

บทที่ 6

สรุป ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

การศึกษาเพื่อจัดลำดับความสำคัญของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่งทั้งในภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งนี้เพราะการก่อสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ขึ้นมาแต่ละแห่งในแต่ละพื้นที่นั้นย่อมจะส่งผลกระทบต่อชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากศูนย์การค้านั้นเป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่แห่งหนึ่งและเป็นที่รวมของชนในชุมชน ในแง่ที่เป็นศูนย์กลางของชุมชน

การสร้างศูนย์การค้าในปัจจุบันนั้น พบว่าส่วนใหญ่แล้วจะมีการรวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ตอนในของกรุงเทพมหานคร เป็นหลักและจะมีบางส่วนที่พยายามไปตั้งอยู่ในระหว่างเขตของพื้นที่ตอนในและพื้นที่รอบนอก ศูนย์การค้าเหล่านี้มักเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีลักษณะของการให้บริการคล้ายคลึงกันแต่อาจมีรายละเอียดปลีกย่อยในเรื่องของสินค้าแตกต่างกันออกไปบ้าง เช่น จำนวนสินค้า คุณภาพ และราคา เป็นต้น

สำหรับผลของการศึกษาในครั้งนี้ เห็นว่าสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกประการ โดยเฉพาะในส่วนที่เป็นการจัดลำดับความสำคัญของศูนย์การค้าต่าง ๆ จากการนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาเป็นตัวพิจารณาสามารถแบ่งแยกให้เห็นถึงระดับของศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานครได้อย่างชัดเจน ซึ่งสรุปออกตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อได้ดังนี้

6.1 บทสรุป

การสรุปในที่นี้จะได้แบ่งออกเป็นส่วน ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ก่อนต้นซึ่งกล่าวไปตามลำดับดังนี้

6.1.1 ในเรื่องของจำนวน ขนาด ที่ตั้ง และการกระจายตัวของศูนย์การค้า
ขนาดใหญ่

ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครนั้น พบว่าในปัจจุบันมีอยู่ทั้งหมด 25 แห่งด้วยกัน ทั้งนี้ไม่รวมส่วนที่เป็นโครงการหรือกำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่ ศูนย์การค้าเหล่านี้จะประกอบไปด้วยพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10,000 ตารางเมตร และมักจะประกอบด้วยทางสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ซุปเปอร์มาร์เกต ร้านอาหาร สวนสนุก ในบางแห่งยังมีโรงแรมชั้นหนึ่ง ลานสเก็ต รวมอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

ภายในศูนย์การค้าจะมีการจัดบริเวณตกแต่งไว้อย่างสวยงามทั้งนี้เพราะเชื่อว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้คนไปใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากศูนย์การค้านั้นได้กลายเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญของคนในกรุงเทพมหานคร ผู้ที่เข้าไปใช้บริการจึงมีผู้ที่ไปเที่ยวกับทั้งใจจะไปซื้อของจริง ๆ ซึ่งพบว่ามีสัดส่วนพอ ๆ กัน

นอกจากนั้นจะเห็นได้ว่าที่ตั้งของศูนย์การค้าเหล่านี้มักจะมีทางเข้าออกที่สะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย มีที่จอดรถให้ลูกค้าอย่างพอเพียงสะดวกที่จะเข้าไปใช้บริการ และยังเปิดทำการหลังจากที่เป็นชั่วโมงทำงานโดยทั่วไป ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เลิกงานแล้วได้เข้าไปจับจ่ายซื้อของในแต่ละวัน ศูนย์การค้าบางแห่งอาจตั้งค่อนมาทางย่านอยู่อาศัยบางแห่งอาจตั้งอยู่ในแหล่งงานโดยตรง หรือตั้งอยู่ในทางผ่านระหว่างที่ทำงานกับที่อยู่อาศัย ซึ่งส่งผลให้ศูนย์การค้าบางแห่งนั้นมีบทบาทเป็นศูนย์การค้าของแหล่งงาน เช่น เซ็นทรัลสโตน เป็นคน หรือในขณะเดียวกันอาจเป็นทั้งของแหล่งงานและอยู่อาศัย หรือเป็นศูนย์การค้าที่เน้นเฉพาะย่านอยู่อาศัยอย่างเดียว เช่น เดอะมอลล์ รามคำแหง เป็นต้น

ในด้านการกระจายตัวนั้นพบว่า ศูนย์การค้าในปัจจุบันนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่ถนนในของกรุงเทพมหานครเกือบทั้งสิ้น โดยเฉพาะในเขตปทุมวันและพญาไท นั้นมีศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ๆ มากมายรวมทั้งมีโครงการที่จะสร้างเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต ศูนย์การค้าเหล่านี้ได้แก่ โรบินสันราชดำริ ราชดำริอาเขต บิ๊กเบลดเพลินจิต เดอะมอลล์ราชดำริ อิมรินทร์พลาซ่า พันทิพย์พลาซ่า ซีทีพลาซ่า พาต้าอินทรา เซ็นทรัลชิดลม มาบุญครองเซ็นเตอร์ และสยามสแควร์ เป็นต้น

ส่วนที่ทำการกระจายตัวออกไปนั้นพบว่ายังเป็นส่วนที่อยู่ต่อเนื่องออกไป จากพื้นที่ถนนในของกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกัน ก็จะเห็นได้จากที่ตั้งของทางเช่นทรลพลาชา ลากพร้าวในทางถนนเหนือ เคอะมอลล์รามคำแหงในทางตะวันออกเฉียงเหนือ อาเซียน พระโขนงและไคมารุพระโขนงในทางตะวันออก โดยมีทางพาดค้ำเป็นเกล็ดตั้งอยู่ในทางตะวันตก ซึ่งจะเป็นการให้บริการในทางฝั่งธนบุรีรวมทั้งมี เช่นทรลลากหญ้าสำหรับให้บริการแก่ชุมชนใน ทางถนนใต้ของกรุงเทพมหานครด้วย และเป็นที่น่าสนใจกว่าศูนย์การค้าเหล่านี้จะพยายามตั้ง อยู่บนพาดถนนสายสำคัญ ๆ ที่เชื่อมระหว่างกรุงเทพมหานครกับพื้นที่โดยรอบ ดังเช่นริมถนน พหลโยธิน รามคำแหง สุขุมวิท ปิ่นเกล้า และเพชรเกษม เป็นต้น

สำหรับในพื้นที่ถนนในสุคนั้น พบว่ามีศูนย์การค้าตั้งอยู่บางแห่งจะเป็นศูนย์ การค้าเก่าที่ทำการปรับปรุงการให้บริการขึ้น และในส่วนที่เป็นเขตพื้นที่ริมนอกสุดของกรุงเทพ มหานคร อันได้แก่ เขตมีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชัน หนองแขม และบางขุนเทียนนั้น ไม่มีการสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ขึ้นเลย

6.1.2 ในเรื่องของบทบาทและเขตอิทธิพลของความเป็นศูนย์กลาง

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่มีความแตกต่างกันก็ ย่อมจะมีบทบาทและเขตอิทธิพลที่ต่างกันออกไป กล่าวคือในเรื่องบทบาทนั้นศูนย์การค้าได้ กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชุมชนของกรุงเทพมหานครไปแล้ว ทั้งนี้เพราะเป็นที่รวมของคน ซึ่งมาใช้บริการในเรื่องของการจับจ่ายใช้สอย เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นตัวที่จะก่อให้เกิดค่านิยมต่าง ๆ ขึ้นมาอีกมากมายสำหรับในอนาคต ดังเช่น จะทำให้คนมีความรู้สึกว่าจะต้องมาซื้อสินค้าจากศูนย์การค้าแทนที่จะซื้อจากตลาด ทำให้คนใช้จ่ายเงินทองและทุ่มเทเพื่อบริการจูงใจในการซื้อที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ ศูนย์การค้า แต่ละแห่งจะมีพื้นที่เขียวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ พาลูกหลานไปเที่ยวเล่น เล่นเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าความบทบาทที่สำคัญของศูนย์การค้าอีกอย่างหนึ่งก็คือ นอกจาก จะเป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าแล้วยังทำหน้าที่เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชากรในเขตชุมชน

กรุงเทพมหานคร อีกอย่างหนึ่งควยและเชื่อว่าจะกลายเป็นสิ่งสำคัญขึ้นไปทุกทีทั้งนี้เนื่องจากการขาดแคลนแหล่งสินค้าการซึ่งจักสร้างขึ้นโดยภาครัฐบาลซึ่งอาจมีปัญหาค่าและอุปสรรคหลายๆประการในการดำเนินงานจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ศูนย์การค้าเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเสริมสร้างสิ่งซึ่งขาดแคลนอยู่นี้

ส่วนในเรื่องเขตอิทธิพลนั้นพบว่า เส้นทางรถประจำทางเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการหาเขตอิทธิพล เนื่องจากผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ในศูนย์การค้าแต่ละแห่งจะเดินทางมาโดยรถประจำทาง การหาเขตอิทธิพลที่กล่าวมาในคณคณนั้นเป็นการพิจารณาเฉพาะกลุ่มที่จำนวนมาก แม้ว่าจะมีผู้ใช้บริการบางส่วนเดินทางมาจากพื้นที่ที่อยู่รอบนอกของเขตอิทธิพล แต่ก็เป็นไปได้บ้างกระจัดกระจายและมีอยู่ในสัดส่วนที่น้อย

เขตอิทธิพลของศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาศูนย์การค้าขนาดใหญ่ตั้งอยู่ 11 แห่ง และตัวอย่างเพิ่มเติมเป็นศูนย์การค้าขนาดเล็กอีก 1 แห่ง สามารถสรุปผลออกมาได้เป็น 3 ระดับคือ

1. ศูนย์การค้าที่เขตอิทธิพลหรือรัศมีบริการประมาณ 6 กิโลเมตร ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดเป็นศูนย์การค้าในระดับจังหวัดหรือภาค (Regional Shopping Center) ประกอบด้วยศูนย์การค้า 3 แห่งคือ ศูนย์การค้าราชดำริอาเขตราชดำริ โรบินสันราชดำริ และ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว

2. ศูนย์การค้าที่เขตอิทธิพลหรือรัศมีบริการประมาณ 4 กิโลเมตร ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่ในลำดับรองลงมาเป็นศูนย์การค้าในระดับเขตหรือชุมชน (Community Shopping Center) ประกอบด้วยศูนย์การค้าต่าง ๆ 8 แห่ง คือ ทางเมอริคิงส์ วังบูรพา เซ็นทรัลสีลม โรบินสันสีลม บิ๊กเบลดเฟลนิจิก อาเซียนพระโขนง เคอะมอลดรามคำแหง พาต้าปิ่นเกล้า และเซ็นทรัลลาดหญ้า (วงเวียนใหญ่)

3. ศูนย์การค้าที่เขตอิทธิพลหรือรัศมีบริการประมาณ 1 กิโลเมตรซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็ก ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าในระดับตำบลหรือท้องถิ่น (Neighbourhood Shopping Center) ประกอบด้วยศูนย์การค้าเพียง 1 แห่งคือ สหกรณ์กรุงเทพลาดหญ้า

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นเป็นเพียงการจัดลำดับของศูนย์การค้าเฉพาะ ส่วนที่เป็นตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษารังนี้เท่านั้นซึ่งมีทั้งหมด 12 แห่งด้วยกัน โดยที่สามารถแบ่งแยกระดับของศูนย์การค้าออกได้ครบตามลำดับชั้นที่กำหนดเอาไว้ตั้งแต่ยกตนโดย เฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เป็นแนวความคิดจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามเมื่อนำหลักเกณฑ์ดังกล่าวมาพิจารณาเกี่ยวกับศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครอีก 14 แห่งที่เหลือ กล่าวคือได้นำเอาข้อมูลทางด้านพื้นที่ ประเภทสินค้า จำนวนสายรถประจำทางที่ผ่านและประเภทถนนเป็นหลักในการพิจารณาและ ทดค่าเฉลี่ยออกมาเพื่อจัดลำดับศูนย์การค้าที่เหลือเหล่านี้ ซึ่งอาศัยแนวทางการพิจารณาใน ลักษณะเช่นเดียวกับศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เป็นตัวอย่างทั้ง 11 แห่ง และขนาดเล็ก 1 แห่ง ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พบว่าสามารถจัดลำดับของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เหลือเหล่านี้ได้ใน ระดับเขตหรือชุมชนเท่านั้น และอยู่ในลำดับทั้งหมด 14 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยห้างเซ็นทรัล วิงบูรพา นิวเวิลด์บางลำพู คาเช่ส เบอวราช ริเวอร์ ซิตี้ พระยา สยามเซ็นเตอร์ เซ็นทรัล ซิคลม เคอะมอลล์ราชดำริ อัมรินทร์พลาซ่า (โซโก้) พาศาอินทรา เมอร์คิงส์สะพานควาย เมโทรเพชรบุรี พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ซิตี้พลาซ่า และไทยไคมากรุพระโขนง

6.1.3 ในเรื่องของการจัดลำดับความสำคัญของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ทั้งหมด

ผลจากการศึกษาที่กล่าวมาแล้ว เป็นเรื่องของการแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้า ใหญ่มีบทบาทและอิทธิพลของความเป็นศูนย์กลางแตกต่างกันไปตามสภาพของศูนย์การค้า แต่ละแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเขตอิทธิพล

อย่างไรก็ตามในส่วนนี้จะเป็นการรวบรวมเอาศูนย์การค้าขนาดใหญ่ทั้งหมด 25 แห่ง รวมทั้งขนาดเล็กอีก 1 แห่ง มาจัดลำดับรวมกันให้เห็นอย่างชัดเจนอีกครั้งหนึ่งซึ่ง แบ่งได้เป็น 3 ระดับดังนี้

1. ศูนย์การค้าในระดับจังหวัดหรือภาค (Regional Shopping Center)

ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์การค้าระดับจังหวัดหรือระดับภาค มีอยู่ 3 แห่งด้วยกันคือ ศูนย์การค้าราชดำริอาเขต โรบินสันราชดำริ และเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว

2. ศูนย์การค้าในระดับเขตหรือชุมชน (Community Shopping Center)

ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์การค้าระดับเขตหรือชุมชนนี้ เป็นศูนย์การค้าส่วนใหญ่ของกรุงเทพมหานครซึ่งจะมีด้วยกันทั้งสิ้น 22 แห่งคือ ทางเมอริคิงส์ วังบูรพา เซ็นทรัลสโตน โรบินสันสโตน บิ๊กเบลด์เฟลนิจิต อาเซียนพระโขนง เคอะมอลล์ งามคำแหง พาต้าปิ่นเกล้า เซ็นทรัลลาดหญ้า เซ็นทรัลวังบูรพา นิวเว็ลด์บางลำพู คาเซย์ เยาวราช ริเวอร์ไซด์พระยา สยามเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลชิดลม เคอะมอลล์ราชดำริ อิมรินทร์พลาซ่า (ไอโก) พาต้าอินทรา เมอริคิงส์สะพานควาย เมโทรเพชรบุรี พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า ซีพีพลาซ่า และไทยไคมารุพระโขนง

3. ศูนย์การค้าในระดับตำบลหรือท้องถิ่น (Neighbourhood shopping center)

ศูนย์การค้าที่ถือว่าเป็นระดับตำบลหรือท้องถิ่นนั้นพบว่าจะมีอยู่เพียงแห่งเดียวที่นำมาเป็นตัวอย่างเป็นคือ สหกรณ์กรุงเทพลาดหญ้า เป็นต้น

การจัดลำดับความสำคัญของศูนย์การค้าทั้งหมดนี้เป็นเพียงการพิจารณา นำเอาตัวแปรบางประการเท่านั้นที่นำมาพิจารณาประกอบซึ่งเป็นเพียงการศึกษาเฉพาะตัวแปร 4 ประเภทหลักคือ พื้นที่ ประเภทสินค้า จำนวนสายรถประจำทางที่ผ่านและถนนที่ศูนย์การค้าตั้งอยู่ รวมทั้งในส่วนที่เป็นตัวอย่งนั้นได้นำข้อมูลทางด้านจำนวนผู้ใช้บริการและรัศมีการให้บริการมาเป็นตัวพิจารณาพร้อมกันด้วย ซึ่งเมื่อนำมาหาค่าคะแนนเฉลี่ยแล้วก็สามารถแบ่งลำดับของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครออกได้เป็น 3 ลำดับดังกล่าวดังข้างต้น

6.1.4 ในเรื่องเขตอิทธิพลของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในระดับต่าง ๆ

ผลของการศึกษาแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาด พื้นที่ ประเภทสินค้า จำนวนสายรถประจำทางที่ผ่านและถนนที่ศูนย์การค้าตั้งอยู่ต่างกันจะทำให้เขตอิทธิพลของศูนย์การค้าต่าง ๆ แยกต่างกันไปด้วย ซึ่งพบว่ายิ่งศูนย์การค้ามีขนาดใหญ่ขึ้นเท่าใดเขตอิทธิพลของศูนย์การค้านั้นก็กว้างไกลมากขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ริมถนนสายหลักและมีรถประจำทางผ่านหลายสายก็จะเป็นตัวช่วยให้การเดินทางเข้ามาใช้บริการนั้นสะดวก และกว้างไกลออกไปมากขึ้นตามเส้นทางที่บ้าน ซึ่งสรุปออกได้เป็น 3 ระดับคือ

1. ศูนย์การค้าในระดับจังหวัดหรือภาคจะมีเขตอิทธิพล ประมาณ 6 กิโลเมตร โดยจะมีที่ตั้งอยู่ระหว่างย่านที่อยู่อาศัยที่ขยายตัวออกไปของชุมชนกับบริเวณที่เป็นแหล่งงานเสียเป็นส่วนใหญ่ เขตอิทธิพลจะครอบคลุมไปถึงพื้นที่โดยรอบ ดังเช่น ห้างเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว ก็จะครอบคลุมไปถึงถนนลาดพร้าว พหลโยธิน วิทยาคี-รังสิต ในเขตบางกะปิและบางเขนบางส่วน ในขณะที่ศูนย์การค้าราชดำริอาเขตและโรบินสันราชดำรินั้นจะมีถนนสุขุมวิทเป็นเส้นทางสายหลักจึงครอบคลุมพื้นที่ในเขตพระโขนงเสียเป็นส่วนใหญ่

2. ศูนย์การค้าในระดับเขตหรือชุมชน พบว่าจะมีเขตอิทธิพลประมาณ 4 กิโลเมตร ศูนย์การค้าเหล่านี้บางแห่งจะเป็นศูนย์การค้าสำหรับแหล่งที่อยู่อาศัยโดยตรง เช่น เคอเนมอลล์ รามคำแหง หรือเป็นศูนย์การค้าของแหล่งงาน เช่น ห้างเซ็นทรัลสโตน เป็นต้น และในขณะเดียวกันก็ยังมีศูนย์การค้าบางแห่งที่ทำหน้าที่เป็นทั้งศูนย์การค้าของแหล่งงานและแหล่งของที่อยู่อาศัยควบ เช่น ห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นต้น

3. ศูนย์การค้าในระดับท้องถิ่นหรือระดับตำบล ศูนย์การค้าในระดับนั้นพบว่าจะมีเขตอิทธิพลประมาณ 1 กิโลเมตร ซึ่งจะครอบคลุมเฉพาะพื้นที่โดยรอบในละแวกใกล้เคียงของศูนย์การค้านั้น ๆ ซึ่งอันที่จริงแล้วศูนย์การค้าในระดับนี้มักจะเป็นร้านค้าเล็ก ๆ ในหมู่บ้านหรือชุมชนจึงผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ในหมู่บ้านจะมีสินค้าที่ใช้สำหรับชีวิตประจำวัน หรือสิ่งที่จำเป็นในแต่ละวันมากกว่าสินค้าอื่น ๆ ลักษณะของศูนย์การค้าในระดับนี้จึงเป็นสหกรณ์ ร้านค้าในหมู่บ้าน ร้านค้าโดยทั่วไป เป็นต้น

6.1.5 ในเรื่องของความเหมาะสมของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่มีต่อชุมชน

สำหรับความเหมาะสมในที่นี้เป็นการสรุปผลจากแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจเท่านั้นซึ่งสามารถกล่าวได้ดังนี้คือ

1. ปัจจุบันคนในกรุงเทพมหานครนั้นมากกว่าร้อยละ 90 ถือว่าศูนย์การค้าเป็นศูนย์กลางของชุมชน เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมด้านการค้าและบริการ กล่าวคือเป็นสถานที่สำหรับจับจ่ายใช้สอยของผู้คนมากมายในแต่ละวัน ลักษณะเช่นนี้แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันนี้ศูนย์การค้าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับชุมชน

2. ในเรื่องจำนวนของศูนย์การค้านั้นส่วนใหญ่แล้วเห็นว่าจำนวนมากพอเพียงแล้วไม่จำเป็นต้องสร้างขึ้นมาอีก ซึ่งหมายถึงจำนวนศูนย์การค้าและที่ตั้งที่เป็นอยู่มีความเหมาะสมที่จะให้บริการแก่ชุมชนกรุงเทพมหานครได้พอแล้ว แม้ว่าจะมีบางส่วนที่เห็นว่าควรจะมีการสร้างในบริเวณใกล้เคียง ๆ บ้านอีกก็ตาม ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าศูนย์การค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเฉพาะพื้นที่ที่อยู่ระหว่างย่านพาณิชยกรรมในบริเวณศูนย์กลางเมือง กับย่านที่อยู่อาศัยในชนบทนอก โดยส่วนใหญ่จะไกลมาทางย่านศูนย์กลางเมือง ดังนั้นความเห็นของผู้ที่อยู่อาศัยในชนบทจึงเห็นว่าควรจะมีการสร้างใกล้เคียง ๆ บ้าน ดังเช่นความเห็นของผู้นำบริการที่เขมรลัด ลาดหญ้า และพาคำปิ่นเกล้า เป็นต้น

3. สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือส่วนใหญ่ของคนมาใช้บริการนี้จะมาเพื่อพักผ่อนและซื้อของในจำนวนที่ใกล้เคียงกันศูนย์การค้าในปัจจุบันจึงกลายเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร จากจะไปเที่ยวด้วยตนเองแล้วในบางครั้งก็พาลูกหลานไปหาความเพลิดเพลินกับสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ หองของเล่น เด็ก นั่งพักผ่อนและกินเล่น เป็นต้น

4. สำหรับในเรื่องผลต่อความรู้สึกนึกคิดของคนในชุมชนนั้นพบว่าส่วนใหญ่แล้วจะเห็นว่าศูนย์การค้าทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมกล่าวคือ จะทำให้คนพุ่มเฟิยมากขึ้น ศูนย์การค้าเป็นสถานที่ที่จำเป็นต้องมีเพราะจะได้มาซึ่งของดีเพราะสะดวกสบายมีของให้เลือกมากมายหลายชนิด แต่สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งก็คือส่วนใหญ่แล้วจะมีความเห็นว่าศูนย์การค้าจะเป็นตัวที่ก่อให้เกิดปัญหาการจราจรที่คับคั่ง

สำหรับในเรื่องของความเหมาะสมนั้นจะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาโดยส่วนรวมแล้วศูนย์การค้าขนาดใหญ่ได้กลายเป็นสถานที่ที่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนในชุมชนเป็นอย่างมาก จำนวนศูนย์การค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้พบว่ามีอยู่เป็นจำนวนมากและจะรวมตัวกันอยู่เฉพาะในบริเวณพื้นที่คอนกรีตของกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการเค้นทางเข้ามาใช้บริการเข้าสู่ศูนย์กลางชุมชนมากขึ้นทุกที การพิจารณาหาความเหมาะสมนั้นจะต้องพิจารณากันอย่างละเอียด และเท่าที่ศึกษาในครั้งนี้นพบว่าศูนย์การค้าที่มีความเหมาะสมอยู่แล้วในเรื่องของจำนวน ส่วนในเรื่องของการกระจายตัวนั้นอาจยังไม่เหมาะสมมากนักเพราะ

ตารางที่ 6.1 แสดงการจัดกลุ่มพื้นที่ศูนย์การค้า

ร.ที่	ชื่อศูนย์การค้า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	คะแนน
1	เซ็นทรัล ว่างบูรพา	2,677	1
2	แกรนด์พลาซ่า (นิวเวสต์) บางลำพู	20,000	2
3	คาเซีย เยาวราช	3,186	1
4	ริเวอร์ ซิตี้ หาน้ำสี่พระยา	24,804	3
5	สยามเซ็นเตอร์ ปทุมวัน	28,000	2
6	เซ็นทรัล ซิดลม	13,650	2
7	เดอะมอลล์ ราชดำริ	18,888	2
8	อิมรินทร์พลาซ่า (ไซโก้)	14,300	2
9	ศูนย์การค้าอินทรา (พาทา) ประตูนํ้า	18,900	2
10	เมอริคิงส์ สะพานควาย	8,000	1
11	เมโทรฮอทยานสินค้า	22,100	2
12	พินิจทิพย์พลาซ่า (เอกซ์เชลล์)	18,223	2
13	ซีทีพลาซ่า	16,372	2
14	ไทยไทม์มาร์เก็ต พระโขนง	3,312	1

ที่มา กองควบคุมอาคาร สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 6.2 แสดงการแบ่งกลุ่มประเภทสินค้า

ที่	ชื่อศูนย์การค้า	ประเภทสินค้า	คะแนน
1	เซ็นทรัล วังบูรพา	Community C.	2
2	แกวฟารชอปिंगอาเซท (นิวเว็ลด์) บางลำพู	Community C.	2
3	คาเซย์ เยาวราช	Community C.	2
4	ริเวอร์ ซิตี้ ทาน้ำสี่พระยา	Regional C.	3
5	สยามเซ็นเตอร์ ปทุมวัน	Community C.	2
6	เซ็นทรัล ซิกลม	Regional C.	3
7	เดอะมอลล์ ราชดำริ	Community C.	2
8	อิมรินทร์พลาซ่า (โซโก้)	Regional C.	3
9	ศูนย์การค้า (พาทา) ประตูนํ้า	Community C.	2
10	เมอริคิงส์ สะพานควาย	Community C.	2
11	เมโทรอุทยานสินค้า	Regional C.	3
12	พินท์พิพพลาซ่า (เอ็กซ์เซลล์)	Regional C.	3
13	อิมพีพลาซ่า	Regional C.	3
14	ไทยไทมาร์ซู พระโขนง	Community C.	2

ที่มา จากการสำรวจ

ตารางที่ 6.3 แสดงการแบ่งกลุ่มจำนวนสายรถประจำทางที่ผ่าน

ที่	ชื่อศูนย์การค่า	รถประจำทางที่ผ่าน	คะแนน
1	เซ็นทรัล วังบูรพา	24	3
2	แกวฟ้าชอปปิงอาเขต (นิวเว็ลค) บางลำพู	24	3
3	คาเซย์ เยาวราช	11	2
4	ริเวอร์ซิตี้ ท่าหน้าสี่พระยา	2	1
5	สยามเซ็นเตอร์ ปทุมวัน	24	3
6	เซ็นทรัล ซิคลม	10	1
7	เดอะมอลล์ ราชดำริ	21	3
8	ฉัตรินทร์พลาซ่า (โซโก้)	10	1
9	ศูนย์การค่า (พาทา) ประตูน้้า	16	2
10	เมอริคิงส์ สะพานควาย	29	3
11	เมโทรอุทยานสินค้า	11	2
12	พันธมิตรพลาซ่า (เอกซ์เชลล์)	13	2
13	ฉัตรพลาซ่า	13	2
14	ไทยไคมารุ พระโขนง	18	2

ที่มา จากการสำรวจ

ตารางที่ 6.4 แสดงการแบ่งกลุ่มประเภทถนนที่ศูนย์การค้าตั้งอยู่

ที่	ชื่อศูนย์การค้า	ถนน	คะแนน
1	เซ็นทรัล ว่างบูรพา	มหาชัย	1
2	แควฟาร์มอปปิ้งฮาเซท (นิวเวสต์) บางลำพู	จักรพงษ์	1
3	คาเซีย เขาวราช	เขาวราช	2
4	ริเวอร์ ซิตี้ ทาน้ำสี่พระยา	สี่พระยา	1
5	สยามเซ็นเตอร์ ปทุมวัน	พระราม 1	2
6	เซ็นทรัล ซิคลม	เพลินจิต	2
7	เดอะมอลล์ ราชดำริ	ราชดำริ	2
8	อิมรินทร์พลาซ่า (โซโก้)	เพลินจิต	2
9	ศูนย์การค้าอินทรา (พาคา) ประตูน้ํา	ราชปรารภ	2
10	เมอริคิงส์ สะพานควาย	พหลโยธิน	3
11	เมโทรอูทยานสินค้า	เพชรบุรี	2
12	พันธมิตรพลาซ่า (เอกซ์เชด)	เพชรบุรี	2
13	ซิตี้พลาซ่า	เพชรบุรี	2
14	ไทยไคมารุ พระโขนง	พระราม 4	2

ที่มา จากการสำรวจ

ตารางที่ 6.5 แสดงการจัดลำดับของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เหลือจากการเลือก
ตัวอย่างทั้ง 14 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ชื่อศูนย์การค้า	ค่าคะแนนตามตัวแปรที่พิจารณา					ค่าคะแนนเฉลี่ย (ปกติแล้ว)
		พื้นที่	ประเภทสินค้า	รถประจำทาง	ถนน	รวม	
1	เซ็นทรัลพลาซ่า	1	2	3	1	7	2
2	นิเวศน์บางลำพู	2	2	3	1	8	2
3	คาเซีย เยาวราช	1	2	2	2	7	2
4	ริเวอร์ ซิตี้ ศรีพระยา	2	3	1	1	8	2
5	สยามเซ็นเตอร์	2	2	3	2	9	2
6	เซ็นทรัล ซิกลม	2	3	1	3	9	2
7	เดอะมอลล์ราชดำริ	2	2	3	2	9	2
8	อิมรินทร์พลาซ่า (ไซโก)	2	3	1	3	9	2
9	พลาซ่า อินทรา	2	2	2	2	8	2
10	เมอริคิงส์ สะพานควาย	1	2	3	3	9	2
11	เมโทร เพชรบุรี	2	3	2	2	9	2
12	พันทิพย์พลาซ่า	2	3	2	2	9	2
13	ซีทีพลาซ่า	2	3	2	2	9	2
14	ไทยไคมาบุญพระโขนง	1	2	2	2	7	2

ที่มา ตารางที่ 6.1, 6.2, 6.3 และ 6.4

รวมกลุ่มกันเฉพาะในพื้นที่ที่ชนในเท่านั้น ซึ่งสำหรับรายละเอียดในการศึกษาเรื่องนี้ที่แท้จริง เชื่อว่าจะต้องศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านเศรษฐศาสตร์ กฎหมาย การปกครอง สังคม รวมกันจึงจะทำให้ผลสรุปนั้นสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

6.2 ปัญหา

สำหรับปัญหาในที่นี้จะแยกพิจารณาเป็น 2 ด้าน ประกอบกันกล่าวคือ

6.2.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นงานที่ค่อนข้างใหม่ ทั้งนี้เพราะยังไม่เคยมีการศึกษาถึงเขตอิทธิพลของศูนย์การค้าในทีละสำหรับในประเทศไทยมากนัก การศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงการหยิบยกเอาศูนย์การค้าบางแห่งเท่านั้นขึ้นมาเป็นตัวอย่าง ซึ่งไม่สามารถจะนำศูนย์การค้าทั้งหมดมาทำการศึกษาได้ จึงอาจทำให้ผลที่ออกมาไม่สมบูรณ์เต็มที่เท่าที่ควร เชื่อว่าเมื่อพิจารณาพร้อมกับข้อจำกัดทางด้านกำลังคน งบประมาณ และเวลาแล้ว การศึกษาในครั้งนี้ก็เป็นความพยายามที่จะแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีเขตอิทธิพลของความเป็นศูนย์กลาง รัศมีการให้บริการและลำดับความสำคัญของตัวมันเองอย่างไรบ้าง ซึ่งอาจเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับเอกชนและรัฐในการที่จะพัฒนาและควบคุมต่อไป

6.2.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า

เป็นที่ยอมรับกันว่าศูนย์การค้านั้นเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญต่อชุมชนเป็นอย่างมาก ยิ่งโดยที่เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ เป็นศูนย์กลางของชุมชนก่อให้เกิดการเดินทางเข้ามาจับจ่ายซื้อของผู้คนเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน เมื่อเป็นสถานที่ที่รวมของคนเป็นจำนวนมากก็ย่อมจะก่อให้เกิดปัญหาตามมาอีกมากมาย ซึ่งพอสรุปได้โดยทั่ว ๆ ไปดังนี้คือ

1. ปัญหาในเรื่องการจราจร แม้ว่าจะไม่มีการพิสูจน์ออกมาอย่างชัดเจนก็ตามแต่การรวมกลุ่มของศูนย์การค้าหลาย ๆ แห่งในพื้นที่เดียวกันย่อมจะก่อให้เกิดการเดินทางเข้ามาอย่างมากมายซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมจะก่อให้เกิดปัญหาการจราจรที่ติดขัด

2. ปัญหาในเรื่องของค่านิยม ค่านิยมของสังคมเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ ยากและต้องใช้เวลานานในการเปลี่ยนแปลง แต่สำหรับในกรณีที่มีศูนย์การค้าตั้งขึ้นแล้วจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมของเมโทรโพลิทันได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยจะมีการหันมาจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้ามากขึ้น แทนที่จะจับจ่ายใช้สอยในตลาดเหมือนอย่างแต่ก่อน ซึ่งเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างแน่นอนในอนาคต ผลที่ตามมาคือผู้ประกอบการค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ จะต้องเปลี่ยนกิจการของตนเองไปและอาจจะได้รับความเดือดร้อนจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

3. ปัญหาในเรื่องของความปลอดภัย สิ่งที่น่าสังเกตและน่าเป็นห่วงอีกอย่างหนึ่งก็คือในการศึกษารั้วนี้ นอกจากจะศึกษาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังได้มีการสำรวจสภาพโดยทั่วไปอีกด้วย พบว่าศูนย์การค้าบางแห่งได้เปิดทำการในขณะที่อาคารบางส่วนนั้นยังไม่เสร็จสมบูรณ์ตามโครงการ ซึ่งหมายถึงว่าในขณะที่ชั้นกลางอาคารเปิดทำการนั้น ชั้นบนของอาคารยังทำการก่อสร้างกันอยู่ซึ่งก่อให้เกิดอันตราย เสี่ยง เสื่อมวัสดุ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้บริการได้

4. ปัญหาเรื่องพื้นที่ก่อสร้าง สำหรับในเรื่องนี้แม้ว่าจะได้มีข้อจำกัดเรื่องบริเวณที่ห้ามก่อสร้างอาคารสูงในบางบริเวณของกรุงเทพมหานครก็ตาม แต่ก็เปิดโอกาสให้มีการขออนุญาตตามหลักเกณฑ์บางประการและในบางกรณีในบางพื้นที่ก็ยังไม่ได้มีการกำหนดเงื่อนไขไว้ ตลอดจนยังไม่ได้มีการกำหนดมาตรการที่แน่ชัดเกี่ยวกับเรื่องนี้แต่อย่างใด

ปัญหาเหล่านี้เป็นเรื่องโดยทั่วไป ไปซึ่งเกิดจากการก่อสร้างศูนย์การค้าขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการพิจารณาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งเชื่อว่าอาจยังขาดความสมบูรณ์อยู่อีกหลายด้าน แต่ก็เป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับผู้ที่มีความสนใจจะศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปได้

6.2.3 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากศูนย์การค้าที่สร้างขึ้นในกรุงเทพมหานครนี้แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาในการที่จะพยายามสร้างความเป็นศูนย์กลางชุมชนที่แท้จริงให้เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ การคงอยู่หรือเปลี่ยนแปลงของศูนย์การค้าแต่ละแห่งนั้นไม่ควรมีผลกระทบเฉพาะเอกชนผู้ลงทุนเท่านั้น

แต่ย่อมหมายถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับรัฐและสังคมโดยรวมด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของการว่างงาน การลงทุนในระดับสูง เป็นต้น

ดังนั้นสำหรับในส่วนที่จะเป็นข้อเสนอแนะนี้จะพิจารณาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผังเมืองเป็นหลักและอาจมีข้อเสนอแนะในทางคำอื่น ๆ เป็นเรื่องในลำดับรอง ซึ่งพอสรุปได้ถึงข้อเสนอแนะดังนี้

1. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการออกกฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร หรือออกพระราชบัญญัติให้ใช้บังคับผังเมืองเฉพาะของกรุงเทพมหานคร โดยเร็วเพื่อควบคุมและพัฒนาเมืองให้เป็นไปอย่างเป็นระบบและมีระเบียบแบบแผน
2. รัฐควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาพื้นที่ชนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศอย่างจริงจังไม่เฉพาะแต่นโยบายในการพัฒนาเมืองหลักเท่านั้นแต่ควรส่งเสริมในส่วนอื่น ๆ ด้วยในสภาพเท่าที่เป็นไปได้โดยเพิ่มความสามารรถเพื่อกระจายการพัฒนาจากกรุงเทพมหานครออกไป
3. สำหรับปัญหาบางประการที่เกิดขึ้น ควรใช้มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่แล้วให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างจริงจังและจริงจังในการแก้ปัญหา รวมทั้งหาแนวทางป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากศูนย์การค้าที่อาจตามมาในอนาคต เช่น ความปลอดภัยในตัวอาคาร เช่น เรื่องอัคคีภัย การเช่าออก ที่เว้นว่าง ที่จอดรถ เป็นต้น
4. ควรจะมีการส่งเสริม ปรับปรุงลักษณะการค้าของไทยให้สามารถเข้ากับสถานการณ์ทางการค้าที่เปลี่ยนไปได้ ทั้งนี้อาศัยความร่วมมือกันระหว่างรัฐและเอกชนในการป้องกันปัญหาความเดือดร้อนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงวิธีการบางอย่างหรือแนวทางบางประการเท่านั้นที่จะแสดงให้เห็นถึงความพยายามชี้ให้เห็นถึงข้อดีและส่วนที่อาจจะต้องแก้ไขสำหรับการก่อสร้างศูนย์การค้า ซึ่งเป็นการสรุปจากการศึกษาในบางด้านเท่านั้น

ในปัจจุบันได้มีการก่อสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ขึ้นมากมายแม้ว่าในการศึกษาในครั้งนี้จะไม่ได้ครอบคลุมไปถึงศูนย์การค้าทั้งหมดแต่ก็พยายาม

เลือกตัวอย่างที่คาดว่า เป็นตัวแทนของศูนย์การค้าเท่าที่มีอยู่ เพื่อที่จะได้แสงเงาให้เห็นถึงภาพรวมที่แท้จริงของศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร

ศูนย์การค้าเหล่านี้มีผลต่อชุมชนในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์ที่ดิน ประชากร เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเกิดขึ้นดำเนินการหรือเลิกดำเนินการไป ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ลงทุน ผู้ที่ทำงาน ผู้ที่มาใช้บริการและสังคมโดยรวมด้วยความจำเป็นเร่งด่วนในขณะนี้ก็คือต้องมีการศึกษาถึงลักษณะในร้านค้าต่าง ๆ ของศูนย์การค้าที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนได้เพื่อที่จะได้หาทางป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งในที่นี้ได้ศึกษาถึงเรื่องการจัดลำดับความสำคัญ เขตอิทธิพล ความเป็นศูนย์กลางรัศมีของการให้บริการและความเหมาะสมของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ต่อชุมชนไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งพอจะเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ได้เป็นอย่างดีทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน