



ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาศูนย์การค้าย่านชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ได้นำพื้นที่ย่านการค้าในเขตบางกะปิและบริเวณใกล้เคียงขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา ในเรื่องอิทธิพลของศูนย์การค้า โดยผู้ศึกษาพิจารณาเห็นว่าทฤษฎีและแนวความคิดส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์การค้า , ศูนย์กลางชุมชนและศูนย์การค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาและนำไปประกอบในการอภิปรายข้อสรุป รวมถึงเป็นแนวทางให้ผู้ศึกษาสามารถพิจารณาข้อเสนอแนะในการศึกษาเรื่องดังกล่าว ซึ่งจะมีทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานสำคัญ ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเมืองและการขยายตัวของเมือง
- 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินในเมือง
- 2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม
- 2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์กลางชุมชน
- 2.5 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์การค้า

2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเมืองและการขยายตัวของเมือง

2.1.1 ความหมายของคำว่า “ เมือง ”

“ เมือง ” ได้เกิดขึ้นมานานแล้ว ในภาษาลาติน คำว่า “ Urbs ” มีความเกี่ยวข้องกับคำว่า “ Orbis ” ซึ่งหมายถึง วงกลม (Circle) เหมือนกับคำว่า “ Town ” ในภาษาอังกฤษ หรือคำว่า “ Gorod ” ซึ่งหมายถึงสนาม (Yard) ในภาษาสลาฟ (Slavic) ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องหมายที่ใช้แสดงลักษณะพื้นฐานของปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “ เมือง ” ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่ถูกล้อมรอบด้วยด้วยรั้วหรือกำแพงเป็นพื้นที่ในเขตรัศมีที่แยกตัวจากพื้นที่ชนบทและมีแบบแผนของการจัดองค์ภายในที่แน่นอน (BRAIN J.L.BERRY and FRANK .E.HOSTON 1970 : 440)

“ เมือง ” เน้นถึงความหนาแน่นของประชากรต่อหน่วยพื้นที่ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ อาชีพของประชากรเป็นอาชีพอื่นที่มีใช้เกษตรกรรม บริเวณดังกล่าวต้องมีอาคารบ้านเรือนหนาแน่น มีลักษณะเจริญแล้ว ตลอดจนวนต้องเป็นบริเวณที่อยู่ในเขตการปกครองแบบใดแบบหนึ่ง (ไพบูลย์ ช่างเขียน 2516 : 10)

“ เมือง “ เป็นสถานที่ที่มีเนื้อที่จำกัดซึ่งได้นำเอาคนจำนวนมากมาอยู่ร่วมกัน และทำให้ผู้คนเหล่านั้นไปมาหาสู่กัน มีการจัดการในเรื่องระบบการติดต่อสื่อสารกับภายนอก และยังมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ โดยมีลักษณะสังคมเป็นแบบพึ่งพาอาศัยร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีการปกครองที่ทำหน้าที่ในการแก้ปัญหาและจัดระเบียบต่างๆของคนในสังคม รวมถึงจัดเตรียมการให้บริการต่างๆที่จำเป็นสำหรับคนในเมือง ดังนั้น “ เมือง “ จึงเปรียบเสมือนโลกใบเล็กๆ ที่มีการจัดองค์ประกอบต่างๆขึ้นเป็นรูปเป็นร่าง และสะท้อนออกมาให้เห็นถึงความเป็นเอกภาพ (WURSER 1969 : 73)

“ เมือง “ เป็นเขตชุมชนที่มีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น และมีอาณาเขตที่แน่นอน มีความเจริญมากกว่ารอบนอกที่เป็นชนบท ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองประกอบอาชีพอื่นที่มีใช้เกษตรกรรม “ เมือง “ เป็นศูนย์กลางการผลิต การบริหาร การปกครอง ศิลปวัฒนธรรม และการบริการสาธารณูปโภคต่างๆ (อ่างใน ภูชัย สัปพันธ์ 2538 : 15)

2.1.2 วิวัฒนาการเมืองและปัจจัยในการเกิดเมือง

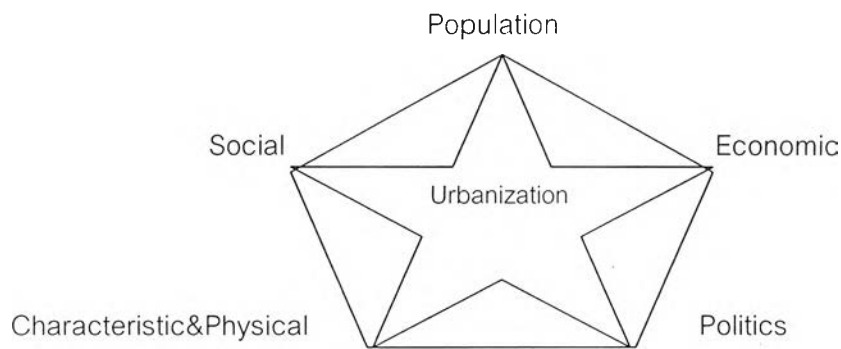
PATRICK GEDDS ได้กล่าวว่า “ เมือง “ จะมีวิวัฒนาการเกิดขึ้นจามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นเริ่มต้นเข้าสู่ศูนย์กลาง (Inflow) เป็นขั้นตอนที่เข้าสู่การรวมตัวกันเป็นชุมชนเมือง
2. ขั้นสร้างเมือง (Built up) เป็นขั้นตอนที่มีการก่อสร้างอาคารอยู่หนาแน่นในศูนย์กลาง และเมืองเริ่มมีการขยายตัวออกไป
3. ขั้นเมืองขยายตัวออก (Back Flow) เป็นขั้นที่เมืองขยายออก และศูนย์กลางเมืองเริ่มเสื่อมโทรม
4. ขั้นเมืองเจริญเติบโตแบบกระจาย (Sprawling Mass) และศูนย์กลางเมืองเสื่อมโทรม

ซึ่งจะมีกระบวนการเป็นเมือง (Urbanization) ที่แสดงด้วยสัดส่วนที่เปลี่ยนแปลงไปของประชากรที่อยู่ในเมืองเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั่วประเทศ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมือง (ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล 2541 : 1)

2.1.3 โครงสร้างเมือง

นอกจากนี้อิทธิพลที่ก่อให้เกิดกระบวนการเป็นเมืองเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างซับซ้อน และมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนโครงสร้างให้เกิดรูปแบบได้ จากตัวแปรสำคัญหลัก 5 ปัจจัย ได้แก่ ทางด้านเศรษฐกิจ (Economics) , สังคม (Social) , ประชากร (Population) , การเมือง (Politics) และลักษณะพิเศษเฉพาะ (Characteristic) กระบวนการดังกล่าวหากจะแสดงในรูปแบบที่ชัดเจน คือ โครงสร้างทางกายภาพของเมือง โดยแต่ละเมืองจะมีการพัฒนาที่แผ่กว้างออกทุกทิศทุกทาง ทางด้านการบริการที่มีระบบการปกครองครอบคลุมไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการคมนาคมติดต่อที่สะดวก เข้าถึงศูนย์กลางได้ทุกทาง ตลอดจนมีการสะสมวัฒนธรรมต่างๆ ทำให้เขตชุมชนเป็นแหล่งนำในด้านสังคมทุกรูปแบบ (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527 : 11-12)



รูปที่ 2.1 แสดง : ระบบเมือง (Urban System)

เนื่องจากเมืองเกิดขึ้น เติบโตและขยายตัวได้เหมือนสิ่งมีชีวิตอื่นๆ เมื่อเมืองมีการขยายตัวมากขึ้น ซึ่งอาจสังเกตได้จากการเพิ่มประชากร การพัฒนาพื้นที่ของเมืองในการจัดรูปแบบการใช้ที่ดินที่เหมาะสม หรือถูกปล่อยให้เป็นไปตามยถากรรม เกิดเป็นความซับซ้อนของการใช้ที่ดินจริงอยู่แต่ละเมืองมีสภาพที่ตั้งและสภาพแวดล้อมไม่เหมือนกัน ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของเมืองก็แตกต่างกันไป กิจกรรมต่างๆที่มีอยู่ย่อมไม่เท่ากัน ทั้งหมดนี้จะแสดงออกมาในรูปโครงสร้างทางกายภาพของเมือง (Physical Structure) หรือการใช้ที่ดินที่เห็นได้ เช่น ถนนหนทาง อาคารบ้านเรือน ท่าเรือที่ตั้ง , ธนาคาร , สำนักงาน ฯลฯ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเมืองหนึ่งๆจะมีคุณลักษณะพิเศษในตัวเอง แต่องค์ประกอบพื้นฐานกว้างๆก็เกิดขึ้นเช่นเดียวกันภายในเมืองทุกๆเมืองเหมือนกัน (จันรรจฯ ชัยโชนิตย์ 2532 : 11)

2.1.4 หน้าที่ของเมือง

“เมือง” เป็นสถานที่ศูนย์กลางในการรวบรวมสินค้าและกิจการบริการต่างๆ ไว้เป็นจำนวนมาก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการสินค้าและกิจการบริการเหล่านั้นให้แก่ประชากรที่อาศัยอยู่ในตัวเมือง และที่อาศัยอยู่บริเวณทุ่งเกษตรกรรมโดยรอบตัวเมือง เมืองทุกเมืองจะมีหน้าที่เช่นนี้เหมือนกัน นอกจากนี้เมืองบางเมืองยังทำหน้าที่เฉพาะประเภทอีกด้วย หน้าที่เฉพาะจะไม่มีเหมือนกันในทุกๆเมือง โดยแบ่งหน้าที่เฉพาะของเมืองออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

(เบญจวรรณ อารีสมาน 2530 : 35 – 36)

- “เมือง” ที่ทำหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลางการบริหารและการปกครอง เมืองที่มีหน้าที่จะมีกิจกรรมต่างๆ เช่น สถานที่ราชการที่เป็นสำนักงานใหญ่ กระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ที่มีช่างงานครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีสถานที่ราชการที่เป็นศูนย์รวมในการบริหารประเทศในด้านอื่นๆอีก เช่น สำนักนายกรัฐมนตรี ทำเนียบประธานาธิบดีหรือรัฐสภาแห่งชาติ เป็นต้น ตัวอย่างของเมืองที่มีหน้าที่ในการบริการและการปกครอง เช่น กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร เบอร์ราชองออสเตรเลีย กรุงลอนดอนของสหราชอาณาจักร กรุงเคซอนซิตีของฟิลิปปินส์ เป็นต้น

- “เมือง” ที่ทำหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรม เช่น ศูนย์กลางทางศาสนา ศูนย์กลางทางการศึกษา ศูนย์กลางศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น เมืองที่มีหน้าที่ดังกล่าวจะมีกิจกรรมที่ปรากฏในตัวเมืองเป็นตัวชี้ให้เห็นหน้าที่ของเมืองนั้น เช่น เมืองที่เป็นศูนย์กลางทางศาสนา จะมีกิจกรรมที่ปรากฏในด้านปฐุชนียวัตถุทางศาสนา ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของศาสนานั้นๆ เมืองที่เป็นศูนย์กลางทางศาสนาของโลก ได้แก่เมือง เมกกะ ในประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นศูนย์กลางของศาสนาอิสลาม นครวาติกันในกรุงโรมของอิตาลี ซึ่งมีวิหารใหญ่โต เป็นศูนย์กลางทางศาสนาคริสต์ นิกายโรมันคาทอลิก เป็นต้น

ส่วนเมืองที่มีหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางการศึกษานั้น จะมีกิจกรรมของคนในเมืองที่เด่นเพื่อเสริมหน้าที่นี้ก็คือ สถานศึกษาใหญ่ๆ เช่น มหาวิทยาลัย และสถานศึกษาในรูปของสถาบันต่างๆ เมืองในลักษณะนี้ในประเทศสวีเดนแลนด์ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหราชอาณาจักรมีเมือง อ็อกฟอร์ด แสดงหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลางในการศึกษาอย่างชัดเจน

- “เมือง” ที่ทำหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมขนส่ง เมืองที่ทำหน้าที่นี้จะมีทำเลที่มีเส้นทางคมนาคมหลายสายมาบรรจบกัน เป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง ศูนย์รวมที่เรียกว่า ชุมทาง เช่นเมือง ชุมทางทุ่งสง กิจกรรมของประชากรในเมืองที่แสดงออกมา เช่น มีโกดังสำหรับเก็บสินค้า หรือสำหรับพักสินค้าเพื่อส่งต่อไปยังพื้นที่อื่นๆ และจะมีคนในเมืองจำนวนหนึ่งทำงานด้านการคมนาคมขนส่ง

- “เมือง” ที่ทำหน้าที่ในการผลิต คือ เมืองที่มีการผลิตทางอุตสาหกรรม เป็นเมืองที่มีผลผลิตหลักในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ผลิตรถยนต์ ผลิตเหล็กและเหล็กกล้า ผลิตภัณฑทางเคมี ผลผลิตหลักในด้านต่างๆที่กล่าวมานี้จะเป็นตัวชี้ถึงหน้าที่ในการผลิตของเมืองนั้นๆ ได้แก่ เมืองพิทสเบิร์กในสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะมีผลผลิตหลักทางอุตสาหกรรม เป็นเมืองสำคัญในการผลิตเหล็กและเหล็กกล้า เมืองดีทรอยต์ ที่มีอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ เป็นที่เชิดหน้าชูตาของเมือง

- “เมือง” ที่ทำหน้าที่ในการป้องกันภัย เมืองที่ทำหน้าที่ในการป้องกันภัย ในอดีตอาจหมายถึงเมืองหน้าด่านก็ได้ ปัจจุบันเมืองที่มีหน้าที่หลักในการป้องกันภัยนั้น จะมีกิจกรรมที่เด่นชัด คือ ค่ายทหารหรือฐานทัพประเภทต่างๆ เช่น ฐานทัพเรือ ฐานทัพอากาศ กองทัพอากาศ เป็นต้น อย่างเช่นเมือง สัตหีบ ที่รู้จักกันว่าเป็นฐานทัพเรือ และเมืองสัตหีบจะมีส่วนเสริมให้เป็นที่ยอมรับว่ามาจากการก่อตัวของฐานทัพเรือ ฐานทัพอากาศ ซึ่งเสริมให้เมืองสัตหีบมีหน้าที่พิเศษในการป้องกันภัยทางอากาศ ในอดีตเมือง พิษณุโลก เคยถูกกำหนดให้เป็นเมืองหน้าด่านของไทย

- “เมือง” ที่ทำหน้าที่เป็นเมืองพักอาศัย ลักษณะเด่นของเมืองประเภทนี้คือการที่พื้นที่ส่วนใหญ่ของเมืองถูกใช้เป็นที่สร้างอาคารบ้านเรือนสำหรับพักอาศัยโดยตรง ในตัวเมืองจะมีร้านค้าและบริการส่วนหนึ่ง สำหรับบริการให้แก่ประชาชนในตัวเมือง ในเวลากลางวันจะมีประชากรเบาบางเพราะประชากรส่วนใหญ่มักจะออกเดินทางไปทำงานในเขตเมืองอื่นๆ แต่ในเวลากลางคืนจะมีประชากรหนาแน่นเพราะกลับจากทำงานแล้ว ในประเทศไทยยังมีเมืองประเภทนี้ไม่ค่อยเด่นชัดนัก แต่ที่พอจะเห็นได้บ้าง คือ เมือง นนทบุรี ปทุมธานี ซึ่งประชากรส่วนหนึ่งเดินทางไปทำงานในกรุงเทพฯและกลับมาเพื่อพักผ่อนหลับนอน สำหรับในประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น มีเมือง Tama ซึ่งอยู่ใกล้กับมหานครโตเกียว นั้น ได้ถูกกำหนดให้เป็นเมืองพักอาศัย ประชากรส่วนใหญ่ของเมือง Tama ทำงานอยู่ในกรุงโตเกียว ดังนั้นเวลากลางวันคนส่วนใหญ่จึงมิได้อยู่ในตัวเมือง Tama แต่ในเวลากลางคืนผู้คนจะเดินทางกลับไปยังเมืองTamaเพื่อการพักผ่อนหลับนอน

2.1.5 พื้นที่เมือง

F. STUART CHAPIN JR. ได้แบ่งพื้นที่เมือง ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ที่ทำงาน ประกอบด้วยพื้นที่บางส่วนของเมืองที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม ที่ทำการค้า การบริการและศูนย์ราชการ เป็นต้น
2. ที่อยู่อาศัย ประกอบด้วยบ้านเรือนที่อยู่อาศัย รวมทั้งสาธารณูปการของชุมชน ได้แก่ ร้านค้าของชุมชน สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะท้องถิ่น โรงเรียนชั้นประถมศึกษา เป็นต้น
3. ที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ หอสมุด สนามกีฬา สวนสาธารณะขนาดใหญ่ สนามกอล์ฟ และบริเวณที่เป็นสถานที่อนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

(F. Stuart Chapin Jr. 1957 : 291)

2.1.6 แนวคิดในการขยายตัวของเมือง

เขตต่อชนบท (Rural – Urban Fringe) เป็นเขตหรือพื้นที่ (Space) ระหว่างเมืองกับชนบทชานเมือง เป็นพื้นที่ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างออกไป ซึ่งมีส่วนหนึ่งคล้ายการเติบโตของเมือง อีกส่วนหนึ่งยังคงเป็นชนบทเป็นพื้นที่ที่เมืองที่พัฒนารวดเร็วกว่าส่วนอื่น และรุกไปในชนบทเป็นสาเหตุของรูปแบบการใช้ที่ดินไม่ต่อเนื่องกัน มีความหลากหลาย มีทั้งหมู่บ้านเก่า , ย่านพักอาศัยใหม่ที่ขยายตัวกว้าง , การค้า , อุตสาหกรรม , บริการของคนเมืองและการใช้ที่ดินทำการเพาะปลูกอย่างเข้มข้น เหล่านี้ทำให้มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถสรุปคุณลักษณะของเขตต่อชนบท ได้ ดังนี้ (HAROD CARTER 1975 :)

1. มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการครอบครองที่ดินอย่างไม่ลดละ
2. ทึ่งนาขนาดเล็ก
3. การเพาะปลูกเป็นไปอย่างหนาแน่น
4. ประชากรเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
5. ย่านพักอาศัยขยายตัวอย่างรวดเร็ว
6. การจัดเตรียมบริการสาธารณะ สาธารณูปโภคไม่พร้อม
7. สิ่งปลูกสร้างทั่วไปมีลักษณะธรรมดา

สภาพเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติทั่วไปของเขตต่อชนบท (Fringe) รวมทั้งเห็นถึงการผลักดันความเป็นเมืองลงไปในเขตชนบท

ชานเมือง (Suburbs) เป็นบริเวณที่อยู่รอบนอกของเมือง โดยเขตชานเมืองจะเป็นเขตติดต่อรหว่างชานเมืองกับชนบทที่สามารถเปลี่ยนมาเป็นภาวะแบบเมืองได้ง่าย เพราะภาวะเดิมจากชนบทจะมีลักษณะเป็นพื้นที่เกษตรกรรมและความว่างเปล่ามีสิ่งก่อสร้างน้อย ทำให้โอกาสในการพัฒนาเป็นเมืองมีง่ายกว่าที่จะไปแทรกอยู่ในส่วนกลางของเมือง นอกจากนี้เขตชานเมืองยังมีความแตกต่างกับบริเวณอื่นในแง่ที่ว่า มีพื้นที่ให้เลือกมากกว่าในเขตอื่นๆของเมือง ทั้งยังมีความเหมาะสมทางสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น สภาพภูมิอากาศ ความสะอาดบริสุทธิ์ของสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ชานเมือง คือ พื้นที่ซึ่งมีความเจริญของเมืองแผ่เข้าไปถึงและเป็นติดต่อรหว่างเมืองกับชนบท หรือพื้นที่ที่มีลักษณะผสมระหว่างความเป็นเมืองกับความเป็นชนบท ซึ่งความหมายนี้เลือกพื้นที่เขตชานเมืองจะเป็นบริเวณที่แสดงความสิ้นสุด แสดงเป็นเส้นหรือแนวที่เห็นชัดเจน แต่แสดงออกในด้านความเบาบางของการตั้งถิ่นฐานและการใช้ที่ดิน โดยชานเมืองจะยังคงมีการใช้ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรและที่อยู่อาศัยของเกษตรกรสอดแทรกกับการบุกรุกของพื้นที่เมือง (Urban Encroachment) บริเวณชานเมืองนี้ อาจะอยู่ในเขตบริหารของเมือง และในลักษณะเดียวกันชานเมืองบางแห่งอาจอยู่นอกเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาล มีการบริหารในรูปของชุมชนชนบทที่มีขอบเขตใกล้ชิดกับเมือง ดังนั้นเขตชานเมืองจึงมีความหมายเน้นถึงลักษณะกายภาพของพื้นที่ ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปเป็นกึ่งเมืองกึ่งชนบท ทำให้เกิดความแตกต่างในด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชากรในพื้นที่

ดังนั้นในเขตชานเมืองสมัยใหม่ จึงมีการขยายตัวอย่างมาก เนื่องจากความเหมาะสมของเขตชานเมือง ดังนี้

1. เขตชานเมืองมีความแตกต่างจากบริเวณอื่นๆของเมือง คือมีพื้นที่กว้างขวางเหมาะสมแก่การขยายตัวของกิจกรรมต่างๆ เป็นที่ที่มีที่ว่างให้เลือกมากกว่าเขตอื่นๆของเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นส่วนชานเมืองที่มีความเหมาะสมทางสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมากกว่าส่วนอื่นๆ
2. เขตชานเมืองเป็นเขตที่มีโครงข่ายการคมนาคมไม่มากนัก ยวดยานสัญจรน้อยดังนั้นจึงเป็นเขตที่ค่อนข้างสงบ จากการสัญจรของประชากรและยวดยานต่าง ซึ่งเหมาะสมกับการใช้ที่ดินเพื่ออยู่อาศัยและยังมีความเหมาะสมต่อโรงงานอุตสาหกรรมด้วย เพราะปริมาณของยวดยานน้อย โอกาสใช้ประโยชน์ในด้านการขนส่งมีมากกว่าเขตศูนย์กลางเมืองหรือเขตอื่นๆ ของเมือง
3. เนื่องจากเป็นบริเวณที่อยู่ห่างจากใจกลางเมือง ราคาที่ดินในเขตชานเมืองจึงยังไม่สูง ทำให้เหมาะสมกับกิจกรรมหลายอย่างที่ไม่สามารถสู้ราคาที่ดินที่สูงมากในเขตใจกลางเมืองได้
4. การเพิ่มขึ้นของประชากรกรุงเทพมหานคร
5. การขยายหรือย้ายสถานที่ราชการออกสู่ชานเมือง

(JOHNSON 1974 : 12)

2.1.7 โครงสร้างเมืองของ กรุงเทพมหานคร

การพิจารณาโครงสร้างของเมืองกรุงเทพมหานคร เริ่มตั้งแต่กรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวง วิชาพัฒนาการมาถึงปัจจุบัน และจะพัฒนาต่อไปในอนาคต ปรากฏว่ากรุงเทพฯ การขยายออกไป จากจุดศูนย์กลางเดียว โดยมีเขตเมืองอยู่บริเวณพระบรมมหาราชวัง มีขอบเขตเป็นแนวคลอง คูเมือง (คลองหลอด) คลองรอบกรุง (คลองบางลำภู , และคลองโอรังอ่าง) คลองผดุงกรุงเกษม ซึ่งเป็นคลองขุดขึ้นรอบพระนคร 3 ชั้น นับเป็นการวางแผนผังเมืองครั้งแรกของกรุงเทพฯ สมัย รัชกาลที่ 1 (พ.ศ. 2325) มีพื้นที่เพียง 2,163 ไร่ และมีประชากรประมาณ 185,000 คน (สมทรง อนุমান 2527 : 24) โดยอาศัยเส้นทางขนส่งทางน้ำในระยะแรก ต่อมาเมื่อมีระบบ ถนนเกิดขึ้น ได้แก่ ถนนเจริญกรุง (New Road) ถนนตรง (ถนนพระราม 4) ฯลฯ ทำให้มีอิทธิพล ที่แน่นอนต่อระบบของการเติบโตของชุมชนเมืองในเวลาต่อมา โดยประชาชนเริ่มให้ความสนใจ อย่างมากต่อเส้นทางคมนาคมสมัยใหม่ ซึ่งรัชกาลที่ 4 – 5 ทรงจัดให้มีสาธารณูปโภคที่ทันสมัยใน เขตเพิ่มขึ้น เช่น ไฟฟ้า ประปา รถราง รถไฟ ด้านการเกษตรอนามัย สุขาภิบาล และการก่อสร้าง สมัยใหม่ตามช่างตะวันตก ซึ่งมีผลต่อการเจริญเติบโตของกรุงเทพฯ อย่างมากในทุกๆด้าน จึงเกิด การขยายตัวของเขตเมืองออกไปเป็นรูปตัววี (V) ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือและทิศตะวันออก เฉียงใต้ เชื่อมไปหาเมืองชายฝั่งทะเลตะวันออก ส่วนทางทิศใต้ยังคงรูปร่างเหมือนตัววี ที่มีความหนาที่บมากขึ้น (สมาคมสังคมสงเคราะห์ศาสตร์แห่งประเทศไทย 2519 : 39) ส่วนย่านการค้ารอบพระนคร มีย่านการค้าเกาะกลุ่มอยู่บริเวณย่านปากคลองตลาด, บ้านหม้อ, พาหุรัด, บางลำพู , เยาวราช, ตลาดน้อยและบางรัก ซึ่งนับเป็นแหล่งชุมชนของเมืองหรือย่านศูนย์กลางเมือง (Central Place) มีหน้าที่ชัดเจนทางการค้า มีประชากรมารวมกันเกิดย่านการค้าธุรกิจเก่าแก่ ของชุมชน ชาวไทย ชาวจีน และชาวตะวันตก ซึ่งปัจจุบันยังคงเป็นย่านศูนย์กลางเมืองที่สำคัญ ดังเช่นย่านสีลม – สุรวงศ์ ในเขตบางรัก เปรียบเสมือน C.B.D. (Central Business District) ของ กรุงเทพมหานคร ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประชากรในกรุงเทพฯ ได้เพิ่มขึ้นตามลำดับและ บริเวณต่างๆของเมือง เช่น บริเวณที่พัทอาศัย บริเวณการค้า บริเวณอุตสาหกรรม ได้ขยายตัว ออกไป โดยปราศจากการควบคุมที่ถูกต้อง (Uplanned Growth) รวมถึงรัฐบาลได้กำหนด นโยบายให้มีการปรับปรุงเศรษฐกิจของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2500 เป็นต้นมา กรุงเทพฯ ซึ่งเป็น ศูนย์กลางความเจริญและวัฒนธรรมของประเทศต้องประสบกับความแออัดหนาแน่นของประชากร อันเนื่องมาจาก เป็นแหล่งดึงดูดให้คนจากทั่วประเทศเข้ามาแสวงหาโอกาสทางเศรษฐกิจ ทำให้ ประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ระยะแรกของการขยายตัวของกรุงเทพมหานครนั้น การเพิ่มของ ประชากรเกิดควบคู่ไปกับการขยายตัวทางพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ทำให้ความหนาแน่นของ ประชากรไม่มากนัก

นอกจากนี้ระเบียบการบริการราชการแผ่นดินของประเทศไทย มิได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องเนื้อที่เขตการปกครอง จนกระทั่งรัชกาลที่ 5 ได้มีการให้ความสำคัญแก่การกำหนดเขตการปกครองขึ้น มีการปรับเปลี่ยนการแบ่งเขตการปกครองภายในหลายครั้ง ในที่สุดเนื้อที่ของกรุงเทพมหานครมีขนาดเท่ากับ 1,568,737 ตารางกิโลเมตร ไม่มีการขยายตัวทางพื้นที่อีกต่อไป ขณะที่ประชากรยังเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ความหนาแน่นของประชากรกรุงเทพมหานครสูงขึ้นเป็นลำดับ (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร 2542 : 4 – 6)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กรุงเทพมหานครมีประชากรเพิ่มมากขึ้นเกือบ 6 เท่า นับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งจำนวนเพิ่มรวมประมาณ 4 – 5 ล้านคน ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา และจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่วนใหญ่เพิ่มใน 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การขยายตัวของเมืองเป็นไปในลักษณะกระจัดกระจาย (Urban Sprawl) ไม่เป็นระบบและขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานรองรับ (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร 2542 : 53)

พื้นที่ 3 บริเวณ ประกอบด้วยพื้นที่ดังต่อไปนี้

1. เขตเมืองชั้นใน (Inner City) ประกอบด้วยศูนย์กลางเมืองเดิม และเขตต่างๆรวม 22 เขต เป็นพื้นที่ที่มีการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในระยะเริ่มแรก และพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ราชการ สถานศึกษา ย่านธุรกิจการค้าหนาแน่น จำนวนประชากรมีแนวโน้มลดลง แต่มีความหนาแน่นประชากรในเขตต่างๆ ส่วนใหญ่เกิดกว่า 10,000 คนต่อตารางกิโลเมตร

2. เขตต่อเมือง (Urban Fringe) เป็นเขตที่มีการขยายตัวของประชากร กิจกรรมทางการค้าและที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ตั้งอยู่ในรัศมีระหว่าง 10 – 20 กิโลเมตรจากศูนย์กลางเมือง ซึ่งปัจจุบันเป็นบริเวณที่มีการพัฒนาเมืองอย่างกระจัดกระจาย (Urban Sprawl) ประกอบด้วยพื้นที่ทางฝั่งตะวันออก 14 เขต และทางฝั่งตะวันตก 18 เขต

3. เขตชานเมือง (Suburb) เป็นพื้นที่เขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังมีพื้นที่ว่างและพื้นที่เกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ และมีสัดส่วนสูงกว่าพื้นที่พัฒนาแบบเมือง โดยมีลักษณะผสมระหว่างเมืองและชนบท เป็นเขตที่อยู่ห่างจากศูนย์กลางเมืองเกินกว่า 20 กิโลเมตรทางฝั่งตะวันออก ประกอบด้วย เขตมีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง และทางตะวันตก ได้แก่ เขตบางขุนเทียน และเขตบางบอน ตามแผนภาพที่ 2.3 (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร 2542 : 54)

หมายเหตุ : กรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนแปลงเขตการปกครอง จาก 38 เขต เป็น 50 เขต ในปัจจุบัน แต่ข้อมูลต่างๆยังมีได้จัดเก็บ ตามการแบ่งเขตการปกครองใหม่

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินในเมือง

2.2.1 ความหมายของ “ การใช้ที่ดิน ”

“ การใช้ที่ดิน ” หมายถึง การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ดินที่มีอยู่ในแต่ละชนิดนั้น ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เกิดผลตอบแทนมากที่สุด โดยไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมหรือมีผลกระทบต่อที่น้อยที่สุด (ชูศักดิ์ คงคานนท์ 2522 :)

“ การใช้ที่ดิน ” หมายถึง การใช้ประโยชน์จากที่ดินเพื่อประกอบกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง การใช้ที่ดินในตัวเมืองกับการใช้ที่ดินในชนบทมีความแตกต่างกัน โดยการใช้ที่ดินในชนบทมุ่งใช้เพื่อการผลิตทางการเกษตร เช่น การเพาะปลูก และการเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ส่วนการใช้ที่ดินในเมืองเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ การค้า การอุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย สถานที่ราชการ ถนน โรงเรียน หรือสาธารณะสถานต่างๆ (เบญจวรรณ อารีสมาน 2530 : 28)

2.2.2 การใช้ที่ดินภายในเมือง

ปกติทุกๆ เมือง จะมีการใช้ที่ดินหลายรูปแบบปะปนกัน เมืองที่มีกิจกรรมหลากหลายยิ่งมีการใช้ที่ดินมาก แต่โดยปกติอาจแบ่งการใช้ที่ดินภายในตัวเมือง ออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. การใช้ที่ดินเพื่อเป็นบริเวณที่อยู่อาศัย (Residential Land Use)
2. การใช้ที่ดินเพื่อเป็นย่านการค้า (Commercial Land Use)
3. การใช้ที่ดินเพื่อเป็นแหล่งโรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Land Use)
4. การใช้ที่ดินเพื่อเป็นถนนหนทาง ในการคมนาคมขนส่ง (Road & Highway Land Use)
5. ที่ว่างเปล่าที่อาจใช้ประโยชน์ได้ (Vacant Land)
6. การใช้ที่ดินเพื่อเป็นสถานสาธารณะ (Public Land Use)

(สมชาย เตชะพรหมพันธ์ 2522 : 49 – 5)

2.2.3 ทฤษฎีและแนวคิดรูปแบบการใช้ที่ดินภายในเมือง

ทฤษฎีผังโครงสร้างเมือง (Modal of Urban Structure) ที่จะกล่าวถึงนี้ได้ถูกสร้างขึ้นมาจากประสบการณ์ของนักวิชาการในด้านตัวเมือง ศึกษาผังโครงสร้างร่วมกับนักสังคมศาสตร์เป็นแนวทางให้สามารถศึกษาโครงสร้างของเมืองในแง่มุมต่างๆเพิ่มมากขึ้น ได้พยายามวางหลักเกณฑ์ ศึกษาปรากฏการณ์ของเมืองและการขยายตัวของเมือง ซึ่งทฤษฎีผังโครงสร้างของเมืองที่ศึกษากันแพร่หลายมี อยู่ 3 แบบ ได้แก่ (แผนภาพที่ 2.1)

1. ทฤษฎีวงแหวนร่วม (Concentric Zone Theory)
2. ทฤษฎีแบ่งส่วน (Radial Sector Theory)
3. ทฤษฎีหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei Theory)

CONCENTRIC ZONE THEORY

ผู้ทำการสังเกตศึกษา และเสนอทฤษฎีนี้คือ ERNEST W. BURGESS (1925) (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527 : 45-47) เป็นศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย Chicago ในช่วงปี 1920-1930 โดยกล่าวถึงเมืองขยายตัวระดับหนึ่ง การใช้ที่ดินแต่ละชนิดของตัวเมืองจัดตัวเองเป็นวงแหวนเรียงซ้อนกัน (Concentric Zone) รวม 5 วงด้วยกัน แต่ละวงที่เรียงซ้อนกันนั้นจะเริ่มจากใจกลางเมืองออกมา หรือจากศูนย์กลางเมือง (Central Business District) ในวงแหวนแต่ละวงจะแสดงถึงการใช้ที่ดินแต่ละชนิดอย่างเด่นชัด พัฒนาการของชุมชนตามแบบนี้จะขยายตัวออกไปรอบนอกเรื่อยๆ มีปัจจัยผลักดันจากราคาที่ดินและความแออัดของพื้นที่รอบในเป็นปัจจัยสำคัญ (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย , 2542 : 12) ซึ่งพื้นฐานของทฤษฎีนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากแบบจำลองที่ตั้งด้านเกษตรกรรมของ VON THUENEN จากการจัดรูปแบบทางสังคมของประชากรในเมืองของอเมริกาเหนือ โดยสรุปผลวิเคราะห์เมือง Chicago ซึ่ง BURGESS เชื่อว่าหลักการทำงานนี้สามารถนำไปใช้กับเมืองอื่นๆได้ด้วย โดยเขาได้แบ่งเมืองออกเป็น 5 เขต คือ

1. ย่านธุรกิจการค้าของเมือง หรือศูนย์กลางเมือง (Central Business District) โดยทั่วไปเรียกว่า C.B.D หรือ Down Town เป็นศูนย์กลางของเมืองในด้านการค้า การคมนาคม สถาบันการเงินและสถานบันเทิง เป็นเขตที่มีการตั้งถิ่นฐานดั้งเดิม ในกรณีที่เมืองมีขนาดเล็กการใช้ที่ดินต่างๆเหล่านี้อาจจะมีปะปนกันไป ส่วนในกรณีที่เมืองมีขนาดใหญ่กิจกรรมเหล่านี้จะปรากฏอยู่เป็นย่าน เช่น ย่านศูนย์การค้า , ย่านการเงิน การธนาคาร และสถานี่ขนส่ง เป็นต้น

2. เขตสับเปลี่ยน (Zone in Transition) อยู่ถัดจากเขต Down Town ออกไปเป็นเขต ย่านขายส่ง (Wholesale District) ย่านโกดังเก็บของและคลังสินค้า บางตอนจะอยู่ปะปนกับ ย่านอุตสาหกรรมเบา ล่วงล้ำเข้าไปในเขตที่อยู่อาศัยเสื่อมโทรม รวมทั้งเป็นชุมทางรถไฟที่เป็น แหล่งขนถ่ายสินค้า

3. เขตพักอาศัยของคนงาน หรือเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย (Zone of Independent Workingman 's Home) เป็นเขตที่อยู่อาศัยของกรรมกรโรงงานที่มีรายได้น้อย ซึ่งสะดวกในการ เดินทางไปทำงานเพราะอยู่ใกล้

4. เขตที่อยู่อาศัยชั้นดี (Zone of Better Class Residences) เป็นเขตที่อยู่อาศัย ของผู้มีรายได้ระดับปานกลาง มีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว เขตนี้เรียกว่า Exclusive District ซึ่งจะมี ศูนย์กลางทางการค้าขนาดเล็กเกิดขึ้นในลักษณะเดียวกับ CBD ที่อยู่ใกล้เมือง

5. เขตสัญจรเช้า - เย็น (Commuters 'Zone) โดยทั่วไปอยู่นอกเขตเมืองออกไปตาม เส้นทางถนนสายสำคัญ โดยรวมกันอยู่เป็นกลุ่มเล็กๆ ส่วนมากเป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ที่ต้องเดินทางไปทำงานในศูนย์กลางเมือง และมักใช้เวลาในการเดินทางไป CBD ประมาณ 1 ชม.

เขตทั้ง 5 เขต ที่ BURGESS ได้เสนอขึ้นนี้ ไม่ได้มีรูปแบบที่คงที่เช่นนี้ตลอดไป แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆตามการพัฒนาของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเวลาที่เมืองขยายตัว โชนชั้นในจะถูกล้ำโชนชั้นนอกและถดถูกลงไป จึงเกิดอาการกระเพื่อมคล้ายกับละลอกน้ำเมื่อ เราโยนก้อนหินลงไปเหนือผิวน้ำ ซึ่งการขยายตัวของเมืองแบบ Concentric Zone นี้ ถือเอา ระยะทางของการเดินทางจากย่านที่อยู่อาศัยไปยังศูนย์กลางเมืองในระยะเวลาไม่แตกต่างกันไป ตามระยะทางที่มุ่งเข้าสู่กลางเมือง ที่ดินแปลงที่อยู่ใกล้ศูนย์กลางเมืองจะมีราคาที่ดินแพงกว่าที่ ดินที่อยู่ไกลออกไป รูปแบบของการขยายตัว (Physical Growth) สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจน เมืองจะขยายออกไปเป็นวงรอบจากเขตที่อยู่ภายใน (Inner Zone) ไปยังเขตที่อยู่ภายนอก (Outer Zone) (JAMES H. JOHNSON 1973 : 172) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้อธิบายถึงตำแหน่งของ ประเภทพื้นที่การใช้งานหลักของการใช้ที่ดินในเมืองและมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปีเป็นอย่างไร องค์ประกอบจะแสดงความเรียบง่ายในการเข้าถึงที่มันสามารถรองรับได้ ขณะที่การใช้งานจะ แสดงด้วยภาพประกอบการบรรยายอย่างเด่นชัด ซึ่งรูปแบบการใช้ที่ดินดังทฤษฎีที่กล่าวมา นำเชื่อถือแต่บางครั้งมันสั้นจนทำให้คาดการณ์ผิด ซึ่งในปัจจุบันการทำงานมีความสัมพันธ์กับการ เข้าถึงจึงมีการแบ่งส่วนและมีหลายศูนย์กลางขึ้น ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงเป็นการบรรยายให้เห็นถึงรูปแบบ การใช้ที่ดินที่ซึ่งที่ไม่แน่นอน แต่มีความโน้มเอียงว่าจะมีการรูปแบบพัฒนารูปแบบการ ใช้ที่ดินเป็นแบบนั้น (F. Stuart Chapin , Jr. 1972 : 17) ด้วยเหตุนี้ทฤษฎีเดิมของ BURGESS ก็ เปลี่ยนแปลงไปด้วย หรือไม่สามารนำมาวิเคราะห์กับเมืองสมัยใหม่ได้ถูกต้องนัก

RADIAL SECTOR THEORY

HOMER HOYT (1939) ได้เสนอทฤษฎี Radial Sector Theory เพื่ออธิบายรูปแบบการใช้ที่ดินของเมือง ทฤษฎีนี้ได้พัฒนามาจาก The Concentric Zone Theory ของ BURGESS โดย HOYT โดยมองว่าเมื่อเมืองได้เติบโตมาจนถึงระดับหนึ่ง จะเกิดรูปแบบการใช้ที่ดินเป็นแบบเส้นหรือเสี้ยวลักษณะรูปพัด โดยแผ่ออกจากศูนย์กลางตามถนนสายสำคัญ เขตที่อยู่อาศัยยังแบ่งออกเป็นเขตผู้มีรายได้น้อย ปานกลาง และผู้มีรายได้สูง แสดงให้เห็นว่าค่าเช่าเป็นตัวแทนของคุณลักษณะอื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยทั้งหมด โดยขยายออกไปสู่เขตรอบนอก การเคลื่อนที่ของเขตที่มีราคาแพงนั้นมีอิทธิพลดึงให้เมืองเจริญไปในทิศทางนั้น HOYT ได้ระบุปัจจัยต่างๆ ซึ่งทำให้เขตที่อยู่อาศัยชั้นดีเกิดขึ้น คือ

1. เขตที่อยู่อาศัยราคาแพงจะเกิดขึ้นและขยายตัวออกไปตามเส้นทางคมนาคมไปสู่จุดที่มีศูนย์กลางการค้าและอาคารอื่นๆ อยู่ก่อนแล้ว
2. เขตที่มีบ้านราคาแพง มีแนวโน้มจะขยายออกไปสู่บริเวณที่มีระดับสูงพ้นจากอุทกภัย และมักชอบอยู่ใกล้ทะเลสาบ อ่าว ท่าเรือ หรือ ริมน้ำที่ไม่มีกิจการอุตสาหกรรม
3. ที่อยู่อาศัยราคาแพงจะขยายตัวออกไปสู่ที่โล่งนอกเมือง ซึ่งไม่ใช่เป็นทางตัน (Dead End) และขยายไม่ออกในอนาคต
4. เขตที่อยู่อาศัยราคาแพงมักมีแนวโน้มอยู่ใกล้บ้านผู้นำในละแวกนั้น
5. การเคลื่อนที่ของสำนักงาน ธนาคาร และร้านค้าจะดึงเอาเขตที่อยู่อาศัยราคาแพงออกไป ในทิศทางเดียวกัน
6. เขตที่อยู่อาศัยราคาแพง จะเกิดขึ้นตามเส้นทางคมนาคมที่สะดวกที่สุด
7. เขตที่อยู่อาศัยราคาแพงจะอยู่ในที่หนึ่ง เป็นระยะเวลาสั้น
8. แพลตให้เช่าราคาแพงจะสร้างอยู่ในเขตย่านการค้าเก่า
9. ผู้จัดสรรที่ดินอาจมีส่วนในการหันเหทิศทางของเขตที่อยู่อาศัยราคาแพงได้
10. เขตที่อยู่อาศัยราคาแพงจะไม่เจริญแบบก้าวกระโดด แต่จะขยายตัวออกไปในทิศทางที่แน่นอนมีลักษณะเป็นเส้นหรือมากกว่าเส้นก็ได้ (MICHEAL C. ROMANOS 1976 :49-51)

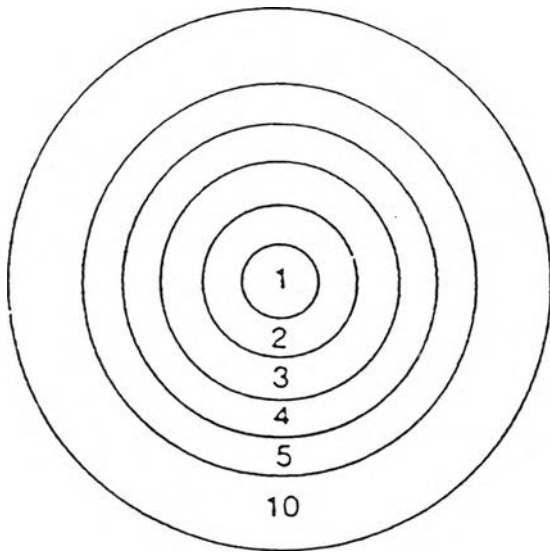
ด้วยเหตุนี้ทฤษฎีการขยายตัวแบบแบ่งส่วน จึงเป็นการอธิบายในรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบที่อยู่อาศัยของการใช้ที่ดินที่ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของ Concentric Zone และส่วนต่างๆ พัฒนามาเป็นทฤษฎีแยกออกมาที่เกี่ยวกับพลศาสตร์ของกระบวนการเติบโต (F.STUART CHAPIN,JR.1972 :18-19) โดยเมืองจะขยายตัวออกไปตามแนวถนนสายสำคัญ และขยายออกไปอย่างไม่สิ้นสุด เติบโตออกจากศูนย์กลางย่านธุรกิจโดยเฉพาะแนวพื้นที่เปิดโล่ง

พื้นที่ที่ขยายออกไปส่วนใหญ่มักจะเป็นที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง เนื่องจากต้องการหนีความแออัดจากเขตเมืองชั้นใน มีข้อน่าสังเกตว่าการเติบโตตามรูปแบบนี้จะขยายตัวออกจากศูนย์กลางได้ง่ายกว่าการใช้ที่ดินแบบวงกลม (Concentric Zone) โดยเฉพาะการขยายตัวของเมืองในทิศที่ไม่มีอุปสรรคกีดขวางเช่น ภูเขา แม่น้ำ เป็นต้น (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย , 2542 : 13)

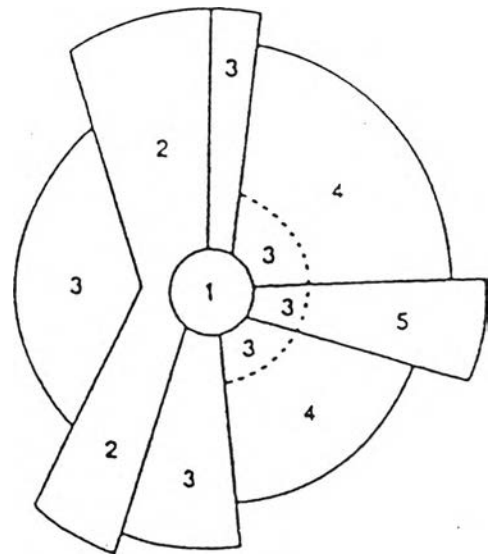
MULTIPLE NUCLEI THEORY

RODERICK D. MCKENZIE ได้พัฒนาทฤษฎีนี้มาจากทฤษฎีรูปวงกลม (Concentric Zone) และรูปเสี้ยวหรือพาย (Sector Concept) โดยแย้งว่าเมืองอาจมีได้มีเพียงศูนย์กลางเดียว แต่อาจมีมากกว่า 2 แห่งขึ้นไป ต่อมา CHAUNCY D. HARRIS และ EDWARD L. ULLMAN ให้ข้อสังเกตว่าแต่ละศูนย์กลางมีโครงสร้างที่แตกต่างกัน อาจจะมีย่านธุรกิจเป็นศูนย์กลาง (Central Business District) อาจจะมีตลาดค้าส่งหรือค้าปลีก (Retail or Wholesale) เป็นศูนย์กลางหรือมีศูนย์การค้า (Shopping Center) เป็นศูนย์กลางเพื่อบริการให้แก่เขตที่อยู่อาศัยโดยรอบ

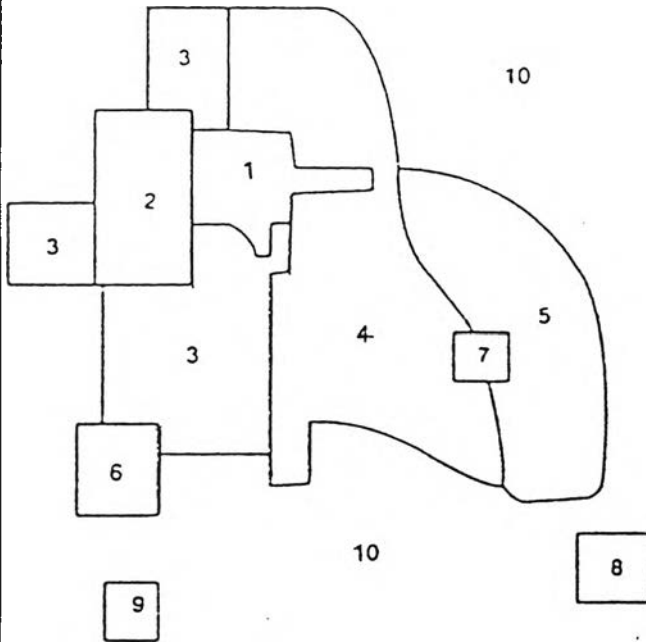
โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์กลางบริเวณชานเมืองเป็นศูนย์กลางการบริการที่สำคัญ มีรัศมีไกลกว่าศูนย์กลางในเมือง (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย 2542 : 13) นอกจากนี้ยิ่งถ้าเมืองมีขนาดใหญ่เท่าใดจำนวนศูนย์กลางก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้น ซึ่งศูนย์กลางย่อยเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกับบริเวณพักอาศัยของคนชั้นกลางและคนชั้นสูง และเมื่อเกิดศูนย์กลางขึ้นใหม่ในที่ใดก็ตาม มักจะมีการใช้ที่ดินประเภทอื่นที่มีความสัมพันธ์กันเกิดตามไปด้วย (MICHAEL C. ROMANOS 1976 : 49 – 51) เมืองตามแนวคิดนี้เป็นลักษณะของเมืองใหญ่ที่เกิดจากเมืองย่อยๆรวมกันเข้าเป็นหลายเมือง กล่าวคือ เมืองประกอบด้วยลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งการพัฒนาความเจริญเติบโตของเมืองมีแนวโน้มแยกออกไปจากเขตศูนย์กลางไปยังพื้นที่อื่นๆ ถ้าพื้นที่บริเวณนั้นมีศักยภาพเพียงพอต่อความเจริญมากกว่าศูนย์กลางเดิมที่เป็นอยู่ ดังนั้นรูปแบบโครงสร้างของเมืองจึงไม่ได้มีศูนย์กลางเดียว การใช้ที่ดินของกิจกรรมต่างๆก็ไม่ได้เป็นลักษณะวงกลมซ้อนกัน (Concentric) รอบศูนย์กลางเมืองหรือการแบ่งส่วน (Sector) และมีการใช้ที่ดินหลายรูปแบบรอบศูนย์กลางนั้น สุดท้ายแล้วอุปสงค์และอุปทาน จะเป็นแรงให้เกิดการกระตุ้นตลาดการใช้ที่ดิน โดยการการจัดการและพิจารณาเป็นอันดับแรกเพื่อให้ได้ข้อสรุปในการตัดสินใจทำเลการใช้ที่ดินแบบต่างๆ และจัดวางเจาะจงการใช้ที่ดินเฉพาะลงไปว่าจะมีการใช้ที่ดินในพื้นที่เมืองนี้เป็นแบบใด (F.STUART CHAPIN, JR. 1972 : 21)



CONCENTRIC ZONE THEORY



SECTOR THEORY



MULTIPLE NUCLEI

คำอธิบาย

1. ศูนย์กลางย่านธุรกิจ (Central Business District)
2. แหล่งจำหน่ายสินค้าขายส่ง (Wholesale Light Manufacturing)
3. เขตที่พักอาศัยของผู้มีรายได้น้อย (Low - Class Residential)
4. เขตที่พักอาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง (Medium - Class Residential)
5. เขตที่พักอาศัยของผู้มีรายได้สูง (High - Class Residential)
6. แหล่งอุตสาหกรรมหนัก (Heavy Manufacturing)
7. แหล่งธุรกิจรอบนอก (Outlying Business District)
8. เขตที่พักอาศัยชานเมือง (Residential Suburb)
9. แหล่งอุตสาหกรรมนอกเมือง (Industrial Suburb)
10. เขตที่พักอาศัยของคนเดินทางเข้าไปทำงานในเมือง (Commuter Zone)

บทบาทของศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง

แผนภาพที่ 2.1 : แสดงรูปแบบการใช้ที่ดินและการขยายตัวของเมือง 3 รูปแบบ

น.

สัญลักษณ์

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2.4 รูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

TERENCE GARY MCGEE (1967) พบว่า เมืองในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีรูปแบบการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมแตกต่างจากเมืองในประเทศตะวันตก กล่าวคือ จะปรากฏตลาดเป็นย่านศูนย์กลางการค้า โดยมีร้านค้าที่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้กระจายอยู่รอบๆ ทั้งนี้เพื่อให้บริการแก่ประชาชนที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น สำหรับรูปแบบการขยายตัวของการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมจะมีลักษณะคล้ายกับตะวันตกตรงที่ว่า จะขยายออกจากศูนย์กลางเมืองไปสู่พื้นที่รอบๆ สังเกตได้ว่าการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมในเมือง จะมีความหนาแน่นมากที่สุด และค่อยๆ ลดลงเมื่อห่างออกไปจากย่านใจกลางเมือง (TERENCE . MCGREE 1967 : 128) เห็นได้ว่าย่านการค้าของเมืองจะอยู่ติดกับเขตที่ทำการของรัฐบาลและเขตการใช้ที่ดินแบบผสมที่ถือเป็นย่านใจกลางเมือง โดยมีรูปแบบขยายตัวออกไปจากย่านใจกลางเมืองเป็นรูปรัศมีตามแนวเส้นทางคมนาคมที่มุ่งออกจากศูนย์กลางเมือง

2.2.5 รูปแบบการใช้ที่ดินของ กรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาภาพรวมในเรื่องการใช้ที่ดินของกรุงเทพมหานคร เริ่มตั้งแต่ที่ตั้งของเมือง ประวัติและวิวัฒนาการการเติบโตของกรุงเทพมหานคร การขยายตัวของเมืองมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งบางส่วนก็มีการใช้ที่ดินหลายประเภทปะปนกัน (Mix Use) คือ บริเวณพาณิชย์กรรม บริเวณอุตสาหกรรม บริเวณสถาบันการศึกษา บริเวณสวนสาธารณะและที่พักผ่อนหย่อนใจ จะเห็นได้ว่าส่วนที่เป็นย่านศูนย์กลางการค้าของเมือง (Central Business District Area) ของเมือง กระจายออกจากใจกลางเมือง ไปเกาะกลุ่มอยู่ตามแหล่งชุมชนต่างๆ เป็นจุดๆ โดยมีเส้นทางถนนเป็นตัวนำ แต่ยังคงอยู่ในพื้นที่เขตเมืองชั้นในเป็นส่วนใหญ่ คือ เขตพระนคร ป้อมปราบ สัมพันธวงศ์ บางรัก ปทุมวัน พญาไท ส่วนเขตชั้นกลาง ชั้นนอก ก็มี ในเขต บางกะปิ เขตบางเขน เขตพระโขนง เป็นต้น ย่านการค้าต่างๆที่กระจายออกไปจากศูนย์กลางเดิม และยังคงมีความสำคัญอยู่ ได้แก่ ย่านบางลำพู เยาวราช วังบูรพา ประตูน้ำ สยามสแควร์ ราชประสงค์ ราชดำริ สีลม เพลินจิต บางแห่งเป็นย่านการค้าเฉพาะบางประเภท ที่ยังคงมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ เช่น ย่านพาหุรัดขายผ้า ย่านบ้านหม้อขายเพชร ย่านเยาวราชขายทอง เป็นต้น ปัจจุบันแรงเหวี่ยงของการขยายตัวของเขตเมือง ทำให้เกิดย่านการค้าในบริเวณชานเมืองมากขึ้น โดยการวางแผนของนักลงทุนในเอกชนเล็งเห็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวของชุมชน ซึ่งได้แก่ ย่านลาดพร้าว บางกะปิ พระโขนง เป็นต้น

ซึ่งเป็นลักษณะโครงสร้างของเมืองแบบหลายศูนย์ ตามทฤษฎี MULTIPLE NUCLEI THEORY ซึ่งในแต่ละศูนย์มีความสมบูรณ์ในตัวเองและแต่ละศูนย์อยู่ห่างกันไม่มาก กล่าวคือ มีสาธารณูปโภค / สาธารณูปการภายในศูนย์นั้นพอเพียงสำหรับชุมชน ซึ่งไม่จำเป็นต้องพึ่ง ศูนย์กลางใหญ่ของเมืองเพียงอย่างเดียว แนวความคิดนี้มีผู้เห็นด้วย คือ นิจ ฮิญาซีร์นันท์ และ เจลิม แก้วกั้วาล ได้เปรียบรูปแบบโครงสร้างและการใช้ที่ดินของกรุงเทพมหานครว่า ทฤษฎีการขยายตัวของเมืองที่ใกล้เคียงกับความจริงในปัจจุบัน ได้แก่ MULTIPLE NUCLEI THEORY และอธิบายเสริมว่าอย่างกรุงเทพมหานครที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย เขตเมืองก็ขยายกว้างออกไป (จานรรจา ชัยโชติชัย 2532 : 10)

2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

2.3.1 ลักษณะการเกิดย่านการค้า

(THE CHARACTER AND LOCATION OF BUSINESS DISTRICT)

กองผังเมืองรวม ได้อธิบายลักษณะการเกิดย่านการค้า โดยกล่าวว่า ไม่ว่าจะย่านที่พักอาศัย จะไปอยู่ ณ. ที่ใด การค้าจะขยายตัวตามออกไปเสมอ ส่วนใหญ่ย่านการค้าจะเกิดขึ้น ณ.

1. ศูนย์กลางชุมชน
2. ตรอกถนนสายหลักตัดกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาทางด้านจราจรและความปลอดภัย
3. เกิดขึ้น 2 ผังถนนสายหลัก และขยายตัวตามถนนออกไปเรื่อยๆ ทำให้เกิดปัญหาการจราจรคับคั่ง เป็นอันตรายจากขบวนยานที่ใช้ถนน และลดประสิทธิภาพของถนน ทำให้การขนส่งล่าช้า เป็นต้น

โดยกล่าวว่า ย่านการค้าในเมือง จะมี 2 ประเภท คือ

1. ย่านการค้ากลางเมือง (Commercial District in the Center of the Town)
2. ย่านการค้าทั่วไป (Neighbourhood Trading Area)

ซึ่งบางเมืองจะมีทั้งสองประเภท บางเมืองก็มีประเภทใดประเภทหนึ่งถ้ามีทั้ง 2 ประเภท จะดีกว่า เพราะย่านการค้าทั่วไปจะลดปัญหาความหนาแน่นของย่านการค้าของเมือง (รายงานผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1) , 2540:35)

ซึ่ง MAGARET ROBERT (1974) ศึกษาเกี่ยวกับย่านการค้า ว่าได้รับอิทธิพลจากทฤษฎี ศูนย์กลางเป็นอันมาก ซึ่งม็องค์ประกอบที่ต้องพิจารณา คือ หน้าที่ศูนย์กลางและรูปแบบของ ศูนย์กลางที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ ความสะดวกในการคมนาคม ตลอดจนปริมาณและ ประเภทของสินค้าและบริการในพื้นที่นั้นโดยผู้บริโภคมักจะพยายามเลือกที่จะซื้อสินค้ามากที่สุด โดย เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด (MAGARET ROBERT 1974 : 302)

2.3.2 รูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมภายในเมือง

การใช้ที่ดินเพื่อการค้าหรือย่านการค้า เป็นประเภทหนึ่งของการใช้ที่ดินในตัวเมือง มีพื้นที่ ไม่มากนักในตัวเมือง แต่มีความสำคัญเพราะเป็นพื้นที่เปรียบเสมือนใจกลางของเมืองปัจจุบัน และพื้นที่ที่ให้เป็นย่านกลางของชุมชนโดยรอบตัวเมืองในอเมริกามีพื้นที่เป็นย่านการค้าประมาณ ร้อยละ 3.7 แต่ในประเทศไทยมีประมาณร้อยละ 3.38 (เบญจวรรณ อารีสมาน 2530 : 36)

นอกจากนี้ F. STUART CHAPIN JR. ได้ศึกษาถึงย่านการค้า (Commercial Land Use) ว่ามีพื้นที่โดยเฉลี่ยประมาณ 2 – 5 % ของพื้นที่ชุมชน มักจะอยู่ในบริเวณที่ดินราคาสูง ค่าเช่าที่ดิน และอาคารจะแพง มีการคมนาคมสะดวกและมีบริการสาธารณะ การใช้ที่ดินเพื่อการพาณิชยกรรม และควรอยู่ใกล้กับเส้นทางที่มีการจราจรหนาแน่น มีที่ตั้งใกล้กับถนนสายประธานสองสาย ที่ผ่านย่านการค้า มีที่จอดรถเพียงพอและมีที่สำหรับร้านค้าอย่างสมบูรณ์ รวมทั้งมีร้านอาหาร สิ่งบันเทิงต่างๆ มีสาขาของธุรกิจและบริการทางการเงินเพียงพอ สำหรับย่านการค้าส่ง ควรอยู่ใน บริเวณที่มีระบบคมนาคมเข้าถึงสะดวก โดยควรมีพื้นที่ด้านหน้าติดต่อกับถนนสายหลัก และมีทาง เข้าถึงทางรถไฟได้สะดวกพอสมควร (F. STUART CHAPIN JR. 1972 : 370 - 375)

การใช้ที่ดินเพื่อเป็นย่านการค้าในเมือง มีเพียง 3.7 % ของพื้นที่เมืองเท่านั้น และพื้นที่ 3.7 % ควรจะกระจุกตัวรวมกันเป็นกลุ่มเดียวหรือกระจายตัวไปในบริเวณต่างๆของเมือง ซึ่งการใช้ ที่ดินในเชิงพาณิชยกรรมจะครอบคลุมพื้นที่ในเมืองน้อย แต่จัดเป็นประเภทการใช้ที่ดินที่ให้ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และมักตั้งอยู่ตรงจุดหรือบริเวณที่เข้าถึงสะดวกที่สุด เพราะสะดวกสำหรับ ผู้ที่มีรถยนต์และผู้ให้บริการขนส่งมวลชนในระบบต่างๆ และยังสะดวกในการติดต่อกับแหล่ง ขยายปลีก ขายส่ง ตลอดจนสถานประกอบการค้าและบริการที่พึ่งพาอาศัยกันอีกด้วย (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527 : 108) โดยย่านธุรกิจการค้าจะเป็นที่รวมของสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อ บริการแก่ประชาชนโดยรอบ ซึ่งตำแหน่งของธุรกิจการค้ามักจะมีเหมาะสมในแง่ที่เป็น ศูนย์กลางด้านการคมนาคม ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงและเป็นบริเวณที่ประชากรมีการสัญจร

อย่างหนาแน่น ซึ่งจะช่วยเอื้ออำนวยต่อการประกอบกิจการค้าขาย โดยทั่วไปแล้วทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสมดังกล่าวนี้จะมีราคาที่ดินในอัตราที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและบริการจึงยอมรับเงื่อนไขในเรื่องค่าเช่าที่ดินดังกล่าว เพื่อแลกกับที่ตั้งที่เหมาะสมและสามารถให้กำไรได้สูงสุด (BRIAN GOODALL 1972 : 50)

รวมถึง ประพันธ์ เศวตนันท์ ได้กล่าวถึงหลักการใช้ที่ดินทางการค้าว่า ผลกำไรทางการค้าขึ้นอยู่กับความใกล้ไกลกับตลาดจำหน่ายร้านค้าปลีก ธนาคาร บริษัทโฆษณา สำนักงานใหญ่ของบริษัทต่างๆและที่ทำการของรัฐบาล จะสามารถได้ผลกำไรหรือมีประสิทธิผลมากที่สุดถ้าตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางที่ดีมีประชาชนอยู่อย่างหนาแน่น การตั้งที่ห่างไกลออกไปจากตลาดจะทำให้ปริมาณการขายหรือการติดต่อน้อยลงไปโดยปริยาย เหตุผลต่างๆคือการตั้งที่ทำการในใจกลางเมืองนั้นมีประชากรเดินทางสัญจรผ่านไปมามากมาย (ประพันธ์ เศวตนันท์ 2520 : 38 – 59) และถึงแม้ว่าการใช้ที่ดินทางการค้าภายในเมืองจะมีน้อย คือ เฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 5 ของพื้นที่ในเขตชุมชนทั้งหมดแต่กิจกรรมทางการค้ามีบทบาทสำคัญต่อความเจริญของเมืองมากที่สุด เพราะเป็นกิจกรรมที่มีแรงงานมากเฉลี่ยเกิน40% ของแรงงานทั้งหมด (จันรรจจา ชัยโชนิตย์ 2532 : 32)

2.3.3 รูปแบบที่ตั้ง และการขยายตัวของกิจกรรมทางการค้า

รูปแบบที่ตั้งของการค้าและการบริการ พบได้ 2 รูปแบบ คือ

1. แบบแผนกระจายตัว (*Dispersed Pattern*) แบบแผนที่ตั้งแบบนี้เกิดขึ้นเพราะความจำเป็นที่ต้องอยู่ห่างกัน ด้วยเหตุว่า

- กิจกรรมทางการค้า / บริการ ต้องใช้ทรัพยากรที่หายาก ขาดแคลน เป็นทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง จึงต้องกระจายตัวอยู่ในที่มีทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่ต้องใช้
- กิจกรรมการค้า / บริการนั้น มีความจำเป็นที่ต้องอยู่ใกล้ตลาด และตลาดผู้บริโภคกระจายกันออกไป เพราะฉะนั้นกิจกรรมทางการค้าประเภทที่ต้องกระจายกันไปตามที่ตั้งต่างๆ ซึ่งมีประชาชนอยู่มาก ๆ อาทิ ร้านขายของชำ จะไม่พยายามตั้งร้านให้อยู่ใกล้กับร้านอื่นๆ จะทำให้ลูกค้าน้อยลงไป เพราะลูกค้าจะเลือกใช้บริการร้านที่อยู่ใกล้ที่สุด

สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบกระจายตัว แต่ละหน่วยกิจการจะอยู่ห่างกันเพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันระหว่างกัน โดยมีสาเหตุที่ต้องตั้งห่างกัน เนื่องจากมีการแข่งขันเพื่อแย่งปัจจัยในการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด อีกสาเหตุมาจากกิจการนั้นเป็นกิจการที่ต้องอาศัยกลุ่มลูกค้า จากการศึกษาการค้ากระจายตัวออกไป ทำให้กิจการต้องกระจายตัวตามออกไปด้วย

นอกจากนั้น CHISTALLER (อ้างใน ฉัตรชัย พงศ์ประยูร : 2527) ยังพบว่า การกระจายตัวของธุรกิจการค้าจะอยู่ในลักษณะที่เป็นแถบยาวไปตามเส้นทางคมนาคม (Ribbon) โดยธุรกิจการค้าจะคำนึงถึงการเข้าถึง (Accessibility) จากภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งร้านค้าที่มีรูปแบบที่ตั้งแบบกระจายตัว จะได้แก่ ร้านค้าตามถนนหลวง (ซึ่งร้านค้าแบบนี้จะไม่มีกรวางแผนไว้ล่วงหน้า) , ร้านค้าตามถนนภายในเมือง , ร้านค้าตามถนนชานเมือง

2. แบบแผนกระจุกตัว (Clustered Pattern) ซึ่งแบบแผนนี้จะแตกต่างจากแบบแรกโดยสิ้นเชิง กิจกรรมประเภทนี้จะต้องตั้งอยู่ใกล้ตลาดและปรากฏว่าตลาดผู้บริโภคมารวมกันอยู่ไม่กี่แห่ง เช่น กิจกรรมบางอย่างน่าจะต้องการแข่งขันกันมากแต่กลับต้องอยู่ใกล้กัน เช่น บริษัทที่มีสาขาหลายแห่งเป็นร้านค้าปลีกจะพยายามตั้งสาขาลัก 1 แห่งให้ใกล้กับบริษัทคู่แข่งให้มากที่สุดหรือตั้งห้องแสดงสินค้าประเภทเดียวกันบนถนนสายเดียวกัน ในบางครั้งกินความไปถึงศูนย์กลางทางด้านการเงิน แหล่งเที่ยวเตร่ในเวลากลางคืน สถานที่ราชการ แหล่งซื้อขายของคนชั้นสูง เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้มักตั้งในเขตเดียวกันหรือใกล้ๆกัน ลักษณะการรวมตัวกันของกิจกรรมดังกล่าว เป็นเพราะว่า แต่ละบริษัทห้างร้านเห็นว่าที่ตั้งนั้นเป็นประโยชน์กับตน เพราะมีบริษัทห้างร้านอื่นๆมารวมกันอยู่มากแล้ว (วิรัช ศิลป์ เสวกุล 2528 : 18 – 19)

สรุปได้ว่า เป็นรูปแบบที่อาจเกิดจากกิจการค้าที่ต้องการอาศัยลูกค้าเป็นหลักใหญ่และลูกค้ามีกลุ่มเดียวหรือมีน้อย สาเหตุที่ทำให้เกิดการรวมตัวเนื่องจากพื้นที่ในบริเวณดังกล่าวมีแรงดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการทำให้กิจการใหม่ๆเข้ามาตั้งอยู่ใกล้กิจการที่มีอยู่เดิมมากขึ้น อีกสาเหตุหนึ่งมาจากสินค้าของกิจการยังไม่ได้มาตรฐานและยังไม่สามารถใช้แทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้เกิดการรวมตัวเพื่อเพื่อการเลือกซื้อโดยที่ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้

(กาญจน์ พลจันทร์ : 2521)

จะเห็นได้ว่า การเลือกที่ตั้งการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทนี้ จะมีหลักเกณฑ์โดยทั่วไป ดังนี้

1. ความสะดวกสบาย
2. ติดต่อกับบริเวณอื่นๆได้ง่าย
3. มีพื้นที่เพียงพอ
4. ติดต่อด้วยการเดินทางสะดวก มีการเข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัย
5. ประหยัดการลงทุนพัฒนา
6. อยู่ใกล้ตลาดหรือที่ซึ่งประชาชนเดินทางสัญจรไปมามาก
7. อยู่ใกล้ศูนย์กลางที่มีประชาชนอยู่อย่างหนาแน่น (วิรัช ศิลป์ เสวกุล 2528 : 21)

รูปแบบในการขยายตัวของธุรกิจการค้าจะแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ในย่านศูนย์กลางเมือง ซึ่งที่ดินมีราคาแพงจะขยายตัวในแนวดิ่ง เพื่อให้ประโยชน์ที่ดินให้คุ้มค่าที่สุด ในขณะที่การขยายตัวของธุรกิจการค้าลักษณะเขตการค้าที่เลยจากศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District) ไปสู่ชานเมืองจะขยายตัวออกไปตามเส้นทางคมนาคมที่มุ่งออกจากตัวศูนย์กลางเมือง โดยจะมีจำนวนลดลงเมื่ออยู่ห่างศูนย์กลางเมืองในบริเวณชานเมืองที่มีการตัดกันของโครงข่ายการคมนาคมหรือตำแหน่งที่สะดวกในการเข้าถึงจะมีความได้เปรียบในเชิงการค้ามากกว่าบริเวณอื่นๆ

การใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมในย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของกลุ่มตึกแถวหรืออาคารขนาดใหญ่ และรูปแบบของการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมก็เริ่มที่จะมีการขยายตัวออกไปตามแนวเส้นทางคมนาคมออกสู่ชานเมือง ขณะเดียวกันกิจกรรมการค้าภายในเขตย่านการค้า (CBD) จะลดความสำคัญลง โดยเฉพาะกิจกรรมการค้าปลีกและส่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันภายนอกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (YANASARN 1967 : 128)

2.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม

สามารถที่แยกพิจารณา ได้ ดังนี้ (กิจูเซต ไกรวาส 2538 : 15)

- ปัจจัยทางด้านกายภาพ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

- ระบบคมนาคม มีความสำคัญโดยเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่างๆในระบบเศรษฐกิจ นำปัจจัยการผลิตมาสู่เมืองและกระจายผลผลิตของเมืองไปยังพื้นที่โดยรอบ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการคมนาคมจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการใช้ที่ดินด้วย การปรากฏของห้องแถวหรืออาคารที่ขายสินค้าและบริการให้แก่ผู้ที่สัญจรไปมาหลังจากที่มีถนนตัดขึ้นใหม่

- ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็น ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสารและโทรคมนาคม การขนส่ง ฯลฯ จะเห็นได้ว่าพื้นที่ในเมืองใดในเขตเมืองที่มีความพร้อมในด้านเครือข่ายสาธารณูปโภคสูง พื้นที่นั้นจะมั่งคั่งไปด้วยธุรกิจต่างๆ

- ประเภทที่ดินในบริเวณข้างเคียง ซึ่งการใช้ที่ดินในแต่ละประเภทจะส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคซึ่งกันและกัน โดยทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบการจะเลือกตั้งร้านค้าอยู่ในบริเวณที่มีการใช้ที่ดินที่จะส่งเสริมหรือเอื้อโอกาสทางการค้า (วราพงศ์ นิลศิริ 2531 :)

- ความสะดวกในการเข้าถึง จะหมายถึงความสะดวกในการเดินเท้า มอเตอร์ไซด์ รถยนต์ เป็นต้น ถ้าร้านใดสามารถรับเข้าถึงได้มากกว่าจะถือว่ามีความสามารถในการเข้าถึงสูง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ วิธีการที่จะเข้าสู่ร้านค้า , เส้นทางเดินรถโดยสารสาธารณะ , ความใกล้ไกลจากถนนสายหลักของเมือง , ความกว้างของช่องทางจราจร , ขนาดของพื้นที่จอดรถ เป็นต้น

- ความเป็นศูนย์กลางเมือง ซึ่งจะหมายความถึง ความสะดวกที่อยู่ใกล้กับใจกลางเมือง (F STUART JR CHAPIN ,1965) หรืออาจหมายถึงระยะทางรวมทั้งหมดที่ได้ใช้ในการเดินทางไปยังจุดใดจุดหนึ่งของเมือง ซึ่งจุดดังกล่าวนี้คือ จุดกลางของการกระจายประชากรในพื้นที่ (THOMAS WILLBANK , 1980) เมื่อเมืองขยายตัวมากขึ้น ย่านการค้าจะขยายตัวเพื่อคงความสามารถในการบริการลูกค้าได้ทั่วถึงเช่นเดิม ซึ่งทำให้เกิดตลาดที่รองรับมาสำหรับประชากรในแต่ละพื้นที่

● ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ จะประกอบไปด้วย

- ราคาที่ดิน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของราคาที่ดินจะชี้ให้เห็นถึงสภาพการพัฒนาและแนวโน้มการใช้ที่ดินในพื้นที่นั้น
 - ค่าเช่า โดยทั่วไปร้านค้าต้องการจ่ายค่าเช่าที่ถูกลงๆ ซึ่งค่าเช่าของแต่ละร้านจะแตกต่างกันไปมากน้อยขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของร้านนั้น หากมีทำเลที่ดี จะมีราคาเช่าค่อนข้างสูง
 - เงินลงทุน ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนมากย่อมมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินสูง เช่นลงทุนซื้อที่ดินเป็นศูนย์กลางการค้า , คอนโดมิเนียม เป็นต้น
 - ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่ได้รับ
 - ความเกี่ยวข้องกันเชิงแข่งขันหรือส่งเสริมกัน

● ปัจจัยทางสังคม ประกอบไปด้วย

- ประชากร (ลูกค้า) จำนวนประชากร การเพิ่มโดยธรรมชาติและโดยการอพยพจะเป็นปัจจัยที่มีผลกับที่ตั้งของกิจกรรมทางการค้า เพราะพื้นที่ที่ประชากรมากจะเอื้อกับการค้า
- ลักษณะประชากร จะมีส่วนสำคัญต่อการประกอบกิจกรรมทางการค้า เช่น ทำเลที่อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยจะเอื้อโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้กับนักศึกษา
- ความปลอดภัย ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงโดยมุ่งไปที่ความปลอดภัยจากผู้ร้ายเป็นสำคัญ

2.3.5 การกำหนดเขตการค้าของเมือง

MALCOLM PROUDFOOT (อ้างใน ฉัตรชัย พงศ์ประยูร 2527 : 112) ได้ศึกษาโครงสร้างทางการค้าของเมืองขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกา และได้สรุปเขตการค้า ออกมาดังนี้

1. เขตย่านการค้ากลาง (*Central Business District*) หรือศูนย์กลางธุรกิจการค้า หรือต่อมารู้จักกันในนาม Downtown นับเป็นหัวใจของการค้าภายในเมืองหนึ่งๆ เป็นศูนย์รวมของห้างร้านธุรกิจ บริการ มากกว่าส่วนอื่นๆของเมือง อาจสังเกตศูนย์รวมของกิจการดังกล่าว ได้ตดยการค้นหาอาคารสูงๆหลายๆชั้น และเป็นสถานประกอบการของศูนย์การค้าใหญ่ๆ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ร้านขายสินค้าประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเขตนี้สามารถดึงดูดลูกค้าได้ทั่วเมือง ปริมาณการขายในเขตนี้จึงสูงกว่าเขตอื่นๆภายในเมือง

2. เขตการค้ารอบนอก (*Outling Business Center*) นับเป็นส่วนจำลองของเขต C.B.D. สถานประกอบการจะรวมตัวกันอยู่เป็นแถบๆ และนำธุรกิจการค้าได้มาก แต่เป็นรองกว่าเขตชั้นใน เขตนี้ไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ทั่วเมือง แต่สามารถดึงดูดลูกค้าได้จากระยะทางไกลๆ เพราะบุคคลเหล่านั้นยึดเอาถนนสายสำคัญเป็นเส้นทางคมนาคม

3. ย่านธุรกิจสำคัญ (*Principle business Thoroughfare*) มักตั้งอยู่บนถนนสายสำคัญและเป็นย่านธุรกิจแถบหนึ่งของเมือง มีถนนกว้างพอที่จะจอดรถได้ จำนวนสินค้าที่ขายประกอบด้วยสินค้าทั่วไป ส่วนมากอาศัยลูกค้าที่มาโดยรถยนต์ส่วนตัว

4. ถนนธุรกิจละแวก (*Neighbourhood Business Street*) จัดเป็นเขตการค้าในละแวกหรือย่านหนึ่งของเมือง และดึงดูดลูกค้าทุกระดับที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้น ภายในรัศมีเดินเท้า จึงเสนอสินค้าที่มีระดับทรงตัว (*Threshold*) ต่ำ เช่น ร้านขายของชำ ตลาดเนื้อ ผลไม้ ผัก เป็นต้น

5. กลุ่มร้านค้าโดดๆ (*Isolated Store Cluster*) นับเป็นร้านค้าและบริการที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในเมืองหนึ่งๆ มีร้านที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอยู่ 21 – 3 ร้าน ตามมุมมองถนนในเขตรอบๆเมือง สำหรับบริการผู้ที่อยู่อาศัยไกลจากตัวเมือง

2.3.6 ลำดับศักยภาพของเขตการค้าของเมือง

Christaller เสนอลำดับศักยภาพของเมืองโดยยึดเอาบทบาทหน้าที่ทางการค้าและบริการ เป็นเกณฑ์โดยเมืองที่มีลำดับศักยภาพสูงจะมีสินค้าและบริการมากกว่าเมืองที่มีลำดับศักยภาพต่ำ ซึ่งย่านการค้าแบบมีศูนย์กลางคือบริเวณที่มีการรวมกลุ่มร้านค้าขึ้นมา ส่วนมากพบตามสี่แยกสำคัญภายในเมืองอันเป็นทางผ่านที่สำคัญ ลำดับศักยภาพของเขตการค้าในลักษณะนี้มักจะถูกครอบงำด้วย C.B.D. นับเป็นจุดรวมที่ใหญ่ที่สุด

2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์กลางชุมชน

ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory) มีอิทธิพลต่อการศึกษาในเรื่องศูนย์การค้ามาก ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้ง การพัฒนานักส่วนใหญ่จะมีนักภูมิศาสตร์ศึกษาสภาพปัจจุบันในเรื่องแบบแผนของศูนย์การค้า ซึ่งปัจจุบันนี้หลายๆเทคนิคเกี่ยวกับการวางแผนการใช้ที่ดินมีความสัมพันธ์กับย่านการค้าและในเรื่องผลที่ตามมาภิทธิพลจากสิ่งนี้ (MAGARET ROBERT 1974 : 302)

ซึ่งทฤษฎีนี้ได้มีการพัฒนามาจากแนวความคิดของบุคคลเด่นๆ คือ VON THUNEN , LOSCH และ CHRIATALLER (MAGARET ROBERT 1974 : 303) โดยเห็นว่าแหล่งชุมชนหรือย่านศูนย์กลางมีหลายขนาด และหน้าที่กว้างขวางแตกต่างกันออกไปเรียงตามลำดับความสำคัญ (Hierarchical Function) นั่นคือ อาจมีย่านศูนย์กลางอันดับหนึ่ง (First – Order Central Place) อันดับสอง และอันดับสาม ฯลฯ แต่อย่างน้อยที่สุดจะต้องมี 4 ระดับ ได้แก่ แหล่งชุมชนที่เป็นเพียงหมู่บ้านเล็กๆ (Hamlets) จัดว่าเป็นอันดับหนึ่ง ใหญ่ขึ้นมาก็เป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ (Village) ถือเป็นอันดับสอง เมื่อหมู่บ้านเจริญมากขึ้นกิจกรรมในอาณาบริเวณมีมากขึ้น มีคนอาศัยมากขึ้น นานๆเข้ากลายเป็นเมืองเล็กๆ (Town) และในที่สุดก็เป็นเมืองใหญ่ (City) เฉพาะเมืองใหญ่เองนั้นก็มีความไม่เท่ากัน อันดับก็มีมากขึ้น กิจกรรมทุกอย่างก็มากขึ้นไปด้วย (จานรรจา ชัยโชนิตย์ 2532 : 22) ซึ่งเขตการให้บริการพื้นที่โดยรอบ (Complementary Area) ของแหล่งชุมชนแต่ละลำดับก็จะไม่เท่ากัน เช่น แหล่งชุมชนขนาดเล็กจะสามารถบริการเฉพาะประชาชน ในเขตพื้นที่ตลาดของตนเท่านั้น สิ่งที่ให้บริการได้คือสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนแหล่งชุมชนที่ใหญ่ขึ้น สามารถให้บริการด้านต่างๆมากขึ้นไปและสามารถให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่มากขึ้นด้วย

จากการที่ศูนย์กลางมีหลายระดับ การที่จะทราบความสำคัญของหน้าที่ของศูนย์กลางแต่ละระดับ จึงต้องมีการจัดลำดับศูนย์กลาง คือ การจัดลำดับศูนย์กลางตามหน้าที่ ซึ่งตัวแปรในการจัดลำดับ คือ ประชากรที่มาใช้บริการและแรงดึงดูดของศูนย์กลางที่มีต่อประชากร ซึ่งจะแสดงศูนย์กลางในลำดับที่ต่างกัน ซึ่งเราเรียกว่า Rank – size Hierarchy หรือ Rank – size rule (วิรัชศิลป์เสวิกุล 2528 : 16) ซึ่งหากดูผิวเผินแล้ว Rank - size rule ดูเหมือนกันในเรื่องบทสรุปของ CHRIATALLER และ LOSCH ในด้านลักษณะพื้นที่ใกล้เคียง และเมื่อพิจารณาถึงการที่ใช้ที่ดินภายในเมืองแล้ว จะเห็นได้ว่าเมืองนั้นเป็นพื้นที่ที่มีการใช้ที่ดินอย่างหนาแน่น มีความเข้มข้นของการใช้ที่ดินสูง เมืองจึงเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมต่างๆทั้งในระดับเมืองและในระดับภาคด้วย

สำหรับเมืองบางเมือง ซึ่งหมายถึงว่าเมืองแต่ละเมืองต่างก็มีขอบเขตบริการของตัวเอง โดยเฉพาะคือเป็น ศูนย์กลางชุมชนนั่นเอง (วิรัช ศิลป์เสถียรกุล 2528:9)

นอกจากนี้การวัดขนาดและระดับการพัฒนาของพื้นที่โดยรอบชุมชนมิใช่เรื่องง่าย ผู้ทำการศึกษาคือต้องให้คำจำกัดความของ “ พื้นที่โดยรอบ ” ของแต่ละชุมชนแตกต่างกันออกไป POPLIN (1972) ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับ Community Area ซึ่งคิดโดย HAELEY (1950) ซึ่งพิจารณาว่า “ Primary Community Area ” หมายถึงพื้นที่ที่มีขนาดค่อนข้างเล็ก ล้อมรอบด้วยชุมชนส่วนกลาง (Central Community) ผู้ที่อยู่อาศัยใน Primary Community Area นี้ ทำงานซื้อของ และทำกิจกรรมทุกอย่างใน Central Community ส่วน “ Secondary Community Area ” หมายถึงพื้นที่ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่าง Central Community กับพื้นที่โดยรอบแต่ไม่สม่ำเสมอ เช่น มีการซื้อขายปลีกสินค้าถาวร (Durable Goods) การกระจายการขนส่ง บริการทางการแพทย์เฉพาะโรค บริการทางกฎหมายและการเงิน โดยทั่วไปแล้วชุมชนบทไม่มี Secondary Community Area สำหรับ “ Tertiary Community Area ” มักจะพบว่าเกิดขึ้นพร้อมกับการเกิดขึ้นของชุมชนขนาดมหานคร (Metropolis) และทำหน้าที่ให้บริการเฉพาะอย่างสำหรับพื้นที่โดยรอบขนาดกว้างมาก คือ Tertiary Area ซึ่งการมีหรือไม่มีของ Secondary Area ที่ได้รับการพัฒนาแล้วรอบๆชุมชนศูนย์กลาง จึงเป็นหลักที่ใช้แยกชุมชน และยอมรับกันว่าบริการที่เมืองให้แก่พื้นที่โดยรอบ หรือ Central Service ของชุมชน น่าจะเป็นตัวกำหนดตำแหน่ง (Position) ในการจัดลำดับของชุมชนชนบทและเมือง (ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล 2541 : 27-28) สรุปแล้วแนวความคิดทฤษฎีแหล่งกลางจะเป็นเรื่องการจัดระดับศักยภาพ (Hierarchy) ของศูนย์กลางในแต่ละพื้นที่โดยรอบของตัวเอง ซึ่งในระดับศูนย์กลางต่ำสุดจะจัดหาบริการให้ได้มากที่สุด แต่เพียงเล็กน้อย ซึ่งตัวของมันเองนั้นจะอยู่ในพื้นที่โดยที่มีระดับศูนย์กลางสูงกว่า (MAGARET ROBERTS 1974 : 303)

2.4.1 แนวความคิดในการจัดระดับศูนย์กลางชุมชน

จากหนังสือของ F. STUART CHAPLIN (1965) ได้กล่าวถึงที่ตั้งและแบบอย่างของศูนย์กลางชุมชนแต่ละระดับที่ได้รับการวางแผน แล้ว ดังนี้ คือ

- ศูนย์กลางที่ให้บริการแก่ชุมชนระดับหมู่บ้าน (Neighbourhood Serving Center)
- ศูนย์กลางระดับนี้ จะให้บริการประชาชนที่อยู่ในรัศมีที่จะเดินทางมาถึงได้ ร้านค้ามีประมาณ 7 – 15 ร้าน ซึ่งมีร้านค้าประเภทจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นร้านขายของเบ็ดเตล็ด ร้านขายยา ร้านซักแห้ง ฯลฯ ซึ่งสามารถให้บริการประชาชนประมาณ 3,000 คน (BERRY, BRAINJ.L. 1967 : 8)

- ศูนย์กลางที่ให้บริการชุมชนระดับตำบล (Community Serving Center) ศูนย์กลางระดับนี้จะตั้งอยู่ตรงมุมถนนของย่านการค้าบนถนนเอก (Major Thorough Fare) มีประชากรในเขตบริการประมาณ 15,000 - 30,000 คน หรือบริการประชาชนที่อยู่ในรัศมี 1 - 3 ไมล์ ร้านค้ามีประมาณ 16 - 35 ร้าน ร้านมีสินค้าประเภทที่ไม่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น คือ สินค้าประเภท เฟอร์นิเจอร์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสำนักงานอาชีพ (Professional Office) ตั้งอยู่ด้วย ศูนย์กลางลำดับนี้ที่มีได้มีการวางแผนมาก่อน มักจะมีโรงพยาบาลตั้งอยู่ด้วย ซึ่งเป็นการไม่เหมาะสมส่งผลให้เกิดปัญหาตามมามากมาย เนื่องจากขาดที่จอดรถและระบบที่ดี (KELLY EUGENE J. 1956 : 6)

- ศูนย์กลางชุมชนชานเมือง (Suburban or Outlying Center City Center) ศูนย์กลางที่สามารถให้บริการแก่ประชาชนประมาณ 30,000 - 100,000 คน มีร้านค้าประมาณ 25 - 30 ร้าน ร้านจะให้บริการเขตชานเมืองใหญ่ๆแห่งหนึ่ง ลูกค้าประจำมักมาจากชุมชนใหญ่ๆ 1 - 2 แห่ง และจากบริเวณพื้นที่โดยรอบ ศูนย์กลางระดับนี้มิได้มีการควบคุมมาก่อน เนื่องจากลักษณะธรรมชาติ จึงดูเหมือนเป็นส่วนย่อยของเมืองใหญ่ คือ มีลักษณะเป็นย่านพลุกพล่าน (Downtown) ของเมืองไปเสียเลย อันจะมีปัญหาต่างๆของเมืองตามมา เช่น เกิดการติดขัดของการจราจรในช่วงเวลาคับคั่ง และปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ เป็นต้น (KELLY EUGENE J. 1956 : 8)

- ศูนย์การค้าระดับภาค (Regional Serving Business Center) ศูนย์กลางระดับนี้จะตั้งอยู่บนถนนสายประธาน (Arterial Highway) มีเนื้อที่จอดรถให้กับลูกค้ามากกว่า 2,000 คัน (อย่างน้อย 40 เอเคอร์) มีร้านค้าและบริการต่างๆ มากพอที่จะให้ลูกค้าใช้เวลาอยู่ในศูนย์กลางนี้หลายชั่วโมง (BERRY , BRIAN J.L.1967 : 135) และสามารถให้บริการประชาชนตั้งแต่ 100,000 - 1,000,000 คน หรือให้บริการประชาชนที่อยู่ในรัศมีที่จะขับรถมาถึงได้ภายในเวลา 30 นาทีหรือมากกว่า เนื่องจากมีสินค้าและบริการมากมายหลายชนิดที่ดึงดูดประชาชนมากกว่าศูนย์กลางระดับอื่นๆ นอกจากย่านการค้าในเมือง (C.B.D.) (KELLY EUGENE J. 1956 : 57)

จะเห็นได้ว่า ศูนย์กลางชุมชนมีอยู่หลายระดับตั้งแต่ระดับเล็กที่สุดจนถึงระดับใหญ่ที่สุด และจากการที่ศูนย์กลางมีหลายระดับนี้ การที่จะทราบความสำคัญของหน้าที่ของศูนย์กลางแต่ละระดับ จึงต้องมีการจัดลำดับขนาดของศูนย์กลางตามหน้าที่ ซึ่งตัวแปรสำคัญที่จะจัดลำดับ คือ ประชากรที่มารับบริการและแรงดึงดูดของศูนย์กลางที่มีต่อประชากร (Rank - Size Hierarchy)

สำหรับแนวความคิดในการจัดลำดับศูนย์กลางชุมชนในประเทศไทย ในผังนครหลวง 2543 สำนักผังเมือง ได้กำหนดศูนย์กลางต่างๆ ดังนี้

- ศูนย์กลางเมือง (Regional Center) หรือ Loop หรือ C.B.D. ซึ่งหมายถึงบริเวณที่เป็นศูนย์กลางของการค้าและการบริการที่สำคัญที่สุดของเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการปกครอง ธุรกิจการค้า ที่พักอาศัยหนาแน่นสูง สาธารณูปการต่างๆ ที่จะบริการบริเวณชุมชนนี้
- ศูนย์กลางตำบล (Community Center) บริเวณนี้จะเป็นศูนย์กลางรองลงมาจากศูนย์กลางเมือง กระจายอยู่ทั่วไปในชุมชนรอบนอก หรือชุมชนชานเมือง ในบริเวณศูนย์กลางนี้จะประกอบด้วยย่านการค้า การปกครอง การคมนาคม บริการสาธารณูปการต่างๆ เป็นต้น สำหรับบริการคนในชุมชนในรัศมี 2 - 4 กิโลเมตร ซึ่งศูนย์กลางนี้จะช่วยลดความคับคั่งภายในเมือง ศูนย์ตำบล ได้แก่ ศูนย์ชุมชนบางบางเช่น ศูนย์คลองจั่น ศูนย์พระโขนง ศูนย์มีนบุรี ศูนย์ลาดกระบัง ศูนย์ลาดพร้าว ศูนย์ดินแดง เป็นต้น
- ศูนย์กลางหมู่บ้าน (Neighbourhood Center) ศูนย์กลางหมู่บ้านนี้จะกระจายอยู่ในบริเวณพักอาศัยในรัศมี $\frac{1}{2}$ - 1 กิโลเมตร ในศูนย์กลางหมู่บ้านจะประกอบไปด้วย โรงเรียนอนุบาล โรงเรียนประถม สนามเด็กเล่น วัด ร้านค้าย่อยและสาธารณูปการต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการใช้ในแต่ละวัน

2.5 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้า

2.5.1 ความเป็นมาของศูนย์การค้า

ศูนย์การค้าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับเมือง และนับวันจะมีอิทธิพลและบทบาทที่สำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะศูนย์การค้าลักษณะที่เป็นอาคารขนาดใหญ่มีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป (วิรัช ศิลป์เสวิกุล 2528 : 21) ซึ่งศูนย์การค้าจะเป็นภูมิทัศน์ที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของเมืองมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานพร้อมๆ กับการพัฒนาของเมือง โดยศูนย์การค้าเกิดขึ้นครั้งแรกในทวีปยุโรป ต่อมาได้ขยายเข้าไปในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันมีศูนย์การค้าเกิดขึ้นตามเมืองต่างๆ ทั่วโลก แม้แต่ในประเทศที่มีรูปแบบวัฒนธรรมและนโยบายทางการเมืองที่แตกต่างกันก็ยังสามารถพบศูนย์การค้าได้ในเมืองสมัยใหม่ทุกๆ เมืองและเมื่อพิจารณาประวัติความเป็นมาของศูนย์การค้าจะพบว่า ศูนย์การค้านั้น ไม่ได้เป็นสิ่งแปลกใหม่อย่างใดเลย แต่สาเหตุที่คนทั่วไปมักจะมองว่าศูนย์การค้าเป็นสิ่งแปลกใหม่ เพราะรูปแบบของศูนย์การค้าในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากอดีตที่ผ่านมา การศึกษาวิจัยส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับศูนย์การค้าสมัยใหม่น้อยมาก

(JOHN A. DAWSON 1985 : 269)

2.5.2 ความหมายของศูนย์การค้า

JOHN A. DAWSON ให้คำจำกัดความของศูนย์การค้าว่า หมายถึง กลุ่มของอาคารทางพาณิชย์กรรมที่ถูกออกแบบในทางสถาปัตยกรรมเข้าด้วยกัน โดยอาคารเหล่านั้นถูกสร้างขึ้นในพื้นที่ขนาดหนึ่งซึ่งได้รับการวางแผน , การถูกพัฒนา, การถูกเป็นเจ้าของ / จัดการ ให้เป็นหน่วยปฏิบัติงานที่สัมพันธ์ต่อกันที่ตั้งและขนาดของร้านค้าต่างๆในบริเวณทางการค้านั้นๆซึ่งเป็นหน่วยให้บริการ ตามปกติจะจัดให้มีที่จอดรถในสถานที่นั้นๆ (On Site) ในปริมาณที่จำกัดโดยสัมพันธ์กับจำนวนชนิดและขนาดของร้านค้าภายในศูนย์การค้าที่นั้น (JOHN A. DAWSON 1983 : 1)

LAURENCE P.SMITH ให้คำจำกัดความของ Shopping Center ว่า เป็นสถานที่รวมในทางด้านการพาณิชย์กรรมมาอยู่ภายในอาคาร อาจจะมีมากกว่า 1 อาคาร ให้ผู้เช่าอาศัยอยู่โดยการเช่าพื้นที่ และจะประกอบไปด้วยที่จอดรถ , การรักษาความปลอดภัย ในสถานที่นั้น ส่วนใหญ่จะมีการออกแบบและวางแผนหรือปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง(LAURENCE P.SMITH 1983 : 109)

ส่วนในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ให้คำจำกัดความว่า “ ศูนย์การค้า “ หมายถึง อาคารหรือกลุ่มของอาคารที่จัดให้มีพื้นที่เพื่อประกอบการค้าและหรือทำธุรกิจต่างๆ ร่วมกันบนแปลงที่ดิน ซึ่งวางแผนไว้ให้มีพื้นที่ส่วนพาณิชย์กรรมและอื่นๆ โดยมีสวนสาธารณะประโยชน์ร่วมกัน เช่น ถนน ที่จอดรถยนต์ พื้นที่เพื่อภูมิสถาปัตยกรรม ทางเดิน บันได ลิฟท์ และอื่นๆ ที่จำเป็นต่ออาคาร

นอกจากนี้ ปรียา วอนขอพรและคณะ ให้ความหมายของ “ ศูนย์การค้า “ ว่า หมายถึง กลุ่มของร้านค้าที่ตั้งขึ้นโดยมีการวางแผนและการดำเนินการมีกิจการการหน่วยหนึ่งเป็นเจ้าของพร้อมทั้งมีสถานที่จอดรถยนต์ที่ได้รับสัดส่วนกับขนาด สถานที่ตั้ง และชนิดของร้านค้าที่ประกอบขึ้นเป็นศูนย์การค้าที่นั้น ตลอดจนมีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ร่วมกันอยู่ด้วย ในศูนย์การค้าที่นั้น มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง เครื่องประดับ ร้านอาหาร เสริมสวย หรือห้างสรรพสินค้ารวมอยู่ด้วย (ปรียา วอนขอพรและคณะ 2527 : 212)

2.5.3 ประเภทของศูนย์การค้า

ศูนย์การค้า (Shopping Center) มีหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีขอบเขตการบริการแตกต่างกัน สามารถแบ่งออกได้เป็น

1. แบ่งตามประเภทของสินค้า

- Convenience Good Center , Discount Store หรือ Super Center เป็นสถานที่ขายสินค้าประเภทสะดวกซื้อเช่น ร้านขายยา ร้านขายเหล็ก ร้านซักรีด ร้านขายอาหาร ร้านขายของชำ เป็นต้น

- Shopper's Good Center , Specialty Center หรือ Category Dealer ได้แก่ร้านขายเสื้อผ้า เพชรพลอย เพอร์นิเจอร์ และสินค้ารายการใหญ่ นอกเหนือจากที่บริโภคประจำวัน อาจจะเป็นร้านค้าแบบ Speciality " หรือร้านสรรพสินค้าขนาดย่อมก็ได้

2. แบ่งตามลักษณะของทำเลที่ตั้ง ได้แก่

- Regional Shopping Center ที่เป็นศูนย์รวมของร้านค้าแต่ละแห่งหรือเขตเมือง ซึ่งจะมี Department store ใหญ่ ๆ และร้านค้าแบบพิเศษ (Specialty) จำนวนมาก

- Community Center เป็น Shopping Center สำหรับชุมชนในแต่ละแห่ง

- Neighbourhood เป็น Shopping Center ที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ไม่ใหญ่โตนัก มีสินค้าขายตามความจำเป็นของแต่ละแห่ง

2.5.4 การกำหนดที่ตั้งของศูนย์การค้า

การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่จะทำการพัฒนานั้น การคาดการณ์ทำเลจะเป็นการประเมินข้อกำหนดความสามารถทางการค้าในด้านต่างๆ เพื่อประกอบการพิจารณาในเรื่องความเป็นไปได้ของตลาดที่ภูมิภาคและระดับท้องถิ่น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการประมาณราคา , การวางแผนการใช้ที่ดิน และกฎการควบคุมต่างๆของรัฐบาล ที่จะมีผลต่อการเสนอข้อคิดเห็นต่างๆในทำเลนั้น (JOHN A. DAWSON 1983 : 57)

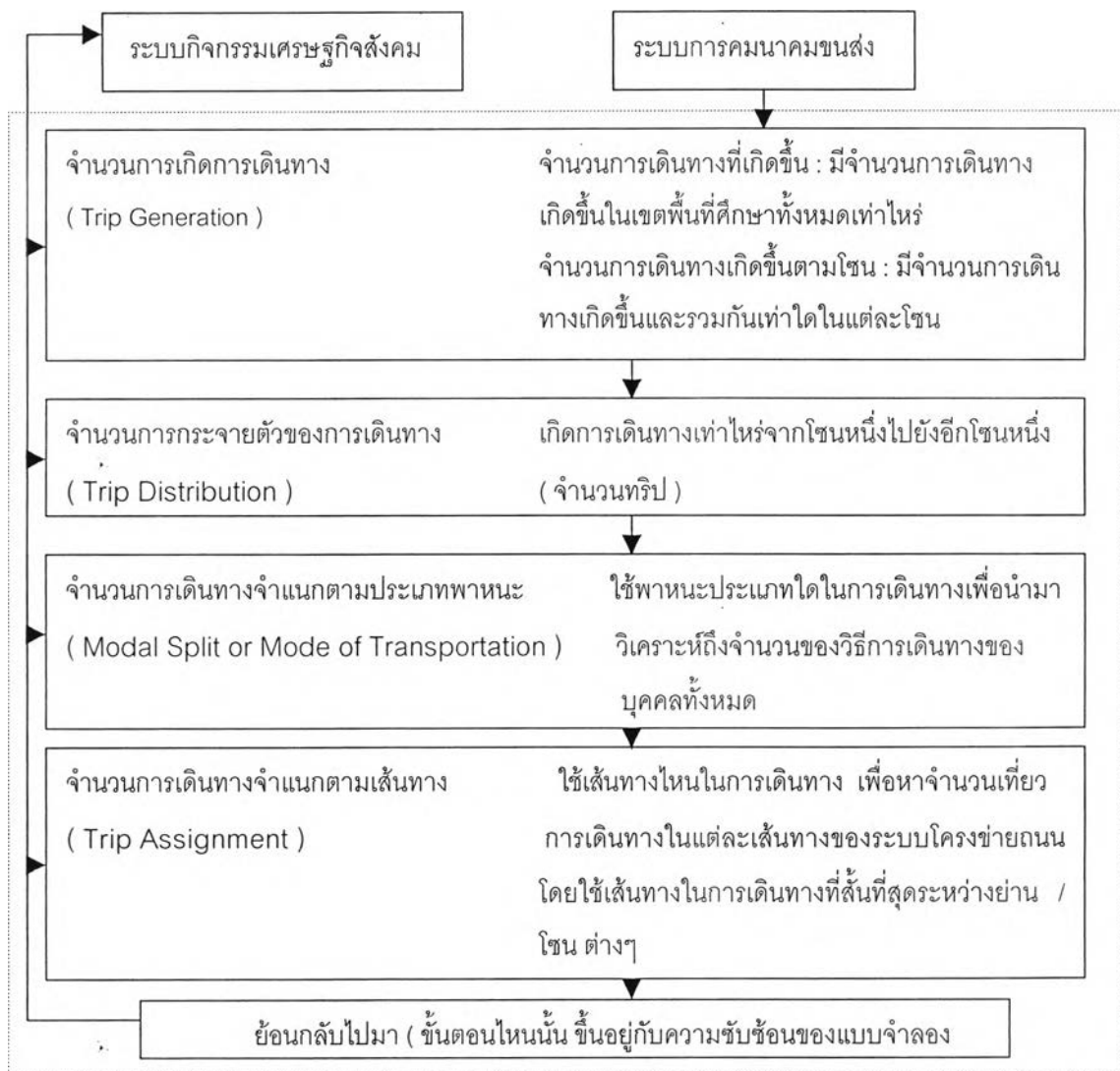
M.A. HINES 1988 ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกทำเล / ที่ตั้งของศูนย์การค้าว่าทุกปัจจัยที่กล่าวมามีอิทธิพลต่อลักษณะและความต้องการของที่ตั้งแต่ละที่สำหรับการใช้เพื่อการค้าปลีก เพื่อใช้พิจารณา แต่สิ่งนี้ไม่ได้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญแต่จะเป็นสิ่งแรกที่เป็นความสำคัญพื้นฐาน ดังนี้

ความเป็นไปได้ - การมองเห็นได้ง่ายและความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ศูนย์การค้าเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการตลาดและการสื่อสาร ซึ่งการมองเห็นนี้สามารถบรรลุผลด้วยการที่มีขนาดกว้าง , ใหญ่โต หรือมีโครงสร้างที่แตกต่างกัน ที่จะเป็นสัญลักษณ์ที่ดีและสำคัญ

การเข้าถึง – โดยทั่วไปพ่อค้าขายปลีกจะมองเห็นและเร่งให้เกิดการเคลื่อนไหวเพื่อไปสู่การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การเข้า – การออก จะเป็นตัวสาธิตูปโภคที่เป็นจุดในการเข้าถึง

การจราจร – ร้านค้าปลีก มีแบบอย่างการเลือกที่ตั้งบนถนนสำคัญที่เป็นหลักและบ่อยครั้งทำให้เกิดการรบกวนการจราจร ค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดของการจราจรในแต่ละวัน จะนับในช่วงเวลา ก่อนเที่ยง หรือหลังเที่ยง ที่ถนนนั้น และบางครั้งพ่อค้าปลีกต้องการช่วงเวลาการจราจรสูงสุดด้วย

โดยใช้วิธี Trip Interchange Modal ในการศึกษา ซึ่งเป็นกระบวนการพื้นฐานในการสร้างแบบจำลองการคาดการณ์อุปสงค์การเดินทางแบบสี่ขั้นตอน สำหรับคาดการณ์ความต้องการในการเดินทางดังต่อไปนี้



(เอกสารประกอบการสอน ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง , 2543)

ขนาดที่ดินและลักษณะ – ที่ตั้งต้องเพียงพอสำหรับการปรับให้เข้ากับชนิดของร้านค้า พื้นที่ด้านหน้าที่น้อยที่สุด , พื้นที่จอดรถ และ บรรจุความต้องการต่างได้ครบ ร้านค้าต้นแบบมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ , สิ่งนี้เป็นการเร่งความเก่าแก่ล้ำสมัยของความสัมพันธ์กับสาธิตูปโภคใหม่ๆที่ไม่สามารถขยายการจัดหาได้

ที่จอดรถ - ขณะที่มาตรฐานสามารถนี้สามารถที่จะปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมได้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วความต้องการพื้นฐานจะเป็นในเรื่องการเข้าถึงจากพื้นที่ใกล้เคียง มาตรฐานอย่างหยาบๆ ของพื้นที่จอดรถที่ใช้กันในอุตสาหกรรมศูนย์การค้า คือ 5 คันต่อ 1,000 ตารางฟุต

ผู้เข้าร่วม - การรวมกันของธุรกิจการค้าปลีกสามารถสามารถสร้างอำนาจการผลิตที่สูง ผลลัพธ์ที่ได้คือมีร้านค้าที่หลากหลายหรือจะเปิดเผยเพียงผู้เดียว และ การยอมรับจากผู้เช่ารายอื่นให้ประชาสัมพันธ์

กิจกรรมที่ให้น่าสนใจ - จุดศูนย์กลางแหล่งงาน (แหล่งธุรกิจ และโรงพยาบาล) , โรงเรียนมหาวิทยาลัย , ย่านการค้าปลีก , แหล่งท่องเที่ยวหลัก , คาสิโน , และโรงแรมขนาดใหญ่ สิ่งที่กำลังมาทั้งหมดนี้ล้วนเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางการค้าปลีก ซึ่งกิจกรรมที่ก่อกำเนิดเหล่านี้บ่อยครั้งสามารถตอบสนองสำหรับความบกพร่องในเรื่องคุณภาพหรือขนาดของตลาดที่อยู่อาศัย (M.A. HINES 1988 : 126-129)

นอกจากนี้ได้มีผู้ศึกษาถึงบริเวณที่เหมาะสมสำหรับปรับปรุงเป็นศูนย์การค้า ไว้ดังนี้คือ

- ที่ตั้งศูนย์การค้าต้องอยู่ในบริเวณที่ผลการสำรวจสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Survey) แล้วเหมาะสมที่สุด โดยพิจารณาต่างกันในย่านการค้า ดังนี้
 - จำนวนประชากร (Population) / หมวดยุวมุและประเภทของประชากร รวมถึงอัตราการขยายตัวและการอพยพเข้าสู่พื้นที่ของประชากร
 - รายได้ของประชากร (Income)
 - กำลังซื้อ (Purchasing Power)
 - คู่แข่ง (Competitive Facilities) และพันธมิตรทางการค้า เช่นการรวมตัวกัน / เกาะกลุ่มกันเป็นย่านการค้า
 - ความสะดวกในการเข้าไปซื้อสินค้า (Accessibility) เมื่อเปรียบเทียบกับย่านอื่นๆหรือบริเวณที่ตั้งอื่นๆ (Area Development trend)
 - ความสำคัญอื่นๆ ที่จะต้องพิจารณาประกอบ คือ แรงดึงดูดความสนใจ (Attraction) ของผู้ซื้อที่จะมาในย่านการค้านี้
- ที่ดินที่จะใช้ลงทุนก่อสร้างศูนย์การค้า ควรอยู่ในความครอบครองของผู้ลงทุน (Developer) หรือได้รับการยินยอมในการใช้ที่ดินเหนือกรรมสิทธิ์เป็นเวลานานพอสมควรที่สามารถคือลงทุนได้
- ราคาที่ดิน จะต้องผ่านการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนควบคู่ไปกับเงื่อนไขต่างๆ ให้เหมาะสมกับเศรษฐกิจของสภาพแวดล้อม และจำนวนเงินทุนที่จะลงทุน

- ที่ตั้งของศูนย์การค้า ต้องสอดคล้องกับโซนย่านการค้า (Commercial Zone) ของกฎหมายผังเมือง ถ้าหากที่ตั้งเหมาะสมนั้นไม่มีผังแม่บท (Master Plan) กำหนดไว้ ต้องดำเนินการให้คณะกรรมการผังเมืองรับรองว่า เป็นย่านพาณิชยกรรม ก่อนทำการปลูกสร้างและถ้าอยู่ในโซนพักอาศัย (Residential Zone) มีเขตการพาณิชย์ให้เพียงแนวเล็กๆ ขนานกับถนนเท่านั้น ก็ต้องขออนุมัติจากคณะกรรมการผังเมือง เพื่อขอวาง Zone ใหม่ (Rezoning) ในที่ทั้งหมดหรือบางส่วนให้เป็นพื้นที่เดียวกัน
- ขนาดพื้นที่ต้องเพียงพอกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Facilities) ที่จะต้องสร้างขึ้นมา เพื่อให้เหมาะสมกับปริมาณความสามารถในการขายสินค้าต่างๆ (Sale Potential)
- ที่ดินควรเป็นที่เดียวกันทั้งผืน ปราศจากอุปสรรคขัดขวางต่างๆ ที่ทำให้การออกแบบวางผังถูกแบ่งแยกออกจากกัน
- ที่ตั้งต้องพิจารณาถึงสภาพภูมิประเทศ (Topography) และรูปร่าง ขนาดของที่ดิน เพราะความได้เปรียบเสียเปรียบต่อการออกแบบ (Plan) และการก่อสร้างที่ประหยัด
- ที่ตั้งศูนย์การค้าต้องพิจารณาถึง ระบบถนนโดยรอบ (Surrounding Road Pattern) และ ถนนเอก (Accessibility) ต้องอยู่ในตำแหน่งที่จะอำนวยความสะดวกที่ทางการค้า
- ที่ตั้งศูนย์การค้า จะต้องเห็นง่าย (Visible) จากแนวถนนใหญ่
- ที่ข้างเคียงของที่ตั้งศูนย์การค้าต้องเป็นที่ที่ไม่อยู่ในระหว่างการปรับปรุงเพื่อเป็นศูนย์การค้าขึ้นมาแข่งขัน (Competitive Developments) ยกเว้นพันธมิตรทางการค้า

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เป็นไปได้ยากที่จะหาที่ตั้งได้ครบตามดังที่กล่าวมาแล้วจะเน้นความได้เปรียบเสียเปรียบต่างๆ ของที่ตั้งแต่ละแห่งที่นำมาพิจารณา จะลดหลั่นกันไปตามความสำคัญ ซึ่งนักพัฒนาศูนย์การค้าจะหาทำเลที่ดีที่สุดสำหรับสำหรับประเภทของศูนย์กลางที่เขามีความปรารถนาจะพัฒนา การเลือกทำเลที่ดีที่สุดจะเป็นในเรื่องย่านการค้าที่มีปริมาณการจราจรคับคั่ง และพื้นที่ขายสำหรับนำมาเปรียบเทียบศูนย์การค้าในแต่ละย่านการค้า นอกเหนือไปจากนี้การเลือกทำเลที่ตั้งจะเป็นเรื่องยากลำบาก ตามทฤษฎีแล้วนักพัฒนาจะชั่งน้ำหนักความสัมพันธ์ระหว่างข้อดี – ข้อเสีย ในความสามารถต่างๆ ของที่ตั้งนั้นในย่านการค้า และหลังจากนั้นถึงเลือกทำเลที่ดีที่สุด

อย่างไรก็ตามในโลกของความเป็นจริงแล้ว ทำเลที่นานๆ ครั้งจะถูกเลือกก็สามารถที่จะก่อตัวเปลี่ยนแปลงระดับขั้นให้ถูกเลือกได้เมื่อเวลาเปลี่ยนไป ดังนั้นการคาดการณ์ทำเลที่ตั้งจะมีหลายทางเลือกที่อยู่ในความสนใจของนักลงทุน เพราะในแต่ละแห่งที่เลือกไว้นั้นนักพัฒนาเองก็จะ

ไม่คาดคิดว่าจะพบในย่านการค้าที่น่าเป็นไปได้ในฉบับฉบับทันใด (HORACE CAPENTER , JR 1978: 17)

2.5.5 ลำดับศักระยะของศูนย์การค้า

DAVID GOSLING (1976) กล่าวว่าพื้นฐานของการจัดหมวดหมู่ของศูนย์การค้าจะไดมาจากขนาดของพื้นที่จากย่านการค้าที่แสดงออกมา มีอยู่ 3 ชนิดที่เป็นที่ยอมรับกัน ได้แก่

1. ศูนย์การค้าท้องถิ่นของชุมชนละแวกบ้าน (Neighborhood Shopping Center)
2. ศูนย์การค้าในย่านชุมชน (Community Shopping Center)
3. ศูนย์การค้าหลักหรือศูนย์การค้าของภูมิภาค (Regional Shopping Center)

ซึ่งในศูนย์การค้าของชุมชนละแวกบ้าน จะพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้โดยการเดินเท้า และรองรับประชากรประมาณ 10,000 คน มีเพียงสินค้าประเภทสะดวกซื้อ คุณภาพของร้านค้าที่จะรองรับลูกค้าอยู่ในระดับต่ำมาก ลูกค้าจะไปที่อื่นหากต้องการสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสิ่งนี้เป็นลักษณะที่สำคัญในการกำหนดระยะห่างของลูกค้าที่ศูนย์การค้าระดับนั้นๆ ได้ดึงดูดเข้ามา รวมถึงในเรื่องการที่มีความหลากหลายของสินค้าและราคา ในขณะที่ขนาดของศูนย์การค้าระดับสุดท้ายซึ่งเป็นระดับภูมิภาค จะดึงดูดประชากรไม่น้อยกว่า 100,000 คน และประกอบไปด้วยจำนวนสินค้าที่มีคุณภาพดีมีความหลากหลายของร้านค้าต่างๆที่ขายสินค้า มีการแข่งขันกันในด้านราคาเพื่อให้ตัวเองเป็นผู้ที่มีราคาต่ำที่สุด ราคาจึงมีหลายระดับให้เลือก ซึ่งในศูนย์การค้าประเภทนี้จะประกอบไปด้วย สินค้าถาวร และจะมีการแข่งขันกันอีกครั้งในการที่จะขายสินค้าเหล่านี้ ซึ่งจะเกิดขึ้นไม่บ่อยนักทำให้ผู้ซื้อจากพื้นที่ที่ไกลออกไปเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้าระดับนี้ นอกจากนี้ระหว่างศูนย์การค้าระดับชุมชนละแวกบ้านและระดับภูมิภาค จะมีศูนย์การค้าในระดับย่านชุมชนศูนย์กลาง ที่สามารถรองรับประชากรประมาณ 40,000 คนที่นี้ จะมีการจัดหาสินค้าประเภทสะดวกซื้อ หากนำมาเปรียบเทียบกันจะมีสินค้าประเภทนี้มากกว่าศูนย์การค้าในระดับชุมชนละแวกบ้าน และสำหรับสินค้าถาวรจะมีน้อยกว่าศูนย์การค้าของภูมิภาค ดังนั้นศูนย์การค้าประเภทนี้จึงเป็นศูนย์การค้าที่สมดุลย์ทางด้านระยะในการเดินทาง และค่าใช้จ่าย / ความหลากหลายของสินค้าที่ดึงดูด ประเทศส่วนใหญ่ในเมืองจะมีการก่อตั้งร้านค้าที่มีขนาดหลากหลายในแต่ละศูนย์กลาง ที่ซึ่งมีทำเลสนับสนุนในเรื่องเส้นทางการจราจร และท้องถิ่นนั้นมีความหนาแน่นของประชากรเพียงพอ (DAVID GOSLING 1976 : 20)

JOSEPH DE CHIARA ได้แบ่ง ศูนย์การค้าออกเป็น 3 ระดับ เช่นกัน กล่าวคือ

1. ศูนย์การค้าของละแวก (Neighbourhood Center) ศูนย์การค้าประเภทนี้จะจำหน่ายสินค้าประเภทสะดวกซื้อและซื้อขายง่าย (Convenience Goods) และอาจมีบริการเกี่ยวกับส่วนตัว (Personal Service) เช่น ทำผม เสริมสวย เป็นต้น โดยศูนย์การค้าในระดับนี้จะมีร้านซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายยาเป็นบริการหลัก สำหรับสถานที่ตั้งนี้จะอยู่ใกล้กับทางแยกของถนนสายรวม (Collector Streets) รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าระดับนี้ประมาณ 1 / 2 ไมล์ ให้บริการแก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 4,000 คน มีร้านค้าประมาณ 5 – 20 ร้าน และมีพื้นที่ศูนย์การค้าประมาณ 30,000 – 75,000 ตารางฟุต

2. ศูนย์การค้าของชุมชน (Community Center) ศูนย์การค้าระดับนี้จะจำหน่ายสินค้าบางอย่างเช่นเดียวกับศูนย์การค้าของละแวก แต่มีสินค้าประเภทเลือกซื้อ (Shopping Goods) เพิ่มขึ้นมา เช่น เครื่องแต่งกาย โดยภายในศูนย์การค้าจะประกอบด้วยร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไปและห้างสรรพสินค้าขนาดไม่ใหญ่นัก โดยที่ตั้งของศูนย์การค้าระดับนี้จะอยู่ใกล้กับทางแยกของถนนสายหลัก ถนนสายประธานหรือถนนสายพิเศษ รัศมีการให้บริการประมาณ 2 ไมล์ ให้บริการสำหรับประชากร 35,000 คน มีร้านค้า 15 – 40 ร้าน และมีพื้นที่ศูนย์การค้าประมาณ 100,000 – 250,000 ตารางฟุต

3. ศูนย์การค้าของภูมิภาค (Regional Center) ศูนย์การค้าระดับนี้จะจำหน่ายสินค้าเช่นเดียวกับศูนย์การค้าระดับชุมชน แต่มีสินค้าทั่วไปที่เป็นสินค้าถาวร (Durable Goods) เช่น เครื่องประดับเฟอร์นิเจอร์ โดยมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ มากกว่า 2 แห่งอยู่ภายในศูนย์การค้านี้ สำหรับสถานที่ตั้งจะอยู่ใกล้กับทางแยกของถนนสายประธานหรือถนนสายหลัก รัศมีการให้บริการประมาณ 4 ไมล์ บริการประชาชนประมาณ 150,000 คน มีร้านค้าประมาณ 40 – 80 ร้าน และมีพื้นที่ศูนย์การค้าประมาณ 400,000 – 1,000,000 ตารางฟุต (JOSEPH DE CHIARA 1969 : 324)

นอกจากนี้ HORACE CARPENTER, JR ได้แบ่งชนิดของศูนย์การค้าโดยแยกตามหน้าที่ประเภทของศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับขนาด แต่ไม่ได้ควบคุมโดยตัวมันเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. ศูนย์การค้าของละแวกบ้าน : ซึ่งจะมีร้านค้าประเภทสินค้าสะดวกซื้อ ที่ต้องการสำหรับวันต่อวัน หรือต้องการโดยฉับพลันของชุมชน ทั่วไปแล้วจะเป็นการค้าเกี่ยวกับซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งจะมีร้านขายยา , ร้านขายของแห้ง , ของขบเคี้ยว และบริการส่วนบุคคล , ซึ่งรัศมีการของศูนย์การค้าประเภทนี้อยู่ระหว่าง 25,000 ถึง 75,000 ตารางฟุต

2. ศูนย์การค้าของชุมชน : ในส่วนนี้จะมีสินค้าประเภทสะดวกซื้อ และบริการส่วนบุคคล ซึ่งศูนย์การค้าประเภทนี้จะมีสินค้าให้เลือกมากขึ้น และมีสินค้าเกี่ยวกับเครื่องประดับและเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งบ้าน ศูนย์การค้าประเภทนี้จะมี 1 ซุปเปอร์มาร์เกตหรือมากกว่า โดยทั่วไปแล้วร้านค้าจะเป็นขนาดเล็ก และ / หรือร้านค้าที่มีขนาดใหญ่และมีสินค้าหลายชนิด ซึ่งรัศมีบริการของศูนย์การค้าประเภทนี้อยู่ระหว่าง 100,000 ถึง 250,000 ตารางฟุต

3. ศูนย์การค้าของภูมิภาค : จะมีหนึ่งดีพาร์ทเมนท์สโตร์หรือมากกว่าประกอบอยู่ในศูนย์การค้าประเภทนี้ จัดพื้นที่ที่กว้างขวาง มีสินค้าที่หลากหลาย , ประกอบด้วยอาหารและบริการส่วนบุคคล ศูนย์การค้าภูมิภาคเป็นการออกแบบให้สามารถพบความต้องการทั้งหมดในพื้นที่ของพื้นที่พักอาศัยขนาดใหญ่ และรัศมีบริการให้บริการจะมากกว่า 400,000 ตารางฟุต.

(HORACE CARPENTER, JR1978)

จะเห็นได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับระดับของศูนย์การค้าในต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ Neighbourhood , Community และ Regional ซึ่งจะใช้ขนาดของศูนย์การค้า , ประเภทของสินค้า , จำนวน และระยะทางการเดินทางของลูกค้าที่มาใช้บริการและเส้นทางที่ผ่านในการจัดระดับ

สำหรับในประเทศไทย สมชาย เตชะพรหมพันธ์ (2522) ได้จัดลำดับของศูนย์การค้า (Hierarchy of Shopping Center) โดยดูจากขนาดของศูนย์การค้า ดังนี้

ลำดับศัคย์ที่ 1 เป็นย่านกลางทางการค้าที่ใหญ่ที่สุดของเมือง จะมีสินค้าและบริการทุกชนิด ตั้งแต่สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน ไปจนถึงสินค้าลักษณะเฉพาะอย่างที่ต่ออาศัยความรู้ความสามารถมากๆ ศูนย์การค้าระดับใหญ่สุดนี้ ได้แก่ ศูนย์การธุรกิจการค้าของเมือง ขนาดของบริการ ครอบคลุมทั่วเมือง รวมไปถึงบริการในทุ่่งเกษตรกรรมโดยรอบ

ลำดับศัคย์ที่ 2 เป็นศูนย์การค้าที่บริการเฉพาะประชากรในเขตตัวเมืองโดยพื้นที่บริการให้แก่ชาวเมืองของเมืองใดเมืองหนึ่ง ปริมาณและชนิดของสินค้าและบริการจะน้อยลง โดยสินค้าและบริการที่มีระดับสูง (สินค้าเฉพาะอย่างจะต้องอาศัยความรู้ความชำนาญมาก) จะเริ่มมีบางอย่างขาดหายไป แต่สินค้าที่ยังพบทั่วไป คือ ร้านขายของชำ ซึ่งยังเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ย่านสะพานควาย พาหุรัด เป็นต้น

ลำดับศัคย์ที่ 3 เป็นศูนย์การค้าระดับชุมชน ซึ่งมีบริเวณบริการแคบ ครอบคลุมเขตชุมชนโดยรอบ ศูนย์กลางนี้ไม่กว้างนัก ปริมาณของสินค้าลดลง ร้านค้าที่เด่นเริ่มมีสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน เช่น ร้านขายยา ขายของชำ เป็นต้น

ลำดับศักร์ที่ 4 เป็นกลุ่มร้านค้าที่จับกลุ่มกันในตำแหน่งใกล้ชิดกับย่านที่อยู่อาศัย มีร้านที่ขายสินค้าที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน เช่น ร้านขายยา ขายของชำ เป็นต้น

ลำดับศักร์ที่ 5 กลุ่มของร้านค้าที่อยู่ตามชุมชน ซึ่งเป็นร้านค้าที่ต้องการ Threshold ต่ำ เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายยา เป็นต้น

เมื่อเลยเขต เขตย่านธุรกิจศูนย์กลางใหญ่ (Central Business District) ออกไป รัศมี 2527 (2527) ได้ลำดับเขตการค้าว่ามีลักษณะ เป็น 3 ลักษณะ คือ (รัศมี 2527 : 113 – 114)

1. ศูนย์การค้าแบบมีศูนย์กลาง คือ บริเวณที่รวมกลุ่มของร้านค้าและบริการต่างๆ กลายเป็นศูนย์การค้าขึ้นมา ส่วนมากพบตามสี่แยกสำคัญภายในเมือง จึงมีทำเลอันเป็นจุดเข้าถึงสะดวก และมักจะสัมพันธ์กับทำเลที่ดินที่มีราคาแพงที่สุด โดยเรียงลำดับศักร์จากต่ำไปสูง ดังนี้

- กลุ่มร้านค้าย่อย (Isolate Store Cluster) ร้านค้าตามริมถนน มักปะปนอยู่ในย่านที่อยู่อาศัยเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่อยู่ในรัศมี 2 – 3 บล็อก มักประกอบด้วยธุรกิจ 3 – 4 อย่าง ซึ่งมีลำดับศักร์น้อยที่สุด เช่น ร้านขายของจิปาตะ ร้านขายของชำ อาจรวมกับร้านขายยา

- ศูนย์การค้าของละแวก (Neighbourhood Center) เป็นการรวมกลุ่มของร้านค้าที่ขายของจิปาตะแต่มีระดับสูงขึ้น คือ เสนอขายสิ่งจำเป็นต่างๆ แก่ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในละแวกต่างๆ ของเมือง เช่น ร้านขายของชำ ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก และร้านอาหารขนาดเล็ก เป็นต้น

- ศูนย์การค้าของชุมชน (Community Center) ประกอบด้วยร้านขายสินค้านานาชนิด เช่น เสื้อผ้า เครื่องเรือน เครื่องใช้ภายในบ้าน ร้านเครื่องประดับเพชรพลอย และร้านค้าปลีกต่างๆ

- ศูนย์การค้าของภูมิภาค (Regional Center) ชนิดของร้านค้าและธุรกิจ คล้ายร้านในย่านชุมชนแต่จะมีจำนวนมากขึ้น เพราะบริการสำหรับลูกค้าในเขตกว้างและธุรกิจต่างๆ เหล่านี้ต้องเน้นทางด้านพิเศษต่างๆ เช่น คุณภาพ แบบนำสมัย เช่น ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ เป็นต้น

2. ศูนย์การค้าแบบเกาะตัวตามถนน (Ribbon Development) จัดเป็นศูนย์การค้าแบบที่ 2 ภายในเมืองที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เพราะปรากฏอยู่ตามเส้นทางสายสำคัญๆ ธุรกิจเหล่านี้ไม่ต้องการทำเลในใจกลางเมืองแต่ยึดเอาการเข้าถึงเป็นใหญ่ จึงเป็นธุรกิจที่ปรากฏอยู่บนถนนสายหลักในเมือง ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

- ร้านค้าตามแนวถนน มักเกิดเป็นแนวยาวไปตามถนนสายหลัก โดยมุ่งจะบริการผู้เดินทางโดยเฉพาะ ยิ่งมีรถยนต์ผ่านมากธุรกิจก็ยิ่งเจริญเท่านั้น การขยายตัวของร้านเป็นไปตามธรรมชาติ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า ธุรกิจที่เจริญในเขตนี้ เช่น ปั๊มน้ำมัน, ร้านอาหาร ฯลฯ ร้านเหล่านี้มีได้พึ่งพากันในแต่ละกิจการ ส่วนมากบริการแก่ลูกค้าที่ผ่านไปมาเพียงครั้งเดียว
- ร้านค้าตามถนนสายสำคัญ ประกอบด้วยบริการต่างๆที่บริการแก่ชาวเมืองตามถนนสายสำคัญภายในเมืองเอง อาทิเช่น ร้านซ่อมรถยนต์ ร้านเครื่องเรือน เครื่องใช้ ฯลฯ ส่วนมากเป็นบริการที่ต้องใช้เนื้อที่มาก และเป็นสินค้าที่ไม่ต้องการบ่อย ดังนั้นทำเลที่ตั้งของกิจการแบบนี้ต้องเข้าถึงสะดวกสำหรับลูกค้าจำนวนมาก
- ร้านค้าตามถนนเล็กๆ นับเป็นย่านการค้าที่เก่าแก่ของเมือง ในทวีปอเมริกาเหนือจัดเป็นริบบอน เพราะ รูปแบบของร้านรวมกันอยู่ตามถนนสายเล็กๆ เป็นบริการขั้นต่ำสุด ส่วนมากเป็นร้านขายของชำ ร้านขายยา ร้านซักรีด ร้านเสริมสวย ร้านตัดผม บริการแก่คนที่อยู่ใกล้ๆ
- ร้านค้าตามถนนชานเมือง จัดเป็นศูนย์การค้าที่เพิ่งเกิดขึ้นในระยะหลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 มักอยู่ตามถนนตัดใหม่รอบๆเมืองหรือตามชานเมือง ที่เกิดขึ้นใหม่ หน้าที่ของร้านค้าต่างๆเหล่านี้มีไว้เพื่อบริการลูกค้าในเขตชานเมือง ชนิดของสินค้าก็เหมือนกับที่อยู่ตามถนนสายสำคัญ ส่วนมากเป็นแบบ Drive – In คือ ทำธุระโดยไม่ต้องลงจากรถ

3.ย่านธุรกิจพิเศษต่างๆ (Specialized Areas) หมายถึง กลุ่มสถานประกอบการประเภทเดียวกันหรือมีความสัมพันธ์ในแง่ธุรกิจ ซึ่งตั้งอยู่ภายในเมือง มองแถบไหนก็ได้ แต่มักอยู่ภายในรัศมีรอบๆ C.B.D. และภายใน C.B.D. เอง ส่วนมากคำนึงความสะดวกของลูกค้ากลุ่มหนึ่ง ดังนั้น ในบางครั้งก็ตั้งอยู่บนถนนสายสำคัญภายในเมือง ส่วนมากเกิดขึ้นเองตามลำพังโดยมิได้มีการวางแผนใดๆ

นอกจากนี้ศูนย์การค้าในแต่ละแห่งจะนำองค์ประกอบทางการตลาดเข้ามาศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ (คักดีชัย ศิริรินทร์ภาณ 2527 : 14)

- **ผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์ของศูนย์การค้า ในที่นี้มีความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ที่เข้าใจโดยทั่วไป เพราะผลิตภัณฑ์นี้จะหมายถึง สิ่งก่อสร้าง ได้แก่ รูปร่างหน้าตาของอาคาร แบบ สี สวรรขนาด รวมทั้งส่วนที่เป็นร้านค้าย่อย ห้างสรรพสินค้า สำนักงาน โรงภาพยนตร์ และโรงแรม เป็นต้น
- **ราคา** ราคาเป็นสิ่งที่มียุทธพิผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งจะต้องเกิดความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่

- **สถานที่** ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง ที่ตั้งของกิจการ รูปแบบของการจัดวางสินค้า และการจัดแบ่งแผนกต่างๆ ของศูนย์การค้า ซึ่งการจัดสถานที่ภายในศูนย์การค้าจะมีผลต่อการดึงดูดลูกค้า ช่วยให้เกิดความสะดวกในการจับจ่ายซื้อของ และเกิดความเพลิดเพลินในการซื้อของ
- **การส่งเสริมการขาย** เป็นองค์ประกอบสุดท้าย ที่กำลังทวีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้น เพราะศูนย์การค้าทุกแห่งมีกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าในรูปแบบที่คล้ายกัน ดังนั้นการที่จะสร้างความพอใจส่วนเกินให้เกิดขึ้นกับลูกค้า จึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยากขึ้น แต่ถ้าสามารถทำได้สำเร็จก็จะเกิดผลดีกับศูนย์การค้าขึ้น

2.5.6 รูปแบบทางการค้า

การค้าถือเป็นหัวใจสำคัญในระบบเศรษฐกิจของเมืองหรือประเทศ การพิจารณาว่าประเทศหนึ่งมีเศรษฐกิจหรือไม่จะพิจารณาที่ระบบการค้า เพราะการค้าทำให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเงินตรา และมูลเหตุที่ทำให้เกิดการค้านอกจากจะเกิดความต้องการบริการขั้นพื้นฐานและบริการเพิ่มเติมแล้ว ยังมีมูลเหตุที่สำคัญอีกหลายประการได้แก่ อาชีพที่แตกต่างกัน ทรัพยากรธรรมชาติแต่ละแห่งมีไม่เท่ากัน (รายงานการศึกษาย่านพาณิชย์กรรมหลักในเขตกรุงเทพมหานคร กองวิชาการและแผนงาน สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร 2524 : 24) และการค้าส่วนใหญ่มิได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรง มีหน่วยงานที่เรียกว่า " คนกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) " ทำหน้าที่เคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภค ก่อให้เกิดรูปแบบทางการค้าขึ้นหลายรูปแบบในปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับวิธีการดำเนินการหรือลักษณะของสินค้าตลอดจนประเภทของผู้ซื้อเป็นเกณฑ์ ซึ่งหากจะพิจารณาถึงประเภทของสินค้าหรือลักษณะของงานที่ขายกันโดยทั่วไปแล้ว จะจำแนกงานขายออกได้เป็นการขายบริการ การค้าส่ง และการค้าปลีก

2.5.6.1 **การขายบริการ (Service)** เป็นกิจการขายประเภทหนึ่ง ซึ่งสินค้าที่ขายนั้นมองไม่เห็นและไม่สามารถสัมผัสได้ การขายสินค้าประเภทนี้ผู้ขายจะต้องมีความสามารถเป็นพิเศษที่จะพูดหรืออธิบายให้ผู้ซื้อเข้าใจให้เห็นประโยชน์ของสินค้าและสมัครใจซื้อ การขายสินค้าประเภทนี้ได้แก่ การขายประกันชีวิต ประกันภัย การท่องเที่ยว เป็นต้น

2.5.6.2 **การค้าส่ง (Wholesaling)** เป็นการค้าขายสินค้าจำนวนมากให้กับพ่อค้าคนกลาง เพื่อนำไปขายหรือหาผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการอีกทอดหนึ่ง ซึ่งการค้าส่งนี้แตกต่างจากการค้าปลีก คือ การค้าส่งมิได้ให้ความสำคัญกับตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าและการส่งเสริมการขายเหมือนผู้ค้าปลีก นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างกันในเรื่องจำนวนของการซื้อขาย

2.5.6.3 การค้าปลีก (Retailing) เป็นการขายสินค้าหรือบริการจำนวนไม่มากให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง นำไปใช้ส่วนตัวมิใช่เพื่อดำเนินธุรกิจการค้าหรือค้าขายต่อ ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของการค้าปลีกโดยอาศัยหลักเกณฑ์ต่างๆได้หลายแบบ และแบบหนึ่งที่น่าสนใจได้ว่าเป็นความสำคัญ คือการแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกตามพื้นที่ขาย สามารถแบ่งได้เป็น

- ตลาดกลางสินค้าระดับภาค (Center Market) จะอยู่ในที่เป็นศูนย์กลางคมนาคม มีลักษณะเป็นตลาดขายส่ง คือ รับสินค้าจากตลาดอื่นภายนอกและส่งไปตลาดย่อย อาทิเช่น ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง เป็นต้น

- ตลาดชนกลางหรือตลาดสด (Intermediate Market or Fresh Market) มีทั้งขายปลีกและการขายส่ง โดยมีสินค้ามากพอจะส่งกับตลาดย่อย ซึ่งจะอยู่ในอาคารทั้งที่ปรับอากาศและไม่ปรับอากาศ เช่นตลาดกลางค้าส่งบางกะปิ , ตลาดค้าส่งโชคชัย 4 เป็นต้น

- ตลาดขนาดเล็กทั่วไป (Standard Market or Supermarket) เป็นตลาดขนาดเล็กที่คนในท้องถิ่นซื้อสินค้าและบริการย่อยออกเป็นแหล่งส่งออกของวัตถุดิบต่างๆให้กับผู้บริโภคโดยตรง อาทิ โลอออนซูเปอร์มาร์เก็ต

2.5.6.4 อาคารค้า (Shop House) ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้า เริ่มแบ่งแยกและจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย รูปแบบอาคารสรรพสินค้าที่มีสินค้าและบริการครบครันเริ่มเกิดขึ้นและขยายวงกว้าง โดยในปัจจุบันรูปแบบของการพัฒนาที่ดินเพื่อการค้าปลีกมีรูปแบบครบวงจรและกระจายไปยังทำเลชุมชนต่างๆ สามารถแบ่งรูปแบบการค้าปลีกตามได้ตามขนาด (ลำดับศักยภาพของศูนย์การค้า) และประเภทของศูนย์การค้า ดังนี้ (เอกสารประกอบการสอน เรื่องการวิเคราะห์ที่ตั้งของศูนย์การค้า ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543)

- เฟสติวัล เซ็นเตอร์ (Theme/Festival Center) แนวความคิดของศูนย์การค้าประเภทนี้ จัดเป็นศูนย์การค้าในระดับชุมชน (Community Shopping Center) มักจะเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ หรือแหล่งที่มีความเจริญและมีกำลังซื้อของผู้ใช้บริการสูง ภายในอาคารจะมีสิ่งบันเทิง (Entertainment) , แฟชั่น , สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากมายเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวสนใจ การออกแบบอาคารและการตกแต่งภายในจะแสดงออกถึงความหรูหรา ทันสมัย เช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยา เป็นต้น

- **ดิสเคาน์สโตร์ (Discount Store)** เป็นอาคารค้าปลีกที่เน้นจำหน่ายสินค้าราคาถูกกว่าศูนย์การค้าหรือร้านค้าอื่นทั่วไป เนื่องจากกลุ่มผู้ลงทุนเห็นว่าผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการซื้อสินค้าเปลี่ยนไป มีการเลือกซื้อเพิ่มขึ้นโดยเปรียบเทียบจากราคา แบ่งออกได้เป็น

- **ศูนย์สินค้าราคาโรงงาน (Off – Price Center / Out Let Center)** ที่นี้จะเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีราคาต่ำกว่าที่อื่น หรือเป็นสินค้าที่มีตำหนิมาจากโรงงานและเจ้าของสินค้าประเภทนั้นๆจะเป็นผู้นำมาลดราคาและขายเอง ซึ่งจะมีทั้งสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ , เสื้อผ้า , อุปกรณ์กีฬา ฯลฯ

- **ศูนย์การค้าเฉพาะ (Special Center / Fashion or Category)** เป็นศูนย์การค้าที่รวมสินค้าแต่ละประเภท เช่น กีฬา , แฟชั่น ต่างๆ เป็นหมวดๆไป และนำมาเป็นสัญลักษณ์ทางการค้าให้กับตนเอง เช่น ศูนย์สรรพสินค้าเอพีที่สปอร์ตคอมเพล็กซ์ , พาวเวอร์บาย

- **พาวเวอร์ เซ็นเตอร์ (Power Center)** เป็นศูนย์การค้าค้าปลีกที่มีแนวความคิดในการนำสินค้าแฟชั่น , ดิสเคาน์สโตร์ , ตลาดสินค้าเฉพาะ , ร้านค้าย่อย มารวมกันไว้ในอาคารหลังเดียว แบ่งส่วนในแต่ละชั้นคล้ายกล่อง (Box + Shopping) การออกแบบตัวอาคารและการตกแต่งภายในจะสื่อถึงความสนุกสนาน มีสีสันสดใส มากกว่าศูนย์การค้าอื่นทั่วไป เช่น ศูนย์การค้า พาวเวอร์ เซ็นเตอร์ รามคำแหง (เซ็นทรัล)

- **ซูเปอร์มาร์เกต (Supermarket)** เป็นร้านค้าปลีกที่เน้นการขายสินค้าอุปโภค – บริโภค ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เน้นความสดใหม่และหลากหลายทั้งอาหารสดอาหารแห้ง ต่างๆนำมารวมจัดวางเป็นหมวดหมู่ให้เลือกได้อย่างสะดวกสบาย ใช้วิธีการขายแบบบริการตนเอง มีทั้งอยู่ในชั้นล่างของอาคารห้างสรรพสินค้าและตั้งเป็นร้านซูเปอร์มาร์เกตแยกต่างหากชัดเจน ตามริมถนนสายสำคัญ เช่น ฟู้ดแลนด์, ท็อป , ฟู้ดโลออน , ชั้นนี้ ซูเปอร์มาร์เกต

- **ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store)** จำหน่ายสินค้าอุปโภค – บริโภค ที่ซดเซยสิ่งขาดเหลือในครัวเรือนได้ คล้ายซูเปอร์มาร์เกตแต่สินค้าไม่หลากหลายเท่า การดำเนินงานเป็นระบบเฟรนไชร์ (Franchise) มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนในระยะรัศมี 300 – 500 เมตร บนเส้นทางผ่านเวลาไปทำงานหรือเลิกงาน การเลือกซื้อเป็นแบบช่วยเหลือตัวเอง มักเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น , แฟมิลี่มาร์ท , เอเอ็มพีเอ็ม เป็นต้น

2.5.7 ลักษณะการเกิดศูนย์การค้าในเมือง

ชานเมือง เป็นเป็นเขตติดต่อดังระหว่างเมืองกับชนบท ความเจริญของเมืองจึงแผ่เข้าไปถึง มีการใช้ที่ดินเบาบาง ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรและที่อยู่อาศัย สอดแทรกกับการบุกรุกของพื้นที่เมือง ดังนั้นในเขตชานเมืองจึงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีพื้นที่ว่างและอยู่ห่างไกลจากเมือง ราคาที่ดินจึงไม่สูงมากนัก ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของประชากร บ้านจัดสรร สถาบันการศึกษา สถานที่ราชการ เป็นจำนวนมาก เมื่อพื้นที่พักอาศัยขยายตัวเข้ามาสู่เขตชานเมืองมากขึ้น พื้นที่พาณิชยกรรมจึงขยายตัวตามมาด้วย ซึ่งปัจจุบันมีลักษณะเป็นศูนย์การค้าและอาคารพาณิชย์กระจุกตัวอยู่บริเวณศูนย์กลางชุมชน ริมถนนสายหลักที่ตัดกันและขยายตัวออกไปเรื่อยๆ ประกอบกับพื้นที่ใจกลางเมือง มีราคาที่ดินสูงขึ้น พื้นที่ที่จะก่อสร้างศูนย์การค้ามีน้อยลง มีความแออัดของประชากรและสิ่งปลูกสร้าง มีปัญหาในเรื่องการจราจร ทำให้นักลงทุนหันมาพัฒนาศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในพื้นที่ชานเมืองมากขึ้น (กษมา วรรณศิลป์ 2538 : 26 –27) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เกิดจากพฤติกรรมการทำงานในเมือง และพักอาศัยอยู่ชานเมืองของประชาชน
2. พฤติกรรมของผู้บริโภค : ที่มักแวะซื้อสินค้าและบริการก่อนกลับบ้าน โดยทำเลที่ดีควรสามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ทั้งผู้ที่เข้าเมืองและออกจากเมือง
3. ขนาดและราคาที่ดิน : ที่นักพัฒนาสามารถลงทุนได้ เนื่องจากพื้นที่ต้องใหญ่เพียงพอและมีสินค้าและบริการครบครัน
4. การเกิดและการเติบโต : ที่ตั้งต้องพร้อมที่จะปรับตัวขยายพื้นที่ให้รองรับการเจริญเติบโตและเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และ รายได้

2.5.8 ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงของเมือง

กฤษเขต ไกรवास (2538) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ถึง อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่ โดยเน้นอิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีต่อการพัฒนารูปแบบการค้าและบริการในเมืองเชียงใหม่ ส่วนหนึ่งผลการศึกษาพบว่า ศูนย์การค้านั้นเป็นการพัฒนาในเรื่องรูปแบบของกิจกรรมการค้าและบริการของเมืองอย่างหนึ่ง และการขยายตัวของศูนย์การค้าที่เพิ่มมากขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในบริเวณดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดปัญหาต่อระบบสาธารณูปโภคของเมือง รวมทั้งปัญหาต่อทัศนียภาพและความสวยงามของเมืองอีกด้วย

นอกจากนี้ กษมา วรรณศิลป์ ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงบทบาทของศูนย์การค้า
 ชานเมือง ส่วนหนึ่งของการศึกษาพบว่า บทบาทความสำคัญของศูนย์การค้าในปัจจุบันมีอิทธิพล
 ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้บริการของศูนย์การค้าชานเมืองมากขึ้น ทำให้ศูนย์การค้า
 ชานเมือง กลายเป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการแห่งใหม่ในย่านชานเมือง อีกทั้งเป็น
 สถานที่เดินเล่น พักผ่อนหย่อนใจของประชากรในพื้นที่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงบางส่วนได้ส่งผลให้
 เกิดปัญหาต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ศูนย์การค้าก่อให้เกิด ผลกระทบทางด้านการใช้ที่ดิน ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้
 - เกิดความหนาแน่นในการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม เนื่องจากมีกิจการที่ต่อเนื่อง
 กับศูนย์การค้า เช่น ร้านตัดผม , ร้านถ่ายรูป , ธนาคาร , บริษัทประกันภัย เป็นต้น
 - การเสื่อมถอยของอาคารพาณิชยกรรมบางส่วน เนื่องจากในย่านชานเมืองจะเกิดการ
 กระจุกตัวของศูนย์การค้าขึ้น ก่อให้เกิดการรวมตัวของย่านพาณิชยกรรม ในบริเวณใกล้เคียงกับ
 ศูนย์การค้าที่มีประชาชนพลุกพล่าน และมีที่ตั้งที่เหมาะสม แต่อีกส่วนจะก่อให้เกิดการเสื่อมถอย
 ของย่านพาณิชยกรรมบางแห่งที่มีทำเลไม่เหมาะสม ส่งผลให้อาคารพาณิชย์เหล่านั้นต้องปิดกิจ
 การลง ส่งผลให้มีสภาพเป็นอาคารร้าง เนื่องจากไม่มีผู้ใช้บริการ
 - ราคาที่ดินสูงขึ้น โดยเฉพาะบริเวณด้านหน้าและริมถนนสายหลักที่สำคัญ ทำให้พื้นที่
 ด้านหลังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร
2. ศูนย์การค้าก่อให้เกิด ปัญหาการจราจร เนื่องจากทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าจะอยู่ใน
 ย่านพาณิชยกรรมที่สำคัญของเมืองและอยู่ตามแนวถนนสายหลัก และทางแยกหลักๆซึ่งเชื่อมการ
 จราจรจากทิศทางต่างๆ ที่มีการจราจรหนาแน่นอยู่แล้ว ส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรเพิ่มมากขึ้น
 และติดขัดตามมา
3. ศูนย์การค้าก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจาก
 - มีการจ้างงานมากขึ้น ทำให้แรงงานท้องถิ่นจำนวนมากถูกบรรจุอยู่ในตำแหน่งต่างๆ
 โดยเฉพาะในภาคเอกชน ได้แก่โรงงานอุตสาหกรรม และศูนย์การค้า ซึ่งทำให้เกิดรายได้แก่คนใน
 ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และรายได้ของแรงงานเหล่านี้จะหมุนเวียนกลับเข้ามาใช้จ่ายในการซื้อสินค้า
 และบริการในศูนย์การค้าซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวและการลงทุนในกิจการค้าและบริการที่ต่อเนื่อง
 นอกจากนี้ภาครัฐบาลก็ได้ภาษีมากขึ้นด้วยเช่นกัน
 - การแข่งขันกันเองของศูนย์การค้าในทุกรูปแบบ โดยศูนย์การค้าชานเมืองในย่านรังสิต
 ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใกล้กันมากและกระจุกตัวกัน ทำให้รัศมีบริการทับซ้อนกันทั้งศูนย์การค้าระดับภาค
 และศูนย์การค้าระดับชุมชน ก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพื่อแย่งลูกค้า ศูนย์การค้าขนาด
 เล็กและศูนย์การค้าที่ไม่มีสิ่งดึงดูดผู้ใช้บริการให้ไปใช้บริการเป็นจำนวนมากเสียเปรียบศูนย์การค้า
 ขนาดใหญ่ที่ครบวงจร

ศูนย์การค้าก่อให้เกิด ปัญหาสภาพแวดล้อม เนื่องจากในปัจจุบันศูนย์การค้าใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ ก่อให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมในพื้นที่เพราะมีกิจกรรมต่างๆมาก ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามสภาพอาคาร , การใช้งาน และกิจกรรมที่เกิดขึ้นในศูนย์การค้า อาทิเช่น

- ปริมาณขยะมูลฝอย ของชุมชน เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนที่ทิ้งและเพิ่มภาระให้กับหน่วยงานท้องถิ่นในการจัดเก็บ
- เกิดมลพิษทางอากาศและเสียง เนื่องจากศูนย์การค้าส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ติดกับถนนสายหลัก ทำให้เกิดเสียงและควันพิษจากท่อไอเสียของรถที่คับคั่งอยู่บริเวณหน้าศูนย์การค้า
- ปัญหาความเสื่อมโทรมและความปลอดภัยของศูนย์การค้า เนื่องจากเปิดดำเนินการมาหลายปีและไม่ได้รับการปรับปรุงความทรุดโทรมของอาคารย่อมเกิดขึ้น ส่งผลต่อทัศนียภาพโดยรวมของเมือง และความปลอดภัยในศูนย์การค้า
- หาบเร่แผงลอยหน้าศูนย์การค้า เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนสายหลักที่มีการจราจรคับคั่งและประชาชนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก จึงมีกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าเบ็ดเตล็ดมาตั้งวางแผงขายสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า เป็นต้น

การศึกษาบทบาทของศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีการก่อสร้างทางด่วนขั้นที่ 1 เชื่อมพื้นที่เขตชั้นในกับเขตชานเมือง ประกอบกับจะมีโครงการก่อสร้างสนามบินนานาชาติแห่งที่ 2 ที่หนองงูเห่าและระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ทำให้เกิดการขยายตัวของที่อยู่อาศัยและย่านการค้าขึ้นรองรับชุมชนในบริเวณนี้โดยมีศูนย์การค้าทั้งหมด 21 แห่ง ครอบคลุม ศูนย์การค้าในย่านลาดพร้าว , รามคำแหง , ศรีนครินทร์ , สุขุมวิท 1-3 และย่านบางกะปิ ที่เป็นพื้นที่ศึกษา ซึ่งพื้นที่ย่านนี้เป็นบริเวณที่มีการขยายตัวของชุมชนขนาดใหญ่และเปรียบเสมือนเป็นเมืองหน้าด่านของกรุงเทพมหานครในการที่จะเดินทางเข้าสู่กรุงเทพฯ หรือจะออกสู่ภาคตะวันออก โดยเฉพาะศูนย์การค้าในย่านบางกะปินี้มีความแตกต่างในด้านขนาด , ประเภท / ลักษณะสินค้า และบริการของศูนย์การค้า ซึ่งมีการกระจุกตัวอยู่ในบริเวณเดียวกันถึง 5 แห่ง ก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อพื้นที่เมืองในทุกๆด้าน ทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และประชากร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านการใช้ที่ดินของชานเมือง , สภาพแวดล้อมของเมือง , พฤติกรรมของผู้บริโภค , ตลาดแบบไทยๆที่จะค่อยเลือนหายไป เป็นต้น นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่างๆ อาทิ การจราจร มลพิษ ฯลฯ เป็นต้น

จากทฤษฎีและงานวิจัยรวมทั้งแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้าที่แสดงไว้ในบทนี้ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อหาข้อเสนอแนะที่เหมาะสมต่อไป