

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตและพื้นที่ทำการศึกษา

เนื่องจากศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานครมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งขนาดเล็กกลาง และใหญ่ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนเนื้อที่ เงินทุน ประเภทของสินค้าที่ให้บริการ จำนวนผู้ใช้บริการและจำนวนพนักงานซึ่งต่างกันออกไป จึงเป็นการยากที่จะศึกษารอบคลุมถึงศูนย์การค้าทุกแห่งที่เปิดบริการ นอกจากนี้ยังมีอีกจำนวนไม่น้อยที่กำลังจะเปิดดำเนินการ กำลังอยู่ในระหว่างก่อสร้างหรือขออนุญาต เป็นต้น

ดังนั้นในการศึกษารังนี้ จะเลือกตัวอย่างเพื่อศึกษารณีของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่เกิน 2,000 ตารางเมตร ที่เปิดดำเนินการแล้ว ซึ่งมีอยู่จำนวน 25 แห่ง ในการเลือกตัวอย่างเพื่อทำการศึกษานั้นเนื่องจากได้พิจารณาแล้ว พบว่าศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในปัจจุบันทั้ง 25 แห่งนี้ มีบางส่วนที่กระจายตัวออกไปตามชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่เขตชั้นกลาง คือจำนวน 5 แห่ง ซึ่งประกอบด้วย เช่น ทรูพลาซ่า ลาดพร้าว เขตบางเขน, เกอะมอลล์ รามคำแหง เขตบางกะปิ, อาเซียนและไทยไคมารุ เขตพระโขนง และพาทา ปิ่นเกล้า (ตารางที่ 4.7.1) และอีก 20 แห่งที่เหลือจะมีที่ตั้งรวมตัวกันอยู่ในพื้นที่เขตชั้นใน ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่การใช้ประโยชน์ในที่ดินและลักษณะทางกายภาพประชากรแล้วจะเห็นได้ว่าพื้นที่เขตชั้นในและพื้นที่เขตชั้นกลางนั้น จะมีลักษณะเฉพาะและความแตกต่างกันในเรื่องดังกล่าว กล่าวคือในพื้นที่เขตชั้นในจะมีความหนาแน่นของการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและความหนาแน่นประชากรสูงกว่าในพื้นที่เขตชั้นกลาง ซึ่งตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะบางประการจะใช้เทคนิคทางสถิติในการเลือกตัวอย่างเพื่อศึกษา คือวิธี **Stratified Sampling**¹ ซึ่งเป็นวิธีการ

¹ William G. Cochran, Sampling Techniques Third Edition,

(New York : John Wiley & Sons, Inc., 1909), pp. 115-146.

สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ชั้นภูมิ (Strata) คือศูนย์การค้าขนาดใหญ่ อยู่ในพื้นที่เขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอยู่ 20 แห่ง และศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่อยู่ในพื้นที่เขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอยู่จำนวน 5 แห่ง แต่ละพื้นที่เป็น 1 ชั้นภูมิ (Stratum) และในชั้นต่อไปแต่ละชั้นภูมิ (Stratum) จะเลือกตัวอย่างขึ้นมาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มธรรมดา ซึ่งการสุ่มแบบธรรมดาจากแต่ละชั้นภูมิ (Stratum) นี้ อาจเรียกว่า **Stratified random sample**¹

จากการเลือกตัวอย่างโดยวิธีดังกล่าวนี้ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในพื้นที่เขตชั้นในเลือกไว้จำนวน 7 แห่ง ซึ่งคิดเป็น 35 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งได้แก่ เซ็นทรัล สีลม ราชดำริอาเขต เมอร์คิงส์ วังบูรพา เซ็นทรัล ลาดหญ้า โรบินสันราชดำริ โรบินสันสีลม และมหาทุนพลาซ่า (บิกเบลด)

ส่วนศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในพื้นที่เขตชั้นกลางนั้นมีการกระจายตัวไปตามชุมชนต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานครในแต่ละทิศทาง คือคานทิศเหนือมีเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว คานทิศตะวันออกเฉียงเหนือมีเดอะมอลล์ รามคำแหง คานทิศตะวันออกมีอาเซี่ยนและไทยไคมารุ พระโขนง และคานทิศตะวันตกมีพาคา ปิ่นเกล้า ซึ่งในแต่ละย่านนั้นจะมีเพียงแห่งเดียวจึงเลือกขึ้นมาเป็นตัวอย่างสำหรับศึกษาในครั้งนี้ ยกเว้นอาเซี่ยนและไทยไคมารุ พระโขนง นั้นที่ตั้งอยู่ใกล้กันจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างธรรมดาเลือกขึ้นมาเพียงแห่งเดียวซึ่งได้แก่ อาเซี่ยน พระโขนง รวมเป็นตัวอย่างในพื้นที่เขตชั้นกลางจำนวน 4 แห่ง

ดังนั้นตัวอย่างที่ได้เลือกขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนสำหรับศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยศูนย์การค้าขนาดใหญ่ต่าง ๆ รวม 11 แห่งดังนี้

1. เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว
2. โรบินสัน ราชดำริ
3. พาคา ปิ่นเกล้า
4. เซ็นทรัล ลาดหญ้า
5. อาเซี่ยน พระโขนง
6. บิกเบลด เฟลิจิต (มหาทุนพลาซ่า)
7. ราชดำริอาเขต ราชดำริ
8. โรบินสัน สีลม (สีลมเทรคเซ็นเตอร์)
9. เมอร์คิงส์ วังบูรพา

¹ สุธัชชัย ไงศิริ, สถิติธุรกิจ (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520)

10. เคอะมอลล์ รวมคำแห่ง

11. เซ็นทรัล สีส้ม

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาตัวอย่างจากศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็กมีพื้นที่น้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร เพื่อประกอบการวิเคราะห์ห้ก 1 แห่งคือ สหกรณ์กรุงเทพ ลากหญ้า

3.2 วิธีการศึกษาและเก็บข้อมูล

3.2.1 ใช้วิธีการศึกษาจากข้อมูลที่มีกรเก็บรวบรวมเอาไว้แล้ว ซึ่งได้แก่

1. สภาพทางคานกายภาพ
2. สภาพทางคานประชากร
3. สภาพทางคานสังคมเศรษฐกิจและอื่น ๆ

3.2.2 ใช้วิธีแจกแบบสอบถามโดยแยกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ศูนย์การค้าขนาดใหญ่จำนวน 11 แห่ง จะแจกแบบสอบถามแห่งละ 250 ชุด รวม 2750 ชุด โดยแยกสำรวจในวันต่าง ๆ ดังนี้
 - 1) วันหยุด (วันเสาร์ - อาทิตย์)
 - 2) วันธรรมดา
2. ศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็กจำนวน 1 แห่ง จะแจกแบบสอบถาม 100 ชุด โดยแยกสำรวจในวันต่าง ๆ ดังนี้
 - 1) วันหยุด (วันเสาร์ - อาทิตย์)
 - 2) วันธรรมดา

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 วิเคราะห์จากแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ได้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อหาเขตอิทธิพลของศูนย์การค้าแต่ละแห่ง

โดยจะนำจุดที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานของผู้ตอบกำหนดลงในแผนที่และวัดระยะทางระหว่างที่อยู่หรือที่ทำงานกับศูนย์การค้าที่ได้เข้ามาใช้บริการ และแบ่งเป็นกลุ่มของผู้เข้าใช้ตามระยะทาง

ในการแบ่งกลุ่มของผู้มาใช้บริการนั้นจะใช้จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการทั้งหมดเป็นตัวพิจารณา โดยจะแบ่งออกตามระยะทางทุก ๆ 1 กิโลเมตร และจากกราฟหาขอบเขตการมาใช้บริการจากการรวมเปอร์เซ็นต์สะสมจนถึงที่ละ 1 กิโลเมตร เพื่อดูความเปลี่ยนแปลงความถี่ของกราฟ ดังตัวอย่างตาราง

				สะสมจนถึง	
ระยะ	0 - 1	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	5	100
ระยะ	1 - 2	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	12	95
ระยะ	2 - 3	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	15	83
ระยะ	3 - 4	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	18	68
ระยะ	4 - 5	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	20	50
ระยะ	5 - 6	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	21	30
ระยะ	6 - 7	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	5	9
ระยะ	7 - 8	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	3	4
ระยะ	8 - 9	กิโลเมตร	คิดเป็นร้อยละ	1	1

และส่วนอื่น ๆ จากแบบสอบถามนั้นจะสรุปความเห็นผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนร้อยละ ในแต่ละข้อเพื่อพิจารณาประกอบการวิเคราะห์

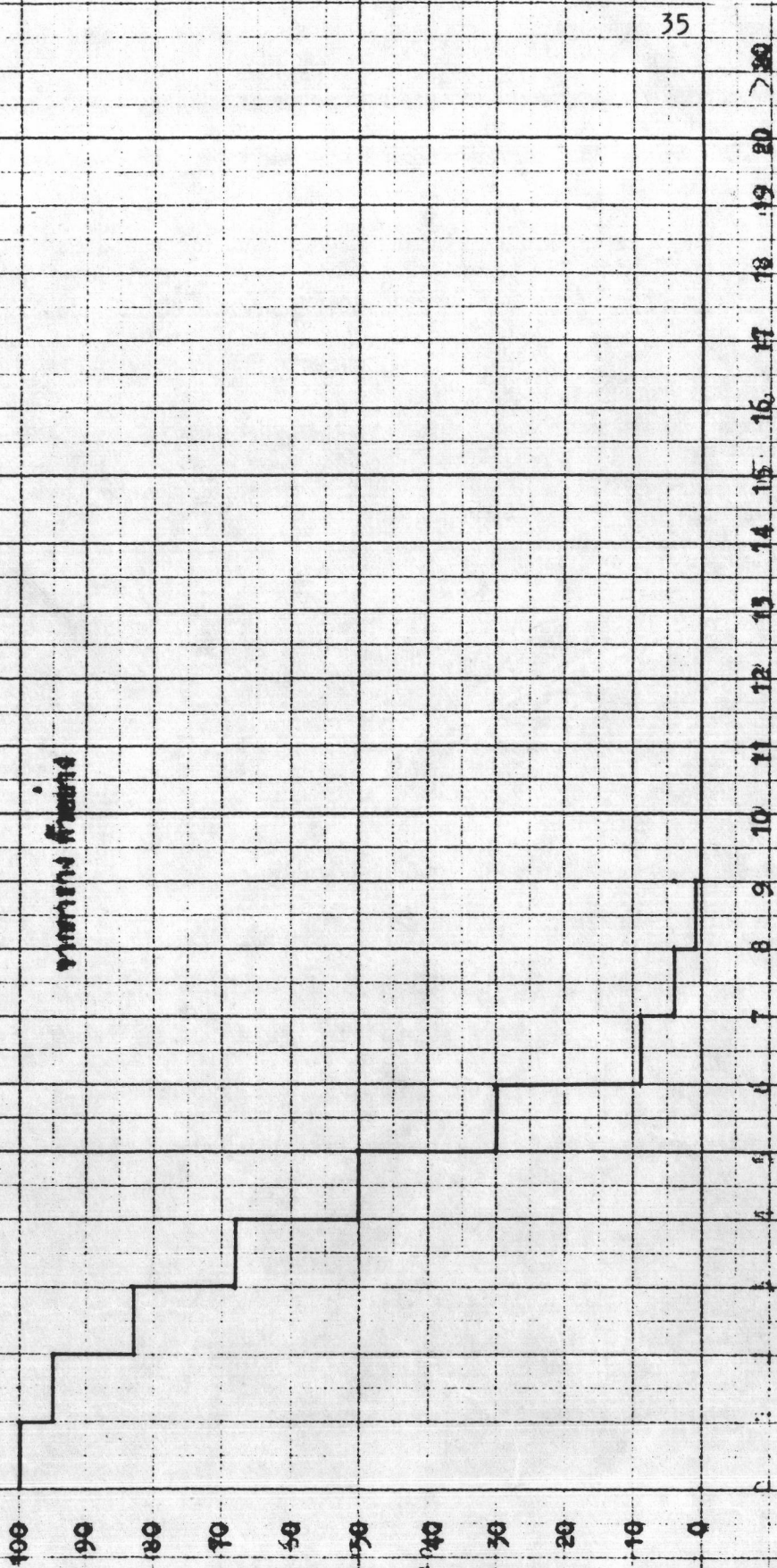
3.3.2 วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้

นอกจากจะใช้ระยะทางของผู้มาใช้บริการเป็นตัวกำหนดเขตอิทธิพลดังกล่าวแล้วยังได้ข้อมูลอื่น ๆ ประกอบการพิจารณาเพื่อจัดลำดับความสำคัญของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ

1. พื้นที่ของศูนย์การค้าขนาดใหญ่
2. ประเภทของสินค้าที่มีอยู่ในศูนย์การค้าแต่ละแห่ง
3. จำนวนประชากรที่เข้ามาใช้บริการ

แบบที่ 3.1

ปริมาตรพื้นที่



พื้นที่ 6 กิโลเมตร

4. จำนวนสายของรถประจำทางที่ผ่านศูนย์การค้าแต่ละแห่ง
5. ประเภทถนนซึ่งศูนย์การค้าตั้งอยู่

3.4 การเสนอข้อมูล

การเสนอข้อมูลจะเสนอในรูปแบบของ

- 3.4.1 การบรรยายเชิงพรรณนา
- 3.4.2 ตาราง
- 3.4.3 แผนที่
- 3.4.4 กราฟและแผนภูมิ
- 3.4.5 รูปภาพ

3.5 แหล่งข้อมูล

ข้อมูลหลักในการศึกษารังนี้ เป็นเรื่องของการวิเคราะห์จากแบบสอบถามทั้งหมด แต่มีข้อมูลบางส่วนที่องค์ศึกษาจากแหล่งที่มีการเก็บรวบรวมไว้ซึ่งได้แก่

- 3.5.1 สำนักผังเมือง กระทรวงมหาดไทย
- 3.5.2 กองผังเมือง สำนักงานปลัดกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร
- 3.5.3 กองควบคุมอาคาร สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร
- 3.5.4 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 3.5.5 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นอกจากนี้ยังได้จากการสังเกตการณ์ สอบถามและสัมภาษณ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อนำข้อคิดเห็นดังกล่าวมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษารังนี้ด้วย