

การศึกษาพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่
จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*

A STUDY OF PUBLIC SPACES IN BANGKOK TO DEVELOP AS A
DISTRIBUTION AREA FOR COMMUNITY ENTERPRISE PRODUCTS
UNDER THE CREATIVE ECONOMY CONCEPT

จรรูวรรณ ขำเพชร

Jaruwan Kumpetch

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Srinakharinwirot University, Thailand

E-mail: kjaruwan@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) เพื่อประเมินคุณภาพของพื้นที่ว่างสาธารณะเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีวิธีการศึกษา คือ 1) เอกสารเกี่ยวกับพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร สินค้าวิสาหกิจชุมชน แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเมืองและพื้นที่สาธารณะ 2) การศึกษาภาคสนาม การลงพื้นที่สำนักงานเขต และลงพื้นที่ที่ได้รับการเสนอชื่อจากสำนักงานเขตให้เป็นตัวแทนกลุ่มโซนและเขต การใช้แบบสำรวจและแบบประเมินในการคัดสรรพื้นที่ว่างตามแนวคิดทฤษฎี การสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้อำนวยการเขตหรือผู้แทนของสำนักงานเขตรวม 10 เขต ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 10 กลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกรุงเทพมหานครจำนวน 150 คนเพื่อเสนอปัญหาและทางออกของสินค้าชุมชน ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานะของพื้นที่ประกอบด้วยพื้นที่ของกรมธนารักษ์ พื้นที่การรถไฟแห่งประเทศไทย พื้นที่การทางพิเศษแห่งประเทศไทย และพื้นที่เอกชน การได้มาของพื้นที่ว่างสาธารณะ การนำพื้นที่มาต่อยอดเพื่อสร้างรายได้ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ผ่านกระบวนการประเมินตามแนวคิดเรื่องพื้นที่ วิสาหกิจชุมชน และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พื้นที่อยู่ในเขตกรุงเทพชั้นในที่ได้รับการรับรองเป็นเขตพาณิชย์กรรมและส่งเสริมการลงทุน 2) การ ประเมินคุณภาพของพื้นที่ว่างสาธารณะ จากการคัดสรรพื้นที่ผ่านแบบประเมิน ร่วมกับเขต การประชุมเชิงปฏิบัติการ การลงสำรวจพื้นที่เป้าหมาย ได้



ข้อสรุปเสนอพื้นที่ของ มศว เพื่อจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่มีชื่อว่า Night Market การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการการพรรณนาความจากเนื้อหาพร้อมกับแนวคิดทฤษฎี และข้อมูลภาคสนาม

คำสำคัญ: พื้นที่ว่างสาธารณะ, ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน, ไนท์มาร์เก็ต

Abstract

The Objectives of this research article were to 1) to observe and 2) to evaluate the quality of public spaces in Bangkok to develop the space into distribution area of community enterprise products under the creative economy concept. The study methods are 1) from documents related to Bangkok's space, commercial enterprise products, concept, and research on urban and public space management and 2) from field study at district offices, nominated public spaces to be zone and district representatives by district offices, the use of survey and assessment to assort spaces according to theory concept, in-depth interview with related parties to governmental sector's spaces management, district director and representative from 10 districts, 10 groups of community enterprise operators, workshop with 150 participants residing in Bangkok to raise the issue and solution of community products The result finds that 1) public spaces are under the management of Treasury Department, State Railway of Thailand, Expressway Authority of Thailand, and private owners. The acquisition of public space to sell goods must be in accordance with the rules for using the space. The further development of space to increase income in accordance with creative economy has been evaluated based on the concept of space, commercial enterprise and creative economy. The area in the inner Bangkok has been certified as commercial and investment promotion zone. The result also finds that 2) the quality assessment of public space to develop into community enterprise product distribution area is conducted together with districts through workshop and field observation. The assessment concludes and proposes SWU area to sell community enterprise goods and be called Night Market. The data analysis is done by describing the contents together with the theoretical concept and field data.

Keywords: Public Space, Community Enterprise Products, Night Market



บทนำ

การพัฒนาของโลกเพื่อสร้างการพัฒนาและให้เมืองเจริญขึ้น ส่งผลให้เกิดการเติบโตและขยายตัวทั้งเชิงกายภาพและเชิงคุณภาพในแต่ละพื้นที่เมือง โดยการพัฒนาเมืองเริ่มต้นขึ้นเมื่อช่วงคริสต์ศตวรรษ 1960 เป็นต้นมา การพัฒนาได้เกิดพื้นที่ทิ้งร้างจำนวนหนึ่งที่เรียกว่าพื้นที่ไร้ประโยชน์ (Waste Space) พื้นที่ตาย (Dead Space) ช่องว่างเมือง (Urban Void) พื้นที่เหล่านี้ถูกทิ้งร้างไร้ประโยชน์และนำมาซึ่งปัญหาและความเสื่อมโทรมของพื้นที่ที่มีการรุกราล้ำโดยคนจรจัดเป็นพื้นที่ที่ไม่ปลอดภัยซึ่งอาจเป็นการทำลายเมือง (Urban Devastation) จากการศึกษาของ มัมฟอร์ด (Mumford, L., 1961) ว่าพื้นที่เมืองดังกล่าวเกิดจากการขยายโครงข่ายคมนาคมเพื่อการเติบโตของเมือง ซึ่งแนวคิดในการขยายตัวของเมืองขึ้นอยู่กับปัจจัยการขยายคมนาคมดังกล่าว ทำให้ประชากร และสิ่งก่อสร้าง สาธารณูปโภคต่าง ๆ ขยายตัวออกไปด้วยความต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้คน จึงมีความจำเป็นในการพัฒนาพื้นที่เมืองอพยพเข้าพื้นที่เมืองมากขึ้นและต่อเนื่อง การพัฒนาพื้นที่เมืองจึงมีความสำคัญในการใช้ชีวิตเพื่อให้เกิดความสุขในการใช้ชีวิตร่วมกัน ผู้คนจึงต้องการพื้นที่เชิงคุณภาพมากขึ้น แต่ประการสำคัญนอกจากพื้นที่ที่อยู่อาศัยแล้ว การหาพื้นที่เพื่อนำมาสร้างรายได้เป็นประเด็นสำคัญอีกประการเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในเมืองให้มีคุณภาพ จึงต้องสร้างและหาพื้นที่ที่สามารถประกอบอาชีพได้ หากจะพิจารณาถึงแนวคิดการฟื้นฟูเมือง (Urban Regeneration) ที่มีบทบาทในการพัฒนาเมืองมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษ 1990 และดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีการขยายการคมนาคมที่กว้างขวาง ทั้งรถไฟฟ้า BTS MRT หรือสะพานข้ามแม่น้ำลินซ์ (Lynch, K. & Southworth, M., 1990) พีรีรา (Perera, L. A. S. R., 1994); (Transik, R., 1986); (นิรมล กุลศรีสมบัติ และยุวดี ศิริ, 2552) พบว่าเมืองที่ขยายออกไปโดยการคมนาคมกลายเป็นพื้นที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์และสร้างปัญหาสังคมตามมา (กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2559) ได้สำรวจพบว่ายังมีพื้นที่ว่างกระจายตัวอยู่ในเขตต่างๆของกรุงเทพมหานครอีกจำนวนหนึ่ง แม้ว่าจะได้พยายามพัฒนาพื้นที่ว่างดังกล่าวให้ก่อให้เกิดรายได้แก่ประชาชน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและความไม่เท่าเทียมกัน ดังเช่น การจัดพื้นที่ใต้ทางด่วนเป็นศูนย์ชุมชนสร้างสรรค์ทั้งใต้ทางด่วนเพลินจิต รามอินทรา สีลม เพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชนแต่ผลปรากฏว่าไม่ประสบความสำเร็จ

การศึกษาพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไปสู่การพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนนั้น เกิดขึ้นจากการเห็นสภาพพื้นที่เมือง ที่มีพื้นที่ว่างอีกมากในแต่ละเขตพื้นที่ที่ยังไม่ได้มีการสำรวจศึกษา เพื่อการจัดทำเป็นสถานที่สาธารณะ สร้างให้เกิดเป็นมูลค่าในทางเศรษฐกิจได้ วิสาหกิจชุมชนเป็นช่องทางหนึ่งในการกระตุ้นสภาวะเศรษฐกิจของประเทศในหลายด้าน อีกทั้งพื้นที่ของกรุงเทพมหานครยังสามารถนำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพในเชิงพาณิชย์กรรม ทั้งนี้หากพิจารณาเฉพาะคำว่าพื้นที่เมืองก็จะพบเมืองหลายแห่งในประเทศ



ไทยที่เข้าช่วยความเป็นเมืองเช่นกัน แต่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองโตเดี่ยวมาต่อเนื่องและมีการก่อสร้างพัฒนาสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ทำให้เนื้อเมืองบางส่วนถูกทิ้งร้าง มีพื้นที่ว่างใช้ประโยชน์ได้อีกมาก ต่างจากพื้นที่เมืองในจังหวัดอื่นๆที่ไม่ได้ถูกระทบจากโครงสร้างสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ การนำพื้นที่ว่างทั้งถูกระทบจากการพัฒนาหรือพื้นที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เป็นพื้นที่เดิมอยู่แล้วนั้นมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นนโยบายส่วนหนึ่งของนายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่เคยนำพื้นที่ริมคลองผดุงกรุงเกษม มาจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่ผ่านมา พบว่าสามารถสร้างรายได้และมีเงินหมุนเวียนที่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในระดับที่น่าพอใจ และยังการหารายได้เกิดจากการรวมตัวของคณะบุคคลในนามโครงการวิสาหกิจชุมชนที่เพื่อสร้างรายได้ และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน หรือระหว่างชุมชน พื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการบริโภคและใช้จ่ายของคนที่มีมูลค่ามากหากเทียบกับทุกจังหวัดของประเทศไทย จึงเหมาะสมในการใช้พื้นที่แห่งนี้ศึกษาเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจทั้งในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดอื่นได้นำสินค้ามาจำหน่าย โดยมีการดำเนินการจัดจำหน่ายมาก่อนแล้ว แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักจากการจัดศูนย์จำหน่ายสินค้าของกรมการพัฒนาชุมชนตามพื้นที่ได้ทางด่วนที่กล่าวมา การได้พื้นที่ที่เหมาะสม การมีสินค้าที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าว

การศึกษานี้ได้ใช้แนวคิดที่สำคัญ 2 แนวคิดหลักที่สำคัญคือว่าด้วยเรื่องพื้นที่ว่าง (Space) และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพื้นที่ว่างนั้นเป็นพื้นที่ทั้งเชิงกายภาพ (Architectural Space) และพื้นที่เชิงสังคม (Social Space) พื้นที่ว่างทางกายภาพหมายถึงพื้นที่ที่มีมิติ อาจเป็นสองมิติ สามมิติ พื้นที่มีรูปทรง ระบาย เป็นการจำกัดความพื้นที่ที่แผ่อยู่ในกรอบรูปทรง (Form) โครงสร้าง (Structure) หรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ทางกายภาพ (Physical) ทางด้านสถาปัตยกรรมและผังเมือง การศึกษาเรื่องพื้นที่ว่างเป็นหัวใจสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในทุกระดับตั้งแต่หน่วยย่อยในเรื่องการจัดองค์ประกอบของที่ว่างงานออกแบบภายใน งานออกแบบอาคารสู่งานออกแบบระดับชุมชน เมือง ในเรื่องเส้นทางสัญจร ระบบการเชื่อมโยงและผังรวม ซึ่งจะมีการจัดประเภทของการใช้สอยพื้นที่ในรูปแบบต่างๆ เช่น พื้นที่สาธารณะ (Public Space) พื้นที่เชิงพาณิชย์กรรม (Commercial Space) พื้นที่ที่อยู่อาศัย (Residential Space) พื้นที่เกษตรกรรม (Agricultural Space) เป็นต้น แต่ปรากฏการณ์ของพื้นที่ไม่ได้ถูกแบ่งประเภทด้วยความเหมาะสมของการจัดวางองค์ประกอบของพื้นที่เพียงอย่างเดียว แต่พื้นที่เหล่านั้นเป็นพื้นที่ที่ถูกกระทำจากผู้ใช้ประโยชน์ที่มีความหลากหลาย จึงทำให้ปรากฏการณ์ของพื้นที่ที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคมมีความแตกต่างหลากหลายตามไปด้วย (Foucault, M., 1967) 푸โกต์ได้ศึกษาพื้นที่ว่าง โดยไม่ได้เน้นการตีความหมายหรือคำจำกัดความคำว่าพื้นที่ว่าง หากแต่เป็นการอธิบายปรากฏการณ์หลากหลายที่เกิดขึ้นทับซ้อนในพื้นที่ เช่น ในยุคกลางของตะวันตกมีการจัดลำดับชั้นของพื้นที่ (Hierarchy) ซึ่งฟูโกต์เรียกว่า



พื้นที่การจัดวาง (Space Of Emplacement) ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) พื้นที่เปิด (Open) พื้นที่สวรรค์ (Celestial) พื้นที่เมือง (Urban) พื้นที่ชนบท (Rural) เป็นต้น โดยแต่ละพื้นที่ดังกล่าวไม่สามารถแยกออกจากกันได้มักจะเป็นพื้นที่ทับซ้อนกันเสมอ และแม้จะมีการสร้างพื้นที่ใหม่ขึ้นมาทับซ้อนพื้นที่เดิม พื้นที่เดิมเหล่านั้นก็ยังไม่ได้ถูกลดความหมาย เพียงแต่พื้นที่เหล่านั้นมีโครงสร้างของการจัดการอยู่เสมอ และการจัดการเหล่านั้นมักจะเป็นกรอบระเบียบของกิจกรรมต่างๆ ซึ่งภายใต้กิจกรรมเหล่านี้เกิดเป็นวาทกรรม เราจึงไม่ได้อยู่ในพื้นที่ว่างเปล่าที่จะวางความเป็นปัจเจกลงไปได้ แต่อยู่ในชุดของ “ความสัมพันธ์” ที่ถูกกำหนดไว้แล้ว หรือที่เรียกว่า ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) จากแนวคิดเรื่องพื้นที่ของฟูโกต์ ทำให้แนวคิดในการศึกษาด้านพื้นที่หลุดจากกรอบแนวคิดที่มุ่งจะหาความหมายของพื้นที่ว่าง (Space) ในมิติของปริมาตร รูปทรง พื้นที่ ระบาย ซึ่งเป็นการจำกัดความของพื้นที่ว่างในฐานะที่มองพื้นที่ว่างเป็นสิ่งที่แฝงอยู่ในกรอบของรูปทรง (Form) โครงสร้าง (Structure) หรือสิ่งที่สามารถจะจับต้องได้ทางกายภาพ (Physical) มาเป็นเรื่องของการทำความเข้าใจ ความหมายของพื้นที่ พื้นที่สาธารณะ พื้นที่พาณิชย์กรรม ฯลฯ ว่าเกิดจากการสร้างและให้ความหมายของผู้ใช้ประโยชน์บนพื้นที่นั้นในแต่ละยุคสมัย หรือที่ฟูโกต์เรียกว่า ปฏิบัติการทางวาทกรรม นั่นเอง ความหมายของพื้นที่จึงมีมิติที่หลากหลายซ้อนทับกันอยู่ การกำหนดพื้นที่ว่างในบทความจึงมีความหมายครอบคลุมพื้นที่โล่ง พื้นที่โล่งว่าง พื้นที่สาธารณะ พื้นที่พาณิชย์กรรม พื้นที่ทางสังคมที่มีความหลากหลายมิติซ้อนทับกันอยู่

การทำความเข้าใจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนำมาอธิบายสินค้าวิสาหกิจชุมชน โดยสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 ว่าเป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมการสั่งสมและเทคโนโลยี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (cultural asset-based) ร่วมกับการคิดสร้างสรรค์ (creativity) นวัตกรรม (innovation) หรือเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (commercialization) หรือคุณค่าทางสังคม (อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ, 2554)

การศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ทั้งของไทยและต่างประเทศที่สำคัญ เช่น การศึกษาถนนคนเดินใต้ทางรถไฟยกระดับที่ชุมชนโอเวอร์ทาวน์ (Overtown Pedestrian Mall, Miami) ที่ก่อนจะมีการสร้างทางรถไฟยกระดับขึ้นมา ชุมชนแห่งนี้เป็ย่านพาณิชย์กรรมเก่าแก่และสำคัญของเมืองมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1896 และยังเป็นที่ตั้งของอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แต่เมื่อมีการก่อสร้างทางรถไฟขึ้นมาทำให้ชุมชนถูกตัดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน อาคารประวัติศาสตร์หลายหลัง ร้านค้า และทางเดินเท้าเดิมถูกแทนที่ด้วยพื้นที่ว่างเปล่าใต้ทางรถไฟ เกิดเป็นสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม ร้านค้าต่างทยอยปิดกิจการ ล้วนส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ



และสังคมโดยรวมของชุมชน จนกระทั่งได้มีแผนการฟื้นฟูชุมชนขึ้นมา โดยมีเป้าหมายหลักคือการรื้อฟื้นความเชื่อมโยงของชุมชนประวัติศาสตร์ จึงมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใต้ทางรถไฟยกระดับให้เป็นถนนคนเดินเพื่อการสัญจรและการกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่น ๆ จนกลายเป็นพื้นที่สาธารณะมีชีวิตชีวาตอบสนองทั้งระดับชุมชนและเมืองและยังได้รับรางวัลด้วย ในกรุงปารีส ฝรั่งเศสก็ได้มีการปรับปรุงทางรถไฟสายเก่าที่ชื่อว่าบาสติลล์-วารีอง (Bastille-Varenne Line) ให้เป็นสวนสาธารณะและย่านศิลปะแห่งใหม่ของเมือง โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการพัฒนาสวนสาธารณะจากพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรมหรือสาธารณูปโภคเก่าซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายหลักการพัฒนาเมือง การพัฒนาเป็นโครงการทางเดินสีเขียวลอยฟ้าแห่งนี้ก่อให้เกิดกิจกรรมสาธารณะของคนหลายกลุ่ม กระตุ้นนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เข้ามาร่วมลงทุน จึงเกิดสำนักงาน ร้านอาหาร อพาร์ทเมนต์ตามมา และโครงการนี้ยังเป็นต้นแบบการฟื้นฟูพื้นที่ที่ทิ้งร้างใต้โครงสร้างคมนาคมยกระดับอีกหลายประเทศในโลกนี้ ในส่วนเอเชียเองก็ได้มีการพัฒนาพื้นที่ลักษณะดังกล่าว ที่ได้ทางรถไฟยกระดับ กรุงโตเกียว การปรับปรุงพื้นที่ให้ใช้ประโยชน์ใช้สอยเชิงพาณิชย์เพราะพื้นที่เมืองโตเกียวมีราคาสูงมากการพัฒนาเป็นย่านกินดื่มสังสรรค์ (นิรมล กุลศรีสมบัติ และยุวดี ศิริ, 2552)กล่าวโดยสรุปว่าการศึกษาดูอย่างการพัฒนาพื้นที่เมืองในต่างประเทศทั้ง 3 แห่ง ไม่ว่าจะเป็นการฟื้นฟูพื้นที่ว่างเปล่า (ไมอามี สหรัฐอเมริกา) การสร้างพื้นที่ให้กลายเป็นถนนคนเดิน การสร้างสวนสาธารณะและย่านศิลปะแห่งใหม่ของเมือง (ปารีส ฝรั่งเศส) ย่านกินดื่มและพบปะสังสรรค์ (โตเกียว ญี่ปุ่น) ล้วนเป็นแนวทางการพัฒนา พื้นที่พื้นที่ว่างสาธารณะในเมืองให้มีคุณภาพ พัฒนาด้วยความคิดสร้างสรรค์และพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนขึ้นมาได้ ดังประเทศไทยได้นำหลักการมาใช้พัฒนาพื้นที่ใต้ทางด่วนของไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อประเมินคุณภาพของพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการศึกษาพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่และรวบรวมข้อมูลเอกสาร โดยมีวิธีการดังนี้ การพื้นที่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้อำนวยการเขตหรือผู้แทนของสำนักงานเขตรวม 10 เขต การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ



วิสาหกิจชุมชนจำนวน 10 กลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกรุงเทพมหานครจำนวน 150 คนเพื่อเสนอปัญหาและทางออกของสินค้าชุมชน

1. การทบทวนเอกสาร รวบรวมข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพื้นที่ ภูมิหาย และวิสาหกิจชุมชน

2. การศึกษาภาคสนาม การลงพื้นที่สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชน และสวัสดิการสังคม การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ในแต่ละกลุ่มโซนเพื่อร่วมกันคัดเลือกพื้นที่ว่างคุณภาพในกรุงเทพมหานครที่มีความเหมาะสมที่สุด โดยมีกระบวนการในการคัดเลือกพื้นที่ และนำไปสู่แนวทางการพัฒนาต่อยอดสินค้า โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การร่วมพิจารณา ใช้แบบประเมินคุณลักษณะพื้นที่ว่างสาธารณะที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่คณะวิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิดเรื่องการสร้างพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสม (creative place making) โดยพิจารณาพื้นที่ร่วมกับฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมกรุงเทพมหานคร และสำรวจความพร้อมด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างประชากร สังคม และเศรษฐกิจ จากพื้นที่ที่นำเสนอ

2.2 การวางแผนร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมกับสำนักงานเขตและสำนักพัฒนาสังคม โดยใช้แบบสำรวจคัดเลือกพื้นที่คุณภาพเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการจัดทำแบบสำรวจมาจากข้อมูลการสัมภาษณ์ถึงผลสำเร็จ ปัญหา และสิ่งที่ต้องการแก้ไข จากการระดมความคิดเห็นในการประชุมเชิงปฏิบัติร่วมกับกรุงเทพมหานครจำนวน 150 คน และคัดสรรมาจัดทำแบบสำรวจเพื่อเสนอปัญหาและทางออกของสินค้าชุมชนร่วมกัน

2.3 สัมภาษณ์ผู้อำนวยการเขตหรือผู้แทน (บางเขตมอบหมายให้รองผู้อำนวยการ) รวมทั้งเจ้าหน้าที่ด้านพัฒนาชุมชนของแต่ละเขตที่รู้จักพื้นที่และสินค้าอย่างดีของแต่ละกลุ่มโซน

การสัมภาษณ์ประธานกลุ่มเพื่อทราบข้อได้เปรียบ ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานราชการ (กรณีเขต) เพื่อร่วมตัดสินใจเขตและพื้นที่สุดท้ายในการเสนอให้เป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมสำหรับจำหน่ายสินค้าชุมชนในที่สุด จำนวน 10 คน

ลำดับถัดมาคือใช้แบบสำรวจแนวทางการต่อยอดสินค้าวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จโดยชุมชน โดยสร้างขึ้นภายใต้แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสม การเข้าถึงและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เพื่อหาวิธีถึงแนวทางการพัฒนาต่อยอดสินค้าชุมชนให้ประสบความสำเร็จ



3. การลงพื้นที่ชุมชนที่มีการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน

4. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องพื้นที่และข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ กรมธนารักษ์, กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร, สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน, กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, การรถไฟแห่งประเทศไทย, การทางพิเศษแห่งประเทศไทย และสำนักงานเขตใน 6 กลุ่มโซน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในแต่ละหน่วยงานที่สัมภาษณ์เชิงลึก คือผู้บริหารหน่วยงานหรือผู้ที่มีหน้าที่ในการกำกับติดตามการใช้พื้นที่ ที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าแต่ละหน่วยงาน โดยผู้วิจัยได้ส่งเอกสารเพื่อขอสัมภาษณ์และขอข้อมูลกรณีที่มีข้อมูลได้เผยแพร่ทั่วไป เช่น การรถไฟแห่งประเทศไทยที่ให้บริษัทที่ปรึกษาสำรวจและเสนอพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟเพื่อพัฒนาเป็นย่านพาณิชยกรรม การสัมภาษณ์ผู้อำนวยการกองวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมเกษตรและสหกรณ์ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินคุณลักษณะพื้นที่ว่างสาธารณะ การสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ว่างในกรุงเทพมหานคร และสำนักงานเขตแต่ละเขต มาทำการวิเคราะห์ร่วมกันทั้งแบบการวิเคราะห์เนื้อหาและความสอดคล้องกับแบบสำรวจดังกล่าว

ผลการวิจัย

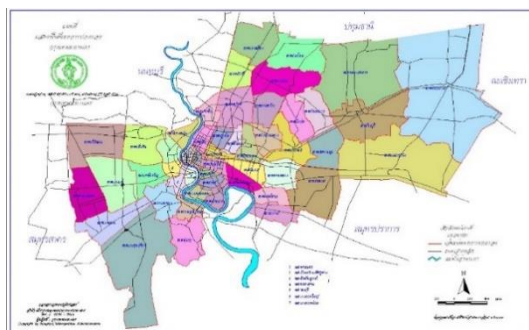
กรุงเทพมหานครเป็นเมืองโตเดี่ยวแห่งหนึ่งของโลก (Primate City) มีความสำคัญในฐานะเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และศูนย์กลางความเจริญในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา การสาธารณสุข ฯลฯ การที่กรุงเทพฯ ถูกพัฒนามาอย่างต่อเนื่องทำให้มีการใช้พื้นที่อย่างเข้มข้นมานานกว่า 200 ปี ที่ดินภายในกรุงเทพมหานครปัจจุบันที่มี 1,595 ตารางกิโลเมตร ถูกกำหนดการใช้ตามรูปแบบผังเมือง ที่ทางราชการกำหนด โดยราคาที่ดินมีราคาสูงมาก และมีแนวโน้ม (Mega Trend) การพัฒนาของโลกที่ต้องการ สร้างความเจริญของเมืองให้ยิ่งเจริญขึ้น เมืองจึงมีการขยายตัวทั้งกายภาพและคุณภาพที่จัดสรรให้ผู้คนใช้ชีวิตอยู่ในเมือง และจากตัวเลขประชากรโลกในปัจจุบันที่มีการอาศัยอยู่ในเมืองมากกว่าชนบทจากในปี พ.ศ. 2557 ประชากรโลกร้อยละ 54 เข้ามาอาศัยอยู่ในเขตเมือง (จำนวนประชากร 7 พันล้านคน ในปี พ.ศ. 2558) คาดว่า ในปี พ.ศ. 2593 ประชากรโลกจะมากถึง 9.2 พันล้านคน และเมืองมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 66 โดยที่ประชากรที่อาศัยในเมืองมากถึง 6.3 พันล้านคน นับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงมาก สำหรับประเทศไทยปัจจุบัน มีประชากรร้อยละ 49 ของประชากรทั้งหมดอาศัยอยู่ในเมืองและคาดว่าในปี 2593 อัตราประชากรไทย ในเมืองจะมีมากถึงร้อยละ



73 การกระจุกตัวของคนเมืองและศูนย์กลางความเจริญจะมีผลต่อรูปแบบความ ซับซ้อนของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมที่จะเป็นสิ่งที่โลกต้องตระหนักมากขึ้น

การสำรวจพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานคร จากการแบ่งลักษณะการบริหาร กรุงเทพมหานครได้มีการแบ่งแต่ละพื้นที่ตามนโยบายและแผนการพัฒนาออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1.การแบ่งเขตการบริหารงาน 12 กลุ่มเขต คือกลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มลุมพินี กลุ่มวิภาวดี กลุ่มเจ้าเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนบุรี กลุ่มตากสิน กลุ่มพระนครเหนือ กลุ่มบุรพา กลุ่มสุวินทวงศ์ กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มมหาสวัสดิ์ และกลุ่มสนามชัย 2.การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ 3 เขต คือ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง และเขตชั้นนอก 3. การแบ่งเขตตามลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน (ผังเมือง) 10 บริเวณ ประกอบด้วย ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม คลังสินค้า อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ชนบทและเกษตรกรรม อนุรักษ์เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย และสถาบันราชการ 4.การแบ่งเขตการปกครองตามกลุ่มเขต 6 กลุ่ม คือ กลุ่ม กรุงเทพมหานครกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงธนเหนือ และกลุ่มกรุงธนใต้ การศึกษาสำรวจพื้นที่ว่างสาธารณะกรณีพื้นที่ที่ถูกทิ้งร้างเพื่อการฟื้นฟูเมือง โดยใช้พื้นที่กรณีได้ทางพิเศษยกระดับในกรุงเทพมหานคร การพัฒนาปรับปรุงพื้นที่ทรุดโทรมให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีชีวิตชีวาและยังให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา

การพัฒนาพื้นที่สาธารณะให้เป็นพื้นที่เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนนั้นได้นั้น จากการศึกษาพบว่ามีการศึกษาเพื่อนำพื้นที่สาธารณะเป็นถนนคนเดินแบบตลาดนัดในเมืองไทยอยู่จำนวนหนึ่ง ทั้งการหาพื้นที่ใหม่ การประเมินพื้นที่ที่เคยเปิดตลาด ควบคู่กับกิจกรรมการสร้างการเรียนรู้ การสร้างเสริมสุขภาพ การฝึกอาชีพ หรือการออกกำลังกายจากการพัฒนาพื้นที่เพื่อให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้โดยจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนโดยภาครัฐที่เคยจัดพื้นที่บริเวณใต้ทางด่วน 3 แห่ง คือ ใต้ทางด่วนเพลินจิต สีลม และเอกมัย-รามอินทรา เพื่อสร้างรายได้ลดความเหลื่อมล้ำและความไม่เท่าเทียมกันแต่พบว่าไม่ประสบความสำเร็จยังเป็นพื้นที่ทิ้งร้างเช่นเดิม

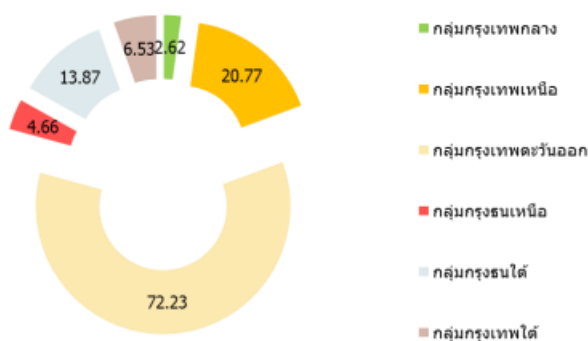


ภาพที่ 1 แผนที่แสดงเขตในกรุงเทพมหานคร



พื้นที่กรุงเทพมหานครดังกล่าว เป็นพื้นที่ที่อยู่ในการดูแลของภาครัฐ และเอกชน ซึ่งพื้นที่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานราชการ ประกอบไปด้วย 4 หน่วยงาน ได้แก่ กรมธนารักษ์ สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร การรถไฟแห่งประเทศไทย และการทางพิเศษแห่งประเทศไทย จากการพิจารณาของสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่ามีการกระจุกตัวและใช้พื้นที่อย่างเข้มข้นในย่านพาณิชยกรรมใจกลางกรุงเทพมหานคร ฉะนั้นการคัดสรรพื้นที่เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า จึงต้องมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาโดยสร้างแบบประเมินคุณภาพของพื้นที่ที่ประกอบไปด้วยหัวข้อหลักๆ ได้แก่ องค์ประกอบของพื้นที่ องค์ประกอบด้านประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ และองค์ประกอบสนับสนุน

โดยแผนภูมิด้านล่าง ได้เปรียบเทียบพื้นที่ว่างเปล่าในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่าง พ.ศ.2549 และ พ.ศ.2558 เพื่อทราบการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ว่างเปล่า ตำแหน่งการกระจายตัวของพื้นที่ว่างเปล่า พบว่าพื้นที่ทั้ง 6 กลุ่มเขตมีปริมาณพื้นที่ว่างแตกต่างกันออกไป โดยกลุ่มกรุงเทพตะวันออกมีพื้นที่ว่างเปล่ามากที่สุด อันประกอบไปด้วยเขตบึงกุ่ม หนองจอก บางกะปิ มีนบุรี คันนายาว ลาดกระบัง คลองสามวา ประเวศ และสะพานสูง (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร)



ภาพที่ 2 แผนภูมิภาพแสดงขนาดพื้นที่ว่างในแต่ละกลุ่มเขต

ผลการศึกษาเมื่อได้ทราบพื้นที่ที่ว่างจำนวนมากแล้วแต่อยู่ในเขตชั้นนอก หรือมีใช้ย่านพาณิชยกรรมตามแนวทางการจำแนกของกรุงเทพมหานคร และหากนำพื้นที่ที่ได้มาซ้อนทับกับพื้นที่ของแต่ละหน่วยงานพบว่าพื้นที่ที่อยู่ในการดูแลของกรมธนารักษ์ กระทรวงการคลังมีพื้นที่ในการดูแลโดยสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีการจัดสรรพื้นที่ให้เช่าแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและบุคคลทั่วไป มีการแบ่งผู้ใช้ประโยชน์ในที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินฯ ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ชุมชนเมือง ผู้เช่ารายย่อยเพื่ออยู่อาศัยและยังชีพเล็กน้อย 2) มูลนิธิ สมาคมหรือองค์กรสาธารณกุศล 3) หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ 4) ผู้เช่าใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยผู้เช่า 3 ประเภทแรกมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ที่ดินทั้งหมดในความดูแลของสำนักงานทรัพย์สินฯ รวมถึงการใช้ประโยชน์ในที่ดินของกรมธนารักษ์ยังถูกใช้ใน



ราชการ พื้นที่จัดให้เช่า พื้นที่ว่าง พื้นที่บุกรุก ถนน และสาธารณประโยชน์ ส่วนสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นสำนักการวางผังและพัฒนาเมือง) มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดทำผังเมือง โดยแบ่งลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน (ผังเมือง) เป็น 10 บริเวณ พร้อมข้อกำหนดการใช้ประโยชน์จากที่ดินแต่ละแห่ง จึงพบว่าพื้นที่ย่านพาณิชย์กรรมใช้สีผังเมืองสีแดง และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน เขตวัฒนา ปทุมวัน เน้นการพัฒนาที่ดินเพื่อเป็นศูนย์พาณิชย์กรรมของชุมชน ในการกระจายกิจกรรมการค้า ศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การบริการและนันทนาการที่อำนวยความสะดวกต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

สำหรับพื้นที่ในการดูแลของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ลักษณะกายภาพจะเป็นทางยกระดับทำให้มีพื้นที่ใต้ทางด่วนและพื้นที่ในเขตทางพิเศษ เรียกรวมว่า “พื้นที่ในเขตทางพิเศษ” พื้นที่ในเขตเมืองได้อนุญาตให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ เข้าใช้ประโยชน์เพื่อสังคมและสาธารณะ ตามวัตถุประสงค์เพื่อการจัดทำสวนสาธารณะ ลานกีฬา เส้นทางลัด/ทางจักรยาน พื้นที่ให้เช่าและอื่น ๆ ดังที่มีการศึกษาการใช้ประโยชน์พื้นที่ใต้ทางด่วนเพลินจิต สีลมเพื่อนันทนาการและจำหน่ายสินค้าแต่ไม่ประสบความสำเร็จจนถึงปัจจุบัน

การประเมินคุณภาพลักษณะพื้นที่ว่างสาธารณะที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาไปสู่การจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน ลำดับถัดมาคือคัดสรรพื้นที่ในแต่ละกลุ่มโซน แต่ละกลุ่มจะนำเสนอพื้นที่ในเขตของโซนนั้นที่คิดว่าเหมาะสมโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับทุกสำนักงานเขต และให้นักพัฒนาชุมชนของแต่ละเขตคัดเลือกพื้นที่ของตนเพื่อส่งเข้าโหวตในการเป็นตัวแทนแต่ละโซน ตามแบบประเมินคุณลักษณะพื้นที่ว่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มกรุงเทพมหานคร (ประกอบด้วยเขตพระนคร ดุสิต สัมพันธวงศ์ ห้วยขวาง พญาไท ราชเทวี วังทองหลาง ดินแดง ป้อมปราบศัตรูพ่าย) ไม่มีพื้นที่เนื่องจากเป็นพื้นที่ชั้นในที่หนาแน่นมาก กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ (ประกอบด้วยเขตจตุจักร บางซื่อ ลาดพร้าว หลักสี่ ดอนเมือง สายไหม บางเขน) ได้นำเสนอของพื้นที่ ณ วัดลาดปลาเค้า กลุ่มกรุงเทพตะวันออก (ประกอบด้วยบางกะปิ สะพานสูง บางกะปิ คันนายาว ลาดกระบัง มีนบุรี คลองสามวา หนองจอก ประเวศ) ได้เสนอพื้นที่ ณ วัดพระยาสุเรนทร์ กลุ่มกรุงเทพใต้ (ประกอบด้วยเขตปทุมวัน บางรัก บางคอแหลม วัฒนา พระโขนง สวนหลวง บางนา ยานนาวา คลองเตย) กลุ่มโซนนี้ได้เสนอ 2 พื้นที่คือ ณ วัดมหาบุศย์ (อยู่ในเขตสวนหลวง) และพื้นที่ มศว (อยู่ในเขตวัฒนา) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ (ประกอบด้วยเขตธนบุรี คลองสาน จอมทองบางกอกใหญ่ บางกอกน้อย บางพลัด ตลิ่งชัน ทวีวัฒนา) ได้เสนอพื้นที่ ณ สำนักงานเกษตรพื้นที่ 3 ตลิ่งชัน (อยู่ในเขตตลิ่งชัน) กลุ่มกรุงเทพใต้ (ประกอบด้วยเขตภาษีเจริญ บางแค หนองแขม บางบอน ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ บางขุนเทียน) เสนอพื้นที่ศูนย์เศรษฐกิจพอเพียง (บางขุนเทียน)

การนำพื้นที่ที่ได้รับการนำเสนอจากการประชุมเชิงปฏิบัติการในระดับกลุ่มเขตที่นำเสนอตัวแทนพื้นที่ในแต่ละกลุ่มโซนมาประเมินคุณลักษณะของพื้นที่ว่าง โดยพื้นที่ที่นำเสนอเข้ามาสู่แบบประเมินอันประกอบไปด้วยหัวข้อ ด้านองค์ประกอบกายภาพของพื้นที่



ประกอบไปด้วยหัวข้อย่อย ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึง ความเชื่อมต่อของพื้นที่ ภาพลักษณ์สวยงาม สะอาด ภาวะที่สบาย องค์ประกอบด้านประโยชน์การใช้สอยของพื้นที่ คือ มีความหนาแน่นของอาคารและผู้คนที่เหมาะสม สาธารณชนสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ มีกิจกรรมดึงดูดความสนใจและองค์ประกอบสนับสนุนคือนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของประชาชนและจากผลการประเมินที่ได้รับมาจากการประชุมเชิงปฏิบัติร่วมกับทุกเขต และได้เสนอตัวแทนเขตเข้ามาคัดเลือก และนำเข้าสู่การประเมินเฉพาะพื้นที่ตามหัวข้อดังในตารางที่ 2 พบว่าพื้นที่ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒมีองค์ประกอบที่ครบถ้วน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์พื้นที่ผ่านแบบประเมินคุณลักษณะพื้นที่ว่างสาธารณะที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม

พื้นที่	องค์ประกอบทางกายภาพของพื้นที่				องค์ประกอบด้านประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่				องค์ประกอบสนับสนุน	
	ทำเลที่ตั้ง	ความสะดวกในการเข้าถึง	ความเชื่อมต่อของพื้นที่	ภาพลักษณ์สวยงาม สะอาด ภาวะที่สบาย	มีความหนาแน่นทั้งอาคารและผู้คนที่เหมาะสม	สาธารณชนสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้	มีกิจกรรมดึงดูดความสนใจ	นโยบายของรัฐ	การมีส่วนร่วมของประชาชน	
วัดลาดปลาเค้า	✓		✓		✓	✓	✓			✓
วัดพระยาสุเรนทร์	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓
สำนักงานเขตพื้นที่ 3 กทม.	✓		✓			✓	✓	✓		✓
พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ สำนักงานเขตบางขุนเทียน	✓			✓		✓	✓	✓		✓
วัดมหาบุศย์	✓	✓	✓	✓		✓				✓
มศว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

อีกประเด็นที่สำคัญในการหาพื้นที่คือเพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีความหมายถึง “เป็นกระบวนการผลิตสินค้าที่อยู่บนพื้นฐานของความริเริ่ม สร้างสรรค์และเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมของชุมชน” ซึ่งกระบวนการผลิตสินค้านี้ดังกล่าวจะทำให้สินค้าวิสาหกิจชุมชน เป็นสินค้าที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ มีเอกลักษณ์เฉพาะ และขายได้ราคา ซึ่งนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับสินค้าวิสาหกิจชุมชน (สุดสวาท ดิศโรจน์ และคณะ, 2539) วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการที่รวมกระบวนการคิด การจัดการ ผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชน หรือเครือข่ายชุมชนเพื่อพัฒนาสังคมและสร้างการเรียนรู้ มิได้มีเป้าหมายเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคมได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย วิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 400 กว่าแห่ง จำแนกเป็นประเภทกิจการ 2 ประเภทคือการผลิตสินค้าและการให้บริการ การผลิตสินค้านี้มีทั้งการผลิตอาหาร สมุนไพร เครื่องดื่ม หรือการผลิตของชำร่วยของที่ระลึก เครื่องหนัง อัญมณี ฯลฯ ส่วนวิสาหกิจชุมชนประเภทการให้บริการ ได้แก่ ร้านค้าชุมชน ออมทรัพย์ชุมชน ท้องเที่ยว สุขภาพ



ซ่อมเครื่องจักรกล และบริการอื่น ๆ จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับสำนักงานเขตในเรื่องการพัฒนาต่อยอดสินค้ากับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ประธานชุมชน ในแต่ละสำนักงานเขตพบว่า ได้ข้อมูลที่สอดคล้องในเรื่อง การบรรจุภัณฑ์และรูปลักษณ์ให้ทันสมัย การแปรรูป ส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้า การคัดเลือกสินค้าเป้าหมายว่าจะเพื่อรายได้หรือเพื่อการอนุรักษ์ การส่งเสริมพื้นที่การจำหน่ายสินค้าในหลายช่องทาง

อภิปรายผล

จากการเป็นเมืองโตเดี่ยวของกรุงเทพมหานครทำให้ผู้คนรวมตัวกันอยู่ในเมืองมากขึ้น พื้นที่เมืองไม่สามารถขยายเพิ่มออกไปได้ ทำให้ต้องมีการบริหารจัดการพื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด พื้นที่ของเมืองที่ถูกทิ้งร้างหรือเป็นพื้นที่ไร้ประโยชน์ (Waste Space) พื้นที่ตาย (Dead Space) หรือพื้นที่ที่มีช่องว่างของเมืองจะต้องถูกนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์โดยไม่ถูกทิ้งร้างและทำให้เสื่อมโทรมที่จะทำให้เกิดปัญหาการรुक้าและอาจเป็นการทำลายเมืองขึ้นมาได้

เมื่อได้พื้นที่ตามกระบวนการดังกล่าวแล้ว พื้นที่ที่มีความเหมาะสมจะถูกนำไปใช้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การอธิบายประการหนึ่งคือแนวคิด เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าเป็น “แนวคิดการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของ สังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่”

การอธิบายด้วยแนวคิดพื้นที่ที่จะคัดสรรมาได้ยังวิเคราะห์ว่าพื้นที่เป็น 1 ในองค์ประกอบสำคัญของการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดหรือส่วนประสมการตลาด 4Ps เรื่องพื้นที่จำหน่าย (Place, Space) โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการกับหลายฝ่าย สรุปว่าพื้นที่แต่ละกลุ่มเขตนำเสนอประกอบไปด้วยกลุ่มกรุงเทพเหนือเสนอ วัดลาดปลาเค้า (ในเขตลาดพร้าว) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก เสนอวัดพระยาสุเรนทร์ (เขตคลองสามวา) กลุ่มกรุงเทพใต้เสนอวัดมหาบุศย์ (เขตสวนหลวง) และ พื้นที่ มศว (เขตวัฒนา) กลุ่มกรุงธนเหนือ เสนอ สำนักงานเกษตร (ในเขตตลิ่งชัน) กลุ่มกรุงธนใต้ เสนอศูนย์เศรษฐกิจพอเพียง (ในเขตบางขุนเทียน) และ เมื่อนำมาพิจารณาตามองค์ประกอบพื้นที่และข้อมูลของกองนโยบายและแผน สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร ที่จัดแบ่งโซนพื้นที่พาณิชยกรรม พบว่า พื้นที่ของ มศว มีคุณสมบัติตามองค์ประกอบ การพัฒนาพื้นที่เป็นพาณิชยกรรมและพื้นที่แห่งการสร้างสรรค์

การคัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสมจากแบบประเมินคุณลักษณะพื้นที่ว่างสาธารณะที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นพื้นที่พาณิชยกรรมมีองค์ประกอบทั้งทางกายภาพทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่และองค์ประกอบสนับสนุนการนำพื้นที่เข้าสู่การสร้างพื้นที่พาณิชยกรรมตามแนวทาง Creative Place Making ที่ประกอบไปด้วยการเข้าถึง และการเชื่อมต่อ ภาพลักษณ์สถานที่ผู้ใช้งานและกิจกรรม และการเป็นสังคมในพื้นที่นั้น การพิจารณาคัดสรร



พื้นที่ว่างได้ใช้วิธีการโดยการคัดเลือกพื้นที่ร่วมกับสำนักพัฒนาสังคมกรุงเทพมหานครที่มีหน้าที่ดูแลสินค้าในชุมชนต่างๆ สำนักงานเขตต่างๆในกรุงเทพมหานครโดยรูปแบบพื้นที่ที่เหมาะสมต้องตรงตามคุณสมบัติได้แก่ องค์ประกอบทางกายภาพของพื้นที่ (ทำเลที่ตั้ง, ความสะดวกในการเข้าถึง, ความเชื่อมต่อของพื้นที่, ภาพลักษณ์สวยงาม) องค์ประกอบของประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ (ความหนาแน่นของผู้คนและอาคาร, สาธารณชนเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ มีกิจกรรมดึงดูดความสนใจ) องค์ประกอบด้านการสนับสนุน (นโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของประชาชน) คุณภาพของพื้นที่ว่างนั้นต้องสลับการใช้งานใน 4 ปัจจัยหลัก คือ 1) การเข้าถึงและการเชื่อมต่อ (Access & Linkages) 2) สถานที่สบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม (Comfort & Images) 3) ผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น (User & Activities) และ 4) ลักษณะ Sociability โดยคุณลักษณะสำคัญของพื้นที่ว่างนั้นต้องสะดวกในการเข้าถึงมีกิจกรรมดึงดูดน่าสนใจ คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี

โดย มศว ตั้งอยู่บนถนนอโศกมนตรี ถนนสุขุมวิท 23 และถนนเพชรบุรีตัดใหม่ สามารถมีการเข้าถึงได้อย่างสะดวก ทั้งรถส่วนตัว และขนส่งสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นรถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า และเรือโดยสาร

องค์ความรู้ใหม่

การได้พื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการรวบรวมข้อมูลและสังเคราะห์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในกรุงเทพมหานครได้เสนอพื้นที่ของมศว โดยตั้งอยู่ในเขตวัฒนา ซึ่งเป็นเขตที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากมีระบบสาธารณูปโภค และระบบคมนาคมที่สะดวกในการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะทุกรูปแบบ และยังมีถนนสายหลักในการเชื่อมต่อไปยังใจกลางเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจ (Centre Business District: CBD) และด้านพาณิชยกรรมที่ตั้งอยู่ตามแนวระบบขนส่งมวลชนสายหลักและสายรองของเขตวัฒนา เขตวัฒนายังถูกนำมาคิดสรรให้เป็นพื้นที่พาณิชยกรรมในการส่งเสริมการลงทุน หรือ BOI (Board of Investment) ควบคู่กันอีกทางหนึ่งในเขตพื้นที่นี้มีชาวต่างชาติเข้ามาทำงานและพักอาศัยเป็นจำนวนมาก กระทั่งได้ชื่อว่าเป็นถิ่นที่อยู่ของชาวต่างชาติหรือเมืองหลวงของชาวต่างชาติ

การจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สิ่งสำคัญประการแรกที่ต้องมี คือ สถานที่ เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับทุกคน แม้ว่าจะเป็นพื้นที่ของเอกชน แต่ต้องสามารถตอบโจทย์กับชนชั้นกลางในเมืองให้ใช้พื้นที่ในความหมายทางสังคม เศรษฐกิจ และการพักผ่อน โดยปัจจัยที่กำหนดพื้นที่ต้องแสดงถึงความยิ่งใหญ่ของอำนาจทางธุรกิจและสิ่งก่อสร้าง ทั้งด้านขนาด รูปแบบอาคาร และพื้นที่โล่งโดยรอบ ทั้งนี้ สันติ เศรษฐวิมล กล่าวว่ารากเหง้าของตลาดทั่วโลกมาจากตลาดนั้นเนื่องจากอดีตมนุษย์มีการพึ่งตนเอง ผลิตภัณฑ์เพื่อใช้รับประทานในครัวเรือน และสามารถผลิตได้



ในปริมาณที่มากกว่าเกินความต้องการจึงเกิดการแลกเปลี่ยนกับสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเองได้ ฉะนั้นองค์ความรู้จากการวิจัยที่ได้ค้นพบว่าพื้นที่ของมศวนอกจากเป็นพื้นที่ของภาครัฐที่มี 100 ไร่ 2 งาน 25 ตารางวา ภายในมหาวิทยาลัยมีการบริหารการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ ยังเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ค้าภายนอกเข้ามาหารายได้ภายในมหาวิทยาลัยบริเวณทางเดินระหว่างอาคาร นวัตกรรม ศาสตราจารย์ ดร. สาโรช บัวศรี และอาคารบริการ ศาสตราจารย์ หม่อมหลวงปิ่น มาลากุล ให้เป็นตลาดนัด มศว ที่จัดมาอย่างยาวนาน เป็นแนวทางในการจัดการตลาดนัด มศว เพื่อบรรลุในการเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่รับใช้สังคม ซึ่งเป็นพันธกิจอย่างหนึ่งของ มหาวิทยาลัยที่ให้บริการสังคม ให้โอกาสผู้ค้าในการสร้างรายได้จากพื้นที่ของมหาวิทยาลัย (สันติ เศวตวิมล, 2544)

การศึกษาได้พื้นที่ในกรุงเทพมหานครคือ พื้นที่ มศว เพื่อจัดจำหน่ายยกระดับคุณภาพ ชีวิตประชาชนเพื่อเพิ่มรายได้ โดยผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ การสร้างแบบประเมินเพื่อคัดสรรพื้นที่ ประกอบด้วย พื้นที่ในการดูแลของหน่วยงานต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครได้แก่ กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง การรถไฟแห่งประเทศไทย การทางพิเศษแห่งประเทศไทย สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง (สำนักผังเมือง) กรุงเทพมหานคร โดย 1) แบบการวิเคราะห์พื้นที่ว่างสาธารณะที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม 2) แบบประเมินพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยให้สำนักงานเขตดำเนินการ 3) หลักเกณฑ์การสร้างพื้นที่ตามแนวทาง Creative Place Making โดย มศว ที่ถูกคัดเลือกด้วยความลงตัวของพื้นที่กลางเมือง สภาพแวดล้อมด้วยผู้คนที่คนทำงานชาวไทยในพื้นที่และย่านที่มีชาวต่างชาติอยู่มาก มศว เองในฐานะหน่วยงานการศึกษาที่มีองค์ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ มีการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ และทักษะเชิงธุรกิจเพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนสร้างสรรค์ใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) Technological Creativity (Innovation) ได้แก่การพัฒนา การค้นพบเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้เกิดเครื่องมือหรือปัจจัยทุนที่มีศักยภาพสูงขึ้นไปใช้ในกระบวนการผลิต 2) Economic Creativity (entrepreneurship) ความคิดที่เกี่ยวกับการประกอบการทั้งการพัฒนาองค์กร การคิดค้น การประกอบธุรกิจแนวใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ด้านการประกอบการจะช่วยเพิ่มสัดส่วนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระบบเศรษฐกิจ 3) Artistic Creativity (Cultural Creativity) ความคิดด้านศิลปะ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่สินค้าให้เป็นที่รู้จัก โดยขั้นตอนสุดท้ายคือการได้พื้นที่คุณภาพเชิงสร้างสรรค์ คือพื้นที่จัดตลาดของ มศว ที่อยู่ในเขตวัฒนา เพราะเป็นเขตหนึ่งที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน การวางแผนธุรกิจ จัดตั้งเป็นตลาดจำหน่ายสินค้า มีวัตถุประสงค์ให้เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ประกอบการสินค้าวิสาหกิจชุมชนและผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และเพื่อสนับสนุนให้หลายภาคส่วนเล็งเห็นถึงความสำคัญของสินค้าวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานคร โดยมีการจัดสรรพื้นที่ในแต่ละโซนให้สอดคล้องกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ และกิจกรรม มีแผนการตลาดและ



การวิเคราะห์คู่แข่งเทียบกับตลาดนัดที่เด่นๆของกรุงเทพมหานครและพบจุดเด่นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทั้งลักษณะสินค้า/บริการ คุณภาพสินค้า ชื่อเสียง และนำเสนอภาพร่าง 3 มิติของการจัดพื้นที่ให้มีประโยชน์และสร้างสรรค์



ภาพที่ 3 ตัวอย่างภาพ 3D Perspective ตลาด Night Market ใน มศว

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเพื่อหาพื้นที่ว่างที่เหมาะสม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การจัดให้เป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมของวิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อการหาพื้นที่ที่เหมาะสมและการประเมินพื้นที่ว่างตามรูปแบบการประเมินพื้นที่ในเชิงสถาปัตย์โดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสำนักงานเขตแต่ละกลุ่มโซนและสำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานครรวมทั้งการเข้าร่วมประชุมและการสัมภาษณ์กับผู้แทนองค์กรที่ดูแลพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ได้สรุปพื้นที่ที่เหมาะสมและเสนอพื้นที่ที่เป็นตัวแทนในกลุ่มโซนกรุงเทพใต้ เขตวัฒนา โดยเลือกใช้พื้นที่ มศว เพราะมีคุณสมบัติตามคุณลักษณะการประเมินพื้นที่ว่างที่มีคุณภาพ โดยการจัดทำตลาดที่เสนอรูปแบบขึ้นมาหนึ่งแห่งคือ Night Market ในการจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน ด้วยปัจจัยหนึ่งชีวิตเพื่อการคัดสรรคือกฎระเบียบ ข้อปฏิบัติ หรือกฎหมายที่จะอนุญาตให้ใช้พื้นที่ได้ พบว่าตลาดนัดกลางคืนแห่งนี้จะมีจุดเด่นเอกลักษณ์ในเชิงพื้นที่และสินค้าที่จัดจำหน่าย บนย่านที่สะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวนานาชาติ สินค้ามีคุณภาพด้วยผลิตจากภูมิปัญญาและความสร้างสรรค์ (Personal Creativity) จึงมีคุณภาพสูงภายใต้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นความแตกต่างของสินค้า ราคาการจัดจำหน่าย ในพื้นที่ที่สะดวกในการเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้วยังรองรับ คนวัยทำงาน ที่มีสถานที่ทำงานย่านโอศิก รัชดา เพชรบุรี สุขุมวิท ความสำเร็จของตลาดยังขึ้นกับ ความโดดเด่นสินค้าที่ผนวกรวมทั้งทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ที่รวมความรู้เดิมผสานความรู้ใหม่และ มีการต่อยอด จากการสั่งสมโดยทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนวัฒนธรรม (Culture Capital) ทุนสังคม (Social Capital) และการประยุกต์



(Adaptive Skills) ต่อสินค้า เพราะทุกสิ่งคือการนำมาผสานกันภายใต้แนวคิด การรวมกลุ่มกันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลิตสินค้าและยกระดับรายได้ คุณภาพชีวิตประชาชน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรเพิ่มช่องทางนำสินค้าชุมชนที่โดดเด่นในแต่ละกลุ่มเขตไปวางขายในตลาดนัดของมหาวิทยาลัย และพื้นที่ในส่วนอื่น ๆ ต่อไป รวมทั้งจัดหาพื้นที่ว่างเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. (2559). รายงาน : การเปรียบเทียบพื้นที่ว่างเปล่าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างพ.ศ.2549 และ2558. เรียกใช้เมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก <https://docs.google.com/gview?embedded=true&url=http://cmc.bangkok.go.th/bmaitev/web/uploads/57.pdf>
- นิรมล กุลศรีสมบัติ และยุวดี ศิริ. (2552). พื้นที่ทิ้งร้างกับการฟื้นฟูเมือง : กรณีพื้นที่ใต้ทางพิเศษยกระดับในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 58(2), 77-92.
- สันติ เสวตวิมล. (2544). ตำนานตลาดไทย. กรุงเทพมหานคร: ประพันธ์สาสน์.
- สุดสวาท ดิศโรจน์ และคณะ. (2539). รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง การศึกษาปรากฏการณ์อาคารสูงในเขตชั้นในและชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: สำนักผังเมืองกรุงเทพ.
- อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. (2554). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย. เรียกใช้เมื่อ 20 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.thaiembassy.org/seoul/contents/files/business-20130905-090903755759.pdf>
- Foucault, M. (1967). Space, knowledge, and power, in Paul Rabinow, ed.. The Foucault reader. New York: Pantheon Books.
- Lynch, K. & Southworth, M. (1990). Wasting Away. San Francisco: Sierra Club Books.
- Mumford, L. (1961). The City in History: Its Origin, Its Transformations, and Its Prospects, The Harvest Book. New York: Harcourt Brace & Company.
- Perera, L. A. S. R. (1994). Accommodating Informal Sector Enterprises in the Urban Built Environment. Bangkok: Asian Institute of Technology, HSD Monograph no.36.
- Transik, R. (1986). Finding Lost Space: Theories of Urban Design. New York: Van Nostrand Reinhold.