขายอาหาร ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า บริการขนส่ง และผู้จำหน่ายสินค้าให้กับกิจการ

- ศูนย์ค้าส่งแม็คโคร เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2536 ตั้งอยู่ที่ถนนชูเปรอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ – ลำปาง กลุ่มผู้ลงทุน คือ บริษัทสยามแม็คโครจำกัด (มหาชน) มีพื้นที่ขาย 9,000 ตารางเมตร ระยะเวลาเปิดให้บริการ คือ ทุกวัน เวลา 9.00 น. – 22.00 น.

ลักษณะอาคาร เป็นอาคารชั้นเดียว โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ขายและมีร้านค้าย่อยต่าง ๆ พร้อมทั้งมีศูนย์อาหารเปิดให้บริการที่บริเวณริมด้านหนึ่งของไฮเปอร์มาร์ท

พื้นที่จอดรถของห้าง สามารถรองรับรถยนต์ได้ไม่ต่ำกว่า 700 คัน และสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 40,000 คนต่อวัน

จำนวนสินค้าที่ขายทั้งหมดมีกว่า 20,000 รายการ โดยประเภทสินค้าที่จำหน่ายมี 2 ประเภท คือ

1) สินค้าอุปโภค (ร้อยละ 40 ของสินค้าทั้งหมด) ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าที่สามารถประกอบด้วยตนเอง เครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติ เครื่องกีฬา เฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย

2) สินค้าบริโภค (ร้อยละ 60 ของสินค้าทั้งหมด) ได้แก่ ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล นม เนย เบเกอรี่ เครื่องดื่ม อาหารว่าง ขนมคบเคี้ยว ของชำทั่วไป อาหารปรุงสำเร็จ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนบุคคล และยารักษาโรค

ส่วนบริการอื่น ๆ ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันของแม็คโครจำหน่ายน้ำมันเชลล์ ศูนย์บริการแม็คโครออโตเอ็กซ์เพรส(แม็กซ์) เปิดให้บริการซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เปลี่ยนยางแบตเตอรี่ และท่อไอเสีย ทดสอบระบบเบรก มีบริการส่งถึงสำนักงาน โทรศัพท์สาธารณะ เงินค่าน้ำดื่ม ศูนย์อาหาร ร้านขายอาหาร ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายเสื้อผ้า

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาววิไลรัตน์	เลี่ยมภักดี
วัน เดือน ปี เกิด	29 มิถุนายน	2519
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปิ่นสร้อย แผลตวิทย์าลัย ปีการศึกษา 2536 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา ภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2540	
ทุนการศึกษา		
ประสบการณ์ (ถ้ามี)		
ผลการวิจัย (ถ้ามี)		