

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นกรณีศึกษาย่านรังสิตนั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับศูนย์ชุมชนและแนวคิดที่เกี่ยวกับตลาดเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบตลาดชุมชนและเพื่อนำไปประกอบการอธิบายข้อสรุป ดังนั้นจะมีทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานสำคัญดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับศูนย์ชุมชน
- 2.2 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนภายใต้การเปลี่ยนแปลง
- 2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับตลาด
- 2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่มาของแนวคิดตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าเพื่อชุมชน
- 2.6 กรณีศึกษาตลาดชุมชนและศูนย์การค้าชุมชน

#### 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับศูนย์ชุมชน

ศูนย์ชุมชนคือการรวมกันของโครงสร้างทางสังคมโดยรูปแบบของชุมชนเป็นตัวบ่งชี้ว่า ศูนย์ชุมชนจะมีลักษณะเป็นไปในทิศทางใด แต่จำเป็นต้องมีส่วนหนึ่งที่เป็นพื้นที่ที่เกิดมาควบคู่มา กับชุมชนดังในแนวคิด “การเกิดย่านตลาดและเมืองแบบใหม่” นั้นได้กำเนิดมาจากหมู่บ้านขนาดใหญ่ที่มีวัดประจำท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง โดยมีพื้นที่สาธารณะที่ใช้เป็นตลาดเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า ในแต่ละวันหรือในวันสำคัญต่าง ๆ มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้านี้ระหว่างท้องถิ่น และเป็นตัวบ่งบอก ถึงการเป็นแหล่งชุมชนโดยจุดเด่นของชุมชนเมืองจะไปอยู่ที่ย่านตลาด ซึ่งตลาดจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างหลักของชุมชน และเปรียบเสมือนตัวเชื่อมโยงคนกับพื้นที่ศูนย์กลางชุมชนประเภทอื่น (ศรีศักร วัลลิโภดม 2544, น. 129 – 130)

ในการสร้างชุมชนใหม่จำเป็นต้องพัฒนาจากรากฐานของสังคมโดยแนวคิดของ วิทยากร เชียงกุล (ม.ป.ป.) อ้างจาก พีรธร แก้วลาย (2543) คือการสร้างจากตัวคนให้เกิดเป็น ชุมชนชนิดใหม่ โดยมองจากปัญหาจากสังคมปัจจุบันที่โดนหล่อหลอมขึ้นมาจากนโยบายภาครัฐที่ เน้นแต่เพียงด้านการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักส่งผลให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมา ส่งผลถึงการ ทำลายวิถีชีวิตและค่านิยมที่ดีงามของมนุษย์ในทุกด้านทั้งในวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ ซึ่งในการที่จะ

สร้างคนและชุมชนชนิดใหม่นั้นให้พัฒนาในทางที่ดีขึ้นจำเป็นต้องคำนึงถึงโครงสร้างพื้นฐานของชุมชนเพื่อที่จะรับมือและแก้ปัญหาที่จะเกิดกับผู้คนและชุมชนชนิดใหม่ดังนั้นสิ่งที่ชุมชนควรมีได้แก่

1. ชุมชนควรมีสถานศึกษา ที่มีปรัชญาการศึกษาแบบเสรีนิยมก้าวหน้า ส่งเสริมให้เด็กใช้จินตนาการสร้างสรรค์ หัดคิด หัดวิเคราะห์เป็น เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านร่างกายสติปัญญาและอารมณ์อย่างเหมาะสม รู้จักการแข่งขันกับตัวเอง เพื่อพัฒนาตัวเอง และเพื่อน ๆ แบบรวมหมู่ ไม่ใช่มุ่งมันแก่งแย่งแข่งขันแบบตัวใครตัวมัน ส่งเสริมให้เด็กมีความรู้เรื่องสุขภาพ ใช้ชีวิตและทักษะในการทำมาหาเลี้ยงชีพตามความถนัดอย่างเหมาะสม อีกทั้งโรงเรียนยังต้องเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และให้บริการชุมชนด้วย

2. ชุมชนควรมีสถานพยาบาล ที่มีแนวคิดแบบก้าวหน้า เน้นการป้องกันมากกว่าการรักษา สามารถให้บริการสมาชิกในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่คิดค่ารักษาพยาบาลสูงเกินไป

3. ชุมชนควรมีสถานที่ทำงาน มีอาชีพซึ่งส่งเสริมการจ้างงานต่าง ๆ อย่างหลากหลาย มีการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่เอาเปรียบลูกจ้าง พนักงาน หรือ ผู้บริโภค สถานที่ทำงานควรมีระบบการบริหารแบบประชาธิปไตย โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ และร่วมกำหนดนโยบายในการบริหาร

4. ชุมชนควรมีร้านค้าและสถานบริการที่จำเป็น ที่สมาชิกสามารถไปหาซื้อและใช้บริการได้สะดวก ในราคาไม่สูงเกินไป รวมทั้งการจัดและพัฒนาสหกรณ์ออมทรัพย์แทนระบบธนาคารพาณิชย์

5. ชุมชนควรมีวัดหรือที่ปฏิบัติธรรม มีสวนสาธารณะ มีห้องสมุด ศูนย์กีฬา ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมหรือพิพิธภัณฑ์ เพื่อการพัฒนาทางด้านร่างกาย สติปัญญา ทัศนียภาพและการรับรู้ถึงศิลปวัฒนธรรมในชุมชนของตน อาจมีการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าใช้ เพื่อให้กิจกรรมส่วนรวมเหล่านี้เกิดขึ้นและพัฒนาต่อไป เพื่อประโยชน์ของสมาชิกชุมชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน

6. ในด้านการรักษาความสงบเรียบร้อย ชุมชนควรมีคณะกรรมการบริหารชุมชนที่ได้รับเลือกตั้งจากสมาชิกชุมชน ที่ดูแลทั้งเรื่องความสงบและการบริหารอื่น ๆ มีอาสาสมัครในด้านการดูแลความสงบเรียบร้อย ที่ได้รับการคัดเลือกฝึกฝนและควบคุมดูแลโดยคณะกรรมการบริหารชุมชน เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตำรวจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ซึ่งจุดประสงค์ในการสร้างชุมชน คือเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีที่น่าพอใจ

การที่จะเกิดชุมชนในอุดมคตินั้นจำเป็นต้องเริ่มจากการพัฒนาคนในชุมชนโดยมีการสนับสนุนจากรูปแบบของพื้นที่ ที่สามารถเป็นตัวผลักดันให้คนในชุมชนพัฒนาตัวเองและการปฏิสัมพันธ์การมากขึ้นเพื่อสร้างชุมชนที่แข็งแกร่ง สามัคคีโดยที่คนในชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งคล้ายกับวิถีชุมชนสมัยก่อนการพัฒนาทุนนิยมอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้การพัฒนาชุมชนให้สำเร็จมีดังนี้

1. การให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในชุมชนมากกว่าวัตถุ
2. การให้สนับสนุนจากภาครัฐในการแก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตแบบอดีต
3. การจัดสรรพื้นที่ ที่เสริมสร้างความสัมพันธ์และการร่วมมือกันในชุมชน
4. การพัฒนาจากรากฐานของชุมชน

## 2.2 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

### 2.2.1 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ในอดีตระบบเศรษฐกิจในระดับชุมชนหมู่บ้านเป็นระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม ทั้งในด้านการผลิต การแลกเปลี่ยน การบริโภค และการแจกจ่าย เพื่อให้พอเพียงต่อการอุปโภคและบริโภคภายในครอบครัวเท่านั้น ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมผสมในลักษณะของเศรษฐกิจแบบเงินสดมากขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ ในทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการถือครองที่ดิน รายได้ หนี้สิน อาชีพต่าง ๆ และการแลกเปลี่ยนแรงงาน มีความสำคัญในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2537, น. 17-18)

นอกจากนี้ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2537, น. 78-79) ได้เสนอสมมติฐานที่ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจไว้ดังนี้

1. การลงทุนในการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของรัฐบาล เกิดผลกระทบต่อชุมชนในระดับหมู่บ้าน จากเดิมที่มีสภาพเป็นอยู่อย่างง่าย ๆ และมีเศรษฐกิจแบบยังชีพ กลายเป็นหมู่บ้านที่เป็นการผลิตเพื่อการค้า ซึ่งต้องเข้าไปผูกพันกับราคาของสินค้าระดับประเทศ และระดับโลกมากขึ้น

2. การติดต่อพึ่งพาระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบทเพิ่มขึ้น สังคมเมืองได้พัฒนาไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ จากชนบทมากขึ้น ทำให้เกษตรกรไม่เป็นเพียงเกษตรกรอีกต่อไป หากกลายเป็นเจ้าของกิจการที่นอกเหนือจากการเกษตร รวมทั้งเป็น

กรรมกรในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ผู้ที่มีทุนทรัพย์มีแนวโน้มที่จะลงทุนในการขนส่งและการค้า กลายเป็นเกษตรกรและพ่อค้า หรือเป็นพ่อค้าอย่างเดียว

3. การแพร่กระจายของระบบการค้า จะก่อให้เกิดการสะสมทุนทรัพย์ และเนื่องจากความสามารถในการสะสมทุนทรัพย์ของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากัน จึงก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน รูปแบบของทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดคือ ที่ดิน ดังนั้นแบบแผนของการถือครองที่ดินอาจนำไปสู่การแบ่งชนชั้นทางเศรษฐกิจในหมู่บ้าน

4. การปรับปรุงและพัฒนาในด้านอาชีพเกษตรกรรมเป็นผลมาจากสภาพนิเวศวิทยาของหมู่บ้าน ทั้งนี้เนื่องจากว่าเมื่อสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านได้มีการเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีการนำรายได้มาปรับปรุงความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นด้วย

## 2.2.2 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยา อธิบายความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไว้ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมนั้น เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมจะต้องอาศัยวัฒนธรรมเป็นตัวการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมจำต้องอาศัยบุคคลซึ่งเป็นผู้กระทำ เป็นตัวการทำให้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเช่นกัน (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2537, น. 24)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคมที่เป็นอยู่ เช่น การเปลี่ยนขนาดโครงสร้าง การเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบ หรือความสัมพันธ์ภายในสังคม นอกจากนี้ยังเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม อันได้แก่ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา และคุณค่าทางสังคมที่แต่ละคนยึดถือ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างสังคม ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มคน ความสัมพันธ์และสถาบัน คือ เป็นการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มตน ความเปลี่ยนแปลงในด้านนี้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในอัตราการเกิด อัตราการตาย การกระจายตัวของประชากร การอพยพเคลื่อนย้าย เพราะกลุ่มคน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อสังคมเสมอ นอกจากนี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ ความสัมพันธ์แบบปฐมภูมิมาเป็นทุติยภูมิมากขึ้น ฯลฯ ส่วนการเปลี่ยนแปลงภายในแต่ละสถาบัน ก็ได้แก่ การที่เกิดมีสถาบันต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงภายในแต่ละสถาบัน ทั้งสามส่วนที่กล่าวนี้ เป็นสิ่งที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมขึ้น (ผจญจิตต์ อุทิศมนันทะ, 2520, น. 21)

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม มองที่โครงสร้างและหน้าที่ของระบบสังคมที่ได้เปลี่ยนไป ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมมองที่วิถีชีวิต ระเบียบ แบบแผน ที่เปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งพอจะสรุป “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม” ได้ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มคน ความสัมพันธ์และสถาบัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มคน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในอัตราการเกิด อัตราการตาย การกระจายตัวของประชากร การอพยพเคลื่อนย้าย เพราะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงขนาดโครงสร้างของกลุ่มคนจะส่งผลกระทบต่อสังคมเสมอ ส่วนการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ในแบบปฐมภูมิมาเป็นแบบทุติยภูมิกันมากขึ้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงในสถาบัน ได้แก่ การเกิดของสถาบันต่าง ๆ และเกิดการเปลี่ยนแปลงภายในแต่ละสถาบัน”

ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมหมายถึง การเปลี่ยนแปลงในความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน ภาษา และการตัดสินใจในคุณค่าทางสังคมของแต่ละบุคคล

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เพราะเมื่อวัฒนธรรมในสังคมนั้น ๆ เปลี่ยนไป ทำให้แบบแผนในการดำเนินชีวิตของสมาชิกในสังคมนั้น ๆ เปลี่ยนตาม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทางสังคม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมนี้ สมาชิกในสังคมเป็นตัวกระทำที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เห็นได้จากโครงสร้างหน้าที่ของระบบสังคมที่เปลี่ยนไป ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนั้น เห็นได้จากวิถีชีวิต และระเบียบแบบแผนของสมาชิกในสังคมที่เปลี่ยนไปจากเดิม และไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นจะเป็นไปอย่างช้า ๆ หรือรวดเร็ว ล้วนส่งผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมทั้งสิ้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงนั้นอาจส่งผลให้สังคมนั้น ๆ ก้าวหน้าหรือถดถอยซึ่งอาจก่อให้เกิดประโยชน์หรือโทษก็ได้

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนภายใต้การเปลี่ยนแปลง

การพัฒนาชุมชน เป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถของประชาชนในทุก ๆ ด้าน โดยประชาชน อีกทั้งมีหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนเป็นผู้ให้การสนับสนุน

หลักการพัฒนาชุมชนที่เปรียบเทียบเสมือนแนวทางการปฏิบัติงาน และข้อกำหนดที่สำคัญ ดังนี้ (ศรีศักร วิไลภคิน และ เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2544, น. 31)

1. หลักการมีส่วนร่วม ควรมีการเสริมสร้างและส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอนของการทำงาน

2. หลักความสมดุลของการพัฒนา ควรคำนึงถึงความสมดุลของการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในลักษณะขององค์รวมเพราะเป็นที่ประจักษ์ชัดว่าการพัฒนาทั้งสามประการมีความสัมพันธ์กัน การจะเน้นด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไปเพียงใดนั้น ย่อมจะได้รับการกำหนดโดยลักษณะและความเข้มข้นของปัญหาที่แต่ละชุมชนเผชิญอยู่เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้เสียเปรียบและกลุ่มคนยากจนในชุมชนเพื่อให้พวกเขาเหล่านั้น มีความสามารถที่จะพัฒนาตนเอง ให้ดำรงชีวิตได้อย่างเท่าเทียมกับสมาชิกอื่น ๆ ในชุมชน

3. หลักการพึ่งตนเอง ควรให้ประชาชนมีอิสระในการคิด ตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาภายในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดเป็นเบื้องต้น ซึ่งหากมีโอกาสได้เรียนรู้และปฏิบัติมากขึ้น ก็จะเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่จะพึ่งตนเองให้สูงขึ้น ทักษะแบบผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครองโดยประชาชนเป็นฝ่ายรับ และถูกกำหนดฝ่ายเดียวก็จะหายไป จะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับเรื่องราวต่าง ๆ ของตนและชุมชน ตลอดจนร่วมรับผิดชอบในการพัฒนาที่มีผลต่อการดำรงชีวิต การติดต่อสัมพันธ์กับระบบอื่น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นนั้น ก็จะสามารถสร้างให้เกิดความสัมพันธ์บนพื้นฐานของความเสมอภาค มีอำนาจต่อรอง มีสิทธิมีเสียงซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ (sustainable development)

4. หลักความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ละท้องถิ่นย่อมมีขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นของตนเอง ดังนั้นการดำเนินงานพัฒนาชุมชนควรจะได้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับชุมชนนั้น ๆ

ทั้งนี้ การดำเนินงานพัฒนาชุมชนจะต้องประกอบด้วยหลักการงานที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนอย่างแท้จริง

## 2.4 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตลาด

### 2.4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดสด

ตลาดหมายถึงสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งหรือหลายสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ในบริเวณใด บริเวณหนึ่ง ที่มีทำเลเหมาะสม เป็นองค์ประกอบของพื้นที่ชุมชนที่เป็นย่านศูนย์กลาง (central place) มีหน้าที่เป็นสถานที่เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเป็นประจำ เป็นช่องทางเศรษฐกิจ การประกอบอาชีพ และการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในเขตพื้นที่ของชุมชนหนึ่งโดยในปัจจุบันพบรูปแบบตลาดอยู่ 2 รูปแบบ (เกียรติ จิวะกุล และ จาตุรนต์ วัฒนผาสุก, 2525, น. 6-7) ได้ศึกษาเรื่อง "ตลาดในกรุงเทพฯ ๔ การขยายตัวและพัฒนาการ" ได้ให้ความหมายของตลาดไว้ว่า ตลาดเป็นส่วน

หนึ่งของสังคมเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และความคิดต่าง ๆ เนื่องจากเป็นสถานที่แห่งเดียวที่ประชาชนแทบทุกชนชั้นมีส่วนร่วมในการใช้สอย ตลาดจึงสามารถสะท้อนให้เห็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและกายภาพที่ผสมผสานกันอยู่ รวมทั้งวิวัฒนาการการตั้งถิ่นฐานและการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งของกิจกรรมในพื้นที่ การจัดลำดับของตลาดตามลักษณะของสินค้า กิจกรรม ทำเลที่ตั้ง องค์ประกอบทางกายภาพ และขนาดของชุมชน ดังนี้

1. ตลาดระดับชุมชนขนาดเล็ก (ตลาดปากซอย) เป็นบริเวณการค้าที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน เช่น หน้าปากซอย มีเพียงบริเวณค้าขายเล็ก ๆ มีสินค้าจำนวนน้อย ๆ เช่น กาแฟ ขนม กับข้าว ก๋วยเตี๋ยว

2. ตลาดระดับกลุ่มชุมชน (ริมถนนสายสำคัญ) เป็นตลาดที่เป็นกิจจะลักษณะ คือ ประกอบไปด้วยอาคารตลาดสด ตึกแถว และหาบเร่แผงลอย มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย ให้ความสำคัญกับทางเข้าออก ที่จอดรถ และมีรถรับจ้าง เป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดระดับนี้มักจะตั้งอยู่ทางด้านซ้ายของถนน

3. ตลาดระดับสี่มุมเมือง เป็นตลาดที่อยู่ในย่านชานเมืองที่มีชุมชนขนาดใหญ่ตามถนนสายหลักที่สำคัญที่เชื่อมต่อกับตัวเมือง เพื่อทำหน้าที่ให้บริการแก่พื้นที่ชานเมืองในทิศต่าง ๆ ตลาดในระดับนี้จะประกอบด้วยตลาดหลาย ๆ ตลาด ตึกแถว อาคารพาณิชย์ หาบเร่แผงลอยจำนวนมาก มีสินค้าหลากหลายและมีปริมาณมาก ร้านค้าที่มีสินค้าเฉพาะจะเกาะกลุ่มกันเป็นย่าน มีการจราจรขนส่งที่คับคั่งอยู่ตลอดวัน

ตลาดสด เป็นองค์ประกอบสำคัญขั้นพื้นฐานในโครงสร้างการจัดหาบริการให้กับชุมชนเมือง ตลาดสดและชุมชนเมืองจึงเกิดขึ้นและพัฒนาควบคู่กัน บทบาทของตลาดสดนอกจากเป็นสถานที่บริการขายสินค้าประเภทอาหารสดให้กับประชาชนที่อยู่อาศัยในระยะใกล้เคียงแล้ว ยังเป็นที่รวมของผลผลิตทางการเกษตรขั้นต้นและผลผลิตที่แปรรูปแล้วจากแหล่งผลิตที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยในปัจจุบันพบรูปแบบตลาดอยู่ 2 รูปแบบ (เกียรติ จิวะกุล และ จาตุรนต์ วัฒนผาสุก, 2525, น.6-7) คือ

1. ตลาดน้ำซึ่งมีในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นเป็นตลาดสดในรูปของตลาดน้ำปรากฏโดยทั่วตามลำคลองเนื่องจากเดิมวิถีชีวิตของคนไทยในสมัยนั้นมีการใช้ลำคลองในการสัญจรเป็นหลัก ตลาดน้ำจะเปิดในเวลาเช้ามีดและมักใช้ประโยชน์จากน้ำขึ้นน้ำลง ในการล่องเรือตามหลังน้ำเพื่อเป็นการทุ่นแรง

2. ตลาดบกเป็นอาคารถาวรยกพื้นสูงแบ่งเป็นช่อง สำหรับจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสด อาหารแห้ง ผัก และผลไม้โดยรอบของตลาดหรือด้านหน้าจะมีอาคารถาวรจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค และมีร้านขายของชำแทรกอยู่ทั่วไป

#### 2.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนแผงและขนาดของตลาด

จากงานวิจัยของ เกียรติ จิระกุล และ จาตุรนต์ วัฒนผาสุก (2525) เรื่อง “ตลาดในกรุงเทพฯ ๔ การขยายตัวและพัฒนาการ” การศึกษาขนาดของตลาดในที่จะศึกษาตามจำนวนแผงที่มีอยู่ในแต่ละตลาด จากการพิจารณาตลาดทั้ง 220 ตลาด ปรากฏว่า ตลาดในเขตชั้นในมีจำนวนแผงทั้งสิ้น 18,580 แผง ในเขตชั้นกลาง 13,318 แผง และเขตชั้นนอก 1,580 แผง คิดเป็นจำนวนแผงต่อตลาดในเขตชั้นในเท่ากับ 164 แผงต่อตลาด เขตชั้นกลาง 144 แผงต่อตลาด และเขตชั้นนอกเท่ากับ 105 แผงต่อตลาด โดยอัตราเฉลี่ยของตลาดทั้งกรุงเทพฯ ๔ เท่ากับ 152.17 แผงต่อตลาด แสดงให้เห็นว่าตลาดในเขตชั้นในและเขตชั้นกลางของกรุงเทพฯ ๔ เป็นตลาดขนาดใหญ่ โดยเฉพาะเขตชั้นในมีจำนวนแผงต่อตลาดสูงกว่าอัตราค่าเฉลี่ยของจำนวนแผงต่อตลาดของกรุงเทพฯ ๔

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาขนาดของตลาดในรายละเอียดของแต่ละแผงโดยนำจำนวนตลาดทั้งหมดมาแบ่งกลุ่มตามจำนวนแผง ปรากฏว่าตลาด 220 แห่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ขนาดดังนี้

1. ตลาดขนาดใหญ่มาก ได้แก่ ตลาดที่มีแผงมากกว่า 600 แผงขึ้นไป
2. ตลาดขนาดใหญ่ ได้แก่ ตลาดที่มีแผงตั้งแต่ 300-600 แผง
3. ตลาดขนาดกลาง ได้แก่ ตลาดที่มีแผงตั้งแต่ 150-300 แผง
4. ตลาดขนาดเล็ก ได้แก่ ตลาดที่มีจำนวนแผงไม่เกิน 150 แผง

#### 2.4.3 แนวคิดตลาดกับชุมชน

ตลาด เป็นบริเวณที่กิจกรรมซื้อขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคมากมายหลายชนิดในชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชนจะบังเกิดขึ้น สินค้ามากชนิด มากราคา มากจำนวน เช่นนี้ บรรจุแทรกปรากฏลงบนพื้นที่ชุมชนโดยสินค้าเหล่านี้ต้องมีระบบ มีเหตุมีผลในการวางขายปรากฏตัวลงบนพื้นที่ เพราะเหตุว่า (เกียรติ จิระกุล และจตุรนต์ วัฒนผาสุก, 2525, น.6-7)

1. สินค้าชนิดหนึ่ง ๆ มีระดับความจำเป็นต้องใช้แตกต่างกันไป คือมีคนใช้มากใช้น้อยแตกต่างกันไป
2. สินค้าชนิดหนึ่ง ๆ มีถุกมีแผงแตกต่างกันไป จึงมีคนซื้อได้หรือไม่มีกำลังซื้อแตกต่างกันไป
3. สินค้าชนิดหนึ่ง ๆ มีอายุการใช้งานนานแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่มีอายุการเสื่อมการเสียหายเฉพาะตัว เช่น ปลาและผักจะเน่าง่าย เสียง่าย
4. สินค้าชนิดหนึ่ง ๆ มี “ความถี่” ในการใช้สอยมากน้อยแตกต่างกันไป เช่น น้ำแข็งในหน้าร้อนจะขายดี และต้องอยู่ใกล้กับสะพานบ้านของผู้บริโภค ไม่เช่นนั้นจะละลายไปเสียหมด

5. พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีคนอยู่มากอยู่น้อย หนาแน่นมากหรือเบาบางต่าง ๆ กันไป
6. พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีสภาพการเดินทางไปมาหาสู่สะดวกหรือไม่สะดวกต่างกัน
7. พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง มีการจับกลุ่มอยู่ของคนที่มีฐานะต่างกันไป กำลังซื้อ นิสัยการซื้อ การกินการอยู่ของผู้คนในแต่ละพื้นที่ จึงไม่เหมือนกัน

ด้วยเหตุอันมากมายและละเอียดอ่อนดังกล่าว ตลาดแหล่งการซื้อขายที่ปรากฏมีอยู่ในเมืองประจำอยู่ตามชุมชนทั่วไป จึงมีขนาด รูปแบบการค้า ประเภทของสินค้า และสภาพกายภาพที่ต่างกันไป ส่วนการวิเคราะห์วิจัยถึงลักษณะดังกล่าวของตลาดในแต่ละที่นั้น เป็นเรื่องละเอียดและซับซ้อน อีกทั้งแต่ละตลาดมักจะมีลักษณะเฉพาะตัว เกินที่จะกล่าวโดยทั่ว ๆ ไปได้ ดังนั้นในบท “ตลาดกับชุมชน” ซึ่งต้องการจะปูพื้นฐานของความเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ของตลาดกับพื้นที่ต่อชุมชนโดยรอบ เป็นการทั่วไป จึงใคร่จะขอแต่เพียงยกตัวอย่างสภาพกายภาพ และชีวิตตลาดของตลาดในบริเวณชานเมืองกรุงเทพฯ ๓ ตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้พอเห็นภาพและรู้สึกได้ถึงลักษณะของ “ตลาดกับชุมชน” เช่นที่กล่าวมา

โดยตลาดบริเวณชานเมืองด้านเหนือของกรุงเทพฯ ๓ มีความน่าสนใจในการศึกษาในงานวิจัยนี้เนื่องจาก

1) ลักษณะการอยู่ตามชานเมือง ในแบบ “หมู่บ้านจัดสรร” นี้ แม้จะเป็นของที่เริ่มกันมาไม่นานนัก แต่ก็ยังเป็นสภาพการกินอยู่ที่คนกรุงเทพฯ ดูจะคุ้นเคยกันดีแล้ว ลักษณะของตลาดที่เกี่ยวข้องกับชุมชนแบบชานเมืองนี้จะเป็นอย่างไรร จึงเป็นเรื่องน่าสนใจ

2) เนื่องจากชานเมืองกรุงเทพฯ ขยายตัวออกไปเรื่อย ๆ ในทุกทิศทาง พื้นที่แถบนี้เมื่อพิจารณาจากใจกลางเมืองออกไป จึงมี “ความเก่า-ความใหม่” ปรากฏออกมาให้เห็นชัดในรูปของพัฒนาการของรูปแบบชุมชนที่ต่างกัน ตลาดในพื้นที่เก่าหรือใหม่ ใกล้หรือไกลจากศูนย์กลางเมืองออกไปจะมีสภาพหรือพัฒนาการตามชุมชนแวดล้อมอย่างไร จึงเป็นเรื่องที่น่าติดตาม และการที่ได้เลือกเอาพื้นที่ชานเมืองด้านทิศเหนือของกรุงเทพฯ นั้นก็เพราะพื้นที่ทางเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ ในรอบหลายปีที่ผ่านมาประสบกับการขยายตัว และเกิดการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด เมื่อเทียบกับพื้นที่กรุงเทพฯ ในพื้นที่อื่น ๆ

ระบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายด้วยกัน หรือระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการที่ลูกค้าจะเลือกผู้ขายเป็นเจ้าประจำ คือ ความซื่อตรงของผู้ขาย รู้จักกันมาก่อน เป็นญาติมิตร อธิยาศยดี (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549 ,น. 28)

ถ้ามองในมุมของการเกิดปฏิสัมพันธ์กันในตลาดนั้น ตลาดน้ำมีการปฏิสัมพันธ์ของผู้ขายที่มีการเคลื่อนที่ของผู้ขายจึงทำให้เกิดการรู้จักกันของกลุ่มผู้ขายมากขึ้น ส่วนตลาดบกเป็น

พื้นที่ขายสินค้าที่เป็นแบบถาวรซึ่งรู้จักกันเพียงคนในพื้นที่ขายสินค้าใกล้เคียงกันหรือสินค้าชนิดเดียวกันเท่านั้นเอง

## 2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่มาของแนวคิดตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าชุมชน

เนื่องจากรูปแบบและจุดประสงค์ของตลาดเพื่อชุมชนกับศูนย์การค้าชุมชน มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันแต่ด้วยการคุณสมบัติของพื้นที่ศึกษาเหมาะสมที่จะมีตลาดเป็นส่วนเพิ่มเติมที่แตกต่างจากศูนย์การค้าชุมชนที่มีความนิยมในการเข้าไปใช้บริการในปัจจุบัน ซึ่งจะมีวรรณกรรมที่เป็นตัวบ่งบอกถึงแนวคิดและแนวโน้มของโครงการดังต่อไปนี้

### 2.5.1 แนวคิดตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าชุมชน

นพพร วิฑูรชาติ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ ได้กล่าวว่า "คอมมูนิตี้ มอลล์ เป็นรูปแบบของตลาดสด ที่มีการยกระดับการบริการ มีพื้นที่ส่วนกลาง มีระบบรักษาความปลอดภัย สะดวกสบายและจัดรูปแบบให้ทันสมัย เน้นตอบสนองวิถีชีวิตประจำวัน มีซูเปอร์มาร์เก็ต มีบริการธนาคาร ไปรษณีย์ คลินิก ร้านทำผม ขายยา โรงเรียนสอนดนตรี ทำให้มีความถี่ในการเข้าใช้ที่สูงกว่าศูนย์การค้า

สำหรับสยามฟิวเจอร์มีการจำแนกรูปแบบคอมมูนิตี้ มอลล์ ออกเป็น 4 แบบคือ

1. คอนวินีเยน เซ็นเตอร์ พื้นที่ประมาณ 1,000 ตารางเมตร มีคอนวินีเยนสโตร์เป็นแม่เหล็ก ซึ่งประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งแต่มีขนาดเล็ก จึงเน้นรูปแบบที่เป็น lifestyle มากขึ้น ซึ่งทำให้ต้องมีการศึกษาวิถีชีวิตใหม่ ๆ ในตลาดอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นความนิยมในการอยู่ การกิน โดยผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารเนื่องจากปัจจุบันช่องทางสื่อสารมีมากมายไม่ว่าจะเป็นทีวี สิ่งพิมพ์ โรงภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารได้ไว และแต่ละคนต่างก็มีความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น จึงเกิดวิถีชีวิตใหม่ ๆ มากมาย

2. Community Mall หรือ Neighborhood Shopping Center ซึ่งเป็นรูปแบบของตลาดสดกลางพื้นที่ที่มีซูเปอร์มาร์เก็ต

3. Community Center มีพื้นที่ใหญ่ขึ้น มี hyper market เป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้บริโภค

4. Life Style Center ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีการเพิ่มขนาดพื้นที่ในย่านที่มีกำลังซื้อสูงและมีสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตรวมถึงความบันเทิงด้วย

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ศูนย์การค้าชุมชน (community mall) มีการพัฒนาตัวจากการปรับปรุงรูปแบบและการจัดการของตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการในชีวิตประจำวันและ

มีพื้นที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนเป็นตัวหลักในการดึงดูดคนเข้ามาใช้บริการของโครงการซึ่งในการสร้างความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องประกอบด้วย เรื่องของทำเลที่ตั้ง การวางแผนคิดของโครงการ การบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ ประกอบกับประสบการณ์และชื่อเสียงซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องสัง

### 2.5.1 แนวโน้มของตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าชุมชน

การพัฒนาตัวของตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าชุมชนมีมานานซึ่งการศึกษาข้อมูลจำนวน community mall ในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ามีจำนวนศูนย์การค้าชุมชน กว่า 90% จากศูนย์การค้าทั่วอเมริกาที่มีกว่า 45,721 แห่ง ซึ่งในประเทศไทยก็เริ่มมีความตื่นตัวเกี่ยวกับศูนย์การค้าชุมชน มากขึ้นยกตัวอย่างเช่น ห้างโลตัส ที่เป็นตัวการสำคัญในการสร้างปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อผู้ค้าในชุมชนจึงนำไปสู่การต่อต้านการขยายสาขาของโลตัส ดังนั้นโลตัสจึงพยายามหาตัวต้นแบบใหม่ที่จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนด้วยการทดลองสาขารูปแบบใหม่ที่ชื่อว่า เทสโก้ โลตัส คอมมูนิตี้ มอลล์ โดยมีโลตัสเอ็กซ์เพรสเป็นตัวหลัก และเปิดพื้นที่ว่างให้ชุมชนได้มีโอกาสเข้ามาค้าขาย นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่จะตอบสนองวิถีชีวิตของผู้บริโภคเช่น ธนาคาร ร้านอาหาร สถาบันการศึกษา มาร่วมสร้างชุมชน คอมมูนิตี้ มอลล์ โดยจับตลาดชุมชนเกิดใหม่หรือตามหมู่บ้านจัดสรรซึ่งมีข่าวออกมาว่าอาจมีการทำ เทสโก้ โลตัส คอมมูนิตี้ มอลล์ มากถึง 5 แห่งในปีนี้ โดยเริ่มทดลองสาขาแรกที่ย่านรังสิต คลอง 2 (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 16 กรกฎาคม 2550)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าชุมชน มีแนวโน้มพัฒนาตัวสูงขึ้นในอนาคตเนื่องด้วยเหตุผลที่สามารถตอบสนองของความต้องการของคนในพื้นที่ได้และสามารถแทรกซึมเข้าไปในพื้นที่ชุมชนได้ง่ายซึ่งสร้างผลกระทบน้อยต่อชุมชน แต่เป็นด้วยระดับคุณภาพชีวิตเขาให้ดีขึ้น ประกอบกับการลงทุนที่ไม่สูงโดยสามารถกระจายตัวตามที่พักอาศัยที่มีแนวโน้มมากขึ้นในพื้นที่ชานเมือง

## 2.6 กรณีศึกษาตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าเพื่อชุมชน

### 2.6.1. ศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในต่างประเทศ

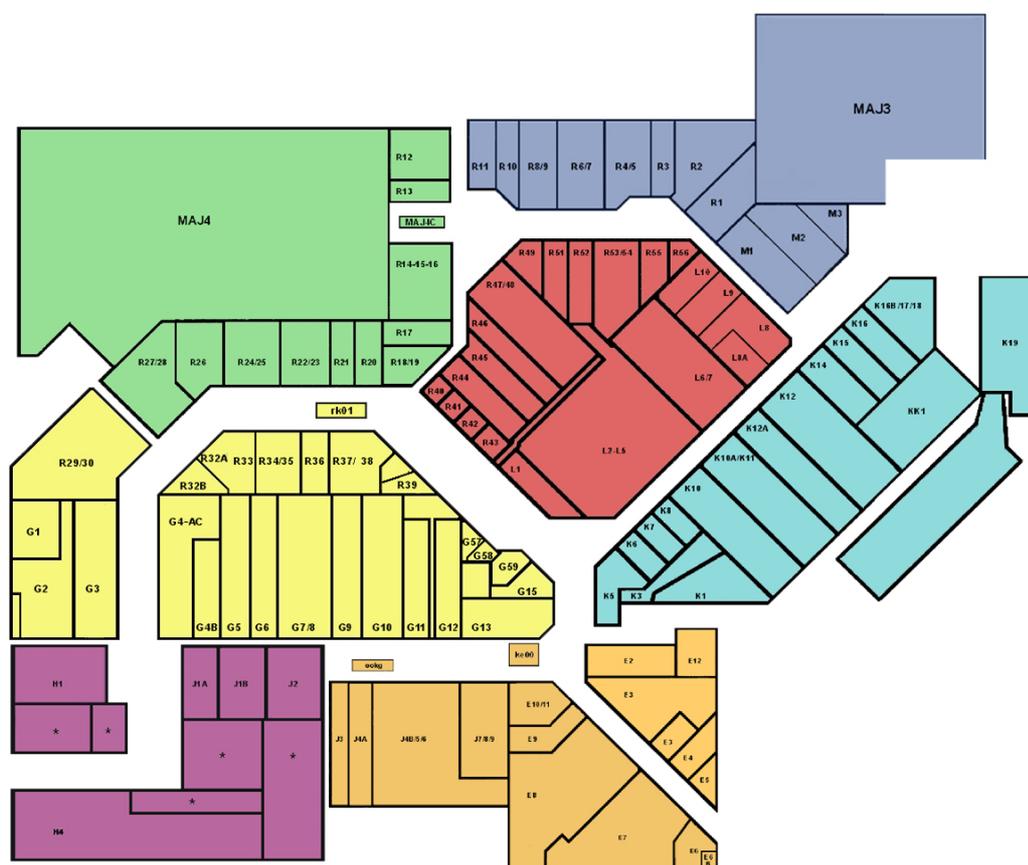
#### 1. ศูนย์การค้า Seaway Mall

ตั้งอยู่ในชุมชน Welland เมือง Ontario ประเทศ Canada ที่ตั้งอยู่ศูนย์กลางของชุมชน

ติดกับถนนรองของเมือง มีการเชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญของเมือง และสาธารณูปการต่าง ๆ ของเมือง ลักษณะของชุมชนเดิมเป็นชุมชนการเกษตรอยู่ชานเมืองเน้นสังคมแบบครอบครัว การใช้สอยของพื้นที่เป็นส่วนของที่อยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ โดยมีลักษณะสถาปัตยกรรมประกอบด้วย ส่วนของพื้นที่จัดกิจกรรมตั้งกลางอาคารและมีพื้นที่สีเขียวภายนอกอาคารที่สามารถใช้ในการพักผ่อนใจและจัดกิจกรรมของชุมชนได้ ส่วนด้านการบริการ พื้นที่ใช้สอยรองรับกับการใช้ชีวิตประจำวัน

ภาพที่ 2.1

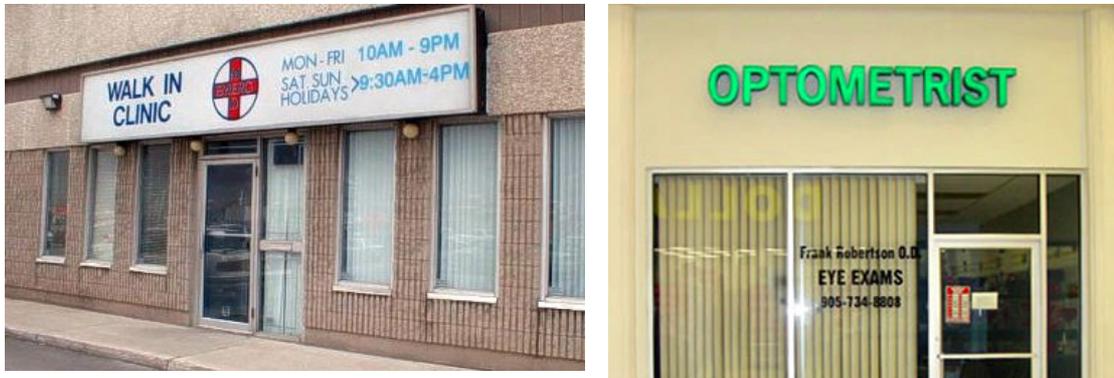
ผังบริเวณ และพื้นที่ส่วนต่างๆ ของศูนย์การค้า Seaway Mall



ที่มา: Seaway Mall Company, 2007.

1) การบริการเน้นการบริการความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน ทั้งด้านดูแลรักษาสุขภาพ โดยมีคลินิกที่สามารถรองรับผู้ป่วยได้เป็นจำนวนมาก

ภาพที่ 2.2  
ศูนย์การให้บริการด้านสุขภาพ



ที่มา: Seaway Mall Company, 2007.

2) ศูนย์การค้าเน้นการจัดกิจกรรมโดยมีพื้นที่รองรับกิจกรรมทั้งด้านในและด้านนอกโดยด้านนอกอาคารเป็นลักษณะพื้นที่สีเขียวที่สามารถใช้ในการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นที่ยัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ และกิจกรรมชุมชนได้ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3  
พื้นที่จัดกิจกรรมทั้งในและนอกอาคาร



ที่มา: Seaway Mall Company, 2007.

## 2. ศูนย์การค้า Londonderry Mall

ตั้งอยู่ในประเทศอังกฤษ ลักษณะของชุมชนเป็นรูปแบบ ชุมชนย่านชานเมืองที่กระจายตัวออกมาจากตัวเมืองหลวงของประเทศ โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตพักอาศัย ลักษณะของ community mall จึงเป็นการตอบสนองกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกของคนในเมืองและ

ชานเมืองด้วย ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน ติดกับถนนเส้นรองของเมืองที่เชื่อมโยงมาจากเส้นทางหลักที่เข้าสู่ตัวเมือง มีการเชื่อมต่อกับลานกิจกรรมและศูนย์กีฬาในร่มของเมือง (ภาพที่ 2.4)

1) การบริการของศูนย์การค้าชุมชน Londonderry Mall ครอบคลุมทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านสุขภาพ คือมีคลินิก การเสริมสวยและการบำรุงร่างกาย ส่วนด้านการเรียนรู้มีห้องสมุดประชาชน ภายในศูนย์การค้า สถาบันกวดวิชา ทางด้านการเงินมีธนาคารภายในอาคาร และการบริการอำนวยความสะดวกสบาย มีไปรษณีย์ จำหน่ายตั๋วโดยสาร และที่ให้บริการด้านการรถไฟ โดยการจัดวางของพื้นที่ใช้สอยบริการนั้นได้จัดวางกระจายอยู่ตามผังบริเวณของศูนย์การค้า (ภาพที่ 2.5 และ 2.6)

ภาพที่ 2.4

ตำแหน่งที่ตั้งของ Londonderry Mall

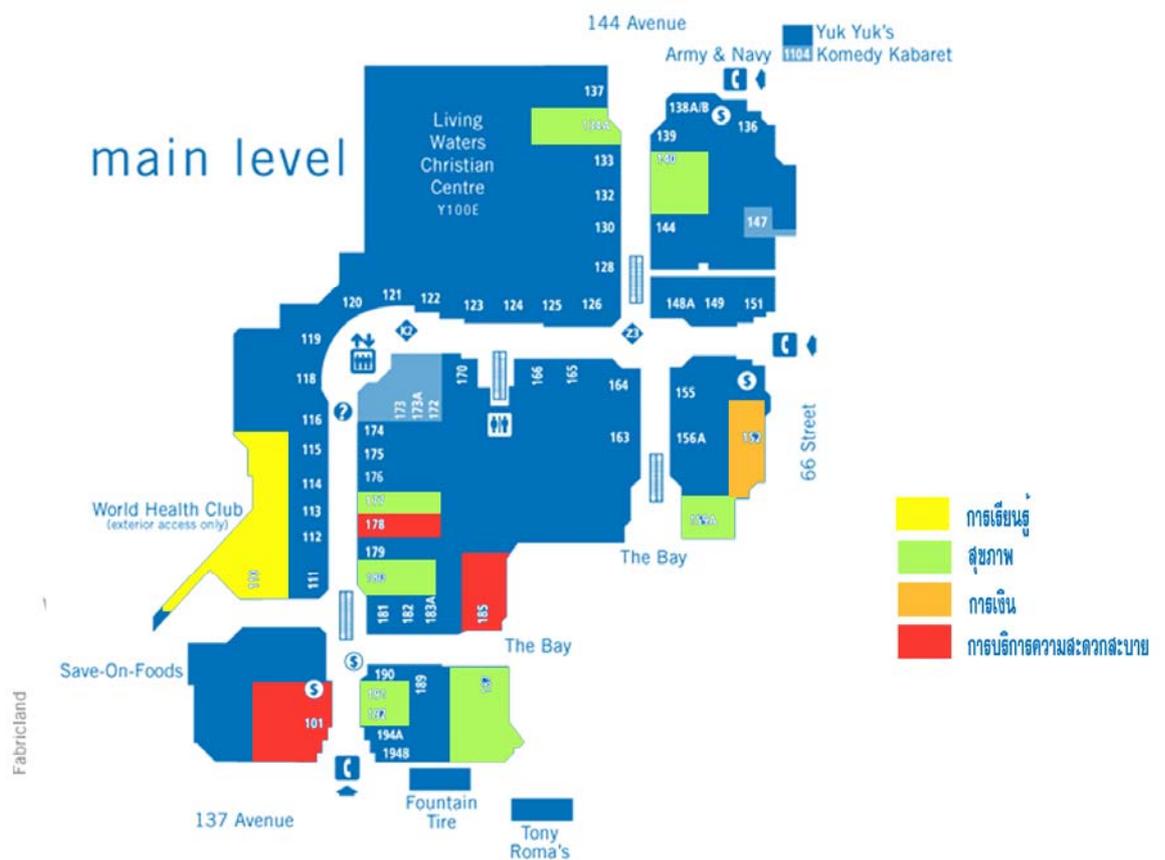


ที่มา: Londonderry Mall Company, 2007.

2) มีการเชื่อมต่อกับศูนย์กีฬาของชุมชนเป็นการเชื่อมกันที่ได้ประโยชน์ซึ่งกันและกันและทำให้ศูนย์การค้าเป็นพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชนที่มีการบริการครบวงจรทั้ง การจับจ่ายใช้สอย การบริการด้านต่าง ๆ กิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

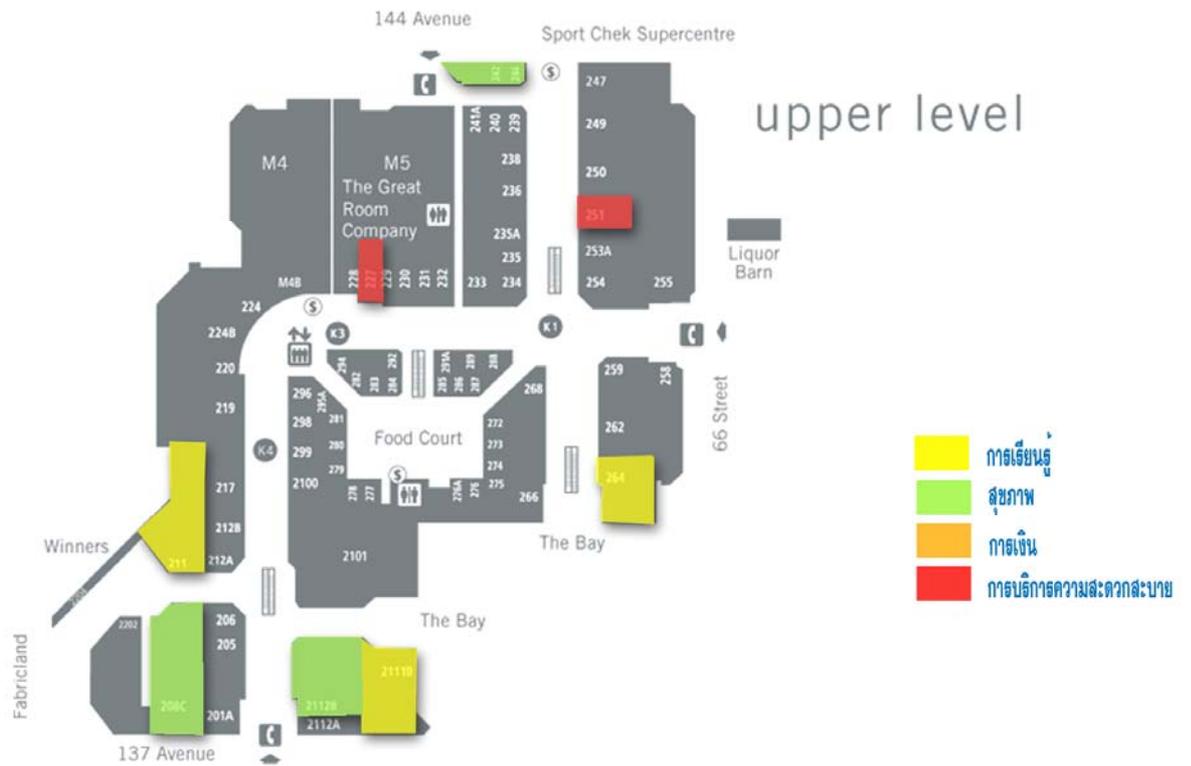
ภาพที่ 2.5

ผังบริเวณพื้นที่บริการชั้น 1 ของ Londonderry Mall



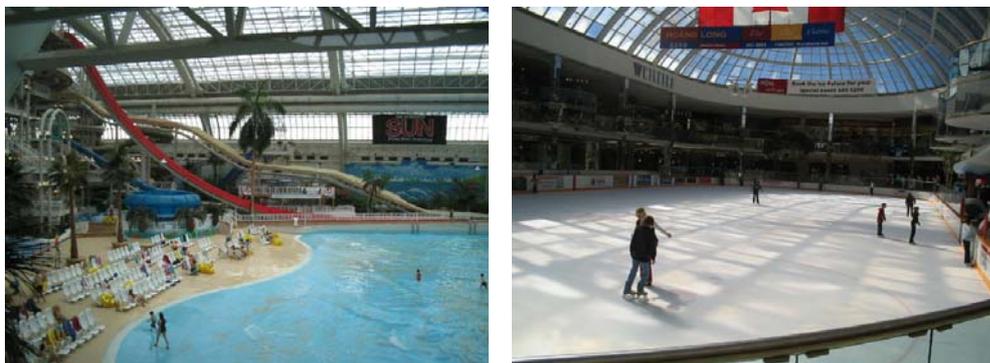
ที่มา: Londonderry Mall Company, 2007.

ภาพที่ 2.6  
ผังบริเวณพื้นที่บริการชั้น 2 ของ Londonderry Mall



ที่มา: Londonderry Mall Company, 2007.

ภาพที่ 2.7  
พื้นที่กิจกรรมด้านการกีฬา



ที่มา: Londonderry Mall Company, 2007.

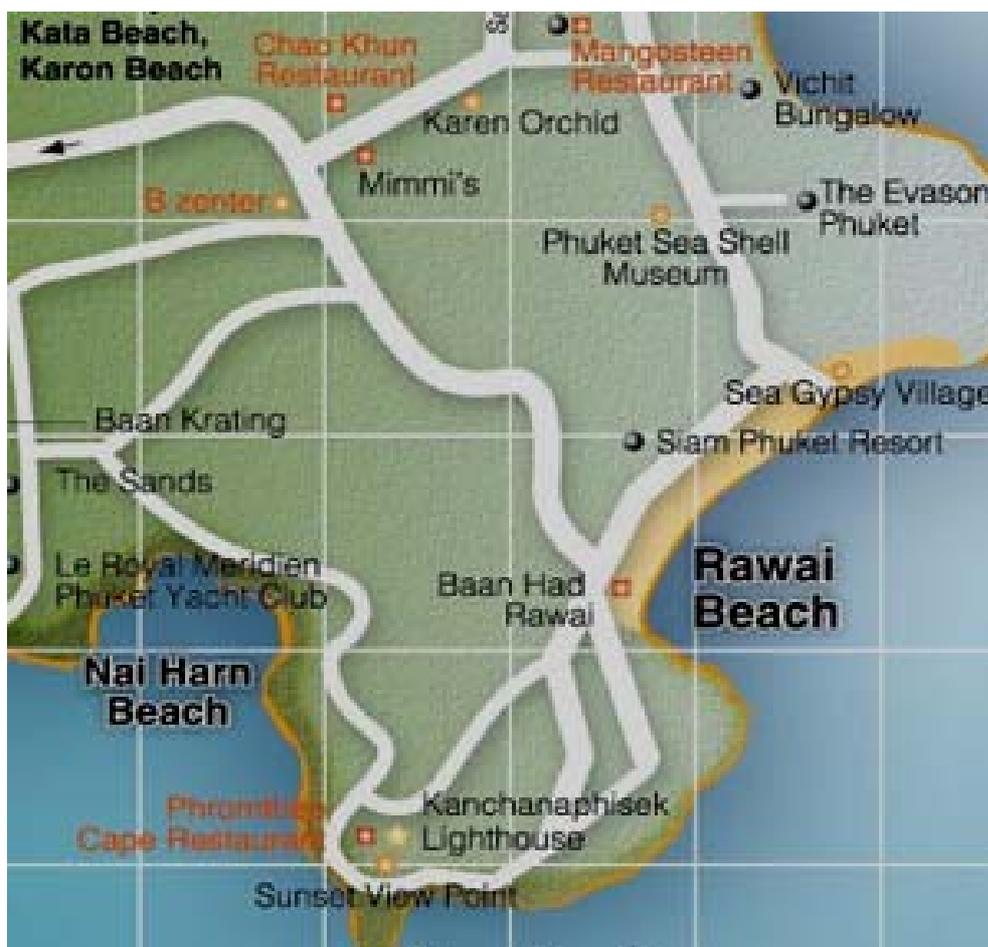
## 2.6.2. ตลาดเพื่อชุมชนและศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในประเทศไทย

### 1. ศูนย์การค้าเพื่อชุมชน Bzenter

ตั้งอยู่หาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต โดยศูนย์การค้าตั้งอยู่ในศูนย์กลางของชุมชนและใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในเส้นทางสายหลักของชุมชน พื้นที่ติดถนน กลุ่มคนที่เข้ามาใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ ดังนั้น รูปแบบของ community mall จึงออกมาเป็นในรูปแบบการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งสถานบันเทิง สถานประกอบการธุรกิจ และสถานที่เผยแพร่วัฒนธรรม

ภาพที่ 2.8

ตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

ภาพที่ 2.9  
แผนผังของศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



1) ลักษณะของขนาดอาคารนั้นมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก มี 1 ชั้น โดยมี Plaza เป็นศูนย์กลางของอาคารทั้งหมดโดยพื้นที่รอบ ๆ จะเป็นห้องแบ่งเป็นส่วน ๆ

ภาพที่ 2.10  
บรรยากาศภาพนอกศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

2) พื้นที่ใช้สอยแบ่งออกเป็นโซนต่าง ๆ ตามรูปแบบการใช้สอยโดยการใช้งานเน้นตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจเนื่องจากภูเก็ตเป็นชุมชนการท่องเที่ยว โดยเน้นด้านการบริการด้านการพักผ่อน กิจกรรมนันทนาการ ห้องแสดงผลงานของคนในท้องถิ่น และสวนซื้อขายแลกเปลี่ยน

(1) ส่วน Plaza ไว้สำหรับจัดกิจกรรมทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน ตอบรับกับความต้องการของชุมชนโดยมีขนาดที่เหมาะสมต่อจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่

ภาพที่ 2.11

ส่วนของ Plaza ศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

(2) พื้นที่การจับจ่ายสินค้า ที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ซึ่งเพียงพอต่อความต้องการเมื่อเทียบกับขนาดชุมชน

ภาพที่ 2.12

ส่วนของ supermarket และ shopping zone ศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

(3) การบริการทางการเงินที่รองรับความต้องการของนักธุรกิจและ  
นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในภูเก็ต

ภาพที่ 2.13

ส่วนของ Bank ศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

(4) ห้องแสดงผลงาน เป็นผลงานของคนในชุมชนเป็นการเผยแพร่  
วัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว

ภาพที่ 2.14

ส่วนของห้องแสดงผลงาน ศูนย์การค้าชุมชน Bzenter



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

(5) ร้านอาหารและสถานบันเทิง ตอบรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งในเวลากลางวันจนถึงเวลากลางคืน ซึ่งเป็นลักษณะรูปแบบของพื้นที่ท่องเที่ยว

ภาพที่ 2.15

ส่วนของร้านอาหารและสถานบันเทิง



ที่มา: สำนักงาน Bzenter, 2007.

## 2. ตลาดบองมาร์เซ่

ตลาดบองมาร์เซ่มีที่มาของโครงการคือ เจ้าของโครงการได้มองเห็นว่าตลาดเป็น สัญลักษณ์ของสังคมไทย โดยทุกเพศ ทุกวัย และทุกฐานะจำเป็นต้องมีการบริโภคและอุปโภคโดย มีการเริ่มวางโครงการตั้งแต่ปี 2540 โดยมีแนวคิดจากการแก้ไขข้อบกพร่องของตลาดที่มีอยู่ใน ปัจจุบัน เมื่อได้รูปแบบและหลักการแล้ว ก็เริ่มทำการก่อสร้างประมาณกลางปี 2541 มีจุดประสงค์ ของโครงการคือเน้นการช่วยเหลือสังคมหลังวิกฤตช่วงฟองสบู่แตก ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้ตกงาน จำนวนมหาศาล คนเกษียณก่อนอายุ รวมถึงคนด้อยโอกาสให้มีที่ทำกิน ทางโครงการเปิดรับสมัคร ผู้ที่จะเข้ามาประกอบการในประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีคนมาสมัครมากมายและได้ทำการสัมภาษณ์และ คัดเลือกบุคคลที่กล่าวข้างต้น โดยแบ่งโควตาเป็น ผู้ตกงาน 30 % เกษียณก่อนอายุ 30 % ผู้ด้อยโอกาส 30 % เหลืออีก 10 % กันไว้สำหรับผู้ที่มีสว่นไร่นาและผลิตผลที่ไม่สามารถลงสู่ตลาดโดยตรงได้

1) พื้นที่ตั้งโครงการในบริเวณย่านประชานิเวศน์ เขตจตุจักร ใกล้กับวัดเสมียนนารี มีพื้นที่ 16 ไร่ โดยได้แบ่งที่ดินออกเป็น 3 ส่วน คือ

(1) ส่วนหน้าจากถนนประชานิเวศน์ 1 ลึกเข้ามาในที่ดิน เนื้อที่ประมาณ 15 ไร่

(2) ส่วนที่สองมีที่ดินประมาณ 1 ไร่ กำหนดให้เป็นสุสานสุนัขที่สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ทรงเลี้ยงไว้ และมีโครงการที่จะให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจในเรื่องสุนัข

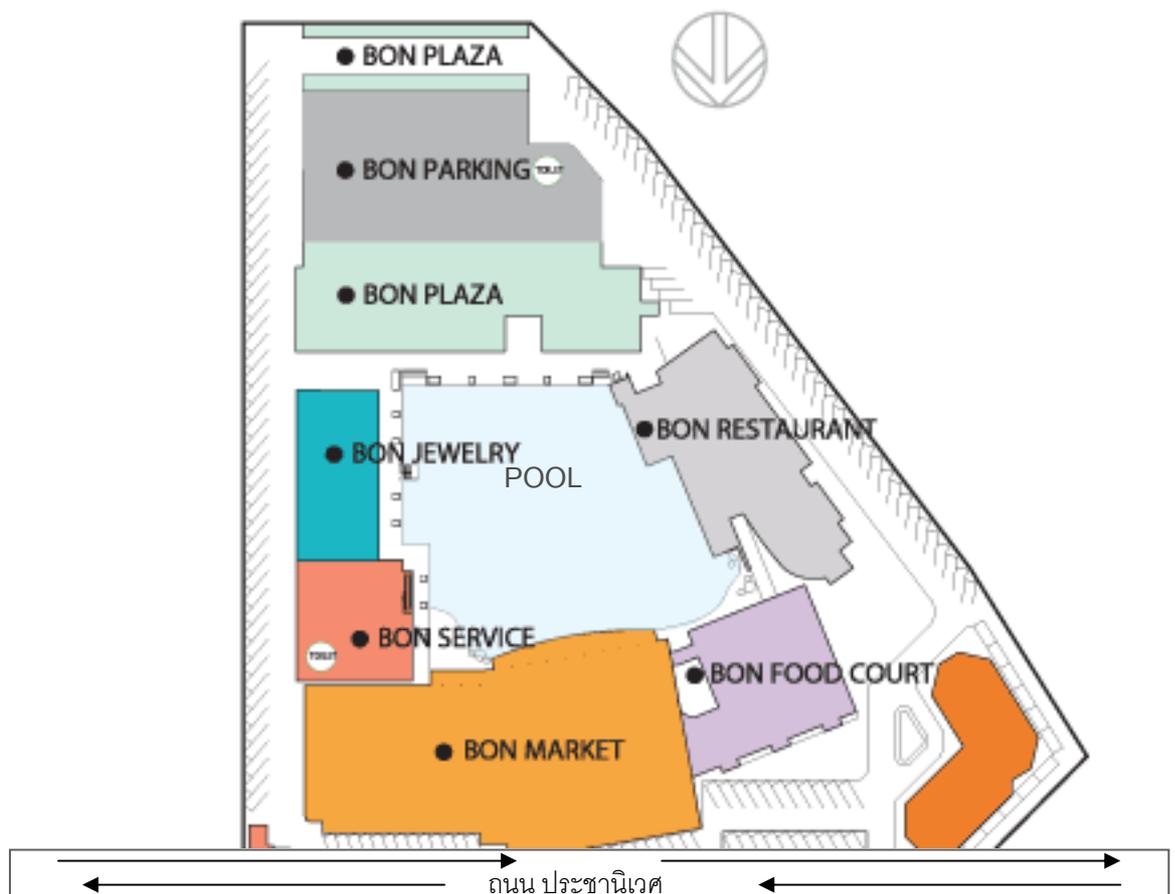
(3) กันที่ไว้สำหรับสร้างหอพักคนงาน

2) พื้นที่ใช้สอยภายในโครงการแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ตามรูปแบบการใช้สอย แบ่งเป็นส่วนของตลาดสด ส่วนบริการ ส่วนร้านอาหาร ส่วน Plaza ส่วนของลานจอดรถ ส่วนของพื้นที่สีเขียว ส่วนของเครื่องประดับเป็นต้น โดยเน้นเป็นพื้นที่จำหน่ายใช้สอยและพื้นที่พักผ่อนของคนในชุมชนละพื้นที่ใกล้เคียง

นอกจากนี้ยังมีการจัดพื้นที่บางส่วนเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมของชุมชนเช่นวันลอยกระทง งานประกวดของชุมชน งานประเพณี ต่าง ๆ และเวทีแสดงดนตรีแจ๊ซ ในวันเสาร์อาทิตย์อีกด้วย

ภาพที่ 2.16

แผนผังของตลาดบองมาร์เช่



ที่มา: สำนักงานของมาเซ่, 2550.

(1) พื้นที่ส่วนตลาดสดมีประเภทสินค้า ผลไม้ ผัก อาหารสด ขนมไทย สินค้าชุมชน อาหารแห้ง เนื้อสัตว์สด โดยมีการแบ่งพื้นที่วางแผงอย่างเป็นสัดส่วนตามลักษณะของสินค้าโดยสินค้าผ่านการคัดสรรตามเกณฑ์มาตรฐานของตลาด

ภาพที่ 2.17

ส่วนของบริเวณตลาดสด



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

(2) ส่วนพื้นที่ศูนย์อาหาร มีการเชื่อมต่อมาจากส่วนของตลาดสดมีการจัดสรรพื้นที่ที่สามารถรับประทานอาหารพร้อมกับพักผ่อนวิวในส่วนของสระน้ำและมีการจัดการที่ดีในส่วนของการบริการและการทำความสะอาด มีผู้เข้าใช้มากในช่วงตอนกลางวัน ผู้เข้าใช้ศูนย์อาหารส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนและคนที่ทำงานในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นหลัก

ภาพที่ 2.18

ส่วนบริเวณศูนย์อาหาร



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

(3) ส่วนการให้บริการ มีการบริการอำนวยความสะดวกหลายด้าน เช่น ด้านการเงิน การให้บริการซ่อม สิ่งพิมพ์ด่วน บริษัทพัสดุ และทำกุญแจ โดยมีการแยกส่วนที่ชัดเจน

ภาพที่ 2.19

ส่วนบริเวณบริการ



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550.

(4) ส่วนพื้นที่ร้านอาหาร มีประเภทอาหารให้เลือกหลากหลายชาติ เช่น อาหารจีน อาหารอิตาเลียน อาหารฝรั่งเศส และร้านเบเกอรี่ เป็นต้น

ภาพที่ 2.20

ส่วนบริเวณร้านอาหาร



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

(5) ส่วนพื้นที่ร้านเครื่องประดับ เป็นพื้นที่ที่เพิ่มเติมจากแต่เดิม เนื่องด้วยคนในพื้นที่มีกำลังซื้อสูง

ภาพที่ 2.21  
ส่วนบริเวณร้านเครื่องประดับ



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

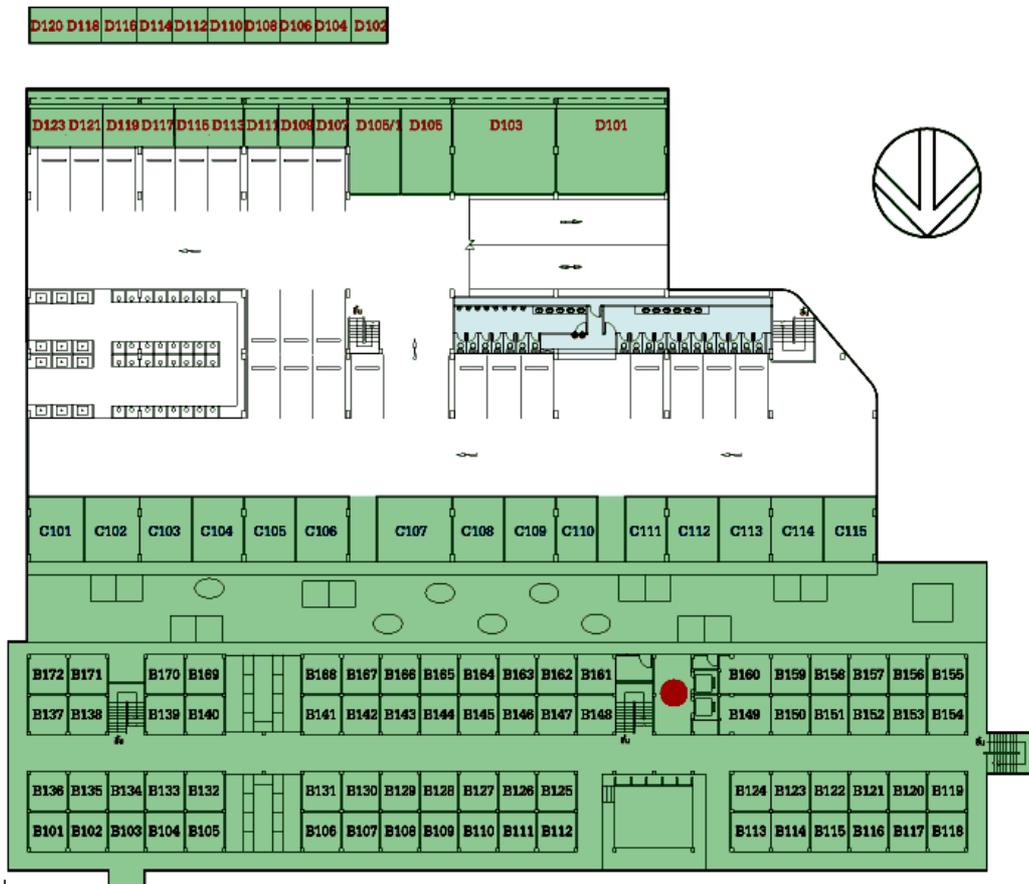
ภาพที่ 2.22  
ส่วนอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

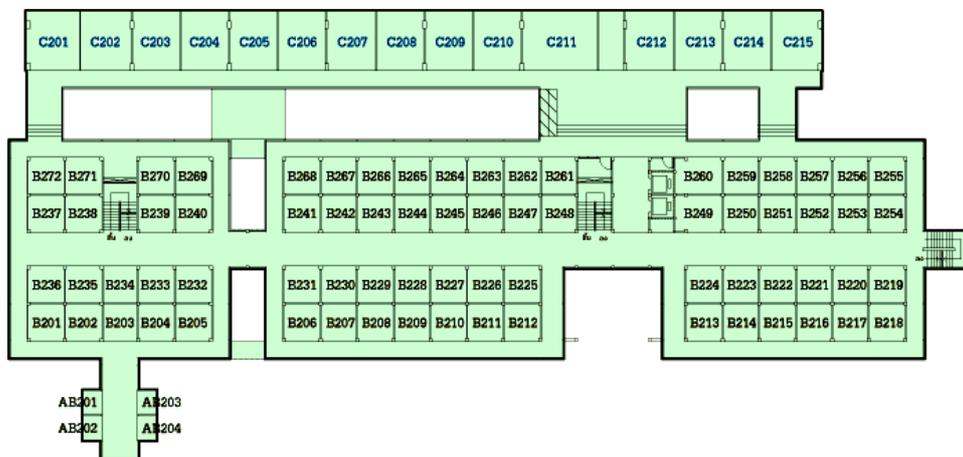
(6) พื้นที่เชิงการค้าอเนกประสงค์ มีจำนวน 3 ชั้นโดยชั้น 1 และชั้น 2 เป็น ส่วนของร้านค้าขายเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง และของแต่งบ้าน เป็นต้น ประกอบกับด้านหน้า เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมของโครงการและกิจกรรมชุมชน

ภาพที่ 2.23  
 แผนผังส่วนชั้น 1 ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์



ที่มา: สำนักงานของมาร์เช, 2550.

ภาพที่ 2.24  
 แผนผังส่วนชั้น 2 ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์



ที่มา: สำนักงานของมาร์เช, 2550

ภาพที่ 2.25

ส่วนชั้น 1 และชั้น 2 ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550.

ภาพที่ 2.26

ลานกิจกรรมบริเวณด้านหน้า ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์

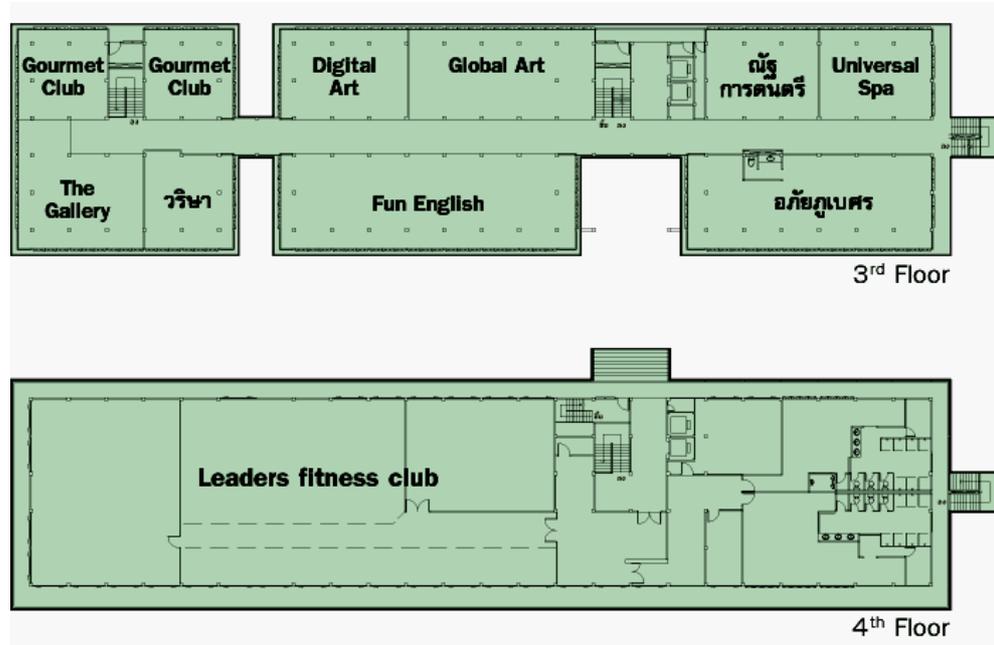


หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

พื้นที่ใช้สอยในชั้น 3 ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์ เป็นส่วนของการเรียนรู้ โดยส่วนใหญ่เป็นสถาบันกวดวิชา และศูนย์การเรียนรู้ของเด็กเล็ก ส่วนพื้นที่ชั้น 4 เป็นพื้นที่ออกกำลังกาย

ภาพที่ 2.27

แผนผังชั้น 3 - 4 ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์



ที่มา: สำนักงานของมารีเซ, 2550.

ภาพที่ 2.28

บริเวณชั้น 3 - 4 ของอาคารเชิงการค้าอเนกประสงค์



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2550

### 3. ศูนย์การค้าชุมชนเพียวเพลส

โดยเป็นศูนย์การค้าชุมชนที่มีการลงทุนร่วมกันระหว่าง หมู่บ้านจัดสรรกับปั๊มน้ำมัน เพื่อเป็นตัวดึงดูดคนเข้ามาอาศัยในพื้นที่โดยตอบสนองความต้องการในการจับจ่ายใช้สอย และการบริการ โดยมีแนวคิด sufficient life you can touch คือ ชีวิตที่พอเพียงและทันสมัยใกล้บ้าน โดยเป็นการดึงดูดคนที่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่

1) ตำแหน่งที่ตั้งอยู่หน้าหมู่บ้านสัมมากร รังสิต คลองสอง ซึ่งลักษณะชุมชนเป็นรูปแบบชุมชนบ้านจัดสรรและชุมชนการเกษตรแต่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร โดยเป็นสถานที่จับจ่ายใช้สอยหรือใช้บริการหลังจากเลิกงาน และมีการเชื่อมโยงกับปั๊มน้ำมัน อยู่เส้นทางขาออกเมืองซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากอยู่ในเส้นทางกลับบ้านและติดถนนหลัก เข้าถึงพื้นที่โดยทางรถประจำทางและ รถส่วนตัว ซึ่งสามารถเข้าถึงตัวโครงการได้ง่าย มีขนาดพื้นที่มี 6.73 ไร่

ภาพที่ 2.29

แผนผังตำแหน่งของศูนย์การค้าเพื่อชุมชนเพียวเพลส



ที่มา: บริษัท พอยท์ เอเชีย จำกัด (มหาชน), 2550

2) พื้นที่ใช้สอยในโครงการแบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วนคือ จัดให้ซูเปอร์มาร์เกตที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ร้านอาหาร ธนาคาร และบริการต่าง ๆ กับ ส่วนพื้นที่ปั๊มน้ำมัน โดยแบ่งส่วนอาคารพื้นที่เช่า จัดการกำหนดให้พื้นที่ด้านล่างเป็นส่วนของร้านอาหาร และร้านค้าส่วนชั้น 2 เป็นส่วนของสถาบันการเรียนรู้

ภาพที่ 2.30

ภาพรวมของศูนย์การค้าเพื่อชุมชนเฟี้ยวเพลส



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2550

ภาพที่ 2.31

ชั้น 2 ของศูนย์การค้าเพื่อชุมชนเฟี้ยวเพลส



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2550

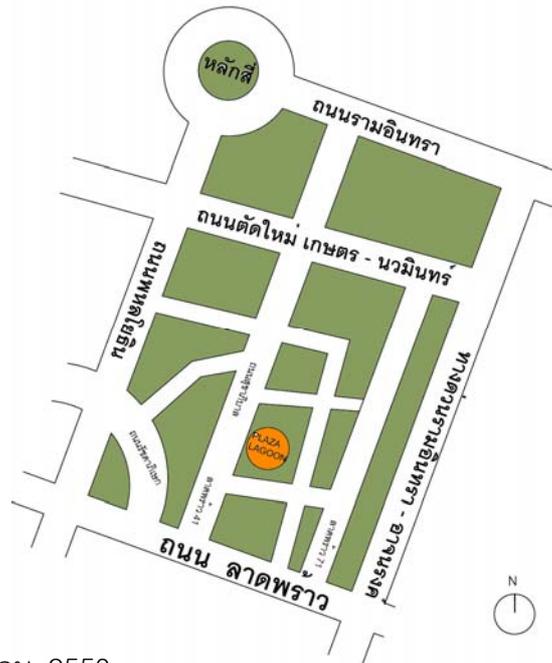
#### 4. พลาซ่าลาภูน

โดยมีแนวคิดในการออกแบบคือเป็นเมืองสรรพสินค้าแนวคิดใหม่ซึ่งเป็นพื้นที่พักผ่อนกลางใจเมืองที่สามารถจับจ่ายใช้สอยและอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นคนที่อยู่อาศัยในชุมชนโดยรอบ ซึ่งผู้อยู่อาศัยในชุมชนเป็นชนชั้นเมือง ที่ความต้องการสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และที่นัดพบปะสังสรรค์

1) ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ถนนลาดพร้าว-วังหิน ซึ่งชุมชนโดยรอบเป็นชุมชนเดิมที่กระจายตัวจากเขตถนนลาดพร้าว อยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางชุมชนแต่เข้าถึงได้ยากในกรณีที่มาจาก

พื้นที่อื่นสามารถเข้าถึงได้โดยรถยนต์ส่วนตัวและรถประจำทางมีการจราจรติดขัดในช่วงเย็น โดยมีขนาดพื้นที่ขนาดพื้นที่ 15,000 ตารางเมตร

ภาพที่ 2.32  
แผนผังที่ตั้งของพลาซ่าลาภูน

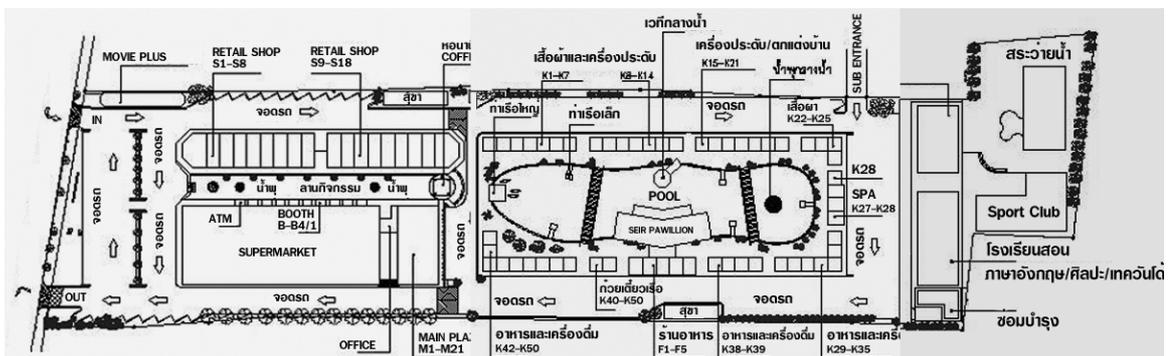


ที่มา: สำนักงานพลาซ่าลาภูน, 2550.

2) พื้นที่ใช้สอยถูกแบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ ส่วน plaza ร้านอาหาร ดูแลสุขภาพ ส่วนดูหนังฟังเพลง พื้นที่กีฬาและการเรียนรู้ และsupermarket โดยมีสระน้ำเป็นตัวดึงดูดให้คนเข้ามาจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่นอกจากจะมาพักผ่อนเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้โครงการยังมีการจัดกิจกรรมงานประกวดต่าง ๆ ของชุมชน และจัดงานประเพณีของชุมชนอีกด้วย

ภาพที่ 2.33  
แผนผังของพลาซ่าลาภูน



ที่มา: สำนักงานพลาซ่าลาгуน, 2550.

ภาพที่ 2.34

ภาพรวมของ พลาซ่าลาгуน



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2550

ภาพที่ 2.35

ภาพกิจกรรมของ พลาซ่าลาгуน



ที่มา: สำนักงานพลาซ่าลาгуน, 2550.

## 5. ตลาดยิ่งเจริญ

โดยมีการตั้งเป้าหมายที่จะพัฒนาตลาดให้มีมาตรฐานและครบวงจรมากที่สุดประกอบกับทำหน้าที่ช่วยเหลือพ่อค้าแม่ค้าในด้านการส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการร่วมกลุ่มอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ นอกจากนี้เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนแล้วนั้นตลาดยิ่งเจริญมีจุดประสงค์ที่จะช่วยเหลือพ่อค้าแม่ค้าในด้านการส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการร่วมกลุ่มอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ

1) ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ติดถนนพหลโยธิน ย่านสะพานใหม่ซึ่งเป็นชุมชนที่อยู่อาศัยและพื้นที่ราชการทหารซึ่งเป็นตลาดที่มีการก่อตั้งมานานและมีการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและกลุ่มผู้ค้าขายซึ่งมีผู้ใช้พื้นที่สูงมาก มีขนาดพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 30 ไร่ การเข้าถึงพื้นที่อยู่เส้นทางขาออกเมืองซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากอยู่ในเส้นทางกลับบ้านและติดถนนหลัก เข้าถึงพื้นที่โดยทางรถประจำทางและรถส่วนตัว ซึ่งสามารถเข้าถึงตัวโครงการได้ง่าย โดยสามารถจอดรถได้ 700 คันในพื้นที่

2) การแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการแบ่งออกเป็นพื้นที่ส่วนของตลาดสด ตลาดนัด ตลาดผัก พล่าซ่า อาคารจงรักภักดี ศูนย์อาหาร และโรงเรียนสอนทำอาหาร

ภาพที่ 2.36

ผังบริเวณของตลาดยิ่งเจริญ



ที่มา: สำนักงานตลาดยิ่งเจริญ, 2550.

(1) ตลาดสด เปิดบริการทุกวัน ตลอดเวลา มีการดูแลในด้านความสะอาด และมีการจัดการและจัดสรรพื้นที่แ่งตามกฎของกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 2.37

## บริเวณของตลาดสด



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2550

(2) ตลาดนัดคลองถม 2 เปิดให้บริการใน วันจันทร์ พุธ และศุกร์ ตั้งแต่ เวลา 14.00 – 22.00 น. ณ ลานจอดรถที่ 2 ตลาดยิ่งเจริญ โดยมีผู้มาใช้บริการวันละไม่ต่ำกว่า 1 หมื่นคน มีกลุ่มลูกค้า พ่อบ้าน แม่บ้าน เด็กนักเรียน วัยรุ่น นักศึกษา และคนในวัยทำงาน โดยมี ผู้ค้ากว่า 250 แผง

ภาพที่ 2.38

## บริเวณของตลาดนัด



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2550

(3) อาคารผักมีพื้นที่เช่ามีทั้งขนาดพื้นที่ 4 ตารางเมตร และ 9 ตารางเมตร โดย แผงค้ามาตรฐานยกสูงจากพื้น 60 เซนติเมตร ตามกฎของกรุงเทพมหานคร จำหน่ายสินค้า ประเภทผักสด ของชำ ของดอง พริกแกง ไข่ ฯลฯ โดยมีการบริการสำหรับผักสด คือ ผักหั่นพร้อมปรุงอาหาร (เช่นผักหั่น) และเครื่องล้างผัก (ให้บริการฟรี)

ภาพที่ 2.39  
บริเวณของตลาดผัก



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2550

(4) โซนสมุนไพร ตั้งอยู่บริเวณสะพานไม้เชื่อมต่อระหว่างลานจอดรถที่ 2 และ ถนนเจ้าพ่อสมบุญ จำหน่ายสินค้าประเภทสมุนไพร ลูกประคบ เครื่องประพินผิวตำรับโบราณ

(5) พลาซ่า อยู่ด้านหน้าตลาดสดเป็นส่วนที่ขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย รวมไปถึงเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ

ภาพที่ 2.40  
บริเวณของพลาซ่า



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2550

(6) ลานโปรโมชั่น อยู่ด้านหน้าโครงการเป็นบริเวณ 3 จุดในตลาด กระจายตามรูปแบบการใช้งานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ภาพที่ 2.41  
บริเวณของลานโปรโมชั่น



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2550

(7) อาคารจงรักภักดีวัดถูประสงค์ของการจัดสร้างอาคารจงรักภักดี เพื่อเป็นการร่วมเฉลิมพระเกียรติในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เจริญพระชนม์ 80 พรรษา และทรงครองสิริราชย์ครบ 60 พรรษา โดยมี 2 ชั้น ดังนี้ ชั้นล่างของอาคารแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเปิดเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตจำหน่ายสินค้าจากโครงการหลวง อาทิเช่น สินค้าโครงการหลวง จากบริษัท ดอยคำ ฯ โครงการสวนจิตรลดา มูลนิธิสายใจไทยฯลฯ ส่วนที่สองจัดให้เป็นส่วนจำหน่ายสินค้าแฟชั่น อาทิเช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ของแต่งบ้าน รองเท้า ชั้น 2 ของอาคารจงรักภักดี เปิดเป็นสถานสอนทำอาหาร โดยใช้ชื่อว่า “โรงเรียนการเรือนยิ่งเจริญ” ได้รับการรับรองจาก กระทรวงศึกษาธิการ

ภาพที่ 2.42  
บริเวณของอาคารจงรักภักดี



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2550

ภาพที่ 2.43  
ซูเปอร์มาร์เก็ตเจริญ



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2550

(8) โรงเรียนการเรือนยิ่งเจริญวัตถุประสงค์ในการจัดโครงการนี้ คือ การผลิตบุคลากรผู้สนใจจะประกอบวิชาชีพค้าขาย ให้มีมาตรฐานในระดับโลก สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพให้ประสบความสำเร็จ

ภาพที่ 2.44  
โรงเรียนการเรือนยิ่งเจริญ



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2550

(9) ด้านการบริการ มีการให้บริการรอบด้านได้แก่ ณาการ บริการรับชำระค่าบริการค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ บริการงานไปรษณีย์ คลินิกกล้วยน้ำไท และซูเปอร์มาร์เก็ตเจริญ นอกจากนี้ยังมีการให้บริการสำหรับผู้ขายในตลาดคือ รับบริการส่งของ “ยิ่งเจริญดีลิฟเวอรี่” โดยวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง คือ เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนพ่อค้า แม่ค้า และเพื่ออำนวยความสะดวกและประหยัดเวลา ให้กับเจ้าของร้านอาหาร

(10) ชมรมผู้ค้าไก่ โดยวัตถุประสงค์ของชมรม คือ ให้แม่ค้าในตลาดสดเนื้อไก่ทั้งในตลาดยิ่งเจริญและทุกตลาดในสมาคมตลาดสดไทย ได้มีโอกาสรวมตัวเพื่อเพิ่มกำลังการจัดหาเนื้อไก่จากโรงงานผลิตเนื้อไก่ที่มีคุณภาพได้ มาตรฐานในราคาต่ำสุด ด้วยวิธีการให้โรงงานผลิตเนื้อไก่ประมูลราคาจำหน่าย และลดค่าขนส่ง เพื่อให้ผู้บริโภคเนื้อไก่ที่ปลอดภัยและราคาต่ำ ในภาวะการณ์ค่าครองชีพในปัจจุบัน

### 2.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางกายภาพและแนวคิดจากกรณีศึกษา

การศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพและแนวคิดในการออกแบบตลาดชุมชนและศูนย์การค้าเพื่อชุมชนต่าง ๆ จากกรณีศึกษาทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

1. แนวคิดในการออกแบบ
2. สถานที่ตั้งและการเข้าถึง
3. กลุ่มเป้าหมาย
4. รูปแบบสถาปัตยกรรม
5. กิจกรรมชุมชน
6. พื้นที่เพื่อชุมชน

โดยในการวิเคราะห์ตัวแปรที่ศึกษาจะทำการวิเคราะห์จากข้อมูลพื้นฐานโดยมีการแบ่งหัวข้อของข้อมูลพื้นฐานออกเป็น 11 หัวข้อมีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

ข้อมูลพื้นฐานกรณีศึกษาเปรียบเทียบ

1. วัตถุประสงค์ของโครงการ	<b>Londonderry Mall</b>	<b>Bzenter</b>	<b>Roppongi Hill</b>	<b>SeawayMall</b>
	เป็นศูนย์การค้าของพื้นที่ชานเมือง ตอบสนองความต้องการในการ ดำรงชีวิตของคนในพื้นที่ชานเมือง เป็นศูนย์การค้าที่ครบวงจรโดย เชื่อมโยงพื้นที่กับศูนย์กีฬาของ เมือง	เป็นศูนย์การค้าระดับชุมชนที่เป็น เมืองท่องเที่ยว โดยสามารถ ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	เป็นศูนย์การค้าที่เป็นส่วนหนึ่ง ของเมืองโดยมีการแบ่งบางส่วน ของพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะ	เป็นศูนย์การค้าของชุมชนที่เน้นด้าน การรองรับกิจกรรมต่าง ๆ ของ ชุมชน และเน้นการทำกิจกรรม ครอบครัว
	<b>Bon Marche Market</b>	<b>Pure Place</b>	<b>Yingcharoen Market</b>	<b>Plaza lagoon</b>
ช่วยเหลือสังคมหลังวิกฤตช่วง ฟองสบู่แตก ซึ่งจะเป็ประโยชน์ กับผู้ตกงานจำนวนมาก คน เกษียณก่อนอายุ รวมถึงคนด้อย โอกาสให้มีที่ทำงาน	การลงทุนร่วมกันระหว่างหมู่บ้าน จัดสรร กับบิมน้ำมัน เพื่อเป็นตัว ดึงดูดคนเข้ามาอาศัยในพื้นที่ โดยตอบสนองความต้องการใน การจับจ่ายใช้สอย และการ บริการ	พัฒนาตลาดเป็นตลาดให้มี มาตรฐานและครบวงจรมากที่สุด ประกอบกับทำหน้าที่ช่วยเหลือ พ่อค้าแม่ค้าในด้านการส่งเสริม การขายไม่ว่าจะเป็นการร่วมกลุ่ม อำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ	เป็นเมืองสรรพสินค้า ซือบ้าง แนวคิดใหม่ซึ่งเป็นพื้นที่พักผ่อน กลางใจเมืองที่สามารถจับจ่ายใช้ สอยและอำนวยความสะดวกทุก รูปแบบ	
2. แนวคิดในการจัดตั้ง โครงการ	<b>Londonderry Mall</b>	<b>Bzenter</b>	<b>Roppongi Hill</b>	<b>Seaway Mall</b>
	เป็นศูนย์กลางของชุมชนและ ตอบสนองความต้องการทุกด้าน	ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	สถานที่พักผ่อนและเป็นส่วนหนึ่ง ของคนเมือง	เป็นศูนย์กลางของชุมชนและ ตอบสนองความต้องการทุก ๆ ด้าน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

	<b>Bon Marche Market</b>	<b>Pure Place</b>	<b>Yingcharoen Market</b>	<b>Plaza lagoon</b>
	ศึกษาจากข้อบกพร่องของตลาด ในกรุงเทพมหานคร แล้วปรับใช้ ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ และสังคม	Sufficient Life You can touch คือชีวิตที่พอเพียงและทันสมัย ใกล้บ้าน	ช่วยเหลือพ่อค้าแม่ค้าในด้านการ ส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการ ร่วมกลุ่มอำนวยความสะดวก ด้านต่าง ๆ	การคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมไทย และ รูปแบบสถาปัตยกรรมไทย
<b>3. สถานที่ตั้ง</b>	<b>Londonderry Mall</b>	<b>Bzenter</b>	<b>Roppongi Hill</b>	<b>SeawayMall</b>
	London England	Rawai Phuket	Tokyo Japan	Welland Canada
	<b>Bon Marche Market</b>	<b>Pure Place</b>	<b>Yingcharoen Market</b>	<b>Plaza lagoon</b>
	ถนนประชาชื่น กรุงเทพมหานคร	หน้าหมู่บ้านสัมมากร รังสิตคลอง 2 จังหวัดปทุมธานี	ถนนพหลโยธิน ย่านสะพานใหม่ กรุงเทพมหานคร	ถนนลาดพร้าว-วังหิน ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
<b>4. การเข้าถึงของตัวอาคาร</b>	<b>Londonderry Mall</b>	<b>Bzenter</b>	<b>Roppongi Hill</b>	<b>Seaway Mall</b>
	อยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน ติดกับถนนเส้นรองของเมืองที่ เชื่อมโยงมาจากเส้นทางหลักที่ เข้าสู่ตัวเมือง มีการเชื่อมต่อกับ ลานกิจกรรมและศูนย์กีฬาในร่ม ของเมือง	อยู่ในศูนย์กลางของชุมชนและ ใกล้พื้นที่ท่องเที่ยวอยู่ในเส้นทาง สายหลักของชุมชน พื้นที่ติดกับ ถนน	อยู่ใจกลางของชุมชนเมือง มีทาง เชื่อมกับเส้นทางคมนาคมหลัก ของเมือง ทั้งถนนและใกล้รถไฟฟ้า สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ง่าย	อยู่ศูนย์กลางของชุมชน ติดกับ ถนนรองของเมือง มีการเชื่อมต่อกับ กับสถานที่สำคัญของเมือง และ สาธารณูปการต่างๆของเมือง

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	อยู่ศูนย์กลางของชุมชนสามารถเข้าถึงพื้นที่โดยทางรถประจำทางและรถส่วนตัว ซึ่งสามารถเข้าถึงตัวโครงการได้ง่าย	อยู่เส้นทางขาออกเมืองซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากอยู่ในเส้นทางกลับบ้านและติดถนนหลัก เข้าถึงพื้นที่โดยทางรถประจำทางและรถส่วนตัว ซึ่งสามารถเข้าถึงตัวโครงการได้ง่าย	อยู่เส้นทางขาออกเมืองซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากอยู่ในเส้นทางกลับบ้านและติดถนนหลัก เข้าถึงพื้นที่โดยทางรถประจำทางและรถส่วนตัว ซึ่งสามารถเข้าถึงตัวโครงการได้ง่าย	อยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางชุมชนแต่เข้าถึงได้ยากในกรณีที่มาจากพื้นที่อื่นสามารถเข้าถึงได้โดยรถยนต์ส่วนตัวและรถประจำทาง มีการจราจรติดขัดในช่วงเย็น
5. ลักษณะของสถานที่ตั้ง	Londonderry Mall	Bzenter	Roppongi Hill	Seaway Mall
	ลักษณะของชุมชนเป็นรูปแบบชุมชนย่านชานเมืองที่กระจายตัวออกมาจากตัวเมืองหลวงของประเทศ โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตพักอาศัย ลักษณะของ community mall จึงเป็นการตอบสนองกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกของคนในเมืองและชานเมืองด้วย	ลักษณะของชุมชนเป็นรูปแบบชุมชนรูปแบบนักท่องเที่ยว และนักธุรกิจในส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่เข้ามาท่องเที่ยวและออกไป เป็นลักษณะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รูปแบบของ community mall จึงออกมาเป็นในลักษณะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งสถานบันเทิง ที่ประกอบธุรกิจที่เผยแพร่วัฒนธรรม	ลักษณะชุมชนเป็นลักษณะชุมชนเมือง ที่ต้องการพื้นที่ในการพักผ่อนของคนเมือง โดยศูนย์การค้า มีการออกแบบพื้นที่ทางเดินด้านนอกเป็นส่วนหนึ่งของเมืองโดย เป็นการทำให้ตัวห้างเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนเมือง	ลักษณะชุมชนเป็นลักษณะชุมชนชานเมืองคล้ายชุมชนรังสิต โดยแต่เดิมเป็นพื้นที่ทำการเกษตรและมีการขยายตัวจากตัวเมืองเพิ่มพื้นที่บ้านพักอาศัย เป็นคล้ายศูนย์กลางที่เชื่อมโยงสถานที่สำคัญของชุมชน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	ถนนประชาชื่น เชื่อมต่อกับถนนหลักวิภาวดี ซึ่งเป็นถนนรอง เป็นลักษณะของชุมชนที่กระจายตัวจากตัวเมืองโดยการใช้พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นที่พักอาศัย โดยตลาดมีหน้าที่เป็นทั้งที่แลกเปลี่ยนสินค้าและเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชนควบคู่กันไป	หน้าหมู่บ้านสามมากร รังสิต คลอง 2 ซึ่งลักษณะชุมชนเป็นรูปแบบชุมชนบ้านจัดสรรและชุมชน การเกษตร แต่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร โดยเป็นสถานที่จับจ่ายใช้สอยหรือใช้บริการหลังจากเลิกงานและมีการเชื่อมโยงกับปั๊มน้ำมัน	ถนนพหลโยธิน ย่านสะพานใหม่ ซึ่งเป็นชุมชนที่อยู่อาศัยและพื้นที่ราชการทหารซึ่งเป็นตลาดที่มีการก่อตั้งมานานและมีการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและกลุ่มผู้ค้าขายซึ่งมีผู้ใช้พื้นที่สูงมาก	ถนนลาดพร้าว-วังหิน ซึ่งชุมชนโดยรอบเป็นชุมชนเดิมที่กระจายตัวจากเขตถนนลาดพร้าวส่วนใหญ่เป็นพื้นที่อยู่อาศัยซึ่งตัวโครงการมีหน้าที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจและที่นัดพบเป็นสำคัญ
6. ลักษณะพื้นที่	Londonderry Mall	Bzenter	Roppongi Hill	Seaway Mall
	เป็นอาคาร 2 ชั้นที่สามารถเชื่อมกับศูนย์กีฬาของชุมชนได้ โดยภายในมีพื้นที่จัดกิจกรรมบริเวณกลางอาคารและมีการกระจายของการบริการตามผังอาคาร	เป็นลักษณะเป็นพื้นที่เปิดโล่งเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มร้านค้าในพื้นที่ มี 1 ชั้น	เป็นพื้นที่ของ อาคารสำนักงาน โดยแบ่งพื้นที่เป็นศูนย์การค้า เป็นพื้นที่ศูนย์การค้า 4 ชั้น โดยพื้นที่ด้านนอกทำให้เป็นพื้นที่สาธารณะ	เป็นอาคารขนาดกลาง มีชั้นจำนวน 1 ชั้น ลักษณะแบ่งเป็น Zone ตามการใช้สอยพื้นที่ โดยพื้นที่ภายในมีการจัดกิจกรรมและพื้นที่สีเขียวภายนอกสามารถจัดกิจกรรม และพักผ่อนได้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	มีขนาดพื้นที่ขนาด 15 ไร่ แบ่งพื้นที่เป็น 8 ส่วน คือ ตลาด ฟู้ดคอร์ท ภัตตาคาร พลาซ่า บริการ จิวเวลรี่ ที่จอดรถ และพื้นที่พักผ่อน	มีพื้นที่ขนาด 6.73 ไร่ พื้นที่ 1000 ตารางเมตรแบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วน คือ จัสโก้ซูเปอร์มาร์เกต ที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ร้านอาหาร ธนาคารและ บริการต่าง ๆ กับ ส่วนพื้นที่ปั้มน้ำมัน	พื้นที่ทั้งหมดประมาณ 30 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ส่วนของตลาดสด ตลาดนัด ตลาดผัก Plaza อาคาร จงรักภักดี ศูนย์อาหาร และ โรงเรียนสอนทำอาหาร	ขนาดพื้นที่ 15000 ตารางเมตร แบ่งพื้นที่เป็น 6 ส่วนคือ ส่วนพลาซ่า ร้านอาหาร ดูแลสุขภาพ ส่วนดูหนังฟังเพลง พื้นที่กีฬาและการเรียนรู้ และซูเปอร์มาร์เกต
7. กลุ่มเป้าหมาย	Londonderry Mall	Bzenter	Roppongi Hill	Seaway Mall
	- คนในเขตชานเมือง - ลักษณะครอบครัว - วัยรุ่น	- นักท่องเที่ยว - คนที่อาศัยในพื้นที่	- คนวัยทำงาน - คนที่อาศัยในเขตพื้นที่ - คนที่เข้ามาทำงานในพื้นที่	- คนในเขตชานเมือง - ลักษณะครอบครัว - วัยรุ่น - กลุ่มคนที่เข้ามาทำกิจกรรม
	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	ทุกเพศทุกวันจากการศึกษาพบว่าผู้ที่เข้ามาใช้ส่วนใหญ่เป็นอายุระดับเด็กวัยเรียน และคนวัยทำงานขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่	คนที่อาศัยในพื้นที่ รัศมี 5 กิโลเมตร โดยส่วนใหญ่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นคนที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรร	กลุ่มคนที่อาศัยในพื้นที่ โดยรัศมีการให้บริการระยะ 5 กิโลเมตร ซึ่งมีผู้เข้าใช้ทุกเพศทุกวัยและทุกฐานะ	กลุ่มคนที่อาศัยในพื้นที่ โดยรัศมีการให้บริการระยะ 5 กิโลเมตร ซึ่งมีผู้เข้าใช้ทุกเพศทุกวัยและทุกฐานะที่ต้องการพักผ่อนและนัดพบ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

8.รูปแบบสถาปัตยกรรม	Londonderry Mall	Bzenter	Roppongi Hill	Seaway Mall
	เป็นอาคาร 2 ชั้นที่ขนาดใหญ่	เป็นอาคารเปิดโล่งมีพื้นที่จัดกิจกรรมตรงกลางโครงการ	เป็นลักษณะตึกสูง ใช้วัสดุสมัยใหม่ผสมกับแบบเดิมบางส่วน	เป็นอาคาร 2 ชั้น ขนาดอาคารไม่ใหญ่มาก
	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	ตัวอาคารเปิดโล่ง มีการแยกอาคารตามการใช้สอยอย่างชัดเจน	เป็นอาคารที่ อยู่ในพื้นที่ของปั้มน้ำมันที่เชื่อมประโยชน์ต่อกัน	เป็นอาคารแบบกระจายตัวทั่วทั้งพื้นที่มีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยที่ชัดเจน	เป็นการกระจายตัวเป็นแนวยาว โดยมีสระน้ำเป็นศูนย์กลางของโครงการลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียวทั้งโครงการโดยแบ่งเป็นส่วน ๆ อย่างชัดเจน
9. กิจกรรมชุมชน	Londonderry Mall	Bzenter	Roppongi Hill	Seaway Mall
	จัดงานของชุมชน	กิจกรรมการท่องเที่ยว	-	จัดงานของชุมชน กิจกรรมครอบครัว
	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	- เล่นดนตรีแจ๊ส เวลา 18.00-21.00 น. วันเสาร์ ทุกสัปดาห์ - งานลอยกระทง - งานเทศกาลต่าง ๆ	- กิจกรรมครอบครัว - แรลลี่	-	- งานประกวด Miss Plaza lagoon - งานประกวดร้องเพลง Plaza Lagoon contest - ประเพณีวันสงกรานต์ - งานวันปีใหม่

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

10.พื้นที่ชุมชน	Londonderry Mall	Bzenter	Roppongi Hill	Seaway Mall
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edmonton Public Library</li> <li>- Post Office</li> <li>- ociety of Railroad Engineers</li> <li>- Park</li> <li>- Green area</li> <li>- Hall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaza</li> <li>- Art Exhibition</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaza</li> <li>- Walk way</li> <li>- Night park</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Community Police Storefront</li> <li>- Community Options</li> <li>- Post Office (Shopper's)</li> <li>- PALZA</li> <li>- Niagara Food Festival</li> </ul>
	Bon Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดขายสินค้า</li> <li>- พื้นที่พักผ่อน</li> <li>- ส่วนบริการความสะดวก</li> <li>ธนาคาร</li> <li>- ร้านขายยา</li> <li>- โรงเรียนสอนวิชาต่างๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พื้นที่นัดพบ</li> <li>- บริการด้านต่างๆ</li> <li>- สถาบันกวดวิชา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ธนาคาร</li> <li>- บริการรับชำระค่าบริการขาย</li> <li>สินค้า</li> <li>- บริการต่างๆ</li> <li>- บริการงานไปรษณีย์</li> <li>- คลินิกกล้วยน้ำไท</li> <li>- ซูเปอร์มาร์เก็ต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้านสินค้าพื้นเมือง</li> <li>- สถานที่พักผ่อน</li> <li>- สถานที่นัดพบ</li> <li>- สถานที่เล่นกีฬา</li> </ul>

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

11.การบริหารจัดการ	Bong Marche Market	Pure Place	Yingcharoen Market	Plaza lagoon
	<p>ทางโครงการเปิดรับสมัครผู้ที่เข้ามาประกอบกิจการในประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีคนมาสมัครมากมาย โดยได้ทำการสัมภาษณ์และคัดเลือกบุคคลที่กล่าวข้างต้น โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก</p>	<p>เน้นการใช้ประโยชน์พื้นที่ร่วมกันของ 2 ประเภทธุรกิจ โดยเน้นลักษณะการใช้พื้นที่เป็นลักษณะครอบครัว โดยกำหนดการเช่าพื้นที่ที่ตรงกับแนวคิดของโครงการ</p>	<p>ทางโครงการเน้นการบริหารด้านการพัฒนาสินค้าของกลุ่มแม่ค้าให้มีคุณภาพและสามารถต่อรองต่อราคาตลาดได้โดยกำหนดวิธีการดำเนินการ เป็นตัวกลางให้กับกลุ่มสินค้า และมีการบริการส่งสินค้าซึ่งช่วยในการประหยัดค่าใช้จ่าย</p>	<p>มีการคัดเลือกสินค้าพื้นเมืองและประเภทการบริการที่ตรงกับแนวคิดที่เป็นพื้นที่พักผ่อน</p>