สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 2

## ผลงานวิจัยและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

## (Literature Review)

การศึกษาเรื่อง การวางแผนพัฒนาชุมชนสะพานใหม่ ได้เอกสารงานวิจัยแนวความคิดพื้นฐานที่เกี่ยวข้องอันเป็นเหตุผลสนับสนุนสำคัญที่ก่อให้เกิดการศึกษาหัวข้อดังนี้

2.1 การวิจัยและแนวความคิดที่เกี่ยวกับแนวนโยบายหลักในการชลอการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ในแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4[1] ได้กำหนดโครงการเพื่อรองรับแผนการชลอการขยายตัวของกรุงเทพฯ ในพื้นที่เฉพาะต่าง ๆ ประกอบด้วยชุมชนชั้นใน ชุมชนชานเมือง และชุมชนรอบนอก กรุงเทพมหานคร ในลักษณะการพัฒนาเมืองแบบมีศูนย์ชุมชนหลายศูนย์ (Polycentric Development) ซึ่งแต่ละศูนย์จะมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมของตนเองรวมทั้งบริการขั้นพื้นฐาน และสาธารณูปการที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย โดยแยกออกตามขนาดและลักษณะของศูนย์ดังนี้

2.1.1 ศูนย์ชุมชนขนาดใหญ่ ได้แก่ ศูนย์ชุรกิจ พาหุรัด เจริญกรุง ซึ่งต่อเนื่องถึงสีลม บางรัก

2.1.2 ศูนย์ชุมชนขนาดกลาง เช่น ศูนย์บางแค–บางไผ่ ศูนย์สะพานใหม่ ศูนย์สะพานควาย ศูนย์สามแยกเกษตร ศูนย์พระโขนง ฯลฯ

2.1.3 ศูนย์ชุมชนขนาดเล็ก เช่น ศูนย์อุดมสุข ศูนย์ลาดพร้าว ศูนย์คลองตัน ฯลฯ

---

1 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, <u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สี่</u> (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2520–2524) หน้า 257

2.2 ข้อเสนอแนะของนโยบายและเป้าหมายของผังนครหลวง 2543 ในเรื่องเกี่ยวกับการใช้ที่ดิน[1] คือ

2.2.1 ควบคุมขนาดพื้นที่ของชุมชนนครหลวง ซึ่งประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ และพระประแดง ให้มีพื้นที่ชุมชนที่ไม่ใหญ่จนเกินไป ทั้งนี้เพื่อการประหยัดการพิจารณาสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ และสะดวกต่อความเป็นอยู่ของคนในนครหลวง ขนาดของพื้นที่ชุมชนนครหลวงในอนาคต 2543 ที่เป็นไปได้กำหนดให้มีขนาดประมาณ 1,000 ตารางกิโลเมตร

2.2.2 กำหนดให้มีความหนาแน่นสุทธิสูงสุด สูงสุดเฉลี่ย 250 คนต่อไร่ในบริเวณศูนย์กลางเมือง

2.2.3 กำหนดเขตกสิกรรมล้อมชุมชนนครหลวง เพื่อเป็นกันชนมิให้ผังนครหลวงกระจายกว้างออกไปเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.2.4 กำหนดโครงสร้างของชุมชนให้มีหลายศูนย์ (Multiple Nuclei) ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความคับคั่งโดยเฉพาะในใจกลางเมือง (Central Business District) และลดการเดินทางให้น้อยลงโดยกำหนดเป็นศูนย์กลางต่าง ๆ ดังนี้คือ

– ศูนย์กลางเมือง (Regional Center) คือ loop หรือ Central Business District ของนครหลวง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางของการปกครอง ธุรกิจการค้า ที่พักอาศัยหนาแน่นสูง และสาธารณูปการต่าง ๆ ที่จะบริการบริเวณชุมชนนี้

---

1 สำนักผังเมือง กระทรวงมหาดไทย, ผังนครหลวง 2543 (พระนคร 2522) หน้า 7–9

– ศูนย์กลางตำบล (Community Center) บริเวณนี้จะเป็นศูนย์กลางรองลงมาจากศูนย์กลางเมือง กระจายอยู่ทั่วไปในชุมชนรอบนอก หรือชุมชนชานเมือง ในบริเวณศูนย์กลางนี้จะประกอบด้วยย่านการค้า การปกครอง การคมนาคม บริการสาธารณูปการต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับบริการคนในชุมชนในรัศมี 2–4 กิโลเมตร ซึ่งศูนย์นี้จะช่วยลดความคับคั่งในเมือง ศูนย์ตำบลได้แก่ ศูนย์ชุมชนบางเขน ศูนย์คลองจั่น ศูนย์พระโขนง ศูนย์มีนบุรี ศูนย์ลาดกระบัง ศูนย์ลาดพร้าว ศูนย์ดินแดง เป็นต้น

– ศูนย์กลางหมู่บ้าน (Neighbourshood Center) ศูนย์กลางหมู่บ้านนี้จะกระจายอยู่ในบริเวณพักอาศัยในรัศมี 1/2 – 1 กิโลเมตร ในศูนย์กลางหมู่บ้านจะประกอบด้วยโรงเรียนอนุบาล โรงเรียนประถม สนามเด็กเล่น วัด ร้านค้าย่อย และสาธารณูปการต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการขยายตัวของเมือง นักสังคมวิทยาได้พยายามแสวงหาความรู้และศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับการขยายตัวของเมือง เพื่ออธิบายถึงแบบ (Model) ของการขยายตัวของเมืองต่าง ๆ ซึ่งมีทฤษฎีที่สำคัญ และน่าศึกษาอยู่ 3 ทฤษฎีด้วยกันกล่าวคือ[1]

2.3.1 Concentric Zone Theory ผู้เป็นเจ้าของทฤษฎีนี้คือ Ernest W. Buergess นักสังคมวิทยาผู้นี้ได้รับแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีนี้มาจากการเจริญเติบโตของนครชิคาโก ในสหรัฐอเมริกา เขามีความเห็นว่า การขยายตัวของเมืองนั้นมีลักษณะเป็นรูปวงกลม (Concentric Zone) กล่าวคือในขั้นต้นนั้นผู้คนตั้งบ้านเรือนและประกอบกิจการค้าอยู่ตามบริเวณโดยรอบของใจกลางเมือง (Central Business Distric)

---

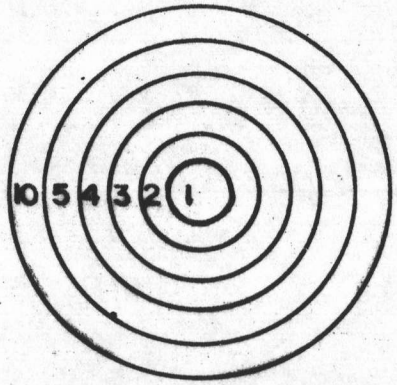
1 Paul B. Horton and Chester L. Hunt, Sociology (W.Y. : McGraw-Hill Book Co., 1964), pp. 461-464.

ครั้นเมื่อกิจกรรมขยายตัวขึ้น เมืองก็ขยายออกไปบริเวณใจกลางของเมืองก็กลายสภาพเป็นเขตในเมือง เมื่อกิจกรรมต่าง ๆ ขยายตัวออกไป ผู้คนก็จะเคลื่อนย้ายออกไปอาศัยอยู่รอบนอกออกไปเรื่อย ๆ เขาอธิบายต่อไปว่า โครงสร้างภายในเขตของเมือง อาจแบ่งออกได้เป็นเขต (Zone) ได้ 10 Zone และเขตต่าง ๆ ดังกล่าวจะแสดงถึงกลุ่มคนของชนชั้นต่าง ๆ ตลอดจนสามารถประกอบการบางประเภท ซึ่งอยู่ภายในเขตนั้น ๆ (ดังภาพที่ 1)

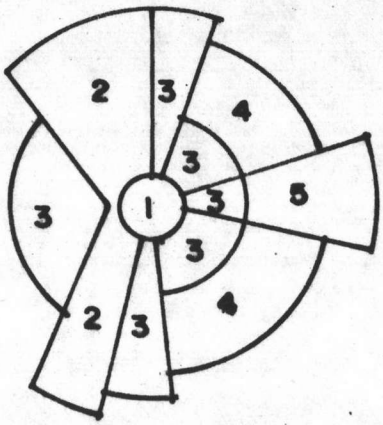
2.3.2 Sector Theory นักสังคมวิทยาชื่อ Homer Hoyt ผู้เป็นเจ้าของทฤษฎีนี้ได้แบ่งเมืองออกเป็นส่วน (Sector) ต่าง ๆ เขามีความเห็นว่าการขยายตัวของเมืองนั้น มิใช่ลักษณะเหมือนกับ Concentric Zone Theory ของ Burgess เสมอไป กล่าวคือบริเวณอุตสาหกรรมไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นโดยรอบอาณาบริเวณศูนย์กลางของเมือง แต่อาจเจริญหรือขยายตัวตามริมทางรถไฟ หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ส่วนต่าง ๆ อาจจะมีจุดเริ่มต้นจากศูนย์กลางของเมืองแล้วขยายไปตามแนวยาวออกไปสู่ชานเมืองทำให้ส่วนต่าง ๆ อันประกอบเข้าเป็นเมืองใหญ่ ๆ มีลักษณะคล้ายใบพัดลม (ดังภาพที่ 2)

2.3.3 The Multinuclear Theory ผู้เป็นเจ้าของทฤษฎีนี้คือ C.D. Harris and E.L. Ullman นักสังคมวิทยาทั้งสองท่านมีความเห็นพ้องกันว่าศูนย์กลางของเมืองนั้นมิได้เกิดขึ้นมาจากที่แห่งเดียว หากแต่มีศูนย์กลาง (nucleus) ของเมืองอยู่หลายแห่ง ซึ่งอาจจะเป็นศูนย์กลางการค้า ศูนย์อุตสาหกรรม ศูนย์การค้าย่อย และย่านที่อยู่อาศัย เป็นต้น (ภาพที่ 3)

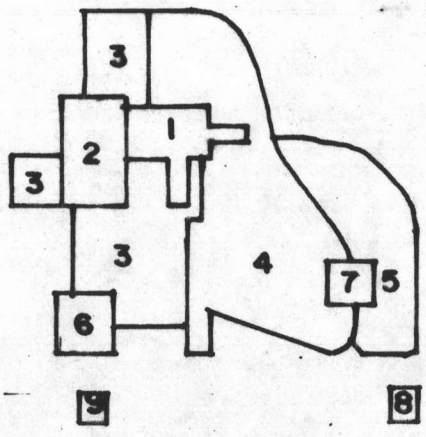
การแบ่งเขตของเมือง




CONCENTRIC ZONE THEORY
รูปที่ 1




SECTOR THEORY
รูปที่ 2




MULTIPLE NUCLEAR
รูปที่ 3

**สัญญลักษณ์**

1 ศูนย์การของเมือง (CBD)
2 อุตสาหกรรมเบาและขายส่ง
3 ที่อยู่อาศัยชนชั้นกรรมาชีพ
4 ที่อยู่อาศัยชนชั้นกลาง
5 ที่อยู่อาศัยชนชั้นสูง
6 อุตสาหกรรมหนัก
7 ธุรกิจการค้านอกเมือง
8 ที่อยู่อาศัยชานเมือง
9 อุตสาหกรรมชานเมือง
10 ที่อยู่อาศัยชนบทของคนเดินทางเข้ามาทำงานในเมือง

การแบ่งเขตของเมือง[1]

1. บริเวณเขตศูนย์กลางของเมือง อันเป็นที่ตั้งของที่ทำการของรัฐบาล และสถานประกอบการต่าง ๆ (Central Business Destrict)

2. บริเวณเขตที่ตั้งของอุตสาหกรรมขนาดเบา และการขายส่ง (Wholesale Light Manufacturing)

3. บริเวณเขตที่อยู่อาศัยของชนชั้นกรรมาชีพ (Low Class Residential)

4. บริเวณเขตที่อยู่อาศัยของชนชั้นกลาง (Medium-class Residential)

5. บริเวณเขตที่อยู่อาศัยของชนชั้นสูง (High class Residential)

6. บริเวณเขตอันเป็นที่ตั้งของการผลิตอุตสาหกรรมขนาดหนัก (Heavy Manufacturing)

7. บริเวณแหล่งธุรกิจการค้านอกเมือง (Outlying Business Destrict)

8. บริเวณเขตชานเมืองอันเป็นที่อยู่อาศัย (Residential Suburb)

9. บริเวณเขตชานเมืองอันเป็นที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Suburb)

10. บริเวณเขตที่อยู่อาศัยรอบนอกของคนที่เดินทางเข้าไปทำงานในเมือง (Commuter's Zone)

---

1 Paul B. Horton and Chester L. Hunt, เรื่องเดียวกัน

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่อง การเกิดชุมชน[1] (Urban Form)

Urban Form หรือการรวมกลุ่มของ (Element) ลักษณะกิจกรรมและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งมนุษย์สร้างสรรขึ้น ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ นี้ได้ถูกสร้างขึ้นมา และประกอบกันเข้าเป็น Urban form สิ่งเหล่านี้ได้แก่ อาคาร แม่น้ำ (ลำคลอง) สะพาน ฯลฯ ซึ่งสิ่งก่อสร้างซึ่ง serve กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ได้ถูกทำให้เกิดรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับประเภทของกิจกรรมต่าง ๆ ตามแต่ละประเภทของมัน

2.4.1 Factor ต่าง ๆ ที่ประกอบให้เกิด Urban Form ขึ้นมี

2.4.1.1 ลักษณะภูมิประเทศ (Nature of the Site)

2.4.1.2 ประชากร (People)

2.4.1.3 ลักษณะของกิจกรรม (Human Activities)

2.4.1.4 ระบบการขนส่งและคมนาคม (Movement System)

2.4.1.5 สัญญลักษณ์ของชุมชน (Landmark & Physical)

2.4.1.6 หน้าที่ของชุมชน (Function of City Boundary)

004214

เมื่อมี Factor ต่าง ๆ ประกอบให้เกิดเป็นชุมชนแล้ว ลักษณะของการเกิดชุมชน (Urban form) อาจแยกได้ตามลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

---

1 พรเทพ พิมลเสถียร ดร., "การวางแผนการจัดใช้ที่ดิน และการจัดระบบชุมชน" เอกสารประกอบคำบรรยายสำหรับเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 3-5 (กระทรวงมหาดไทย ฝ่ายสาธารณูปโภคและสิ่งแวดล้อม พฤษภาคม 2522) หน้า 2-7

2.4.2.1 The Sheet Form เป็น form ของเมืองที่ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง ไม่มี Local Centers ไม่มี Major route ถนนเป็นแบบ grid pattern การจราจรคล่องตัว สามารถกระจายออกได้ทุกทิศทาง

2.4.2.2 The Core Form เป็น form ของเมืองที่มี Activities ต่าง ๆ เป็น center และ center ต่าง ๆ มีอาคารชั้นสูงเป็น center ซึ่งลักษณะของเมืองแบบนี้มี System of flow สูง สามารถใช้ Public Transportation ได้ดีและประหยัด

2.4.2.3 The galaxy form เมืองชนิดนี้ Center of Activities กระจายเป็นจุดเล็ก ๆ ต้องพึ่งระบบการขนส่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็น center ของ Activities เมืองแบบนี้นับว่ามี System of flow ดี ลักษณะของเมืองประเภทนี้จะต้องอาศัยประสิทธิภาพของการขนส่งทั้งในทางสาธารณะ และเอกชนสูง

2.4.2.4 The Satellite form ลักษณะของ form ประเภทนี้คล้าย Cal axy form แต่มี Center Core อยู่กลาง และ Subcenter อยู่รอบ ๆ อาศัยเส้นทางคมนาคมระหว่าง Center และ Subcenter ลักษณะเมืองประเภทนี้จะเห็นได้ว่า Center Core จะมีความหนาแน่นสูงในเวลาธุรกิจ ส่วนดีของเมืองประเภทนี้ได้แก่ การกระจายความหนาแน่นของ Central Core

2.4.2.5 The Star form ลักษณะของ form ประเภทนี้คือ เมืองที่มี Central Core และมีถนนสาย Main เป็น Radial ตัดมาสู่ Core และมีถนนวงรอบหรือ Ring Road เชื่อมโยงถนน Radials เหล่านี้ ซึ่งลักษณะของกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่อาศัยจะเกาะอยู่ตามถนนสาย Radials และ Ring เหล่านี้ เมืองชนิดนี้จะมีปริมาณการจราจรหนาแน่นบริเวณ Central Core ความหนาแน่นของเมืองจะกระจายตัวตามเส้นทางคมนาคม

2.4.2.6 The Linear Form เป็นเมืองที่เกิดการพัฒนาไปตามเส้นทางคมนาคม กิจกรรมต่าง ๆ จะเกาะตัวอยู่สองข้างถนนเมืองที่มี form แบบนี้จะไม่มี Major Center หรือถ้ามีก็จะเป็น Low density เมืองประเภทนี้การลงทุนในด้านการจัดสาธารณูปโภคสูง และบริการต่าง ๆ สูง แต่การจัดระบบการขนส่งและบริการต่าง ๆ ทำได้ง่าย

2.4.2.7 The Ring Form คือ ลักษณะของ Linear Form ที่อยู่ใกล้กัน มีเส้นทาง Transportation ติดต่อเชื่อมกันเป็นรูปวงแหวน เมืองประเภทนี้ไม่มี Major Center, Activities ต่าง ๆ และ Residential Area อยู่รวมกันเป็นกลุ่มตามสองฟากถนนสายวงแหวน

เมืองที่มี form แบบนี้มี Accessibility สูง ความหนาแน่นที่ Center น้อย การ Services และการขนส่งมีประสิทธิภาพสูง

2.4.2.8 The Polycentered net เป็นเมืองที่สามารถพัฒนาได้รวดเร็ว ขยายตัวออกได้กว้างขวาง และทุกทิศทาง มี Center หลายจุด Activities กระจายออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เชื่อมโยงด้วยระบบการขนส่ง มี Built up Area และ GreenSpace

เนื่องจากบริเวณชุมชนสะพานใหม่ มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยการเกิดจากการสร้างศูนย์การค้าเติบโตมาพร้อมกับความเจริญชุมชน จึงได้นำเอาการศึกษา และแนวความคิดเกี่ยวข้องกับทฤษฎีศูนย์กลาง และย่านการค้ามาพิจารณาด้วยดังนี้คือ

Walter Christaller[1] ได้เสนอทฤษฎีศูนย์กลางโดยกำหนดให้ขอบเขตการบริการของเมือง เมืองหนึ่งมีรัศมีไปไกลรอบตัวเป็นรูปเหลี่ยม และจะไปชนกับขอบเขตการบริการของอีกชุมชนหนึ่ง ซึ่งมีศูนย์กลางและทำหน้าที่เหมือนกันมีบริการเท่ากัน ในทฤษฎีของ Christaller ได้กำหนดขอบเขตไว้แน่นอน เช่น ตลาดในชุมชนเล็กที่สุดจะให้บริการได้ 7 กิโลเมตร หลักเกณฑ์เหล่านี้ Chistaller ได้มาจากการกำหนดซื้อขายในตลาด ที่เรียกว่า Marketing Principle ซึ่งเป็นมาตรฐานกำหนดขอบเขตเมืองในเยอรมัน

W.L. Barrison และ B.J.L. Berry[2] ได้กำหนดสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นมาตรฐานในการกำหนดขอบเขตของการบริการของตลาด และระยะทางที่ไกลที่สุดที่คนจะมาซื้อสินค้าชนิดนั้น สินค้าที่เขาได้เลือกเป็นตัวอย่างให้ผู้ซื้อและผู้รับบริการเลือกด้วย คือ เสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ การใช้บริการซักแห้ง และอาหาร

ในด้านการจัดลำดับของย่านการค้าต่าง ๆ มีผู้ศึกษาไว้พอสรุปได้คือ

Thorpe[3] ศึกษาย่านการค้าโดยอาศัยจากปริมาณการขายเป็นหลักและจัดลำดับของย่านการค้าต่าง ๆ ออกเป็นกลุ่ม แบ่งตามลำดับดังนี้ คือ

---

1 James H. Hohnson Urban Geography : An Introductory Analysis (Sydney : Pergaman Press, 1967), P.95.

2. Brian J.L. Berry, Geography of Market Centers and Retail Distribution (London : Prestice Hall, 1967), p.14

3 D. Thorpe and T.C. Rhodes, "The Shopping Centers of the Tyneside Urban Region and Large Scale Grocery Retailing" Economic Geography pp. 52-73.

1) Regional Center
2) Sub-Regional Center
3) Major Center
4) District Center
5) Local or Suburban Center
6) Village or Small Suburban Center

Peter Scott[1] กล่าวถึงตัวดัชนีพื้นฐาน 5 ประการที่ใช้ในการจำแนกย่านการค้าเป็นลำดับต่าง ๆ ได้แก่

1) ความสำคัญโดยรอบของ Center นั้น
2) องค์ประกอบของกิจการค้า
3) รูปแบบของกิจการค้า
4) ขนาดของกิจการค้า
5) โครงสร้างและขอบข่ายตลาด

Lively[2] กล่าวว่า การเติบโตและเสื่อมของย่านการค้าเล็ก ๆ มีความสัมพันธ์กับระยะทางจากย่านการค้าใหญ่ และรูปแบบของย่านการค้าจะแปรผันตามแบบแผนเศรษฐกิจของภาค

Berry[3] ศึกษาย่านการค้าในเมืองชิคาโกและวิเคราะห์ Center 63 แห่ง โดยพิจารณาดังนี้

---

1 Peter Scott, Geography of Retailing (Bath : Pitman Press, 1972), p.121

2 C.E. Lively, "The Appearance and Disappearance of Miror Trade Centers in Minesota, 1905-1930" Social Force (Vol. 10, 1931), pp. 71-75.

3 Scott, Geography of Retailing, p.147

1) จำนวนธุรกิจและประเภทต่าง ๆ

2) จำนวนสถานประกอบการ

3) พื้นที่ร้าน

4) พื้นที่หน้าร้าน

5) การขายปลีก

6) รายได้จากการขาย

7) การจัด

8) ขนาดประชากรในศูนย์ที่ใหญ่ที่สุด

9) รายได้จากศูนย์ที่ใหญ่ที่สุด

Skinner[1] ศึกษาตลาดและโครงสร้างสังคมในชนบทจีน เขาแบ่งตลาดเป็น 3 ระดับคือ

1) Central Market อยู่ในที่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม มีลักษณะเป็นตลาดขายส่ง คือ รับสินค้าจากตลาดอื่นภายนอก และส่งไปตลาดย่อย

2) Intermediat Market มีทั้งการขายปลีกและขายส่ง โดยมีสินค้ามากพอจะขายส่งแก่ตลาดย่อย

3) Standard Market เป็นตลาดเล็กที่คนในท้องถิ่นหาซื้อสินค้าและบริการย่อย ๆ เป็นแหล่งส่งออกของวัตถุดิบต่าง ๆ

---

1 C. Skinner . "Marketing and Social Structure in Rural China" Peasant Society (Part I), p.85

Berry[1] กล่าวถึงตลาดศูนย์กลางว่าจะต้องมีบริการที่คนในพื้นที่รอบ ๆ มาใช้สะดวก คือ การคมนาคมสะดวกมีสินค้าหลายประเภท เป็นทั้งที่ผลิต ขายส่ง ขายปลีก และขายไปสู่ตลาดย่อย

เขากล่าวว่า ตลาดศูนย์กลางมีหลายระดับขึ้นกับจำนวนร้าน ขนาด และองค์ประกอบของตลาดนั้น และมีข้อกำหนดเกี่ยวกับตลาดศูนย์กลางว่า

1) ไม่มีตลาดอื่นอยู่ใกล้เคียงที่มีอิทธิพลกว่า

2) อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญของเมือง

3) มีการขยายศูนย์ขนาดย่อยของตลาดออกไปเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า

Robert[2] กล่าวว่าการศึกษาเกี่ยวกับย่านการค้าได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีศูนย์กลางเป็นอันมาก ซึ่งมีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณาคือ หน้าที่ศูนย์กลางและรูปแบบของศูนย์กลางที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ และแต่ละศูนย์กลางมี Hinterland ที่มีรูปร่างและขนาดขึ้นกับขนาดของประชากร ความสะดวกในการคมนาคม ตลอดจนปริมาณและประเภทของสินค้าและบริการในพื้นที่นั้น โดยผู้บริโภคจะพยายามเลือกที่ที่จะซื้อสินค้ามากที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงองค์ประกอบของระยะทางและจำนวนร้านค้าตลอดจนผู้ซื้อ

การจำแนก Center เป็นลำดับต่าง ๆ นั้น อาศัยตัวชี้บอกคือ ขนาด (Size) และหน้าที่ (Function) ของย่านการค้า รวมถึงปริมาณการขาย การจ้างงาน และจำนวนร้านค้าด้วย

ส่วนในด้านทฤษฎีศูนย์กลางนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาผลงานของ Christaller และ Losch ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญมากในการพัฒนาทฤษฎีศูนย์กลางนี้

---

1 B.Berry, Geography of Market Centers and Retial Distribution (Englewood Ciffs: Prentice-Hall, 1967), pp.3-9.

2 Robert, An Introduction to Town Planning Techniques, pp. 302 - 303.

Christaller[1] อธิบายถึงแหล่งศูนย์กลาง (Central Place) กับพื้นที่โดยรอบ ซึ่งแบบจำลองของเขาอธิบายได้ดีกับกิจกรรมบริการ ในการอธิบายนั้นเขามีข้อสมมติว่าพื้นที่เป็นที่ราบ และมีลักษณะเหมือนกันทุกทาง มีการกระจายตัวของประชากรเท่ากัน มีรายได้และรสนิยมเหมือนกัน และการติดต่อระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ นั้นง่ายเท่ากัน เขากล่าวว่าชุมชนจะมีลำดับความใหญ่โตต่อกันเป็นลำดับอย่างน้อย 7 ระดับ โดยชุมชนในระดับหมู่บ้านเล็ก ๆ (Hamlets) ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดอยู่เป็นอันดับหนึ่ง (First Order Central Place) ถัดมาเป็นชุมชนหมู่บ้านขนาดใหญ่ (Village) เป็นอันดับสอง (Second Order) ที่เจริญกว่านี้ก็เป็นชุมชนเมืองเล็ก ๆ (Third Order) และในที่สุดเป็นชุมชนเมืองใหญ่ (Fourth Order) ดังนั้นชุมชนในอันดับต้น (First Order) จึงเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่โดยรอบ (Complementary Areas) ของชุมชนใหญ่

สำหรับ Losch[2] ก็เห็นคล้าย ๆ กับ Christaller และมีแนวคิดสำคัญคือ

1) การเลือกที่ตั้งจะพยายามให้เกิดประโยชน์มากที่สุด คือ ผู้ผลิตได้กำไรมากที่สุด และผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด

2) ไม่มีที่ว่างในการตั้งหน่วยผลิตขึ้นมาใหม่

3) กำไรที่ได้เป็นกำไรปกติ

4) แหล่งผลิต ตลาด และแหล่งวัตถุดิบจะต้องเล็กที่สุดเท่าที่จะเป็นได้

5) กรณีที่พื้นที่ตลาดชนกันนั้น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจาก 2 แหล่ง โดยมีความพอใจเท่ากัน $L_{o}sch$ กล่าวว่า การผลิตเล็กที่สุดในระยะเริ่มต้น จะมีหลายจุดบนพื้นที่ และมีตลาดเป็นรูปวงกลม ต่อมามีการแข่งขันมากขึ้น พื้นที่ตลาดจะค่อย ๆ กลายเป็นรูป 6 เหลี่ยมของการผลิต

---

1. ประพันธ์ เศวตนันท์, เศรษฐศาสตร์ภูมิภาค (พระนคร ไทยวัฒนาพานิชย์, 2520) หน้า 72–70

2 ประพันธ์ เศวตนันท์, เรื่องเดียวกัน หน้าเดียวกัน

ประเภทนั้น และอุตสาหกรรมแต่ละประเภทก็จะมี 6 เหลี่ยม หรือพื้นที่ตลาดของทุกประเภทจะมีศูนย์กลางร่วม (Common Center) อยู่ คือ ศูนย์กลางซึ่งมีการผลิตทุกประเภทนั่นเอง

รัชนีวรรณ เวชพฤติ และ สุวัฒนา สุกใส [1] ได้ศึกษาวิจัยเพื่อต้องการทราบขอบเขตบริการและหน้าที่โดยทั่วไปของศูนย์การค้า ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ตลาดอมรพันธ์ ตลาดสะพานควาย และ ตลาดสะพานใหม่ เป็นตัวอย่างศึกษาเปรียบเทียบ ผลการศึกษาพบว่า

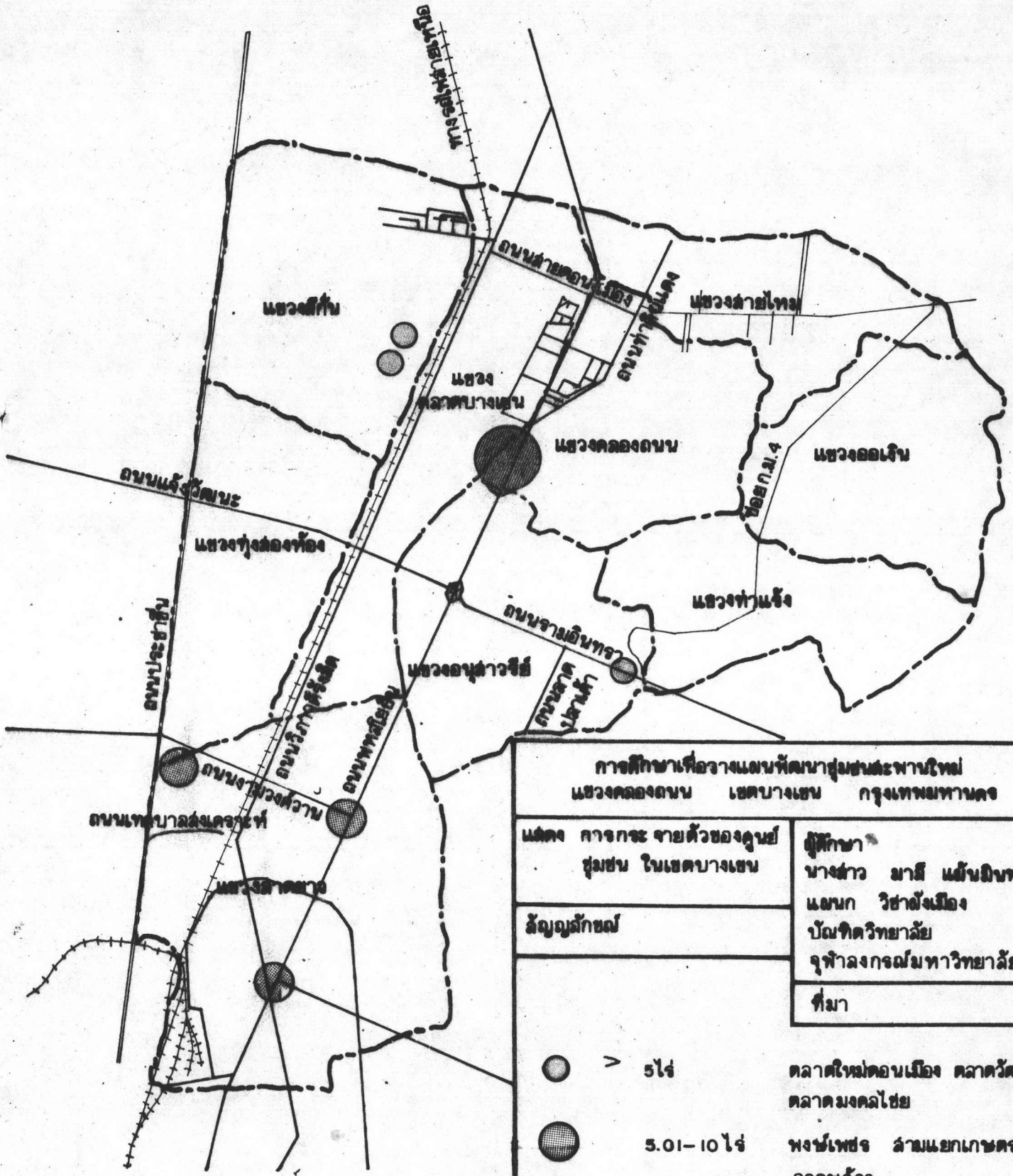
1. ค่าเฉลี่ยระยะรัศมีรอบตลาดของตลาดสะพานควาย และตลาดอมรพันธ์ใกล้เคียงกันคือ 4.37 และ 3.50 ตามลำดับ ที่อยู่ของลูกค้าตลาดอมรพันธ์มีความสัมพันธ์กับระยะทางมากกว่าตลาดสะพานควาย ส่วนตลาดสะพานใหม่อยู่ไกลออกมาจากเมืองมาก ประชากรจึงเบาบางกว่าตลาดนี้จึงให้บริการแก่คนที่อยู่ไกลกว่า ตลาดสะพานควาย และอมรพันธ์

2. ตลาดอมรพันธ์ และตลาดสะพานใหม่ ผู้อยู่อาศัยรอบตลาดมีเปอร์เซนต์เป็นสูงที่มาจ่ายตลาดเพราะใกล้บ้าน ที่จ่ายเพราะเป็นทางผ่านมีน้อยราย เนื่องจากที่ตั้งของตลาดทั้งสองอยู่นอกเมืองออกมา ส่วนตลาดสะพานควายจากทุกทิศทุกทาง เนื่องจากอยู่เกือบถึงในเมืองซึ่งเป็นทางที่มีคนผ่านไปมามากกว่าสองตลาดดังกล่าว คือที่อยู่อาศัยของลูกค้าที่มารับบริการ

3. ทั้ง 3 ตลาดมีลูกค้าประจำที่มาจ่ายตลาด เนื่องจากที่พักอาศัยอยู่ใกล้เป็นจำนวนมาก และระยะเวลาจากการมาตลาดไม่เป็นอุปสรรคต่อจำนวนครั้งของการมาจ่ายตลาดต่อสัปดาห์ คือ ผู้มาจ่ายไม่ว่าจะมาโดยรถหรือเดิน จะมาจ่ายตลาด 5–6 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นประจำ

---

1. รัชนีวรรณ เวชพฤติ และ สุวัฒนา สุกใส ขอบเขตการบริการของศูนย์การค้าในกรุงเทพ (รายงานการวิจัย สภาวิจัยฯ, 2519–2520) หน้า จ.




การศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาชุมชนละพานใหม่
แขวงคลองถนน เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

แสดง การกระจายตัวของศูนย์ชุมชน ในเขตบางเขน

สัญญลักษณ์

ผู้ศึกษา
นางสาว มาลี แสันมิ่งมิตร์
แผนก วิชาผังเมือง
บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่มา

| | | |
|---|---|---|
| | > 5ไร่ | ตลาดใหม่ดอนเมือง ตลาดวัฒนาพันท์ ตลาดมงคลไชย |
| | 5.01–10 ไร่ | พงษ์เพชร ลานแยกเกษตร ลาดพร้าว |
| | < 20 ไร่ | ละพานใหม่ |