

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

ศูนย์การค้า เป็นตัวอย่างรูปธรรมที่เด่นชัดของการใช้พื้นที่ที่ทำให้เกิดการสร้างวิถีชีวิต และจิตสำนึกแบบเมือง ความสำคัญของห้างสรรพสินค้าจึงอยู่ที่วิธีการจัดการพื้นที่ให้สอดคล้องกับ การเปลี่ยนแปลงของกระแสบริโภคนิยม ความเป็นพื้นที่สาธารณะของห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า นำมาสู่การสร้างสรรคเอกลักษณ์ของสังคมแบบใหม่ ที่มีความสำคัญรองจากบ้าน ที่ทำงาน หรือ สถานศึกษา เมื่อย้อนกลับไปพิจารณาเกี่ยวกับพัฒนาการทางสถาปัตยกรรมของศูนย์การค้าในอดีตก็สะท้อนให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ของกิจกรรมการชื้อขายมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน ในทุกระดับชั้น (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2542) จากสภาพพื้นที่แบบตลาดเพื่อการแลกเปลี่ยน พัฒนามาเป็นพื้นที่ลักษณะเฉพาะที่มีสิ่งปลูกสร้างถาวร และสามารถตอบสนองต่อการเคลื่อนไหว ทางเศรษฐกิจและสังคมได้ ในอดีตเมืองถูกมองว่าเป็นความหลากหลายของสินค้าและผู้คน ส่วน ตลาดเปรียบได้กับความมั่งคั่งของเมือง เป็นแหล่งศึกษาวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ และในปัจจุบัน ศูนย์การค้าเริ่มเข้ามาทดแทน ตลาดแต่เดิม หมายถึง การนำพาความทันสมัย ความสะดวกสบาย ในการจับจ่าย การมีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2538) ศูนย์การค้าจัดเป็นสถานที่ที่กำหนด “ขอบเขตของประสบการณ์” ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีรูปแบบ เฉพาะ ซึ่งอาศัยองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมช่วยในการสร้างบรรยากาศ อันส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมของผู้ใช้งาน ทั้งพฤติกรรมกรบริโภค และพฤติกรรมทางสังคม ไปจนถึงพฤติกรรมของ สังคมปัจจุบัน

ปัจจุบันศูนย์การค้าได้เปิดตัวขึ้นจำนวนมาก ซึ่งศูนย์การค้าเหล่านั้นมีการออกแบบ และจัดการพื้นที่ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไปในการจัดการที่เกิดขึ้นนั้น อย่างไรก็ตามศูนย์การค้า หลายแห่งประสบปัญหาในการจัดการพื้นที่ ทำให้กิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวนี้้น้อย กว่าพื้นที่ข้างเคียง อันนำไปสู่การด้อยประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐศาสตร์ซึ่งก่อให้เกิดอุปสรรคแก่ การเข้าถึงพื้นที่ศูนย์การค้าและการจราจรในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การจำกัดทางเข้าของรถส่วนตัวยัง บริเวณด้านข้างของสะพานข้ามแยกที่มีช่องทางเดินรถทางเดียวของศูนย์การค้าพลตตินัม การจำกัด ให้รถส่วนตัวสามารถเดินทางเข้าสู่ถนนพระราม 1 จากทางถนนพญาไทผ่านเส้นทางภายในของ

ศูนย์การค้าได้จากที่ปรกติไม่สามารถทำได้ของศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี การทิ้งโล่งพื้นที่บริเวณลานสาธารณะของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่า โดยไม่มีการป้องกันความร้อนจากแสงอาทิตย์ในเวลากลางวันโดยตรง

พื้นที่สาธารณะจะประสบความสำเร็จเมื่อมีคนใช้งาน เป็นแนวคิดของสถาบันโครงการพื้นที่สาธารณะ (Project for Public Space - PPS) ในสหรัฐอเมริกา ที่ทำการพัฒนาพื้นที่ประเภทตลาด การสัญจร สวนสาธารณะ และห้องสมุด ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ทางกายภาพให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้เกิดการรวมตัวเป็นสังคมในที่สุด โดยประกอบด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ เพื่อให้เกิดการเข้าถึง ความสะดวกในการเข้าไปใช้ ภาพลักษณ์ที่สวยงาม โดยคำนึงถึงผู้ใช้งาน และการสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้น และสร้างการดึงดูดให้เข้าไปใช้แก่ตัวสถานที่นั้น ๆ เป็นต้น ตามความหมายของไซเลนบัคส์ (Zielenbach, 2000) ที่ได้ให้นิยามของคำว่าพื้นที่ฟื้นฟูไว้ว่า เป็นหลักการที่มุ่งทำการพัฒนาทางกายภาพพื้นที่ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทางเศรษฐศาสตร์แก่เจ้าของพื้นที่ โดยในปัจจุบันที่ศูนย์การค้าเข้ามามีบทบาทแทนที่ตลาดในอดีตยังคงมีปัญหาต่าง ๆ ในการจัดการพื้นที่ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาแนวทางการจัดการพื้นที่ด้วยหลักการฟื้นฟูพื้นที่ภายนอกของศูนย์การค้า ซึ่งหมายถึงพื้นที่การสัญจรเข้าสู่ศูนย์การค้า พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า และส่วนเชื่อมต่อของศูนย์การค้า ให้เกิดการเพิ่มศักยภาพการเข้าใช้อาคารศูนย์การค้า เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการเข้าใช้ และก่อให้เกิดการรวมตัวเป็นสังคมแก่ศูนย์การค้า และสร้างความเชื่อมั่นแก่เจ้าของกิจการและผู้เช่าพื้นที่ขาย เพื่อป้องกันการล่มสลายของอาคารศูนย์การค้าที่ได้เปิดตัวออกมา อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการพื้นที่ภายนอกอาคาร เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการฟื้นฟู (revitalization) ส่วนภายนอกศูนย์การค้าที่เคยผ่านการฟื้นฟูศูนย์การค้ามาแล้ว ได้แก่ การเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ (access and linkages) ความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม (comfort and image) การคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น (users and activities) และการสร้างสังคม (sociability)
2. ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบการฟื้นฟู ตามหลักการฟื้นฟูศูนย์การค้าในเรื่องการเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ

3. ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบกรฟีนฟู ตามหลักการฟีนฟูศูนย์การค้าในเรื่องความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม
4. ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบกรฟีนฟู ตามหลักการฟีนฟูศูนย์การค้าในเรื่องการคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น
5. ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบกรฟีนฟู ตามหลักการฟีนฟูศูนย์การค้าในเรื่องการสร้างสังคม
6. ประเมินผลศักยภาพการเข้าไปใช้พื้นที่หลังการฟีนฟูอาคารศูนย์การค้าจากการวิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มผู้เข้าไปใช้งานอาคาร
7. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกรฟีนฟูอาคารศูนย์การค้ากับศักยภาพการเข้าไปใช้พื้นที่จากสถิติของศูนย์การค้าที่ทำการศึกษา
8. เสนอแนวทางการฟีนฟูอาคารศูนย์การค้าจากการวิเคราะห์ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

การฟีนฟูส่วนภายนอกอาคารศูนย์การค้ามีผลต่อการเพิ่มศักยภาพแก่ศูนย์การค้า

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

#### 1.4.1 ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

1. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้า เช่น องค์ประกอบ ประเภทของศูนย์การค้า หลักการวางผัง เป็นต้น
2. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ภายนอกของศูนย์การค้า
3. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการทำการฟีนฟูอาคารศูนย์การค้า โดยศึกษา ลักษณะของการฟีนฟูศูนย์การค้า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำการฟีนฟูศูนย์การค้า และรูปแบบและวิธีการฟีนฟูศูนย์การค้า

4. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ เช่น พฤติกรรมการใช้พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า เป็นต้น

#### 1.4.2 ขอบเขตทางด้านพื้นที่

ขอบเขตทางด้านพื้นที่เป็นการศึกษาแนวทางในการฟื้นฟูอาคารตามปัจจัยที่ได้ทำการกำหนดในด้านการฟื้นฟู โดยพื้นที่ที่ทำการสำรวจมีการตรวจสอบการทำการฟื้นฟูของพื้นที่นั้น ๆ เช่น การดำเนินการในด้านการเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ การดำเนินการด้านความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม การดำเนินการด้านการคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น การดำเนินการด้านการสร้างสังคมกับตัวอาคาร และได้ทำการศึกษาและจัดการมาแล้ว โดยอาคารที่เป็นกรณีศึกษา มีความเหมาะสมในด้านคุณสมบัติการฟื้นฟูอาคารในด้านทุกด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งสามารถสรุปขอบเขตของอาคารที่ทำการศึกษานี้ ได้แก่

1. ศูนย์การค้าเซ็นทรัล : เซ็นทรัลเวสต์พลาซ่า
2. ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์
3. ศูนย์การค้าสยามพารากอน

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการส่วนภายนอกอาคารศูนย์การค้า ซึ่งมีผลต่อระบบเศรษฐกิจของเมือง เพื่อเป็นการฟื้นฟูอาคารให้แก่อาคารศูนย์การค้าและดึงระบบการเงินของประเทศให้เกิดการหมุนเวียน
2. ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการส่วนภายนอกอาคารศูนย์การค้า ซึ่งมีผลต่อประชาชนที่เข้ามาใช้อาคารของศูนย์การค้า ให้ได้รับประโยชน์ในแง่ของการมีสังคมที่ก่อให้เกิด การฟื้นฟูอาคารแก่ศูนย์การค้า
3. ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการส่วนภายนอกอาคารศูนย์การค้า ซึ่งมีผลต่อผู้ประกอบการศูนย์การค้า ในแง่การดึงดูดลูกค้า และยังช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ และกิจกรรมให้ศูนย์การค้า

## 1.6 คำจำกัดความ

ศูนย์การค้า (shopping center) หมายถึง อาคารที่รวมเอาร้านค้าปลีกมากกว่า 2 ประเภทขึ้นไป แล้วจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งสินค้าและบริการ ทั้งร้านค้าปลีก และประชาชนที่จะซื้อสินค้ากับร้านค้าปลีกเหล่านั้น

การฟื้นฟูศูนย์การค้า (revitalization) หมายถึง กระบวนการพัฒนาสภาพทางกายภาพของพื้นที่ศูนย์การค้า ประกอบด้วย การเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ (access and linkages) ความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม (comfort and image) การคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น (users and activities) และการสร้างสังคม (sociability)

ศักยภาพ (potential) หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดคนเข้ามาภายในอาคารศูนย์การค้าในปริมาณที่มากขึ้น

ส่วนภายนอกของศูนย์การค้า หมายถึง พื้นที่ทางกายภาพภายนอกศูนย์การค้าร้านค้า และที่จอดรถที่เป็นลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีศักยภาพในการดึงดูดประชาชนเข้ามาใช้งานในพื้นที่ของศูนย์การค้า โดยมีส่วนการสัญจรเข้าสู่ศูนย์การค้า พื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า และส่วนเชื่อมต่อของศูนย์การค้า

ตารางที่ 1.1  
กระบวนการวิจัย

หัวข้อวิจัย	แนวทางการฟื้นฟูส่วนภายนอกของศูนย์การค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพการเข้าใช้พื้นที่		
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	<ol style="list-style-type: none"> <li>ศึกษาตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการฟื้นฟูศูนย์การค้าที่เคยผ่านการฟื้นฟูศูนย์การค้ามาแล้ว             <ol style="list-style-type: none"> <li>การเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ</li> <li>ความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม</li> <li>การคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น</li> <li>การก่อให้เกิดสังคม</li> </ol> </li> <li>ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบการฟื้นฟู ตามหลักการฟื้นฟูศูนย์การค้าในเรื่องการเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ</li> <li>ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบการฟื้นฟู ตามหลักการฟื้นฟูศูนย์การค้าในเรื่องความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม</li> <li>ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบการฟื้นฟู ตามหลักการฟื้นฟูศูนย์การค้าในเรื่อง การคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น</li> <li>ศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบการฟื้นฟู ตามหลักการฟื้นฟูศูนย์การค้าในเรื่อง การสร้างสังคม</li> <li>ประเมินผลศักยภาพการเข้าใช้พื้นที่หลังการฟื้นฟูอาคารศูนย์การค้าจากกรณีศึกษาวิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มผู้เข้าไปใช้งานอาคาร</li> <li>ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการฟื้นฟูอาคารศูนย์การค้ากับศักยภาพการเข้าใช้พื้นที่จากสถิติของศูนย์การค้าที่ทำการศึกษ</li> <li>เสนอแนวทางการฟื้นฟูอาคารศูนย์การค้าจากกรณีศึกษา แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม</li> </ol>		
สมมติฐาน	การฟื้นฟูส่วนภายนอกอาคารศูนย์การค้ามีผลต่อการเพิ่มศักยภาพแก่ศูนย์การค้า		
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสำรวจพื้นที่ศึกษา	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง <ol style="list-style-type: none"> <li>แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การค้า</li> <li>แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ภายนอกศูนย์การค้า</li> <li>แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูศูนย์การค้า</li> <li>แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มศักยภาพการใช้งานศูนย์การค้า</li> </ol>	การสำรวจพื้นที่ศึกษา <ol style="list-style-type: none"> <li>ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พลาซ่า</li> <li>ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์</li> <li>ศูนย์การค้าสยามพารากอน</li> </ol>	ประเด็นในการสำรวจ <p style="text-align: center;">การฟื้นฟู ↓ ศูนย์การค้า ที่ผ่าน การฟื้นฟู ↓ ศักยภาพ(ด้านการเข้าใช้)</p>
ตัวแปรในงานวิจัย	<ol style="list-style-type: none"> <li>การเข้าถึงและการประสานเชื่อมต่อ</li> <li>ความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ที่สวยงาม</li> <li>การคำนึงถึงผู้ใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้น</li> <li>การสร้างสังคมของศูนย์การค้า</li> </ol>	ศูนย์การค้าที่ผ่านการฟื้นฟู	ศักยภาพ - คนเข้ามาใช้อาคารมากขึ้น
การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและการเก็บข้อมูล	<p><u>ประชากร</u> ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้พื้นที่ ผู้มีส่วนในการทำการฟื้นฟู ศูนย์การค้า</p> <p><u>กลุ่มตัวอย่าง</u> ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้พื้นที่ ผู้มีส่วนในการทำการฟื้นฟูศูนย์การค้า</p> <p>ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่า ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยามพารากอน</p> <p><u>เครื่องมือ</u> ได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ แบบสำรวจ</p>		
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ	แบบสอบถาม ร้อยละ ความถี่	การสัมภาษณ์ วิเคราะห์ เปรียบเทียบกับแนวคิดและทฤษฎีศูนย์การค้า	
สรุปผลและข้อเสนอแนะ	<ol style="list-style-type: none"> <li>เสนอแนะการฟื้นฟูส่วนภายนอกศูนย์การค้าที่ทำการศึกษา</li> <li>เสนอแนะการฟื้นฟูส่วนภายนอกศูนย์การค้าก่อให้เกิดศักยภาพในการเข้าใช้งานอาคาร</li> </ol>		