

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวทางการวางแผนพัฒนาย่านการค้าหลักในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ศึกษากรณีพื้นที่เขตบางกะปินั้น จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการกล่าวถึงทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นหลักในการอ้างอิงและยังเป็นประโยชน์ในการดำเนินการศึกษาตามแนวทางที่ได้มีการวางแผนไว้แล้ว ซึ่งประกอบด้วย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับย่านการค้า
2. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการพัฒนาย่านการค้า
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ที่ดินและผังเมืองกรุงเทพมหานคร

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับย่านการค้า

ย่านการค้าเป็นพื้นที่ซึ่งถือเป็นหัวใจของเมืองเป็นสถานที่ที่ ประชาชนทุกระดับชั้นจำเป็นต้องเข้าไปใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้คนที่อาศัยอยู่ในเมืองต่างไม่สามารถผลิตสินค้าด้วยตัวเองได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องมีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการตามที่ต้องการ

Durkheim (1933) ได้กล่าวถึงแนวคิด Organic Solidarity ว่าความแตกต่างกันของบทบาทหน้าที่อันเป็นผลมาจากการแบ่งงานกันทำ (Division of Labour) ของส่วนประกอบของชุมชน จะทำให้ส่วนต่างๆ เหล่านั้นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันมากขึ้น

Gibbs and Poston ได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำของคนในชุมชนหนึ่งไว้ดังนี้ "ในหมู่บ้านแห่งหนึ่งมีผู้ทำงานเป็นช่างตีเหล็ก ช่างอบขนมปัง และช่างทำเครื่องหนัง ผู้ที่ทำงานแต่ละคนต่างผลิตสินค้าสำหรับผู้อื่น แสดงว่า มีการพึ่งพากันทางด้านหน้าที่ของสมาชิกในหมู่บ้านนั้น" เมื่อชุมชนขยายตัวขึ้น เกิดเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนประชากรในพื้นที่นั้นๆ มีกลุ่มอาคารที่ค่อนข้างถาวรซึ่งอยู่รวมกันอย่างแออัด หรือเป็นศูนย์กลางที่มีประชาชนจำนวนมากตั้งถิ่นฐานกันอยู่อย่างหนาแน่น พื้นที่นั้นเรียกว่า เมือง (Urban หรือ City) ซึ่งต้องรองรับชุมชนขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนของโครงสร้างและหน้าที่ของชุมชนทางด้านการผลิต การบริโภค ตลอดจนการกระจายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น

Max Weber ได้กล่าวถึง ตลาด ไว้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเมืองและชีวิตชุมชน ที่ได้พัฒนาถึงขั้นที่มีการแบ่งงานกันทำ เกิดอาชีพต่างๆ ประกอบกับมีเทคโนโลยีสูงพอจะเป็นตัวกระตุ้นให้ชุมชนนั้นมีเศรษฐกิจคึกคัก มีชีวิตชีวา มีการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนของเงินตรา และสินค้าที่หลากหลาย

เสนห์ ญาณสาร (2534) ได้กล่าวไว้ว่าในบางครั้งความโดดเด่นของเมืองบางเมืองขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ทางด้านการค้าและบริการโดยตรง เช่น สิงคโปร์ ฮองกง เป็นต้น แม้ว่าโดยปกติพื้นที่สำหรับการค้าจะครอบคลุมพื้นที่เพียงส่วนน้อยของเมืองแต่กลับเป็นส่วนที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองเป็นอย่างมาก

สมนญ อยุธยา (2531) กล่าวถึง ย่านการค้า หรือ ย่านพาณิชย์กรรมว่า หมายถึงอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีประชาชนอยู่อาศัยและเป็นที่รวมของร้านค้าหรือเป็นย่านที่คนนิยมไปจับจ่ายซื้อขายสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นย่านการค้าจึงมักประกอบด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจขั้นที่ 3 (Tertiary Economic Activities) หรือการค้าและบริการที่ไม่เพียงแต่สนองต่อความต้องการของประชาชนภายในเมืองเท่านั้น แต่ยังให้บริการแก่ผู้ที่อยู่รอบนอกอีกด้วย

Christaller (1961) ได้อธิบายบทบาทหน้าที่หลักของย่านการค้าที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบโดยใช้ทฤษฎีแห่งกลาง (Central Place Theory) ซึ่งเขาได้เสนอเกี่ยวกับเมืองที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านสินค้าต่างๆ ต่อบริเวณรอบนอก โดยแต่ละศูนย์กลางจะมีลำดับความสำคัญของความเป็นแห่งกลางต่างกันไป ทั้งนี้พิจารณาในแง่ทำเลที่ตั้งเปรียบเทียบกันและยึดเอาจำนวน ขนาด บทบาทหน้าที่และระยะห่างของเมืองแต่ละแห่งเป็นหลัก แห่งกลางแต่ละแห่งจะถูกจัดลำดับความสำคัญที่เรียกว่า ลำดับศักดิ์ (Hierarchical) โดยแต่ละลำดับศักดิ์จะมีเขตการให้บริการด้านสินค้า (Rang of a good) แก่พื้นที่โดยรอบ (Complementary Area) ไม่เท่ากัน การกำหนดขอบเขตการให้บริการคำนึงถึงแนวคิดทางด้านผู้บริโภคอันได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการ ความจำเป็นในการใช้สินค้า รสนิยมผู้บริโภคและราคาของสินค้าและบริการ ทั้งนี้แห่งกลางที่มีลำดับศักดิ์ต่ำจะเป็นชุมชนขนาดเล็กที่ให้บริการเฉพาะประชาชนในเขตพื้นที่บริการของตนเท่านั้น สินค้าที่ให้บริการก็คือสินค้าอันดับต่ำซึ่งหมายถึงสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน มีความถี่ในการซื้อสูง ราคาถูก ส่วนแห่งกลางที่มีขนาดใหญ่ขึ้นก็จะสามารถให้บริการด้านต่างๆ มากขึ้น มีสินค้ามากขึ้นขึ้น ทำให้เขตให้บริการกว้างออกไป ครอบคลุมพื้นที่บริการของแห่งกลางที่มีลำดับศักดิ์ต่ำกว่าได้

Brian J.L. Berry (1967) ได้นำทฤษฎีแห่งกลางมาวิเคราะห์การให้บริการของศูนย์กลางชุมชนและพบว่า ศูนย์กลางชุมชนเป็นสถานที่ๆ ต้องมีบริการที่หลากหลาย และสามารถให้บริการแก่ประชาชนในรัศมีโดยรอบได้สะดวก กล่าวคือนอกจากจะเป็นสถานที่ซื้อขายสินค้าและบริการแล้วยังมีบริการอื่นๆ อีกเช่น โรงเรียน โรงพยาบาล สถานที่ราชการ เป็นต้น ตั้งอยู่ใกล้เคียงกันเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค ที่จะใช้บริการอันหลากหลายได้จากที่ๆ เดียวกัน ซึ่งบริเวณดังกล่าวจะต้องมีการ

เข้าถึงได้สะดวก เป็นสถานที่ๆ ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายและเป็นที่ยานจำหน่ายสินค้าปลีกที่มาจากศูนย์กลางอื่นๆ รวมทั้งเป็นที่รับซื้อสินค้า หรือผลผลิตจากผู้ผลิตโดยตรงอีกด้วย Berry ได้สรุปข้อสังเกตที่เกี่ยวข้องกับศูนย์กลางชุมชน ไว้ดังนี้

1. ไม่มีตลาดอื่นที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน
2. ศูนย์กลางชุมชนดังกล่าวจะอยู่ใกล้กับสถานที่ราชการ
3. ศูนย์กลางชุมชนจะมีหลายระดับ ศูนย์กลางที่มีขนาดเล็กจะมีร้านค้าและบริการต่างๆ ในจำนวนจำกัด ในขณะที่ศูนย์กลางที่มีขนาดใหญ่กว่าจะมีสินค้าและบริการมากชนิดกว่า ดังนั้นสินค้าและบริการบางชนิดจึงหาซื้อไม่ได้ในศูนย์กลางขนาดเล็ก ผู้บริโภคต้องไปจับจ่ายจากศูนย์กลางที่มีขนาดใหญ่ขึ้นไป

John Glasson ได้จัดลำดับศักดิ์ของศูนย์กลางโดยยึดเอาทำเลที่ตั้งและขนาดการบริการเป็นหลักได้ดังนี้

1. Regional Center เป็นศูนย์กลางบริการคน มากกว่า 300,000 คน มีบริการเฉพาะหลายอย่าง และมี Department Store รวมอยู่ในย่านการค้าหลายแห่ง ความเป็นศูนย์กลางมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการให้เครดิตทางการค้า ซึ่งจะเพิ่มการเป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนตัวและสถานะการจราจรแออัด ภาวะความแออัดจะมีมากระหว่างศูนย์กลางต่อศูนย์กลาง สินค้าที่จัดจำหน่ายมักจะเป็นสินค้าที่มีความทนทาน

2. Sub Regional Center เป็นศูนย์กลางให้บริการประชาชนระหว่าง 100,000 - 300,000 คน และเป็นที่รวมของ National Department Store เช่น Mark and Spencer John Lewise เป็นต้น มีการบริการที่มีความเฉพาะเจาะจงมาก และมีข้อจำกัดมากกว่า

3. District Center เป็นศูนย์กลางที่ให้บริการแก่ประชาชน ประมาณ 50,000 คน มีการให้บริการเฉพาะอย่างหลายชนิด รวมทั้งมีซูเปอร์มาร์เก็ตด้วย มักอยู่บริเวณชานเมือง หรืออาจตั้งอยู่ในเมืองที่อยู่โดดเดี่ยว

4. Neighbourhood Center ให้บริการแก่ประชาชน ประมาณ 10,000 คน มักอยู่ไม่ไกลจาก District Center และมีความสัมพันธ์กันทางหน้าที่และการบริการอย่างมาก มีร้านค้าเล็กๆ ประมาณ 12 ร้าน

5. Local Center เป็นศูนย์กลางที่ให้บริการแก่ประชาชนตั้งแต่ 2,000 คนขึ้นไป มีร้านค้าอยู่จำนวนน้อย แต่อย่างน้อยที่สุดต้องมีการใช้จ่ายเพื่อการค้าปลีกร้อยละ 20 ของการใช้จ่ายทั้งหมด

ผ.ศ.ประทีป จันทรเขตต์ ได้เขียนไว้ในหนังสือผังเมือง เกี่ยวกับศูนย์การค้าของเมือง โดยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท พิจารณาจาก จำนวน และ ประเภทร้านค้า สัดส่วนระหว่างพื้นที่ของศูนย์กลางต่อจำนวนครอบครัว ดังนี้

1. ศูนย์กลางประจำหมู่บ้าน (Neighbourhood Shopping Center) ประกอบด้วยร้านขายสินค้าจำเป็นประจำวัน ร้านขายอาหารเครื่องดื่มและของใช้อื่นๆ (Supermarket) และร้านขายยา เป็นต้น ซึ่งจะมีจำนวนร้านค้าประมาณ 15 ร้านต่อ 1 หมู่บ้านและใช้พื้นที่ 12.5-25 ไร่ สำหรับพลเมืองอย่างน้อย 1,000 ครอบครัว

2. ศูนย์กลางของเมืองขนาดเล็ก (Community Shopping Center) ประกอบด้วยร้านขายของและขายอาหารทั่วไป และยังมีร้านขายสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น ร้านขายเสื้อผ้า (soft line) ร้านขายเครื่องถ้วยชาม เครื่องใช้ภายในบ้าน (hard line) ซึ่งมีจำนวนประมาณ 20-30 ร้าน ใช้เนื้อที่ 25-75 ไร่ สำหรับพลเมืองอย่างน้อย 5,000 ครอบครัว

3. ศูนย์กลางขนาดใหญ่ มักตั้งอยู่บริเวณระหว่างเมือง ประกอบด้วยร้านค้าทั่วไปและสินค้าประเภท soft line และ hard line แล้วยังประกอบด้วยร้านขายเฟอร์นิเจอร์ ห้างสรรพสินค้าด้วย มีจำนวนร้านค้าประมาณ 50-100 ร้านค้า ใช้เนื้อที่อย่างน้อย 87.5 ไร่ขึ้นไป สำหรับพลเมืองจำนวน 100,000 ครอบครัว

สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ (2522) ได้จัดลำดับศักดิ์ของศูนย์การค้า (Hierarchical of Shopping Center) โดยการดูจากขนาดของขอบเขตการให้บริการ ประเภทและปริมาณของสินค้าและบริการของแต่ละศูนย์การค้าไว้ 5 ลำดับศักดิ์ ดังนี้

ลำดับศักดิ์ที่ 1 เป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดของเมือง มีสินค้าและบริการทุกชนิด ตั้งแต่สินค้าจำเป็นขั้นพื้นฐาน ไปจนถึงสินค้าอันดับสูงที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถมาก ๆ ในการผลิต ขอบเขตการให้บริการครอบคลุมทั่วทั้งเมือง

ลำดับศักดิ์ที่ 2 เป็นศูนย์การค้าที่มีเขตบริการเฉพาะประชากรในเขตตัวเมืองโดยมีพื้นที่บริการให้แก่เขตใดเขตหนึ่งของเมือง ปริมาณและชนิดของสินค้าและบริการจะน้อยลงโดยที่สินค้าและบริการที่มีระดับสูงบางอย่างเริ่มขาดหายไป แต่สินค้าจำเป็นขั้นพื้นฐานยังคงมีอยู่

ลำดับศักดิ์ที่ 3 เป็นศูนย์การค้าระดับชุมชน มีเขตให้บริการแคบลง เฉพาะในชุมชน ปริมาณสินค้าลดลง ร้านค้าที่โดดเด่นเริ่มมีสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตพื้นฐาน เช่น ร้านขายยา ร้านของชำ ร้านขายอาหาร เป็นต้น

ลำดับศักดิ์ที่ 4 เป็นกลุ่มร้านค้าที่จับกลุ่มกันในตำแหน่งใกล้ชิดกับย่านที่อยู่อาศัยมีร้านค้าที่ขายสินค้าที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน เช่น ร้านขายของชำ เป็นต้น

ลำดับศักดิ์ที่ 5 เป็นกลุ่มร้านค้าที่อยู่ตามชุมชน ซึ่งเป็นร้านค้าที่ต้องการระดับการทรงตัวต่ำ เช่น ร้านของชำ ร้านขายยา เป็นต้น

เกียรติ จิวะกุลและคณะ (2525) ได้จัดลำดับของตลาดตามลักษณะของสินค้าและกิจกรรมการค้า ทำเลที่ตั้ง องค์ประกอบทางกายภาพและขนาดของชุมชนดังนี้

1. ตลาดระดับชุมชนขนาดเล็ก หรือที่เรียกกันว่า ตลาดหน้าปากซอย เป็นบริเวณค้าขาย สินค้าทั่วไปที่ตั้งใกล้บ้าน สินค้าที่พบมักเป็นประเภทอาหาร เช่น น้ำแข็ง ขนมครก เป็นต้น

2. ตลาดระดับกลุ่มชุมชน มักตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญ ประกอบด้วยตลาดสด ตึกแถว อาคารพาณิชย์ หาบเร่-แผงลอย สินค้าเริ่มมีหลากหลายประเภท เริ่มให้ความสำคัญกับทางเข้าออก และที่จอดรถ รวมทั้งเกี่ยวข้องกับอาชีพที่รับจ้างด้วย ข้อสังเกตคือ หากเป็นตลาดระดับกลุ่มชุมชนที่อยู่แถบชานเมืองมักจะพบอยู่ทางด้านซ้ายของถนนเมื่อเดินทางออกจากกรุงเทพมหานคร

3. ตลาดระดับสีมูเมือง มักตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางหลักที่มีขนาดใหญ่เด่นชัด ที่อยู่ห่างจากใจกลางเมือง ประมาณ 20 กิโลเมตร บริเวณชานเมืองที่มีการขยายตัว มีถนนสายหลักที่เชื่อมต่อพื้นที่เมือง เช่น ถนนระดับเมือง หรือระดับภาค เป็นต้น เช่น ตลาดพระโขนง (ถนนสุขุมวิท) ตลาดบางแค (ถนนเพชรเกษม) ตลาดสะพานควาย (ถนนพหลโยธิน) องค์ประกอบในย่านเหล่านี้มักมีตลาดสดหลายแห่ง ตึกแถวอาคารพาณิชย์ หาบเร่แผงลอย เป็นจำนวนมาก กิจกรรมและสินค้าบริการมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ร้านค้าที่มีความเฉพาะตัวจะเกาะกลุ่มอยู่ในย่านเดียวกัน

Peter Scott (1972) ได้กล่าวถึงตัววัดที่ใช้จำแนกย่านการค้าเป็นลำดับต่างๆ โดยตัววัดพื้นฐานมี 5 ประการดังนี้คือ

1. ความสำคัญโดยรอบของศูนย์กลางนั้น
2. องค์ประกอบของกิจการค้า
3. รูปแบบของกิจการค้า
4. ขนาดของกิจการค้า
5. โครงสร้างและขอบข่ายตลาด

นอกจากนี้การจำแนกศูนย์กลางเป็นลำดับต่างๆ นั้นยังพิจารณาได้จากขนาด(Size) และหน้าที่ (Function) ของย่านการค้า รวมถึงประมาณการขาย การจ้างงาน และจำนวนร้านค้าด้วย

วิโรจน์ สินธนานุรักษ์ เป็นนักภูมิศาสตร์ที่ได้กล่าวถึงการแบ่งลักษณะของศูนย์กลางทางการค้าเป็นเขตการค้าที่อยู่ในเมืองได้ 3 ประการ คือ

1. เขต Central Business District (CBD) เป็นศูนย์รวมพลังทางเศรษฐกิจของเมือง เนื่องจาก CBD มีลักษณะเป็นใจกลาง (Centrality) ทำให้ได้เปรียบในการเข้าถึง จึงเป็นที่รวมของการคมนาคมและกิจกรรมทุกชนิดในเขต CBD มีคุณสมบัติที่กิจกรรมส่วนมากทำในเวลากลางวัน ส่วนเวลากลางคืนถนนจะว่าง เพราะเป็นเขตที่เป็นแหล่งที่มีผู้อยู่อาศัยน้อย กิจกรรมในเขต CBD จะมีความสัมพันธ์กันใน 4 ลักษณะ คือ

1.1 การเชื่อมโยงแข่งขันกัน (Competitive linkage) หมายถึง ธุรกิจร้านค้าประเภทเดียวกันรวมกลุ่มกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน คือ การดึงดูดลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพิ่มยอดขายให้สูงสุด โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าเปรียบเทียบคุณภาพ ราคา ความหลากหลาย ฯลฯ ของสินค้า ธุรกิจร้านค้าประเภทนี้มักได้แก่ ร้านขายเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า ร้านขายนาฬิกา โรงแรม ธนาคาร เป็นต้น

1.2 การเชื่อมโยงเชิงส่งเสริมกันและกัน (Complementary linkage) หมายถึง การรวมกลุ่มของธุรกิจร้านค้าต่างประเภทกัน เพื่อส่งเสริมกิจกรรมของกันและกัน ตัวอย่าง เช่น การเชื่อมโยงระหว่างบริษัทโฆษณา ร้านขายเครื่องเขียนและโรงพิมพ์ หรือการเชื่อมโยงกันของโรงแรมกับกลุ่มบริษัทนาเที่ยว เป็นต้น

1.3 การเชื่อมโยงในด้านการใช้สถานที่ร่วมกัน (Commensal linkage) หมายถึง การเกี่ยวข้องของกิจกรรมหลายประเภท ที่ต้องพึ่งพาอาศัยแหล่งบริการแหล่งเดียวกัน หรือที่ต้องการตัวอาคารพื้นที่เดียวกัน เช่น ธุรกิจนำเที่ยวและบริการรถเช่าตั้งอยู่ในโรงแรมเดียวกัน

1.4 การเชื่อมโยงเชิงประกอบกัน (Ancillary linkage) หมายถึง การรวมตัวกันของธุรกิจร้านค้า ในบริเวณใกล้แหล่งจ้างงาน เพื่อให้บริการแก่ผู้ทำงานในแหล่งงานนั้น เช่น ร้านขายการ์ด ร้านขายหนังสือ ร้านของขวัญและดอกไม้ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ต่างรวมกันให้บริการแก่สำนักงานหรือโรงพยาบาลที่อยู่ใกล้ๆ

2. ย่านการค้าแบบแถบ (Ribbon) เป็นย่านการค้าแบบที่สองภายในเมืองที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เพราะปรากฏอยู่ตรงถนนสายสำคัญ ธุรกิจเหล่านี้ไม่ต้องการทำเลในกลางเมือง ยึดเอาการเข้าถึงเป็นสำคัญ เป็นธุรกิจที่ปรากฏตามถนนหลายสายภายในเมือง

3. ย่านธุรกิจพิเศษต่างๆ เป็นกลุ่มสถานประกอบการประเภทเดียวกันหรือมีความสัมพันธ์กันในธุรกิจซึ่งตั้งอยู่ในเมืองแถบใดก็ได้ แต่มักอยู่ในรัศมีโดยรอบ CBD ส่วนใหญ่ค่านึงถึงความสะดวกของลูกค้ากลุ่มหนึ่ง ดังนั้นในบางครั้งก็ตั้งอยู่ตามถนนสายสำคัญ ส่วนมากเกิดขึ้นเองโดยไม่มีការวางแผน

จะพบว่า การแบ่งประเภทของย่านการค้ามักมีความหมายแตกต่างออกไปตามประเภทและจุดประสงค์ของการใช้งาน

Margaret Roberts (1974) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับย่านการค้า ที่ใช้ทฤษฎีแหล่งกลางในการอ้างอิงซึ่งพิจารณาถึง หน้าที่และรูปแบบของศูนย์กลางที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ ความสะดวกในการคมนาคม รวมทั้งปริมาณและประเภทของสินค้าและบริการในพื้นที่นั้นๆ โดยผู้บริโภคมักจะพยายามเลือกสถานที่ที่จะซื้อสินค้าได้มากที่สุดและเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาถึงระยะทาง จำนวนร้านค้า ตลอดจนผู้ซื้อประกอบกัน ย่านการค้าหรือศูนย์กลางแต่ละแห่งจะมีความสำคัญที่แสดงถึงความเป็นแหล่งกลางแตกต่างกันไป

วรพงษ์ นิลศิริ (2533) ได้กล่าวถึงการพิจารณาความสัมพันธ์ของย่านการค้ากับพื้นที่โดยรอบที่เกี่ยวข้องกันในเรื่องของการเพิ่มจำนวนประชากรในพื้นที่นั้นๆ ทั้งโดยธรรมชาติและโดยการอพยพเข้าถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อกิจกรรมการค้าขายเพราะแสดงถึงจำนวนลูกค้าที่เพียงพอในการทำการค้า

เฉลิม คำแสน (2536) เป็นอีกท่านหนึ่งที่คำนึงถึงลักษณะของประชากรในพื้นที่ที่อยู่ใกล้ติดกับย่านที่ประกอบกิจการค้าอยู่ นั่นว่ามีความสำคัญในด้านของความโดดเด่นและลักษณะเฉพาะของ

ย่านการค้า นั้น เช่น ในทำเลที่ใกล้มหาวิทยาลัย จะเอื้อโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้กับนักศึกษา ในบางครั้งยังอาจต้องคำนึงถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและกฎหมายข้อบังคับต่างๆ อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามความสำคัญของย่านการค้าย่อมต้องควบคู่กับตำแหน่งหรือทำเลที่ตั้งของย่านการค้าที่ต้องบ่งบอกถึงการคมนาคมเข้าถึงที่สะดวก

F. Stuart Chapin (1965) ได้กล่าวถึงการกำหนดที่ตั้งของย่านการค้า ว่าควรอยู่ใกล้เส้นทางที่มีการจราจรผ่านหนาแน่นอยู่ใกล้ถนนสายประธาน 2 สายตัดผ่านกันบริเวณย่านการค้า มีที่จอดรถเพียงพอและมีที่สำหรับร้านค้า รวมทั้งสิ่งบันเทิงต่างๆ มีสาขาของธุรกิจ และมีบริการทางการเงินเพียงพอ มีระบบการคมนาคมเข้าถึงสะดวกและพื้นที่ด้านหน้าของย่านการค้าควรติดถนนสายหลัก

สมชาย เพ็ญศรีนุกูร (2520) ได้ทำการศึกษาศูนย์การค้าปทุมวัน กลับเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ลักษณะการค้าทั่วไปไว้ในทางกลับกันดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าในปัจจุบัน กลับมีความสำคัญลดลงรองจากความเชื่อถือและความมีชื่อเสียงของกิจการ
2. การแข่งขันของกิจการค้า ที่คล้ายคลึงกันที่อยู่ใกล้เคียงกันนั้น เป็นการสนับสนุนการขายมากกว่าเป็นการแข่งขันเพราะเรียกคนซื้อได้มากขึ้น เกิด Shopping Traffic มากขึ้น
3. แนวโน้มการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคนิยมสินค้าประเภทสำเร็จรูป และรสนิยมส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการโฆษณามากขึ้น ประสิทธิภาพของกิจการขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการด้วย
4. กิจการค้าย่อยและกิจการที่เป็นแม่เหล็ก (magnet) ของศูนย์การค้าทั่วไปจะอาศัยซึ่งกันและกันในการดึงดูดลูกค้ามาสู่ศูนย์กลางนั้น
5. การขยายหรือเช่าที่เพื่อการค้าส่วนใหญ่ เป็นไปตามลักษณะที่จะให้ผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ลงทุนปรับปรุงโครงการ ซึ่งมีวิธีการคำนวณผลตอบแทนการให้เช่าตามทำเลที่ตั้ง เช่น ส่วนที่ติดถนนใหญ่หรือทางสัญจรหลักจะแพงกว่าที่มีการสัญจรผ่านน้อย และบางราย ถือเป็นรายได้หลักในการคืนทุนสำหรับโครงการส่วนที่เหลือกันไว้เป็นเฉพาะกำไร
6. แนวโน้มผู้บริโภคที่จะใช้บริการของศูนย์การค้าที่มีห้างสรรพสินค้าเป็นหลักเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะสามารถจับจ่ายซื้อของและยังเป็นการใช้เวลาว่างพักผ่อน โดยเฉพาะการมีบริการทางด้านให้ความบันเทิงและสวนสนุกเพิ่มขึ้น

Brian Goodall (1972) กล่าวถึงสิ่งสำคัญในการกำหนดที่ตั้งของย่านการค้าจะต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงของผู้มีรถยนต์และผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนในระบบต่างๆ สำหรับเรื่องความสะดวกในการติดต่อกับแหล่งขายปลีกและขายส่ง รวมทั้งสถานประกอบการค้าและบริการที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันนั้นก็จำเป็นต้องพิจารณาประกอบกันด้วย ดังนั้นราคาเช่าที่ดินในบริเวณนี้จึงค่อนข้างสูงแต่ก็สามารถทำกำไรให้แก่กิจการได้สูงสุดด้วยเช่นกัน

กิจกรรมต่างๆ ภายในย่านการค้าได้มีนักวิชาการทำการจำแนกประเภทไว้เป็นเขตการค้าภายในพื้นที่ย่านหนึ่งๆ ซึ่งโดยทั่วไปมักประกอบด้วยเขตต่างๆ ดังนี้

1. เขตการค้าปลีก (Retail districts) มักเป็นบริเวณใจกลางของเมืองสองฟากถนน หรือเขตชานเมืองก็ได้

2. เขตการค้าส่ง (Wholesale outlets) ได้แก่ บริเวณร้านค้าส่ง โกดังหรือคลังสินค้า

3. เขตสำนักงานธุรกิจ (Business districts) ได้แก่ อาคารสำนักงานต่างๆ

4. เขตที่ให้บริการได้แก่ (Service area) พื้นที่ให้บริการทั้งส่วนที่เป็นของรัฐบาล และเอกชน

5. เขตที่ทำการต่างๆ ของรัฐบาล (Institutional land)

นอกจากนี้ที่ดินที่เป็นย่านการค้ายังประกอบด้วยการใช้ที่ดินอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าและบริการ เช่น สถานีจอดรถ แหล่งที่ทิ้งขยะ เป็นต้น

Herbert and Thomas (1982) ได้เสนอโมเดลเพื่ออธิบายเกี่ยวกับโครงสร้างอันเป็นองค์ประกอบภายในย่านการค้าและยังเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของย่านการค้าโดยได้แบ่งแยกพื้นที่ของย่านการค้าออกเป็น 6 ย่านดังนี้

1) ย่านการค้าปลีกหลัก เป็นย่านที่เข้าถึงได้สะดวกที่สุด เป็นศูนย์กลางธุรกิจที่ขายสินค้าและบริการอันดับสูง ให้บริการแก่ผู้คนกว้างขวางทั่วทั้งเขตบริการ ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า ร้านค้าลูกโซ่ขนาดใหญ่ ฯลฯ

2) ย่านการค้าปลีกรอง ประกอบด้วยร้านค้าที่ขายสินค้าที่มีลักษณะเน้นเฉพาะน้อยกว่าย่านแรก เป็นสินค้าอันดับรองลงมาและให้บริการแก่คนบางกลุ่มที่อาศัยอยู่ใกล้เขตศูนย์กลางนั้นมักจะพบอยู่ด้านใดด้านหนึ่งของย่านการค้าปลีกหลัก

3) ย่านสำนักงานการค้า กิจกรรมที่เด่นของย่านนี้ได้แก่ สถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธนาคาร ร้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สำนักงานบริษัทประกันต่างๆ เป็นต้น มักพบอยู่บริเวณด้านใดด้านหนึ่งของย่านการค้าปลีกหลัก

4) ย่านโรงแรมและบันเทิง ธุรกิจที่พบมากในย่านนี้ได้แก่ โรงแรมขนาดใหญ่ โรงละคร โรงภาพยนตร์ ภัตตาคาร เป็นต้น มักจะอยู่บริเวณมุมใดมุมหนึ่งของศูนย์กลางและ จะติดต่อกับทั้ง 3 ย่านที่กล่าวมาแล้วรวมทั้งติดกับย่านการค้าส่งด้วย

5) ย่านการค้าส่งและคลังสินค้า ย่านนี้มักตั้งอยู่ในเขตที่มีสภาพแวดล้อมไม่ดีนัก เช่น ใกล้กับสถานีปลายทางของการขนส่ง เป็นต้น ภายในมักจะมีอุตสาหกรรมขนาดเล็กหรืออุตสาหกรรมเบาปะปนอยู่

6) ย่านบริหาร ย่านนี้เป็นที่ตั้งของอาคารสถาบันราชการต่างๆ และพบอยู่บริเวณขอบของเขตการค้าปลีกหลัก เช่น บริเวณที่ตั้งของศาลาว่าการของเมือง ไปรษณีย์ ฯลฯ เนื่องจากกิจกรรมทางด้านบริหารไม่ใช่กิจกรรมที่ต้องพึ่งพาตลาด แต่ต้องการทำเลที่เข้าถึงสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ

C.E. Lively (1931) ได้กล่าวถึงการเติบโตและการเสื่อมลงของย่านการค้าเล็กๆ มีความสัมพันธ์กับระยะทางจากย่านการค้าใหญ่และรูปแบบของย่านการค้าจะแปรผันตามแบบแผนทางเศรษฐกิจของภาคพัฒนาการของย่านการค้า ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของชานเมือง

Berry and Horton (1978) กล่าวคือ ประชากรในเขตเมืองชั้นในลดจำนวนลง พฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าเปลี่ยนไป ความนิยมในการเดินทางเข้าไปทำธุระดังกล่าวในเมืองลดความสำคัญลง ด้วยเหตุนี้ กิจกรรมต่างๆ จึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งใหม่ ทั้งโดยการขยายสาขา และหาทำเลใหม่ เพื่อความอยู่รอดของกิจการ ซึ่งผลคือเกิดมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและรูปแบบของการค้าไปในลักษณะดังต่อไปนี้

1. การขยายร้านค้าให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ทำให้ต้องพึ่งพาเขตการค้าที่ใหญ่ขึ้นไปด้วย โดยการขยายขนาดของร้านนั้นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักด้วย

2. รูปแบบของการบริโภคได้เปลี่ยนไปจากเดิม คือมุ่งไปทางคุณภาพอันเนื่องจากรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นของประชาชนและการเปลี่ยนแปลงไปขององค์ประกอบในหลายๆ ด้านของประชาชนซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้มีผลต่อสินค้าธรรมดาทั่วไป

3. ระยะหลังมีศูนย์การค้าแบบวางแผนเกิดขึ้นตามชานเมือง ซึ่งเท่ากับเป็นอุปสรรคมิให้เกิดร้านใหม่ๆ ภายในเมืองและยังทำให้ราคาที่ดินผิปกติ ความจำเป็นในการจัดหาลานจอดรถใหญ่ๆ สำหรับศูนย์การค้าใหญ่ๆ ทำให้ใจกลางเมืองหมดหนทางที่จะมีศูนย์การค้าแบบวางแผนในอนาคต นอกจากนั้นศูนย์การค้าแบบวางแผนยังทำให้ระบบแหล่งกลางผิปกติไปด้วย นั่นคือ ประชากรที่อยู่ในเมืองเล็กและบริเวณรอบนอกของเมืองใหญ่ไม่ต้องไปซื้อของในเขต CBD อีกแล้ว โดยศูนย์การค้าใหม่จะพยายามเลือกทำเลระหว่างเมือง จะไม่ตั้งอยู่ในของชุมชน

4. ศูนย์การค้าใหม่ จะมีบทบาทโดดเด่นในแง่ลำดับศักดิ์ เนื่องจากมีบริการเฉพาะสินค้าระดับต่ำ จึงอยู่ไกลจากเส้นทางสายใหญ่หรือย่านสำนักงาน หรือเขตพิเศษต่างๆ และมักจะตั้งอยู่ตรงแหล่งขายปลีกโดยเฉพาะ

5. การเพิ่มการเคลื่อนที่ของลูกค้า และลักษณะเฉพาะของศูนย์การค้า ทำให้ศูนย์การค้ามุ่งไปทางบริการพิเศษต่างๆ (Specialization) คือ บริการเฉพาะกลุ่มสังคมหนึ่งในพื้นที่กว้างๆ ความชำนาญพิเศษดังกล่าวเกิดขึ้นทั้งชนิดสินค้า เช่น แหล่งขายรถยนต์ เครื่องเรือน บริการทางการแพทย์ และคำนึงถึงระดับรายได้ของลูกค้า ดังจะเห็นได้จากหลักฐานดังเช่น ร้านเสื้อผ้า ร้านลดราคาสินค้าต่างๆ ในกรณีนี้ร้านในศูนย์การค้าจัดระบบเหมือนกันหมดไม่เฉพาะร้านหนึ่งร้านใด

6. ร้านเล็กๆ ที่เคยกระจายกันอยู่ตามย่านที่อยู่อาศัย ค่อยๆ หายไป และกลับชดเชยด้วยร้านใหม่ตามถนนใหญ่ ร้านลดราคา และตลาดปรับอากาศ

7. ย่านการค้าที่มีได้วางแผนได้บุกเบิกในบริเวณรอบนอก CBD ส่วนใจกลางเมืองที่ตื้นยังมีราคาแพง บทบาทหน้าที่ทางการขายสินค้าอันดับต่ำค่อยๆ หดไป เมื่อเขตการค้าขยายระดับการทรงตัวออก

8. ร้านค้าต่างๆ สนองต่อการบริการแบบผสมได้อย่างดี ในแง่ชนิดของร้าน จำนวนร้าน และเขตการค้า ต่อสัดส่วนจำนวนประชากร และรายได้ในเขตนั้น การเปลี่ยนโครงสร้างของประชาชน และรายได้ มีผลทำให้ร้านค้าแบบเดิมค่อยๆ เลิกกิจการไป

9. เขตการค้าจะเข้าสู่วิฤติและจะค่อยๆ เสื่อมในขณะที่เขตที่อยู่อาศัยย้ายออกไปจากเมือง

รูปแบบของย่านการค้ามีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของเมือง แม้ย่านการค้าจะประกอบด้วยร้านค้าหรือกิจกรรมหลายอย่างอยู่ปะปนกัน แต่ในระยะหลังมีแนวโน้มที่กิจกรรมหรือธุรกิจประเภทเดียวกันจะมาตั้งอยู่ใกล้ชิดหรือรวมกลุ่มกันมากขึ้น ร้านค้าขนาดเล็กค่อยๆ หดสิ้นไป แต่มีการสร้างร้านค้าหรือธุรกิจขนาดใหญ่ และทันสมัยขึ้นมาแทนที่เมื่อเมืองเจริญเติบโตขึ้น ย่านการค้าในกรุงเทพฯ มักจะประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้ ส่วนที่มีรูปแบบดั้งเดิม หรือแบบเก่ากับส่วนที่มีรูปแบบสมัยใหม่ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้มักตั้งอยู่ใกล้ชิดกัน

1. ส่วนการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional sector) มีตลาดสดเป็นศูนย์กลางรายรอบด้วยร้านค้าตึกแถว เมื่อเมืองเจริญขึ้นมีการปรับปรุงถนนและตลาดสด บทบาทหน้าที่ของย่านการค้าแบบเก่านี้เปลี่ยนแปลงไป คือมีร้านค้าใหม่ๆ เพิ่มเติม เช่น ร้านเครื่องไฟฟ้า โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร ขณะที่ร้านขนาดเล็กๆ ลดลง กิจการค้าปลีกกลายเป็นบทบาทที่โดดเด่นของย่านในปัจจุบัน ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านั้นย่านนี้เป็นทั้งเขตค้าส่ง ค้าปลีก อุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย ลักษณะสภาพความพลุกพล่าน จอแจ และมีชีวิตชีวามากในตอนกลางวัน แต่จะเงียบเหงาตอนกลางคืน ย่านการค้าแบบดั้งเดิมนี้อาจบริการแก่ผู้คนหลายระดับ

2. ส่วนการค้าแบบสมัยใหม่ (Modern sector) เป็นส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามาในตอนหลัง ประกอบด้วย ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร โรงแรม ร้านขายหนังสือขนาดใหญ่ สำนักงานบริษัทต่างๆ เป็นต้น ถึงแม้ว่ายังมีธุรกิจร้านค้าขนาดเล็กแบบดั้งเดิมปะปนอยู่แต่เขตการค้าแบบใหม่นี้มักให้บริการแก่ผู้ที่มีฐานะปานกลางและฐานะดี ในอนาคตเขตการค้าทั้ง 2 ส่วนจะมีลักษณะคล้ายกันมากขึ้น และอาจมองไม่เห็นเป็น 2 ส่วนชัดเจน

Victor Gruen (1965) ได้กล่าวถึงการพัฒนาสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางการค้าที่นั่นไม่เพียงพัฒนาเพื่อให้เกิดความเหมาะสมทางกายภาพเท่านั้นแต่ยังต้องให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและประชากร เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมในชุมชนนั้นๆ ได้อย่างลงตัวที่สุด ในการวางแผนพื้นที่สำหรับกิจกรรมการค้า นอกจากต้องคำนึงถึงพื้นฐานสำคัญคือการสะดวกในการเข้าถึง ขนาดของพื้นที่ ที่จอดรถที่เพียงพอเพื่อให้เกิดบรรยากาศของความริเริ่มดึงดูดความสนใจของบรรดาร้านค้าให้เป็นแหล่งรวมและสนองต่อความต้องการของประชาชนและสร้างบรรยากาศเฉพาะตัวของ

พื้นที่นั้นๆ ทั้งนี้ต้องเกี่ยวข้องกับสภาพสังคมและเสริมการเป็นพื้นที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจด้วย จะเป็นย่านการค้าที่สมบูรณ์และสร้างสรรค์ ทั้งนี้จำเป็นอย่างยั้งที่จะต้องคำนึงถึงพื้นที่โดยรอบย่านการค้าด้วย ซึ่งการใช้ที่ดินบริเวณรอบๆ นั้นถือเป็นพื้นที่เขตเมืองมีลักษณะของความหลากหลายและซับซ้อน ดังนั้นย่านการค้าในเมืองจึงต้องสนองตอบต่อกิจกรรมที่สลับซับซ้อนเหล่านั้นด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการพัฒนาย่านการค้า

Eisner (1980) กล่าวถึงการศึกษาเพื่อวางแผนการใช้ที่ดินในเมืองนั้น ส่วนหนึ่งที่จะต้องทำความเข้าใจก็คือ ลักษณะของเมือง (Character of Urban Area) ต้องศึกษาสภาพปัจจุบันของเมือง (Existing) ให้ละเอียดซึ่งความรู้ที่จะต้องค้นคว้าศึกษาและวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งชัดเจนคือ กำเนิดของชุมชน ความเจริญเติบโตว่ามีความเป็นมาอย่างไรและทำไมถึงเจริญรุ่งเรืองได้ เพราะจะทำให้ทราบถึงสภาพลักษณะของเมืองและสามารถคาดประมาณไปถึงอนาคตได้ และเนื่องจากสภาพลักษณะของเมืองนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นควรศึกษาสภาพลักษณะของเมืองตั้งแต่เมืองกำเนิดจนถึงปัจจุบันและคาดการณ์สภาพลักษณะของเมืองในอนาคตได้ด้วย เพราะแผนการใช้ที่ดินที่ดีและมีความเป็นไปได้มากที่สุดจะต้องสอดคล้องกับสภาพลักษณะของเมืองนั้นๆ

Goodman (1968) กล่าวถึง การศึกษาเพื่อวางแผนการใช้ที่ดินว่าต้องมีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะที่ดิน (Land Characteristic) และกิจกรรม (Activities) บนพื้นดินบริเวณที่จะวางผังข้อมูลเหล่านี้ ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการใช้ที่ดินที่ผ่านมาในอดีต และการใช้ที่ดินจะต้องประกอบด้วยลักษณะ (Characteristic) คุณภาพ (Quality) และรูปแบบ (Pattern) ของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสำหรับกิจกรรมต่างๆ ภายในพื้นที่วางผัง นอกจากนี้การวางผังการใช้ที่ดินจะขึ้นอยู่กับ

1. การคาดประมาณประชากรที่เชื่อถือได้
2. การคาดประมาณเศรษฐกิจที่มีเหตุผล
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ที่ดินประเภทต่างๆ ในเมือง

Golany (1976) กล่าวถึงนโยบายการใช้ที่ดินว่า เป็นการกำหนดแนวทาง และรูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองที่เหมาะสมที่สุดสำหรับอนาคต โดยคำนึงถึง

1. รูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลมาจากอดีตในเรื่องของที่ตั้งกิจกรรม (Activities) ตลอดจนความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องของกิจกรรมเหล่านั้น (Linkage) ปัจจัยเหล่านี้จะบอกให้ทราบถึงแนวโน้มทิศทางการขยายตัวและรูปแบบการใช้ที่ดินในอนาคต (Direction of Urban Growth and Land Use Pattern)

2. แนวโน้มการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของประชากรในอนาคต ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการคาดประมาณการใช้ที่ดินของเมืองในอนาคต

2.1 วัตถุประสงค์ของการวางแผน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาต่างๆ ได้แก่ แผนพัฒนาระดับชาติ ระดับภาค จังหวัด และแผนพัฒนาชนบทที่อยู่โดยรอบ

2.2 ข้อจำกัด (Constraints) ต่างๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการขยายตัวของเมือง และมีผลต่อรูปแบบและโครงสร้างของเมืองในอนาคต (Structure and Form)

2.3 ระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ ซึ่งนักผังเมืองเป็นผู้กำหนด โดยพิจารณาความสัมพันธ์กับความเป็นไปได้ทางด้านงบประมาณการพัฒนาเมืองของท้องถิ่น

Arthur B. Gallion และ Simon Eisner (1975) ได้เสนอแนวความคิดเพื่อการวางแผนเกี่ยวกับการปรับปรุงพื้นเมือง (Redevelopment Concept) ไว้ว่าเมืองใหญ่ควรมีศูนย์กลางด้านพาณิชย์ที่แท้จริงแทนที่จะให้มีร้านค้าย่อยกระจายอยู่ทั่วไปและควรจัดระบบการขนส่งมวลชนให้เข้ากับสภาพการใช้ที่ดินด้วย มิฉะนั้นแล้วเมืองใหญ่จะประสบปัญหาการจราจร โครงข่ายการคมนาคมและที่จอดรถ การเปลี่ยนแปลงสภาพการใช้ที่ดินอาจประสบปัญหาอุปสรรคและต้องใช้เวลาในการดำเนินงาน ซึ่งบางครั้งอาจนานจนสิ้นหวังและรัฐจะต้องรับผิดชอบเข้ามามีบทบาทการวางผังเมืองเสียใหม่ ส่วนภาคเอกชนก็ต้องมีส่วนร่วมด้วยในการจัดทำโครงการปรับปรุงฟื้นฟูในลักษณะผสมผสานซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

2.3 ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 กล่าวถึงการใช้ที่ดินของกรุงเทพมหานคร ว่ามีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ และเกิดการขยายตัวของเนื้อเมือง (Build-up Area) แผ่ออกมาจากในปัจจุบันสามารถแบ่งพื้นที่ตามลักษณะการเติบโตของเนื้อเมืองได้ 4 ย่าน/เขต ดังนี้ (สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร, 2539) ย่านใจกลางเมืองเก่า ย่านใจกลางเมืองธุรกิจหรือเขตเมืองชั้นใน ย่านเขตเมืองชั้นกลาง และย่านเขตชั้นนอกหรือชานเมือง

1. การใช้ที่ดินในย่านใจกลางเมืองเก่าหรือกรุงรัตนโกสินทร์

ย่านใจกลางเมืองเก่า ครอบคลุมพื้นที่ 3 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบ และเขตสัมพันธวงศ์ บริเวณนี้เป็นพื้นที่กรุงเก่าแรกเริ่มของกรุงรัตนโกสินทร์ และในช่วงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ก่อนจะมาเป็นกรุงเทพมหานครในปัจจุบันซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนคือ กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอกและเมืองเก่าชั้นใน เขตย่านใจเมืองเก่าหรือกรุงรัตนโกสินทร์นี้ มีพื้นที่ประมาณ 8.883 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.57 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชากรอาศัยอยู่ 215,976 คน (ปี พ.ศ. 2539) มีความหนาแน่น 22,812 คนต่อตารางกิโลเมตร เขตนี้เป็นพื้นที่ที่มีการจราจรหนาแน่นมาก เนื่องจากถนนส่วนมากในย่านนี้เป็นถนนที่แคบและมีการใช้ที่ดินอย่างหนาแน่นมากทั้งการพาณิชย์กรรม พักอาศัย ส่วนราชการ ศาสนสถาน สถานศึกษา

1.1 กรุงเทพมหานครชั้นใน คือ พื้นที่ในบริเวณระหว่างแนวกิ่งกลางคลองคูเมืองเดิมกับแนวกิ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา การใช้ที่ดินส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน วัด วัง สถานที่ราชการ สถานศึกษา ตลาดปากคลอง อาคารพาณิชย์สูง 2-4 ชั้น ซึ่งมีข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครปีพ.ศ.2528 ได้กำหนดพื้นที่ 4 บริเวณย่อยในเขตนี้ ห้ามก่อสร้างดัดแปลง ใช้หรือเปลี่ยนการใช้อาคารชนิดหรือบางประเภท และความสูงอาคารไม่เกิน 16 เมตร และยังห้ามก่อสร้างอาคารสูงเกิน 16 เมตร กำหนดเนื้อที่ว่างไว้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 โดยในสวนบนจะต้องเป็นพื้นที่สีเขียวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50

1.2 กรุงเทพมหานครชั้นนอก คือ พื้นที่ในบริเวณระหว่างแนวกิ่งกลางคลองคูเมืองเดิม(คลองหลอด) แนวกิ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยากับแนวกิ่งกลางคลองรอบกรุง (คลองบางลำภู) แนวกิ่งกลางคลองรอบกรุง(คลองโอง่าง) แนวกิ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาบรรจบกับแนวกิ่งกลางคลองคูเมืองเดิม(คลองหลอด) กำหนดพื้นที่ 10 บริเวณย่อย ห้ามก่อสร้างโรงงาน อาคารที่ใช้ประกอบการค้า อันน่ารังเกียจหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ สถานบริการ โรงแรม โรงมหรสพ สถานที่เก็บสินค้า ภัตตาคาร (พื้นที่ตั้งโต๊ะเกิน 200 ตร.ม.) ตลาด ห้องแถว อาคารสำนักงานเอกชนพื้นที่ใช้สอยเกิน 300 ตร.ม. ห้างสรรพสินค้าพื้นที่เกิน 200 ตร.ม. อาคารสูงไม่เกิน 16 เมตร เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริเวณที่กำหนดมีข้อห้ามต่างกัน

1.3 เมืองเก่าชั้นใน คือ พื้นที่ระหว่างคลองโอง่างกับคลองผดุงกรุงเกษม ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เขตป้อมปราบ สัมพันธวงศ์ และพื้นที่เขตพระนครที่อยู่นอกกรุงเทพมหานคร พื้นที่เมืองเก่าชั้นในนี้เป็นเขตชุมชนหนาแน่น ย่านธุรกิจใจกลางเมืองเก่า (CBD เดิม) ซึ่งเป็นย่านการค้ามาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 การใช้ที่ดินส่วนมากเป็นพาณิชยกรรมและที่พักอาศัยหนาแน่นมาก อาคารเป็นอาคารเก่าสูงไม่เกิน 4 ชั้น แบ่งพื้นที่ออกเป็นย่านการค้าที่ชัดเจนโดยมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักเฉพาะ

2. การใช้ที่ดินในย่านใจกลางเมืองธุรกิจหรือเขตเมืองชั้นใน

ย่านใจกลางเมืองธุรกิจหรือเขตเมืองชั้นใน ครอบคลุม 17 เขต คือ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ และดินแดง (แยกจากห้วยขวางและเขตพญาไท) รวมพื้นที่ประมาณ 204.605 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 13.04 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชากรอาศัยอยู่ 2,328,771 คน (ปี พ.ศ. 2539) มีความหนาแน่นเฉลี่ย 11,382 คนต่อตารางกิโลเมตร ศูนย์กลางการธุรกิจ (Center Business District : CBD) ของประเทศอยู่ในเขตเมืองชั้นใน โดยเฉพาะในเขตบางรักและสาทร ปัจจุบันได้ขยายตัวออกไปในเขตข้างเคียง การใช้ที่ดินของเขตเมืองชั้นในนี้มีการเปลี่ยนแปลงมาก มีการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นเขตที่พ้นจากเขตควบคุมอาคาร เปลี่ยนการใช้ประโยชน์ที่ดินจากอาคารเก่าในแนวราบมาเป็นอาคารสูงในแนวตั้ง ใช้เป็นประเภทสำนักงานและที่พักอาศัย เนื่องจากราคาที่ดินสูงขึ้น การจราจรแออัดมากและที่พักอาศัยของผู้มีรายได้สูงจะอยู่ในเขตเมืองชั้นในนี้ บริเวณ ถนนสุขุมวิท ถนนสาทร และถนนพญาไท

3. การใช้ที่ดินในย่านเขตเมืองชั้นกลาง

ย่านเขตเมืองชั้นกลาง ครอบคลุม 11 เขต คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ และสวนหลวง (แยกจากเขตประเวศ) มีพื้นที่ประมาณ 477.596 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 30.44 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีประชากรอาศัยอยู่ 2,062,948 คน (ปี พ.ศ. 2539) มีความหนาแน่นเฉลี่ย 4,319 คนต่อตารางกิโลเมตร การใช้ที่ดินส่วนใหญ่เป็นที่พักอาศัย โดยจะหนาแน่นมากในบริเวณที่ติดต่อกับย่านเขตเมืองชั้นใน ส่วนบริเวณที่ห่างออกไปการใช้ที่ดินเบาบางลง ส่วนมากเป็นหมู่บ้านจัดสรร และพื้นที่ว่างขาดการเชื่อมโยงของเส้นทางการคมนาคม

4. การใช้ที่ดินในย่านเขตเมืองชั้นนอกหรือชานเมือง

ย่านเขตชั้นนอกหรือชานเมือง ครอบคลุม 7 เขต คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชัน หนองแขม และบางขุนเทียน อยู่บริเวณรอบนอกสุดของกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ประมาณ 877.653 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 55.95 ของพื้นที่กรุงเทพมหานครมีประชากรอาศัยอยู่ 990,601 คน มีความหนาแน่นเฉลี่ย 1,129 คนต่อตารางกิโลเมตร การใช้ที่ดินส่วนใหญ่ยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทำนาข้าว สวนผัก สวนผลไม้ สวนดอกไม้ ซึ่งในเขตดลิ่งชัน และเขตลาดกระบังถูกกำหนดให้พื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นเขตอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวเอาไว้เพื่อป้องกันน้ำท่วม อย่างไรก็ตามมีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยและเมืองเข้าไปในพื้นที่เกษตร จึงเชื่อมกับจังหวัดข้างเคียง โดยการขยายเมืองตามแนวถนนที่ออกจากกรุงเทพมหานครทุกเส้นทาง จนรวมเป็นเนื้อเมืองเดียวกัน และการที่ประชาชนออกมาอาศัยอยู่บริเวณเขตชั้นนอกนี้มาประกอบกับการเชื่อมต่อจังหวัดข้างเคียงทำให้เกิดศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตนี้

Nopanant Tapananont et al. (1990) ได้ทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับศูนย์กลางย่อยในบทความ "The Study of The Developmen of Bangkok Metropolitan Subcenter" โดยได้กล่าวถึงรูปแบบการใช้ที่ดินของกรุงเทพมหานคร ในอดีตว่าเป็นแบบศูนย์กลางเดี่ยวและกล่าวถึงแผนแม่บท 3 แผนที่เกี่ยวข้องกับการวางผังเมืองของกรุงเทพ ฯ ได้แก่ Greater Bangkok Plan 1990 Litchfield Plan, The Metropolitan Plan 1 Revised Edition และ The Bangkok Metropolitan General Plan ซึ่งทั้ง 3 แผน ได้กล่าวถึงศูนย์กลางย่อยไว้ดังนี้

- The Greater Bangkok Plan 1990 ได้แสดงถึง 16 ศูนย์กลางย่อยโดยที่ 12 แห่งถูกเสนอขึ้นมาใหม่และศูนย์กลางระดับอำเภอและจังหวัด 4 แห่งเป็นรูปแบบที่ขยายพื้นที่การค้าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ศูนย์กลางย่อยเหล่านี้ตั้งอยู่บนทางหลวงที่เป็นรัศมีของการพัฒนาแบบนิ้วมือและกินบริเวณกว้าง 5 ถึง 10 กิโลเมตร จากศูนย์กลางเมือง

- The Metropolitan Plan 1 Revised Edition ได้แสดงถึง 19 ศูนย์กลางย่อย โดยที่ 7 แห่งได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ และอีก 12 แห่งเป็นการขยายตัวของพื้นที่การค้าที่คงอยู่ ณ ศูนย์กลาง

ระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอหรือที่ชุมทางถนนสายหลัก ศูนย์กลางเหล่านี้กระจายไปทั่วพื้นที่มหานครและตั้งอยู่ภายในรัศมี 5 กิโลเมตรจากศูนย์กลางเมือง

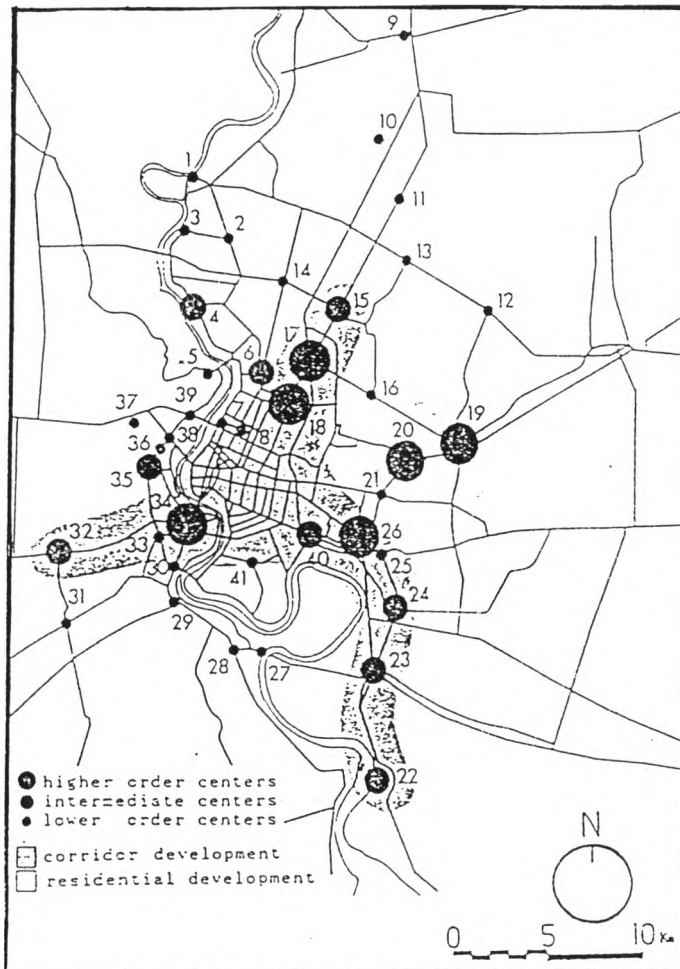
- The Bangkok Metropolitan General Plan ได้กำหนดศูนย์กลางย่อย 45 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของศูนย์กลางทางการค้าที่คงอยู่ โดยตั้งอยู่ ณ ชุมทางของถนนสายหลักและอยู่ภายในรัศมี 5 ถึง 10 กิโลเมตร จากศูนย์กลางเมือง

จากการศึกษาครั้งนั้น ได้พิจารณาศูนย์กลางย่อย (Subcenter) ในกรุงเทพมหานคร ในด้านความต่อเนื่องของพื้นที่เขตเมือง และความสามารถในการเข้าถึงโดยเส้นทางรถประจำทางภายในเมือง ตลอดจนจำนวนของกิจกรรมชั้นที่ 3 ที่รวมตัวกันภายใน 41 ศูนย์กลางซึ่งจากจำนวนนี้มีศูนย์กลางย่อยถึง 38 แห่งที่ได้ถูกเสนอเป็นศูนย์กลางย่อยใน The Bangkok Metropolitan General Plan โดยในการศึกษาได้มีการจัดลำดับศูนย์กลางย่อยเป็นโครงสร้างได้ 3 ระดับดังนี้ (ภาพที่ 2.1)

1. ศูนย์กลางระดับสูง ประกอบด้วย 6 ศูนย์กลาง
2. ศูนย์กลางระดับกลาง ประกอบด้วย 9 ศูนย์กลาง
3. ศูนย์กลางระดับต่ำ ประกอบด้วย 26 ศูนย์กลาง

ส่วนประกอบของศูนย์กลางทั้ง 3 ระดับแสดงถึงการพัฒนารูปแบบที่ไม่สมดุลในกรุงเทพมหานคร เพราะพบว่าศูนย์กลางระดับสูงและระดับกลางมีสัดส่วนอยู่มากในพื้นที่เมืองทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศตะวันออกเฉียงใต้ และทิศตะวันตกของกรุงเทพมหานคร และยังพบอีกว่าศูนย์กลางระดับสูงที่อยู่ทางด้านทิศตะวันออกนั้นสะท้อนถึงการขยายตัวของที่อยู่อาศัยที่กินพื้นที่กว้างขวาง และทำให้เกิดสาธารณูปโภคขนาดใหญ่รวมทั้งย่านการค้าที่ซับซ้อน ส่วนพื้นที่ที่เหลือจะเป็นศูนย์กลางระดับต่ำและระดับกลาง

ภาพที่ 2.1 โครงสร้างลำดับศักดิ์ของศูนย์กลางย่อยในกรุงเทพมหานคร 41 แห่ง



- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. ปากเกร็ด | 22. สมุทรปราการ |
| 2. ดิوانนท์ | 23. ลำโพง |
| 3. สนามบินน้ำ | 24. บางนา |
| 4. นนทบุรี | 25. อ่อนนุช |
| 5. รามาร 6 | 26. พระโขนง |
| 6. เตาปูน | 27. พระประแดง |
| 7. ศรียาน | 28. สุขสวัสดิ์ |
| 8. ราชวัตร | 29. บางปะแก้ว |
| 9. รังสิต | 30. ดาวคะนอง |
| 10. ดอนเมือง | 31. บางบอน |
| 11. สะพานใหม่ | 32. บางแค |
| 12. จรเข้บัว | 33. ตลาดพลู |
| 13. ตลาดปลาเค่า | 34. วงเวียนใหญ่ |
| 14. งามวงศ์วาน | 35. สามแยกไฟฉาย |
| 15. เกษตร | 36. บางขุนนนท์ |
| 16. โชคชัยสี่ | 37. คลิ่งชัน |
| 17. ลาดพร้าว | 38. ปิ่นเกล้า |
| 18. สะพานควาย | 39. บางพลัด |
| 19. บางกะปิ | 40. คลองเตย |
| 20. หัวหมาก | 41. เข็นต้นหลวง |
| 21. คลองตัน | |

สำนักผังเมือง (2530) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนากรุงเทพมหานครไว้ในแนวคิดการวางผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์ในอนาคตเพิ่มจากเดิมกว่าเท่าตัว เนื่องจากแนวโน้มการขยายตัวด้านการพาณิชย์สูง สำหรับการกระจายตัวในแต่ละพื้นที่มีดังนี้

1. พื้นที่ชั้นใน มีการเพิ่มพื้นที่พาณิชย์เพียงเล็กน้อยประมาณ 1,000 ไร่ เพราะมีการใช้ประโยชน์ที่ดินหนาแน่นสูงมากอยู่แล้ว โดยจำแนกได้ดังนี้

- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมและธุรกิจใจกลางเมือง 700 ไร่
- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมย่อย 100 ไร่ (เช่น ศรียาน สะพานควาย วงเวียนใหญ่)
- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมอื่นๆ 200 ไร่

2. พื้นที่ชั้นกลาง เป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวด้านพาณิชย์กรรมมากที่สุด เพิ่มพื้นที่พาณิชย์กรรมมากถึงประมาณ 20,700 ไร่ โดยจำแนกได้ดังนี้

- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมย่อย 7,000 ไร่ (เช่น พระโขนง สะพานใหม่ บางกะปิ พงษ์เพชร ปิ่นเกล้า บางแค เป็นต้น)

- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมอื่นๆ 13,700 ไร่

3. พื้นที่ชั้นนอก เพิ่มพื้นที่พาณิชย์กรรมประมาณ 2,100 ไร่ โดยจำแนกได้ดังนี้

- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมย่อย 1,100 ไร่ (เช่น ตลิ่งชัน มีนบุรี บางบอน เป็นต้น)

- เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมอื่นๆ 1,000 ไร่

ศูนย์พาณิชย์กรรมย่อยที่กระจายอยู่ในพื้นที่แต่ละชั้นของกรุงเทพมหานครนั้น มีบทบาทต่อชุมชนโดยรอบในแง่ของการเป็นแหล่งงาน ศูนย์กลางบริการทางธุรกิจและกิจกรรมขนาดใหญ่ในอนาคต ทั้งนี้ได้จำแนกศูนย์พาณิชย์กรรมย่อยเป็นกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มีความสำคัญอันดับแรก ควรส่งเสริมเป็นศูนย์ที่มีกิจกรรมและบริการที่สมบูรณ์แบบมากที่สุด โดยในเขตชั้นใน ได้แก่ สะพานควาย ศรียาน์ เตาปูน วงเวียนใหญ่ ดาวคะนอง และตลาดพลู ในเขตชั้นนอก ได้แก่ สะพานใหม่ แยกพหลโยธิน-ลาดพร้าว ปากซอยโชคชัยสี่ บางกะปิ พระโขนง คลองเตย เซ็นต์หลุยส์ ปิ่นเกล้า และบางแค สำหรับพื้นที่ชั้นนอกไม่มีศูนย์ระดับนี้

กลุ่มที่ 2 มีความสำคัญรองลงมา ควรได้รับส่งเสริมตามความเหมาะสมในพื้นที่ชั้นกลาง ได้แก่ ตลาดใหม่-ดอนเมือง จรเขี้ยว รามคำแหง แยกคลองตัน-พัฒนาการ ปากซอยอ่อนนุช แยกธนบุรี-ปากท่อ และแยกถนนจรัลสนิทวงศ์ กับบางกอกน้อย-นครชัยศรี ส่วนในพื้นที่ชั้นในและชั้นนอก ได้แก่ ราชวัตร และบางบอน ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 มีความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ มีนบุรี และตลิ่งชัน อยู่ในเขตชั้นนอกและมีขนาดเล็กทั้งสิ้น

จากการทบทวนผลงานวิจัยต่างๆ ทำให้เห็นความสำคัญของพื้นที่สำหรับการค้าที่อยู่ในเขตเมือง ซึ่งการขยายตัวของเมืองกรุงเทพมหานคร ทำให้ต้องมีบริการด้านการค้าและบริการกระจายตัวออกห่างจากใจกลางเมือง เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนที่อาศัยอยู่รอบนอกออกไปลดภาระการให้บริการของใจกลางเมือง (CBD) โดยเฉพาะย่านการค้าในเขตชั้นกลางที่รองรับการขยายตัวด้านพาณิชย์กรรมมากที่สุดของกรุงเทพมหานคร

2.4 สรุป

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับย่านการค้า จึงสามารถสรุปแนวทางหลักในการศึกษาเรื่องนี้ได้ว่า พื้นที่ย่านการค้า นับเป็นสัญลักษณ์ของการเป็นเมือง สะท้อนให้เป็นสภาพเศรษฐกิจ สังคม และประชากรในพื้นที่นั้นๆ เป็นศูนย์กลางของชุมชนที่ให้บริการด้านการค้าและบริการเป็นหลัก ทั้งนี้บทบาทหน้าที่ของย่านการค้าขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ปรากฏในย่านนั้นๆ ซึ่งย่อมต้องสอดคล้องกับลักษณะสภาพพื้นที่โดยรอบหรือพื้นที่ในเขตอิทธิพลของย่านการค้า ย่านการค้าแต่ละแห่งจะมีความสำคัญมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ ทั้งด้านจำนวนและประเภทของกิจกรรมการค้า การใช้ที่ดินประเภทอื่นๆ ภายในย่านที่เอื้ออำนวยหรือก่อให้เกิดแรงดึงดูดประชากร ทำเลที่ตั้ง โครงข่ายการคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึง รวมทั้งรูปแบบและการพัฒนาตัวของย่านการค้าที่ทันสมัยขึ้นก็มีผลต่อบทบาทหน้าที่และการให้บริการของย่านการค้าด้วยเพราะย่านการค้าที่มีสภาพเสื่อมโทรม แออัด ขาดแคลนสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ รวมทั้งองค์ประกอบภายในย่านไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือวิถีชีวิตของประชาชนชาวเมืองก็ย่อมส่งผลต่อปัญหาทั้งระดับชุมชนและเมืองต่อไป ดังนั้นจึงมีความสำคัญที่จะต้องวางแผนพัฒนาย่านการค้าให้ยังคงทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเป็นภาพพจน์ของเมืองโดยการหาทางป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามสาเหตุที่แท้จริงของพื้นที่นั้น

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ที่ดินและผังเมืองกรุงเทพมหานครทำให้ทราบว่าใน The Bangkok Metropolitan General Plan ย่านการค้าหลักในเขตบางกะปิทั้ง 3 แห่งถูกจัดอยู่ในศูนย์กลางระดับแตกต่างกันคือ ย่านการค้าบางกะปิและย่านการค้ารามคำแหงถูกจัดอยู่ในศูนย์กลางระดับสูงและย่านการค้าโชคชัยสี่ถูกจัดอยู่ในศูนย์กลางระดับต่ำ