



บทความวิจัย

เรื่อง การศึกษารูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

โดย

นางสาวพรภิญญา มูลการณ์

รหัสนักศึกษา 055400505

เสนอ

อาจารย์ ดร.กัลยา เทียนวงศ์

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2557

**ชื่อเรื่อง** การศึกษารูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา  
ถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวพรกัญญา มุลการณ์ รหัสนักศึกษ 05540505

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.กัลยา เทียนวงศ์

**ปีการศึกษา** 2557

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจและศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการในถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 3) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งสถานประกอบการ และ 4) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บตัวอย่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวจำนวน 60 ชุด ทั้ง 2 พื้นที่

ผลการศึกษาพบว่า ร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์มีจำนวนมากกว่า 390 ร้าน กลุ่มของร้านประกอบการที่มีมากที่สุดคือร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม มีรูปแบบการตั้งร้านประกอบการเป็นแบบตารางกริด (Grid Pattern) ในขณะที่ร้านประกอบการบนถนนอินชาดงมีร้านประกอบการจำนวนมากกว่า 600 ร้าน ร้านประกอบการที่มีมากที่สุดคือร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่มเช่นเดียวกับถนนนิมมานเหมินท์ แต่ร้านประกอบการบนถนนอินชาดงมีจุดเด่นอยู่ที่ ร้านประกอบการต่าง ๆ ตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศแบบเกาหลีดั้งเดิม โดยร้านประกอบการต่าง ๆ วางตัวเป็นแบบเส้น (Linear Pattern) บนถนนสายหลัก นอกจากนี้ พบว่าถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงมีจุดแตกต่างกันทั้งในเรื่องของรูปแบบทางที่ตั้ง สินค้า รูปแบบกิจกรรมบนถนน ลักษณะผู้ประกอบการ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก การเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่นของถนน ในขณะเดียวกันนั้น ลักษณะของนักท่องเที่ยว และจุดค้าของถนนทั้งสองแห่งมีลักษณะเหมือนกัน ในด้านของผู้ประกอบการพบว่า ทั้งผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 30 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านของผู้ประกอบการบนถนนทั้ง 2 แห่งคือ ที่ตั้งของถนนเป็นบริเวณที่ตั้งอยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้า ผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์เสนอแนะให้เทศบาลนครเชียงใหม่ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคให้ดีขึ้น และผู้ประกอบการบน

ถนนอินชาดต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันรักษาถนนอินชาด ซึ่งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมของชาติให้ยังคงอยู่ ในส่วนของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวบนถนนทั้ง 2 แห่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวยาม และซื้อสินค้าและบริการ โดยนักท่องเที่ยวบนถนนนิมมานเหมินท์มีความพึงพอใจต่อถนนนิมมานเหมินท์ เพราะเข้าถึงได้ง่าย มีร้านอาหารที่หลากหลาย ราคาเหมาะสม พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสำหรับปัญหาที่พบคือ ที่จอดรถ ในขณะที่นักท่องเที่ยวบนถนนอินชาดระบุว่า พึงพอใจเอกลักษณ์ของถนนอินชาดที่แตกต่างกับย่านการค้าอื่น ๆ ในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ทั้งนี้ ได้ให้ความเห็นว่าราคาสินค้าบางประเภทมีราคาที่สูงเกินไป ส่วนปัญหาสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ ปัญหาเรื่องของการติดต่อสื่อสารกับพนักงาน

**Keyword :** การท่องเที่ยว อินชาด นิมมานเหมินท์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
สารบัญ	ค
1 บทนำ	1
1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.2 วิธีการวิจัย	2
1.3 การทบทวนวรรณกรรม	5
1.3.1 ข้อมูลพื้นที่ศึกษา	5
1.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับย่านการค้า (Commercial Area)	10
1.3.3 แบบจำลองการใช้ที่ดินเพื่อการค้าและการบริการ	12
1.3.4 ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านประกอบการ	14
1.3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2 ผลการวิจัย	19
2.1 การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง	19
2.2 การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง	45
2.3 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งสถานประกอบการ	49
2.4 การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง	60
3 สรุปและอภิปรายผล	69
3.1 การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง	69
3.2 การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง	71
3.3 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งสถานประกอบการ	72
3.4 การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง	73
3.5 แนวทางการพัฒนาถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	73
3.6 ปัญหาและอุปสรรค	74
3.7 ข้อเสนอแนะ	74
4 เอกสารอ้างอิง	75

## 1. บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจการที่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างมาก ในระดับโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุด มีการจ้างงานสูงถึง 192.3 ล้านคน (กาญจนา แสงลิมสุวรรณ และศรันยา แสงลิมสุวรรณ, 2555) เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) จากการทำหน้าที่เป็นธุรกิจที่นำมาซึ่งรายได้เข้าประเทศ จึงส่งผลให้ในหลายๆ ประเทศ ต่างพัฒนากิจการท่องเที่ยวในประเทศของตนเพื่อก่อให้เกิดรายได้ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน อาคารเก่าแก่ หรือแม้แต่การพัฒนาการใช้พื้นที่บนถนนเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การบูรณะซ่อมแซมสถาปัตยกรรมแบบโบราณบริเวณถนนเขื่อนเหมิน ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สามารถเดินชมสถาปัตยกรรมของจีนเท่านั้นแต่ยังสามารถเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายบนถนนแห่งนี้ที่เต็มไปด้วยร้านขายยาสมุนไพร ร้านชา และร้านอาหาร

สำหรับในประเทศไทยนั้น จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวล้นหลามเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2554 ที่มีมากถึง 5,661,673 คน (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2554) สำหรับเอกลักษณ์ของเชียงใหม่ นั้น ได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกือบจะแห่งแรกๆ ที่ใช้ “ถนน” เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งก่อนหน้านั้นมีทั้งถนนคนเดินท่าแพ ถนนคนเดินวัวลาย และอีกหนึ่งถนนที่ก็ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน คือ ถนนนิมมานเหมินท์ ซึ่งเป็นถนนที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัยไว้ได้อย่างลงตัว แม้ว่าเป็นถนนสายสั้นๆ ที่มีความยาวเพียง 1.327 กิโลเมตร แต่กลับมีชอยมากถึง 17 ชอย (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด, 2556) และลักษณะของธุรกิจภายในพื้นที่ที่โดดเด่นของถนนนิมมานเหมินท์ คือ ผู้ประกอบการทั้งเก่าและใหม่พยายามสร้างเอกลักษณ์หรือตราสินค้าของตนเองที่ไม่ใช่เพียงแค่ตัวสินค้า แต่รวมถึงเอกลักษณ์ในเชิงลักษณะกายภาพของร้านค้าที่มีการแข่งขันสร้างเอกลักษณ์ผ่านการออกแบบหน้าร้านหรือสถาน

ประกอบการที่ส่งผลต่อบรรยากาศโดยรวมของย่านนี้ให้มีความทันสมัยและสวยงาม และมีการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างธุรกิจและศิลปะจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ของถนนนิมมานเหมินท์

นอกจากนี้ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งเป็นประเทศที่มีกิจการการท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ได้ดำเนิน โครงการถนนปลอดรถในเมืองต่างๆ เพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะคืนสู่ชุมชน ตั้งแต่ในปีพ.ศ. 2540 จนปัจจุบัน มีถนนปลอดรถมากถึง 24 แห่ง แต่มีถนนสายหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ ถนนอินชาดง ซึ่งเป็นถนนที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นถนนปลอดรถหรือถนนคนเดินลำดับแรกๆ ของสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางการสัญจรให้กับคนเดินถนน และผู้ใช้รถจักรยานแล้ว ยังเป็นทางเชื่อมระหว่างวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในย่านใจกลางเมืองอย่างกรุงโซล ด้วยเหตุผลเหล่านี้ จึงทำให้ถนนอินชาดง กลายเป็นพื้นที่สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเที่ยวชม และเลือกซื้อสินค้าและบริการได้เป็นจำนวนมาก

ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงนั้น ผู้ศึกษาได้เห็นถึงความสำคัญของถนนที่สามารถสร้างขึ้นมาสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงเกิดประเด็นที่ทำให้ได้ศึกษารูปแบบของถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง ซึ่งถนนสองสายนี้ ต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าศึกษา ทั้งรูปแบบการตั้งร้านค้า รูปแบบสินค้า กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น และยังนำไปสู่การเปรียบเทียบศักยภาพของแต่ละแห่ง เพื่อได้ข้อมูลมาเป็นแนวทางการพัฒนาถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

### 1.1 วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ในการศึกษางานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อสำรวจและศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการในถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 3) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งสถานประกอบการในถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง และ 4) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

### 1.2 วิธีการศึกษา

ในการศึกษางานวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา

ถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง ผู้วิจัยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล 2) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และ 3) วิธีการดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

#### (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

(1.1) ข้อมูลรูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการและข้อมูลลักษณะการประกอบการที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

(1.2) ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

(1.3) ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายตอบกลับ

#### (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

(2.1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

(2.2) ข้อมูลทั่วไปของถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง ซึ่งประกอบด้วยประวัติความเป็นมา โดยเก็บข้อมูลจากหนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นและเป็นแนวคิดพื้นฐานในการทำวิจัย

(2.3) ภาพถ่ายจากดาวเทียมรายละเอียดระดับสูงบริเวณถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงจากโปรแกรม Google Earth เพื่อนำมาสร้างผังรูปแบบการตั้งร้านประกอบการ

### 1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

(1) เครื่องคอมพิวเตอร์

(2) กล้องบันทึกภาพ

(3) สมุดจดบันทึก

(4) แบบสอบถาม

(5) เครื่องพิมพ์เอกสาร

### 1.2.3 วิธีการดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์

(1) การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการในถนนนิมมานเหมินท์และถนน

## อินชาดง

(1.1) ศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยและเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับร้านประกอบกรบถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

(1.2) ทำการวิเคราะห์รูปแบบทางที่ตั้งของทั้งสองถนนโดยนำภาพถ่ายจากโปรแกรม Google Earth พร้อมทั้งการสำรวจพื้นที่จริง เพื่อมาจำแนกกลุ่มร้านประกอบกรบถนน 2 แห่งนี้

(1.3) ทำการวิเคราะห์รูปแบบโดยนำปัจจัยทางด้านกายภาพ สภาพพื้นที่ สภาพสังคม ทฤษฎีทางที่ตั้ง มาพิจารณาร่วม

(1.4) เขียนอธิบายผลการวิเคราะห์พร้อมภาพประกอบ และสรุปผลการศึกษา

(2) การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบกรบระหว่างถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

(2.1) ทำการกำหนดประเด็นที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ได้แก่ รูปแบบทางที่ตั้ง ลักษณะร้านประกอบกรบ ลักษณะสินค้า รูปแบบกิจกรรมบนถนน ลักษณะผู้ประกอบการ ลักษณะนักท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก การเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่น และจุดด้อยหรือจุดที่ควรได้รับการปรับปรุง

(2.2) ลงภาคสนาม ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยแสดงตนเป็นนักท่องเที่ยวในถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง เพื่อสำรวจถนนทั้ง 2 แห่งตามประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในข้อที่ 2.1

(2.3) นำข้อมูลที่ได้จากการทำรูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบกรบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงมาเปรียบเทียบในลักษณะการบรรยายและในรูปแบบตารางพร้อมภาพประกอบ

(3) การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

(3.1) การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ กำหนดประเด็นในแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับร้านประกอบการ ได้แก่ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาการดำเนินกิจการ กลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการบนถนน 2 แห่ง

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

(3.2) การสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง กำหนดประเด็นในแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อที่ตั้งร้านประกอบการ สินค้าและบริการ ผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

(3.3) เขียนอธิบายและสรุปพร้อมทั้งข้อเสนอแนะ

### 1.3 การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษางานวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้ 1) ข้อมูลพื้นที่ศึกษา 2) แนวคิดเกี่ยวกับย่านการค้า (Commercial Area) 3) แบบจำลองการใช้ที่ดินเพื่อการค้าและการบริการ 4) ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านประกอบการ และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1.3.1 ข้อมูลพื้นที่ศึกษา

##### (1) ถนนนิมมานเหมินท์

ถนนนิมมานเหมินท์ซึ่งเป็นทั้งถนนสายท่องเที่ยวและถนนสายเศรษฐกิจหลักที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่มาเป็นเวลากว่า 50 ปี เป็นแหล่งรวมของสินค้าและบริการ ตลอดจนร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง และที่พักชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยว ดังภาพที่ 1.1 โดยที่มาของชื่อถนนสายนี้มาจากชื่อของผู้บริจาคที่ดินบนถนนนิมมานฯ ให้แก่สาธารณะ คือ นายกิ และนางกิมฮ้อ นิมมานเหมินท์



ภาพที่ 1.1 ถนนนิมมานเหมินท์

**ลักษณะที่ตั้ง** มีพื้นที่ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันตกของตัวเมืองเชียงใหม่ เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย ซึ่งบริเวณโดยรอบเป็นเขตชุมชนหนาแน่น ประกอบไปด้วยอาคารพาณิชย์และบ้านเรือน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ และมีส่วนถนนล้อมรอบ

**อาณาเขตติดต่อ** ด้านทิศเหนือติดกับถนนห้วยแก้ว

ด้านทิศตะวันออกติดกับถนนศรีมังคลาจารย์

ด้านทิศตะวันตกถนนรอบเมืองเชียงใหม่

ด้านทิศใต้ติดกับถนนเชียงใหม่

**ประวัติความเป็นมา**

ในช่วงปี พ.ศ. 2500 พื้นที่บนถนนนิมมานเหมินท์เริ่มมีการจัดแบ่งขายที่ดินที่ผู้ซื้อสามารถผ่อนจ่ายได้ในราคาที่ถูกลง โดย อุดม ชูติมา คณบดีเชื้อสายตระกูลนิมมานเหมินท์ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการซื้อขายเกิดขึ้นเพียงจากการแนะนำหรือเส้นสายของคนรู้จักที่ไว้ใจได้เท่านั้น ผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงเป็นข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ของจังหวัดที่ล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับตระกูลนิมมานเหมินท์ ในการชำระค่าที่ดิน ผู้ซื้อสามารถทยอยส่งเงินค่าซื้อที่ดินได้ตามกำลังของตน โดยมีราคาตารางวาละ 100-200 บาท ซึ่งนับว่าเป็นราคาที่ถูกลงอย่างยิ่งหากเปรียบเทียบกับย่านท่าแพ ซึ่งสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ที่ดินบนถนนนิมมานเหมินท์ในช่วงปีพ.ศ. 2500 มีราคาถูกลงนั้นคือ ถนนนิมมานเหมินท์เป็น

ถนนสายที่อยู่ห่างไกลความเจริญอย่างแถบท่าแพ และบริเวณสถานีรถไฟเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นย่านที่มีความเจริญสูงสุดในสมัยนั้น

ในช่วงปี พ.ศ. 2520-2530 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ความเจริญรุ่งเรืองของแถบท่าแพลดลง และในขณะเดียวกัน ได้มีการตัดถนนสายเชียงใหม่-ลำปางเข้ามาใกล้พื้นที่ของถนนนิมมานเหมินท์ จึงทำให้ชื่อของถนนนิมมานเหมินท์จึงเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น และการสร้าง โรงแรม โรงภาพยนตร์ คอนโดมิเนียม ร้านอาหารและตึกแถวอาคารพาณิชย์ก็ได้ก่อตัวขึ้นเป็นลำดับ และเมื่อตัวถนนนิมมานเหมินท์และศิริมังกลาจารย์เริ่มถูกปรับแต่งเป็นถนนลาดยาง บริเวณหน้าบ้านในซอยต่างๆ ถูกปรับเป็นทางระบายน้ำที่มีท่อและฝาปิด ทำให้บ้านที่ตั้งอยู่บนถนนนิมมานเหมินท์เริ่มมีผู้อาศัยใหม่ๆ มากขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เป็นอาจารย์ พนักงานมหาวิทยาลัย แพทย์ และพนักงานสายสุขภาพ เนื่องจากเห็นว่าบริเวณนี้ใกล้กับมหาวิทยาลัยและโรงพยาบาลประจำจังหวัด

กลางปี พ.ศ. 2530 จนถึงช่วงต้นปี พ.ศ. 2540 มีการก่อตัวขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบขึ้นที่นิมมานเหมินท์ซอย 1 หลังจากนั้นบรรดาร้านอาหารและร้านกาแฟก็เริ่มเปิดกิจการทั่วทั้งบริเวณถนนนิมมานเหมินท์ และในช่วงกลางปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมาได้มีการลงทุนธุรกิจรูปแบบใหม่บนถนนนิมมานฯขึ้น คือ สถานบันเทิงและร้านอาหารนานาชาติจำนวนมาก

## (2) ถนนอินชาดง

ถนนอินชาดง ได้ถูกจัดให้เป็นพิพิธภัณฑ์มีชีวิตที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และชีวิตของชาวเกาหลีตั้งแต่สมัยราชวงศ์โชซอน (พ.ศ. 1935-2453) ซึ่งตั้งอยู่ในใจกลางของกรุงโซล อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของกรมศิลปากรในสมัยราชวงศ์โชซอนอีกด้วย และได้กลายเป็นสถานที่สำหรับการรวมตัวกันของเหล่าจิตรกรในอดีต สำหรับคำว่าอินชาดงนั้น เป็นชื่อที่ถูกตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2457 โดยคำว่า อิน มาจากคำว่า ความอินบัง หมายถึง ที่พักข้าราชการ ชา มาจากคำว่า ซาจา ซึ่งหมายถึงสิงโต และดง มาจากคำว่า เทชาดง ที่มีความหมายว่า เอกอัครราชทูต

**ลักษณะที่ตั้ง** มีพื้นที่ตั้งอยู่ใกล้กับพระราชวังคยองบก และสถานีรถไฟอันกุก ในเขตจงโน แขวงกวานฮุน กรุงโซล ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ บริเวณโดยรอบประกอบไปด้วยอาคารพาณิชย์ และมีถนนล้อมรอบ

**อาณาเขตติดต่อ** ด้านทิศเหนือ ติดกับถนนยูลกก

ด้านทิศตะวันออก ติดกับพื้นที่ของแขวงนักวอน

ด้านทิศตะวันตก ติดกับถนนอุจองกุก

ด้านทิศใต้ ติดกับสี่แยกจงโน 2 กา

### ประวัติความเป็นมา

ในสมัยโชซอน กรุงโซลถูกเรียกว่าเป็นฮันยางแห่งเกาหลี และเป็นเมืองหลวงของโชซอนตั้งแต่ปีพ.ศ. 1937-2453 ซึ่งกรุงโซลในปัจจุบันถูกแบ่งแยกเมืองเป็นฝั่งเหนือและใต้ด้วยแม่น้ำฮัน แต่ในสมัยโชซอนนั้น ฝั่งใต้พื้นที่ของกรุงโซลจำกัดอยู่เพียงแค่ฝั่งเหนือของแม่น้ำฮัน และฝั่งเหนือของแม่น้ำฮันได้ถูกแบ่งออกเป็นฝั่งเหนือและฝั่งใต้อีกทีหนึ่ง โดยคลองชองกเยซอนขนาดเล็ก และเรียกฝั่งใต้ว่านัมชน ฝั่งเหนือเรียกว่าพกชน เนื่องจากมีแนวเทือกเขาอยู่ด้านหลัง และแม่น้ำไหลผ่านด้านหน้า ทำให้เป็นที่บอกกล่าวกันว่าที่แห่งนี้เป็นตำแหน่งที่ดีที่สุดตามหลักของฮวงจุ้ย ต่อมาได้มีการสร้างพระราชวังคยองบกและพระราชวังชางด็อกขึ้นในพื้นที่ระหว่างคลองชองกเยซอนกับแนวภูเขาด้านเหนือ โดยอินซาดง เป็นหมู่บ้านที่ถูกปรับปรุงไปยังใจกลางของตำราระหว่างพระราชวังชางด็อกกับพระราชวังคยองบก โดยประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นี้โดยส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ ข้าราชการ เนื่องจากบริเวณ โดยรอบอินซาดงเป็นที่ตั้งขององค์กรของรัฐบาลจำนวนมาก เช่น กรมไปรษณีย์โทรเลข กองสืบสวน องค์กรการบริหารผู้รักชาติและทหารผ่านศึก เป็นต้น

นอกจากนี้ อินซาดงยังเป็นที่ตั้งของกรมศิลปากรซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบงานศิลปะต่างๆ ในสมัยราชวงศ์โชซอน พระล่วมแห่งเชื้อพระวงศ์โชซอนซึ่งเป็นที่เก็บบันทึกข้อความและรูปภาพกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็พิธีแต่งงาน งานฌาปนกิจ หรือกิจกรรมทั่วไปที่เป็นงานของเหล่าเชื้อพระวงศ์ ล้วนแล้วแต่ได้ถูกวาดไว้ทั้งในรูปของภาพบุคคลและรูปพิธีกรรมนั้นๆ โดยกรมศิลปากร ดังนั้น ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงเป็นผลทำให้อินซาดงกลายเป็นรากฐานของธรรมเนียมการวาดภาพ และได้มีบทบาทในฐานะที่เป็นแหล่งรวมผลงานมากมาย ในเวลาต่อมา อินซาดงจึงเป็นแหล่งรวมสำหรับคนซื้อขายอุปกรณ์วาดภาพและภาพวาดที่มีชื่อเสียง ตลอดจนได้มีการปรับปรุงย่านการค้าเกิดขึ้นอีกด้วย

ในปีพ.ศ. 2453 เมื่อเกาหลีตกอยู่ภายใต้การปกครองของญี่ปุ่น นอกจากเหล่าเจ้าขุนมูลนายไม่สามารถ ขึ้นไปรับราชการได้แล้ว กลุ่มชนชั้นสูงก็ถูกลดระดับมาเป็นชนชั้นขุนมูลนายด้วยเช่นกัน ในช่วงเดียวกันนี้ ร้านค้าต่างๆ ได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งถูกบริหารโดยชาวญี่ปุ่น เหล่าผู้ที่พักอาศัยอยู่ในย่านแห่งนี้ที่ฐานะร่ำรวยต่างถูกบังคับให้ย้ายออกและให้ขายทรัพย์สินที่

อยู่ในครอบครองของตน จึงทำให้เกิดการค้าขายขึ้นในบริเวณถนนอินซาตงแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ราคาแพง หนังสือภาพเก่า เครื่องเซรามิกต่างๆ และในปีพ.ศ. 2473 อินซาตงจึงกลายเป็นถนนที่มีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้นในฐานะที่เป็นถนนแห่งวัตถุโบราณ

หลังจากสงครามเกาหลีสิ้นสุดลง ในปีพ.ศ. 2503 อินซาตงกลายเป็นจุดศูนย์รวมของเหล่าศิลปิน และผู้ที่ชื่นชอบร้านกาแฟ และได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ และในปีพ.ศ. 2513 ห้องแสดงภาพต่างๆ ได้รับการปรับปรุงให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

ปีพ.ศ. 2545 อินซาตง ได้ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมแห่งแรกประเทศสาธารณรัฐเกาหลี และได้รับการดำเนินการให้เป็นถนนปลอดรถ ที่ได้รวบรวมร้านชาพื้นเมือง ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านขายกระดาษและพู่กัน ร้านขายสินค้าหัตถกรรม และของเก่าทั้งหลาย โดยในช่วงฤดูใบไม้ผลิและฤดูหนาวของทุกปี จะมีมีการจัดเทศกาลทางวัฒนธรรมขึ้นที่อินซาตง ไม่ว่าจะเป็นงานแสดงศิลปะสมัยเก่าและสมัยใหม่ นิทรรศการงานหัตถกรรม การแสดงดนตรีเกาหลีโบราณ

อินซาตงได้เกิดขึ้นมาใหม่ในฐานะถนนคนเดินสายหลักที่ไปสิ้นสุดที่เขตจงโน และมียี่สิบชื่อเสียงในฐานะถนนที่มีเอกลักษณ์ที่มีการออกแบบด้วยรูปแบบของถนนที่ฟื้นฟูบรรยากาศของตัวมันเองให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าใครก็ตามก็สามารถเดินได้อย่างเพลิดเพลิน อีกทั้งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมผสมผสานที่ให้โอกาสทั้งคนในประเทศและชาวต่างชาติได้เข้าถึงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมืองที่หลากหลายผ่านสิ่งก่อสร้างใหม่ๆ ที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมสมัยใหม่และวัฒนธรรมประเพณีเข้าด้วยกัน ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 ถนนอินซาตง

ที่มา : Place (2557)

### 1.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับย่านการค้า (Commercial Area)

สุมนา อยู่โพธิ์ (อ้างในสาริยา ศรีเชื้อ, 2540) กล่าวถึง ย่านการค้า หรือ ย่านพาณิชย์กรรมว่าเป็นอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีประชาชนอาศัยอยู่และเป็นที่ยอมรับของร้านค้า หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นสถานที่ๆ คนนิยมไปจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการจำนวนมาก ซึ่งย่านการค้านี้ ไม่เพียงแต่สนองความต้องการของประชาชนภายในเมืองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการให้บริการแก่ผู้ที่อยู่รอบนอกอีกด้วย

จินต์จุฑา อิศริยภัทร์ (2553) ได้กล่าวว่า ย่านการค้า คือ ศูนย์รวมหรือแหล่งรวมสรรพสินค้าและสรรพบริการ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นย่านการค้าปลีก และย่านการค้าส่ง ตลอดจนกิจกรรมการขายแบบผสมผสานทั้งสองอย่างในย่านเดียวกัน โดยสามารถแบ่งประเภทของย่านการค้าได้ดังนี้

(1) ย่านธุรกิจ เป็นย่านที่มักตั้งอยู่ใจกลางเมือง หรือย่านที่ประกอบด้วยตึกสูง สำนักงานต่างๆ และร้านค้าปลีกจำนวนมากอยู่รอบตึกหรือในตึก ถิ่นนี้ถือว่าเป็นย่านธุรกิจเช่นเดียวกัน ซึ่งความเจริญที่เกิดขึ้นภายในบริเวณย่านธุรกิจนั้น เกิดจากการที่ย่านกลายเป็นแหล่งที่ทำงานของคนในจังหวัดหรือละแวกใกล้เคียง เป็นสถานที่นัดหมายการประชุม ทั้งนี้ ย่านที่ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นย่านธุรกิจมักจะมีสถานรถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน ทางด่วน โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ร้านอาหารอีกด้วย เช่น ย่านสีลม ดังภาพที่

1.3



ภาพที่ 1.3 ย่านสีลม

ที่มา : บุญอุ้ม หงษ์คำ (2554)

(2) ย่านจับจ่ายซื้อสินค้าและบันเทิง เป็นย่านที่แบ่งออกได้เป็นย่านกลางวัน และย่านกลางคืน โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นย่านพักผ่อนหย่อนใจ จับจ่ายซื้อสินค้า ซึ่งย่านประเภทนี้จะมีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ เช่น ย่านสยาม ย่านบางกะปิ ย่านราชประสงค์ แต่ในทางกลับกัน บางแห่งอาจมีสินค้าเพียงหมวดเดียวให้เลือกซื้อ เช่น ย่านโบ๊เบ๊แหล่งขายปลีก-ส่งเสื้อผ้า ในส่วนของย่านกลางคืนนั้น มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวยามค่ำคืน โดยส่วนใหญ่แล้ว ย่านกลางคืน จะประกอบไปด้วย ร้านจำหน่ายสุรา ร้านอาหาร ตลอดจนร้านกึ่งผับกึ่งบาร์ เช่น ย่านพัฒนาพงศ์ ดังภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 ย่านพัฒนาพงศ์

ที่มา : Patrice (2557)

(3) ย่านดำรงชีวิต ย่านประเภทนี้ มักเป็นย่านที่พื้นที่โดยส่วนใหญ่แล้วถูกใช้เป็นที่อยู่อาศัย หรือตลาดสด และร้านค้าเป็นหลัก ซึ่งเป็นที่ที่จับจ่ายซื้อของสด ของชำในชีวิตประจำวันของคนในท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตาม ย่านดำรงชีวิตเป็นย่านที่ไม่สามารถดึงดูดผู้คนนอกพื้นที่ให้เข้ามาช้อปปิ้งได้อย่างสม่ำเสมอได้ เนื่องจากเป็นย่านที่ไม่มีจุดเด่นที่เพียงพอ อีกทั้งพ่อค้าแม่ค้าในย่านแห่งนี้ ไม่เพียงแต่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในย่านเท่านั้น แต่รวมถึงพ่อค้าแม่ค้าที่มาจากนอกชุมชนที่เข้ามาช้อปปิ้งเพื่อค้าขายและกลับไปในแต่ละวัน เช่น ตลาดบางใหญ่

(4) ย่านแลกเปลี่ยนประจำวัน ย่านเป็นย่านที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับ (เขต จังหวัด) ดำรงชีวิต แต่เป็นที่จับจ่ายใช้สอยของคนในละแวกกับคนละแวกใกล้เคียง ซึ่งอาจมีช่องทางการสัญจรที่ดี ทำให้เกิดเป็นศูนย์รวมสินค้าสำหรับคนในท้องถิ่น ชุมชนต่างๆ และชุมชนที่ใกล้เคียงกัน สามารถนำผลไม้ในสวนมาซื้อขายกันได้ โดยย่านที่มีลักษณะเช่นนี้ หากมีสินค้าที่ดีและมีเอกลักษณ์ หรือชุมชน

สามารถช่วยกันพัฒนาให้ย่านมีชื่อเสียงได้ ก็จะสามารถดึงดูดคนจากนอกชุมชนที่อยู่ห่างไกลให้มาจับจ่ายใช้สอยได้ เช่น ตลาดน้ำคลองลัดมะยม เกาะเกร็ด ย่านบางซื่อ แหล่งขายผลไม้จากสวนผลไม้แถบเมืองนนท์

(5) ย่านท่องเที่ยว เป็นย่านที่มีปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่มาก เช่น ลักษณะภูมิประเทศสวยงามตามธรรมชาติหรืออาจเกิดจากฝีมือมนุษย์ รวมถึงมีปัจจัยทางวัฒนธรรม เช่น การแสดงพื้นเมืองที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยผู้ที่เดินทางเข้ามาย่านแห่งนี้จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากพื้นที่อื่นๆ ในประเทศ ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศ ซึ่งร้านค้าและบริการในย่านแห่งนี้มักจะมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากที่อื่น เช่น มีบริการรถทัวร์ มีร้านขายของที่ระลึก

(6) ย่านพิเศษ เป็นย่านที่มีของหายาก ที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากแหล่งอื่น หรือสามารถซื้อได้แต่ไม่มีตัวเลือกให้เลือกมากนัก โดยการค้าขายบนย่านพิเศษแห่งนี้ มักจะมีการแข่งขันสูงเนื่องจากมีสินค้าเหมือนกัน สั่งมาจากซัพพลายเออร์เดียวกัน ทำให้ร้านต่างๆ ต้องสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน

จากในข้างต้น สามารถสรุปความหมายของย่านการค้าได้ว่า ย่านการค้าเป็นพื้นที่ที่มีประชาชนอาศัยอยู่และมีการประกอบการค้า แลกเปลี่ยนแบ่งปันสินค้าและกิจกรรมอื่นๆ หมุนเวียนกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนประชาชนที่อยู่นอกพื้นที่

### 1.3.3 แบบจำลองการใช้ที่ดินเพื่อการค้าและบริการ

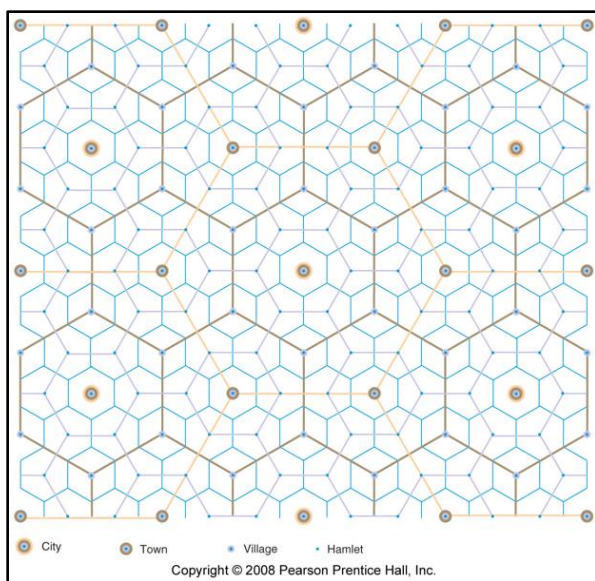
ศิริวิไล ชีระโรจนารัตน์ (2557) ได้ศึกษาแบบจำลองการใช้ที่ดินเพื่อการอธิบายถึงรูปแบบการค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ที่ดินเมืองที่มีการกล่าวถึงเป็นจำนวน คือแบบจำลองการใช้ที่ดินของวอลเทอร์ คริสทอลเลอร์ (Walter Christaller) นักภูมิศาสตร์ชาวเยอรมัน โดยถูกนำเสนอในปี ค.ศ. 1933 หรือเรียกอีกอย่างว่า ทฤษฎีย่านกลาง (central place theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงตำแหน่งที่ตั้งเพื่อการค้าและบริการที่ได้ผลกำไรมากที่สุด คำว่าย่านกลาง (central place) คือศูนย์กลางตลาดเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการที่ดึงดูดประชาชนจากบริเวณโดยรอบให้เข้ามาใช้บริการ

ขนาดของพื้นที่ตลาดจะมีอาณาบริเวณกว้างหรือแคบขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย ปัจจัยแรก คือ ช่วงของการบริการ (range of a service) หมายถึงระยะทางไกลที่สุดที่ประชาชนจะยอมเดินทางเพื่อการใช้บริการ โดยปรกติอาจจำลองได้ด้วยรัศมีวงกลมจากจุดศูนย์กลางของการเดินทางไปยังพื้นที่ตลาด ปัจจัย



ดังกล่าวนี้จะมีส่วนสัมพันธ์กับลำดับศักระยะของสินค้าและบริการที่มีอยู่ในพื้นที่ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าพื้นฐาน (สินค้าอุปโภคบริโภค) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีลำดับศักระยะต่ำที่ร้านค้าที่อยู่ใกล้กับที่พัก ในขณะที่เดียวกัน จะเลือกซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ในที่ๆ อยู่ระยะที่ไกลจากที่พักมากกว่า เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ปัจจัยที่ 2 คือ ระดับการทรงตัวของการบริการ (threshold of a service) หมายถึงจำนวนขั้นต่ำของประชาชนในพื้นที่ที่จะใช้บริการร้านค้าในพื้นที่ กล่าวคือ เนื่องจากแต่ละร้านค้ายอมลงทุนในการลงทุนที่ไม่เท่ากัน การกำหนดจำนวนขั้นต่ำของผู้บริโภคในแต่ละวันจึงมีความแตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสม ดังนั้นแต่ละร้านค้าจะต้องมีวิธีการบริหารของตนเอง เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้มากที่สุด และให้ร้านของตนเองสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

ซึ่งในแบบจำลองทฤษฎีย่านกลาง ดังภาพที่ 1.5 นั้น ได้อธิบายถึงขนาดของพื้นที่ตลาดเพื่อการค้าและการบริการในเขตเมือง คริสทอลเลอร์อธิบายว่า ย่านกลางนั้นจะเกิดขึ้นที่ศูนย์กลางของรูปหกเหลี่ยมซึ่งเป็นเสมือนตัวแทนของขอบเขตการค้าและการบริการในพื้นที่ดังกล่าวที่ผู้บริโภคจะสามารถบริโภคสินค้าและใช้บริการที่พอค้าจัดหาบริการในพื้นที่ ขนาดของรูปหกเหลี่ยมที่มีขนาดแตกต่างกันแสดงให้เห็นถึงขนาดของพื้นที่บริการที่แตกต่างกัน รวมถึงลำดับศักระยะของร้านค้า/ การบริการ/ สินค้าที่แตกต่างกันด้วย เช่น ร้านค้าในเมืองขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนประชากรมากจะมีขอบเขตของตลาดในการให้บริการขนาดใหญ่กว่า มีจำนวนสินค้าและบริการที่หลากหลายกว่า (เช่น สินค้าฟุ่มเฟือย) ในขณะที่ร้านค้าในหมู่บ้าน (village) หรือหมู่บ้านขนาดเล็ก (hamlet) ที่มีประชากรน้อยก็จะมีขอบเขตของตลาดที่เล็กกว่า มีความหลากหลายของสินค้าและบริการที่มีอยู่อย่างจำกัด



ภาพที่ 1.5 แบบจำลองทฤษฎีย่านกลางของ Walter Christaller

ที่มา : Sdamon (2557)

### 1.3.4 ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านประกอบการ

ที่ตั้ง (Location) หมายถึง สถานที่สำหรับประกอบกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร เช่น โรงงาน โกดังสินค้า สำนักงาน ร้านค้า ซึ่งที่ตั้งจะมีความสำคัญต่อการผลิตการดำเนินงานขององค์กร การเลือกที่ตั้งจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อกำหนดสถานที่ที่ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยพิจารณาต้นทุน รายได้ ความสัมพันธ์ที่มีต่อบุคลากร ลูกค้า และผู้ขายวัตถุดิบ ตลอดจนสภาพแวดล้อมการดำเนินงาน โดยปัจจัยในการเลือกที่ตั้ง อาจสามารถจำแนกได้ดังนี้

(1) ความนิยมส่วนตัวของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการแต่ละรายล้วนแล้วแต่มีทัศนคตินิยมชมชอบทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันออกไปด้วยเงื่อนไขส่วนตัว ดังเช่น การเลือกทำเลที่ตั้งร้านประกอบการแห่งหนึ่งเนื่องจากเป็นท้องถิ่นกำเนิด เป็นย่านที่มีเพื่อนหรือญาติมิตรที่สามารถช่วยอุดหนุนกิจการได้ ซึ่งนั่นหมายความว่า ช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายมากขึ้นจากการอุดหนุนจากเพื่อนหรือญาติมิตร หรือการเลือกสถานประกอบการในเมืองเล็ก ที่มีบรรยากาศสงบ ซึ่งเกิดจากความนิยมส่วนตัวที่เป็นคนรักสงบนั่นเอง

(2) ความเหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ ธุรกิจแต่ละประเภท ต่างมีปัจจัยหรือเงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจตนเอง ดังเช่น ธุรกิจการผลิตควรตั้งอยู่ในที่ตั้งที่เสียต้นทุนค่าขนส่งวัตถุดิบ หรือค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายสินค้าน้อยที่สุด ในขณะที่ธุรกิจการค้าปลีกและ

การบริการ ที่ตั้งที่ดีคือต้องให้ความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด หรือเป็นที่ตั้งที่อยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด

(3) การแข่งขันของธุรกิจประเภทเดียวกัน ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการมีที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับร้านประกอบการที่มีลักษณะเดียวกัน เนื่องจากสิ่งนี้เป็นสิ่งทำให้เกิดการลดทอนรายได้ของกิจการ เนื่องจากลูกค้ามีตัวเลือกที่จะซื้อสินค้าหรือบริการที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนใจหรือเลือกอุดหนุนร้านของกลุ่มคู่แข่งแทนได้ โดยเฉพาะในกรณีของกลุ่มธุรกิจที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีจำนวนจำกัด ผู้ประกอบการจึงต้องตรวจสอบว่าที่ตั้งแห่งนั้นมีธุรกิจใดเปิดอยู่บ้าง ตลอดจนคนที่เข้าไปใช้บริการในพื้นที่นั้นเป็นคนกลุ่มใด

(4) การคมนาคมและจราจร เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่เป็นตัวดึงดูดให้ลูกค้าเข้าไปซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะธุรกิจการค้าปลีกและการบริการ ต้องพิจารณาถึงเรื่องการจราจรขาเข้า-ที่จอดรถ ความหนาแน่นของการจราจร สะพานลอยหรือทางม้าลายข้ามถนน ฯลฯ ร่วมด้วย

(5) ต้นทุนของทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการจะตั้งคำนึงถึงเงินทุนที่มีอยู่ เพื่อจัดหาที่ตั้งที่เหมาะสมและเหมาะสมกับเงินทุนที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งหากในกรณีของการเช่าที่ดิน ไม่ควรใช้ค่าเช่าที่ต่ำเป็นปัจจัยในการเลือกที่ตั้ง เพราะส่วนใหญ่แล้ว ธุรกิจต่างๆ หากต่างอยู่ในทำเลที่มีค่าเช่าที่สูง แต่เป็นทำเลที่ดี ก็ย่อมจะก่อกำไรให้แก่ธุรกิจได้ดีกว่าและมียอดขายที่สูงกว่า

(6) กฎหมายและภาษีท้องถิ่น ในการเลือกที่ตั้ง ผู้ประกอบการควรศึกษาผังเมืองและชุมชนนั้นๆ อย่างรอบคอบ รวมถึงแผนการขยายและการปรับปรุงสาธารณูปโภคในอนาคต เช่น เขตพื้นที่สีเขียวเพื่อการเกษตรกรรม มักมีข้อห้ามสร้างตึกสูงเกินกำหนด เป็นต้น ตลอดจนการศึกษาและทำความเข้าใจกับภาษีท้องถิ่นหรือค่าส่วนกลางของบริเวณนั้นว่ามีเรทค่าใช้จ่ายอยู่ที่เท่าใด เนื่องจากในแต่ละพื้นที่จะมีการประเมินที่แตกต่างกัน

(7) ทิศนคติของชุมชน ความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับธุรกิจเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจดำเนินงาน ได้อย่างราบรื่น ดังนั้นหากเป็นธุรกิจที่สร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนหรือสังคมในพื้นที่ในด้านของการจ้างงาน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน การบริจาคเงินเพื่อสาธารณกุศลแล้ว ย่อมก่อให้เกิดการยอมรับจากชุมชนหรือสังคมในพื้นที่

(8) การสนับสนุน/ ส่งเสริมจากรัฐ เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ที่ตั้งแต่ละแห่งมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น

เนื่อง จากหากที่ตั้งใดที่ตั้งหนึ่ง ได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมจากภาครัฐเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละพื้นที่ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย สุขอนามัย รวมถึงการส่งเสริมพื้นที่นั้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ก็จะทำให้ธุรกิจที่ตั้งอยู่ในพื้นที่นั้นย่อมได้รับผลกำไรที่มากขึ้นตามไปด้วย

### 1.3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วารภรณ์ อุดง (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ในท่บาร์ซ่า จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชียงใหม่ในท่บาร์ซ่า ด้วยการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 50 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 50 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-30 ปี มีจุดประสงค์ในการมาคือการพักผ่อนกับครอบครัว และใช้เวลา 1 ชั่วโมงในการท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากเป็นเพศชายที่มาจากยุโรป เดินทางมาเพื่อซื้อสินค้ากับเพื่อน และใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 ชั่วโมง ในด้านความพึงพอใจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตอบพึงพอใจปานกลาง โดยเรียงจากมากไปน้อย คือ ศิลปวัฒนธรรม อธิยาศัย ความปลอดภัย ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่ตอบพึงพอใจมาก โดยพึงพอใจเรียงจากมากไปน้อย คือ ศิลปวัฒนธรรม อธิยาศัย ความปลอดภัยและความสวยงาม ตามลำดับ

กอบกาญจน์ สักดิ์ประเสริฐ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง จึงทำให้ถนนคนเดินตลาด 200 ปี ปราณบุรีมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน แม้จะยังมีจุดที่ต้องได้รับการปรับปรุง อาทิ ที่จอดรถ ที่นั่งพัก ป้ายบอกทาง เป็นต้น ในส่วนของแนวทางการพัฒนา แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ เช่น การปรับปรุงอาคารบ้านไม้เก่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เพิ่มดวงไฟเพื่อให้มีแสงสว่างมากขึ้น ด้านการเข้าถึง ด้านการจัดการร้านค้า ด้านบุคลากร และด้านการบริหารจัดการ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

อภิโชค เลขาคุณ และกรุณา รัศมิ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงการ “เส้นทาง การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมศึกษาพื้นที่สามแห่ง ได้แก่ บ้านฉาง บ้านบ่อสร้าง-ต้นเป้า และบ้านวัวลาย โดยการแจกสมุดภาพของพื้นที่ที่ศึกษาเพื่อประกอบกับการทำแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวสามารถแยกแยะสภาพแวดล้อมได้ 7 รูปแบบ ซึ่งทั้ง 7 รูปแบบล้วนได้รับความชื่นชอบค่อนข้างสูง โดยเรียงลำดับความชื่นชอบจากมากไปน้อยตามลำดับดังนี้ ร้านค้า 2 ผังคลอง ทางเดินหน้าร้านขายสินค้าชิ้นเล็กๆ ซอยธรรมชาติเพิ่มเติมไปด้วยต้นไม้และบ้านพื้นถิ่น หน้าร้านพื้นถิ่นและไม้ประดับ กิจกรรมการผลิต ซึ่งแสดงให้เห็นทั้งคนผลิต วัสดุ และสินค้า ลานโล่ง และถนนซึ่งมีลักษณะเป็นแบบถนนในเมือง ในขณะที่ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมีดังนี้ บรรยากาศพื้นถิ่น ต้นไม้และพืชพรรณธรรมชาติ ซึ่งรวมทั้งต้นไม้ขนาดใหญ่และต้นไม้ที่ใช้ประดับตกแต่ง รมเงาทั้งในส่วนทางเดินชมสินค้า ที่นั่งพักผ่อน และในส่วนกิจกรรมการผลิต ที่นั่งที่ประกอบด้วยเฟอร์นิเจอร์ร่วม และการประดับด้วยต้นไม้ และผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลาย

พิตร แก้วลาย และคณะ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เชียงใหม่ : ต้นแบบเมืองสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาพแวดล้อมและศักยภาพเมืองเชียงใหม่ในปัจจุบัน โดยมีกรอบการศึกษาที่เน้นเรื่องความเป็นเมืองเป็นหลัก พื้นที่ศึกษารอบคลุม 3 พื้นที่ คือ ย่านนิมมานเหมินท์ ย่านคูเมือง และย่านอุโมงค์-โป่งน้อย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในย่านนิมมานเหมินท์ซึ่งแม้ส่วนมากจะเป็นหน้าร้านแสดงสินค้าเท่านั้นแต่มีโรงงานผลิตอยู่ที่อื่น แต่กลับเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพสูงที่สุดในการพัฒนาย่านนิมมานเหมินท์ ในขณะที่ย่านคูเมือง กลุ่มธุรกิจสำนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วยบริษัทออกแบบ บริษัทสถาปนิก บริษัทโฆษณา และบริษัทด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการสร้างตราสินค้าเป็นของตัวเองถึงร้อยละ 64 และมีการจดลิขสิทธิ์ถึงร้อยละ 55 ในย่านอุโมงค์-โป่งน้อย พบว่า การขยายตัวของสถาบันการศึกษาที่เพิ่มมากขึ้นของเชียงใหม่ ทำให้พื้นที่จากที่ที่เคยสงบ กลับมีความแออัด หนาแน่นด้วยที่อยู่อาศัย ทั้งในรูปของบ้านเดี่ยว และอาคารชุด ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นหอพักของนักศึกษา โดยในปัจจุบันมีหอพักมากถึง 26 อาคาร จำนวน 3,828 ห้องและหอพักที่อยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ซึ่งก็คือหอพักสวนดอก จำนวน 650 ห้อง

น้ำฝน ธรรมแท้ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนศักยภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้อยู่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม ทิวทัศน์ทางธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่วัดพระธาตุดอยสุเทพ ซึ่งเป็นสถานที่ที่คณะทัวร์ได้กำหนดไว้ และหมู่บ้านถวาย แหล่งศิลปหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ จุดแข็งของจังหวัดเชียงใหม่คือ มีอากาศเย็นตลอดทั้งปี มีเส้นทางคมนาคมที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปจุดต่างๆ และมีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมที่ยังคงรักษาไว้อย่างดี ในด้านจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่คือ เรื่องของความปลอดภัย เนื่องจากเชียงใหม่มีพรมแดนอยู่ใกล้เคียงกับประเทศพม่า ทำให้เมื่อเกิดปัญหาในเรื่องของชายแดน จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาความขัดแย้งด้านการเมืองภายในประเทศด้วยเช่นกัน

สาริยา ศรีเชื้อ (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พัฒนาการย่านการค้าในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิวัฒนาการของย่านการค้าหลักและบทบาทหน้าที่ของย่านการค้าหลักในเขตบางกะปิ โดยเลือกศึกษาย่านการค้าหลักที่สำคัญของเขตบางกะปิ 3 แห่ง ได้แก่ ย่านการค้าบางกะปิ ย่านการค้ารามคำแหง และย่านการค้าโชคชัยสี่ ผลการศึกษาพบว่า สภาพสังคมเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้การใช้ที่ดินบนย่านการค้าหลักในเขตบางกะปิเปลี่ยนแปลงไป จากในอดีตพื้นที่ส่วนใหญ่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการเกษตร แต่ในปัจจุบันพื้นที่ต่างๆ ถูกเปลี่ยนเป็นที่อยู่อาศัย และอาคารพาณิชย์กรรมสำหรับการประกอบธุรกิจ ย่านการค้าหลักทั้ง 3 แห่งในเขตบางกะปิต่างมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของการซื้อขายแลกเปลี่ยนเหมือนกัน โดยในขณะที่ย่านบางกะปิโดดเด่นในเรื่องของสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันและสินค้าประเภทอุปกรณ์ก่อสร้าง ย่านรามคำแหง เป็นแหล่งของสินค้าแฟชั่น บริการเสริมความงามและสถาบันสอนพิเศษ และย่านโชคชัยสี่ เป็นแหล่งรวมสินค้าประเภทอะไหล่และร้านซ่อมรถจำนวนมาก

## 2. ผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อคือ 1) การสำรวจและศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 2) การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 3) การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งร้านประกอบการในถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง และ 4) การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

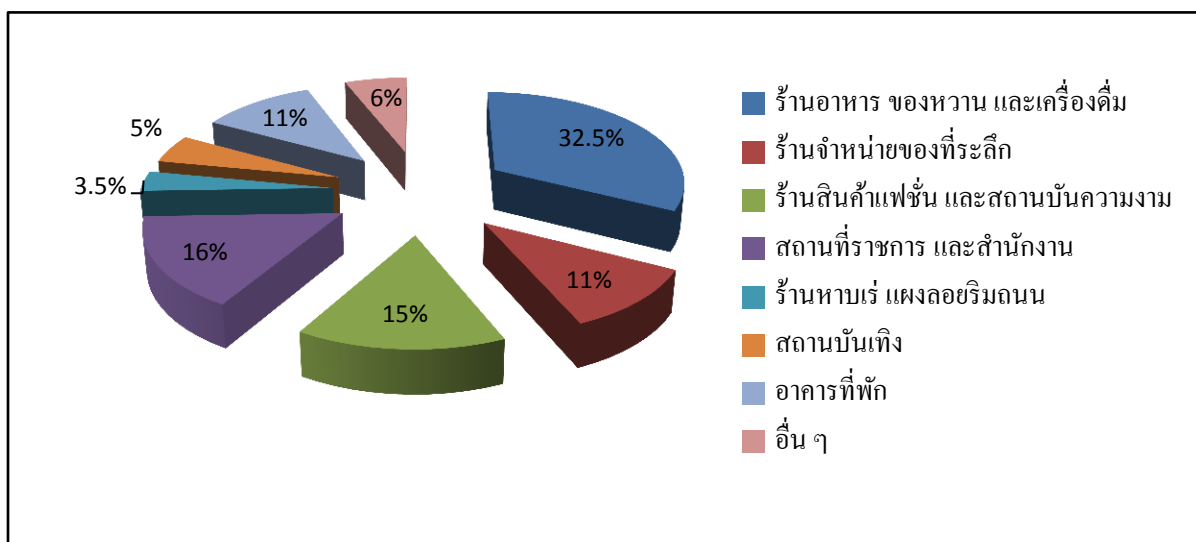
#### 2.1.1 การสำรวจและศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์

ในการศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ ได้เดินทางไปสำรวจพื้นที่ศึกษาระหว่างวันที่ 14-18 พฤศจิกายน 2557 จากการสำรวจพบว่า ถนนนิมมานเหมินท์แบ่งออกเป็น 17 ซอย จากนิมมานเหมินท์ซอย 1 ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศเหนือจนถึงนิมมานเหมินท์ซอย 17 ในทิศใต้ มีระยะทางประมาณ 650 เมตร ดังภาพที่ 2.1 รูปแบบการตั้งร้านประกอบการเป็นแบบตารางกริด (Grid Pattern) เรียงรายอยู่บนถนนและแต่ละซอยเชื่อมถึงกัน ทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก ซึ่งถนนสายหลักนิมมานเหมินท์มีทางเข้าหลักสองทางคือ ทางเข้าด้านทิศใต้ซึ่งติดกับถนนเชิงระย และทางเข้าทางทิศเหนือซึ่งติดกับถนนห้วยแก้ว ร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์มีจำนวนมากกว่า 390 ร้าน โดยฝั่งทางด้านตะวันออกเป็นซอยเลขคี่ มีร้านประกอบการประมาณ 320 ร้าน และฝั่งทิศตะวันตก ซึ่งเป็นซอยเลขคู่ มีร้านประกอบการประมาณ 60 ร้าน โดยเป็นร้านประกอบการที่อยู่ในลักษณะของที่พัก ทั้งสองฝั่งของถนนที่ทอดยาวนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม จากการสำรวจนี้ สามารถแบ่งกลุ่มของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ออกเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ 1) ร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม 2) กลุ่มร้านจำหน่ายของที่ระลึก 3) กลุ่มร้านสินค้าแฟชั่นและสถาบันความงาม 4) กลุ่มสถานที่ราชการและสำนักงาน 5) กลุ่มร้านค้าแผงลอย 6) กลุ่มสถานบันเทิง 7) กลุ่มที่พัก และ 8) กลุ่มอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้



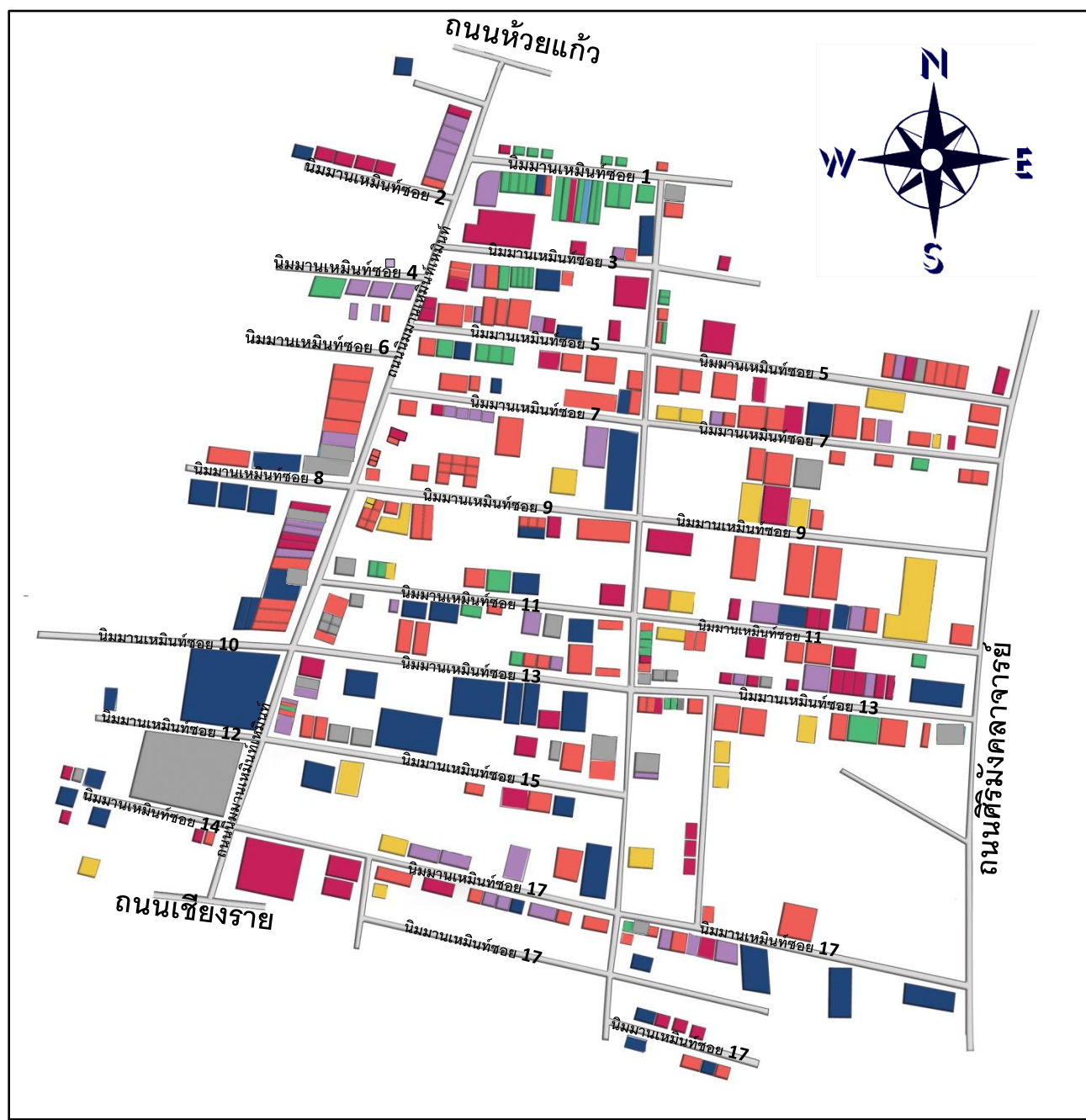
ภาพที่ 2.1 พื้นที่ศึกษา บริเวณถนนนิมมานเหมินท์

ที่มา : Google Earth (2556)



ภาพที่ 2.2 แสดงร้อยละของกลุ่มร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์



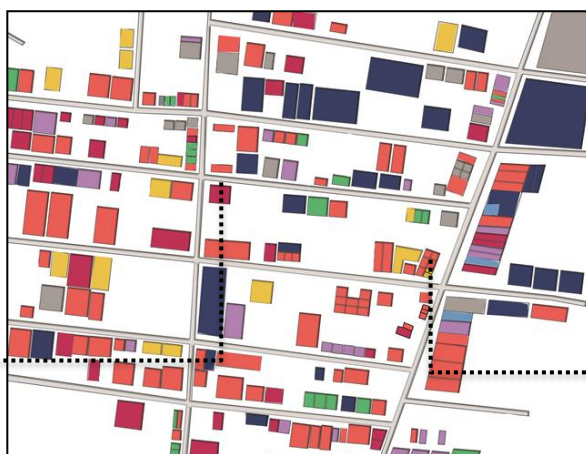


- ร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม
- สถานที่ราชการและสำนักงาน
- ร้านจำหน่ายของที่ระลึก
- สถานบันเทิง
- อาคารที่พัก
- ร้านขายแร่ แผลลอยริมถนน
- ร้านสินค้าแฟชั่น และสถาบันความงาม
- อื่น ๆ

ภาพที่ 2.3 รูปแบบการตั้งร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์

(1) ร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม เป็นกลุ่มของร้านประกอบการที่มีมากถึง 130 ร้าน จากร้านประกอบการจำนวนกว่า 390 ร้านบนถนนนิมมานเหมินท์ หรือคิดเป็นร้อยละ 32.5 ของร้านประกอบทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ร้านอาหาร ร้านอาหารโดยส่วนมากจะกระจายตัวอยู่ในซอยเลขคี่ เช่น ร้าน สลัด ร้านข้าวซอย ร้านสุกี้ ร้านอาหารตามสั่ง ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านพิซซ่า ร้านอาหารเหนือ ตลอดจนร้านอาหารนานาชาติ เนื่องจากถนนนิมมานเหมินท์เป็นถนนที่มีทั้งชาวต่างประเทศทั้งที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อยู่ก่อนแล้ว และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีร้านอาหารนานาชาติจำนวนมาก เช่น ร้านอาหารเกาหลี Dakgalbi House บริเวณนิมมานเหมินท์ซอย 13 ดังภาพที่ 2.4 ร้านอาหารสเปน ร้านอาหารอิตาลี และโดยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่นซึ่งมีมากกว่า 10 ร้าน และกระจายอยู่ทั่วทุกซอย เนื่องจากในปัจจุบันอาหารญี่ปุ่นเป็นที่นิยมในหมู่มุคนไทยอย่างมาก และถนนนิมมานเหมินท์เป็นถนนที่มีผู้คนสัญจรไปมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้ประกอบการเข้ามาเปิดกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นร้านซูชิ ซาซิมิ หรือราเม็ง เช่น ร้าน Sushi Umai ตั้งอยู่ระหว่างนิมมานเหมินท์ซอย 13 และ 15 ดังภาพที่ 2.5 และร้าน Neko Yakniku นิมมานเหมินท์ซอย 17



ภาพที่ 2.4 ร้านอาหารบริเวณถนนนิมมานเหมินท์



ภาพที่ 2.5 ร้านชูชิอูมัย

ที่มา : nissorn (2557)

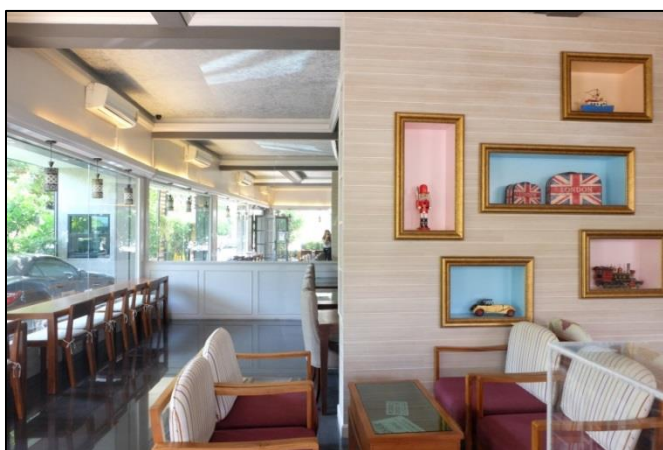
ในส่วนของร้านขนมหวาน และเครื่องดื่ม และร้านกาแฟ ขนมหวานจะพบมากเป็นพิเศษ ในบริเวณทั้งสองฝั่งของถนนสายหลักนิมมานเหมินท์ เช่น ร้าน Ristr8to, coffee wish และร้าน wakeup ดังภาพที่ 2.6 ซึ่งจากการสำรวจพบว่าร้านกาแฟ ร้านขนมหวาน ร้านชาวม ร้านน้ำผลไม้ ร้านไอศกรีม บนถนนนิมมานเหมินท์ มีทั้งร้านประกอบการซึ่งเป็นร้านแฟรนไชส์ที่สามารถพบได้ทั่วไป เช่น ร้านกาแฟสตาร์บัค ร้านมณต์นมสด ร้านกาแฟวาวิ ซึ่งเป็นร้านกาแฟที่มีต้นกำเนิดในจังหวัดเชียงใหม่ และขยายสาขาไปทั่วประเทศ ดังภาพที่ 2.7 และร้านประกอบการที่เป็นร้านที่ผู้ประกอบการออกเป็นผู้สร้างแบรนด์ขึ้นมาและจดลิขสิทธิ์เป็นของตนเองเพื่อที่จะออกแบบร้านให้มีลักษณะที่พิเศษกว่าร้านอื่น ๆ บนถนนนิมมานเหมินท์ เช่น ร้าน marble arch ในนิมมานเหมินท์ซอย 9 ซึ่งเป็นร้านที่อยู่ในลักษณะของกึ่งร้านอาหารกึ่งร้านกาแฟ และมีการตกแต่งร้านแบบสไตล์อังกฤษ ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.6 ร้าน wakeup นิมมานเหมินท์ซอย 8



ภาพที่ 2.7 ร้านกาแฟวี บนถนนนิมมานเหมินท์



ภาพที่ 2.8 ร้าน Marble Arch นิมมานเหมินท์ซอย 9

(2) ร้านจำหน่ายของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 11 จากร้านประกอบการทั้งหมด และมีการกระจายตัวอย่างหนาแน่นเป็นพิเศษในนิมมานเหมินท์ซอย 1 ซึ่งมีมากกว่า 10 ร้าน ถือได้ว่าเป็นแหล่งรวมของสินค้าหัตถกรรม งานศิลปะ งานไม้ สินค้าที่จำหน่ายบนถนนนิมมานเหมินท์ได้แก่ กระเป๋าของชาวเขา เสื้อผ้าพื้นเมืองสไตส์ล้านนา พวงกุญแจซึ่งเป็นการออกแบบที่มีลิขสิทธิ์โดยเจ้าของร้านเอง ดังภาพที่ 2.9 เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าไหมแท้ ตลอดจนของที่ระลึกในรูปแบบของงานเปเปอร์มาเช่ ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.9 ของที่ระลึกที่จำหน่ายบนถนนนิมมานเหมินท์



ภาพที่ 2.10 งานเปเปอร์มาเช่ ร้านตติระ นิมมานเหมินท์ซอย 1

ที่มา : ตติระ Ta Ti Ra (2557)

(3) ร้านสินค้าแฟชั่น และสถาบันความงาม คิดเป็นร้อยละ 15 จากร้านประกอบการ ทั้งหมด ประกอบด้วยร้านเสื้อผ้า ร้านรองเท้า ร้านทำเล็บ ร้านทำผม สปาและนวดแผนไทย ร้านเสื้อผ้า และเครื่องประดับแฟชั่นพบมากในบริเวณริมถนนทั้งสองฝั่งของถนนหลักนิมมานเหมินท์ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการพบเห็น โดยร้านส่วนใหญ่เป็นร้านเสื้อผ้ามือหนึ่งที่เป็นลิขสิทธิ์ของเจ้าของร้านเอง ดังภาพที่ 2.11 ทำให้มีร้านค้าค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับร้านเสื้อผ้าในย่านอื่น ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของคลินิกเสริมความงาม ซึ่งรวมถึง คลินิกเวชกรรม คลินิกทันตกรรม คลินิกรักษาผิวหนัง ศูนย์การแพทย์ บูรณาการ พบมากได้ในบริเวณกลางซอยของนิมมานเหมินท์ซอย 7 และ ซอย 17 ร้านนวดแผนไทย พบมากในบริเวณต้นซอยและกลางซอยของนิมมานเหมินท์ซอย 3 ซอย 5 และซอย 7 เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีโรงแรม และเกสต์เฮ้าส์หนาแน่น



ภาพที่ 2.11 ร้านเสื้อผ้า บริเวณถนนนิมมานเหมินท์



ภาพที่ 2.12 ร้านนวดแผนไทย นิมมานเหมินท์ซอย 5

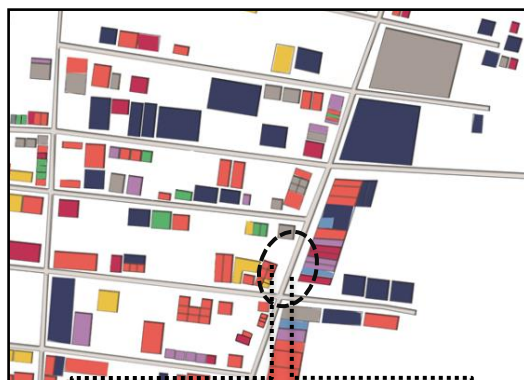
(4) สถานที่ราชการ และสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 16 ของร้านประกอบการทั้งหมด มีรายละเอียด ดังนี้ สถานที่ราชการ ได้แก่ โรงเรียนอนุบาลสวนน้อย ซึ่งตั้งอยู่บริเวณปากซอยนิมมานเหมินท์ซอย 17 ในส่วนของสำนักงาน ประกอบด้วย ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารออมสิน ซึ่งธนาคารทั้ง 3 แห่งต่างตั้งอยู่บริเวณริมถนนสายหลักของถนนนิมมานเหมินท์ ทำให้ง่ายต่อการพบเห็น และสำนักงานของบริษัทเอกชนต่าง ๆ กระจุกกระจายอยู่ทั่วทุกจุดของถนนนิมมานเหมินท์ และโดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณกลางซอยเป็นต้นไปได้แก่ ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ โรงเรียนภาษา บริษัทห้างหุ้นส่วน บริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ บริษัทท่องเที่ยว สำนักพิมพ์ บริษัทออกแบบบ้าน



ภาพที่ 2.13 สำนักงานบริษัทเอกชนบนถนนนิมมานเหมินท์

(5) ร้านหาเบร่ แผงลอยริมถนน คิดเป็นร้อยละ 3.5 โดยอยู่ในลักษณะของร้านค้าประเภทของกิน เช่น ร้านผลไม้ ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านไก่ย่าง ร้านปลาหมึกย่าง ร้านไส้กรอก และมักจะเป็นร้านที่ตั้งขายเป็นประจำ โดยใช้รถเงินที่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก และมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักทำให้ใช้พื้นที่ไม่มาก โดยจะเริ่มตั้งร้านตั้งแต่เวลา 17.00 น เป็นต้นไป เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้คนเข้ามาจับจ่ายซื้อของ และใช้บริการบนถนนนิมมานเหมินท์มากกว่าช่วงเวลาอื่นๆ ร้านแผงลอยจะพบมากได้ในอบริเวณริมสองฝั่งของถนนหลัก และโดยจะหนาแน่นมากเป็นพิเศษบริเวณนิมมานเหมินท์ซอย 9

เนื่องจากเป็นใจกลางของถนนนิมมานเหมินท์ ที่มีทั้งร้านอาหาร สถานบันเทิง โรงแรม จึงทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาอย่างคับคั่ง



ภาพที่ 2.14 ร้านแผงลอยบริเวณนิมมานเหมินท์ซอย 9

(6) สถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 5 จากร้านประกอบการทั้งหมด และร้อยละ 80 ของสถานบันเทิง อยู่ในลักษณะของร้านอาหารกึ่งผับกึ่งบาร์ เป็นประเภทของร้านประกอบการที่ใช้พื้นที่มากกว่าร้านประกอบการประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีการแบ่งสัดส่วนเป็นพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้วย ทำให้ร้าน โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในบริเวณท้ายซอยฝั่งทางด้านทิศตะวันตก ร้านส่วนมากเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 18.00-02.00 น. และผู้เข้าใช้บริการมีทั้งคนเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีอายุเฉลี่ยตั้งแต่ 20-40 ปี สถานบันเทิงที่ได้รับความนิยมสูงสุดบนถนนนิมมานเหมินท์คือ ร้าน Warm Up Cafe เนื่องจากเป็นร้านอาหารกึ่งผับกึ่งบาร์ จึงถูกแบ่งออกเป็นโซนสำหรับนั่งรับประทานอาหารไปพร้อมกับการฟังดนตรี และโซนสำหรับผู้ชื่นชอบการเต้น



(7) อาคารที่พัก คิดเป็นร้อยละ 11 จากการสำรวจพบว่า ที่พักบนถนนนิมมานเหมินท์ มีลักษณะเป็นอพาร์ทเมนท์ คอนโด เกสเฮ้าส์ ตลอดจนโรงแรมขนาด 3-5 ดาวสำหรับนักท่องเที่ยว โดยกระจุกตัวอยู่ในนิมมานเหมินท์ซอย 13 มากที่สุด เมื่อเทียบกับบริเวณอื่น ๆ ของถนนนิมมานเหมินท์ โรงแรมบางแห่งมีการเปลี่ยนแปลงจากการเป็นหอพักสำหรับนักศึกษามาเป็นโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกสเฮ้าส์แต่ละแห่งบนถนนนิมมานเหมินท์ ล้วนได้สร้างเอกลักษณ์ของตนเองผ่านความงามแบบล้านนา แสดงถึงความเป็นพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ไว้ ดังภาพที่ 2.15 ในขณะบางแห่งอาจเน้นความทันสมัยเพื่อตอบโจทยกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่น ดังเช่น โรงแรม The story ในนิมมานเหมินท์ซอย 10 ดังภาพที่ 2.16 ราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 500 บาท / คืน



ภาพที่ 2.15 บ้านเส-ลาเกสเฮ้าท์ นิมมานเหมินท์ซอย 5



ภาพที่ 2.16 โรงแรม The Story นิมมานเหมินท์ซอย 10

(8) กลุ่มอื่นๆ คือกลุ่มของร้านประกอบการที่มีต่ำกว่า 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6 ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วย ร้านโชห่วย เซเว่น อีเลฟเว่น เทสโก้โลตัส ร้านโทรศัพท์ ร้านซ่อมรถยนต์ ร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ซอย 15 พิพิธภัณฑ์แมลงโลกและสิ่งมหัสจรรย์ธรรมชาติ ห้องแสดงภาพ ศูนย์พยาบาลสัตว์ ร้านรา ร้านซักอบรีด ร้านย้อมผ้า ร้านแว่น ร้านจำหน่ายหญ้าเทียม โรงพิมพ์แม็กซ์ และรวมถึง ศูนย์การค้า Kantary Terrace ซึ่งมีจำนวน 3 ชั้น เป็นแหล่งรวมร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านขายของฝาก ร้านเครื่องแต่งกาย ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานบางกอกแอร์เวย์ โรงเรียนสอนโยคะ สถาบันสอนภาษา ร้านเสริมสวย ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน ตลอดจนร้านจำหน่ายงานศิลปะต่าง ๆ

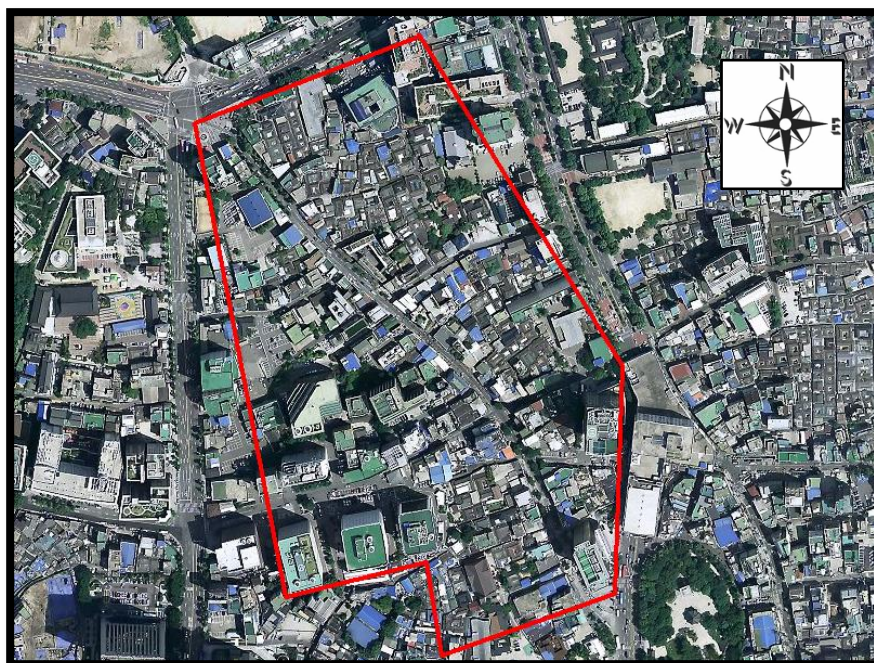


ภาพที่ 2.17 ศูนย์การค้า Kantary Terrace

### 2.1.2 การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนอินชาดง

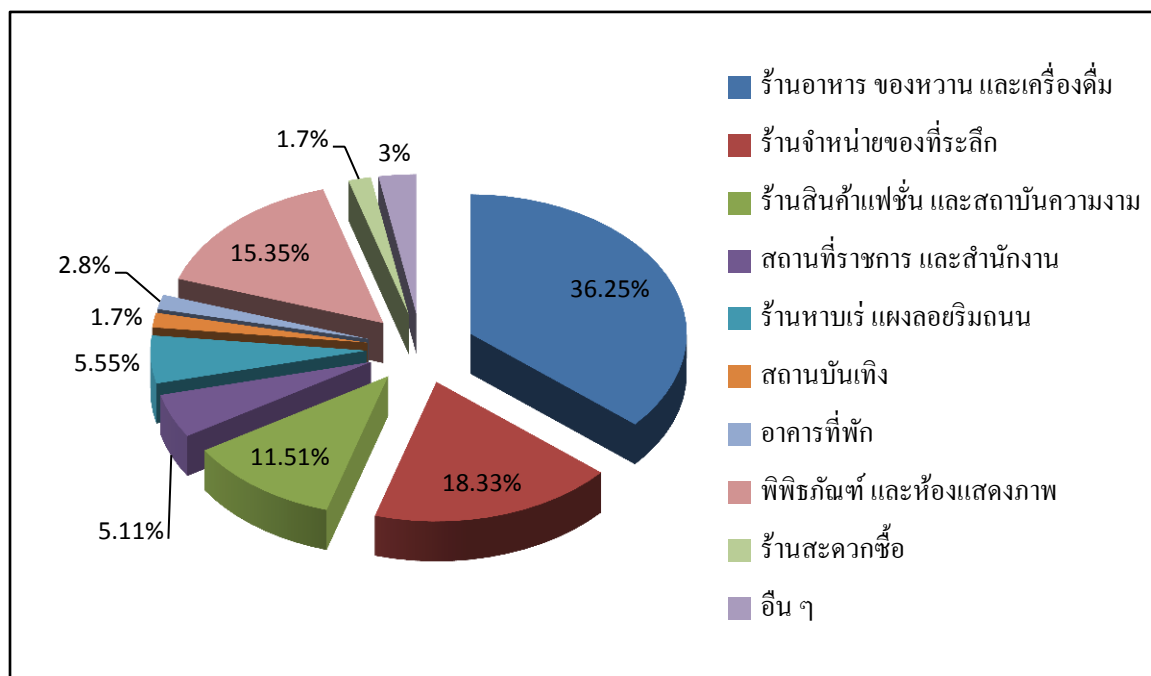
ในการศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนอินชาดง ได้เดินทางไปสำรวจพื้นที่ศึกษาระหว่างวันที่ 3 – 10 มกราคม 2558 จากการสำรวจพบว่า บริเวณถนนอินชาดงมีความยาวประมาณ 500 เมตร ดังภาพที่ 2.18 และมีความกว้างโดยประมาณ 55 เมตร ถนนมีลักษณะทอดยาวเป็นพื้นที่กว้างและราบเรียบ ร้านประกอบการต่าง ๆ วางตัวอยู่ในรูปแบบเส้น (Linear Pattern) บนถนนสายหลักอินชาดง และมีร้านค้ากระจายหนาแน่นตลอดจนสองฝั่งถนน และขยายเข้าซอยขนาดเล็กซึ่งมีความกว้างโดยประมาณ 10 จนถึงขนาดใหญ่ซึ่งมีความกว้างโดยประมาณ 15 เมตร ที่มีมากกว่า 26 ซอย โดยแต่ละซอยมีลักษณะบิดเบี้ยวไปตามข้อจำกัดของลักษณะภูมิประเทศ กลุ่มของร้านประกอบการบน

ถนนอินชาดงที่มีจำนวนมากที่สุดคือร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม ถัดมาคือร้านจำหน่ายของที่ระลึก พืชภัณฑ์และห้องแสดงภาพ ตามลำดับ ทางด้านทิศเหนือติดต่อกับสถานีรถไฟใต้ดินสถานีอันกูก ทางทิศใต้ติดกับสถานีรถไฟใต้ดินจงกัก ซึ่งมีระยะทางจากปลายถนนถึงสถานีเป็นระยะโดยประมาณ 200 เมตร ในขณะที่ทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ตั้งของสถานีจโนสามกา และด้านทิศตะวันตกเป็นที่ตั้งของวัดโจกซา โดยร้านประกอบการบนอินชาดง มีจำนวนร้านทั้งหมดมากกว่า 600 ร้าน สามารถจัดกลุ่มได้ 10 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มของร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม 2) กลุ่มร้านจำหน่ายของที่ระลึก 3) กลุ่มพืชภัณฑ์ และห้องแสดงภาพ 4) กลุ่มร้านสินค้าแฟชั่นและสถาบันเสริมความงาม 5) กลุ่มสถานที่ราชการและสำนักงาน 6) กลุ่มร้านสะดวกซื้อ 7) กลุ่มร้านหาบเร่ แผงลอยริมถนน 8) กลุ่มสถานบันเทิง 9) กลุ่มอาคารที่พัก และ 10) กลุ่มอื่น ๆ ดังภาพที่ 2.18 โดยมีรูปแบบการกระจายตัวดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.18 พื้นที่ศึกษา บริเวณถนนอินชาดง

ที่มา : Google Earth (2557)



ภาพที่ 2.19 แสดงร้อยละของกลุ่มร้านประกอบการบนถนนอินซาดง



- |   |  |   |
|---|--|---|
| <span style="color: red;">■</span> ร้านอาหาร ของหวาน และเครื่องดื่ม       | <span style="color: magenta;">■</span> สถานที่ราชการ และสำนักงาน | <span style="color: green;">■</span> ร้านจำหน่ายของที่ระลึก   |
| <span style="color: cyan;">■</span> พิพิธภัณฑ์ และห้องแสดงภาพ             | <span style="color: darkblue;">■</span> อาคารที่พัก              | <span style="color: purple;">■</span> ร้านหาบเร่ แผงลอยริมถนน |
| <span style="color: lavender;">■</span> ร้านสินค้าแฟชั่น และสถาบันความงาม | <span style="color: blue;">■</span> ร้านสะดวกซื้อ                | <span style="color: yellow;">■</span> สถาบันบันเทิง           |
| <span style="color: gray;">■</span> อื่น ๆ                                |  |   |

ภาพที่ 2.20 รูปแบบการตั้งร้านประกอบการบนอินชาดง

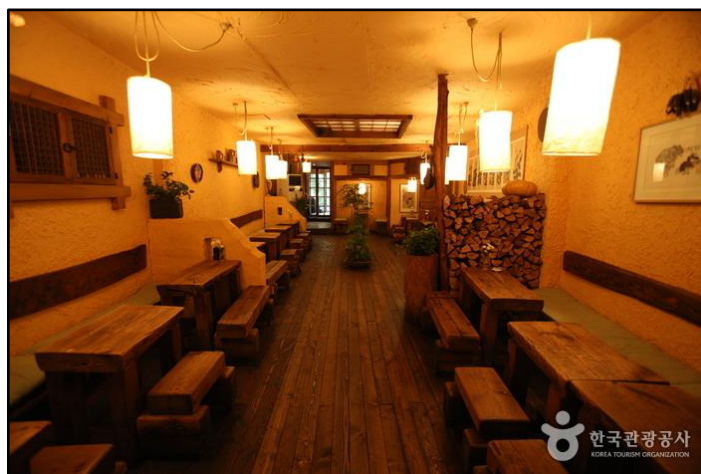
(1) ร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม พบว่ามีการตั้งร้านอาหารจำนวนมากกว่า 170 ร้าน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.25 ของร้านประกอบการทั้งหมดบนถนนอินชาดง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านอาหาร โดยร้านอาหารจะกระจายตัวอยู่ในซอยทางด้านทิศตะวันออกมากเป็นพิเศษ และกระจายตัวอยู่ตลอดแนวถนนตั้งแต่ต้นซอยถึงกลางซอย อาหารที่ขายส่วนใหญ่จะเป็นอาหารเกาหลีแบบดั้งเดิม เช่น ซุนคูบูจิกเก (ซูปเต้าหู้) ซัมเกทัง (ไก่คูน โสม) แนนมยอน (หมีเย็น) เป็นต้น และอาหารที่จำเป็นในร้านอาหารบนถนนอินชาดงมีราคาที่สูงกว่าอาหารชนิดเดียวกันที่จำหน่ายในย่านการค้าอื่น ๆ ร้านอาหารอินเดีย ร้านอาหารฮ่องกง ร้านอาหารจีน

ร้านขนมหวาน และเครื่องดื่มบนถนนอินชาดง โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะของร้านชาพื้นเมือง ดังภาพที่ 2.22 ซึ่งร้านชาพื้นเมืองหนึ่งในสิ่งที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังถนนอินชาดง โดยร้านชาพื้นเมือง จะกระจายตัวอยู่ทั่วทุกซอยของถนนอินชาดง ในขณะที่ร้านเครื่องดื่มอื่น ๆ หรือคาเฟ่จะตั้งอยู่บริเวณสองฝั่งถนน ซึ่งทำให้สามารถพบเห็นได้ง่าย และในส่วนของร้านขนมพื้นเมือง และร้านไอศกรีม จะหนาแน่นมากเป็นพิเศษในบริเวณกลางซอยของถนนอินชาดง



ภาพที่ 2.21 ร้านอาหารบนถนนอินซาดง



ภาพที่ 2.22 บรรยากาศภายในร้านชาพื้นเมืองบนถนนอินซาดง  
ที่มา : Korea Tourism Organization (2557)



ภาพที่ 2.23 ชาพื้นเมืองและขนมพื้นเมืองเกาหลี่

ที่มา : tyro (2556)

(2) ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นกลุ่มของร้านประกอบการที่มีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 ถัดจากกลุ่มร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม โดยคิดเป็นร้อยละ 18.33 ของร้านประกอบการทั้งหมด ประกอบด้วย ร้านจำหน่ายของที่ระลึกจำพวก หน้ากากอันดง ไปสการ์ด พวงกุญแจ พัดเกาหลี่ลวดลายต่าง ๆ ชุดถ้วยน้ำชา ตุ๊กตา ที่คั่นหนังสือ ช้อน และตะเกียบ สินค้าของนักร้องและนักแสดงเกาหลี่ ร้านรับทำตรายาง ดังภาพที่ 2.25 โดยร้านเหล่านี้ส่วนมากตั้งอยู่บริเวณริมถนนตลอดสองข้างของถนนเนื่องจากเป็นบริเวณที่คนเดินเท้าผ่านไปมาหนาแน่น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย ในขณะที่ร้านเครื่องปั้นดินเผา ร้านจำหน่ายชุดชั้นนบก ตลอดจนร้านอุปกรณ์สำหรับงานศิลปะ เช่น พู่กัน กระดาษเกาหลี่ กรอบรูป และร้านจำหน่ายผลงานศิลปะมีการกระจายตัวอยู่ทั่วทุกจุดของถนน และร้านขายเครื่องแกะสลักแบบพื้นเมือง ร้านศิลปะหัตถกรรมโบราณพบมากได้ในบริเวณชอยขนาดเล็กและหนาแน่นเป็นพิเศษบริเวณปลายสายของถนน ดังภาพที่ 2.26

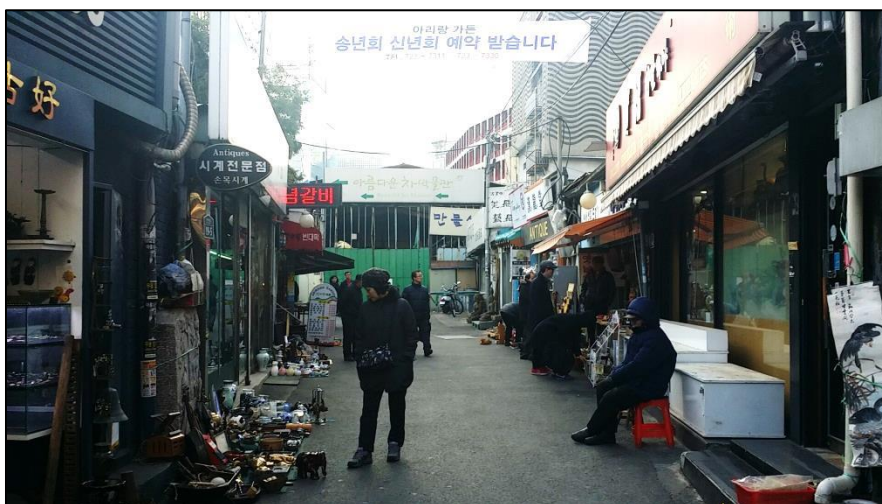




ภาพที่ 2.24 ร้านจำหน่ายของที่ระลึกบนถนนอินชาง



ภาพที่ 2.25 ร้านรับทำตรายาง



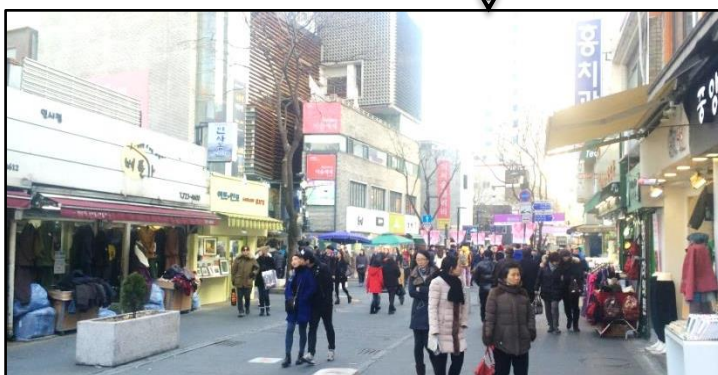
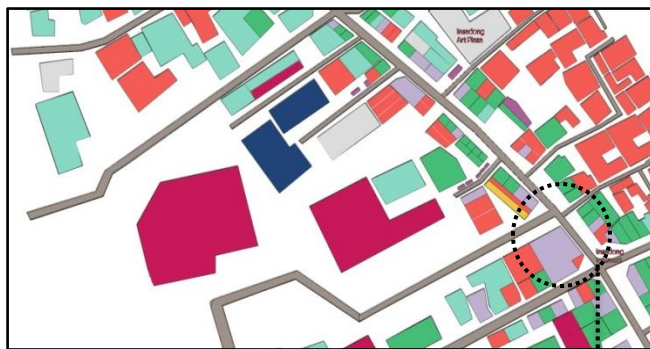
ภาพที่ 2.26 ร้านขายของเก่าในซอยขนาดเล็กบนถนนอินซาดง

(3) พิพิธภัณฑ์ และห้องแสดงภาพ เป็นกลุ่มของร้านประกอบการที่มีมากกว่า 70 แห่ง โดยคิดเป็นร้อยละ 15.35 ของร้านประกอบการทั้งหมด และผู้ประกอบการของร้านประกอบการเหล่านี้โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป พิพิธภัณฑ์และห้องแสดงภาพสามารถพบได้ทุกจุดบนถนนอินซาดงตั้งแต่ขนาดเล็กที่มีพื้นที่ครอบคลุมเพียงชั้นเดียวของอาคารพาณิชย์ ตลอดจนห้องแสดงภาพขนาดใหญ่ที่มีเนื้อที่มากและเป็นอาคาร 3 ชั้น ทั้งในส่วนของอาคารพาณิชย์ริมถนน และในซอยขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยอาคารบางแห่งเป็นอาคารที่ได้รับการปรับปรุงขึ้นมาใหม่เพื่อจัดแสดงงานนิทรรศการศิลปะโดยเฉพาะ และห้องแสดงภาพมากกว่าร้อยละ 60 เก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชม



ภาพที่ 2.27 ห้องแสดงภาพบริเวณอินซาดงซอย 4

(4) ร้านสินค้าแฟชั่น และสถาบันเสริมความงาม มีสัดส่วนทั้งหมดร้อยละ 11.51 ของร้านประกอบการทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้ ร้านสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย ร้านกระเป๋า ร้านเครื่องประดับ ร้านหมวก ร้านเครื่องแต่งกาย โดยร้านส่วนใหญ่เป็นร้านที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงจากร้านจำหน่ายภาพวาดในอดีตผู้การเป็นร้านเสื้อผ้าที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เป็นกลุ่มของร้านประกอบการที่สามารถพบได้ตลอดสองฝั่งถนน ในส่วนของสถาบันเสริมความงาม ประกอบด้วย ร้านตัดผม ร้านนวด ร้านเสริมสวย ห้องซาวน่า โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนชั้น 2 และ 3 ของอาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ และรวมถึงร้านเครื่องสำอาง ซึ่งโดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าถนนอินซาดงทางด้านทิศใต้ ร้านเครื่องสำอางบนถนนอินซาดงจะมีลักษณะเด่นกว่าในด้านอื่น ๆ คือ ป้ายชื่อร้านจะถูกเขียนทับศัพท์ด้วยภาษาเกาหลี แทนที่ของการเขียนเป็นภาษาอังกฤษ ดังภาพที่ 2.29

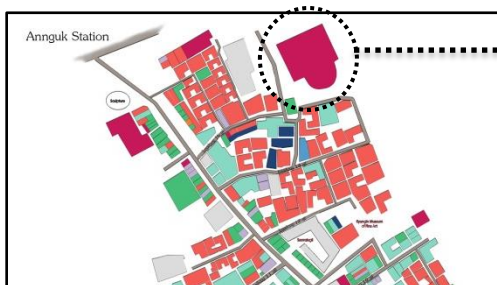


ภาพที่ 2.28 ร้านสินค้าแฟชั่นบริเวณสองฝั่งถนนอินซาดง



ภาพที่ 2.29 ร้านเครื่องสำอางค์บนถนนอินชาง

(5) สถานที่ราชการ และสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 5.11 ของร้านประกอบการ ทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้ สถานที่ราชการบนถนนอินชาง ได้แก่ สถานีตำรวจจงโน ซึ่งตั้งอยู่บริเวณ ทางเข้าถนนอินชางด้านทิศเหนือ ดังภาพที่ 2.30



ภาพที่ 2.30

ที่มา : kachil (2556)

สำนักงานของบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีสำนักงานอยู่ในอาคารขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ บริเวณท้ายซอยที่มีถนนเส้นที่สามารถเชื่อมกับถนนสายอื่น ๆ เช่น อาคารเพคซัง เป็นอาคารขนาดใหญ่ ที่มีสำนักงานของบริษัทต่าง ๆ มากมาย เช่น บริษัทท่องเที่ยว บริษัทจำหน่ายแอร์และอุปกรณ์ทำความเย็น บริษัทประกันภัย บริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ หรือที่เรียกว่า พุดงซัน ซึ่งเป็นบริษัทที่สามารถพบได้ทั่วทุกบริเวณของประเทศเกาหลีได้ เนื่องจากที่พักส่วนใหญ่ในเมืองหลวงของประเทศ

เกาหลีใต้ มีลักษณะเป็นอพาร์ทเมนต์ วิลล่า ทำให้คนเกาหลีต้องใช้บริการพุดงชั้นเมื่อต้องการหาที่อยู่หรือย้ายไปยังที่อยู่อื่น

(6) ร้านสะดวกซื้อ ปรากฏเพียงร้อยละ 1.7 ของร้านประกอบการทั้งหมดบนถนนอินชาง ประกอบด้วย เซเว่น อีเลฟเว่น วัดสัน โอลีฟยอง และรวมถึงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หรือร้านโชวห่วย โดยเน้นจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าที่จะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย และการจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่เหมือนกับวัดสัน หรือ โอลีฟยอง ซึ่งเป็นร้านสะดวกซื้อแบรนด์เกาหลี ที่มีสาขาทั่วประเทศ มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และมีสินค้าฟุ่มเฟือยวางจำหน่ายด้วย เช่น น้ำหอม เครื่องสำอางค์ โดยร้านสะดวกซื้อประเภทนี้ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าด้านทิศใต้ ซึ่งเป็นบริเวณที่เป็นจุดนัดพบของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว



ภาพที่ 2.31 ร้านสะดวกซื้อโอลีฟยอง สาขาอินชาง

ที่มา : Interpark (2557)

7) ร้านหาบเร่ แผงลอยริมถนน คิดเป็นร้อยละ 5.55 ของร้านประกอบการทั้งหมด สินค้าที่จำหน่าย ได้แก่ อาหารและขนมหวาน เช่น ไอศกรีมวาฟเฟิล ร้านปลาหมึกแห้ง ขนมโฮต็อก หรือขนมแป้งทอด หนึ่งในขนมพื้นเมืองของเกาหลี เครื่องประดับ ผ้าพันคอและถุงมือ โดยสินค้าจะเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ลูกอมโบราณเกาหลีที่อยู่ในลักษณะเป็นแพ็คสำหรับเป็นของฝาก ดังภาพที่ 2.32 ตลอดจนร้านวาดภาพเหมือน ดังภาพที่ 2.33 พบหนาแน่นมากในบริเวณปลายสายของถนนทั้งสองข้างถนน ในขณะที่ร้านแผงลอยที่จำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมโบราณจะหนาแน่นในบริเวณซอย

ที่ตั้งอยู่ปลายสายของถนน และร้านแผงลอยโดยส่วนใหญ่เป็นร้านที่เข้ามาตั้งจำหน่ายสินค้าเป็นประจำ และจะมีมากเป็นพิเศษในช่วงสุดสัปดาห์ เนื่องจากมีการปิดถนนตลอดสายตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 22.00 น.



ภาพที่ 2.32 ร้านจำหน่ายลูกอม โบราณเกาหลีบนถนนอินชาง



ภาพที่ 2.33 ร้านแผงลอยริมถนนทั้งสองฝั่งบนถนนอินชาง

8) สถานบันเทิง ทั้งหมดบนถนนอินชาง คิดเป็นเพียงร้อยละ 1.7 โดยสถานบันเทิง จะปรากฏอยู่ในรูปแบบของร้านอาหารกึ่งบาร์ ร้านเหล้าพื้นเมือง และห้องคาราโอเกะ ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ที่คนเกาหลีใช้เป็นที่สำหรับผ่อนคลายความเครียด และเป็นหนึ่งในกิจกรรมยามว่างที่คนเกาหลี ทำอยู่เสมอ โดยสถานบันเทิงเหล่านี้ตั้งอยู่ในซอยขนาดเล็กบริเวณช่วงกลางของถนนจนถึงปลายสายของถนน และเนื่องจากโดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในซอยขนาดเล็กจึงยากที่จะพบ และเมื่อเปรียบจำนวนของ

สถาบันเทียงบนถนนอินชางกับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ย่านสงแด ย่านอิแทวอนแล้ว  
สถาบันเทียงบนถนนอินชางนับได้ว่ามีจำนวนที่น้อย

9) อาคารที่พักบนถนนอินชาง สามารถจำแนกออกได้เป็น โรงแรม โมเทล และ  
เกสเฮ้าท์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.7 เท่านั้น โมเทลขนาดเล็กถึงขนาดกลางและเกสเฮ้าท์ โดยมีราคาเริ่มต้น  
ตั้งแต่ 20,000 วอน หรือประมาณ 600 บาท ซึ่งนับได้ว่าเป็นอัตราที่ถูกเมื่อเทียบกับย่านอื่น ๆ เนื่องจาก  
ถนนอินชาง เป็นถนนที่สามารถเดินเท้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้โดยง่าย เกสเฮ้าท์ และโมเทล  
เหล่านี้ จะพบได้มากในซอยขนาดเล็กทางด้านซ้ายของถนน ในขณะที่โรงแรมขนาดใหญ่ทั้งสองแห่งที่  
ตั้งอยู่บนถนนอินชางจะถูกตั้งอยู่ในซอยทางด้านขวา เช่น Hotel Sun Bee ดังภาพที่ 2.34 โรงแรมขนาด  
กลาง มีราคาเริ่มต้นที่ 60,000 วอน ต่อคืน หรือ 1,800 บาท ซึ่งเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่บนบริเวณที่มีถนนจ  
โนตัดผ่าน ทำให้การเชื่อมต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีความสะดวก เช่น คลองชองกเยซอน ถนน  
ซัมชองดงกิล วัดโซเกซา เป็นต้น



ภาพที่ 2.34 ห้องพักของ โรงแรม Sun Bee

ที่มา : Visitkorea (ม.ป.ป.)

10) กลุ่มอื่น ๆ เป็นกลุ่มของร้านประกอบการที่มีต่ำกว่า 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.8  
เช่น โรงเรียนกวดวิชาทางด้านศิลปะ ร้านคูดวง ร้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สตูดิโอถ่ายภาพ ร้าน  
ปริ้นเอกสาร คลินิกทันตกรรม ซึ่งร้านประกอบการเหล่านี้ โดยส่วนมากจะตั้งอยู่บนชั้น 2 และชั้น 3  
ของอาคารพาณิชย์ รวมถึงศูนย์การค้าแบบเปิดซึ่งเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในหมู่ของนักท่องเที่ยว คือ ซัมจิ

กิลด์ เป็นหนึ่งในจุดสำคัญของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นศูนย์รวมของสินค้าทำมือที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสินค้าในย่านอื่น ๆ โดยเฉพาะสินค้าหัตถกรรม รวมถึงมีร้านขนมตุงปั้ง หรือขนมสอดไส้ถั่วแดง ซึ่งเป็นขนมยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังถนนอินซาตงต้องลองชิม ดังภาพที่ 2.36



ภาพที่ 2.35 ศูนย์การค้าใจกลางถนนอินซาตง ชัมจิกิล



ภาพที่ 2.36 ขนมปั้งไส้ถั่วแดง ในศูนย์การค้าชัมจิกิล



## 2.2 การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง

การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการได้กำหนดดังนี้ รูปแบบทางที่ตั้ง ลักษณะร้านประกอบการ ลักษณะสินค้า กิจกรรมบนถนน ลักษณะผู้ประกอบการ ลักษณะนักท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก การเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่น และจุดด้อยหรือจุดที่ควรได้รับการปรับปรุง ซึ่งจากการลงสำรวจพื้นที่ ประกอบกับการแจกแบบสอบถาม จึงสามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.2.1 รูปแบบทางที่ตั้ง

ที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ส่วนใหญ่แบ่งพื้นที่ของร้านประกอบการกันชัดเจน กล่าวคือ ร้านประกอบการหนึ่งจะใช้พื้นที่ถึง 1 คูหา หรือใช้พื้นที่มากถึง 2-3 ชั้น ในขณะที่ร้านประกอบการบนถนนอินชาดงนั้น หลาย ๆ ร้านจะตั้งอยู่ในคูหาเดียวกัน เช่น ชั้น 1 คือร้านจำหน่ายของที่ระลึก ชั้น 2 ห้องแสดงภาพ ชั้น 3 สำนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้เนื่องด้วยประเทศสาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่มีพื้นที่น้อยกว่าประเทศไทย การจัดสรรพื้นที่จึงต้องทำอย่างกะทัดรัดที่สุด

### 2.2.2 ร้านประกอบการ

จุดที่เหมือนกันของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงคือ กลุ่มของร้านประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดบนถนนทั้ง 2 สาย คือกลุ่มร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม แต่สิ่งที่แตกต่างกันแตกต่างจากถนนนิมมานเหมินท์คือ ร้านประกอบการบนถนนอินชาดงยังคงรักษาและอนุรักษ์ร้านชาพื้นเมืองที่เปิดมาตั้งแต่ในอดีตไว้ได้อย่างดี ในขณะที่ร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์เน้นการตกแต่งร้านแบบสมัยใหม่ ในด้านของร้านหาบเร่ แผงลอยนั้น สินค้าที่จำหน่ายในร้านหาบเร่แผงลอยบนถนนนิมมานเหมินท์อยู่ในลักษณะของอาหาร แต่บนถนนอินชาดงมีทั้งร้านหาบเร่ แผงลอยที่จำหน่ายอาหาร ขนม และของที่ระลึก

### 2.2.3 ลักษณะสินค้า

ถนนนิมมานเหมินท์ เมื่อเปรียบเทียบกับถนนอินชาดง สินค้าที่จำหน่ายบนถนนนิมมานเหมินท์นับว่ามีให้เลือกน้อยกว่า เนื่องจากร้านประกอบการส่วนใหญ่บนถนนนิมมานเหมินท์อยู่ในลักษณะของร้านอาหาร มากกว่าร้านจำหน่ายของที่ระลึก และสินค้าที่จำหน่ายในร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สามารถหาได้จากย่านการค้าอื่น ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น พวงกุญแจ กระเป๋าผ้า ในขณะที่สินค้าที่จำหน่ายบนถนนอินชาดงมีความหลากหลาย และมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของเกาหลี เช่น หน้ากากอันดง ถ้วยชาม ตะเกียบเกาหลี อินชาดงจึงจัดได้ว่าเป็นแหล่งซื้อ

ของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ศูนย์กลางค้าชำมิจิลบนถนนอินชาดง ยังเป็นแหล่งรวมของงานฝีมือที่มีลักษณะพิเศษกว่างานฝีมือที่ขายในย่านอื่น ๆ เช่น ร้านขายภาพวาด ภาพเขียนต่างๆ รวมถึงของเก่าอย่างเครื่องปั้นดินเผา ผ้าพันคอ กระเป๋า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องไม้ เซรามิก และเทียนอโรมา

#### 2.2.4 รูปแบบกิจกรรมบนถนน

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่ได้รับความนิยมและจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี คือกิจกรรม นิมมานเหมินท์ อาร์ตแอนด์ดีไซน์ พรอเมอนาด (Nap Nite) ซึ่งจัดขึ้นทุกปีบริเวณนิมมานเหมินท์ซอย 1 กิจกรรมภายในงาน ประกอบด้วย การออกร้านจำหน่ายสินค้าของขวัญ ของตกแต่งบ้าน และของใช้ในบ้านจำนวน 60 ร้าน การแสดงดนตรีและการร่ายรำ เช่น แจ๊ส คลาสสิก และล้านนา ตลอดจนนิทรรศการแสดงผลงานศิลปะแขนงต่างๆ เป็นต้น จะเห็นได้ว่ากิจกรรมในช่วงต้นปี เป็นกิจกรรมที่เป็นการผสมผสานของวัฒนธรรมร่วมสมัย แต่กิจกรรมที่จัดบนถนนอินชาดงอย่างต่อเนื่องทุกปี เป็นกิจกรรมในเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชาติมากกว่ากิจกรรมที่จัดบนนิมมานเหมินท์ ซึ่งได้แก่ Insa Traditional Culture Festival เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตั้งแต่ปี 1987 โดยจะจัดขึ้นระหว่างเดือนเมษายน และพฤษภาคมของทุกปี ภายในงานผู้เข้ามาเดินยังถนนอินชาดงสามารถชมการแสดงดนตรีท้องถิ่น งานชมการสาธิตการทำกิมจิ ชาพื้นเมือง การแสดงละครหน้ากากเกาหลี ตลอดจนเทศกาลอาหารพื้นเมือง

#### 2.2.5 ลักษณะผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นลักษณะเช่นเดียวกับผู้ประกอบการบนถนนอินชาดง และนอกจากนี้พบว่า ผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะว่าจ้างพนักงานมาดูแลร้านและต้อนรับลูกค้าแทนตนเอง ซึ่งแตกต่างกับผู้ประกอบการในร้านผู้ประกอบการบนถนนอินชาดงที่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ดูแลร้านและบริการลูกค้าด้วยตนเอง นอกจากนี้พบว่า บริการในร้านผู้ประกอบการบนถนนอินชาดง โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เนื่องด้วยบริบททางสังคมของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ผู้ชายนิยมทำงานพิเศษในฐานะบริการในร้านอาหาร ร้านกาแฟ และผู้หญิงนิยมทำงานในร้านสะดวกซื้อหรือร้านเครื่องสำอางมากกว่า

### 2.2.6 ลักษณะนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวบนถนนนิมมานเหมินท์ส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากบนถนนนิมมานเหมินท์มีร้านค้าจำนวนมาก จึงกลายเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์และการทำงานของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนเชียงใหม่มากถึงร้อยละ 70 มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชม/ซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งในส่วนของนักท่องเที่ยวบนถนนอินชาดง พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และเป็นนักเรียน/นักศึกษาเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในถนนนิมมานเหมินท์ และส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชมมากกว่าเพื่อซื้อสินค้าและบริการ และนอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวในถนนนิมมานเหมินท์จะเยอะมากเป็นพิเศษตั้งแต่ช่วงเวลา 17.00 เป็นต้นไป เนื่องจากเป็นเวลาที่ร้านประกอบการส่วนใหญ่เปิดทำการ ซึ่งแตกต่างจากกรณีของนักท่องเที่ยวในถนนอินชาดง เพราะถนนอินชาดงจะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษเพียงในวันสุดสัปดาห์ เนื่องจากในวันสุดสัปดาห์ตลอดเส้นทางถนนอินชาดงจำกัดไม่ให้รถทุกประเภทผ่าน อีกทั้งมีร้านแผงลอยที่จำหน่ายสินค้าและขนมหวานมากกว่าในวันธรรมดา ตลอดจนมีกิจกรรมการแสดงโชว์อีกด้วย

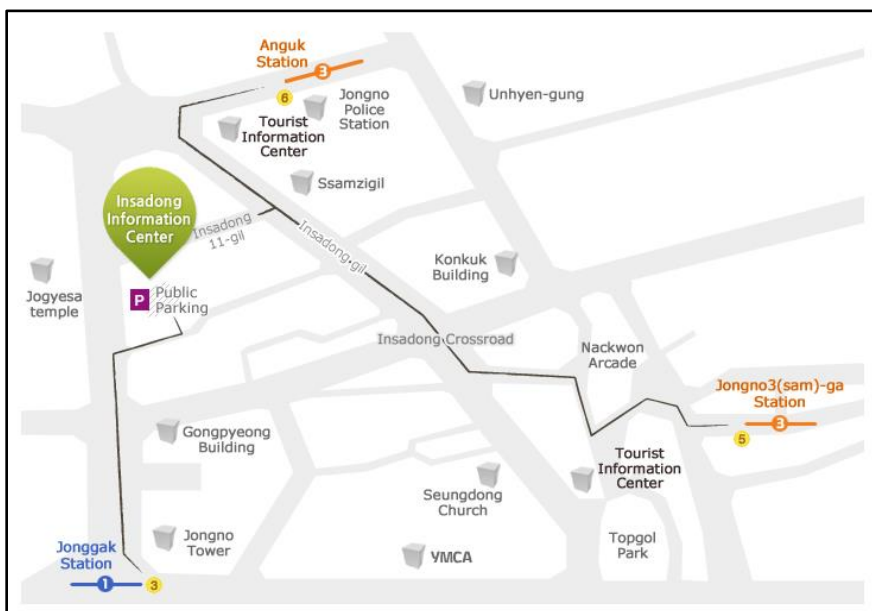
### 2.2.7 การเข้าถึง

จากการศึกษาและลงพื้นที่สำรวจพบว่า การเดินทางไปยังถนนนิมมานเหมินท์สามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี โดยรถยนต์ส่วนตัว และการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะรถแดงของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นรถโดยสารที่สามารถพบและโบกได้จากทั่วเมืองเชียงใหม่ มีค่าบริการเริ่มต้นที่ 20 บาท แต่ในกรณีของถนนอินชาดงนั้น เนื่องจากการเดินทางด้วยรถไฟใต้ดินถือเป็นวิธีการเดินทางที่สะดวกที่สุด ผู้คนที่เดินทางมายังถนนโดยส่วนใหญ่จึงเลือกเดินทางโดยรถไฟใต้ดิน

### 2.2.8 สิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาพบว่า บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ไม่มีห้องน้ำที่เป็นส่วนกลางที่ถูกตั้งขึ้นโดยรัฐบาลหรือองค์กรท้องถิ่น ดังนั้นนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการจึงเพียงสามารถใช้ห้องน้ำของร้านประกอบการที่เข้าไปใช้บริการได้เท่านั้น สำหรับที่จอดรถบนถนนนิมมานเหมินท์ไม่มีลานจอดรถสำหรับส่วนกลาง ผู้ที่นำรถยนต์ส่วนตัวมาจึงต้องจอดในบริเวณที่ร้านประกอบการที่เข้าใช้บริการจัดไว้ให้ หรือลานจอดรถซึ่งเป็นพื้นที่ที่ดำเนินงานโดยเอกชนจึงเรียกเก็บค่าบริการในอัตราที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ ยังคงไม่มีศูนย์ประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่ถนนอินชา

คง ไม่เพียงแต่มีห้องน้ำส่วนกลางเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยวที่ ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนมีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี และเปิด โอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลอง สวมใส่ชุดฮันบก ซึ่งเป็นชุดประจำชาติของเกาหลีอีกด้วย สามารถแบ่งออกเป็นสามจุดด้วยกัน คือ ศูนย์ ข้อมูลท่องเที่ยวอินซาดง ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวนมอินซา และศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวบุกอินซา ใน ส่วนของลานจอดรถ รถทัวร์นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวสามารถจอดได้ที่บริเวณ ซออินซามาด้ง ซึ่งตั้งอยู่บริเวณทางเข้าถนนด้านฝั่งทิศใต้



ภาพที่ 2.38 บริเวณที่ตั้งของศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว

ที่มา : hiinsa (ม.ป.ป.)

## 2.2.9 การเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษาและสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับถนนนิมมานเหมินท์ในระยะ 1 กิโลเมตร พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะของแหล่งซื้อสินค้า ได้แก่ ศูนย์การค้าเมญา ตลาดต้นพยอม มาลินพลาซ่า กาดรินคำ ซึ่งข้ามกับกรณีของถนนอินซาดง สถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับ ถนนอินซาดงนั้น จากการศึกษพบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากกว่าที่จะเป็นแหล่งซื้อ สินค้า ได้แก่ หมู่บ้านบุกชอนฮันอก พระราชวังของบุก และพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านแห่งชาติเกาหลี

### 2.2.10 จุดเด่นและจุดด้อยหรือจุดที่ได้รับการปรับปรุง

(1) จุดเด่น จากการศึกษาพบว่า จุดเด่นของถนนนิมมานเหมินท์คือ เป็นถนนที่มีร้านอาหารที่หลากหลาย ทั้งร้านอาหารไทยแท้ อาหารเหนือ ตลอดจนอาหารนานาชาติ แต่จุดเด่นของถนนอินซาดงอยู่ที่สินค้าที่มีความหลากหลาย อีกทั้งเป็นสินค้าที่หายาก และมีขายเฉพาะที่อินซาดงเท่านั้น เช่น เครื่องปั้นดินเผาโบราณ ซึ่งเป็นของเก่าแก่ตั้งแต่ในสมัยโซซอนของเกาหลี ตลอดจนการอนุรักษ์เอกลักษณ์ดั้งเดิมของเกาหลีไว้ เช่น ชื่อการเขียนป้ายชื่อร้านต่าง ๆ เป็นภาษาเกาหลีแทนที่ภาษาอังกฤษ เช่น ร้านกาแฟ STARBUCKS ร้านเครื่องสำอางต่าง ๆ นอกจากนี้ ถนนอินซาดงยังเป็นถนนที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในระยะเดินเท้าไปได้

(2) จุดด้อย จากการศึกษาพบว่า ทั้งถนนนิมมานเหมินท์เหมินท์และถนนอินซาดงมีจุดด้อยที่เหมือนกันคือ ในซอยแต่ละซอยของถนนนิมมานเหมินท์นั้น ค่อนข้างคับแคบ มีรถจอดริมถนนจำนวนมาก และมีรถสัญจรไปมาอย่างเสมอทำให้เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวที่สัญจรไปมาโดยการเดินเท้าได้ และในส่วนของถนนอินซาดงนั้น จะปิดถนนให้เป็นถนนคนเดินเฉพาะในวันศุกร์สัปดาห์ทำให้ในวันธรรมดาไม่มีรถส่งของ และรถยนต์ยังคงสัญจรไปมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก่อให้เกิดความไม่สะดวกต่อการเลือกชมสินค้าของนักท่องเที่ยว

## 2.3 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งสถานประกอบการ

จากการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินซาดง โดยการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ประกอบการบนถนนทั้ง 2 แห่ง แห่งละ 30 ชุด โดยข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลร้านประกอบการ ได้แก่ ประเภทของร้านประกอบการ ระยะเวลาการดำเนินกิจการ กลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการ และตอนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.3.1 ผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์

#### (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 22 คน คิดเป็น ร้อยละ 73.3 และเพศชายจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ดำเนินกิจการร้านกาแฟ ร้านอาหาร ซึ่งเป็นประเภทของกิจการที่ผู้หญิงนิยมทำมากกว่าผู้ชายดังตารางที่ 2.1

### ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผู้ประกอบการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
ชาย	8	26.7
หญิง	22	73.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เคยประกอบอาชีพอื่นมาก่อน และจึงตัดสินใจเปิดกิจการของตนเองในช่วงวัยดังกล่าว รองลงมาคือผู้ประกอบการที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และผู้ประกอบการที่มีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.2

### ตารางที่ 2.2 ข้อมูลผู้ประกอบการจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
21-25 ปี	2	6.7
26-30 ปี	8	26.7
30 ปีขึ้นไป	20	66.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ผู้ประกอบการจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90 ไม่ประกอบอาชีพอื่นร่วมกับการดำเนินกิจการ รองลงมาคือมีผู้ประกอบการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ขณะดำเนินกิจการจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และผู้ประกอบการ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ประกอบอาชีพอื่นขณะดำเนินกิจการด้วย คือ นักลงทุน ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ข้อมูลผู้ประกอบการจำแนกตามอาชีพที่ทำร่วมกับการดำเนินกิจการ

อาชีพที่ทำร่วมกับการดำเนิน กิจการ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	2	6.7
ไม่ประกอบอาชีพอื่นๆ	27	90.00
อื่นๆ	1	3.3
รวม	30	100.00

### (2) ข้อมูลร้านประกอบการ

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านกาแฟและขนมหวาน มีจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 23.3 โดยร้านกาแฟและขนมหวานส่วนใหญ่เป็นร้านที่ผู้ประกอบการจัดลิขสิทธิ์เป็นของตนเอง ทำให้ร้านกาแฟและขนมหวานบนถนนนิมมานเหมินท์มีจำนวนมากกว่าร้านประกอบการประเภทอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม แต่ละร้านต่างมีการตกแต่งร้านที่แตกต่างกันและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าไปเลือกใช้บริการ รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านอาหาร มีจำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งไม่เพียงแต่ร้านอาหารไทย หรือร้านอาหารต้นตำรับเมืองเหนือเท่านั้น แต่ยังรวมถึงร้านอาหารนานาชาติด้วย เช่น ร้านอาหารอิตาเลียน ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารเกาหลี เพราะมีชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชม และซื้อสินค้าและบริการในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านแผลงลอย มีจำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 16.7 โดยเป็นร้านแผลงลอยที่อยู่ในลักษณะของร้านอาหารผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านจำหน่ายของที่ระลึก มีจำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 สถานบันเทิงเสริมความงาม จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ซึ่งประกอบด้วย ร้านเสริมสวย ร้านทำเล็บ และสถานบันเทิง จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.7 เป็นสถานบันเทิงซึ่งอยู่ในลักษณะของร้านอาหารกึ่งผับกึ่งบาร์ ร้านเครื่องสำอางจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ และกิจการประเภทอื่น ๆ ได้แก่ โรงแรม ร้านขายยา ร้านเครื่องกาย คิดเป็นร้อยละ 10 ดังตารางที่ 2.4

#### ตารางที่ 2.4 ข้อมูลประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
ร้านอาหาร	6	20.00
ร้านกาแฟ ขนมหวาน	7	23.3
ร้านจำหน่ายของที่ระลึก	4	13.3
ร้านเครื่องสำอาง	1	3.3
ร้านเสริมความงาม	2	6.7
ร้านแพงลอย	5	16.7
สถานบันเทิง	2	6.7
อื่น ๆ	3	10.00
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน มีผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาแล้ว 3-6 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยผู้ประกอบการเหล่านี้โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาแล้ว 1-3 ปี มีจำนวน 10 คน ร้อยละ 33.3 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เห็นว่าพื้นที่บนถนนนิมมานเหมินท์เริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นจึงเข้ามาเปิดกิจการ ถัดมาคือผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 9 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.5

#### ตารางที่ 2.5 ข้อมูลระยะเวลาของการดำเนินกิจการ

ระยะเวลา	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	3	10.00
1-3 ปี	10	33.3
3-6 ปี	12	40.00
6-9 ปี	3	10.00
มากกว่า 9 ปี	2	6.7
รวม	30	100.00



จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของร้านประกอบการจำนวน 30 ร้าน ร้านประกอบการที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุทั้ง 16-30 ปีและมีอายุ 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 17 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือร้านประกอบการที่มีกลุ่มผู้บริโภคอายุ 16-30 ปี มีจำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ ร้านประกอบการที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 โดยส่วนใหญ่เป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึก ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
16-30 ปี	10	33.3
30 ปีขึ้นไป	3	10.00
16-30 ปี / 30 ปีขึ้นไป	17	56.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างของร้านประกอบการจำนวน 30 ร้าน โดยส่วนใหญ่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นผู้บริโภคภายในประเทศ โดยมีจำนวน 15 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือร้านประกอบการที่มีทั้งผู้บริโภคในประเทศ/ผู้บริโภคร่างประเทศ มีจำนวน 12 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยส่วนใหญ่เป็นร้านประกอบการที่เป็นร้านอาหาร และร้านประกอบการที่มีผู้บริโภคร่างประเทศ มีจำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังตารางที่ 2.7 ร้านประกอบการที่มีผู้บริโภคร่างประเทศส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึก และร้านเครื่องประดับงานฝีมือของคนในท้องถิ่น

ตารางที่ 2.7 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะของผู้บริโภค

ลักษณะของผู้บริโภค	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
ผู้บริโภคในประเทศ	15	50.00
ผู้บริโภคร่างประเทศ	3	10.00
ผู้บริโภคในประเทศ/ ผู้บริโภคร่างประเทศ	12	40.00
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน โดยส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือเป็นบริเวณที่ตั้งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 66.7 ปัจจัยรองลงมาที่ผู้ประกอบการตอบคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนียม คิดเป็นร้อยละ 56.7 ปัจจัยถัดมาคือ ใกล้กับย่านการค้าอื่น ๆ ได้แก่ ศูนย์การค้าเมญ่า กาดรินคำ และมาลินพลาซ่าคิดเป็นร้อยละ 53.3 มีความสะดวกในการเข้าถึง คิดเป็นร้อยละ 46.7 เนื่องจากบริเวณถนนนิมมานเหมินท์สามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยรถโดยสารสาธารณะหรือที่เรียกว่า รถแดง ซึ่งสัญจรผ่านทั้งถนนหลัก และในซอยต่าง ๆ ปัจจัยถัดมาคือ เป็นคนในท้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 10 มีพื้นที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ คิดเป็นร้อยละ 10 มีระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นครบครันและมีสภาพแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 6.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.8

**ตารางที่ 2.8 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกดำเนินกิจการบนถนนนิมมานเหมินท์**

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกดำเนินกิจการบนถนนนิมมานเหมินท์	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละของผู้ประกอบการ
เป็นบริเวณที่อยู่ใกล้กลุ่มลูกค้า	20	66.7
เป็นคนในท้องถิ่น	3	10.00
มีระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นครบครัน	2	6.7
ใกล้กับย่านการค้าอื่น ๆ	16	53.3
มีความสะดวกในการเข้าถึง	14	46.7
มีสภาพแวดล้อมที่ดี	2	6.7
เป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนียม	17	56.7
มีพื้นที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ	3	10.00
รวม	30	100.00

### (3) ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ มีผู้ประกอบการบางส่วนให้ข้อมูลเรื่องของปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปได้ดังนี้

### (3.1) ปัญหา

เนื่องจากพื้นที่ของร้านประกอบการบางแห่งพัฒนามาจากบ้านของชาวบ้านในย่าน ร้านประกอบการบางร้านจึงมีพื้นที่คับแคบ ซึ่งทำให้ไม่สามารถวางโต๊ะให้เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ อีกทั้งยังทำให้ร้านประกอบการบางแห่งไม่สามารถขยายพื้นที่เพื่อสร้างที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ นอกจากนี้ร้านประกอบการบางแห่งตั้งอยู่บริเวณท้ายซอยซึ่งเป็นบริเวณที่มีผู้คนสัญจรไปมาน้อย ทำให้มีรายได้ไม่มากเท่าที่ควร เพราะถึงแม้จะตั้งอยู่ในบริเวณท้ายซอยแต่ค่าเช่าที่มีราคาสูง

### (3.2) ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการเสนอแนะว่าอยากให้เทศบาลนครเชียงใหม่ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคทุก ๆ ด้านให้ดีขึ้น เนื่องจากบางครั้งน้ำปะปาหยุดไหลบ่อย ๆ

#### 2.3.2 ผู้ประกอบการบนถนนอินซาดง

##### (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเพศชายจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 ข้อมูลผู้ประกอบการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
ชาย	10	33.3
หญิง	20	66.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน มีผู้ประกอบการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไปมากที่สุด โดยมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการร้านสินค้าหัตถกรรม ที่โดยปกติกิจการประเภทนี้จะเป็นผู้ประกอบการที่มีอายุมาก รองลงมาคือผู้ประกอบการที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ดังตารางที่ 2.10

**ตารางที่ 2.10** ข้อมูลผู้ประกอบการจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
26-30 ปี	2	6.7
30 ปีขึ้นไป	28	93.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ผู้ประกอบการทั้งหมด 30 คน ต่างไม่ประกอบอาชีพอื่นขณะการดำเนินกิจการ ดังตารางที่ 2.11

**ตารางที่ 2.11** ข้อมูลผู้ประกอบการจำแนกตามอาชีพที่เข้าร่วมกับการดำเนินกิจการ

อาชีพที่เข้าร่วมกับการดำเนินกิจการ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
ไม่ประกอบอาชีพอื่น	30	100.00
รวม	30	100.00

**(2) ข้อมูลร้านประกอบการ**

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านสินค้าหัตถกรรม มีจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 สินค้าที่จำหน่าย เช่น ผ้าพันคอ พวงกุญแจ รองลงมาคือ ห้องแสดงภาพ จำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 ร้านพุทธานุอุปกรรมศิลป์ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ร้านขายของโบราณและร้านหาบเร่ แผงลอย จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 โดยร้านประกอบการประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นร้านประกอบการที่ดำเนินกิจการมากกว่า 6 ปี สินค้าที่จำหน่าย เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่องถ้วยชามโบราณ ร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ร้านชา ร้านกาแฟ ขนมหวาน และร้านชุดฮันบก จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และร้านประกอบการประเภทอื่น ๆ ได้แก่ ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ดังตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12 ข้อมูลประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
ร้านอาหาร	2	6.7
ร้านชา	1	3.3
ร้านกาแฟ ขนมหวาน	1	3.3
ร้านขายของโบราณ	3	10.00
ร้านของที่ระลึก	2	6.7
ร้านพู่กัน อุปกรณ์ศิลปะ	4	13.3
ร้านชุดอับนบก	1	3.3
ร้านสินค้าหัตถกรรม	6	20.00
ร้านแผงลอย	3	10.00
ห้องแสดงภาพ	5	16.7
อื่น ๆ	2	6.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน มีผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 9 ปี จำนวน 11 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 36.7 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านประกอบการประเภทจำหน่ายของโบราณ รองลงมาคือ 6-9 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 3-6 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ต่ำกว่า 1 ปี และ 1-3 ปี จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังตารางที่ 2.13 โดยผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาได้ต่ำกว่า 1 ปี และ 1-3 ปีนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เห็นว่าถนนอินชาดงถูกกำหนดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมากในแต่ละวัน จึงเลือกเข้ามาดำเนินกิจการบนถนนอินชาดง

ตารางที่ 2.13 ข้อมูลระยะเวลาของการดำเนินกิจการ

ระยะเวลา	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	3	10.00
1-3 ปี	3	10.00
3-6 ปี	6	20.00
6-9 ปี	7	23.3

ตารางที่ 2.13 ข้อมูลระยะเวลาของการดำเนินกิจการ (ต่อ)

ระยะเวลา	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
มากกว่า 9 ปี	11	36.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของร้านประกอบการ จำนวน 30 ร้าน ร้านประกอบการที่มีกลุ่มผู้บริโภครู้จักที่อยู่ในช่วงอายุทั้ง 16-30 ปีและมีอายุ 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 20 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือร้านประกอบการที่มีกลุ่มผู้บริโภครู้จักอายุ 16-30 ปี มีจำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ดังตารางที่ 2.14

ตารางที่ 2.14 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภครู้จักจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
16-30 ปี	10	33.3
16-30 ปี / 30 ปีขึ้นไป	20	66.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างของร้านประกอบการจำนวน 30 ร้าน โดยส่วนใหญ่มีกลุ่มผู้บริโภครู้จักเป็นผู้บริโภครู้จักภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีจำนวน 20 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 66.7 โดยส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากประเทศจีน และสหภาพยุโรป รองลงมาคือร้านประกอบการที่มีทั้งผู้บริโภครู้จักต่างประเทศ มีจำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 และร้านประกอบการที่มีผู้บริโภครู้จักในประเทศ มีจำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ดังตารางที่ 2.15

ตารางที่ 2.15 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภครู้จักจำแนกตามลักษณะของผู้บริโภค

ลักษณะของผู้บริโภค	จำนวนร้านประกอบการ	ร้อยละ
ผู้บริโภครู้จักในประเทศ	4	13.3
ผู้บริโภครู้จักต่างประเทศ	6	20.00
ผู้บริโภครู้จักในประเทศ/ ผู้บริโภครู้จักต่างประเทศ	20	66.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 30 คน โดยส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือเป็นบริเวณที่ตั้งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าและอยู่ใกล้กับย่านการค้าอื่น ๆ ได้แก่ ตลาดนัดของดง ถนนซั่มของดงกิล ตลาดนัมแควน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ปัจจัยรองลงมาที่ผู้ประกอบการตอบคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนิม คิดเป็นร้อยละ 43.3 ปัจจัยถัดมาคือ มีสภาพแวดล้อมที่ดี และเป็นคนที่อยู่ในถิ่นที่ดำเนินกิจการมาตั้งแต่สมัยบรรบุรุษ คิดเป็นร้อยละ 26.7 เนื่องจากอินซาดงเป็นถนนที่เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนของเก่าตั้งแต่ในสมัยอดีต ปัจจัยรองลงมาคือ มีความสะดวกในการเข้าถึง คิดเป็นร้อยละ 10 เนื่องจากบริเวณถนนอินซาดง ตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟใต้ดินถึง 3 สาย ทำให้สามารถเดินทางเข้ามาได้จากหลายฝั่ง และปัจจัยที่ผู้ประกอบการเลือกตอบน้อยที่สุดคือ ใกล้สินค้าที่นำมาขาย และมีพื้นที่ที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.16

**ตารางที่ 2.16** ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการบนถนนอินซาดง

ปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละของผู้ประกอบการ
บริเวณที่ตั้งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้า	16	53.3
เป็นคนในท้องถิ่น	8	26.7
ใกล้กับย่านการค้าอื่น ๆ	16	53.3
มีความสะดวกในการเข้าถึง	3	10.00
ใกล้แหล่งสินค้าที่นำมาขาย	1	3.3
มีสภาพแวดล้อมที่ดี	8	26.7
เป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนิม	13	43.3
มีพื้นที่ที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ	1	3.3
รวม	30	100.00

### (3) ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ มีผู้ประกอบการบางส่วนให้ข้อมูลเรื่องของปัญหาที่พบและข้อเสนอ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

#### (3.1) ปัญหา

เนื่องจากถนนอินซาดงได้ถูกกำหนดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของกรุงโซล

ทำให้ค่าเช่ามีราคาที่สูงขึ้นมากกว่าในอดีต และถึงแม้จะมีราคาเช่าที่สูงขึ้น แต่มีผู้สัญจรและเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ทำให้เกิดร้านค้าขึ้นมากมายอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดความหนาแน่นและเกินความต้องการ ทำให้อัตราการแข่งขันในการประกอบการสูงขึ้น นอกจากนี้ ในปัจจุบัน ธุรกิจแฟรนไชส์เข้ามาเปิดกิจการบนถนนอินชางมากขึ้น ทำให้ลักษณะความเป็นอินชางที่เป็นสถานที่ที่ซึ่งสามารถเรียนรู้ถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเกาหลีหายไป

### (3.2) ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการให้ข้อเสนอว่าอยากให้ร้านค้าที่เปิดบนถนนอินชาง มีเฉพาะร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ที่พิเศษที่สามารถพบเจอได้แค่ในที่ถนนอินชางเพียงแห่งเดียว และอยากให้มีการร่วมมือกันของหน่วยงานที่รับผิดชอบถนนอินชางและรัฐบาลเพื่อรักษาอินชางให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งเสนอให้เพิ่มห้องน้ำเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย

### 2.4 การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาง

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวบนถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาง โดยใช้แบบสอบถามจำนวนถนนละ 30 ชุด ข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อร้านประกอบการ สินค้าและบริการ ผู้ขาย สินค้าและผู้ให้บริการ และตอนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 2.4.1 นักท่องเที่ยวบนถนนนิมมานเหมินท์

##### (1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง โดยมีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และเป็นชายจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ดังตารางที่ 2.17

ตารางที่ 2.17 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ชาย	5	16.7
หญิง	25	83.3
รวม	30	100.00



จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-30 ปี คิดเป็น 23.3 และ อายุ 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10 ดังตารางที่ 2.18

**ตารางที่ 2.18** ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
16-20 ปี	7	23.3
21-25 ปี	20	66.7
26-30 ปี	3	10.00
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 8 คน ร้อยละ 26.7 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000-40,000 บาท จำนวน 1 คน ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.19

**ตารางที่ 2.19** ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	21	70.00
10,000-20,000 บาท	8	26.7
30,000-40,000 บาท	1	3.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 24 คน เนื่องจากถนนนิมมานเหมินท์เป็นถนนที่มีร้านอาหาร และร้านค้าที่มีเอกลักษณ์จำนวนมาก ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาที่เข้ามาใช้บริการเพื่อพบปะกับเพื่อน ๆ หรือใช้เป็นพื้นที่สำหรับการทำงาน รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน ร้อยละ 6.7 และรับจ้างทั่วไป จำนวน 1 คน ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.20

ตารางที่ 2.20 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	24	80.00
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2	6.7
พนักงานบริษัทเอกชน	3	10.00
รับจ้างทั่วไป	1	3.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นคนเชียงใหม่ มีจำนวน 12 คน และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงราย จำนวน 3 คน ร้อยละ 9.4 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากเมืองเชียงใหม่ จำนวน 2 คน ร้อยละ 6.3 และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดตราด ระยอง สงขลา มีจำนวนที่เท่ากัน คือมีร้อยละ 3.1 ดังตารางที่ 2.21

ตารางที่ 2.21 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	12	37.5
ตราด	1	3.1
ระยอง	1	3.1
เชียงราย	3	9.4
เชียงใหม่	12	37.5
สงขลา	1	3.1
เชียงใหม่	2	6.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวจำนวน 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 70 มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชม/ซื้อสินค้าและบริการ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชม และเพื่อซื้อสินค้าและบริการ มีจำนวนเท่ากัน คือ 4 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.3 ดังตารางที่ 2.22

ตารางที่ 2.22 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจุดประสงค์ของเดินทางมายังถนนนิมมานเหมินท์

จุดประสงค์	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
เพื่อเที่ยวชม	4	13.3
เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	4	13.3
เพื่อเที่ยวชม/ ซื้อสินค้าและ	21	70.00
บริการ	1	3.3
อื่น ๆ		
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก และมากกว่า 7 ครั้งมีจำนวนเท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมา 1-3 ครั้ง ร้อยละ 26.7 และนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมา 4-6 ครั้ง ร้อยละ 6.7 ดังตารางที่ 2.23

ตารางที่ 2.23 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำนวนตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังถนนนิมมานเหมินท์

จำนวนครั้ง	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ครั้งแรก	10	33.3
1-3 ครั้ง	8	26.7
4-6 ครั้ง	2	6.7
มากกว่า 7 ครั้ง	10	33.3
รวม	30	100.00

## (2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในเรื่องของที่ตั้งร้าน ประกอบการ สินค้าและบริการ ผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

(2.1) ด้านที่ตั้งของร้านประกอบการ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่พึงพอใจถนน เพราะทุกซอยเชื่อมถึงกันได้ทำให้สะดวกต่อการเดินหาร้านเพื่อรับประทานหรือเข้าใช้บริการ มีร้านอาหาร และร้านกาแฟให้เลือกใช้บริการเยอะ และมีลักษณะที่โดดเด่น อีกทั้งยังเป็นถนนที่เข้าถึงได้ง่าย ถึงแม้จะไม่ใช่คนท้องถิ่น เพราะมีรถสองแถวสัญจรเข้าออกในซอยต่าง ๆ อยู่เสมอ ตลอดจนการ

แบ่งโซนของร้านค้าก็มีความเป็นระเบียบถือว่าอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก แต่ถนนบางถนนในบางซอยแคบ ทำให้ไม่สะดวกเมื่อมีรถสัญจรไปมา

(2.2) ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าราคาของร้านอาหารหลาย ๆ ร้าน มีราคาที่แพงมากเกินไป เนื่องจากเป็นถนนที่มีชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการเยอะ และสินค้าที่จำหน่ายบนถนนมีความน่าสนใจ สวยงาม มีเอกลักษณ์ตามแบบฉบับท้องถิ่นเมืองเชียงใหม่ เหมาะแก่การเป็นของที่ระลึก มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของ แต่ไม่มีความหลากหลายของสินค้า

(2.3) ด้านผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการมีการบริการที่มีมาตรฐานที่ดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ และเป็นกันเองกับลูกค้า แต่นักท่องเที่ยวบางคนให้ความเห็นว่าได้รับการบริการที่แตกต่างกันระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ

### (3) ปัญหาและข้อเสนอแนะจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ข้อมูลเรื่องของปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

#### (3.1) ปัญหา

เนื่องจากเป็นถนนที่เป็นที่พักรถมาก่อน เมื่อมีการเข้ามาของร้านประกอบการ ในขณะที่เดียวกันถนนถนนในบางซอยค่อนข้างแคบ จึงมีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ การจราจรในช่วงเย็นติดขัดเป็นพิเศษ เพราะรถจอดขวางถนนอีกทั้งมีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก และหาร้านที่อยู่ในซอยลึกได้ยาก เพราะไม่มีป้ายบอกที่ชัดเจน

#### (3.2) ข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เสนอให้มีการจัดสรรพื้นที่ เพื่อทำเป็นที่จอดรถเพื่อตอบรับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการบนถนนนิมมานเหมินท์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเสนอให้มีการปรับปรุงป้ายหน้าซอยของแต่ละซอยให้ชัดเจน และอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งจุดแจกแผนที่สำหรับถนน

### 2.4.2 นักท่องเที่ยวบนถนนอินชาดง

#### (1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 และเพศชายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 ดังตารางที่ 2.24

ตารางที่ 2.24 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ชาย	11	36.7
หญิง	19	63.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี ร้อยละ 40 รองลงมาคือ 21-25 ปี ร้อยละ 36.7 และ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 23.3 ดังตารางที่ 2.25

ตารางที่ 2.25 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
21-25 ปี	11	36.7
26-30 ปี	12	40.00
30 ปีขึ้นไป	7	23.3
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 45,000 บาท โดยมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 45,000-60,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 60,000-75,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 105,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 90,000-105,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.26

ตารางที่ 2.26 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ต่ำกว่า 45,000 บาท	16	53.5
45,000-60,000 บาท	8	26.7
60,000-75,000 บาท	3	10.00
90,000-105,000 บาท	1	3.3
มากกว่า 105,000 บาท	2	6.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 46.7 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 14 คน เนื่องจากถนนอินซาตงตั้งอยู่ใกล้กับย่านการค้าอื่น ๆ เช่น ตลาดนัดมยองดง และถนนซัมซองดอง ทำให้กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษาที่ตั้งใจเดินทางไปยังย่านการค้าอื่น ๆ แวะเวียนเข้ามาเที่ยวชมบนถนนอินซาตงด้วย รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และอื่นๆ ได้แก่ เกสเซอร์ เจ้าของกิจการ และเป็นผู้ว่างงาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.27

ตารางที่ 2.27 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	14	46.7
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4	13.3
พนักงานบริษัทเอกชน	3	10.00
รับจ้างทั่วไป	6	20.00
อื่น ๆ	3	10.00
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในกรุงโซล มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาใน รัฐ

แคลิฟอร์เนีย ร้อยละ 10 กรุงเทพฯ ร้อยละ 6.7 ปักกิ่ง ร้อยละ 6.7 ไทเป ร้อยละ 3 และสิงคโปร์ ร้อยละ 3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.28 สาเหตุที่มีนักท่องเที่ยวหลากหลายชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในถนนอินซาดงกันนั้นคือ ถนนอินซาดงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งแสดงออกถึงความเป็นเกาหลีมากกว่าถนนสายอื่นๆ มีสินค้าหัตถกรรมซึ่งสามารถซื้อเป็นของฝากได้ และยังเป็นสินค้าที่แตกต่างจากย่านการค้าอื่น ๆ

ตารางที่ 2.28 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
กรุงโซล	21	70.00
กรุงเทพฯ	2	6.7
แคลิฟอร์เนีย	3	10.00
ปักกิ่ง	2	6.7
ไทเป	1	3.3
สิงคโปร์	1	3.3
รวม	30	100.0

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน มีนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชม และนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อทั้งเที่ยวชม และซื้อสินค้าและบริการ มีอัตราส่วนที่เท่ากันคือ จำนวน 14 โดยคิดเป็นร้อยละ 46.7 และนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพียงเพื่อซื้อสินค้าและบริการ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ดังตารางที่ 2.29

ตารางที่ 2.29 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจุดประสงค์ของเดินทางมายังถนนอินซาดง

จุดประสงค์	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
เพื่อเที่ยวชม	14	46.7
เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	2	6.7
เพื่อเที่ยวชม/ ซื้อสินค้าและบริการ	14	46.7
รวม	30	100.00

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังถนนอินชาดมากกว่า 7 ครั้ง โดยมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงโซล รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเป็นครั้งแรก และ เดินทางมา 1-3 ครั้ง มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมา 4-6 ครั้ง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ดังตารางที่ 2.30

**ตารางที่ 2.30** ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำนวนตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังถนนอินชาด

จำนวนครั้ง	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ครั้งแรก	7	23.3
1-3 ครั้ง	7	23.3
4-6 ครั้ง	5	16.7
มากกว่า 7 ครั้ง	11	36.7
รวม	30	100.00

## (2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนอินชาด

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในเรื่องของที่ตั้งร้าน ประกอบการ สินค้าและบริการ ผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

### (2.1) ด้านที่ตั้งของร้านประกอบการ ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ

และร้านอาหารบริเวณถนนอินชาด มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกับย่านอื่น ๆ กล่าวคือ ลักษณะโครงสร้างของร้านอาหารส่วนใหญ่ เป็นร้านที่ดัดแปลงมาจากบ้านเกาหลีโบราณ หลังคาจึงมีลักษณะเป็นไม้และมีการตกแต่งตามแบบบ้านของเกาหลีในสมัยโบราณ และมีสินค้าที่หาซื้อได้ไม่ได้ในย่านอื่น ๆ จึงเหมาะสำหรับการซื้อของฝาก ทำให้รู้สึกได้ ตึก ต่างๆ เป็นบ้านกระเบื้องตามแบบเกาหลีพื้นเมือง และยังคงรักษาไว้ซึ่งรูปแบบที่เหมือนเดิม จึงเป็นถนนที่เหมาะสมแก่การเดินชม อีกทั้งยังสามารถพบเจอกับวัฒนธรรมที่เป็นพื้นเมืองของเกาหลีได้ง่าย และหลากหลาย ดังเช่น การแสดงระบำหน้ากากในวันสุดท้าย อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยการเดินจากสถานีรถไฟใต้ดิน และยังคงอยู่ติดกับถนนสายหลัก ซึ่งทำให้สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงได้ง่าย

### (2.2) ด้านสินค้าและบริการ สินค้าภายในศูนย์การค้าซัมจิกล มีความ



หลากหลาย แต่สินค้าที่ขายในร้านขายของที่ระลึกของสองฝั่งถนน ทุกๆร้าน ขายของประเภทเดียวกัน มาก และมีราคาแพง แต่สินค้าบางอย่างเป็นสินค้าที่หาได้ยากในย่านอื่น ๆ เช่น เครื่องถ้วยชาม เครื่องปั้นดินเผา งานศิลปะ จึงนับว่าสมเหตุสมผล อาหารอร่อย แต่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับย่านอื่น ๆ และยังมีขนมที่เป็นของพื้นเมืองของเกาหลีที่หลากหลายให้ได้เลือกชิม

(2.3) ด้านผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการ มีบริการที่ดี ใส่ใจลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานบางร้านพยายามใช้ภาษาท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจในการซื้อของ แต่บางร้านที่แม้พนักงานจะไม่สามารถใช้ภาษาที่สามได้ แต่ก็ยังคงพยายามอย่างมากเพื่อบริการและสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอยู่เสมอ

### (3) ปัญหาและข้อเสนอแนะจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ข้อมูลเรื่องของปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

#### (3.1) ปัญหา

นักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาว่า ถนนค่อนข้างคับแคบแคบเมื่อเทียบกับ

ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการในแต่ละวัน และเนื่องจากมีร้านค้าริมทางเยอะ ทำให้รู้สึกว่าการสัญจรไปมาไม่สะดวก อีกทั้งในวันธรรมดาเนื่องจากสามารถให้รถผ่านได้ จึงรู้สึกไม่สะดวก และต้องคอยระวังอยู่เสมอ นอกจากนี้ ห้องน้ำยังคงมีไม่เพียงพอต่อความต้องการก็เป็นปัญหาอย่างหนึ่งเช่นกัน

#### (3.2) ข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวเสนอว่า ต้องการให้มีป้ายบอกทาง หรือข้อมูลของถนนที่ชัดเจนมากกว่านี้ เพราะร้านอาหารที่อาหารอร่อย หรือมีชื่อเสียง โดยส่วนใหญ่อยู่ในซอยขนาดเล็กที่หายาก เพราะไม่มีป้ายที่ชัดเจน และอยากให้ราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกันกับย่านอื่น ๆ รวมถึงเพิ่มจุดบริการห้องน้ำด้วย

### 3. สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง สามารถสรุปได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง 2) การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบน

ถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง 3) การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านปัจจัยการตั้งร้านประกอบการ และ 4) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 3.1 การสำรวจและศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบบนถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

#### 3.1.1 การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์

จากการศึกษาและเดินทางไปสำรวจพื้นที่ที่ศึกษา พบว่า ถนนนิมมานเหมินท์มีระยะทางประมาณ 650 เมตร มีซอยย่อยทั้งหมด 17 ซอย ถนนมีลักษณะทอดตัวยาว และรูปแบบการตั้งร้านประกอบการเป็นแบบตารางกริด (Grid Pattern) ร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์มีจำนวนมากกว่า 390 ร้าน ซึ่งกลุ่มของร้านประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม โดยร้านอาหารมีทั้งร้านอาหารไทย และร้านอาหารนานาชาติจำนวนมาก เนื่องจากเป็นถนนที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยร้านอาหารส่วนใหญ่จะกระจายตัวอยู่ตลอดสองฝั่งของถนนหลักนิมมานเหมินท์ และนอกจากนี้ ร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ยังเป็นร้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์ในการตกแต่งร้านที่แตกต่างจากร้านกาแฟในย่านอื่น ๆ อีกด้วย

#### 3.1.2 การศึกษารูปแบบทางที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนอินชาดง

จากการศึกษาและเดินทางไปสำรวจพื้นที่ที่ศึกษา พบว่า ถนนอินชาดงมีระยะทางประมาณ 500 เมตร และถนนสายหลักอินชาดงมีความกว้าง โดยประมาณ 55 เมตร มีซอยย่อยมากกว่า 20 ซอย ถนนมีลักษณะทอดยาว เป็นพื้นที่กว้างและราบเรียบ ร้านประกอบการต่าง ๆ วางตัวอยู่ในรูปแบบการขยายตัวในแนวยาว (Linear Pattern) ร้านประกอบการบนถนนอินชาดงมีจำนวนร้านทั้งหมดมากกว่า 600 ร้าน กลุ่มของร้านประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดคือร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม โดยร้านประกอบการกลุ่มนี้โดยส่วนมากจะกระจายตัวอยู่ในซอยต่าง ๆ ของถนนอินชาดง ในขณะที่กลุ่มร้านจำหน่ายของที่ระลึกบนถนนอินชาดง ซึ่งเป็นกลุ่มของร้านประกอบการที่มีมากเป็นอันดับที่ 2 ถัดจากกลุ่มร้านอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม จะกระจายตัวอยู่บริเวณตลอดแนวทั้งสองฝั่งของถนนหลักอินชาดง เนื่องจากเป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้ง่ายและสัญจรไปมาอย่างสม่ำเสมอ

### 3.2 การเปรียบเทียบลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง

จากการศึกษา และสำรวจ ร่วมกับการวิเคราะห์แบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะการประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์ และถนนอินชาดง สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดงแตกต่างกันทั้งในเรื่องของรูปแบบทางที่ตั้ง ร้านประกอบการ ลักษณะสินค้า ลักษณะผู้ประกอบการ การเข้าถึง รูปแบบกิจกรรมบนถนน สิ่งอำนวยความสะดวก การเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว และจุดเด่น และมีจุดที่เหมือนกันคือ มีลักษณะนักท่องเที่ยว และจุดคล้ายในลักษณะเดียวกัน

ที่ตั้งของร้านประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์หนึ่งร้านใช้พื้นที่มากกว่าร้านประกอบการบนถนนอินชาดง แต่สินค้าที่จำหน่ายบนถนนนิมมานเหมินท์ไม่มีความหลากหลาย เนื่องจากจุดเด่นของถนนนิมมานเหมินท์คือร้านอาหาร ร้านประกอบการส่วนใหญ่เน้นการตกแต่งร้านที่มีความหลากหลาย และผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะว่าจ้างพนักงานเพื่อดูแลร้านและต้อนรับลูกค้า ในขณะที่สินค้าบนถนนอินชาดงมีความหลากหลายและสินค้าบางชนิดสามารถหาซื้อได้ในร้านประกอบการบนถนนอินชาดงเท่านั้น ร้านประกอบการส่วนใหญ่ยังคงรักษาบรรยากาศของร้านให้มีเอกลักษณ์ของเกาหลีไว้ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดูแลร้านและต้อนรับลูกค้าด้วยตนเอง

ในด้านของรูปแบบกิจกรรมบนถนนนิมมานเหมินท์ พบว่าเป็นกิจกรรมในเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย คือผสมผสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมสมัยเก่าและสมัยใหม่เข้ารวมไว้ด้วยกัน ในขณะที่กิจกรรมบนถนนอินชาดงเป็นรูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ในด้านการเข้าถึงพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังถนนนิมมานเหมินท์จะเดินทางโดยรถยนต์และรถโดยสารสาธารณะของจังหวัด แต่กรณีของถนนอินชาดงนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน นอกจากนี้ถนนนิมมานเหมินท์ยังคงไม่มีห้องน้ำส่วนกลางและศูนย์ประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยวเหมือนกับถนนอินชาดง

ในด้านการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ถนนนิมมานเหมินท์มีการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในลักษณะของแหล่งช้อปปิ้งแต่กรณีของถนนอินชาดงนั้น สถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และในส่วนของข้อดีของทั้งสองถนนพบว่า ถนนนิมมานเหมินท์มีจุดเด่นในเรื่องของร้านอาหารที่หลากหลาย แต่ถนนอินชาดงมีจุดเด่นในเรื่องของสินค้าที่มีความหลากหลายและหาซื้อได้ยากในย่านอื่น ๆ

ในจุดที่เหมือนกันคือ กลุ่มร้านประกอบการที่มีมากที่สุดของถนนอินชาดงและถนนนิมมานเหมินท์คือ กลุ่มร้านอาหาร ของหวาน และเครื่องดื่ม และนักท่องเที่ยวที่เดินเข้าไปเที่ยวชมและซื้อสินค้าบริการของถนนทั้งสองแห่ง ต่างเป็นนักเรียน/นักศึกษา และพบว่า ทั้งสองถนนมีจุดด้อยในลักษณะเดียวกันคือ ขอยมีพื้นที่จำกัด ทำให้เมื่อมีรถสัญจรไปมา ทำให้เกิดความไม่สะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชม ซื้อสินค้าและบริการ

### 3.3 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการตั้งสถานประกอบการ

#### 3.3.1 ผู้ประกอบการบนถนนนิมมานเหมินท์

กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย มีอายุ 30 ปีขึ้นไป และไม่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ร่วมกับการดำเนินกิจการ โดยมีผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านกาแฟและขนมหวานจำนวนมากที่สุด ซึ่งร้านประกอบการโดยส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาแล้ว 3-6 ปี มีกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุทั้ง 16-30 ปีและมีอายุ 30 ปีขึ้นไป เป็นผู้บริโภครายในประเทศ ปัจจุบันที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือเป็นบริเวณที่ตั้งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ สิ่งที่เป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการคือ พื้นที่ของร้านประกอบการมีพื้นที่ที่จำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการ และมีข้อเสนอแนะว่า ต้องการให้เทศบาลนครเชียงใหม่ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคทุกด้าน ๆ ให้ดีขึ้น เนื่องจากไฟดับ และบางครั้งน้ำปะปาหยุดไหลบ่อย ๆ

#### 3.3.2 ผู้ประกอบการบนถนนอินชาดง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 30 ปีขึ้นไป และไม่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ร่วมกับการดำเนินกิจการ โดยมีผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการร้านสินค้าหัตถกรรมจำนวนมากที่สุด ร้านประกอบการโดยส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมามากกว่า 9 ปี และมีกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุทั้ง 16-30 ปีและมีอายุ 30 ปีขึ้นไป เป็นผู้บริโภครายในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันที่มีผลต่อการตั้งร้านประกอบการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือเป็นบริเวณที่ตั้งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้า และย่านการค้าอื่น ๆ ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบคือ ค่าเช่าที่มีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจเฟรนไชส์ที่เข้ามาเปิดมีจำนวนมากเกินไป ทำให้เอกลักษณ์ของถนนอินชาดงถูกกลืนหายไป และได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันในการรักษาสภาพพื้นที่ของอินชาดงในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของเกาหลีให้คงอยู่ และเสนอให้มีการสร้างห้องน้ำเพิ่มเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

### 3.4 การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนนิมมานเหมินท์และถนนอินชาดง

#### 3.4.1 นักท่องเที่ยวบนถนนนิมมานเหมินท์

กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี เป็นนักเรียน /นักศึกษา ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชม/ซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อถนนนิมมานเหมินท์ เพราะเข้าถึงได้ง่าย และชอยต่าง ๆ มีถนนที่สามารถเดินเชื่อมถึงกันได้สะดวก แต่อย่างไรก็ตามบางชอยมีรถจอดข้างทางมาก และชอยแคบ ทำให้การเดินทางทำอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ นอกจากนี้ให้ความเห็นว่าร้านอาหารมีหลากหลายประเภทให้เลือกเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟมีลักษณะโดดเด่น และเห็นพ้องกันว่าผู้ชายและผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวได้ระบุถึงปัญหาบนถนนนิมมานเหมินท์ว่า หากที่จอดรถยาก จึงได้เสนอแนะให้มีการจัดสรรพื้นที่เพื่อสร้างเป็นที่จอดรถ และให้มีการปรับปรุงป้ายหน้าชอยให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

#### 3.4.2 นักท่องเที่ยวบนถนนอินชาดง

กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา ที่มีรายได้ต่ำกว่า 45,000 บาท โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงโซล มีจุดประสงค์เพื่อเที่ยวชม/ซื้อสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าถนนอินชาดงมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกับย่านอื่น ๆ และยังเป็นถนนที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งถึงแม้สินค้าจะมีราคาแพงกว่าสินค้าในย่านอื่น แต่เป็นสินค้าที่หายากทำให้เลือกซื้ออย่างไม่ลังเล ในด้านของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กระตือรือร้นในการให้บริการ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวได้ระบุถึงปัญหาบนถนนอินชาดงว่า ถนนคับแคบ อีกทั้งร้านหาบเร่ แผงลอยมีจำนวนมาก ทำให้การสัญจรไปมาไม่สะดวก และห้องน้ำมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงได้เสนอแนะให้เพิ่มจุดบริการห้องน้ำ และป้ายบอกทางเป็นภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น

### 3.5 แนวทางการพัฒนาถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากการศึกษารูปแบบถนนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าหากต้องการพัฒนาถนนที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มของนักท่องเที่ยว ควรพัฒนาและพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนทั้งภาษาท้องถิ่นและภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากล รวมถึงศูนย์ประชาสัมพันธ์สำหรับให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว

2. ควรมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ม้านั่ง
3. ควรจำกัดการเปิดกิจการของธุรกิจเฟรนไชน์ และให้การสนับสนุนร้านประกอบการที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมท้องถิ่นแทน
4. ควรจัดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมได้ เพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

### 3.6 ปัญหาและอุปสรรค

การสำรวจภาคสนามในประเทศที่ใช้ภาษาที่สามในการสื่อสาร ทำให้มีปัญหาในการสัมภาษณ์กลุ่มของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวอยู่บ้าง

### 3.7 ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาดูงาน หรือย่านการค้าอื่น ๆ ที่มีเอกลักษณ์ และเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางการพัฒนาต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

กอบกาญจน์ ศักดิ์ประเสริฐ และคณะ. (2556). แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี

ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. Veridian E-Journal, SU 6, 1 (กุมภาพันธ์-เมษายน): 119-131.

กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก [http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec\\_12/pdf/aw019.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_12/pdf/aw019.pdf).

กาญจณี พลจันทร์. (2526). ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้. รายงานผลการวิจัย ประกอบการสอน ศ.351 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จินต์จุฑา อิศริยกัทร์. (2553). ย่านการค้า. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%E0%B8>.

เจษฎา ขวัญเมือง และคณะ. การท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://tourismattbuu.wordpress.com>.

ฉันทซ์ วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา. ชัชพล ทรงสุนทรวงษ์และวรรณิ ศลปอาษา. (2555). การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก <http://mgmtsci.stou.ac.th>.

ณวิทย์ อ่องแสงชัย. (2555). ถนนนิมมานเหมินท์ กว่าจะเป็นวันนี้ และวันหน้า. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.compass.com/viewissue.php?id=28&lang=th&issue=115>.

ไทยแลนด์อินดัสตรีคอตคอม. (2553). การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง (Location Analysis) ตอนที่ 1. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.thailandindustry.com/guru/viewphp?id=11764&section=9&rcount=Y>.

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). “นิมมานเหมินท์” ปลายทางของหนาวนึ่งที่เชียงใหม่. (2556). [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 7 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.scbsme.com>.

#### เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

นรินทร์ สังข์รักษา. (2555). การวิจัยเพื่อพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจ

- สร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายอย่างยั่งยืนในจังหวัดราชบุรี. รายงานการวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เสนอต่อสำนักงานวิจัยคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- น้ำฝน ธรรมแท้. (2553). วิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์อักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญอู่ม หงษ์คำ. (2554), จากสวนลุมผ่านสีลม แยกสาทร ซอยสนพล. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/aumboon/2011/02/27/entry-1>.
- ปรารธนา มงคลธวัช และคมกฤทธิ์ หนีบแหลม. (2551). **คู่มือแนวทางการดำเนินงานถนนสายวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- พีรดิตร แก้วลาย และคณะ. (2555) **เชียงใหม่ ต้นแบบเมืองสร้างสรรค์ ?**. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก [http://www.cityresearchunit.org/th/projects/chiangmai\\_creative\\_city.html](http://www.cityresearchunit.org/th/projects/chiangmai_creative_city.html).
- เพลงช. (2557)**. จิตรกรภาพล้อที่วาดรูปด้วยน้ำหน้กมือที่หน้กแน่น. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://blog.prozone.com/121>.
- ลิเวอร์ เบิร์ด. (2554). **คาร์ฟรีโซนที่อินชาดง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 22 ตุลาคม 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/travel>.
- วารภรณ์ อุดง. (2555). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ในท่บาร์ซ่า จังหวัดเชียงใหม่**. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวิไล ชีระโรจนารัตน์. (2557). **ภูมิศาสตร์เมือง**. กรุงเทพฯ : มูลนิธิส่งเสริมโอลิมปิกวิชาการและพัฒนามาตรฐานวิทยาศาสตร์ศึกษา.
- สาริษา ศรีเชื้อ. (2540). **พัฒนาการย่านการค้าในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาเขตบางกะปิ**. รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- เอกสารอ้างอิง (ต่อ)**
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2556). **บรรยายสรุปจังหวัด**. [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 19 ตุลาคม 2557.



เข้าถึงได้จาก [http://www.chiangmai.go.th/meet\\_file/sarupCM2556.pdf](http://www.chiangmai.go.th/meet_file/sarupCM2556.pdf).

สุจารี จันทร์สุข. (2531). **การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น**. วารสารการศึกษาแห่งชาติ. 22, 6 : 10-21.

อภิโชค เลขะกุล และกรรณา รัชชวิณ. (2547). **โครงการ “เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้า ศิลปหัตถกรรม”**. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Insadong P.R. center. (n.d.). **History of Insadong**. [Online]. Accessed October 10. Available from <http://www.hiinsa.com>.

Krich John. (2000). **Insa-dong**. [Online]. Accessed November 1. Available from <http://en.wikipedia.org/wiki/Insa-dong>.

Kachil. (2013). **The restaurant in Jongno Police station**. [Online]. Accessed April 20. Available from <http://kachil.tistory.com/634#.VUtulvmqqko>.

Korea Tourism Organization. (n.d.) **Jongno-Gu Seoul HOTEL SUNBEE**. [Online]. Accessed April 20. Available from [http://korean.visitkorea.or.kr/kor/inut/w\\_stay/w\\_stay\\_view.jsp?cid=139738&out\\_service=y](http://korean.visitkorea.or.kr/kor/inut/w_stay/w_stay_view.jsp?cid=139738&out_service=y).

Min Hyunseok and Yeo Hyejin. (2012). **Improvement of Car-free Policy in Seoul**. [Online]. Accessed October 15. Available from [http://www.si.re.kr/sites/default/files/2012-PR-01\\_0.pdf](http://www.si.re.kr/sites/default/files/2012-PR-01_0.pdf).

Nissorn. (2014). **Sushi Umai Nimmannhem in Soi 13 Chiangmai**. [Online]. Accessed April 20. Available from <http://www.atnimman.com/sushi-umai-nimmannhem-in-soi-13-chiangmai/>.

Sdamon. (n.d.). **Models to Know**. [Online]. Accessed November 1. Available from <https://aphug.wikispaces.com>.

Patrice. (2014). **Patpong in bangkok**. [Online]. Accessed October 25. Available from <http://thailand-besthotels.com/patpong-in-bangkok>.

