

### บทที่ 3

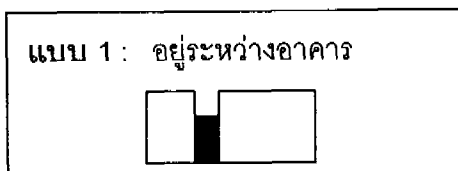
#### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 แนวทางการศึกษา

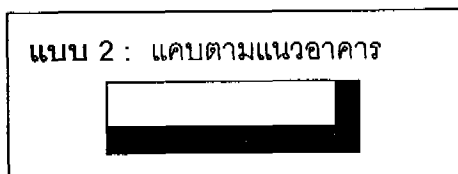
การศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า ในขั้นแรกผู้วิจัยทำการศึกษาด้วยการสังเกต สัมภาษณ์ และการสำรวจพื้นที่ศึกษา รวมทั้งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาใช้งานศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่าแห่งละ 140 คน ซึ่งศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง มีปัจจัยที่เป็นตัวแปรควบคุม ได้แก่ ตั้งอยู่ติดถนนสายหลัก และตั้งอยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพ อีกทั้งมีลักษณะ รูปแบบพื้นที่สาธารณะ แตกต่างกัน ดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1

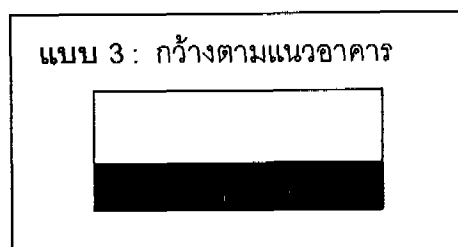
แสดงลักษณะของรูปแบบPlazaของศูนย์การค้า



- (1) รูปแบบ plaza ของศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ ขนาดพื้นที่รวม 525 ตร.ม.

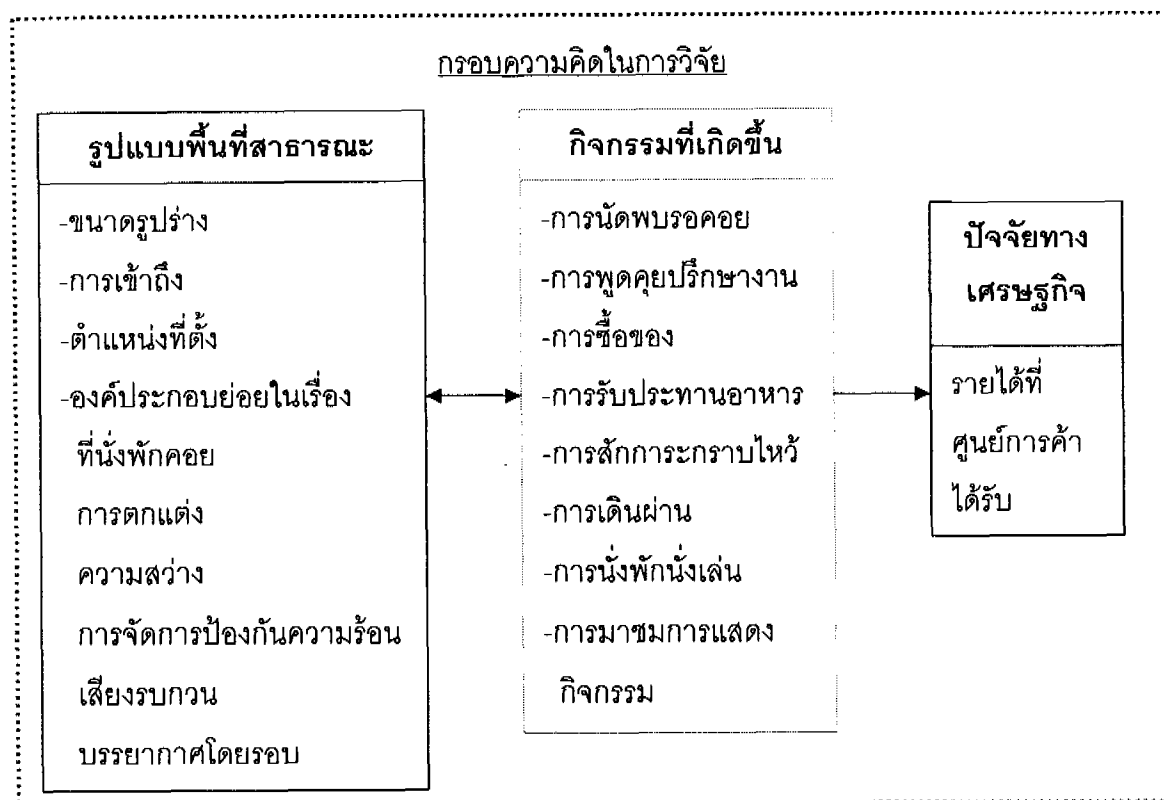


- (2) รูปแบบ plaza ของศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ ขนาดพื้นที่รวม 2,844.85 ตร.ม.



- (3) รูปแบบ plaza ของศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวิลด์พลาซ่า ขนาดพื้นที่รวม 4,581 ตร.ม.

โดยมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยภายใต้กรอบความคิดในการวิจัย ดังนี้



### 3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.2.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยหมายถึง ประชาชนผู้มาใช้พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พลาซ่า ในช่วงเวลาดังแต่ศูนย์การค้าทำการเปิดใช้งานจนถึงปิดใช้งาน

#### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง ประชาชนผู้มาใช้พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พลาซ่า จำนวน 420 คน จำแนกเป็นศูนย์การค้าละ 140 คน เท่า ๆ กัน ในช่วงเวลาดังแต่ศูนย์การค้าทำการเปิดใช้งานจนถึงปิดใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้มาจาก

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (non - probability sampling) ในลักษณะการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling)

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 ลักษณะ ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยประเด็นในการสัมภาษณ์ 3 ประเด็น ได้แก่ รูปแบบกิจกรรม และรายได้
2. แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มีรายละเอียดในแบบสอบถาม สามารถจำแนกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้งานบริเวณพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 2 ความต้องการให้พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้าที่สามารถตอบสนองกิจกรรม จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อรูปแบบของพื้นที่สาธารณะ จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องการแก้ไข พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า จำนวน 1 ข้อ

โดยตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามในลักษณะเป็นมาตราวัด 5 ระดับ แบบ Likert scale ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

4.21 – 5.00	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คุณภาพของเครื่องมือ ด้านความตรงตามเนื้อหา ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และหาคุณภาพของเครื่องมือ ด้านความเที่ยง ดำเนินการวัดค่าความสอดคล้องภายใน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารศูนย์การค้า 3 แห่ง และผู้ประกอบการจัดงาน 3 แห่ง ด้วยตนเอง
2. แบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 420 คน จากศูนย์การค้า 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวิลด์ พลาซ่า ในช่วงเวลาตั้งแต่ศูนย์การค้าทำการเปิดใช้งานจนถึงปิดใช้งาน

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร รูปแบบ กิจกรรม และรายได้ ด้วยสถิติ Chi - square
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจ ในองค์ประกอบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร รูปแบบ กิจกรรม และรายได้ ที่ได้จากประชาชนผู้มาใช้ศูนย์การค้า ด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และ t - test

### 3.6 การแปลผลข้อมูล

รูปแบบในเรื่ององค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้าที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด-ปานกลาง จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขขององค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า ในขณะที่รูปแบบในเรื่ององค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก-มากที่สุด จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจที่ไม่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข