

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาอุปสงค์ของการต่อเติมอาคารพาณิชย์ใน  
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวสุนิสา สุทธิสีมา

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร	ประธานกรรมการ
รศ.ดร. ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์	กรรมการ
ผศ.ดร. ไพรัช กาญจนการุณ	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาอุปสงค์ของการต่อเติมอาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการต่อเติมอาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ และหาขนาดของอาคารพาณิชย์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัยหรือประกอบธุรกิจ โดยใช้อาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้อยู่อาศัยหรือประกอบธุรกิจโดยใช้อาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2540 – 2550 จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ ความถี่ และการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยใช้สถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่าผู้อยู่อาศัยหรือประกอบธุรกิจโดยใช้อาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-19,999 บาท ผลการศึกษาข้อมูลด้านขนาดอาคารพาณิชย์และลักษณะการงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อาคารพาณิชย์เพื่ออยู่อาศัยและประกอบธุรกิจค้าขาย โดยต้องการอาคารพาณิชย์ขนาด 3.5 ชั้น ที่มี 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ และมีห้องครัว ในด้านการต่อเติมอาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการต่อเติม เพราะคิดว่าอาคารพาณิชย์มีขนาดที่เหมาะสมอยู่แล้วมากที่สุด รองลงมาคือไม่มีงบประมาณในการต่อเติม ส่วนสาเหตุสำคัญที่ต่อเติมอาคารพาณิชย์มากที่สุดคือเพื่อความเป็นระเบียบและสวยงาม รองลงมาคือพื้นที่ใช้สอยของอาคารมีขนาดไม่เหมาะสม สิ่งที่

ต่อเติมเพิ่มมากที่สุดคือเพิ่มจำนวนห้อง รองลงมาคือห้องครัว วัสดุที่ใช้ในการต่อเติมคือการก่ออิฐ  
ฉาบปูน งบประมาณในการต่อเติมอยู่ในช่วง 50,000-99,999 บาท ระยะเวลาในการต่อเติมอยู่ในช่วง  
2-3 สัปดาห์

ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ในด้านตัวอาคารคือมีขนาดพื้นที่ใช้  
สอยเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่สำคัญที่สุดคือ อยู่ใกล้ชุมชน  
รองลงมาคือมีสาธารณูปโภคที่ดี ปัจจัยในการต่อเติมอาคารพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพของ  
วัสดุที่ใช้ในการต่อเติม รองลงมาคือราคาของวัสดุที่ใช้ในการต่อเติม

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. It features a central figure of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a flame or a stylized crown. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	A Study of Demand for Additional Commercial Building in Chiang Mai Province	
<b>Author</b>	Miss Sunisa Suttisima	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Asst. Prof. Dr. Nisit Pantamit	Chairperson
	Assoc. Prof. Dr. Thanes Sriwichailamphan	Member
	Asst. Prof. Dr. Pirut Karnjanakarun	Member

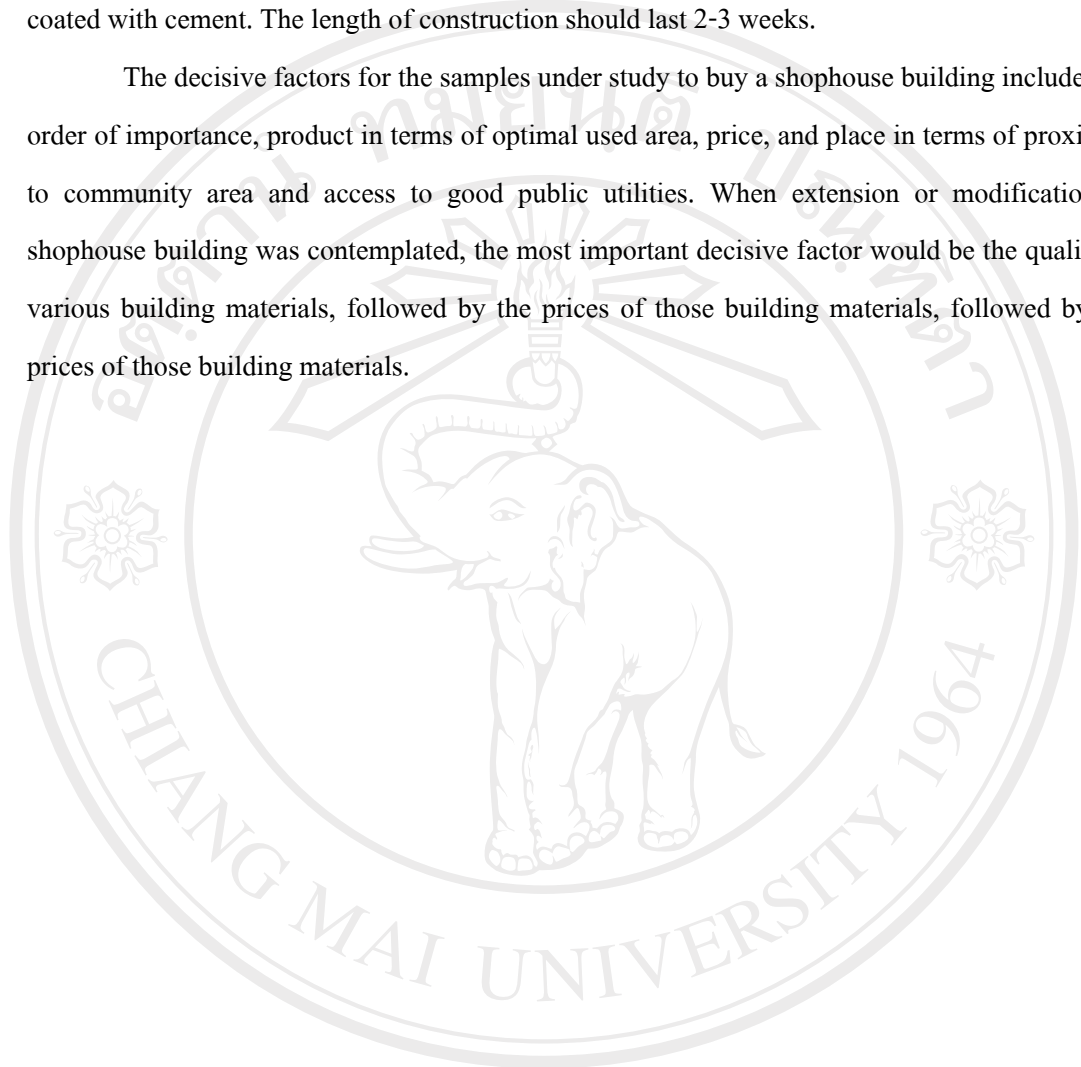
### ABSTRACT

This study examined the demand for area expansion in buildings originally designed for commercial business purpose as well as identified the suitable sizes according to the demand for using area in shophouse buildings to be used for residential or business purposes in Chiang Mai Province. Primary information was compiled from 300 samples of shophouse building's owners or tenants in Chiang Mai area who used the buildings for living or business intention during 1997-2007. Analysis was performed on the basis of descriptive statistics and chi-square test.

The findings indicated the majority of those who used shophouse buildings in Chiang Mai for living or doing business were characterized as female, 30-39 years old, with bachelor's degree education and having 10,000-19,999 baht average monthly income. Their most ideal features for a shophouse building were 3.5 storeys with two bedrooms, two bathrooms, and a kitchen. In most cases, they did not expand nor modify the buildings for the primary reason of existing appropriate prizes of use area followed by the reason of having no budget for those purposes. In light of the desire to enlarge or modify the buildings, the main reason would be for improving the tidiness and attractiveness in building space and the next important reason

appeared to be the in optimal use area. The most desirable change would be having more rooms, followed by kitchen improvement. Preferred construction material was indicated to be brick coated with cement. The length of construction should last 2-3 weeks.

The decisive factors for the samples under study to buy a shophouse building included, in order of importance, product in terms of optimal used area, price, and place in terms of proximity to community area and access to good public utilities. When extension or modification of shophouse building was contemplated, the most important decisive factor would be the quality of various building materials, followed by the prices of those building materials, followed by the prices of those building materials.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved