

อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร



นางสาวสมัญญา เจริญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFLUENCES OF PINKLAO SHOPPING CENTERS
IN THE WESTERN AREA OF BANGKOK

Miss Samanya Charoen

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning Program in Urban Planning

Department of Urban and Regional Planning

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University


Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

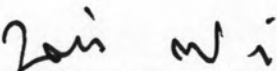
491636

หัวข้อวิทยานิพนธ์ อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร
โดย นางสาวสมัญญา เจริญ
สาขาวิชา การวางผังเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย ศิริจันทร์ภาณุ

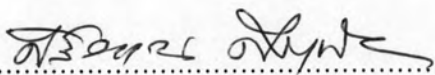
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท

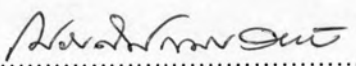

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ เลอสม สถาปิตานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพันธ์ ตาปนานนท์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย ศิริจันทร์ภาณุ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์)


..... กรรมการ
(มรว.เปรมศิริ เกษมสันต์)

สมัญญา เจริญ : อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร.
(INFLUENCES OF PINKLAO SHOPPING CENTERS IN THE WESTERN AREA OF BANGKOK)
อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร. ศักดิ์ชัย ศิริจันทร์ภาณุ, 323 หน้า.

การศึกษา อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพัฒนาการของย่านการค้าปิ่นเกล้า 2) ศึกษาอิทธิพลและรัศมีการให้บริการของย่านการค้าปิ่นเกล้าที่ส่งผลต่อพื้นที่ใกล้เคียงและพื้นที่ต่อเนื่อง 3) วิเคราะห์ ปัญหาและศักยภาพ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงย่านการค้าปิ่นเกล้า การวิจัยครั้งนี้ มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้อยู่อาศัย กลุ่มผู้ทำงาน และกลุ่มผู้สัญจร ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 450 ตัวอย่าง เพื่อนำมาประมวลผลวิเคราะห์ อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ซึ่งทำหน้าที่เป็นแหล่งกลาง ให้บริการด้านสินค้าและบริการในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร

การใช้ประโยชน์ที่ดินของพื้นที่ศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นประเภทพาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยหนาแน่นสูง มีความเหมาะสมต่อการเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ จึงเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดการเข้าใช้บริการของประชาชน ในพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาเขตอิทธิพลโดยทฤษฎี Gravity Model ทั้งจากข้อมูลสถิติภูมิและสำรวจพื้นที่ตลอดจนการแจกแบบสอบถาม พบว่า ย่านการค้าปิ่นเกล้า มีบทบาทในด้านการค้าและบริการ โดยมีความได้เปรียบในการเป็นจุดดึงดูดการเข้าใช้บริการในด้าน ผลิตรถยนต์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด สามารถรองรับประชากรโดยมีรัศมีให้บริการ 8.6 กิโลเมตร ทิศทางการเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าพบว่า ผู้เข้าใช้บริการเดินทางเข้ามาจากทางทิศตะวันตกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 อยู่ในรัศมีพื้นที่เขต บางกอกน้อย บางใหญ่ ทุ่งครุ ภาษีเจริญ คลองสาน บางแค ทวีวัฒนา จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ ทิศเหนือ คิดเป็นร้อยละ 31.8 อยู่ในรัศมีพื้นที่เขต บางพลัด ดลิ่งชัน จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น และ ทิศตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 13.1 อยู่ในรัศมีพื้นที่เขต พระนคร ดุสิต ป้อมปราบ สาทร เป็นต้น วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเลือกเข้าใช้บริการย่านการค้าปิ่นเกล้า คือ เพื่อซื้อสินค้า รับประทานอาหาร และชมภาพยนตร์ตามลำดับ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ นิยมเลือกซื้อสินค้าประเภท เสื้อผ้า แฟชั่น หัตถกรรม โดยมีเหตุผลในการเข้าใช้บริการเนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย นอกจากนี้ ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า สามารถลดการเดินทางของประชาชนเพื่อซื้อสินค้า และบริการในเมือง จึงมีผลในการช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรติดขัด ในพื้นที่ฝั่งพระนคร เป็นแหล่งงานที่สำคัญ และเป็นแหล่งนันทนาการของประชาชนในพื้นที่โดยรอบ

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ปัญหาของย่านการค้าปิ่นเกล้า พบว่า ความเจริญของย่านการค้าทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม และปัญหาหาบเร่แผงลอย เป็นต้น ผู้วิจัย จึงเสนอแนะแนวทางที่ทางภาครัฐจำเป็นต้องมีการเร่งดำเนินการแก้ไข ในด้านปัญหาการจราจรติดขัด ภาครัฐสามารถประสานประโยชน์การแก้ปัญหา ด้วยการวางแผนพัฒนาการขนส่งมวลชนระบบราง เพื่อลดการใช้ยานพาหนะ และเพิ่มความคล่องตัวในการเดินทางเข้าสู่ย่านการค้า ด้านสิ่งแวดล้อมเสนอมาตรการตรวจสอบคุณภาพทางสิ่งแวดล้อมไว้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันปัญหามลพิษตามมาในอนาคต และปัญหาหาบเร่แผงลอย ควรจัดระเบียบพื้นที่บริเวณย่านการค้า เพื่อสร้างความเป็นระเบียบและทัศนวิสัยที่ดีภายในย่านการค้า ส่วนด้านศักยภาพ ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า มีจุดเด่น ความเป็นศูนย์กลางด้านเสื้อผ้าแฟชั่น โดยเน้นความทันสมัยและคุณภาพของสินค้ามาเป็นจุดดึงดูดการเข้าใช้บริการของประชาชนในพื้นที่ฝั่งตะวันตกและพื้นที่ต่อเนื่อง

ภาควิชา การวางแผนภาคและเมือง
สาขาวิชา การวางแผนเมือง
ปีการศึกษา 2549

ลายมือชื่อผู้คิด.....สมัญญา เจริญ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....ศักดิ์ชัย ศิริจันทร์ภาณุ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4674181825 : MAJOR URBAN PLANNING

KEY WORD : INFLUENCES/ SHOPPING CENTER/ PINKLAO

Samanya Charoen : Influences of Pinklao Shopping Centers in The Western Area of Bangkok.

Thesis Advisor : Assoc.Prof. Sakchai Kirinpanu. Ph.D., 323 pp.

The objectives of this thesis were 1) to study the development of Pinklao Commercial Area 2) to study the influence and service area of Pinklao Commercial Area affecting to the nearby area and vicinity 3) to analyze problems and potential including propose guidelines in developing Pinklao commercial area. The tool of this research methodology are questionnaires by accidental sampling for 450 samples classified into 4 groups as shopper, residents, officers and commuters. The results of these questionnaires will be evaluated and analyzed the influence of Pinklao Shopping Area which supposed to be the central place for distributing commodity and services to people in the western area of Bangkok.

Owing to the majority of the studied land use area are commercial and high residential zone, it could be a magnet target to invest in shopping center and also to attract the users to get the services within the western part of the BMA. From the study of service radius by Gravity Model theory by using secondary data, taking field survey and distributing questionnaire found that Pinklao commercial area has a major role in trading and services. Pinklao has more advantage than others because it can attract customers by product, price, place and promotion. Its service radius area is approximately 8.6 km. The largest number of shoppers direct to Pinklao comes from the western part at 46.2% with the service area in Bangkoknoi, Bangyai, Tungkru, Phasicharoen, Klongsan, Bangkhae, Thaweewattana District Nakhonprathom, Samutsakom, Samutsongkram Province, etc. Followed by the northern part at 31.8% with the service area in Bangplad, Talingchan District and Nonthaburi Province, etc. And by the eastern part at 13.1% with the service area in Phranakom District, Dusit District, Pomplab District, Sathorn District, etc. The main objective of shoppers who selected Pinklao shopping area is purchasing, eating out and seeing movies, respectively. Most of shoppers decided to purchase clothes in fashion by reason of convenient transportation and various commodities. Furthermore, Pinklao shopping centers could reduce the trip volume of people in suburban area to purchase articles and services from the inner city. The existing shopping centers also the large source of works and recreations for surrounding community.

In addition, the influences of Pinklao commercial area create the effects to the city such as traffic jam, environmental pollution and shop stands, etc. This research recommended to solve the problems and created positive visibility to commercial area as 1) traffic problem : to manage the traffic system by co-operating with Bangkok Mass Transit project 2) environmental : propose the regularly verify for physical environmental standard. 3) shop stands along the pavement : reorganize and systemize within commercial area by concerning about cleanliness and being in good order. The potential of Pinklao shopping centers : their outstanding point as the center of fashion and modern clothes can attract people living in nearby area and vicinity to get the services.

Department Urban and Regional Planning

Student's signature Samanya Charoen.

Field of study Urban Planning

Advisor's signature Sakchai Kirinpanu

Academic year 2006

Co-Advisor's signature -

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ “อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร” สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่ง จากบุคคลหลายฝ่าย ทั้งหน่วยงานทางราชการและเอกชน ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง ไว้ ณ.โอกาสนี้

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. ศักดิ์ชัย ศิรินทร์ภาณุ ครูผู้มีจิตวิญญาณของความเป็น “ครู” อย่างแท้จริง ที่นอกจากจะเสียสละเวลาส่วนตัวอันมีค่า ช่วยให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข วิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว ยังเป็นกำลังใจสำคัญในการเขียนวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน

คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เจ้าหน้าที่ผังเมือง กรุงเทพมหานครทุกท่าน

คณะผู้บริหารศูนย์การค้าพาต้า ปิ่นเกล้า เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า และโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ตลอดจนผู้ใช้บริการศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่งในย่านการค้าปิ่นเกล้า

เพื่อนๆ ผังเมือง ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือในหลายๆเรื่อง อาทิ เก่ง ปาน กวาง ญาดา มะตูม ผึ้ง ป้าเอ๋ม เป็นต้น

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ (ของปิ่น) ที่คอยสนับสนุนในทุกๆเรื่อง และ ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ ทั้งเรื่องการศึกษาและการงาน และขอขอบคุณปิ่น ที่คอยร่วมทุกข์ร่วมสุข ให้กำลังใจเสมอมา

ท้ายที่สุดขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่อบรมเลี้ยงดู เอาใจใส่ และสนับสนุน ให้สามารถศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา จนประสบผลสำเร็จ

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนที่.....	ฉ
สารบัญแผนภูมิ.....	บ
สารบัญแผนภาพ.....	ป

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตและพื้นที่ดำเนินการศึกษา.....	3
1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่.....	3
1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	5
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	5
1.4.1 ความนำ.....	5
1.4.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	5
1.4.3 ลักษณะของประชากรเป้าหมาย.....	6
1.4.4 การสุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	6
1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	8
1.5.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล.....	8
1.5.2 วิธีการดำเนินการเก็บข้อมูล.....	8
1.6 กรรณวิธีทางข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	11
1.6.1 กรรณวิธีทางข้อมูล.....	11
1.6.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	12
1.7 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	12
1.8 กรอบแนวคิดระเบียบวิธีวิจัย.....	14

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

1.9	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
1.10	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	15
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
2.1	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม.....	16
2.1.1	รูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม.....	16
2.1.2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม....	17
2.2	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับย่านการค้า.....	17
2.2.1	ลักษณะการเกิดย่านการค้า.....	17
2.2.2	โครงสร้างของย่านการค้า.....	18
2.2.3	พัฒนาการของย่านการค้าของเมือง	21
2.2.4	วัฏจักรของย่านการค้าของเมือง.....	21
2.2.5	การกำหนดเขตการค้าของเมือง.....	22
2.3	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์กลางชุมชน.....	24
2.3.1	ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory).....	24
2.3.2	ทฤษฎีเกี่ยวกับการวัดเขตอิทธิพลย่านการค้า.....	28
2.4	ทฤษฎีแนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์การค้า.....	29
2.4.1	การกำหนดที่ตั้งของศูนย์การค้า.....	29
2.4.2	ประเภทของศูนย์การค้า.....	35
2.4.3	ลำดับศักดิ์ของศูนย์การค้า.....	36
2.4.4	ผลกระทบจากที่ตั้งของศูนย์การค้า.....	38
2.4.5	การพัฒนาย่านการค้าและศูนย์การค้า.....	44
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3 พัฒนาการของศูนย์การค้าด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร		
3.1	ภาพรวมของกรุงเทพมหานคร.....	50
3.2	สภาพการเปลี่ยนแปลงของกรุงเทพมหานคร.....	52
3.2.1	ด้านประชากร.....	52

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.2.2	ด้านเศรษฐกิจ.....	53
3.2.3	ด้านสังคม.....	54
3.2.4	ด้านรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดิน.....	55
3.3	ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา.....	58
3.3.1	เขตบางกอกน้อย.....	58
3.3.1.1	ที่ตั้งและอาณาเขต	58
3.3.1.2	การใช้ที่ดินในปัจจุบัน.....	58
3.3.1.3	โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค.....	61
3.3.1.4	โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปการ.....	61
3.3.1.5	อาคารและการกระจายตัวของอาคาร.....	61
3.3.2	เขตบางพลัด.....	62
3.3.2.1	ที่ตั้งและอาณาเขต.....	62
3.3.2.2	การใช้ที่ดินในปัจจุบัน.....	62
3.3.2.3	โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค.....	63
3.3.2.4	โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปการ.....	63
3.3.2.5	อาคารและการกระจายตัวของอาคาร.....	64
3.4	ลักษณะทางเศรษฐกิจของพื้นที่ศึกษา.....	67
3.4.1	เขตบางกอกน้อย.....	67
3.4.1.1	โครงสร้างทางเศรษฐกิจ.....	67
3.4.1.2	สถานะทางการเงินและการคลัง.....	67
3.4.1.3	จำนวนสถานประกอบการในพื้นที่เขตบางกอกน้อย.....	67
3.4.2	เขตบางพลัด.....	68
3.4.2.1	โครงสร้างทางเศรษฐกิจ.....	68
3.4.2.2	สถานะทางการเงินและการคลัง.....	68
3.4.2.3	จำนวนสถานประกอบการในพื้นที่เขตบางพลัด.....	69
3.5	ลักษณะทางสังคมของพื้นที่ศึกษา.....	69
3.5.1	เขตบางกอกน้อย.....	69
3.5.1.1	ประชากร.....	69

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.5.2	เขตบางพลัด.....	70
3.5.2.1	ประชากร.....	70
3.6	โครงข่ายการคมนาคมของพื้นที่ศึกษา.....	71
3.6.1	โครงข่ายระบบถนนและทางหลวงแผ่นดิน.....	71
3.6.1.1	ปริมาณการจราจร.....	71
3.6.1.2	อัตราความเร็วเฉลี่ยของการเดินทางบนถนนบรมราชชนนี.....	72
3.6.1.3	ระบบขนส่งสาธารณะ.....	72
3.6.2	โครงข่ายระบบการคมนาคมขนส่งทางน้ำ.....	72
3.7	การถือครองที่ดินและราคาที่ดิน.....	73
3.7.1	การถือครองที่ดินและราคาที่ดินของเขตบางกอกน้อย.....	73
3.7.1.1	การถือครองที่ดินและราคาที่ดินของเขตบางกอกน้อยในปัจจุบัน.....	73
3.7.1.2	ราคาที่ดิน.....	73
3.7.2	การถือครองที่ดินและราคาที่ดินของเขตบางพลัด.....	73
3.7.2.1	การถือครองที่ดินและราคาที่ดินของเขตบางพลัดในปัจจุบัน.....	73
3.7.2.2	ราคาที่ดิน.....	74
3.8	อาคารและการกระจายตัวของอาคาร.....	74
3.8.1	อาคารและการกระจายตัวของอาคารในเขตบางกอกน้อย.....	74
3.8.1.1	การกระจายตัวของอาคารที่อยู่อาศัยของเขตบางกอกน้อย.....	74
3.8.1.2	การกระจายตัวของอาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่ของเขต บางกอกน้อยในปัจจุบัน.....	74
3.8.1.3	การกระจายตัวของชุมชนแออัด.....	75
3.8.2	อาคารและการกระจายตัวของอาคารในเขตบางพลัด.....	75
3.8.2.1	การกระจายตัวของอาคารที่อยู่อาศัยของเขตบางพลัด.....	75
3.8.2.2	การกระจายตัวของอาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่ของเขต บางพลัดในปัจจุบัน.....	75
3.8.2.3	การกระจายตัวของชุมชนแออัด.....	75
3.9	พัฒนาการย่านการค้าที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร.....	76

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.9.1	ย่านการค้าในพื้นที่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา (บริเวณเขต พระนคร).....	76
3.9.2	ย่านการค้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา.....	77
3.10	ย่านพาณิชย์กรรมในเขตกรุงเทพมหานคร.....	80
3.11	ความเป็นมาของศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร.....	81
3.12	ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	88
3.12.1	ศูนย์การค้าพาดำ ปิ่นเกล้า.....	88
3.12.2	ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า.....	89
3.12.3	โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีทีพีเพล็กซ์ ปิ่นเกล้า.....	89

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1	ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	91
4.1.1	กลุ่มใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	91
4.1.1.1	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้บริการ.....	91
4.1.1.2	ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	91
4.1.1.4	อาชีพของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า.....	92
4.1.1.5	รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า.....	92
4.1.2	กลุ่มผู้อยู่อาศัย.....	92
4.1.2.1	เพศของผู้อยู่อาศัย.....	92
4.1.2.2	อายุของผู้อยู่อาศัย.....	92
4.1.2.3	ระดับการศึกษาของผู้อยู่อาศัย.....	92
4.1.2.4	อาชีพของผู้อยู่อาศัย.....	92
4.1.2.5	รายได้ต่อเดือนของผู้อยู่อาศัย.....	93
4.1.2.6	จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้อยู่อาศัย.....	93
4.1.2.7	ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	93
4.1.2.8	ลักษณะที่พักอาศัย.....	93
4.1.2.9	สถานที่ทำงาน /สถานที่ศึกษาของผู้อยู่อาศัย.....	93
4.1.3	กลุ่มผู้ทำงาน.....	93

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.1.3.1	เพศของผู้ทำงาน.....	93
4.1.3.2	อายุของผู้ทำงาน.....	93
4.1.3.3	ระดับการศึกษาของผู้ทำงาน.....	93
4.1.3.4	อาชีพของผู้ทำงาน.....	94
4.1.3.5	รายได้ต่อเดือนของผู้ทำงาน.....	94
4.1.3.6	สถานที่ทำงาน.....	94
4.1.3.7	ระยะเวลาที่ทำงานในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	94
4.1.3.8	สถานที่อยู่อาศัยของผู้ทำงาน.....	94
4.1.4	กลุ่มผู้สำรวจ.....	94
4.1.4.1	เพศของผู้สำรวจ.....	94
4.1.4.2	อายุของผู้สำรวจ.....	94
4.1.4.3	ระดับการศึกษาของผู้สำรวจ.....	94
4.1.4.4	สถานที่อยู่อาศัยของผู้สำรวจ.....	94
4.1.4.5	สถานที่ทำงาน/ศึกษาของผู้สำรวจ.....	94
4.1.5	กลุ่มผู้ขาย.....	95
4.1.5.1	ลักษณะทั่วไปของผู้ขาย.....	95
4.1.5.1.1	เพศของผู้ขาย.....	95
4.1.5.1.2	อายุของผู้ขาย.....	95
4.1.5.1.3	ระดับการศึกษาของผู้ขาย.....	95
4.1.5.1.4	สถานที่อยู่อาศัยของผู้ขาย.....	95
4.1.5.1.5	รายได้เฉลี่ยของร้านต่อเดือน.....	95
4.1.5.1.6	อาชีพของผู้ขายก่อนดำเนินกิจการค้าบริเวณ ย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	95
4.1.5.2	ลักษณะการดำเนินการค้าของผู้ขาย.....	95
4.1.5.2.1	ประเภทของร้านค้า.....	95
4.1.5.2.2	จำนวนพนักงานที่ประจำร้านในแต่ละ ประเภทของร้านค้า.....	95
4.1.5.2.3	ประเภทของสินค้าที่ขายและลักษณะการผลิตสินค้า.....	96

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.1.5.2.4	ระยะเวลาในการดำเนินกิจการค้า บริเวณศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	96
4.1.5.2.5	ชวงวันและเวลาที่ดำเนินกิจการค้า.....	96
4.1.5.2.6	ชวงเวลาที่จำหน่ายสินค้าได้ดีที่สุด.....	96
4.1.5.2.7	สัดส่วนลูกค้าที่เข้ามาหน้าร้าน.....	96
4.1.5.2.8	อาชีพของกลุ่มลูกค้าหลัก.....	96
4.1.5.2.9	อายุของกลุ่มลูกค้าหลัก.....	96
4.1.5.2.10	กลวิธีในการดึงดูดลูกค้า.....	97
4.2	พฤติกรรมกรการใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า	97
4.2.1	ชวงวันที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	97
4.2.1.1	กลุ่มผู้ให้บริการ.....	97
4.2.1.2	กลุ่มผู้อยู่อาศัย.....	97
4.2.1.3	กลุ่มผู้ทำงาน.....	97
4.2.2	ชวงเวลาในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	98
4.2.2.1	กลุ่มผู้ให้บริการ.....	98
4.2.2.2	กลุ่มผู้อยู่อาศัย.....	98
4.2.2.3	กลุ่มผู้ทำงาน.....	98
4.2.3	วัตถุประสงค์หลักในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า	98
4.2.3.1	กลุ่มผู้ให้บริการ.....	98
4.2.3.2	กลุ่มผู้อยู่อาศัย.....	101
4.2.3.3	กลุ่มผู้ทำงาน.....	101
4.2.4	ความถี่ในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า	103
4.2.4.1	กลุ่มผู้ให้บริการ.....	104
4.2.4.2	กลุ่มผู้อยู่อาศัย.....	104
4.2.4.3	กลุ่มผู้ทำงาน.....	104
4.2.4.4	กลุ่มผู้สัญจร.....	104
4.2.5	รูปแบบการเดินทางมาเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	104
4.2.5.1	กลุ่มผู้ให้บริการ.....	104

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.2.5.2	กลุ่มผู้อยู่อาศัย.....	105
4.2.5.3	กลุ่มผู้ทำงาน.....	105
4.2.5.4	กลุ่มผู้สัญจร.....	105
4.3	เหตุผลที่ดึงดูดการเกิดกิจกรรมของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	107
4.3.1	เหตุผลที่ดึงดูดการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	107
4.3.2	เหตุผลที่ดึงดูดการเลือกพักอาศัยในบริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	107
4.3.3	เหตุผลที่ดึงดูดการเลือกทำงานบริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	107
4.3.4	เหตุผลที่ดึงดูดการตัดสินใจทำการค้าบริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	108
4.4	ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในบริเวณย่านการค้า ปิ่นเกล้า.....	108
4.5	ปัญหาที่เกิดขึ้นบริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	109
4.5.1	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	109
4.5.2	ความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	109
4.5.2.1	ปัญหาจากการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	109
4.5.2.2	ปัญหาหลักในการพักอาศัยบริเวณใกล้ศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	110
4.5.3	ความคิดเห็นของผู้ทำงานต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	110
4.5.4	ความคิดเห็นของผู้ขายต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	110
4.6	สาเหตุของปัญหาในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	111
4.6.1	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อสาเหตุของปัญหาในย่านการค้าปิ่นเกล้า...111	
4.6.2	ความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยต่อสาเหตุของปัญหาในย่านการค้าปิ่นเกล้า...112	
4.6.3	ความคิดเห็นของผู้ทำงานต่อสาเหตุของปัญหาในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....112	
4.6.4	ความคิดเห็นของผู้ขายต่อสาเหตุของปัญหาจากการดำเนินการค้า ในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	113
4.7	ผลกระทบที่ได้รับจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	113

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.7.1	ความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยต่อผลกระทบที่ได้รับจากการพักอาศัย บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า	113
4.7.2	ความคิดเห็นของผู้ทำงานต่อผลกระทบที่ได้รับจากการทำงาน บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า	114
4.7.3	ความคิดเห็นของผู้ขายต่อผลกระทบที่ได้รับจากการทำงาน บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า	114
4.8	ผู้ได้รับผลกระทบจากปัญหาในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	115
4.8.1	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อผู้ได้รับผลกระทบจากปัญหา ในย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	115
4.9	สรุปประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในย่านการค้าปิ่นเกล้าและแนวทาง แก้ไขปัญหา.....	116
4.9.1	ปัญหาหาบเร่แผงลอยกีดขวางทางเดิน.....	116
4.9.2	ปัญหาการจราจรติดขัด.....	117
4.9.3	ปัญหาความแออัดของผู้คนที่จอดรถประจำทาง.....	119
4.9.4	ปัญหามลพิษ ผุนควัน กลิ่น เสียงดัง.....	120
4.10	พฤติกรรมกรรมการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	120
4.10.1	พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ	120
4.10.1.1	ศูนย์การค้าอื่นๆ ที่ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า นิยมเข้าใช้บริการ.....	120
4.10.1.2	ช่วงวันที่นิยมเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	122
4.10.1.3	วัตถุประสงค์หลักในการเลือกใช้บริการศูนย์การค้า ในย่านอื่นๆ.....	122
4.10.1.4	ความถี่ในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	122
4.10.1.5	ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	123
4.10.1.6	เหตุผลที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	123
4.10.2	พฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยในการใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	124
4.10.2.1	ศูนย์การค้าอื่นๆที่ผู้อยู่อาศัยนิยมเข้าใช้บริการ.....	124
4.10.2.2	ช่วงวันที่นิยมเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	125

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.10.2.3	วัตถุประสงค์หลักในการเลือกใช้บริการศูนย์การค้า ในย่านอื่นๆ.....	125
4.10.2.4	ความถี่ในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	125
4.10.2.5	ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	125
4.10.2.6	เหตุผลที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	125
4.10.3	พฤติกรรมของผู้ทำงานในการใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ	126
4.10.3.1	ศูนย์การค้าอื่นๆที่ผู้ทำงานนิยมเข้าใช้บริการ.....	126
4.10.3.2	ช่วงวันที่นิยมเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	126
4.10.3.3	วัตถุประสงค์หลักในการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ	126
4.10.3.4	ความถี่ในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	126
4.10.3.5	ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	126
4.10.3.6	เหตุผลที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	127
4.10.4	เปรียบเทียบสัดส่วนการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า กับการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าอื่นๆ.....	127
4.11	ปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	128
4.11.1	ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้บริการต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจาก ศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	128
4.11.2	ความคิดเห็นของกลุ่มผู้อยู่อาศัยต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจาก ศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	129
4.11.3	ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ทำงานต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจาก ศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ.....	129
4.11.4	เปรียบเทียบสัดส่วนปัญหาจากการเข้าใช้บริการศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้ากับการเข้าใช้บริการ ศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	129
4.12	สรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า...	130
4.13	ศักยภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ในการช่วยลดการเดินทางเข้าเมือง....	133
4.13.1	ศักยภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ในการช่วยลดการ เดินทางเข้าเมืองของผู้ใช้บริการ.....	133

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.13.2	ศักยภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าในการช่วยลด การเดินทางเข้าเมืองของผู้อยู่อาศัย.....	134
4.13.3	ศักยภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าในการช่วยลด การเดินทางเข้าเมืองของผู้ทำงาน.....	134
บทที่ 5 ศักยภาพศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า		
5.1	รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	136
5.1.1	การหาเขตอิทธิพลโดยใช้หลักทฤษฎี กฎแรงโน้มถ่วงทางการค้าปลีก.....	136
5.1.2	การหาเขตอิทธิพลโดยใช้ผลการสำรวจแบบสอบถามผู้ใช้บริการ ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	148
5.2	ทิศทางการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	149
5.3	ผลที่เกิดขึ้นของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	152
5.3.1	ด้านการใช้ที่ดิน.....	152
5.3.2	ด้านปัญหาการจราจร.....	153
5.3.3	ด้านเศรษฐกิจ.....	158
5.3.4	ด้านสิ่งแวดล้อม.....	160
5.4	อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	163
5.5	ศักยภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	167
5.5.1	จุดแข็ง หรือข้อได้เปรียบ (Strength).....	167
5.5.2	จุดอ่อน (Weakness).....	168
5.5.3	โอกาส(Opportunity).....	168
5.5.4	ภาวะคุกคาม (Threat).....	168
5.6	ศักยภาพของศูนย์การค้าในการช่วยลดการเดินทางเข้าเมือง.....	174
5.7	แนวโน้ม.....	175
5.7.1	แนวโน้มทางด้านกายภาพ.....	175
5.7.2	แนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจ.....	175

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

5.7.3 แนวโน้มทางด้านสังคม.....	176
บทที่ 6 แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า	
6.1 การส่งเสริม การพัฒนาเมือง ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร.....	178
6.1.1 ปัญหาการจราจรในพื้นที่.....	180
6.1.2 ปัญหาสภาพแวดล้อม.....	188
6.2 การปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแวดล้อมกายภาพ.....	189
6.3 แนวทางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ.....	193
6.4 บทสรุป.....	194
6.4.1 สรุปพัฒนาการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	194
6.4.2 อิทธิพลและระดมมีการให้บริการของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	195
6.4.3 ศักยภาพในการช่วยลดการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการบริเวณพื้นที่ ฝั่งพระนคร.....	195
รายการอ้างอิง.....	197
ภาคผนวก ก.....	203
ภาคผนวก ข.....	296
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	323

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงการเปลี่ยนแปลงพื้นที่พัฒนาเมือง (Built-up Area) ในกรุงเทพมหานคร.....	52
3.2 การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร ในกรุงเทพมหานคร ระหว่างปี 2523 ,2533 และ 2543.....	53
3.3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสาขาการผลิตย่อย.....	54
3.4 การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2529-2543.....	55
3.5 สรุปการใช้ที่ดินในปัจจุบันของเขตบางกอกน้อย.....	58
3.6 สรุปการใช้ที่ดินในปัจจุบันของเขตบางพลัด.....	63
3.7 แสดงจำนวนสถานประกอบการในพื้นที่เขตบางกอกน้อย.....	68
3.8 แสดงจำนวนสถานประกอบการในพื้นที่เขตบางพลัด.....	69
3.9 ปริมาณการจราจรบริเวณทางแยกบรมราชชนนี.....	70
3.10 อัตราความเร็วเฉลี่ยของการเดินทางบนถนนบรมราชชนนี.....	72
3.11 ปริมาณผู้โดยสารรถประจำทางบริเวณพื้นที่สะพานพระปิ่นเกล้า.....	72
3.12 แสดงห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นตามช่วงเวลา ตั้งแต่ พ.ศ. 2495-ปัจจุบัน.....	83
4.1 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในแต่ละกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านผลที่ได้รับจากศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	115
4.2 แสดงปัญหาที่เกิดขึ้นบริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า และผู้ได้รับผลกระทบจากผล สำรวจความคิดเห็นกลุ่มผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	116
4.3 เปรียบเทียบสัดส่วนการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าของกลุ่มผู้ใช้บริการ กับการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	127
4.4 เปรียบเทียบสัดส่วนการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าของกลุ่มผู้อาศัย กับการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	127
4.5 เปรียบเทียบสัดส่วนการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าของกลุ่มผู้ทำงาน กับการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	127
4.6 เปรียบเทียบสัดส่วนปัญหาจากการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า กับการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านอื่นๆ.....	129
4.7 แสดงการเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ และอิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	132

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.1 แสดงการวิเคราะห์ขอบเขตการค้าของพื้นที่ศึกษา จากทฤษฎี Law of Retail Gravitation ตัวแปรพื้นที่พาณิชย์กรรมรายเขต.....	137
5.2 แสดงการวิเคราะห์ขอบเขตการค้าของพื้นที่ศึกษา จากทฤษฎี Law of Retail Gravitation ตัวแปรจำนวนสถานประกอบการรายเขต.....	141
5.3 แสดงการวิเคราะห์เขตอิทธิพลการให้บริการ โดยใช้ผลการสำรวจแบบสอบถาม.....	148
5.4 แสดงราคาประเมินที่ดินชั้นต่ำ-สูงสุดบริเวณศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	152
5.5 แสดงจำนวนและความหนาแน่นของบ้านอยู่อาศัยบริเวณพื้นที่ย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	153
5.6 แสดงปริมาณการจราจร บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า ในช่วงโมงเร่งด่วน.....	156
5.7 แสดงการคาดการณ์การขยายตัวของกิจการจ้างงานในเขตบางกอกน้อย พ.ศ. 2538-2548.....	159
5.8 แสดงผลตรวจวัดคุณภาพอากาศและคุณภาพเสียงของ เขตบางพลัดและเขตบางกอกน้อย.....	161
5.9 สรุปผลกระทบของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมือง.....	161
5.10 สรุปผลกระทบและตำแหน่งของปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้า.....	162
5.11 แสดงการเปรียบเทียบการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าของ ผู้ใช้บริการที่มาจากพื้นที่ต่างจังหวัด ในวันธรรมดา และวันหยุดเสาร์-อาทิตย์.....	165

สารบัญแนบที่

แผนที่ที่	หน้า
1.1 แสดงการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ระหว่างปี พ.ศ. 2501-2534.....	2
1.2 แสดงขอบเขตพื้นที่ทำการศึกษา.....	4
3.1 แสดงกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภททำยกฎกระทรวง ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549.....	56
3.2 แสดงการแบ่งเขตการปกครองของเขตบางกอกน้อย.....	59
3.3 แสดงการใช้ที่ดินของเขตบางกอกน้อย ในปี พ.ศ. 2545.....	60
3.4 แสดงการแบ่งเขตการปกครองของเขตบางพลัด.....	65
3.5 แสดงการใช้ที่ดินของเขตบางพลัด ในปี พ.ศ. 2545.....	66
3.6 แสดงตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.....	87
3.7 แสดงที่ตั้งของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	90
5.1 เขตอิทธิพลจากทิศทางต่างๆจากแนวคิด Law of Retail Gravitation โดยใช้ตัวแปร พื้นที่เขตพาณิชย์กรรมรายเขต.....	140
5.2 เขตอิทธิพลจากทิศทางจากแนวคิด Law of Retail Gravitation โดยใช้ตัวแปร สถานประกอบการรายเขต.....	144
5.3 แสดงเขตอิทธิพลทางการค้าต่อพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากแนวคิด Law of Retail Gravitation.....	146
5.4 แสดงเขตอิทธิพลทางการค้าต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร จากแนวคิด Law of Retail Gravitation.....	147
5.5 แสดงทิศทางการเข้ามาใช้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	150
5.6 แสดงสัดส่วนทิศทางการเข้ามาใช้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ของผู้ใช้บริการ.....	151
5.7 แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า ปี พ.ศ. 2545.....	172
5.8 แสดงอาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่ ริมถนนบรมราชชนนี ปี พ.ศ. 2545.....	173
6.1 แสดงระยะการชะลอตัวของยานพาหนะ และจุดกลับรถยนต์ บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	181
6.2 แสดงพื้นที่ที่สมควรมีการปรับปรุงพัฒนาด้านภูมิทัศน์ ในบริเวณพื้นที่ ย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	191

สารบัญแนบที่ (ต่อ)

แผนที่ที่

หน้า

6.3 แสดงบริเวณเสนอแนวจุดจอดรถรับ-ส่งผู้โดยสารและรถตู้สาธารณะ บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	192
--	-----

สารบัญแนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า จำแนกตามรายเขต ของกรุงเทพมหานคร ปี 2541.....	86
4.1 แสดงสัดส่วนการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าอื่นๆของผู้ใช้บริการ ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	121
5.1 แสดงสินค้าที่ผู้ให้บริการจากต่างจังหวัด เดินทางมาเลือกซื้อบริเวณศูนย์การค้า ย่านปิ่นเกล้า.....	164
5.2 แสดงอัตราการเพิ่มของจำนวนหลังคาเรือน พื้นที่เขตบางพลัดและบางกอกน้อย ระหว่างปี พ.ศ. 2536-2544.....	171

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรรมวิธีในการศึกษา.....	12
2.1 แสดงวัฏจักรการพัฒนา ของ CBD (Life Cycle of CBD).....	22
2.2 แสดงระยะทางที่ลูกค้าจะเดินทางไปซื้อสินค้า.....	26
2.3 แสดง Trip Interchange Models.....	41
4.1 แสดงความสามารถของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าในการตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค.....	131
5.1 แสดง Trip Interchange Model จากการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า.....	158
6.1 แสดงข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549.....	179
6.2 แสดงโครงข่ายแผนพัฒนาการขนส่งมวลชนระบบรางในอนาคตกับที่ตั้ง ของย่านการค้าปิ่นเกล้า.....	186
6.3 แสดงโครงข่ายระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและพื้นที่ต่อเนื่อง.....	187