



## ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจการค้าที่ใช้ประโยชน์ที่ดินในเมือง โดยลำดับแรกจะเป็นการศึกษาลักษณะการเกิดขึ้นของเมือง โครงสร้าง และการขยายตัวของเมือง โดยใช้ทฤษฎีและแนวความคิดที่มีการศึกษามาก่อนแล้ว อันได้แก่ ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินในเมือง ในลำดับต่อมาเป็นการศึกษาลักษณะการเกิดขึ้นของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่อันเป็นผลมาจากระบบเศรษฐกิจโลก กระบวนการโลกาภิวัตน์ การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ และในประเทศไทย ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่เหล่านี้เกิดขึ้นในประเทศไทย และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการค้า การพาณิชย์กรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้อง การศึกษาและทำความเข้าใจกับทฤษฎีและแนวความคิดดังกล่าวเหล่านี้ กำหนดกรอบแนวความคิดเพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเมือง กรณีศึกษานครหาดใหญ่ ในส่วนต่อไป

### 2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวเมือง โครงสร้าง และการขยายตัวของเมือง

#### 2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับเมือง

เมือง เป็นแหล่งที่มีการรวมตัวกันอย่างถาวรของประชากรจำนวนมากในเขตพื้นที่ เพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นซึ่งเกิดจากการแบ่งงานกันทำและความชำนาญเฉพาะอย่าง ความหลากหลายของประเภท ชนิดสินค้า และบริการที่เกิดจากการรวมตัวของประชากรนั้น (ประจักษ์, 2531 : 7) นอกจากนี้เมืองยังเป็นสถานที่ หรือเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมสินค้าและกิจการบริการต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการสินค้าและกิจการบริการเหล่านี้ให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตัวเมือง และพื้นที่รอบนอกตัวเมือง เมืองทุกเมืองมีหน้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน หรืออาจจะมียางเมืองที่ทำหน้าที่เฉพาะอีกด้วย

เมืองโดยทั่วไปมีเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดความเป็นเมืองอยู่ 3 ประการ ได้แก่ จำนวนประชากร ความหนาแน่นของประชากร และบทบาทหน้าที่ของความเป็นเมือง กระบวนการเกิดเมืองส่วนใหญ่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากวิวัฒนาการของเมืองเอง เมืองจะขยายตัวและเติบโตในลักษณะที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยและสภาพแวดล้อมของเมือง กระบวนการเป็นเมืองเกิดขึ้นจากสภาพทางกายภาพของที่ตั้ง ซึ่งส่งผลต่อความได้เปรียบทางด้านเศรษฐกิจหรือสังคม เป็นขั้นตอนของการที่มีประชากรเพิ่มขึ้นในชุมชนซึ่งอาจเกิดจากการขยายตัวของเมืองที่มีอยู่เดิมหรือเกิดเมืองใหม่ ทำให้เมืองขยายตัวออกไปในรูปแบบต่าง ๆ

Wirth (1938) กล่าวไว้ในบทความ "Urbanism as a way of Life" ว่าความหนาแน่น และขนาดของประชากร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและความเป็นอยู่ของชาวเมืองเกิดความจำเป็นที่ต้องแบ่งงานกันทำและเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง ส่วนขนาดของประชากรทำให้เกิด

ความหลากหลายและความแตกต่างในรสนิยม ค่านิยม และรูปแบบของการคบหาสมาคมกัน ความแตกต่างนี้ทำให้เกิดการแบ่งแยกทางสังคมตามพื้นที่ (Spatial Segregation) เพิ่มขึ้น เช่น การแบ่งที่อยู่อาศัยตามระดับรายได้ ความผูกพันในชุมชนอ่อนแอลง กลายเป็นการแข่งขันและทำให้เพิ่มกลไกควบคุมทางสังคมอย่างเป็นทางการมากขึ้น

### 2.1.2 โครงสร้างของเมือง

เมืองเป็นเหมือนสิ่งมีชีวิต มีการเกิด การตาย การเสื่อมโทรมลง บางครั้งมีการเปลี่ยนแปลงที่เร็วมาก (สิทธิศักดิ์ ตันมงคล และคณะ, 2543) ดังนั้นอิทธิพลที่ก่อให้เกิดกระบวนการเป็นเมืองเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างซับซ้อนและมีการพัฒนาการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของเมืองได้จากตัวแปรสำคัญหลัก 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม ประชากร การเมือง และลักษณะพิเศษเฉพาะกระบวนการดังกล่าวหากจะแสดงในรูปแบบที่ชัดเจน คือ โครงสร้างทางกายภาพของเมือง โดยแต่ละเมืองจะมีการพัฒนาที่แผ่กว้างออกทุกทิศทาง ด้านการบริการที่มีระบบการปกครองครอบคลุมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการคมนาคมติดต่อสะดวก เข้าถึงศูนย์กลางได้ทุกทาง ตลอดจนมีการสะสมวัฒนธรรมต่าง ๆ ทำให้เขตชุมชนเป็นแหล่งนำในด้านสังคมทุกรูปแบบ

เมื่อเมืองมีการขยายตัวมากขึ้นโดยสังเกตได้จากการเพิ่มประชากร การพัฒนาพื้นที่ของเมืองในรูปแบบการใช้ที่ดินที่เหมาะสมหรือถูกปล่อยให้ไปตามยถากรรม เกิดเป็นความซับซ้อนของการใช้ที่ดิน เนื่องจากเมืองมีสภาพพื้นที่ ที่ตั้ง สภาพแวดล้อม ความเป็นมาและพัฒนาการของเมืองแตกต่างกัน กิจกรรมที่มีய่อมต่างกันด้วย โดยทั้งหมดได้แสดงออกมาในรูปโครงสร้างทางกายภาพของเมือง หรือการใช้ที่ดินที่เห็นได้ เช่น ถนน อาคารบ้านเรือน ท่าเรือที่ตั้ง อาคารอื่น ๆ เป็นต้น แม้ว่าเมืองจะมีคุณลักษณะพิเศษในตัวเอง แต่ต้องประกอบพื้นฐานกว้าง ๆ มีเหมือนกันในทุกเมือง (จันรรจา ชัยโชนิศย์ , 2532:11)

Needham (1977) กล่าวถึงการมีปะทะสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ นั้นเป็นเหตุให้เกิดการรวมกลุ่มโดยเฉพาะด้านของที่อยู่อาศัยจะเกิดการรวมกลุ่มด้วย 2 สาเหตุ คือ ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) เพราะผู้อยู่อาศัยต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังที่ทำงาน ร้านค้า สถานศึกษา ซึ่งสถานที่เหล่านั้นเป็นที่รวมกลุ่มด้วย จึงมีแนวโน้มที่อยู่อาศัยจะตั้งรอบ ๆ สถานที่เหล่านี้ อีกสาเหตุหนึ่ง คือ การประหยัดจากภายนอก (External Economy) การรวมกลุ่มของที่อยู่อาศัยดังกล่าวจะช่วยให้เกิดความประหยัดจากการใช้สาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างร่วมกัน เช่น ถนน สถานศึกษา สถานบริการ และการบริการทางสังคมอื่น ๆ

### 2.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการขยายตัวของเมือง และกระบวนการเป็นเมือง

การขยายตัวของเมือง นอกจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และกิจกรรมซึ่งสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่การใช้ที่ดินที่ทำให้พื้นที่ภายในเมืองมีความหนาแน่นมากขึ้นแล้ว ยังส่งผลให้เกิดการขยายตัวไปยังเขตต่อเมือง หรือเขตต่อชนบทซึ่งเป็นเขตหรือพื้นที่ระหว่างเมืองกับชนบท เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะต่างกันไป ส่วนหนึ่งคล้ายการเติบโตของเมืองส่วนหนึ่งยังคงเป็นชนบท พื้นที่เมืองที่พัฒนารวดเร็วและรุนแรงได้รุกไปในพื้นที่ชนบทเป็นสาเหตุของรูปแบบการใช้ที่ดินไม่ต่อเนื่องกันมีความหลากหลาย อีกทั้งการขยายตัวของพื้นที่อยู่อาศัยเข้าสู่พื้นที่บริเวณชานเมืองซึ่งยังเป็นพื้นที่โล่งก่อให้เกิดกระบวนการทำให้เป็นเมือง (Urbanization) หมายถึง กระบวนการที่ชุมชนกลายเป็นเมือง

เป็นเมือง หรือการเคลื่อนย้ายผู้คน หรือการดำเนินการต่างๆ มากขึ้น โดยความหมายนี้รวมถึง การขยายวิถีชีวิตแบบชาวเมืองโดยผ่านการแพร่ขยายของระบบสาธารณูปโภค อาทิ ไฟฟ้า ถนนหนทาง และสื่อมวลชนต่างๆ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทำให้รสนิยมและความต้องการของชาวชนบทเปลี่ยนแปลงไปในทางที่คล้ายชาวเมืองมากขึ้น โดยการขยายตัวของพื้นที่เมืองเข้าสู่พื้นที่ชนบท วิถีชีวิตแบบเมืองและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ที่มาอยู่อาศัยใหม่ นำมาซึ่งการกลายเป็นเมืองของพื้นที่ชานเมือง (Suburbanization) จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจึงเกิดความเหมาะสมของเขตชานเมือง (Jame H.Johnson,1973:12) เนื่องจากเขตชานเมืองมีความแตกต่างจากบริเวณอื่นของเมือง มีพื้นที่กว้างเหมาะสมในการขยายตัวของกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้งเขตชานเมืองเป็นเขตที่มีโครงข่ายการคมนาคมไม่มากนัก เหมาะสมกับการใช้ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย ประกอบกับเป็นบริเวณที่อยู่ห่างจากใจกลางเมือง ราคาที่ดินในเขตชานเมืองยังไม่สูง การเพิ่มขึ้นของประชากร และการขยายหรือย้ายสถานที่ราชการออกสู่ชานเมืองก่อให้เกิดเขตชานเมืองใหม่

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาความหนาแน่นของประชากรในเขตชุมชนเมืองของ Newling (อ้างใน M.H.Yeates,1990) ได้กล่าวไว้ว่าความหนาแน่นสูงสุดของประชากรไม่ได้อยู่ในบริเวณจุดศูนย์กลางเมือง แต่จะอยู่ในบริเวณที่ถัดจากศูนย์กลางเมืองออกมาโดยรอบ โดยบริเวณจุดศูนย์กลางเมืองจะมีความหนาแน่นของประชากรในระดับหนึ่งและภายนอกถัดจากจุดศูนย์กลางเมืองออกมาเล็กน้อยจำนวนความหนาแน่นของประชากรจะเพิ่มมากที่สุด ถัดออกมาจากบริเวณนี้ความหนาแน่นของประชากรจะค่อย ๆ ลดลง สรุปได้ว่าบริเวณจุดศูนย์กลางเมืองเป็นจุดที่มีความหนาแน่นประชากรปานกลาง แต่ในเขตที่เรียกว่ารอบเมือง ซึ่งมีระยะทางห่างจากจุดศูนย์กลางไม่มากนักจะมีความหนาแน่นประชากรสูงสุด และจะค่อย ๆ ลดลงตามระยะทางที่ห่างจากจุดศูนย์กลางเมืองออกไป

นอกจากรูปร่างลักษณะและทิศทางการขยายตัวของเมืองที่เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของเมืองค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปแล้ว การเปลี่ยนแปลงของพาหนะที่ใช้ในการคมนาคมขนส่งยังผลให้เกิดการขยายตัวของเมืองตามเส้นทางคมนาคมอีกด้วย โดยแต่เดิมศูนย์กลางเมืองดั้งเดิมจะเป็นย่านธุรกิจกลาง เมื่อมียานยนต์เข้ามาใช้ในการขนส่งมวลชน ทำให้เกิดการขยายเมืองแผ่ออกจากย่านธุรกิจกลางเมืองเดิมตามเส้นทางคมนาคม จากนั้นบริเวณที่เป็นสถานีรถไฟหรือสถานีรถยนต์ตามชานเมือง จะเริ่มเติบโตกลายเป็นชุมชนย่อย ๆ ตามแนวเส้นทางหลักที่มุ่งเข้าสู่ศูนย์กลางเมือง เมื่อเมืองมีการขยายตัวมากขึ้น ชุมชนเล็ก ๆ ชานเมืองที่อยู่ใกล้เมืองมากที่สุดก็ถูกกลืนกลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองและท้ายที่สุดพื้นที่ว่างที่อยู่ตอนในระหว่างถนนก็จะค่อย ๆ เจริญขึ้น การขยายตัวเกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นเส้นตรง และขยายตัวแผ่ออกไปเรื่อย ๆ ครอบคลุมพื้นที่ที่ยังไม่มีแรงหรือปัจจัยใดมาต่อต้านการขยายตัวนั้น ๆ เมื่อการคมนาคมและการเข้าสู่พื้นที่ไม่สะดวก การให้บริการการเดินทางไม่ดีพอ ไม่มีความปลอดภัย แรงต้านทานการขยายตัวธรรมชาติก็จะเกิดขึ้นที่ละน้อย ๆ จนในที่สุดการขยายตัวในทางราบของเมืองเริ่มมีปัญหาจนไม่คุ้มค่าต่อการขยายตัวต่อไป ก็เกิดทางเลือกขึ้น 3 ทาง คือ 1) แยกตัวอิสระไม่ติดต่อกับในเมือง เป็นเมืองใหม่ 2) หยุดการขยายตัว 3) เริ่มหันกลับเข้ามาในเมืองและเติบโตในเมือง

แนวความคิดด้านการขยายตัวของเมือง กระบวนการเป็นเมืองและการเปลี่ยนแปลงแสดงให้เห็นว่าพื้นที่เมืองมีการขยายตัวเข้าสู่ชนบททำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการใช้ประโยชน์

ที่ดินที่มีหลากหลายประเภท รวมถึงความหนาแน่นของประชากรในเขตชุมชนเมือง โครงสร้างทางสังคมและประชากรในพื้นที่ การนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาสู่พื้นที่ชนบททำให้สังคมของชนบทค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงรับเอาวัฒนธรรมแบบเมืองเข้ามาในวิถีชีวิต แต่ในขณะที่สภาพแวดล้อมทางสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงนั้น การดำเนินกิจกรรมพื้นฐานต่าง ๆ ของบุคคลและครัวเรือนยังคงยึดติดอยู่กับ ลักษณะสังคม เศรษฐกิจของบุคคลและครัวเรือนนั่นเอง

## 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดิน

การใช้ที่ดินของเมืองส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อตอบสนองกิจกรรมของประชากรเมือง คือ เป็นที่อยู่อาศัย เป็นที่ทำงาน สถานศึกษา เป็นที่ให้บริการพื้นฐาน และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ โดยมีเส้นทางคมนาคมเป็นตัวเชื่อมแหล่งกิจกรรมต่างๆ ตามทฤษฎีการใช้ที่ดินโดยทั่วไป จุดศูนย์กลางของการเติบโตของเมือง คือ พื้นที่ตลาดหรือแหล่งพาณิชยกรรม ขยายออกไปเป็นตั้งการถิ่นฐานของอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย โดยมีพื้นที่เกษตรกรรมอยู่ห่างออกไป ตามลำดับความสามารถในการสร้างมูลค่าของกิจกรรมต่อพื้นที่ ทิศทางการเติบโตทางกายภาพของเมืองมักขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ส่วนแนวทางการพัฒนาเมือง แบ่งได้เป็น 2 แนวทาง คือ การเติบโตในแนวดิ่ง (Upward Growth) และการเติบโตในแนวราบ (Outward Growth) ซึ่งทั้งสองแนวทางมีข้อดีและข้อเสียในตัวเอง การเติบโตในแนวดิ่ง(Upward Growth) จะทำให้เกิดการกระจุกตัวหนาแน่นคุ่มค่าต่อการลงทุนในโครงการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ซึ่งหากมีความหนาแน่นมากเกินไปจะทำให้เกิดความแออัด ไม่เป็นส่วนตัว สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ส่วนการเติบโตในแนวราบ (Outward Growth) จะให้ผลในทางกลับกัน คือได้สภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น แต่ในขณะเดียวจะทำให้มีต้นทุนในการเดินทางเข้าสู่พื้นที่ศูนย์กลางกิจกรรมของเมืองเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

### 2.2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ที่ดินในเมือง

ภายในเมืองต่าง ๆ นั้น จะมีการใช้ที่ดินหลายรูปแบบปะปนกันอยู่และถ้าเมืองยิ่งมีความเจริญเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ความหลากหลายของการใช้ที่ดินก็จะมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งการแบ่งประเภทการใช้ที่ดินในเขตเมืองนั้นมีผู้ที่ได้ทำการศึกษากันด้วยกัน อาทิ Ernest W.Burgess ,Homer Hoyt ,Chauncy D. Harris and Edward L. Ullman โดยแต่ละท่านจะเน้นในแต่ละรายละเอียดที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นและสรุปผลออกมาในรูปของทฤษฎี ของการใช้ที่ดินในรูปแบบต่าง ๆ

Ernest W.Burgess (Stuart F.Chapin Jr.,1963:10-13) เน้นการศึกษาในเรื่องความแตกต่างของการใช้ที่ดินเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย (Residential Zones) โดยใจกลางเมืองเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจและพาณิชยกรรมมีการใช้ที่ดินหนาแน่นเป็นศูนย์กลางกิจกรรมทางเศรษฐกิจ บริหาร วัฒนธรรม และการขนส่ง ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นที่อยู่อาศัยชั้นดี มีราคาสูงและเป็นอาคารสูง ต่อจาก C.B.D. จะเป็นส่วนที่มีการใช้ที่ดินแบบผสม เป็นย่านที่มีสภาวะแวดล้อมทรุดโทรม การใช้ที่ดินเปลี่ยนจากที่อยู่อาศัยชั้นดีเป็นบ้านเช่าคุณภาพต่ำหรือโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ร้านค้าส่งและโกดังสินค้า ลักษณะการกระจายตัวของการใช้ที่ดินประเภทนี้เป็นรัศมีวงกลมที่มีระยะห่างหรือรัศมีที่ห่างออกไป

ทำให้ลักษณะของการใช้ที่ดิน ความหนาแน่นของประชากร และสภาพความเป็นอยู่ก็จะมีลักษณะที่ลดหลั่นกันไปตามระยะทางที่ห่างจากจุดศูนย์กลางนั้นด้วย สรุปได้ว่าการขยายตัวในลักษณะนี้มีแนวความคิดพื้นฐานจากการถือเอาระยะทางของการเดินทางจากย่านที่อยู่อาศัยไปยังศูนย์กลางเมืองในระยะเวลาไม่แตกต่างกัน ส่วนราคาที่ดินจะแตกต่างกันไปตามระยะทางที่มุ่งเข้าสู่ศูนย์กลางเมือง ที่ดินแปลงใดใกล้ศูนย์กลางเมืองจะมีราคาแพงกว่าที่ดินที่อยู่ไกลออกไป รูปแบบการขยายตัว (Physical Growth) สามารถจะสังเกตได้อย่างชัดเจน เมืองจะขยายตัวออกไปเป็นวงรอบจากเขตที่อยู่ภายใน (Inner Zone) ไปยังเขตที่อยู่ภายนอก (Outer Zone) ข้อเสนองานของ Burgess นี้ไม่ได้มีรูปแบบที่คงที่เช่นนี้ตลอดไป แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเมือง

Homer Hoyt (Stuart F.Chapin Jr.,1963:13-14) ได้อธิบายรูปแบบการใช้ที่ดินของเมือง โดยแสดงให้เห็นว่าค่าเช่าเป็นตัวแทนของคุณลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยทั้งหมด ซึ่งเขตค่าเช่าเท่า ๆ กันนี้มีได้คงที่ตายตัวแน่นอนแต่อาจเปลี่ยนแปลงหรือย้ายที่ได้โดยขยายออกไปสู่นอก และยิ่งพบอีกว่าไม่ใช่แค่ระยะทางจากใจกลางเมืองเท่านั้นที่มีความสำคัญต่อการใช้ที่ดินทิศทางก็มีความสำคัญด้วย การเคลื่อนที่ของเขตที่มีราคาแพงนั้นมีอิทธิพลดึงให้เมืองเจริญไปในทิศนั้น โดยระบุปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งทำให้เขตที่อยู่อาศัยชั้นดีเกิดขึ้น ได้แก่ เขตที่อยู่อาศัยราคาแพงจะเกิดขึ้นและขยายตัวออกไปตามเส้นทางคมนาคมหรือไปสู่จุดที่มีศูนย์กลางการค้าและอาคารอื่น ๆ อยู่ก่อนแล้ว และเป็นเส้นทางคมนาคมที่สะดวกที่สุด มีแนวโน้มจะขยายตัวออกไปสู่บริเวณที่โล่งนอกเมือง นอกจากนี้การเคลื่อนที่ของสำนักงาน ธนาคาร และร้านค้ายังดึงเอาเขตที่อยู่อาศัยราคาแพงออกไปในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของการใช้ที่ดินตามเส้นทางคมนาคมซึ่งในขณะที่เมืองขยายตัวเพิ่มขึ้น ย่านการค้าของเมืองจะขยายตัวตามด้วยเสมอ ซึ่งลักษณะการขยายตัวจะเป็นไปตามแนวถนนสายหลักของเมือง โดยขยายต่อเนื่องจากศูนย์กลางธุรกิจการค้าของเมืองออกไป (สมชาย เคะชะพรหมพันธุ์, 2522:77-78) และการใช้ที่ดินที่ไม่อาจอยู่ร่วมกันได้จะขยายตัวไปในทิศทางที่แตกต่างกัน บริเวณที่มีค่าเช่าสูงมักจะเป็นทำเลที่เหมาะสมกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในขณะที่กิจกรรมด้านอื่น ๆ ต้องการที่ดินที่มีราคาเช่าต่ำลงไป

Chauncy D. Harris and Edward L. Ullman (Stuart F.Chapin Jr.,1963:15-16) ได้ศึกษาโดยการนำเอาแนวความคิดข้างต้นเข้าด้วยกัน และเพิ่มเติมส่วนประกอบอื่น ๆ เพื่ออธิบายรูปแบบการใช้ที่ดินของเมือง โดยสาระสำคัญกล่าวถึงรูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองซึ่งจะมีศูนย์กลางมากกว่าศูนย์กลางเดียว และถ้าเมืองยังมีขนาดใหญ่เท่าไรจำนวนศูนย์กลางก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น ศูนย์กลางย่อยเหล่านั้นส่วนมากจะเกิดขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกับบริเวณพักอาศัยของคนชั้นกลางและชั้นสูง และเมื่อเกิดศูนย์กลางย่อยขึ้นใหม่ที่ใดก็ตามจะมีการใช้ที่ดินประเภทอื่นที่มีความสัมพันธ์กันเกิดขึ้นตามไปด้วย การที่เมืองมีหลายศูนย์กลางและมีการใช้ที่ดินหลายโซนเนื่องจากแนวความคิดพื้นฐาน ซึ่งเป็นคุณลักษณะของกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมบางอย่างต้องการอุปโภคและความสะดวกสบายเป็นพิเศษและที่ตั้งที่เหมาะสม หรือกิจกรรมบางอย่างที่เหมือนกันนั้นมักจะตั้งอยู่ใกล้กันโดยยึดเอาความได้เปรียบร่วมกัน เพื่อให้ได้ผลกำไรทางเศรษฐกิจสูงสุด ในขณะที่กิจกรรมที่ต่างกันอาจต้องแยกจากกันโดยเด็ดขาดซึ่งจะมีผลทำให้เกิดการแยกการใช้ที่ดินแต่ละประเภทของเมือง และกิจกรรมบางอย่างที่ไม่สามารถจะจัดซื้อหาทำเลที่ดินที่ต้องการได้ จึงต้องเลือกเอาทำเลที่รองลงไป

Brian Goodall (1972) ได้กล่าวว่า การเคลื่อนที่จะถูกจำกัดจากเส้นทางคมนาคมแกนของเส้นทางคมนาคมเป็นตัวสร้างรูปแบบของเมืองในลักษณะแผ่ออกไปเป็นรูปดาว (Star – Shape Theory) Babcock ผู้เสนอทฤษฎีนี้ กล่าวว่า การขยายตัวของเมืองในรูปแบบนี้ คำนึงถึงการเดินทางไปสู่ศูนย์กลางเมือง ทั้งระยะเวลาและระยะทางที่เชื่อมถึงกัน แสดงให้เห็นว่าเส้นทางคมนาคมเป็นตัวกำหนดการขยายตัวของเมือง เมื่อเส้นทางนี้ทอดตัวไปในทิศทางใดจะมีผู้คนไปอาศัยกระจายออกไปตามแนวเส้นทางนั้น หากเส้นทางคมนาคมเป็นทางรถไฟการขยายตัวของเมืองจะเป็นกลุ่ม ๆ ไปตามสถานีรถไฟมีรัศมีเป็นการเดินทางเข้าถึงด้วยการเดินหรือต่อยานพาหนะอื่น ๆ หากเป็นเส้นทางถนนจะขยายตัวไปตามสองข้างทางที่ถนนตัดผ่าน โดยมีรัศมีการขยายตัวของเมืองคล้ายรูปดาวหรือปลาหมึก แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะทางพื้นที่ก็เป็นข้อจำกัดหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในการเข้าถึง ตามแนวความคิดนี้ การใช้ที่ดินประเทศต่าง ๆ ยังคงเหมือนกับที่ปรากฏใน Concentric Theory ส่วน Central Business District ที่อยู่ใจกลางเมืองเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจของเมือง โดยการขยายตัวของเมืองจะอยู่ไปตามเส้นทางสายสำคัญไม่ว่าจะเป็นถนน หรือทางรถไฟ แนวโน้มของผู้ที่จะไปอาศัยอยู่ตามเส้นทางสายสำคัญเหล่านี้ ยึดถือเอาระยะเวลาที่ต้องเดินทางเข้าสู่จุดศูนย์กลางธุรกิจในเมืองเป็นสำคัญ โดยดูว่าเส้นทางใดจะถึงเร็วที่สุด รูปแบบของการขยายตัวจะคำนึงถึงเวลาในการเดินทางมากกว่าระยะทาง

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นเป็นแนวความคิดที่ร่วมสมัยกับการขยายตัวของเมืองและการใช้ที่ดินในเมืองปัจจุบัน สำหรับเมืองขนาดใหญ่มีลักษณะการขยายตัวโดยทั่วไปเป็นแบบรูปดาว พื้นที่เมืองขยายตัวไปตามแนวเส้นทางถนนซึ่งกระจายออกจากพื้นที่ศูนย์กลางเมือง ลำดับการใช้ที่ดินแต่ละช่วงนั้นคล้ายรูปวงกลม โดยพื้นที่ชั้นในสุดเป็นศูนย์กลางธุรกิจและเปลี่ยนแปลงไปเมืองไกลจากย่านใจกลางเมืองมากขึ้น บางส่วนของการขยายตัวของเมืองเป็นแบบรูปล้อมมีผู้อยู่อาศัยหรือกิจกรรมเกาะติดไปตลอดเส้นทาง เมื่อพื้นที่เมืองขยายตัวออกไปไกลจากศูนย์กลางเมืองมากขึ้น เกิดศูนย์กลางกิจกรรมชานเมืองมารองรับตลาดผู้บริโภคตามการขยายตัวของเมืองแบบหลายศูนย์กลาง

### 2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึง กิจกรรมทางด้านการค้าที่เกิดขึ้นในเมือง กิจกรรมที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญเติบโตของเมืองนั้น นอกเหนือจากหน้าที่ของเมืองโดยทั่วไปแล้ว ทางด้านพาณิชยกรรมและการบริการยังเป็นกิจกรรมที่กำหนดความเป็นศูนย์กลางได้ดีกว่ากิจกรรมด้านอื่น ๆ (กชกร สุพลพิชิต, 2538:25) และศูนย์กลางของเมืองจะเป็นที่รวบรวมสินค้าและบริการต่าง ๆ ไว้เพื่อบริการให้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองและประชากรที่อาศัยอยู่โดยรอบ (สมชาย เตชะพรหมพันธุ์, 2522 :64) แม้ว่าการใช้ที่ดินเพื่อการค้าภายในเมืองจะมีน้อย และมักกระจุกตัวเป็นกลุ่มเดียวหรือกระจายตัวไปในบริเวณต่าง ๆ ของเมือง แต่กิจกรรมทางด้านการค้ายังคงมีบทบาทสำคัญต่อความเจริญของเมืองมากที่สุด การกระจายของกิจกรรมเหล่านี้จะมีพื้นที่จำกัด และราคาที่ดินบริเวณนี้มีราคาที่สูงมากจึงต้องใช้ที่ดินให้ได้ผลตอบแทนต่อเนื้อที่ให้มากที่สุด โดยการศึกษารูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมนั้น มีหลายท่านด้วยกันที่ได้ศึกษาประเภทของการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

ในด้านตำแหน่งที่ตั้งของกิจการการค้า การพาณิชย์กรรมนั้นมีการกำหนดตำแหน่ง โดยพิจารณาจากความเหมาะสมในแง่ความเป็นศูนย์กลางด้านคมนาคมง่ายต่อการเข้าถึง และเป็นบริเวณที่มีประชากรสัญจรไปหนาแน่น เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบที่ตั้งของกิจกรรมการค้าในแต่ละเมือง พบว่ามีรูปแบบที่แตกต่างกันเนื่องจาก 1) การแข่งขัน เป็นลักษณะของความพยายามที่จะเอาชนะ เพื่อความอยู่รอดของกิจการซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้เป็นจุดหนึ่งที่ทำให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจ 2) การพึ่งพาอาศัยกัน เมื่อมีกิจการอย่างหนึ่งเกิดขึ้นมักจะมีกิจการอื่นเกิดขึ้นตามมาสนับสนุนกันด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การประกอบการของแต่ละหน่วยดำเนินไปได้ด้วยดี รูปแบบที่ตั้งของการค้าและบริการ สามารถพบได้ใน 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบกระจายตัว (Dispersed Pattern) กิจการแต่ละหน่วยจะอยู่ห่างกัน สาเหตุของการที่ต้องอยู่ห่างกันเนื่องจากมีการแข่งขันกันเพื่อแย่งปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด เช่น ที่ดิน ความเหมาะสมในด้านทำเล เป็นต้น อีกสาเหตุมาจากการที่กิจการนั้นเป็นกิจการที่ต้องอาศัยกลุ่มลูกค้า เนื่องจากลูกค้าอยู่กระจายตัวออกไปทำให้กิจการต้องกระจายตัวตามไปด้วย เช่น ร้านจำหน่ายของใช้ประจำวัน โดยในร้านที่จำหน่ายสินค้าเหมือนกัน ผู้ซื้อจะนิยมซื้อจากร้านที่อยู่ใกล้มากกว่าจะซื้อร้านที่อยู่ไกลออกไป นอกจากนี้ยังพบว่าการกระจายตัวของธุรกิจการค้าจะอยู่ในลักษณะที่เป็นแถบยาวไปตามเส้นทางคมนาคม (สมชาย เตชะพรหมพันธุ์, 2522 :64) โดยธุรกิจการค้า จะคำนึงถึงการเข้าถึงจากภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งร้านค้าที่มีรูปแบบที่ตั้งกระจายตัว ได้แก่

- ร้านค้าตามถนนหลวง เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนที่เป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างเมือง การขยายตัวของร้านค้าจะเป็นไปตามธรรมชาติไม่ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

- ร้านค้าตามถนนภายในเมือง เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนสายสำคัญของเมือง เช่น ถนนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นต้น ซึ่งร้านค้าเหล่านี้จะมีพื้นที่ว่างด้านหน้าสำหรับแสดงหรือขายสินค้าตามถนนสายรอง ตรอกซอย จะมีร้านค้าตั้งอยู่โดดเดี่ยวหรือรวมกลุ่มขนาดย่อมเพื่อให้บริการแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียง

- ร้านค้าตามถนนชานเมือง เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนที่เพิ่งตัดใหม่ โดยเฉพาะในเขตชานเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อย่างรวดเร็ว ลูกค้าส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตชานเมือง

2. รูปแบบรวมตัว (Clustered Pattern) เป็นรูปแบบที่อาจเกิดจากกิจการค้าต้องอาศัยลูกค้าเป็นหลักใหญ่และลูกค้ามีอยู่กลุ่มเดียวหรือมีน้อย สาเหตุที่ทำให้เกิดการรวมตัวเนื่องจากในพื้นที่บริเวณดังกล่าวมีแรงดึงดูดใจให้ลูกค้านิยมเข้าใช้บริการ ทำให้กิจการใหม่ ๆ เข้ามาตั้งอยู่ใกล้กิจการที่มีอยู่เดิมมากขึ้น อีกสาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากสินค้าของกิจการยังไม่ได้มาตรฐานและยังไม่สามารถใช้แทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้เกิดการรวมตัวเพื่อการเลือกซื้อโดยที่ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับสินค้าบางชนิด เช่น รถยนต์ ของใช้ประจำวัน เครื่องแต่งตัว เป็นต้น (กาญจณี พลจันทร์, 2521) ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ไม่มีการกีดกันการเข้ามาใหม่ของกิจการอื่น ทั้งนี้เพราะการเข้ามารวมกันจะสร้างความดึงดูดใจให้ลูกค้าได้มากขึ้น

รูปแบบการขยายตัวของธุรกิจการค้าในย่านศูนย์กลางเมืองซึ่งที่ดินมีราคาแพงมักจะขยายตัวในแนวดิ่ง เพื่อใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่าที่สุด ในขณะที่การขยายตัวของธุรกิจการค้าไปสู่ชานเมืองจะขยายตัวออกไปตามเส้นทางที่มุ่งออกจากศูนย์กลางเมือง โดยจะมีจำนวนลดลงเมื่อห่างจากศูนย์กลางเมือง ในบริเวณชานเมืองที่มีการตัดกันของโครงข่ายการคมนาคมหรือตำแหน่งที่สะดวกในการเข้าถึงจะมีความได้เปรียบเชิงการค้ามากกว่าบริเวณอื่น เห็นได้ว่าการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมในย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของกลุ่มตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ ซึ่งจะพบมากบริเวณศูนย์กลางเมืองเป็นย่านธุรกิจการค้าและบริการที่หนาแน่น (McGee ,Terene Gary,1967) ต่อมาได้พัฒนาเป็นห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในรูปแบบอาคารขนาดใหญ่และรูปแบบของการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมก็เริ่มที่จะมีการขยายตัวออกไปตามแนวเส้นทางคมนาคมออกสู่ชานเมือง ขณะเดียวกันกิจกรรมการค้าภายในเขตย่านการค้าจะลดความสำคัญลง โดยเฉพาะกิจกรรมการค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันจากภายนอกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (Sanay Yarnasam,1985)

### 2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับราคา ค่าเช่าที่ดินและการเปลี่ยนแปลง

จากทฤษฎีของ T.A.Hartshorn (1980:p.216) กล่าวว่าเมื่อเมืองมีการขยายออกไปจึงต้องมีการขยายเส้นทางคมนาคมออกไปด้วย ณ ศูนย์กลางของเมืองจะมีต้นทุนในการขนส่งต่ำสุด เนื่องจากเป็นจุดที่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุด ราคาที่ดินจะถูกกำหนดโดยค่าใช้จ่ายในการขนส่งซึ่งผลกระทบจากค่าใช้จ่ายในการคมนาคมขนส่งนี้ทำให้ที่ดินที่อยู่ใกล้กับเส้นทางคมนาคมมีราคาสูงขึ้น จุดที่ราคาที่ดินมีราคาสูงอยู่ในจุดศูนย์กลางเมือง และราคาที่ดินจะลดลงไปเรื่อย ๆ ตามระยะทางที่เพิ่มขึ้นจากจุดศูนย์กลางของเมืองออกไปรอบนอกเมือง แสดงให้เห็นได้ว่า จุดศูนย์กลางของเมืองเป็นจุดที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวกที่สุด ดังนั้นจึงเป็นจุดที่ดินมีราคาสูงที่สุดด้วย ระยะทางที่ห่างจากจุดศูนย์กลางของเมืองออกไปจะมีความสะดวกของการคมนาคมลดลงตามลำดับ ราคาของที่ดินจะมีราคาลดลงไปตามระยะทางที่ห่างออกไปจากเมือง

ในขณะเดียวกัน การเปรียบเทียบที่ตั้งต่าง ๆ อยู่บนพื้นฐานในเรื่อง ค่าเช่า ที่สามารถจ่ายได้สำหรับที่ดินแต่ละแปลง ถ้าที่ตั้งนั้นสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และสามารถทำกำไรได้อยู่มากที่สุดหลังจากหักค่าเช่าแล้ว อีกประการหนึ่ง การใช้ที่ดินตั้งอยู่บนพื้นฐานของการทำกำไรสูงสุด แต่อาจจะไม่เหมาะสมที่สุดต่อสังคม กำไรเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดค่าเช่าในกิจกรรมหนึ่งสำหรับการใช้ที่ดิน และค่าเช่าสูงสุดที่กิจกรรมสามารถจ่ายได้

เส้นอัตราค่าเช่าและพื้นที่ราบค่าเช่า (Rent Gradient and Rent Surface) กิจกรรมการใช้ที่ดินมักมีรูปแบบทางภูมิศาสตร์ที่ต้องการสำหรับที่ตั้งโดยหน่วยธุรกิจนั้นสามารถจ่ายได้ เป็นแบบแผน ค่าเช่าประมูล (bid rent) ซึ่งเป็นตัววัดความเข้มข้นของความต้องการใช้ประโยชน์ โดยปัจจัยในการเลือกที่ตั้งคือ ความสามารถในการเข้าถึงตลาด นั่นคือ ค่าเช่าจะลดลงอย่างรวดเร็วเมื่ออยู่ใกล้ตลาด และลดลงอย่างช้า ๆ เมื่ออยู่ไกลออกไป ในขณะที่กิจการที่ผูกพันกับปัจจัยการผลิต มีแนวโน้มกระจุกตัวรอบ ๆ จุดศูนย์กลางที่สามารถดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งตามแบบแผนทั่วไปค่าเช่าและราคาที่ดินถูกกำหนดโดยสามารถในการเข้าถึงสูงสุด



การพัฒนาพื้นที่ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค อาทิ ไฟฟ้า ประปา ถนน การสื่อสาร เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ถ้าหากมีสิ่งเหล่านี้แล้ว พื้นที่หรือบริเวณนั้น มีความสะดวกในการเข้าถึง การเปลี่ยนแปลงราคาที่ดินย่อมมีราคาที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากความเหมาะสมและความได้เปรียบทางด้านเศรษฐกิจและพาณิชยกรรมที่สูงกว่า

#### 2.2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

จากการศึกษาของ กิฐเซต ไกรवास (2538) ได้แยกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมดังนี้

##### 2.2.4.1 ปัจจัยทางด้านกายภาพ ประกอบด้วย

1) ระบบการคมนาคม ระบบการคมนาคมมีความสำคัญโดยเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจ นำปัจจัยการผลิตมายังเมืองและกระจายผลผลิตของเมืองไปยังพื้นที่โดยรอบ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการคมนาคมจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินด้วย การปรากฏขึ้นของห้องแถวหรืออาคารที่ขายสินค้าและบริการให้แก่ผู้ที่สัญจรไปมาหลังจากที่มีถนนตัดขึ้นใหม่

2) ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็น ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสาร และโทรคมนาคม การขนส่ง ฯลฯ ซึ่งเห็นได้ว่าพื้นที่ในเมืองใดก็ตามที่มีความพร้อมในด้านเครือข่ายสาธารณูปโภคสูง พื้นที่นั้นจะมั่งคั่งไปด้วยกิจกรรมธุรกิจต่าง ๆ

3) การใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณข้างเคียง ซึ่งการใช้ประโยชน์ที่ดินในแต่ละประเภทนั้นส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคซึ่งกันและกัน โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการจะเลือกที่ตั้งร้านค้าอยู่ในบริเวณที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินที่ส่งเสริมและเอื้อประโยชน์ทางการค้า (วราพงศ์ นิลศิริ, 2531)

4) ความสะดวกในการเข้าถึง หมายถึง ความสะดวกในการเดินเท้า ยวดยานพาหนะประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ถ้าร้านค้าใดสามารถรับการเข้าถึงได้มากกว่าถือได้ว่ามีความสามารถในการเข้าถึงสูง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวิธีการที่จะเข้าสู่ร้านค้า เส้นทางเดินรถโดยสารสาธารณะ ความใกล้ไกลจากถนนสายหลักของเมือง ความกว้างของช่องทางการจราจร ขนาดของพื้นที่จอดรถ เป็นต้น

5) ความเป็นศูนย์กลางเมือง ซึ่งจะหมายถึง ความสะดวกที่อยู่ใกล้กับใจกลางเมือง (Stuart F. Chapin Jr., 1963) หรืออาจหมายถึงระยะทางรวมทั้งหมดที่ได้ใช้ในการเดินทางไปยังจุดใดจุดหนึ่งของเมือง ซึ่งจุดดังกล่าวนี้ คือ จุดกลางของการกระจายประชากรในพื้นที่ (Thomas Willbank, 1980) เมื่อเมืองขยายตัวมากขึ้น ย่านการค้าจะขยายตัวเพื่อคงความสามารถในการบริการลูกค้าได้ทั่วถึง ซึ่งทำให้เกิดตลาดขนาดย่อย ๆ ตามมาสำหรับประชากรในแต่ละพื้นที่

##### 2.2.4.2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย

1) ราคาที่ดิน การเปลี่ยนแปลงราคาที่ดินเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เห็นถึงการพัฒนาและแนวโน้มของการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่นั้น

2) ค่าเช่า โดยปกติร้านค้าที่มีการเช่าร้านต้องการจ่ายค่าเช่าในราคาที่ถูก ซึ่งค่าเช่าของแต่ละร้านจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของร้านนั้น หากทำเลที่ตั้งดี เหมาะสม ราคาเช่าจะค่อนข้างสูงตามไปด้วย

3) เงินลงทุน ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนมากย่อมมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินสูง เช่น การลงทุนซื้อที่ดินเพื่อสร้างเป็นศูนย์การค้า หรือคอนโดมิเนียม เป็นต้น

4) ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่ได้รับ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงเพื่อประกอบการตัดสินใจ

5) ความเกี่ยวข้องกันเชิงแข่งขันหรือส่งเสริมกันของธุรกิจที่ในบริเวณใกล้เคียง

#### 2.2.4.3 ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย

1) ประชากร ในฐานะลูกค้า หรือกลุ่มผู้บริโภค จำนวนประชากร อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลกับตำแหน่งที่ตั้งของกิจกรรมทางการค้า เพราะพื้นที่ที่มีประชากรมากจะเอื้อประโยชน์ต่อการค้า

2) ลักษณะของประชากร มีส่วนสำคัญต่อการประกอบกิจกรรมทางการค้า เช่น ทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้มหาวิทยาลัย จะเอื้อโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้กับนักศึกษา

3) ความปลอดภัย ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของกลุ่มผู้บริโภคจากผู้ร้ายเบียดสำคัญ

### 2.3 ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory)

ทฤษฎีแหล่งกลางเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการเจริญเติบโตของเมือง โดยมีพื้นฐานเกี่ยวกับลำดับชั้นของเมือง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการศึกษาเรื่องร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยมีนักพัฒนา เช่น Walter Christaller , Losch และ Von Thunen ศึกษาการตั้งถิ่นฐานพบว่าแหล่งตั้งถิ่นฐานคือ ศูนย์รวมของประชากร แหล่งชุมชนหรือย่านกลางมีหลายขนาดและหน้าที่กว้างขวางแตกต่างกัน และเสนอทฤษฎีแหล่งกลางเพื่ออธิบายระบบเมือง และบทบาทหน้าที่ของเมือง โดยกล่าวถึงโครงสร้างภายนอกเมือง ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ จำนวน ขนาด หน้าที่และระยะห่างของแต่ละย่านกลาง ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นจริงตามทฤษฎีหากเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น นั่นคือ 1) พื้นที่ภูมิประเทศเป็นที่ราบ คือ บริเวณที่มีการคมนาคมโดยรอบสะดวกเท่ากัน ทำให้การเดินทางเข้ามาได้ทุกทิศทาง ไม่มีการได้เปรียบเสียเปรียบของพื้นที่แต่ละบริเวณ 2) การกระจายและอำนาจการซื้อของประชากรเท่ากัน 3) ประชากรเดินทางไปซื้อสินค้าและรับบริการในย่านกลางที่ระยะใกล้ที่สุด และ 4) ปัจจัยที่ไม่ใช่ทางเศรษฐกิจ (การป้องกันศัตรู อารยธรรม ฯลฯ) ไม่มีความสำคัญกับพัฒนาการของเมือง ผลของข้อสมมุติเหล่านี้ทำให้แบบแผนการเลือกที่ตั้งเป็นไปในลักษณะของการตัดสินใจโดยหน่วยธุรกิจที่ผูกพันกับตลาด

การกำหนดขอบเขตการให้บริการของย่านกลางคำนึงถึงแนวคิดทางด้านผู้บริโภคอันได้แก่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการ ความจำเป็นในการใช้สินค้า รสนิยมผู้บริโภค ราคาสินค้าและบริการ เพราะแหล่งกลางมีสามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วถึงและบริการของย่าน

กลางแต่ละลำดับจะให้บริการแก่พื้นที่โดยรอบ แหล่งกลางที่มีขนาดเล็กมีสินค้าที่ให้บริการคือ สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มีความถี่ในการซื้อมาก ราคาถูก แหล่งกลางที่มีขนาดใหญ่ขึ้นสามารถให้บริการด้านต่าง ๆ มากขึ้น มีสินค้ามากขึ้น นั่นคือ เขตตลาดหรือขนาดของตลาดซึ่งต้องมีลูกค้าต่ำสุดจำนวนหนึ่งคอยสนับสนุนธุรกิจการค้าดังกล่าว ทำให้เขตบริการกว้างออกไป ครอบคลุมพื้นที่บริการของแหล่งกลางที่มีลำดับศักดิ์ต่ำกว่าได้ ในทฤษฎีของ Christaller ได้กำหนดขอบเขตไว้แน่นอน โดยใช้ตัวแปร 2 ตัวในการอธิบาย Central Place ได้แก่

1. Threshold Population คือ จำนวนประชากรต่ำสุดในทางเศรษฐศาสตร์ การตั้งร้านค้าจะต้องทราบจำนวนประชากรต่ำสุดที่ร้านจะตั้งอยู่ได้

2. Range of Goods and Service คือระยะทางไกลที่สุดที่บุคคลจะยอมไปซื้อสินค้าหรือรับบริการ โดยมองได้ 2 ลักษณะ คือ 1) ลูกค้า ซึ่งขึ้นอยู่กับสินค้าที่จะซื้อ เช่นถ้าระดับสินค้ามีความหลากหลาย พื้นที่ให้บริการก็จะครอบคลุมลูกค้าได้ไกล 2) เจ้าของร้านค้า ขึ้นอยู่กับสินค้าที่จะขาย เช่น ถ้ามีสินค้าหลากหลายพื้นที่ให้บริการจะกว้างมาก

สำหรับ August Losch (ประพันธ์ เสวตนันท์, 2520: 70-72) มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกับ Christaller และมีแนวคิดเห็นเพิ่มเติม ได้แก่ การเลือกที่ตั้งพยายามให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ไม่มีที่ว่างในการตั้งหน่วยผลิตขึ้นมาใหม่ ถ้าไรที่ได้เป็นกำไรปกติ แหล่งผลิต ตลาด และแหล่งวัตถุดิบ จะต้องเล็กที่สุด เท่าที่จะเป็นได้ ถ้าหากพื้นที่ตลาดชนกัน ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าจาก 2 แหล่งโดยมีความพอใจเท่ากัน เช่นเดียวกับการศึกษาของ William E. Cox Jr. (1976: 211-222) ได้ความว่า รูปแบบของโครงสร้างการค้าขึ้นอยู่กับ อำนาจผู้ซื้อ พฤติกรรมในการซื้อ และระยะทางระหว่างบ้านพักอาศัยไปยังร้านค้า นอกจากนี้ H.C. Carey (อัญชลี วนิชชานัยและคณะ: 67-69) กล่าวไว้ว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนย้ายมนุษย์ คือ ประชาชนในแหล่งตั้งจุดนั้น และระยะทางจากแหล่งตั้งจุดนั้น

ดังนั้น ทฤษฎีแหล่งกลางมีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบ จำนวน ขนาดและหน้าที่ของแหล่งกลาง การกำหนดเขตตลาด ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของแหล่งกลางในแง่ประชากรและหน้าที่ของแหล่งกลางนั้น และรวมไปถึงพฤติกรรมการจับจ่ายซื้อของของผู้บริโภค และยังมีอิทธิพลต่อการวางแผนในระดับต่าง ๆ ของประเทศ และเมื่อนำแนวคิดแหล่งศูนย์กลางทดสอบกับข้อมูลศูนย์การค้าในบริเวณมหานครพบว่า มีลำดับชั้นของศูนย์การค้าเกิดขึ้น แม้ว่าจะมีหน่วยธุรกิจของกิจกรรมแบบเดียวกันอยู่ในศูนย์การค้าเดียวกัน ซึ่งไม่มีอธิบายในทฤษฎี

## 2.4 ทฤษฎีแหล่งที่ตั้ง (Location Theory)

ในการศึกษาแหล่งที่ตั้งนั้น มีผู้ที่ได้ศึกษามากมาย อาทิ Von Thunen , Alfred Weber , Edgar M. Hoover , August Losch ในการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมนั้น เป็นการคาดการณ์ทำเล หรือการประเมินข้อกำหนดความสามารถทางการค้าในด้านต่าง ๆ ความเป็นไปได้ของตลาดในระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น นอกจากนี้รวมถึงการประมาณราคา การวางแผนการใช้ที่ดิน และกฎหมายควบคุมต่าง ๆ ของรัฐบาล ที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง (John A. Dawson 1893: 57) แต่ในการศึกษาแหล่งที่ตั้งของกิจการค้า ศูนย์การค้า พาณิชยกรรมนั้นมีการศึกษาไว้ดังนี้

M.A.Hines (1988) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะและความต้องการของที่ตั้งสำหรับการค้าปลีก ดังนี้

- ความเป็นไปได้ การมองเห็นได้ง่าย ความสามารถในการเข้าถึงเป็นพื้นที่ศูนย์การค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นพื้นฐานสำคัญของการตลาดและการสื่อสาร ซึ่งการมองเห็นสามารถบรรลุผลด้วยการที่มีขนาดของอาคาร ความใหญ่โตหรือโครงสร้างที่แตกต่างกัน จะเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญ

- การเข้าถึง โดยทั่วไปธุรกิจการค้าปลีกจะมองเห็นและเร่งให้เกิดการเคลื่อนไหวเพื่อสู่การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การเข้า-ออก เป็นระบบสาธารณูปโภคในการเข้าถึง

- การจราจร ธุรกิจการค้าปลีกจะเลือกที่ตั้งบนถนนสายสำคัญที่เป็นถนนหลัก และบ่อยครั้งทำให้เกิดการรบกวนการจราจร ค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดของการจราจรในแต่ละวันจะนับในช่วงเวลาก่อนเที่ยง หรือหลังเที่ยง และบางครั้งธุรกิจค้าปลีกต้องการช่วงเวลาการจราจรสูงสุดด้วย

โดยใช้วิธี Trip Interchange Modal ในการศึกษา ซึ่งเป็นกระบวนการพื้นฐานในการสร้างแบบจำลองการคาดการณ์อุปสงค์ของการเดินทางแบบขั้นตอน สำหรับการคาดการณ์ความต้องการในการเดินทาง

- ขนาดและลักษณะที่ดิน ที่ตั้งเพียงพอสำหรับการปรับให้เข้ากับชนิดของร้านค้า พื้นที่ด้านหน้าทีน้อยที่สุด พื้นที่จอดรถ และบรรจุไปด้วยความต้องการต่างได้ครบ ร้านค้าต้นแบบมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นการเร่งความเก่าแก่ล้าสมัยของความสัมพันธ์กับสาธารณูปโภคใหม่ ๆ ที่ไม่สามารถขยายการจัดหาได้

- ที่จอดรถ โดยทั่วไปความต้องการพื้นฐานในการเข้าถึงจากพื้นที่ใกล้เคียงมาตรฐานอย่างหยาบของพื้นที่จอดรถที่ใช้กันในศูนย์การค้าคือ 5 คันต่อ 1,000 ตารางฟุต (M.A.Hines 1988:130)

- ผู้เข้าร่วม การรวมตัวกันของธุรกิจการค้าปลีกสามารถสร้างอำนาจการผลิตที่สูง ทำให้มีร้านค้าที่หลากหลาย หรือจะเปิดเผยเพียงผู้เดียว การยอมรับจากผู้เช่ารายอื่นในการประชาสัมพันธ์

- กิจกรรมที่ให้กำเนิด จุดศูนย์กลางจากแหล่งงาน โรงเรียน ย่านการค้าปลีก แหล่งท่องเที่ยวหลัก และโรงแรมขนาดใหญ่ ล้วนเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางการค้าปลีก ซึ่งกิจกรรมที่ก่อกำเนิดเหล่านี้บ่อยครั้งสามารถทดแทนความบกพร่องในเรื่องคุณภาพหรือขนาดของตลาด ที่อยู่อาศัย (M.A.Hines 1988:126-129)

นอกจากนี้ทฤษฎีของ Thorstein Veblen ( 1923:p.193) ได้กล่าวถึงการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของผู้ประกอบการประเภทของธุรกิจที่กิจการดำเนินการ โดยกิจการต้องเริ่มต้นจากการพิจารณาเลือกจังหวัด เป็นอันดับแรก อันดับต่อมา นั่นคือ เลือกย่านการค้าหรือแหล่งที่ร้านจะไปตั้งอยู่ ว่าควรจะอยู่ในเขตใดของเมือง และในขั้นสุดท้ายคือการเลือกจุดที่ตั้งเฉพาะของร้านค้าว่าจะอยู่ ณ จุดใด ในย่านการค้า นั้น ซึ่งสามารถสรุปหลักเกณฑ์อย่างคร่าว ๆ ในการเลือกทำเลที่ตั้ง ดังนี้

#### 1.การเลือกจังหวัด (Selection of the City)

ปัจจัยสิ่งแรกในการพิจารณาเลือกจังหวัดคือ 1) การวิเคราะห์ย่านการค้าในจังหวัดนั้น ๆ หมายถึง กลุ่มของแหล่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าซึ่งมีโอกาสที่จะซื้อสินค้าและเหมาะกับการตั้งร้านค้าปลีก พิจารณาถึงจำนวนและขนาดของย่านการค้า Rom J.Markin,Jr.กล่าวไว้ว่าในการวิเคราะห์ย่านการค้าชุมชนเมือง ลำดับต่อมา นั่นคือ 2) ดัชนีความสามารถในการซื้อ (Buying Power Index:BPI) เป็นดัชนีที่วัดศักยภาพในการซื้อของประชากรในจังหวัดนั้น วัดจากยอดขายรวมของร้านค้าปลีก จำนวนและรายได้ของประชากร ซึ่งจะเป็นตัวชี้ศักยภาพของการขายในจังหวัดนั้น ๆ 3) ดัชนีการอิ่มตัวของธุรกิจค้าปลีก (The Index of Retail Saturation:IRS ) เป็นดัชนีที่วัดสภาพการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จำนวนของร้านค้าปลีก และระดับการแข่งขันมาก 4) ขนาดลักษณะและแนวโน้มของประชากร (Size,Characteristic and Demographic Trend ) พิจารณาจากจำนวนของประชากรทั้งหมด จำนวนประชากรในเขตเทศบาล สัดส่วนของประชากรในแง่ของอายุ เพศ การประกอบอาชีพหลัก และแนวโน้มของประชากร 5) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและโอกาสเจริญเติบโตของชุมชน (Economic Stability and Community Growth) 6) บริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่นั้น (Supporting Institutions) ย่อมเป็นเครื่องชี้ถึงการพัฒนาของพื้นที่นั้น และบริการเหล่านั้น ได้แก่ จำนวนธนาคารพาณิชย์ บริการขนส่งสาธารณะ สื่อโฆษณาที่มีในจังหวัดนั้นเหมาะสมกับธุรกิจหรือไม่ และอยู่ใกล้กับแหล่งของผู้จัดส่งสินค้า 7) การแข่งขัน (Competition) จำนวนและขนาดของกลุ่มแข่งขันในจังหวัด รวมถึงความเข้มข้นของการแข่งขัน และ 8) สภาพของตลาดแรงงาน และค่าแรงขั้นต่ำ (Availability of Labor and Minimum Wage) พิจารณาถึงแรงงานที่มีความรู้ความสามารถในการเข้าร่วมการค้าปลีก การทำงานต้องจ้างเป็นพนักงานประจำหรือพนักงานชั่วคราว นอกจากนี้ควรคำนึงถึงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีผลต่อคุณภาพในการทำงาน ความขยันขันแข็ง ความตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์ รวมทั้งค่าแรงขั้นต่ำของจังหวัดนั้นตามประกาศกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

## 2.การเลือกย่านการค้า (Selection of the Trading Area)

การเลือกย่านการค้ามีปัจจัยที่ใช้ในการเลือก 1) ทำเลของตลาดที่เป็นเป้าหมายที่อยู่ ในย่านการค้าที่นั้นหรือต้องอาศัยย่านการค้าที่นั้นเป็นเส้นทางผ่านหรือไม่ ช่วงเวลาใดที่มีการจับจ่ายซื้อสินค้าในย่านนั้น ลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสะดวกที่จะมายังย่านนั้นอย่างไร รถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถโดยสารสาธารณะ 2) อุปสรรคทางด้านกายภาพและจิตใจ เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาถึงพื้นที่นั้น เช่น การก่อสร้าง ย่านที่มีการจราจรติดขัด หรือเป็นย่านที่ลูกค้ารู้สึกไม่ปลอดภัย เป็นแหล่งอาชญากรรม 3) ประเภทของทำเลที่ตั้ง ในเมืองต่าง ๆ จะมีประเภทของทำเลที่ตั้งแตกต่างกันไปตามจุดต่าง ๆ ของเมือง เช่น ในแถบชานเมืองบางจุดอาจเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ พิจารณาว่า ในย่านการค้าที่เราต้องการมีประเภทของทำเลที่ตั้งที่เราเลือกหรือไม่ การตัดสินใจเลือกทำเลนั้นต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของกิจการและความต้องการของผู้ค้าปลีก

## 3.การเลือกจุดที่ตั้งร้านค้า (Selection of a Particular Site)

มีปัจจัยที่ใช้ในการเลือกอันดับ 1) ประวัติ ขนาดและรูปร่างพื้นที่ (History , Size and Shape of Location) ขนาดของพื้นที่มีขนาดที่เพียงพอกับธุรกิจที่ต้องการ ลักษณะรูปร่างของพื้นที่ และค่าใช้จ่ายในการจัดการปรับพื้นที่ 2) ขนาดของที่จอดรถ (Parking Size) พิจารณาจากความถี่ของ

ลูกค้าในการเข้ามาซื้อสินค้าและยอดขาย ขนาดของที่จอดรถที่เพียงพอพิจารณาได้จากจำนวนรถที่สามารถจอดได้ในฤดูกาลปกติ และต้องมีการวางแผนพื้นที่สำหรับจอดรถ ระยะทางของที่จอดรถที่เหมาะสมไม่ควรไกลจากร้านเกิน 500 เมตร และขนาดไม่ควรใหญ่จนเกินไป การกำหนดขนาดของพื้นที่จอดรถที่แน่ชัดอาจจะขึ้นอยู่กับประเภทของร้านค้า ระยะเวลาที่ผู้ซื้อใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและพฤติกรรมของผู้ซื้อ เช่น ศูนย์การค้าโดยส่วนใหญ่จะต้องมีพื้นที่จอดรถ 4-5 คันต่อพื้นที่ 1,000 ตารางฟุต ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตจะต้องมีพื้นที่จอดรถ 10-15 คัน ในขณะที่ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ ต้องการพื้นที่จอดรถเพียง 3-4 คัน และรถยนต์ในปัจจุบันมีขนาดที่เล็กลง ซึ่งจะทำให้จอดรถได้เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 15-30 (Berry Berman and Joel R.Evan:p.230) 3) การสัญจรไปมาของคน ยานพาหนะ และการคมนาคมขนส่ง (Traffic Pattern and Transportation) พิจารณาจากจำนวนรถเข้า-ออกในชั่วโมงที่กำหนด ณ จุดที่จะเลือก ช่องจราจรที่สัญจร ทิศทางการสัญจรของรถ การเดินทางของคนในพื้นที่เมือง ชนิดของบริการขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ในบริเวณนั้น หากทำเลที่ตั้งย่านใจกลางเมืองใกล้กับบริการขนส่งสาธารณะจะมีผลต่อลูกค้าที่ไม่มียานพาหนะเป็นของตนเองซึ่งสามารถมายังที่ตั้งของร้านได้โดยง่าย สำหรับลูกค้าที่มียานพาหนะต้องพิจารณาลักษณะของถนน ขนาดใหญ่เพียงพอที่จะรองรับการจราจรที่จะเพิ่มขึ้นจากการขับรถเข้ามาใช้บริการของลูกค้า ย่านที่เลือกมีการจราจรติดขัดหรือไม่ ลูกค้าที่มียานพาหนะจะสามารถเดินทางไปยังร้านค้าที่อยู่ในระยะไกล ๆ ได้ 4) สภาพแวดล้อมใกล้เคียง (Environment Surrounding) สภาพแวดล้อมไม่ควรเป็นอุปสรรค เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันพอใจที่จะได้เลือกซื้อสินค้าในย่านที่มีลักษณะดูทันสมัย และน่าดึงดูดใจ 5) ค่าใช้จ่ายสำหรับทำเลที่ตั้ง (Cost of Location) พิจารณาการได้มาซึ่งทำเลนั้นจะต้องใช้เงินเป็นจำนวนเท่าไร รายได้และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานจะคุ้มหรือไม่ 6) การซื้อหรือการเช่า (Buy or Lease) การลงทุนในเรื่องทำเลที่ตั้งเป็นการลงทุนทางการเงิน 7) ความสามารถการเข้าถึงทำเลที่ตั้ง (Accessibility of the Location) พิจารณาทำเลนั้นอยู่ติดถนนหรือไม่ ด้านที่ติดถนนมีกี่ด้าน ผู้บริโภคสามารถเข้ามายังทำเลนั้นได้โดยง่าย และสะดวกที่สุด คือ สะดวกสำหรับผู้ใช้รถยนต์เป็นพาหนะ และสะดวกสำหรับการขนส่งมวลชนทุกรูปแบบ หรือสะดวกต่อการติดต่อกับแหล่งผู้ขายส่งซึ่งมักจะเป็นทำเลอยู่รอบ ๆ ย่านการค้า และสถานประกอบการค้าและบริการอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียงที่ต้องพึ่งพากันและที่สำคัญคือ 8) ความสามารถในการมองเห็นทำเลที่ตั้ง (Visibility of the Location) ทำเลที่ดีควรจะมองเห็นได้ชัดเจนเมื่อมองจากถนน ทำเลที่ตั้งบนฝั่งถนนหรือในศูนย์การค้าจะมีความสามารถในการมองเห็นไม่เท่ากัน โดยส่วนใหญ่ทำเลที่อยู่ใกล้ทางที่ตัดกันเป็นสี่แยก (Corner Location) เป็นทำเลที่มีผู้ต้องการสูงมากเพราะจะมีคนเห็นร้านค้านั้นได้ชัดเจนจากหลาย ๆ มุม และหากมีพื้นที่ที่กว้างสามารถสร้างทางในการเข้าออกได้หลายทาง บางแห่งสามารถทำทางเข้าได้จากที่จอดรถได้ ทำให้ทำเลที่ตั้งชนิดนี้มีราคาสูง และมีการแย่งชิงทำเลที่ตั้งชนิดนี้กันมาก เรียกปรากฏการณ์เช่นนี้ว่า "Corner Influence"

จะเห็นว่าแนวคิดส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดที่ตั้งของร้านค้าปลีกนั้นสามารถที่จะสรุปได้ดังนี้

1. จำนวนประชากร (population size) หมายถึงถึงความหนาแน่นของประชากร (density of population) กล่าวคือ พื้นที่ที่มีประชากรจำนวนมากกว่า ทั้งประชากรที่อยู่อาศัยในพื้นที่และประชากรที่เข้ามาทำงานหรือติดต่อธุรกิจการค้าและใช้บริการ นอกจากนี้กลุ่มอายุและเพศของลูกค้า

ค้าที่มีความสำคัญ อาทิเช่น เขตคนโสด คนทำงาน คนสูงอายุ หรือเขตการศึกษาที่มีเด็กนักเรียน และวัยรุ่นมาก เป็นต้น ดังนั้นยุทธวิธีการขายหรือการเลือกประเภทสินค้าที่จะขายจึงควรพิจารณาให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ

2. ความสะดวกในการเข้าถึง (accessibility) บริเวณที่มีความสามารถในการเข้าถึงได้ดีกว่า มีส่วนใดในการดึงดูดให้ลูกค้าเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการได้มากกว่า ความสะดวกของลูกค้าในการมาถึงของลูกค้าโดยพิจารณาจากจำนวนยานพาหนะทั้งส่วนตัวและสาธารณะที่สามารถผ่านเข้ามาในบริเวณนั้น ๆ ต่อวัน เช่น เป็นจุดหยุดรถประจำทางที่สำคัญ อาทิเช่น สถานีจอดรถประจำทาง สถานีรถไฟ ป้ายรถเมล์ เป็นต้น รวมทั้งความไม่เหมาะสมอันเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึง ได้แก่ ทางขึ้นลงของสะพานลอย หรือทางรถไฟ เป็นต้น นอกจากนี้การเป็นจุดที่ลูกค้าจำนวนมากเดินทางผ่านเป็นประจำ อาทิเช่น หน้าโรงเรียน ศูนย์การค้า หรือสถานที่ราชการ เป็นต้น

3. ระบบสาธารณูปโภค ปัจจัยที่สำคัญต่อประสิทธิภาพในการประกอบกิจการกล่าวคือ ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคที่ดีกว่าย่อมมีโอกาสที่สูงกว่า เนื่องจากถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสารโทรคมนาคมตลอดจนความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินนั้นย่อมเป็นตัวส่งเสริมให้การขยายขอบเขตการค้าให้สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม

4. การใช้ที่ดินในพื้นที่ข้างเคียงหรือร้านค้ารอบข้าง เนื่องจากพื้นที่ข้างเคียงมีส่วนในการสนับสนุนการค้า ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเลือกอยู่ในบริเวณที่มีกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จในเชิงธุรกิจ การใช้ที่ดินข้างเคียงสามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

(1) ร้านค้าจะเข้าไปตั้งรวมกับร้านค้าที่มีอยู่เดิม ซึ่งมีแรงดึงดูดให้ประชากรเข้ามาใช้บริการและจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่าพื้นที่อื่นซึ่งยังไม่มีร้านค้าอยู่เลย ลักษณะการใช้ที่ดินแบบนี้จะปรากฏในเขตการค้าใจกลางเมือง (Central Business District)

(2) ร้านค้าที่จะเข้าไปตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งยังไม่มีร้านค้าประเภทเดียวกันมาตั้งอยู่ก่อนเลย จะปรากฏมากในเขตชานเมือง (Isolated Store Clusters)

5. ราคาที่ดิน การเปลี่ยนแปลงราคาที่ดินชี้ให้เห็นถึงสภาพการพัฒนาของพื้นที่นั้น กล่าวคือ พื้นที่ใดที่ได้รับการพัฒนาของระบบสาธารณูปโภค อาทิ ถนนที่ได้รับการลาดยางเรียบ มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ ระบบแสงสว่างและไฟฟ้ากำลังสม่ำเสมอ การใช้งานและระบบสื่อสารที่สามารถติดต่อธุรกิจกับหน่วยงานอื่นได้อย่างรวดเร็ว

6. กฎหมายที่เกี่ยวข้องหรือจริยวัตรศาสนา ตลอดจนข้อบังคับทางศาสนา กฎของสังคมหรือข้อบังคับจากพระราชบัญญัติผังเมืองและเทศบัญญัติ ซึ่งควบคุมการใช้ที่ดินตลอดจนการออกแบบอาคารสิ่งก่อสร้างในพื้นที่เกี่ยวข้อง

นอกจากจะพิจารณาดำแหน่งที่ตั้งของกิจการค้า พาณิชนยกรรมแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงแนวความคิดเกี่ยวกับอาณาเขตตลาดและบริเวณใต้อาณัติ (hinterland) เนื่องบริเวณใต้อาณัติของเมืองหนึ่ง หมายถึง บริเวณที่แหล่งศูนย์กลางหนึ่ง ๆ ครอบงำเมืองอื่น โดยทั่วไปบริเวณดังกล่าวหมายถึงบริเวณที่อยู่ในอิทธิพล ขอบเขตของเมือง อาณาเขตตลาด และบริเวณบริวาร และเหมือนกับที่จุดกระจายสินค้ามักตั้งอยู่ใกล้กับศูนย์กลางของอาณาเขตตลาดของมัน เมืองก็มักจะตั้งใกล้ศูนย์กลางของภูมิภาคที่เมืองนั้น ๆ ครอบงำหรือให้บริการอยู่ อิทธิพลของเมืองจะลดลงเมื่อบริเวณใต้อาณัติอยู่

ห่างจากจุดศูนย์กลาง อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งอาจมีประโยชน์ที่จะวัดขอบเขตบริเวณใต้อาณัติของเมืองแยกออกจากอาณาเขตตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ

การศึกษาหลังจากนั้นของ Berry กับ Parr ในปี 1988 (Brian Berry, John B. Parr: 1988) ได้กำหนดกฎเกณฑ์กว้าง ๆ บางประการ คือ

1. สัดส่วนของผู้บริโภคที่จับจ่ายที่แหล่งศูนย์กลางหนึ่ง ๆ จะผันแปรผกผันกับระยะทางจากบริเวณศูนย์กลางการค้า
2. สัดส่วนของผู้บริโภคผันแปรกับขนาดของบริเวณศูนย์กลางการค้า
3. ระยะทางที่ผู้บริโภคจะยอมเดินทางผันแปรกับประเภทที่แตกต่างกันของผลิตภัณฑ์
4. แรงดึงดูดของบริเวณศูนย์กลางการค้าจะถูกกระทบ โดยธรรมชาติ จากบริเวณศูนย์กลางการค้าที่เป็นคู่แข่ง

จากกฎเกณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าสองข้อแรกที่ว่า สัดส่วนของผู้บริโภคลดลงกับระยะทางและเพิ่มขึ้นกับขนาดของบริเวณศูนย์กลางการค้า สอดคล้องกับกฎของแรงดึงดูด (law of gravitational attraction) ซึ่งเป็นกฎแรงดึงดูดการค้าปลีกของ Reilly (Reilly's Law of Retail Gravitation) นั่นคือเป็นการกำหนดขอบเขตของบริเวณใต้อาณัติของเมืองหนึ่ง ๆ อาจสรุปกฎนี้ได้อย่างง่าย ๆ ได้ว่า โดยธรรมชาติแล้ว ปัจจัยที่จะทำให้ซื้อของที่ศูนย์กลาง A จะเพิ่มขึ้นเมื่อขนาดของ A ใหญ่ขึ้น และจะลดลงเมื่อระยะทางยกกำลังสองระหว่างผู้บริโภคกับศูนย์กลาง A เพิ่มขึ้น กฎของ Reilly ระบุว่า จุดที่การค้าระหว่างสองเมืองเท่ากันคือ จุดที่สัดส่วนของระยะทางยกกำลังสองเท่ากับสัดส่วนของประชากร ถึงแม้ว่ากฎของ Reilly จะค่อนข้างเก่า แต่ก็ยังเป็นพื้นฐานให้กับเทคนิคใหม่ๆที่จะใช้วัดขอบเขตของอิทธิพล อย่างไรก็ตาม กฎของ Reilly แม้ว่าจะใช้อย่างกว้างขวางในการหาอาณาเขตตลาดของการค้าปลีก แต่ก็มีจุดบกพร่องหลายประการคือ (1) ไม่ได้แสดงแรงดึงดูดของตลาดก่อนและหลังเส้นแบ่งเขต ในข้อเท็จจริง อิทธิพลของจุดศูนย์กลางจะลดลงกับระยะทางและบริเวณใต้อาณัติอาจเหลื่อมล้ำกัน (2) ตัววัดระยะทางหนึ่ง ๆ อาจไม่ใช่ตัวเดียวกันที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเพื่อจับจ่ายซื้อของทุก ๆ ประเภท และ (3) เวลาและต้นทุนการเดินทางอาจเหมาะสมกว่าระยะทาง

สรุปได้ว่าทฤษฎีแหล่งที่ตั้งทางเศรษฐกิจเป็นส่วนสำคัญในด้านที่จะกำหนดหรือเลือกอาณาบริเวณสำหรับเป็นแหล่งกำเนิดแนวโน้มในการพัฒนา เพราะทฤษฎีแหล่งที่ตั้งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวิวัฒนาการโครงสร้างของศูนย์กลางเมือง นอกจากนี้แหล่งที่ตั้งของอุตสาหกรรมยังมีความสัมพันธ์กับการประหยัดภายนอกของการรวมตัวกันในแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมและความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมชนิดต่าง ๆ กล่าวคือ การประหยัดภายนอกจากการรวมตัวกันในแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมและความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม จะนำมาซึ่งผลที่ได้ทางด้านแหล่งที่ตั้งอันจะมีผลในด้านลดการเคลื่อนย้ายของอุตสาหกรรมในทางที่ไม่เป็นผลดีต่อการพัฒนา(เอกจิต วงศ์ศุภชาติกุล ,2523.กรุงเทพฯหน้า 65-66)



## 2.5 ทฤษฎีและแนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์

### 2.5.1 แนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอรรถิพลและการลงทุน

#### 2.5.1.1 ผลกระทบภายนอก(Externality)

เมื่อเกิดการรวมตัวเป็นเมือง และขยายตัวเพิ่มขึ้น ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในต้นทุน ความชำนาญในการผลิต และการประหยัดจากขนาดจะยังคงทำงานและส่งผลให้เมืองขยายตัว แต่การประหยัดจากการรวมตัวกันจะเป็นตัวที่ช่วยดำรงความก้าวหน้าของกระบวนการเอาไว้ การประหยัดจากการรวมตัวกันเน้นไปที่ความตั้งใจและผลประโยชน์หรือความใกล้ชิดในการติดต่อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความคงทนถาวรด้วยตัวเอง ผลกระทบภายนอก (Externalities) มีความสำคัญต่อทั้ง หน่วยธุรกิจและครัวเรือน กล่าวคือ การรวมตัวกันที่ประสบความสำเร็จจะดึงดูดการรวมตัวกันมากขึ้น ของหน่วยธุรกิจ ครัวเรือน และรัฐบาล ซึ่งก็จะนำไปสู่การรวมตัวที่มากขึ้นอีก ผลประโยชน์ของการประหยัดจากการรวมตัวกันมาจากการให้บริการสาธารณะด้วยต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเมือง มักเป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรม ความรู้ การเป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรม ผลประโยชน์จากการรวมตัวกันของครัวเรือนได้รับการส่งเสริมโดยความได้เปรียบทางวัฒนธรรมและทางการศึกษาของเมือง และครัวเรือนในทางกลับกันมีส่วนช่วยให้เกิดความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม ซึ่งจำเป็น ต่อการรวมตัวกันของหน่วยธุรกิจและอุตสาหกรรม

#### 2.5.1.2 การประหยัดจากขนาด (Economies of Scale)

Adam Smith (Berry Berman :p.220) ก็ได้คำนึงถึงความสำคัญของการประหยัด จากขนาดที่มีต่อการดำเนินการของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยกล่าวไว้ว่าการประหยัดจากขนาดจะมี ผลต่อความสามารถอยู่รอด และการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การประหยัดจากขนาดเป็นข้อ ได้เปรียบภายในหน่วยผลิตหนึ่ง ๆ นั่นคือ การประหยัดจากการรวมตัวกัน(ทางพื้นที่) ซึ่งเป็นความ ได้เปรียบที่เกิดขึ้นเนื่องจากมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลาย ๆ ชนิดรวมตัวอยู่ในบริเวณเดียวกัน โดยกิจ กรรมเหล่านั้นสนับสนุนซึ่งกันและกัน หมายความว่า กิจกรรมที่ต้องการการประหยัดจากการรวมตัว กันจำเป็นต้องเลือกที่ตั้งกิจกรรมในสถานที่ที่มีการประหยัดจากการรวมตัวกันปรากฏอยู่ เพราะไม่อาจ แบ่งแยกเอาความได้เปรียบดังกล่าวนี้ออกมาได้ เช่นเดียวกับการที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่อาจแบ่ง แยกความได้เปรียบของการประหยัดจากขนาดออกเป็นส่วนย่อย ๆ ได้ ดังนั้นการเลือกที่ตั้งของกิจ กรรมทางเศรษฐกิจบางอย่างจึงจำกัดอยู่ที่สถานที่ตั้งบางแห่งเท่านั้น

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค อธิบายหน่วยการผลิตของหน่วยธุรกิจหนึ่ง ๆ จะ แสดงถึงการประหยัดจากขนาด เมื่อการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิตก่อให้เกิดผล ผลิตมากกว่าสัดส่วนนั้น ๆ ซึ่งก็จะแสดงได้ด้วยต้นทุนรวมเฉลี่ยระยะยาวลดลง เมื่อมีการประหยัดจาก ขนาดที่ระดับผลผลิตหนึ่ง ๆ และจะเกิดการไม่ประหยัดจากขนาดเมื่อต้นทุนดังกล่าวสูงขึ้น โดยราคา ของปัจจัยการผลิตทุกอย่างคงที่ มีความแตกต่างกันเล็กน้อย ระหว่างการประหยัดจากการรวมตัวกันภายใน กับ การประหยัดจากขนาด (economies of scale) โดยการประหยัดจากขนาด หมายถึง การ ประหยัดในต้นทุนต่อหน่วยที่ธุรกิจได้รับเมื่อเพิ่มปริมาณผลผลิต โดยมีอิสระที่จะเพิ่มปัจจัยตัวใดตัว หนึ่งหรือทุกตัวก็ได้ แต่ถ้าหน่วยธุรกิจหนึ่งลดต้นทุนเฉลี่ยลงโดยการจัดตั้งโรงงานแห่งที่สองหรือที่

สามในบริเวณซึ่งไม่เคยมีมาก่อน ก็จะได้รับผลกระทบจากการรวมตัวกันภายใน ซึ่งเป็นการประหยัด ในต้นทุนที่เกิดจากการเลือกที่ตั้ง หรือการขยายกิจการในบริเวณที่ติดกับกิจการเดิมที่มีอยู่ นั่นก็หมายความว่า มีลักษณะของพื้นที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

การประหยัดจากขนาดมีส่วนอย่างมากต่อการรวมตัวกันทางพื้นที่ (spatial concentration) เพราะถ้าไม่มีการประหยัดจากขนาดแล้ว การผลิตจะสามารถดำเนินการได้ด้วยขนาดที่จำกัดหนึ่ง ๆ เท่านั้น และมักตั้งจะอยู่ใกล้กับบริเวณที่บริโภคสินค้านั้น ๆ เพื่อประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง ภายใต้เงื่อนไขเหล่านี้ ประชากรและการผลิตมีแนวโน้มที่จะกระจายตัวอย่างค่อนข้างสม่ำเสมอทั่วบริเวณ แต่โอกาสดังกล่าวค่อนข้างยาก เป็นผลมาจากการปรากฏอยู่ของการประหยัดจากขนาดทั้งสองมีผลให้เกิดการรวมตัวกันทางพื้นที่ของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งก็คือ ระบบเศรษฐกิจเมืองนั่นเอง ดังนั้น การปรากฏอยู่ของความชำนาญทางการผลิตและการประหยัดจากขนาด จึงเป็นพื้นฐานของโอกาสทางการผลิตจำนวนมากของเมือง ความชำนาญทางการผลิตและการประหยัดจากขนาด สนับสนุนตลาดของสินค้าและบริการที่อาจจะไม่สามารถหากำไรได้ อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยที่จะลดและจำกัดการรวมตัวเป็นเมืองและการพัฒนาเมือง ในบรรดาปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดก็คือ ความจำกัดของทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ ซึ่งมักจะจำกัดการรวมตัวเป็นเมืองและอัตราการขยายตัวของเมือง

### 2.5.1.3 ความต้องการด้านสาธารณูปโภค

การรวมตัวเป็นเมืองก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางด้านอุปทาน (Supply-side phenomenon) ซึ่งเป็นส่วนผสมของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านต้นทุน ความชำนาญเฉพาะอย่างทางการผลิต และการประหยัดจากขนาด การรวมตัวเป็นเมืองที่เริ่มจากการผลิต (production-initiated urbanization) แตกต่างอย่างมากจากการรวมตัวเป็นเมืองที่เริ่มจากอุปสงค์ (demand-initiated urbanization) ซึ่งมีที่มาจากเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ตลาดภายในท้องถิ่น หรืออาจถูกกระตุ้นจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในต้นทุนด้วยเหตุผลที่หลากหลาย อาทิเช่น การมีขนส่งที่มีประสิทธิภาพและไวใจได้ ความสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ บรรยากาศดี และกำลังแรงงานที่มีประสิทธิภาพและความหลากหลาย

สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่มีส่วนเพิ่มอุปสงค์นั้นคือ การอพยพเข้าอย่างอัตโนมัติ ซึ่งมีความสัมพันธ์เล็กน้อยกับโอกาสทางเศรษฐกิจที่มีเสนอบริการในชุมชนเฉพาะแห่ง แต่การอพยพเข้านี้ถูกกระทบโดยปัจจัยดัน (push factors) และปัจจัยดึง (pull factors) สิ่งเหล่านี้เป็นการกระตุ้นแรกเริ่มของการรวมตัวเป็นเมือง โดยผ่านทาง การขยายตัวของประชากร และรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นในโอกาสของการจ้างงาน กำลังแรงงาน ประชากร และที่ควบคู่กันคือความหนาแน่น

การใช้ที่ดินในเมืองมักนำไปสู่การขยายตัวของชานเมืองและการเกิดขึ้นของเมืองบริวาร โดยเฉพาะด้านของต้นทุนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) การพัฒนาชุมชนที่อยู่อาศัยที่มีความหนาแน่นน้อยมีค่าใช้จ่ายด้านทรัพยากรสูงกว่าโดยเปรียบเทียบต่อหน่วยที่อยู่อาศัยที่สร้างขึ้น 2) ต้นทุนต่อหน่วยของการติดตั้งและดำเนินการท่อระบายน้ำ ท่อประปา สายไฟฟ้า และระบบโทรศัพท์สำหรับชุมชนที่มีความหนาแน่นน้อยจะสูงกว่า เนื่องจากต้องครอบคลุมระยะทางที่ยาวขึ้น 3) ค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นสำหรับถนนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่งอื่น ๆ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับประชากรในชุมชนแบบนี้ 4) มลพิษทางอากาศโดยรวมจากรถยนต์อาจจะสูงขึ้นในชุมชนแบบนี้ เพราะระยะทางที่ไกลขึ้นระหว่าง

ที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานทำให้มีความจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวมากขึ้น แม้ว่า มลพิษทางอากาศต่อพื้นที่จะต่ำกว่าเนื่องจากการใช้รถยนต์กระจายไปในพื้นที่ที่กว้างกว่าก็ตาม ขณะเดียวกันก็จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมทางด้านพลังงานสูงขึ้น จากผลของการใช้รถยนต์ส่วนตัวมากขึ้น

#### 2.5.1.4 ความสัมพันธ์ของธุรกิจต่อการใช้ประโยชน์ที่ดิน

อุปทานและอุปสงค์ของการใช้ประโยชน์ที่ดินส่งผลกระทบต่อกันและกัน ทำให้เมืองขยายตัว โดยต่างเป็นแรงกระตุ้นและเสริมซึ่งกันและกัน จะเห็นได้ว่าห้างสรรพสินค้าหรือบริการสาธารณะหนึ่งที่ต้องให้บริการประชากรในเมืองทั้งหมดจะถูกดึงให้เข้าสู่ศูนย์กลาง เพราะเป็นจุดที่ลูกค้าจากทุกๆ ส่วนของเมืองสามารถเดินทางมาถึงได้ ด้วยต้นทุนทั้งทางด้านเงินและเวลาที่ต่ำที่สุดสำหรับกิจกรรมในเมืองบางประเภท ที่ส่วนใหญ่ของตลาดหรือแหล่งปัจจัยการผลิตหรือทั้งสองอย่างอยู่นอกเมือง ที่ตั้งที่ดีที่สุดในกรณีนี้ค่านึงถึงต้นทุนค่าขนส่งก็คือ บริเวณที่ใกล้กับจุดให้บริการขนส่งภายในเมือง เช่น รถไฟ รถบรรทุก ท่าเรือ สนามบิน ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของสินค้าหรือปัจจัยการผลิตที่ต้องขนส่ง สถานที่ที่ตั้งดังกล่าวไม่จำเป็นและมักจะไม่ใช่ที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงบริเวณเมืองทั้งหมดได้ดีที่สุด

ในบริเวณเมือง ความหนาแน่นของการใช้ที่ดินและการอยู่ใกล้ของกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ทำให้มูลค่าของที่ตั้งหนึ่งๆ ขึ้นอยู่สิ่งแวดล้อมรอบๆ อย่างมาก กิจกรรมในเมืองส่วนใหญ่มีความอ่อนไหวกับสิ่งรอบข้างระดับหนึ่ง และจะกระทบกับค่าเช่าที่ประมูลสำหรับที่ตั้งแต่ละแห่ง และที่สำคัญนั้นคือ ผลตอบแทนจากที่ดินที่คาดหมายในอนาคตอาจแตกต่างกันอย่างมากจากที่ได้รับในปัจจุบัน โดยเฉพาะบริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินอย่างรุนแรง ทั้งในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเกิดในอนาคต ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันในบริเวณชานเมือง ที่มีการเปลี่ยนจากที่ดินทางการเกษตรเป็นที่อยู่อาศัยหรืออุตสาหกรรม นอกจากนี้โดยปกติแล้วราคาที่ดินถูกกำหนดบางส่วนโดยสิ่งก่อสร้างและการปรับปรุงคุณภาพอื่น ๆ ที่มีอยู่บนที่ดินนั้น ๆ เนื่องจากสิ่งก่อสร้างเหล่านี้มักคงทนและยากที่จะเคลื่อนย้าย ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพอาจเป็นส่วนใหญ่ของมูลค่าที่ดินนั้นๆ จึงเป็นการยากที่จะประเมินเฉพาะราคาที่ดินเพียงอย่างเดียว ในบางครั้งการปรับปรุงคุณภาพอาจมีค่าเป็นลบได้โดยเฉพาะเมื่อมีสิ่งก่อสร้างที่ล้าสมัยอยู่ ซึ่งเป็นปัญหาที่ค่อนข้างรุนแรงที่เกิดขึ้นในเมืองอยู่ในปัจจุบัน

#### 2.5.2 แนวความคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์

ปัจจุบันแนวความคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญ และแพร่ขยายออกเป็นวงกว้าง ซึ่งได้ส่งผลเป็นวัฏจักรต่อเนื่องโดยนำไปสู่การเปิดพรมแดนของประเทศต่าง ๆ และทำให้เกิดการรวมกลุ่มของประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจโลกและการเติบโตของเมือง

Kiely and Marflect (1988) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญโดยแนวความคิดนี้ คือ การที่แนวความคิด สังคม วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง และเศรษฐกิจได้ใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์กัน หรืออาจหมายถึงการที่โลกเป็นแหล่งรวมของแนวความคิด ผลผลิตต่าง ๆ ซึ่งสามารถเคลื่อนที่ไปได้ทุกแห่งในเวลาเดียวกัน รวมถึงนวัตกรรมใหม่ ๆ ขยายไปทั่วโลก ดังนั้นกระบวนการโลกาภิวัตน์ คือ การสร้างโลกเป็นหนึ่งเดียวกัน หรือเป็นพื้นที่เดียวกันโดยปราศจากพรมแดน

สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยร่วมกับกรมการผังเมืองและกรมการพัฒนาชุมชน (2540) ได้เสนอว่า กระบวนการโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ จะมุ่งเน้นการขยายตัวทางด้านการค้าและการลงทุนรวมถึงการเพิ่มโอกาสของการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ เงินทุน แรงงานและเทคโนโลยี โดยผลของกระบวนการโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการแพร่กระจายของอุตสาหกรรม และการบริการระหว่างประเทศ ผลที่ตามมาคือ บริษัทข้ามชาติและการลงทุนจากต่างประเทศจะเข้ามามีบทบาทในการเมืองมากขึ้น

สรุปได้ว่า โลกาภิวัตน์ หมายถึงการทำให้โลกเป็นหนึ่งเดียวกันหรือโลกไร้พรมแดน ประเทศต่าง ๆ จะมีแนวความคิดทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง และการปกครอง และเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกัน จนเป็นแนวความคิดที่ทำให้โลกกลายเป็นตลาดเดียวที่รวมแนวความคิด สินค้า และบริการต่าง ๆ ไว้ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลในการเคลื่อนย้ายไปทุกแห่ง แนวความคิดนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นประมาณปี พ.ศ.2539 จนถึงปี พ.ศ.2543 อิทธิพลของโลกาภิวัตน์มีการแพร่ขยายมากกว่าในอดีต และการที่โลกเข้าสู่กระบวนการโลกาภิวัตน์ ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Malcolm Water, 1995:65-95) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้โลกถูกผูกมัดเข้าด้วยกันในทางเศรษฐกิจก่อให้เกิด 1) การพัฒนาการขนส่งและเครือข่ายการติดต่อสื่อสารซึ่งเชื่อมส่วนต่าง ๆ ของโลกเข้าด้วยกัน 2) การค้าที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งตามมาด้วยลักษณะการพึ่งพากัน โดยเฉพาะยุโรปตะวันตกกับส่วนอื่น 3) มีกระแสการเคลื่อนย้ายทุนขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนโดยตรงจากบริษัทยุโรปในประเทศกำลังพัฒนา ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของโลกนั้นมีหลายวิธี ได้แก่ การค้า การลงทุน การผลิต ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และการแลกเปลี่ยนทางการเงิน

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากกระบวนการโลกาภิวัตน์ (วรวิทย์ เจริญเลิศ, 2538:91-97) มีลักษณะสำคัญดังนี้

1. การขยายตัวอย่างรวดเร็วของการค้าระหว่างประเทศ ทั้งตลาดสินค้าอุตสาหกรรมและบริการ ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและขยายตัวในอัตราสูงกว่าการเติบโตของเศรษฐกิจโลก มีการเร่งรัดพัฒนาอุตสาหกรรมผ่านการผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจโลก เช่น การเปิดตลาด การพัฒนาอุตสาหกรรมส่งออก และนโยบายแข่งขันเสรี ทำให้ตลาดส่วนต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของตลาดโลกที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบและเสียเปรียบจากนโยบายปกป้องหรือการผูกขาดทางเศรษฐกิจภายในประเทศนั้น

2. การพัฒนาเทคโนโลยีของระบบแรงงานสัมพันธ์ ภายใต้ระบบการแข่งขันที่อาศัยความยืดหยุ่นสูง การพัฒนาระบบการฝึกอบรม ยกกระตือรือร้นการศึกษาและทักษะแรงงาน การสร้างความสนใจ การมีส่วนร่วมของคณงานและสหภาพ การสร้างความมั่นคงในงานเป็นมิติใหม่ของระบบแรงงานสัมพันธ์

3. โลกาภิวัตน์ทางด้านการเงิน เนื่องจากในปัจจุบันสาขาการเงิน ตลาดหุ้นในประเทศต่าง ๆ ถูกโยงเข้าด้วยกันผ่านการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้การลงทุนเพื่อการเก็งกำไรเข้ามามีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งอาจกระทบการผลิตได้ การควบคุมการไหลเข้าออกของเงินรัฐบาลทำได้ยาก ซึ่งเป็นที่มาของความไม่แน่นอนในระบบเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นควบคู่กับโลกาภิวัตน์ (สุริชัย หวันแก้ว :65-66) นอกเหนือจากระบบตลาดเสรี ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวที่ไร้พรมแดน ผลกระทบที่เกิดขึ้นในทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการที่เศรษฐกิจขับเคลื่อนโดยตลาดเสรีมีหลายด้านที่ซับซ้อน ซึ่งได้แก่ การขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีกลไกตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน มิติเศรษฐกิจและการค้าพาณิชย์เป็นตัวนำ ส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่ไม่เป็นธรรม และก่อปัญหาสภาพแวดล้อมมากขึ้น รวมทั้งช่องว่างระหว่างกลุ่มทางสังคม ซึ่งได้แก่ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม การขยายตัวของช่องว่างมีมากขึ้น ทั้งระหว่างภูมิภาคและระหว่างกลุ่มสังคม โครงสร้างและกระบวนการพัฒนาเช่นนี้ทำให้เกิดแรงผลักดันให้เกิดการอพยพเคลื่อนย้ายแรงงาน ทั้งภายในประเทศเองและระหว่างประเทศ ทั้งที่เป็นแรงงานที่มีเอกสารถูกต้องตามกฎหมายและเป็นแรงงานนอกรอบของกฎหมาย และปัญหาความยุติธรรมทางสังคมและสิทธิมนุษยชน

แนวความคิดของกระบวนการโลกาภิวัตน์จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โลกเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน เกิดการรวมตัวกันทางด้านเศรษฐกิจ มีการข้ามพรมแดนระหว่างภูมิภาค มีความเชื่อมโยงกัน โดยมีสาเหตุมาจากการพัฒนาการขนส่ง การติดต่อสื่อสาร การค้าและการเคลื่อนย้ายทุนระหว่างประเทศซึ่งมีบรรษัทข้ามชาติและองค์การระหว่างประเทศ ผลของกระบวนการโลกาภิวัตน์ที่มีต่อประเทศไทยและทิศทางการรวมกลุ่มทางภูมิภาคจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยประเทศไทยยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจโดยมีความสัมพันธ์กับการลงทุนโครงการต่างชาติ ซึ่งจากการร่วมมือกันนี้เองนำไปสู่โอกาสทางการเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองขนาดใหญ่ และประเทศไทยต่อไป

### 2.5.3 นโยบายการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

ทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ เนื่องจากการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศนั้นมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก ประเทศที่กำลังพัฒนาจำเป็นต้องมีการลงทุนจากต่างประเทศ เนื่องจากเงินออมภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของภาคธุรกิจและภาครัฐ ดังนั้นเพื่อสนับสนุนการเติบโตของระบบเศรษฐกิจจำเป็นต้องพึ่งพาการลงทุนจากต่างประเทศ อีกทั้งการค้าระหว่างประเทศทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน การค้าระหว่างประเทศเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมานานการโดยมีปัจจัยทางด้านอุปทานและอุปสงค์ โดยมีทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศหลายยุคหลายสมัย โดยในการศึกษาทฤษฎีและนโยบายการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศดังกล่าวต่อไป

การค้ากับต่างประเทศทำให้ประเทศที่ค้าขายกันสามารถบริโภคสินค้าทุกชนิดได้มากกว่าที่เคยทำได้เมื่อก่อนการค้า คือ การค้าจะขยายขอบเขตของความเป็นไปได้ทางการบริโภคให้กว้างขวางเลยขอบเขตความเป็นไปได้ทางการผลิต นอกจากนี้การค้ากับต่างประเทศยังก่อให้เกิดผลกระทบสู่ภายนอก (Economics externalities) ที่เป็นคุณประโยชน์ทำให้ขอบเขตของความเป็นไปได้ทางการผลิตขยายตัว และการค้าเป็นผลเสมือนกับการที่ปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ (อุคม เกิดพิบูลย์, 2543:44-58) โดยในระยะแรกผลของความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันต้นเหตุนี้

มีความสำคัญมากกว่าการเพิ่มปริมาณของปัจจัยการผลิต ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้ปัจจัยการผลิตแต่ละหน่วยที่เรามีอยู่มีความสามารถในการก่อให้เกิดผลผลิตมากขึ้น (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2539 :111)

ในการลงทุนจากต่างประเทศ มีหลากหลายทฤษฎี ที่พยายามอธิบายถึงความได้เปรียบเสียเปรียบในการลงทุนของต่างชาติ อาทิ ความรู้ การบริหาร การตลาด เทคโนโลยีทันสมัย รวมถึงความเชื่อมโยงในการลงทุนจากต่างประเทศที่มองถึงสิ่งที่เป็นแรงดึงดูดต่อการลงทุนนั้นคือ ทรัพยากรในประเทศนั้น แรงงานที่มีราคาถูก และการลงทุนเพื่อสร้างอำนาจในการผูกขาด รวมถึงความเชื่อมโยงในด้านทิศทางการค้า แสดงให้เห็นว่าการลงทุนจากต่างประเทศเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการแบ่งงาน (Division of Labor) ระหว่างประเทศตาม Comparative Advantage สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนจากต่างประเทศ ในอดีตมีปัจจัยที่สำคัญคือ ปัจจัยการตลาด ค่าแรงที่ต่ำ และมีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และปัจจัยอื่น ๆ เช่น นโยบายและทัศนคติของรัฐบาลต่อนักลงทุนต่างชาติ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากรัฐบาล และเสถียรภาพของรัฐบาล โครงสร้างภาษีและนโยบายเกี่ยวกับการค้า และอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์หรือสถานที่ตั้งมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์และนโยบาย โดยที่ปัจจัยหลักทางเศรษฐศาสตร์ คือ ขนาดของตลาดท้องถิ่น ระยะเวลาการขนส่งทรัพยากรต่าง ๆ ราคาปัจจัยการผลิต คุณภาพและผลผลิตของแรงงาน การขนส่งระหว่างประเทศ และต้นทุนการสื่อสารต่าง ๆ

นโยบายการค้าที่เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศซึ่งหมายถึง นโยบายที่ใช้มาตรการทางการค้าเป็นเครื่องมือและมีกลไกการทำงานโดยผ่านกระบวนการการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการผลิตและการบริโภคในประเทศที่เกี่ยวข้อง (อุดม เกิดพิบูลย์, 2543:124) นโยบายการค้าระหว่างประเทศ แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ นโยบายการค้าเสรี และนโยบายคุ้มกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่านโยบายการค้าและการลงทุนมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ เป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การขยายการลงทุนเพื่อขยายการผลิตในสาขาต่าง ๆ เพื่อป้อนสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศ เกิดการพัฒนาและการถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า ปริมาณการค้าที่เพิ่มมากขึ้นทำให้รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้น สร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศชาติและประชาชน นอกจากนี้การค้าระหว่างประเทศ ยังใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของไทย เพราะการพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของประเทศ จะต้องยึดหลักปรัชญาทางเศรษฐกิจพอเพียงที่ยึดทางสายกลาง ความสมดุลพอดี รู้จักพอประมาณอย่างมีเหตุผล เป็นพื้นฐานการพัฒนาและเป็นหลักสร้างภูมิคุ้มกันให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกตามแนวเศรษฐกิจยุคใหม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างสมดุลด้วยคุณภาพ โดยให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ

## 2.6 การควบคุมดูแลธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่

### 2.6.1 การควบคุมดูแลธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในต่างประเทศ

ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างมาก และอิทธิพลที่เกิดขึ้นส่งผลต่อผู้ประกอบการรายย่อย สิ่งเหล่านี้มิได้เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยดังที่กล่าวมาแล้วในช่วงแรก หากแต่ได้เกิดขึ้นในทุกประเทศที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เหล่านี้ได้เปิดดำเนินการ ซึ่งแต่ละประเทศทราบถึงผล และอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อร้านค้าปลีกรายย่อยของเมืองเป็นอย่างดี และได้มีการออกกฎหมายทางด้านการค้าปลีกมาควบคุม เพื่อดูแลและป้องกันมิให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สร้างผลกระทบต่อร้านค้าย่อย เช่นที่เกิดในประเทศไทยขณะนี้ โดยในแต่ละประเทศมีการคุ้มครองผู้ค้าปลีกรายย่อยในรูปแบบที่ต่างกันไป ซึ่งในแต่ละประเทศจะมีนโยบายหลัก 2 ประการนั่นคือการกำกับดูแลการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่และการส่งเสริม/คุ้มครองร้านค้าขนาดเล็ก การกำกับดูแลการใช้อำนาจซื้ออย่างไม่เป็นธรรมของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งการควบคุมอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินยังมีค่อนข้างน้อย ที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ดังนี้

**ประเทศฝรั่งเศส** ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เหตุผลที่สำคัญประการหนึ่งนั่นคือ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบกับการพัฒนาโครงข่ายถนน ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคนิยมเลือกไปจับจ่ายในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นอกเมืองมากขึ้น รัฐบาลได้มีกฎหมายควบคุมการค้าปลีก "Royer law" พ.ศ.2516 เพื่อควบคุมการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และมีกฎหมายเพิ่มเติมในปี 2536 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันพ่อค้ารายย่อยให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ได้โดยการจำกัดการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีคณะกรรมการที่มีอำนาจพิจารณาการออกใบอนุญาตการก่อสร้างร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่มากกว่า 1,500 ตารางเมตร ในกรณีปกติ หรือมากกว่า 1,000 ตารางเมตรในเมืองที่มีประชากรน้อยกว่า 40,000 คน และขนาดพื้นที่นี้ก็ลดลงเหลือเพียง 300 ตารางเมตร เมื่อมีการออกกฎหมายใหม่ในปี 2539 ออกกฎหมายกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าปลีกขนาดใหญ่กับผู้ค้ารายย่อยและซัพพลายเออร์เช่น กฎหมาย Loi Royer โดยกำหนดให้ห้างประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ตต้องชำระราคาสินค้าสดภายใน 30 วัน ออกกฎหมาย Loi Gallend ปี 2539 ห้ามจำหน่ายสินค้าต่ำกว่าทุน และการปฏิบัติที่แตกต่างกันระหว่างผู้จำหน่าย รวมถึงต้องมีความชัดเจนการออกใบเสร็จรับเงิน โดยมีบทลงโทษเป็นค่าปรับค่อนข้างสูงสำหรับผู้ฝ่าฝืน รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ต้องขอรับอนุมัติก่อนการก่อสร้าง การเปิดสถานบริการ และการขยายธุรกิจรวมถึงการควบคุมพื้นที่เฉพาะที่จำกัดศูนย์การค้าในเขตชานเมือง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2545:232-235)

จะเห็นได้ว่าประเทศฝรั่งเศสพยายามออกกฎหมายเพื่อปกป้องธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาดค้าปลีก ในด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินนั้นมีการควบคุมพื้นที่เฉพาะสำหรับศูนย์การค้าให้อยู่ในเขตชานเมือง

ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการออกกฎหมาย Robinson – Patman Act ในปี 2479 เพื่อแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย Clayton Act กฎหมายฉบับแก้ไขได้บัญญัติให้ผู้ผลิตจะต้องจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันแก่ผู้ค้าปลีกรายใหญ่และรายเล็กในราคาเดียวกัน การจำหน่ายสินค้าในราคาที่แตกต่างกันเป็นสิ่งผิดกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาด หากจำหน่ายในราคาที่แตกต่างกันจะต้องไม่เกินต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในการบริการแก่ผู้ค้าปลีกรายเล็กเท่านั้น เช่น ค่าใช้จ่ายในการขาย ค่าขนส่ง ฯลฯ ในบางเมืองยังมีกฎหมายราคาขั้นต่ำ ห้ามผู้ค้าปลีกจำหน่ายสินค้าบางอย่างต่ำกว่าต้นทุน บวกด้วยค่าใช้จ่ายสุทธิเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ตัดราคาขายสินค้าบางประเภทต่ำกว่าทุนเพื่อดึงดูดลูกค้าและทำลายผู้ค้าปลีกขนาดเล็ก และในบางรัฐยังกำหนดว่าหากมีการตั้งกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่แล้วจะไม่อนุญาตให้ตั้งอย่างเสรี ผู้ขอตั้งกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่จัดทำรายงานการศึกษาผลกระทบที่จะเกิดกับผู้ประกอบการค้าปลีกรายเล็กอย่างไรบ้าง เพื่อมาทำประชาพิจารณ์ ก่อนจะพิจารณาอนุญาตให้ตั้งกิจการได้ โดยผู้ขอตั้งกิจการจะต้องเสนอมาตรการป้องกันผลกระทบต่อผู้ค้าปลีกรายเล็กมาด้วย มีการเสนอเงินให้แก่สมาคมผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กเพื่อนำไปปรับปรุงให้สามารถแข่งขันกับห้างขนาดใหญ่

ในด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินนั้น มีการออกเทศบัญญัติจำกัดขนาดของห้าง เพราะห้างที่มีขนาดใหญ่เกินไปจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบการจราจรในเมือง ผู้ประกอบการต้องทำรายงานผลการศึกษาผลกระทบทั้งในเชิงสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตในชุมชน เพื่อประกอบการขออนุญาตดำเนินธุรกิจ ทั้งยังกำหนดให้มีการจัดทำประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เพื่อให้ประชาชนในชุมชนนั้นมีโอกาสแสดงความคิดเห็น

ประเทศอังกฤษ มีการออกกฎหมายควบคุมและจัดระเบียบในการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่โดยใช้ข้อบังคับในรูปแบบแผนผังเมือง (Town Planning system) มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุน พัฒนาและยกระดับการค้าปลีกขนาดเล็กในตัวเมือง (Promotion of Town centre) ให้มีการพัฒนาพื้นที่จากในเมืองก่อนและขยายความเจริญสู่พื้นที่รอบนอก เจตนารมณ์ข้อหนึ่งที่สำคัญนั้นคือ จัดระเบียบการจราจรในบริเวณที่มีห้างร้านค้าขนาดใหญ่ (Traffic Management) รวมทั้งด้านการให้บริการด้านคมนาคมและขนส่ง (Transportation and Accessibility) กฎหมายที่มีบทบาทสำคัญคือ กฎหมาย PPG 6 (Planning Policy Guidance Note 6) ซึ่งเป็นแนวทางในการออกกฎเกณฑ์เพื่อควบคุมการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีหลักเกณฑ์ประกอบการพิจารณาอนุญาตให้เปิดดำเนินการ อาทิ บริเวณนั้นมีความต้องการร้านค้าปลีกที่จะเปิดใหม่มากน้อยเพียงใด ที่ตั้งของร้านค้าปลีกจะต้องพิจารณาตามหลัก “Sequence Approach” ซึ่งกำหนดให้เปิดในบริเวณตัวเมืองก่อนและขยายไปสู่ชานเมือง และนอกเมืองตามลำดับ อีกทั้งยังต้องศึกษาผลกระทบของการเปิดให้บริการต่อผู้ประกอบการเดิมโดยรอบ และผลกระทบของสภาพแวดล้อม การเปิดให้บริการจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อจราจรมากจนเกินระดับที่ยอมรับได้

ประเทศญี่ปุ่น รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือด้านเงินอุดหนุนรายปี และระยะเวลาชำระคืนนาน 7-20 ปี ให้สิทธิประโยชน์ภาษี เช่น ภาษีท้องถิ่นอัตราต่ำ มีช่วยเหลือด้านวิชาการ เช่น ข้อมูลการค้า และการจัดการ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีมาตรการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีให้ชุมชน เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชีวิตความเป็นอยู่ประจำวันของคนในชุมชน และมี



การออกกฎหมายเฉพาะเพื่อควบคุมร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถบังคับใช้กับร้านค้าที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 500 ตารางเมตร โดยต้องขออนุญาตตั้งหรือขยายสาขาพร้อมแผนและโครงการประกอบการค้า ซึ่งใช้เวลาทั้งสิ้น 12 เดือน โดย 4 เดือนแรกจะติดประกาศสาธารณะแจ้งรายละเอียดโดยสรุปของโครงการ อีก 8 เดือนหลังจะเป็นประชาพิจารณ์โดยมีผู้เข้าร่วมประชาพิจารณ์มาจากกลุ่มผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก ผู้ประกอบวิชาชีพต่าง ๆ หอการค้าและอุตสาหกรรม ผนวกกับความเห็นของหน่วยงานปกครองท้องถิ่น สภาธุรกิจค้าปลีก หรือหน่วยงานบุคคลที่สนใจทั่วไปรวมถึงความเห็นของกระทรวงการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรม(MITI)

ประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่ จะเป็นการออกกฎหมายเพื่อปกป้องค้าปลีกรายย่อยของเมือง ปกป้องระบบการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า ควบคุมระยะเวลาการเปิด-ปิดการบริการ มากกว่าการจัดการควบคุมด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินที่มีผลจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็น เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน เดนมาร์ก ออสเตรเลีย สเปน อิตาลี ไต้หวัน เกาหลีใต้ จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น แม้ว่าหลายประเทศมีการเพิ่มความเข้มงวดกฎระเบียบในการควบคุมห้างค้าปลีกขนาดใหญ่มากขึ้น โดยเฉพาะในฝรั่งเศส อิตาลี และเบลเยียม แต่บางประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ต่างมีแนวโน้มในการผ่อนปรนกฎระเบียบที่ใช้ควบคุมร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากขึ้น เช่น ขยายเวลาเปิด-ปิด การลดขั้นตอนขออนุญาต การกำหนดระยะเวลาพิจารณาอนุมัติ เพื่อดึงดูดการลงทุนในตลาดมากขึ้นเพื่อผลประโยชน์ต่อผู้บริโภค

## 2.6.2 การควบคุมดูแลธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศไทย

ประเทศไทยไม่มีกฎหมายควบคุมและส่งเสริมธุรกิจโดยตรง กฎหมายที่ใช้เป็นการควบคุมความเหมาะสมในเชิงกายภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยและระบบผังเมือง แต่เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมการลงทุนโดยให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศซึ่งเป็นนโยบายแบบเปิดเสรี

พระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ.2518 การควบคุมส่วนใหญ่เป็นการควบคุมในลักษณะของอาคารให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ยังไม่มีมาตรการจำกัดการตั้งห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในเมืองที่เด่นชัด นอกเหนือจากนี้ การออกพระราชบัญญัติประกอบธุรกิจคนต่างด้าว 2542 มีเสรีมากขึ้น และเปิดโอกาสที่เอื้อประโยชน์ให้ชาวต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย อีกทั้งนโยบายการค้าภายในประเทศแบบเสรีทำให้ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สามารถขยายกิจการได้อย่างรวดเร็วทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ผลกระทบที่เกิดขึ้นนอกจากร้านค้าดั้งเดิม ของเมืองแล้วยังมีส่วนทำให้สภาพการจราจรแย่ลงด้วย (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2545:243-246)

กระทรวงพาณิชย์มีการเร่งใช้เครื่องมือและอำนาจในพระราชบัญญัติป้องกันการผูกขาด เพื่อมิให้เกิดการผูกขาดวงการค้าปลีกในที่สุด โดยไม่ขัดกฎระเบียบการค้าโลก โดยมีการตั้งคณะกรรมการพิจารณากฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีก ที่มีผู้เกี่ยวข้องจากทุกฝ่าย ร่วมพิจารณาผลกระทบผู้ค้าปลีกขนาดกลางและเล็ก จากการขยายตัวของค้าปลีกขนาดใหญ่ ระเบียบแรกนักกฎหมายผังเมืองและกฎหมายควบคุมอาคาร พิจารณาความเป็นไปได้ แต่ล่าสุด "ร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง" ที่มีประเด็นเกี่ยวกับมาตรการที่ใช้จัดระเบียบการค้าปลีกค้าส่งที่เป็นธรรม

ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่ง ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง รวมถึงผู้บริโภค โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือเล็ก ขณะเดียวกัน ยังครอบคลุมถึงการป้องกันแก้ไขปัญหาทางสังคมด้วย กำลังจะมีผลบังคับใช้จริงจัง หลังจากได้รับความเห็นชอบร่างกฎหมายดังกล่าวจากคณะรัฐมนตรี ที่จะพิจารณาภายในตุลาคม เจตนารมณ์สำคัญของร่างกฎหมายฉบับนี้ คือจัดระเบียบค้าปลีกค้าส่งให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจการค้าและบริการโดยรวมของประเทศ และให้ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งดำรงซึ่งการแข่งขันที่เป็นธรรม เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะและผู้บริโภค รวมทั้งสร้างโอกาสผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศ

จะเห็นได้ว่าแต่ละประเทศโดยเฉพาะประเทศที่มีศักยภาพแข่งขันสูงหลายประเทศในโลก มีการออกกฎระเบียบและมาตรการ เพื่อสนับสนุนร้านค้าปลีกขนาดกลางและเล็ก ให้แข่งขันกับต่างชาติได้ มาตรการการควบคุมร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในต่างประเทศ นอกจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วในธุรกิจค้าปลีกแล้วยังมีแนวโน้มสำคัญที่เกิดขึ้น ได้แก่ การกระจุกตัว (Concentration) ในส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ รวมทั้งการทำข้อตกลงร่วมมือธุรกิจในแนวตั้งระหว่างผู้ผลิตสินค้าและผู้ประกอบการ ก่อให้เกิดปัญหาด้านการแข่งขันในตลาดค้าปลีก นอกเหนือจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว การกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาทางด้านคมนาคมที่สะดวกสบายขึ้นจากการเชื่อมโยงพื้นที่เข้าถึงกัน ในทางตรงข้าม หากมาตรการการควบคุมมีความเข้มงวดมากเกินไปจนเกิดความจำเป็นหรือหย่อนยาน หละหลวม สังคมอาจสูญเสียผลประโยชน์เช่นกัน เช่น ผู้บริโภคอาจเสียประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดและความหลากหลาย (Economy of Scope and Scale) ที่ได้รับจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่อีกด้วย(สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย,2545:246-248)

## 2.7 เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการใช้ที่ดินในเมือง มีวิธีการและรูปแบบในการศึกษาที่แตกต่างกันไปตามลักษณะกิจกรรมพื้นที่ และลักษณะอื่น ๆ โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

กำพล สีภา (2539) ศึกษาย่านการค้าและบริการของเทศบาลเมืองขอนแก่น พบว่าการขยายตัวของย่านการค้าและบริการภายในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น มีลักษณะทิศทางการขยายตัวที่สอดคล้องกับการขยายตัวของเมือง คือ มีการขยายตัวจากใจกลางเมืองออกไปยังพื้นที่ข้างเคียง โดยใช้ถนนสายหลักของเมืองเป็นตัวกำหนดทิศทางการขยายตัวของย่านการค้าและบริการ และเขตอิทธิพลการค้าที่กว้างมีความสัมพันธ์กับการเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก เขตอิทธิพลการค้าที่แคบมีความสัมพันธ์กับการเดินทางไปใช้บริการไม่สะดวก และยังพบอีกว่าเหตุผลในการเดินทางไปใช้บริการภายในย่านการค้าและบริการโดยเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ ตั้งอยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก และสินค้าราคาถูก

เฉลิม คำแสน (2536) ได้ศึกษาพบว่าลักษณะของประชากรในพื้นที่ที่อยู่ใกล้ชิดกับย่านประกอบกิจการค้านั้นมีความสำคัญในด้านความโดดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านการค้า นั้น เช่น ในทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัยจะเอื้อโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้กับนักศึกษา นอกจากนี้ยัง

คำนึงถึงความปลอดภัยและกฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ อีกด้วย อย่างไรก็ตามความสำคัญของย่านการค้าย่อมควบคู่กับตำแหน่งทำเลที่ตั้งของย่านการค้าที่มีการคมนาคมเข้าถึงอย่างสะดวก

วีรชัย อนันต์วีเชียรและสิทธิโชค ยอดพุง (2527) ได้ทำการศึกษาอาคารห้างสรรพสินค้าสรุปได้ว่า ที่ตั้งของห้างสรรพสินค้ามี 2 ลักษณะ คือ ที่ตั้งในบริเวณเมืองและที่ตั้งในบริเวณรอบเมืองที่ตั้งบริเวณในเมืองจะอยู่ในเขตความหนาแน่นของประชากรและระดับของอิทธิพลสูงกว่าบริเวณที่ตั้งรอบเมืองและอยู่ในบริเวณที่เป็นเขตพาณิชย์กรรมทำให้มีการแข่งขันในด้านการขายสินค้าสูง ส่วนที่ตั้งบริเวณรอบเมืองจะอยู่ในบริเวณที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นบริเวณจุดสกัดกันผู้ซื้อจะเดินทางเข้ามาในบริเวณย่านใจกลางเมือง ทั้งสองลักษณะอยู่ในที่ซึ่งบริเวณใกล้เคียงกันเป็นเขตที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลางซึ่งคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของห้างสรรพสินค้านั้น ๆ

งานวิจัยที่ศึกษาถึงผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยที่ทำให้ได้แก่ โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวกันของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศไทยที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ซึ่งจัดทำโดย บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด (2542) เสนอต่อ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ งานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาผลกระทบต่อโครงสร้างของการค้าปลีกจากการขยายตัวของกลุ่มทุนค้าปลีกขนาดใหญ่อันประกอบด้วยคิสเคานส์ไตร์เป็นหลัก โดยผลการศึกษาพบว่าผลกระทบที่เกิดกับผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคได้รับผลกระทบทางด้านยอดขายที่ลดลง กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็กที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ ห้างสรรพสินค้าและธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำรายย่อยได้รับผลกระทบรองลงมา ส่วนทางด้านผลกระทบต่อผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคพอใจกับการแข่งขันกันของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั้งทางด้านราคา ความหลากหลายของสินค้า ความสะดวก และคุณภาพสินค้า นอกจากนี้การขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทำให้ซัพพลายเออร์ต้องพึงพาร้านค้าเหล่านี้เป็นช่องทางจำหน่ายมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีบทความเชิงวิชาการที่ให้มุมมองที่แตกต่างกันของคนและห้างสรรพสินค้า ได้แก่ บทความเรื่อง แลดูคนในห้างสรรพสินค้า โดย สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์ (2538) โดยในงานเขียนมีเนื้อความที่สรุปได้ว่า ห้างสรรพสินค้าเริ่มที่จะเข้ามาทดแทนตลาดแบบเดิม ร้านค้าย่อย เช่น ร้านขายของชำกำลังจะต้องปิดตัวลงเนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ได้ นอกจากนี้ยังมีร้านสะดวกซื้อที่มีสาขาล้อมรอบเมือง ทำให้พัฒนาการของระบบค้าปลีกที่เปลี่ยนแปลงไปบ่งบอกถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตสำนึกของคนจำนวนมาก งานเขียนของสมรักษ์สอดคล้องกับงานศึกษาของ ศิริวรรณ ทวีสุข (2536) ที่พบว่าคนกรุงเทพฯ นิยมไปห้างสรรพสินค้าเพื่อพักผ่อนหย่อนอารมณ์ในห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ สวนสนุก มากกว่าจะไปสวนสาธารณะ โดยสมรักษ์ให้เหตุผลของการไปพักผ่อนของผู้คนในห้างสรรพสินค้าว่าเป็นลักษณะที่เรียกว่า “ความเป็นส่วนตัวในสาธารณะ” เพราะผู้บริโภคสามารถสร้างโลกส่วนตัวระหว่างของที่จัดแสดงไว้กับตัวเองได้ ซึ่งเป็นแนวความคิดที่เกี่ยวกับสิ่งที่เรียกว่าความแปลกแยก (Alienation) ซึ่งเป็นผลผลิตมาจากการผลิตแบบอุตสาหกรรมทุนนิยม นอกจากนี้ระบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่อาศัยในเมืองเป็นปัจจัยหนึ่งที่เสริมความรู้สึกที่เป็นส่วนตัวที่แสดงบุคลิกภาพหรือความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคลได้อย่างเต็มที่

การตั้งข้อสังเกตเชิงวิเคราะห์ทางทฤษฎีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า เป็นมุมมองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นเดียวกับบทความเชิงวิชาการเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคกับร้านสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โดย สมจิตร ล้วนเจริญ (2526) สมจิตรได้อธิบายว่า เกณฑ์ประเมินของผู้บริโภคที่เลือกห้างสรรพสินค้าประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ความกว้างลึกของผลิตภัณฑ์ ราคา การโฆษณาส่งเสริมการขายรวมถึงบุคลากรในร้าน ลักษณะของร้าน และชนิดของลูกค้าด้วย ส่วนปัจจัยอีกด้านหนึ่งคือลักษณะของร้านที่ผู้บริโภคจะเลือกร้านค้าหรือจินตภาพร้านค้า โดยสมจิตรให้เหตุผลว่า ร้านค้าที่มีจินตภาพดีในสายตาผู้บริโภคแล้วย่อมจะได้เปรียบต่อการดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของต่างประเทศที่ศึกษาถึงผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อร้านค้าดั้งเดิมในเมือง แต่เป็นการศึกษาการขยายตัวของร้าน วอล-มาร์ท ในรัฐโอไฮโอ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Kenneth E. Stone (1995) จากการวิจัยพบว่าการขยายสาขาของร้าน วอล-มาร์ทได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อร้านที่ขายของเหมือนกับวอล-มาร์ท แม้แต่ร้านค้าที่อยู่ห่างออกไปก็ยังสามารถได้รับผลกระทบคือ มียอดขายที่ลดลง ส่วนร้านที่ขายของแตกต่างจากร้านวอล-มาร์ท นั้นไม่ได้รับผลกระทบ ยิ่งไปกว่านั้นถ้าร้านค้าเหล่านี้ตั้งอยู่ใกล้กับร้านวอล-มาร์ทก็จะได้รับผลพลอยได้ทางยอดขายจากผู้คนที่หลั่งไหลเข้ามาซื้อสินค้าที่วอล-มาร์ทอีกด้วย (Spill Over)

## 2.8 กรอบแนวความคิด

งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการใช้จ่ายเงินในเมือง ได้รับแนวความคิดและทฤษฎีจากการมองโดยรวมของประเทศไทย แนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นมีความเกี่ยวเนื่องและมีความสัมพันธ์กันสามารถอธิบายได้ถึงกระบวนการศึกษา โดยพิจารณาการเกิดขึ้นของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่อันเป็นผลมาจากระบบเศรษฐกิจโลก ระบบการค้าที่เปิดเสรีมากยิ่งขึ้น กระบวนการโลกาภิวัตน์ ที่ทำให้โลกมีความเป็นหนึ่งเดียวกันแนวความคิดทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมืองการปกครองและเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกัน นำไปสู่การเปิดพรมแดนของประเทศต่าง ๆ เกิดการขยายตัวทางการค้าและการลงทุน การเพิ่มโอกาสของการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน แรงงานและเทคโนโลยี และนโยบายการค้า ผลที่ตามมาอันคือ บริษัทข้ามชาติและการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจต่างชาติขยายตัวเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ในเมืองหลักต่าง ๆ อาทิเช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา หาดใหญ่-สงขลา เป็นต้น แม้ว่าได้มีการศึกษาวิจัยในเรื่องของอิทธิพลของศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้าต่อเมืองมาบ้างแล้วในระยะเวลาที่ผ่านมา แต่ปัจจุบันสถานการณ์ได้เปลี่ยนแปลงไป มีวิวัฒนาการใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย มีธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากเดิมเกิดขึ้น จึงควรได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านของการลงทุนจากต่างชาติในรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นมากมายหลายแห่งของประเทศไทยในปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะพื้นที่เมืองขนาดใหญ่ ที่เป็นศูนย์กลางความเจริญในด้านต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ ศูนย์กลางด้านการค้าและการลงทุน ศูนย์กลางการศึกษา การคมนาคม ศูนย์กลางการท่องเที่ยว เป็นต้น

การศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาผลกระทบอันเกิดจากอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อการใช้จ่ายเงินในเมือง โดยทำการศึกษาสภาพพื้นฐานทั่วไปของพื้นที่ศึกษาทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการศึกษา รวมถึงศึกษาถึงพัฒนาการการค้าปลีกธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่ ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่าง ๆ เนื่องจากการใช้

ประโยชน์ที่ดินบ่งบอกถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นเมื่อกิจกรรมการค้าของเมืองมีการเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบการใช้ที่ดินก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการจับจ่ายใช้สอยเกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ระบบเศรษฐกิจของชุมชนดั้งเดิมเกิดการเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือผลทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนผลกระทบทางด้านกายภาพ รูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่าง ๆ ในเมืองก่อนและหลังร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เกิดขึ้น

การศึกษาข้อมูลและความสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้นจะสามารถทราบถึงผลกระทบที่เกิดจากอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อการใช้ที่ดินในเมือง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาและเสนอแนวทางในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่เมือง หรือกำหนดตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสม โดยสอดคล้องกับศักยภาพและข้อจำกัดของเมือง และแนวโน้มการขยายตัวของเมือง ซึ่งส่งผลต่อการเจริญเติบโตของเมืองที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของเมืองหาดใหญ่

การศึกษาทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น กล่าวถึงร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า รวมทั้งมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มเติม แสดงให้เห็นว่าการศึกษาดังกล่าวถึงอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อการใช้ที่ดินในเมืองยังมีไม่มากนัก เนื่องจากกลุ่มทุนค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศจะเริ่มเข้ามา และเริ่มมีการตื่นตัวกันอย่างจริงจังภายหลังปี พ.ศ.2543 และได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วพร้อมกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นร้านค้าที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย งานวิจัยที่ได้ศึกษากันมาส่วนใหญ่เป็นไปในแนวทางการศึกษาพฤติกรรมการค้าจากห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า เป็นส่วนใหญ่ เน้นหนักไปทางด้านเศรษฐกิจ ในลักษณะของอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แล้วยังมีน้อย อิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นั้นต้องพิจารณาประเด็นหลักนั้นคือ ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน กิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการใช้ประโยชน์ที่ดินนั้น อาคาร การจราจร ระบบสาธารณูปโภค ด้านเศรษฐกิจ พิจารณาทางด้านผู้บริโภค ร้านค้าดั้งเดิมและด้านสังคม เป็นการศึกษาลักษณะของประชากร พฤติกรรม ประกอบเข้าด้วยกันเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของประเด็นที่กล่าวมาอันนำมาซึ่งอิทธิพลที่เกิดขึ้นในเมือง การศึกษาถึงอิทธิพลของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จำต้องอาศัยการวิเคราะห์เชื่อมโยงเพื่อให้เข้าใจอิทธิพลที่เกิดขึ้น ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย