



1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครจัดได้ว่าเป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญระดับประเทศ ด้วยมีอัตราการเติบโตสูงในทุกด้านไม่ว่า จะเป็นทางด้าน กายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และประชากร โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจจัดได้ว่ากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญระดับชาติ เนื่องจากความเป็นเมืองศูนย์กลางทางด้านการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ จึงทำให้การขยายตัวทางกายภาพของกรุงเทพมหานคร มีลักษณะที่แพร่กระจายแบบสะเปะสะปะไร้ทิศทาง ไม่เป็นระเบียบ (แผนที่ 1.1) ประกอบด้วยศูนย์กลางการเจริญเติบโตหลายจุดในเขตชานเมือง โดยบริเวณชานเมืองเริ่มมีศูนย์กลางการค้าสร้างขึ้นมาหลายแห่งและชุมชนเมืองมีศูนย์กลางธุรกิจการค้าของตนเอง ซึ่งบริเวณชานเมือง ไม่ว่าจะเป็นทางทิศตะวันตก ทิศเหนือ หรือทิศตะวันออก จึงทำหน้าที่เป็นพื้นที่รองรับความแออัดของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นจากบริเวณย่านใจกลางเมืองในเวลาต่อมา

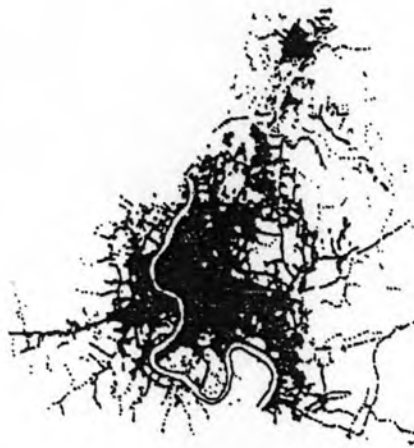
จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอัตราสูงในปัจจุบัน และจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่มุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างเส้นทางเชื่อมต่อกับจังหวัดข้างเคียง ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินออกจากย่านใจกลางเมืองเดิมโดยเริ่มขยายตัวตามเส้นทางคมนาคมออกสู่พื้นที่ชานเมืองเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดการลงทุนโดยตั้งศูนย์การค้าและกระจุกตัวอยู่ริมถนนสายสำคัญต่างๆ ทางด้านทิศตะวันตก ได้แก่บริเวณ พระราม 2 เพชรเกษม ปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ถนนบรมราชชนนี เป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองกับจังหวัดรอบนอกที่สำคัญคือ จังหวัดนครปฐม โดยบริเวณ “ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า” จัดได้ว่าเป็นพื้นที่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งอยู่ใกล้ศูนย์กลางเมืองเก่า การพัฒนาส่วนใหญ่ในพื้นที่นี้เป็นศูนย์การค้า ภัตตาคารขนาดใหญ่ และกิจกรรมด้านการบันเทิง ซึ่งเกิดขึ้นรองรับที่อยู่อาศัยของประชากรกลุ่มรายได้ปานกลางและค่อนข้างสูงที่อยู่โดยรอบ (ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร, 2542) และในพื้นที่มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อกับแหล่งอื่นที่สะดวกโดยเป็นจุดเชื่อมต่อเส้นทางสายรถประจำทาง รถตู้โดยสารปรับอากาศเป็นทางผ่านไปยังสถานีขนส่งสายใต้ จึงมีส่วนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชุมชน ทำให้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น กลุ่มศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า จึงมีบทบาทสำคัญที่จะสามารถพัฒนาศักยภาพให้อยู่ในฐานะเป็นประตูหน้าต่างด้านทางเศรษฐกิจ โดยทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการค้าที่สามารถรองรับการขยายตัวของกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียงที่ไม่ต้องการเดินทางเข้ามาในเขตใจกลางเมืองได้



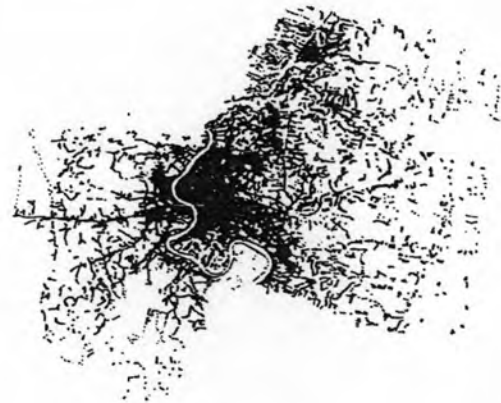
ปี พ.ศ. 2501
ประชากร 1.52 ล้านคน



ปี พ.ศ. 2514
ประชากร 3.56 ล้านคน





ปี พ.ศ. 2524
ประชากร 5.33 ล้านคน



ปี พ.ศ. 2534
ประชากร 5.62 ล้านคน

อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร

<p>แผนที่ 1.1 แสดงการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ระหว่างปี พ.ศ. 2501-2534</p>	 <p>ภาควิชาการวางแผนที่เมืองและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p>	<p>N</p> 
<p>สัญลักษณ์</p> <p>————— พื้นที่เมือง</p>		

จากที่ตั้งของกลุ่มศูนย์การค้า ซึ่งถือว่าเป็น Subcenter ของชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงนี้เอง ทำให้มีอิทธิพลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและปัญหาต่างๆเกิดขึ้นในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหามลภาวะ ปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม ปัญหาพื้นที่เมืองขาดความเป็นระเบียบ

ดังนั้น จึงสมควรที่จะทำการศึกษาศักยภาพและวางแผนแนวทางการพัฒนาย่านการค้าป็นเกล้าเพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่เองและได้รับอิทธิพลมาจากเมืองทางด้านทิศตะวันตก เพื่อให้เป็นศูนย์กลางพาณิชยกรรมรองที่สำคัญของกรุงเทพมหานครต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.ศึกษาพัฒนาการของย่านการค้าป็นเกล้า
- 2.ศึกษาอิทธิพลและรัศมีการให้บริการของย่านการค้าป็นเกล้าที่ส่งผลต่อพื้นที่ใกล้เคียง และพื้นที่ต่อเนื่อง
- 3.วิเคราะห์ ปัญหาและศักยภาพ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงย่านการค้าป็นเกล้า





1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ทางด้านพื้นที่ที่จะทำการศึกษา ผู้ศึกษาพิจารณาสภาพทางพื้นที่ ความหนาแน่นของพื้นที่ก่อสร้าง (Built-Up Area) และแผนที่การใช้ที่ดิน (2545) ประกอบกับการสำรวจภาคสนามพบว่า บริเวณ โดยรอบย่านการค้าป็นเกล้า ครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ศูนย์การค้าพาต้าป็นเกล้า เซ็นทรัลป็นเกล้า เมเจอร์ป็นเกล้า เป็นบริเวณที่มีกิจกรรมการค้า และบริการหนาแน่น ในลักษณะของศูนย์กลางทางการค้า และมีกิจกรรมการค้าและบริการที่สำคัญ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดขอบเขตพื้นที่ดำเนินการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่ศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง และบริเวณที่มีกิจกรรมการค้าและบริการสำคัญครอบคลุมพื้นที่ตลอดแนวสองฟากถนนบรมราชชนนี ตลอดจนถึงพื้นที่ต่อเนื่อง ตามแนวถนนบรมราชชนนีไปทางทิศตะวันตกจนถึงสถานีขนส่งสายใต้ พื้นที่ศึกษาที่ทำการศึกษาค้างนี้แสดงในแผนที่ 1.2



อิทธิพลศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร

แผนที่ 1.2 แสดงขอบเขตพื้นที่ทำการศึกษ		 ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	N 
สัญลักษณ์  ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า  ขอบเขตพื้นที่ทำการศึกษา	ที่มา จากงานวิจัย มาตรฐาน 1 : 27,209		

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาถึง พัฒนาการย่านการค้าปิ่นเกล้าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รมีการให้บริการและอิทธิพลของย่านการค้าปิ่นเกล้าที่ส่งผลต่อ พื้นที่ใกล้เคียงและพื้นที่ต่อเนื่องทางด้านทิศตะวันตก ตลอดจน ศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากย่านการค้าปิ่นเกล้า โดยนำมาวิเคราะห์ ศึกษากภาพของศูนย์การค้า เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เหมาะสมในการพัฒนาสภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า เพื่อเป็นจุดดึงดูดการเข้าใช้บริการที่สำคัญทางด้านทิศตะวันตกของกรุงเทพมหานครต่อไป

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาใช้กระบวนการระเบียบวิธีวิจัย (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544:530) ซึ่งมีองค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1.4.1 ความนำ

การศึกษาวิจัย เรื่อง อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ (Analysis Research) เนื่องจากต้องการศึกษาถึงพัฒนาการของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ตลอดจน รมีการให้บริการ และอิทธิพลของศูนย์การค้า เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์ศึกษากภาพและสามารถตั้งข้อเสนอแนะในงานวิจัยได้

1.4.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (PRIMARY DATA) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย ซึ่งเป็นการเก็บที่ได้จากแหล่งข้อมูลโดยตรงดังนี้ คือ

1.1 การสำรวจพื้นที่ศึกษา เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (FIELD SURVEY) ด้วยการบันทึกข้อมูลจากการสังเกต ตลอดจนถ่ายภาพทั่วไปของพื้นที่ศึกษา เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ศึกษากภาพของศูนย์การค้า และแนวทางการพัฒนาต่อไป

1.2 การออกแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ กลุ่มประชากรเป้าหมาย และผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมในเนื้อหางานวิจัย โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ (ผู้ซื้อ) กลุ่มผู้อยู่อาศัย กลุ่มผู้ทำงาน กลุ่มผู้ชาย และกลุ่มผู้สัญจร ซึ่งจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลของประชากรกลุ่มหมาย ด้านข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมการใช้บริการ ปัญหาที่พบเมื่อมาใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ศึกษากภาพในการดึงดูดการเข้าใช้บริการศูนย์การค้า ในอันที่จะช่วยลดการเดินทางเข้าสู่ศูนย์กลางกรุงเทพมหานครได้

เก็บข้อมูลพื้นที่ทางด้านกายภาพ ด้วยวิธีการจดบันทึก และ ถ่ายรูปสภาพทั่วไปที่สามารถนำไปวิเคราะห์ตามขั้นตอนการศึกษา อันได้แก่ โครงข่ายการคมนาคม สภาพปัญหา โดยทั่วไป ลักษณะการให้บริการของศูนย์การค้า เป็นต้น

1.3 การสัมภาษณ์ เป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึก ต่อกลุ่มประชากรเป้าหมาย หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา เกี่ยวกับรายละเอียดโดยเฉพาะเจาะจง ซึ่งอาจอยู่นอกเหนือจากคำถามในแบบสอบถาม เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงบรรยาย และสามารถวิเคราะห์พื้นที่ได้นอกจากข้อมูลจากแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (SECONDARY DATA) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา ซึ่งได้ทำการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมไว้ก่อนแล้วในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ข้อมูลทางด้านวิชาการ คือ ข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า เนื้อหา สาระ เพื่อนำมา ประกอบการวิเคราะห์ในงานวิจัย ในรูปแบบงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ จากแหล่งข้อมูลของ สำนักงานเขตบางพลัดและบางกอกน้อย ศูนย์เอกสารแห่งประเทศไทย ห้องสมุดสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น

2.2 ข้อมูลทางด้านสถิติ ได้แก่ ข้อมูลทางด้านประชากร จำนวนยานพาหนะ เป็นต้น จากแหล่งข้อมูลของ กรมทางหลวง สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย สำนักผังเมือง เป็นต้น

2.3 ข้อมูลด้านแผนที่ ต่างๆ จากแหล่งข้อมูลของ สำนักผังเมือง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.4.3 ลักษณะของประชากรเป้าหมาย

- กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย
 1. กลุ่มผู้ใช้บริการ (ผู้ซื้อ) ของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า
 2. กลุ่มผู้อยู่อาศัย บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า
 3. กลุ่มผู้ทำงาน บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า
 4. กลุ่มผู้ขาย บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า
 5. กลุ่มผู้สัญจร บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า

โดยกลุ่มเป้าหมายทั้ง 5 กลุ่มนี้ มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ย่านการค้าปิ่นเกล้า โดยการเข้ามาใช้บริการ หรือรับบริการจากศูนย์การค้าภายในพื้นที่ และเข้ามาพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ศึกษา

1.4.4 การสุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้แล้ว จะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งได้ตัวอย่างจากผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือ หรือเผชิญอยู่ในสถานที่นั้น

การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ใช้สูตรคำนวณตัวอย่างของ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์, 2537: 25) ซึ่งการประมาณค่ายอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากสูตร	n	=	$N/1+Ne^2$
โดย	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
	E	=	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

• กลุ่มผู้ใช้บริการ

จำนวนประชากรผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าทั้ง 3 แห่ง มีประมาณ 150,000 คน ต่อวัน ซึ่งในที่นี้ได้กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (ร้อยละ 5) ดังนั้นเมื่อแทนค่าจากสูตร

$$\text{ค่า } n = \frac{150,000}{1+(150,000 \times (0.05)^2)}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่าง = 398 ตัวอย่าง

เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม และทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความน่าเชื่อถือ ตลอดจนมีความถูกต้อง (reliability & validability) มากที่สุด ผู้ทำการวิจัย จึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการ ให้มีจำนวน 450 ตัวอย่าง

• กลุ่มผู้อยู่อาศัย ผู้ทำงาน ผู้สัญจร และผู้ขาย

กลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่มนี้ไม่สามารถระบุจำนวนการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าของแต่ละกลุ่มประชากรในแต่ละวันได้อย่างแน่นอน ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการประมาณค่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถนำมาวิเคราะห์ผล เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนี้

จำนวนผู้อยู่อาศัยที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้า	ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	150 ตัวอย่าง
จำนวนผู้ทำงาน ที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้า	ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	100 ตัวอย่าง
จำนวนผู้สัญจร บริเวณศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า	ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	100 ตัวอย่าง

ดังนั้น สัดส่วนประชากรที่ใช้ในการศึกษา แต่ละกลุ่ม มีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ใช้บริการศูนย์การค้า จำนวน 450 ชุด ประกอบไปด้วย

- กลุ่มผู้ใช้บริการศูนย์การค้า พาต้า ปิ่นเกล้า จำนวน 150 ชุด*

- กลุ่มผู้ใช้บริการศูนย์การค้า เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า จำนวน 150 ชุด*
- กลุ่มผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนีเพล็กซ์ ปิ่นเกล้า จำนวน 150 ชุด*

2. กลุ่มผู้อยู่อาศัยบริเวณศูนย์การค้า จำนวน 150 ชุด ประกอบไปด้วย
 - กลุ่มผู้อยู่อาศัยบริเวณศูนย์การค้า พาต้า ปิ่นเกล้า จำนวน 50 ชุด*
 - กลุ่มผู้อยู่อาศัยบริเวณศูนย์การค้า เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า จำนวน 50 ชุด*
 - กลุ่มผู้อยู่อาศัยบริเวณโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนีเพล็กซ์ปิ่นเกล้า จำนวน 50 ชุด*
3. กลุ่มผู้ทำงาน บริเวณศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า จำนวน 100 ชุด
4. กลุ่มผู้สัญจรภายในพื้นที่ จำนวน 100 ชุด
5. กลุ่มผู้ขายภายในพื้นที่ จำนวน 50 ชุด

* กำหนดให้จำนวนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนที่เท่ากัน เพื่อให้เกิดการกระจายข้อมูลในแต่ละพื้นที่ อันจะทำให้แบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือและถูกต้องมากที่สุด

1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา โดยแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.5.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

1.4.2.1 แบบสอบถาม

เป็นคำถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ในแต่ละส่วนมีคำถามเพื่อศึกษาตามประเด็น ประกอบไปด้วย

-ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

-ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา (ศูนย์การค้า) สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้า เหตุผลที่ดึงดูดใจ รูปแบบการเดินทาง ความประทับใจในการเข้าใช้บริการ

-ส่วนที่ 3 ข้อมูลเปรียบเทียบพื้นที่ศึกษา สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อศูนย์การค้าในย่านอื่นๆ พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ

1.5.2 วิธีการดำเนินการเก็บข้อมูล

1. ทำการ Pre-test ตัวอย่างแบบสอบถาม

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณแล้ว เพื่อความสมบูรณ์และเหมาะสมในแบบสอบถาม ตลอดจนให้ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจในประเด็น และเนื้อหาที่

ทำการศึกษาให้ได้มากที่สุด ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการ Pre-test ตัวอย่างแบบสอบถามก่อนทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจริง โดยทำการออกแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด ในทุกกลุ่ม

2. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูล จากแบบสอบถาม ซึ่งได้แบ่งพื้นที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

• **กลุ่มผู้ใช้บริการ (ผู้ซื้อ)** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่

- ศูนย์การค้า พาต้า ปิ่นเกล้า เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการภายในบริเวณพื้นที่ ศูนย์อาหาร จำนวน 100 ชุด และภายในศูนย์การค้า จำนวน 50 ชุด

- ศูนย์การค้า เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการภายในบริเวณพื้นที่ ศูนย์อาหาร จำนวน 150 ชุด

- โรงภาพยนตร์ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ปิ่นเกล้า เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการบริเวณ หน้าโรงภาพยนตร์ 110 ชุด และ หน้าศูนย์เครื่องเล่น จำนวน 40 ชุด

* ในแต่ละจุดที่ทำการเก็บแบบสอบถามจากศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง ถูกกำหนดโดยเจ้าของสถานที่ ซึ่งผู้ศึกษา ไม่สามารถกำหนดจุดเก็บแบบสอบถามได้เอง

• **กลุ่มผู้อยู่อาศัย** ทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลแบบสอบถาม จากผู้อยู่อาศัย บริเวณศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่งดังนี้

- บริเวณฝั่งพื้นที่ศูนย์การค้าพาต้า ปิ่นเกล้า และโรงภาพยนตร์ เมเจอร์ซินีเพล็กซ์
ชอยประกอบเขต 1 และชอยประกอบเขต 2 จำนวน 15 ชุด

ชอยจรัญฯ 40 จำนวน 5 ชุด

ชอยจรัญ 64 จำนวน 10 ชุด

ชอยบรมราชชนนี 4 และ 6 จำนวน 20 ชุด

ชอยสิรินธร จำนวน 10 ชุด

อพาร์ทเมนต์ และหมู่บ้าน บริเวณหลังโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซินีเพล็กซ์ 30ชุด

- บริเวณฝั่งพื้นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า

ชอยจรัญฯ 47 จำนวน 5 ชุด

ชอยอุดมทรัพย์ จำนวน 5 ชุด

ชอยวัดสุวรรณคีรี จำนวน 10 ชุด

ชอยบริเวณโรงเรียนวัดนายโรง จำนวน 25 ชุด

หมู่บ้าน บริเวณหลังศูนย์การค้าปิ่นเกล้า จำนวน 15 ชุด

* การกระจายจำนวนแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยในแต่ละพื้นที่ ผู้ศึกษาพิจารณาจาก ลักษณะความหนาแน่นของที่อยู่อาศัยทางกายภาพและเวลาที่ใกล้กับศูนย์การค้าซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับจำนวนแบบสอบถามโดยพยายามกระจายเก็บแบบสอบถามให้ประเภทที่ผู้อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายอันได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม อพาร์ทเมนต์ หอพักและคอนโดมิเนียม

• **กลุ่มผู้ทำงาน** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากผู้ทำงานบริเวณ ศูนย์การค้า 3 แห่งดังนี้

พนักงานบริษัท ในอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า จำนวน 60 ชุด

พนักงานบริษัท บริเวณอาคารสำนักงาน ผังพื้นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า จำนวน 20 ชุด

พนักงานบริษัท บริเวณอาคารสำนักงาน ผังพื้นที่ศูนย์การค้าพาด้าปิ่นเกล้า และโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนีเพล็กซ์ จำนวน 20 ชุด

* การกระจายจำนวนแบบสอบถามผู้ทำงานในแต่ละพื้นที่ ผู้ศึกษาพิจารณาจาก ความหนาแน่น ของที่ตั้ง สำนักงาน ในแต่ละแห่งภายในย่านการค้า ซึ่งมีสัดส่วนโดยตรงกับจำนวนแบบสอบถาม

• **กลุ่มผู้สัญจร** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากผู้สัญจร บริเวณศูนย์การค้า 3 แห่งดังนี้

ผู้สัญจร บริเวณป้ายรถเมล์ หน้า และตรงข้าม ศูนย์การค้าพาด้า ปิ่นเกล้า จำนวน 35 ชุด

ผู้สัญจร บริเวณป้ายรถเมล์ หน้าและตรงข้าม ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า จำนวน 35 ชุด

ผู้สัญจร บริเวณป้ายรถเมล์ หน้าโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนีเพล็กซ์ จำนวน 30 ชุด

* กำหนดให้จำนวนกลุ่มผู้สัญจร มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้เกิดการกระจายข้อมูลในแต่ละพื้นที่ อันจะทำให้แบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือและถูกต้องมากที่สุด

• **กลุ่มผู้ขาย** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากผู้ประกอบการ ร้านค้าภายในพื้นที่ย่านการค้าปิ่นเกล้า ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าประเภทต่างๆ จำนวน 50 ชุด

3. แปลงผลข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์

เมื่อผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบจำนวนตามต้องการแล้ว จึงนำข้อมูลมา แปลงผลเป็นข้อมูลตัวเลข โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS / WINDOW VERSION 11.5 และ Microsoft EXCEL ซึ่งการประมวลผลที่ได้ จะอยู่ในรูปข้อมูลร้อยละ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ หา ความถี่ อัตราส่วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

1.6 กรรณวิธีทางข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1.6.1 กรรณวิธีทางข้อมูล จากการศึกษา ได้แบ่งออกเป็นขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิดพื้นฐาน งานวิจัยและเอกสาร หลักฐาน จากหน่วยงานราชการ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา

2. กำหนดเนื้อหาประเด็นหลักที่ต้องการศึกษา ในการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้า จำเป็นต้องกำหนดประเด็นหลัก เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ข้อมูล และเป็นประโยชน์ในจัดเก็บรวบรวมข้อมูล

3. เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

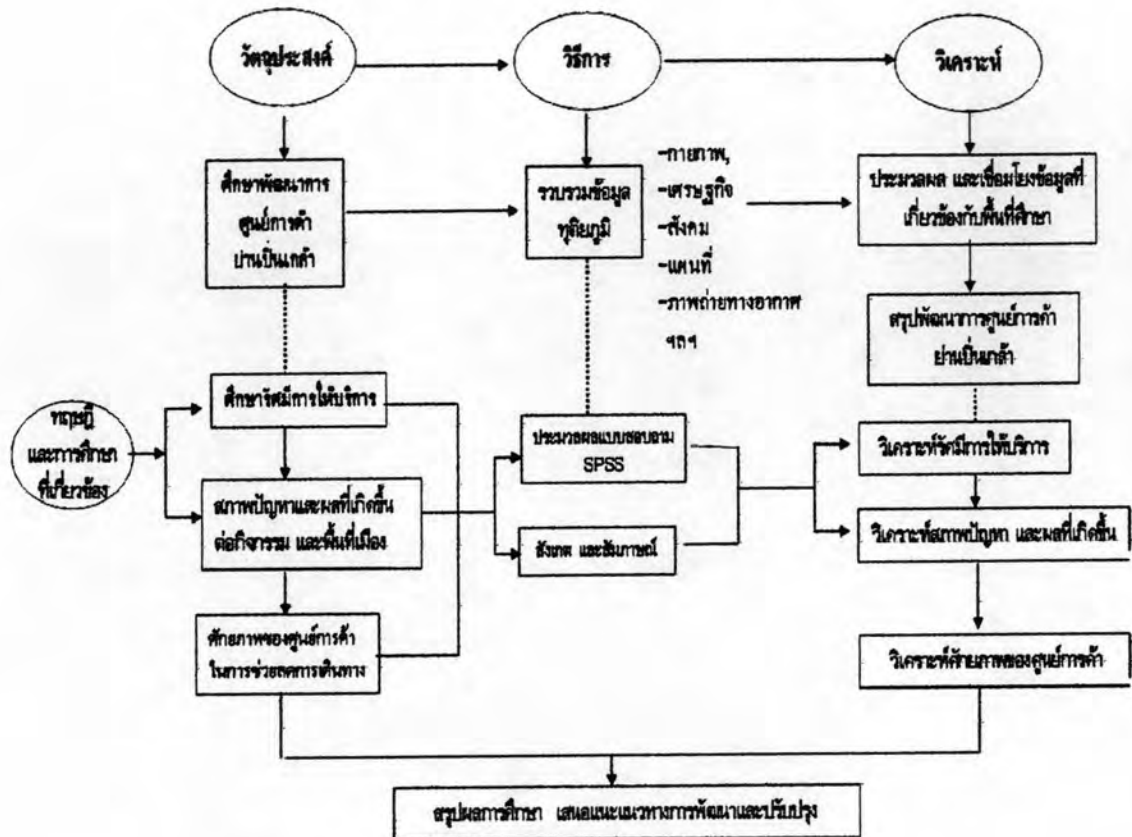
3.1 ศึกษาวิวัฒนาการ สภาพทั่วไปในพื้นที่โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ และในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้าของกรุงเทพมหานคร และเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ และ อินเทอร์เน็ต

3.2 ศึกษา รศมีกรให้บริการ และพิสูจน์ศักยภาพในการช่วยลดการเดินทางเข้าเมืองของผู้ใช้ศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า จากการประมวลผล แบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติ ประยุกต์ SPSS VERSION 11.5 FOR WINDOW

3.3. ศึกษาสภาพพื้นที่ในเขตอิทธิพลของศูนย์การค้า โดยเฉพาะด้านระยะทาง และความถี่ในการเข้าใช้บริการของแต่ละกลุ่มประชาชน

4. นำเสนอข้อมูล และผลการศึกษา ทำให้สามารถชี้ให้เห็นถึงบทบาทของศูนย์การค้าด้านตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ รศมีกรให้บริการ ลำดับความสำคัญ และศักยภาพของศูนย์การค้า ตลอดจนแนวทางในการพัฒนาศูนย์การค้า ในรูปของการบรรยายเชิงพรรณนา

แผนภาพที่ 1.1 แสดงกรรมวิธีในการศึกษา



1.6.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากประมวลข้อมูลต่างๆ ครบถ้วนแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้ออกไปวิเคราะห์ โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ออก เป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ นำข้อมูลจากการสำรวจ และสังเกตภาคสนาม บริเวณย่านการค้าปิ่นเกล้า และข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อ พิจารณาและให้ทราบถึงสภาพทั่วไป ตลอดจน การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม นำไปสู่การวิเคราะห์อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า ข้อมูลที่ได้จากข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ ดังต่อไปนี้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพฤติกรรม นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถ นำมาประยุกต์เพื่อหาศักยภาพของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้า และนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาหาแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ย่านการค้า

1.7 ข้อจำกัดในการศึกษา

จากการดำเนินการเก็บแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษามีข้อจำกัดในการเก็บแบบสอบถามหลายประการ ดังนี้

● กลุ่มผู้ใช้บริการ

ในการเก็บแบบสอบถามผู้ใช้บริการ ผู้ศึกษาไม่สามารถเลือกเก็บตัวอย่างได้ กระจายทั่วทุกพื้นที่ในศูนย์การค้าได้เท่าที่ควร เนื่องจากปัจจัยในหลายๆ ด้าน อันได้แก่

1. สถานที่เก็บแบบสอบถาม ทางศูนย์การค้า มีการกำหนดพื้นที่เฉพาะแห่ง ซึ่งเป็นปัญหาทำให้ผู้ศึกษา ไม่สามารถเลือกเก็บแบบสอบถามจากผู้ให้บริการให้มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันได้ ในเรื่องของ อายุ เพศ รายได้ สถานภาพทางสังคม เป็นต้น

2. เวลาในการเก็บแบบสอบถาม ทางศูนย์การค้า มีการกำหนดเวลาในการเก็บแบบสอบถามเช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า และโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ให้เวลาในการเก็บแบบสอบถาม 2 วัน ทำให้ผู้วิจัย ประสบ ปัญหาในการเก็บแบบสอบถาม อันได้แก่

2.1 เวลาที่จำกัดในการเก็บแบบสอบถาม จึง ไม่สามารถกำหนด ข้อมูลทางสถานภาพทาง สังคม อาชีพ อายุ รายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามได้กระจายเท่าที่ควร

2.2 ผู้ศึกษา มีงบประมาณจำกัด จึงทำให้ไม่สามารถจ้างผู้ช่วยในการเก็บแบบสอบถามได้ โดยผู้ศึกษาทำการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ทำให้ในการเก็บแบบสอบถามในแต่ละครั้ง เกิดความล่าช้า และไม่สามารถกระจายการเก็บแบบสอบถามในพื้นที่ได้

2.3 ความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากการตอบแบบสอบถามวิทยานิพนธ์ อาศัยความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้น ผู้ศึกษา ไม่สามารถกำหนด หรือ บังคับให้ผู้ให้บริการศูนย์การค้าตอบแบบสอบถามได้ทุกคน ครบทุกวัย ทุกสถานภาพทางสังคม และนอกจากนี้ การไม่ได้รับความร่วมมือจาก ผู้ตอบแบบสอบถามบางท่าน และผู้ศึกษาไม่มีงบประมาณที่มากพอที่จะสร้างแรงจูงใจให้ ผู้ใช้บริการมาตอบแบบสอบถามได้อย่างเต็มที่ เช่น ให้สินจ้างรางวัลตอบแทน จนทำให้ในบางครั้ง ได้ข้อมูลการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน "ทำแบบสอบถามเสีย" เป็นจำนวนมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเท่าที่ได้รับความร่วมมือตอบแบบสอบถาม เนื่องจากข้อจำกัดข้างต้น ทำให้เกิดปัญหาในการวิเคราะห์ จึงต้องอาศัยการรวบรวมจากแหล่งข้อมูลอื่น ประกอบการศึกษา ซึ่งอาจเกิดความผิดพลาดในการศึกษาและวิเคราะห์ได้

● กลุ่มผู้อยู่อาศัย

1. สถานที่เก็บแบบสอบถาม ปัญหาทำให้ผู้ศึกษา ไม่สามารถเลือกเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้อยู่อาศัยได้กระจายเต็มทุกพื้นที่ ในย่านการค้าเนื่องจาก ลักษณะที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้อยู่อาศัย เช่น มีลักษณะเป็นหมู่บ้านแบบปิด ผู้ศึกษาไม่สามารถเดินสำรวจ หรือเข้า-ออก หมู่บ้านได้อย่างสะดวก ทำให้ผู้ศึกษาแก้ปัญหา โดยใช้วิธีการดักจรจกและเก็บแบบสอบถามผู้อยู่อาศัย

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

“อิทธิพล” ตามความหมาย จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) หมายถึง กำลังที่ยังผลให้สำเร็จ อำนาจซึ่งแฝงอยู่ในบุคคล หรือรัฐ ซึ่งสามารถเป็นผลให้ตามความประสงค์ อำนาจที่สามารถบันดาลให้ผู้อื่นต้องคล้อยตามหรือทำตาม อำนาจที่สามารถบันดาลให้เป็นไปได้ ต่างๆ อำนาจนอกเหนือหน้าที่ ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้า อันมีผล ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเมืองในด้านต่างๆ ได้แก่ด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่เมือง โดยวัดจากการแสดงความรู้สึกต่อสิ่งที่เกิดขึ้นโดยใช้ความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้ทำการศึกษา

“ศูนย์การค้า” สมชาย เตชะพรหมพันธ์ (2522) ได้ให้นิยามของศูนย์การค้าไว้ว่า ศูนย์การค้า เกิดจาก ความเป็นย่านที่มีกิจกรรมทางการค้าและบริการต่างๆ มารวมกันอยู่หนาแน่น ในตำแหน่ง หรือทำเลที่จะให้ผลตอบแทนสูง โดยทั่วไปมักจะพบว่าศูนย์การค้ามักจะตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีรถยนต์เข้ามาจำนวนมากและมีคนเดินเท้าไปมาหนาแน่น ทำให้โอกาสของการค้าในบริเวณนี้มีสูง และยังมีผลต่อการขยายตัวของย่านการค้าของเมืองอีกด้วย