

บทที่ 1

บทนำ



1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศ ที่มีจำนวนประชากรมากกว่าเมืองรองถึง 30 เท่า มีการขยายพื้นที่เมืองออกออกไปสู่พื้นที่รอบนอก จนเกิดการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรที่ต้องการใช้ประโยชน์จากที่ดิน สร้างปัญหาที่อยู่อาศัยขยายออกไปสู่ชานเมือง (Suburb) จากประชากรส่วนหนึ่งที่หนีความแออัดจากในเมืองออกไปมีที่อยู่อาศัยแถบชานเมืองมากขึ้น เพราะราคาที่ดินมีราคาถูกลงและค่านิยมของครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เกิดการลงทุนด้านที่อยู่อาศัย จนเป็นผลให้ศูนย์การค้าขยายตามออกมาที่ชานเมืองที่พัทอาศัยเหล่านั้น เกิดเป็นย่านการค้าที่ถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเมืองและเป็นองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมเมือง ที่ถือเป็นการใช้ที่ดินหลักประเภทหนึ่งของกรุงเทพมหานคร

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 2525-2528 ได้เกิดการขยายตัวของธุรกิจศูนย์การค้ามีการสนับสนุนเงินทุนในการก่อสร้างสูงถึง 40,000 ล้านบาท (ชัยนันท์ แยมสะอาด 2536 :7) โดยสามารถแบ่งพื้นที่ทางธุรกิจการค้าและทิศทางการขยายตัว ได้ดังนี้

ปัจจุบันเขตบางกะปิยังมีพื้นที่ว่างมาก สามารถที่รองรับการขยายตัวของธุรกิจที่แออัดหนาแน่นจากเขตเมืองชั้นในได้ (ผังเมืองกรุงเทพมหานคร 2540) ซึ่งปรากฏให้เห็นจาก จำนวนชุมชนอยู่อาศัย 10 ชุมชน , โครงการบ้านจัดสรรของทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกิดขึ้นรองรับการขยายตัวของครอบครัว , ศูนย์แสดงสินค้า และร้านค้าปลีกต่างๆ , ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ หากนับรวมทั้งเขตบางกะปิจะพบว่ามีถึง 11 แห่ง มากกว่าเขตอื่นๆของกรุงเทพฯ เนื่องมาจากเป็นที่ตั้งชุมชนพักอาศัยขนาดใหญ่ , เป็นเขตต่อเมือง (Urban Fringe) ติดต่อทั้งเขตชั้นในและเขตชั้นนอกที่เป็นพื้นที่เกษตรของปริมณฑล และมีศักยภาพของโครงการคมนาคมที่ได้รับการพัฒนาจากการเตรียมการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์และงานแสดงสินค้านานาชาติจนมาถึงถึงปัจจุบัน มีถนนเชื่อมต่อทั้งเขตบางกะปิกับย่านธุรกิจการค้าของเมือง (Central business District) 3 สาย ได้แก่ ถ.รามคำแหง , ถ.ลาดพร้าว และพระรามที่ 9 ถนนที่ทำหน้าที่เชื่อมเขตบางกะปิกับชานเมืองรอบนอก 5 สาย ได้แก่ ถ. สุขุมวิท 1 , 2 , 3 และกรุงเทพฯกรีธา รวมถึงทางด่วนรามอินทรา – อารณรังค์ ที่เชื่อมรามอินทรา ลาดพร้าว และถนนเพชรบุรีเข้าด้วยกัน

ทั้งหมดนี้ย่อมส่งผลให้เขตบางกะปิมีบทบาทสำคัญในด้านเศรษฐกิจและสังคม จากการปรากฏให้เห็นของอาคารศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในย่านนี้ที่รองรับการเจริญเติบโต ทั้งยังเป็นแหล่งงานที่สำคัญของคนในชุมชน และผลของการพัฒนาที่เกิดจากอิทธิพลของศูนย์การค้าในย่านนี้ จะสะท้อนมาให้เห็นในเชิงกายภาพต่างๆของเมือง เช่น การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน ย่านชานเมือง , การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายในชุมชนชานเมือง อันได้แก่ ปัญหารูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดิน , ราคาที่ดิน , ที่อยู่อาศัย ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ , คมนาคม , สิ่งแวดล้อม ทั้งยังเป็นส่วนผลักดันให้ชุมชนชานเมือง เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะการขยายตัวและพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นจากเดิมที่ถือว่าเป็นย่านชานเมือง ซึ่งในอนาคตศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและการขยายตัวของชุมชน เพราะเป็นแหล่งการค้ารองรับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ที่ไม่ต้องการเดินทางเข้ามาในเขตใจกลางเมือง เป็นต้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการพัฒนาที่อยู่อาศัยชานเมือง ทั้งที่ลงทุนโดยภาครัฐและเอกชน เป็นสาเหตุหนึ่งให้ กทม. ขยายความเจริญออกไปสู่ชานเมือง ซึ่งเดิมที่เป็นท้องทุ่ง เพราะหากบริเวณใดมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นมากที่สุด บริเวณนั้นย่อมมีการขยายตัวของชุมชน ดังในตารางแสดงสถิติจำนวนที่อยู่อาศัย ที่ขออนุญาตก่อสร้างใหม่ ปี พ.ศ. 2535-2537 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 : สถิติจำนวนที่อยู่อาศัย จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย ที่ขออนุญาตก่อสร้างใหม่ ปี พ.ศ. 2535 – 2537 (ตัวเลขสะสม)¹

เขต	จำนวนรวมทั้งสิ้น (หลัง)	ร้อยละ
1.เขตเมืองชั้นใน	13,326	10
2. เขตต่อเมือง	82,786	65
3. เขตชานเมือง	31,934	25
รวม	128,036	100

ที่มา : สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร

¹ กรมการผังเมือง แบ่งการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยโดยศึกษาจากการแปลภาพถ่ายทางอากาศของกรุงเทพมหานคร ทำให้คาดประมาณขนาดของพื้นที่เมืองและทิศทางการขยายตัว โดยแบ่งเป็น 3 บริเวณหลัก ดังนี้ 1.เขตเมืองชั้นใน 22เขต ได้แก่ เขตพระนคร , ป้อมปราบ , สัมพันธวงศ์ , ดุสิต , ราชเทวี , ปทุมวัน , พญาไท , ธนบุรี , คลองสาน , บางพลัด , บางกอกน้อย , บางกอกใหญ่ , บางรัก , คลองเตย , จตุจักร , บางซื่อ , ห้วยขวาง , ดินแดง , สาทร , บางคอแหลม , ยานนาวา 2.เขตต่อเมือง 16เขต ได้แก่ ดอนเมือง , ลาดพร้าว , บึงกุ่ม , บางเขน , บางกะปิ , สวนหลวง , พระโขนง , ประเวศ , ภาษีเจริญ , จอมทอง , ราษฎร์บูรณะ , หนองแขม , ดลิ่งชัน 3. เขตชานเมือง 4 เขต ได้แก่ มีนบุรี , หนองจอก , ลาดกระบัง , บางขุนเทียน

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า เขตต่อเมือง คือ บริเวณทิศตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งรวมทั้งเขตบางกะปิด้วย เป็นเขตที่มีการพัฒนาที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ 82,786 หลัง ส่งผลให้ชุมชนที่อยู่อาศัยเกิดการขยายตัวเกิดการขยายตัว ซึ่งในชุมชนประเภทนี้ มักมีกิจกรรมประจำวันที่เกิดขึ้นแตกต่างไปจากชุมชนประเภทอื่น เช่น ชุมชนอุตสาหกรรม หรือชุมชนพาณิชยกรรม กล่าวคือ ประชากรบางส่วนจะเดินทางไปทำงาน และศึกษาภายนอกอันเป็นกิจวัตรซึ่งก่อให้เกิดระบบการเดินทาง เมื่อการเดินทางเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ประกอบกับความจำเป็นในการซื้อหาของกินของใช้ในชีวิตประจำวันก็จะเกิดกิจกรรมขึ้นในพื้นที่นี้ มีความเป็นศูนย์กลาง (Center) ของชุมชน อันเป็นที่รวมผู้คนในการมาซื้อสินค้าและบริการในด้านต่างๆ แสดงให้เห็นจากลักษณะพื้นที่โดยรอบ (Hinterland) ของชุมชน โดย Walter Christaller นักภูมิศาสตร์เมือง มีหลักว่า ถ้าเป็นชุมชนชนบท พื้นที่โดยรอบจะเล็กและไม่ได้รับการพัฒนา ถ้าเป็นชุมชนเมืองพื้นที่โดยรอบจะใหญ่และได้รับการพัฒนา โดยบริการที่เมืองให้ต่อพื้นที่โดยรอบ หรือ Central Service ของชุมชน จะเป็นตัวกำหนดตำแหน่งของ (Position) ในการจัดลำดับชุมชนชนบทและเมือง (ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล 2541 : 28)

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในพื้นที่ด้านตะวันออก โดยเฉพาะเขตบางกะปินั้นถือได้ว่าเป็น Central Service ของชุมชน และมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงบวกและเชิงลบแก่ชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง และจากเหตุผลดังกล่าวนี้เองจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะได้ทำการศึกษาถึงพัฒนาการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร จะทำให้ทราบพัฒนาการของศูนย์การค้าและการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วง รวมถึงบทบาทและรูปแบบในการปรับตัวของศูนย์การค้า , รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้า ผลกระทบและปัญหาที่เกิดขึ้นของศูนย์การค้าเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการควบคุมการพัฒนา อันเกิดจากอิทธิพลของศูนย์การค้าให้มีทิศทางที่เหมาะสมและถูกต้อง ถึงเป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจเพื่อลงทุนของนักลงทุนได้ส่วนหนึ่งและเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรการ เพื่อควบคุมการขยายตัวของศูนย์การค้าให้เหมาะสมสอดคล้องกับการขยายตัวของชุมชน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปัญหาโดยรวมในด้านอื่นๆของกรุงเทพมหานคร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลและวัดมีการให้บริการของศูนย์การค้าที่มีผลต่อชุมชนพักอาศัยย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตและพื้นที่ดำเนินการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตของพื้นที่

การศึกษาในเรื่องพัฒนาการของศูนย์การค้าจะศึกษาครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ศูนย์การค้าอิมพีเรียลเวิลด์ลาดพร้าว ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์การค้าแห่งแรกทางด้านตะวันออกต่อเนื่องไปทางตะวันออกตามแนวถนนลาดพร้าว โดยมีศูนย์การค้าในพื้นที่ทั้งหมด 22 แห่ง (แผนภูมิที่ 1.1) ส่วนเรื่องบทบาทและรูปแบบ รวมถึงข้อเสนอแนะ จะทำการศึกษาในพื้นที่เขตบางกะปิ ครอบคลุมพื้นที่แขวงหัวหมาก แขวงคลองจั่น โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 29.699 ตารางกิโลเมตร ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร มีประชากรทั้งหมด 15,213 คน แบ่งเป็น 3,406 ครัวเรือน 28,09 หลังคาเรือน

การศึกษาข้อมูลในส่วนของศูนย์การค้า และพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์การค้าของผู้บริโภค ผู้ศึกษาจะแบ่งกลุ่มศูนย์การค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ในกลุ่มนี้จะเป็นศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 20,000 ตารางเมตร ซึ่งมีอยู่ 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้า เดอะมอลล์ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาบางกะปิ

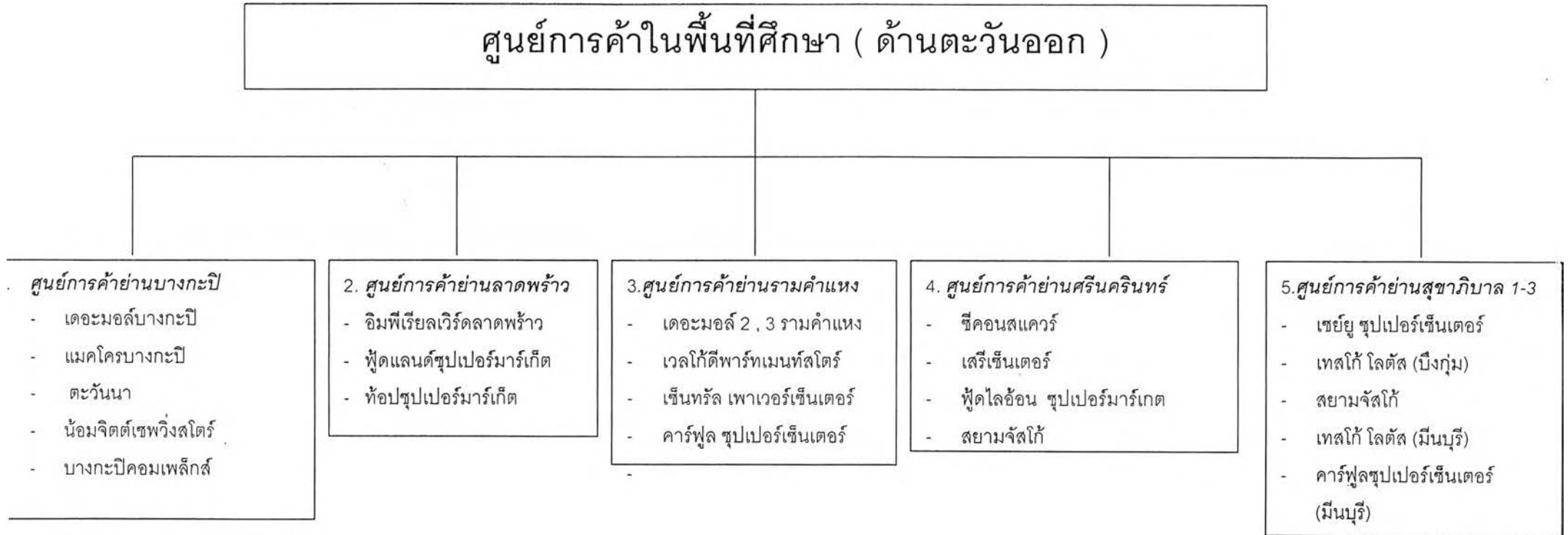
กลุ่มที่ 2 ในกลุ่มที่ 2 เป็นศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 2,000 – 20,000 ตารางเมตร ซึ่งมีจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ และศูนย์ค้าส่งแมคโคร และศูนย์การค้าตะวันนา

กลุ่มที่ 3 จะเป็นศูนย์การค้าขนาดเล็กที่มีพื้นที่ใช้สอยน้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร ได้แก่ , ศูนย์การค้า น้อมจิตต์เซฟวิงส์เทรด และ ศูนย์การค้าบางกะปิคอมเพล็กซ์

1.3.2 ขอบเขตของเนื้อหา

- ศึกษาพัฒนาการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร
- ศึกษาบทบาท และวัดมีการให้บริการ รวมถึงปัญหาของศูนย์การค้าย่านบางกะปิ
- ศึกษาแนวทางเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เหมาะสมในการพัฒนาย่านศูนย์การค้า

แผนภูมิที่ 1.1 : แสดงศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออก



1.4 วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในเรื่อง บทบาทของศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียงนี้ เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ (Analysis Research) เนื่องจากต้องการทราบถึงพัฒนาการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงบทบาทและรศมีการให้บริการของศูนย์การค้าที่มีผลต่อชุมชน โดยมุ่งเน้นเฉพาะศูนย์การค้าย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง ซึ่งประกอบด้วย ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ฯ บางกะปิ , ศูนย์ค้าส่งแมคโคร , ศูนย์การค้าตะวันนา , ศูนย์ค้าน้อมจิตต์เซพิงส์ไตร์ และ ศูนย์การค้าบางกะปิ คอมเพล็กซ์

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนพื้นที่ใช้สอยของอาคาร เงินลงทุน ประเภทของสินค้าที่ขาย จำนวนผู้ใช้บริการ และจำนวนของพนักงานทั้งหมดแล้ว พบว่าศูนย์การค้าทั้ง 3 กลุ่ม มีความแตกต่างกันในเรื่องดังกล่าวมาก ดังนั้นในการศึกษาตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างกันในครั้งนี้ จะใช้เทคนิคทางสถิติในการเลือกตัวอย่างเพื่อทำการศึกษา คือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) (ชูศรี วงศ์รัตน์ : 2525) โดยจะแบ่งกลุ่มของประชากรออกเป็น 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น และในขั้นตอนต่อไปในแต่ละกลุ่มประชากร จะเลือกตัวอย่างผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าย่านบางกะปิขึ้นมา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถเลือกตัวอย่างได้ต้องเก็บข้อมูลเท่าที่จะได้รับความร่วมมือและเน้นให้มีความแตกต่างของสถานภาพทางสังคม ได้แก่ เพศและอายุ (กษมา วรณศิลป์ 2540 : 116)

1.4.1 ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถเป็นตัวแทนประชากรได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสำรวจครั้งนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงกำหนดขึ้นตามสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่พอดีของ YAMANE (1973) (พินิจา สังข์เพชร 2537 : 29) ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยความเชื่อมั่นที่ระดับ 95 % โดยที่ค่าประมาณจะคลาดเคลื่อนจากค่าที่เป็นจริงไม่เกิน ± 0.05 สำหรับจำนวนประชากรผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าย่านบางกะปิ มีประมาณ 107,000 คนต่อวัน คำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมได้โดยมีรายละเอียด ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

โดย n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

E = ความคลาดเคลื่อน

ซึ่งในที่นี้กำหนดความคลาดเคลื่อน 0.05 (5 %) ดังนั้นเมื่อแทนค่าจากสูตร

$$n = \frac{107,000}{1 + (107,000 \times (0.05)^2)}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง = 398 ตัวอย่าง

และเพื่อให้ง่ายต่อการแปลผลข้อมูล ผู้ทำการวิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนเต็ม 400 ตัวอย่าง ส่วนในการแจกแบบสอบถามจริงผู้วิจัยทำการทดสอบแบบสอบถาม รวมถึงป้องกันปัญหาอันเกิดจะเกิดจากแบบสอบถามที่อาจเสียจากความเข้าใจผิดของผู้ตอบแบบสอบถาม จึงเพิ่มแบบสอบถามจากจำนวนดังกล่าวอีก 15 % ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 460 ชุด แต่ทำการเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เท่านั้น จำนวน 400 ตัวอย่าง

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่าง คือ 107,000 ตัวอย่าง ตามสัดส่วนของประชากรที่มาใช้บริการภายในศูนย์การค้าในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 20,000 ตารางเมตรจำนวน 1 แห่ง รวม 350 ชุด คือ
 - ศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางกะปิมีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 80,000 คน แจกแบบสอบถาม 350 ชุด (ร้อยละ 74)
2. ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 2,000 – 20,000 ตารางเมตร จำนวน 2 แห่ง รวม 110 ชุด คือ
 - ศูนย์ค้าส่งแมคโคร มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 9,000 คน แจกแบบสอบถาม 40 ชุด (ร้อยละ 8)
 - ศูนย์การค้าตะวันนา มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 6,000 คน แจกแบบสอบถาม 30 ชุด (ร้อยละ 6)

3. ศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ใช้สอยน้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร จำนวน 2 แห่ง รวม 20 ชุด คือ
- ศูนย์การค้าน้อมจิตต์ มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 5,000 คน แจกแบบสอบถาม 25 ชุด (ร้อยละ 5)
 - ศูนย์การค้าบางกะปิคอมเพล็กซ์ มีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 6,000 คน แจกแบบสอบถาม 30 ชุด (ร้อยละ 6)

1.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.4.2.1 แบบสอบถาม

เป็นคำถามปลายเปิดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในแต่ละส่วนจะมีคำถามเพื่อศึกษาประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางด้านลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า
- ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์การค้าและความคิดเห็นทั่วไป ซึ่งจะเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค , ข้อมูลด้านการจราจร , ปัญหาที่เกิดจากศูนย์การค้า และข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์การค้า

แบบสอบถามออกนำออกสอบถามจะทำการทดสอบ (Pilot Test) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้สะดวก จากนั้นจึงนำคำถามหรือหัวข้อที่ยังไม่สมบูรณ์ ยากต่อการทำความเข้าใจมาปรับปรุงเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์จริง ซึ่งเบื้องต้นนี้ทำการทดสอบแบบสอบถาม จำนวน 20 ตัวอย่าง

เพื่อให้ตัวอย่างที่จะถูกเลือกมีโอกาสเท่าๆกัน จึงแบ่งวันในสัปดาห์ที่ทำการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 วัน คือ วันที่มีผู้ไปใช้บริการมาก , ปานกลาง และน้อย ส่วนช่วงเวลาในแต่ละวันดังกล่าวได้แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการมาก และช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการน้อย ซึ่งจากการสัมภาษณ์พนักงานของศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่ง สรุปได้ว่า

- วันที่มีผู้ไปใช้บริการมาก คือ วันอาทิตย์
- วันที่มีผู้ไปใช้บริการปานกลาง คือ วันพฤหัสบดี
- วันที่มีผู้ไปใช้บริการน้อย คือ วันจันทร์
- ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการมาก คือ เวลา 18.00 – 19.00 น.
- ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการน้อย คือ เวลา 13.00 – 14.00 น.

สำหรับการเก็บข้อมูลจะทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคนับรวมหน้าศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่ง โดยในการสัมภาษณ์จะเริ่มสัมภาษณ์ผู้ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการของศูนย์การค้า ช่วงวันและเวลาดังกล่าวจนครบจำนวน หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม จะนำมาแปรรูปในรูปตัวเลข และจะทำการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
2. ลงรหัส (Code) ที่กำหนด ไว้ในแบบสอบถามทุกชุด
3. วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับแบบสอบถามปลายเปิด
4. วิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/ WINDOW VERSION 7.5 ในการประมวลผลข้อมูล สำหรับคำถามปลายเปิดที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้ว ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ค่าอัตราส่วนร้อยละ , ค่าเฉลี่ย , ค่าต่ำสุด – ค่าสูงสุด , ค่าแจกแจงความถี่ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ใช้ค่าลำดับน้ำหนัก (Weighting) จากการให้ค่าลำดับโดยการตอบคำถามจากแบบสอบถาม และนำลำดับนี้มาให้ค่าน้ำหนัก โดยลำดับที่ 1 ให้ค่าน้ำหนักเป็นจำนวนเต็ม 6 , ลำดับที่ 2 ให้ค่าลำดับน้ำหนักเป็นจำนวนเต็ม 5 , ลำดับที่ 3 ให้ค่าลำดับน้ำหนักเป็นจำนวนเต็ม 4 , ลำดับที่ 4 ให้ค่าลำดับน้ำหนักเป็นจำนวนเต็ม 3 , ลำดับที่ 5 ให้ค่าลำดับน้ำหนักเป็นจำนวนเต็ม 2 , ลำดับที่ 6 ให้ค่าลำดับน้ำหนักเป็นจำนวนเต็ม 1 จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ยของลำดับน้ำหนักในแต่ละปัจจัย

1.4.2.2 การสังเกต

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม ของพื้นที่ศึกษา เช่น ลักษณะโครงสร้างประชากร , โครงข่ายการคมนาคมขนส่ง , การใช้ที่ดิน , และบริการทางด้านสาธารณูปโภค – สาธารณูปการต่างๆ เป็นต้น

1.4.3 ขั้นตอนและวิธีการศึกษา

ในการดำเนินการศึกษาค้างนี้สามารถแบ่งขั้นตอนการศึกษาดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไปนี้ (แผนภูมิที่ 1.2)

1. **การกำหนดปัญหาที่จะศึกษา :** การศึกษานี้ต้องการศึกษาพัฒนาการของศูนย์การค้าด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้าและวิวัฒนาการของย่านการค้าในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาการขยายตัวของชุมชนควบคู่ไปด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาอิทธิพลและผลกระทบของศูนย์การค้า และได้เลือกชุมชนในเขตบางกะปิเป็นกรณีตัวอย่างการศึกษา ในเรื่องบทบาทและรูปแบบรวมถึงปัญหาของศูนย์การค้า เนื่องจากชุมชนในย่านบางกะปิเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่สุดที่อยู่ทางตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ทั้งยังมีข้อแตกต่างทางกายภาพที่น่าสนใจกว่าย่านชุมชนอื่นด้วย กล่าวคือ

- พื้นที่ย่านนี้เป็นบริเวณที่เชื่อมโยงระหว่างกรุงเทพมหานคร กับพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศ
- ศูนย์การค้าในย่านนี้มีความแตกต่างในด้าน ขนาด , ประเภท / ลักษณะสินค้า และการบริการของศูนย์การค้า
- ศูนย์การค้ามีการกระจุกตัวอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน

ข้อแตกต่างดังที่กล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อพื้นที่และชุมชนชานเมืองได้ ดังนั้นจึงต้องค้นหาสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในขั้นต่อไป

2. **การกำหนดเนื้อหาสาระที่ต้องการศึกษา :** ในการนี้ต้องการศึกษาพัฒนาการของศูนย์การค้าด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานครโดยพิจารณาร่วมกับแนวความคิดในการจัดระดับศูนย์การค้า และศึกษาอิทธิพลรวมถึงผลกระทบของศูนย์การค้าต่อชุมชนในพื้นที่ศึกษา

3. **การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล :** เป็นการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ด้านกายภาพ , เศรษฐกิจ , สังคม และประชากร , ข้อมูลพื้นฐานของศูนย์การค้า และข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการจราจรในพื้นที่ศึกษา รวมถึงข้อมูลจากแผนที่แสดงการใช้ที่ดินจากหน่วยงานราชการและจากการสำรวจภาคสนามในพื้นที่ ด้วยการสังเกตและการออกแบบสอบถามโดยนำข้อมูลจากแบบสอบถาม มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติประยุกต์ โปรแกรม SPSS VERSION 7.5 FOR WINDOW

4. **การวิเคราะห์ความหมายและอธิบายผล :** ผลการวิเคราะห์ความหมายพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการอภิปรายผลที่ได้ด้วยการเปรียบเทียบกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้สรุปผลการวิเคราะห์ในแต่ละข้อไว้ด้วย

5. **สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะ :** จะสามารถชี้ให้เห็นถึงบทบาทของศูนย์การค้าด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร รวมถึงรัศมี , อิทธิพลของศูนย์การค้าที่มีผลต่อชุมชนพักอาศัยในพื้นที่ศึกษา และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจากศูนย์การค้าในพื้นที่ศึกษา และเสนอแนะปัญหาที่ควรจะมีการศึกษาต่อไป

1.5 ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ(PRIMARY DATA)ที่เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (FIELD SERVEY) โดยวิธีการออกแบบสอบถาม (QUESTIONNARE) แต่มีข้อมูลบางส่วนที่ต้องทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (SECONDRARY DATA) ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ได้แก่

- ศูนย์เอกสารแห่งประเทศไทย
- สำนักงานเขตบางกะปิ
- การเคหะแห่งชาติ
- ห้องสมุดสถาบันการศึกษาต่างๆ
- กรมการผังเมือง
- บริษัทเจ้าของห้างสรรพสินค้าที่ทำการศึกษา
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย
- สำนักงานที่ดินเขตบางกะปิ ฯลฯ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงบทบาท / รูปแบบ รวมถึงปัญหาของศูนย์การค้าที่มีผลต่อชุมชนพักอาศัยย่านบางกะปิ
3. เพื่อให้ทราบถึงข้อเสนอแนะและแนวทางสำหรับแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เหมาะสมในการพัฒนาศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านอื่นๆของกรุงเทพมหานครต่อไปในอนาคต

แผนภูมิที่ 1.2 : เนื้อหาสาระและขั้นตอนของการศึกษา

