

T 154360

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี : รวมทั้งศึกษาเหตุการณ์ให้บริการของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ในฐานะที่เป็นแหล่งกลาง โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้มาใช้บริการรวมแสดงที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จำนวน 3 งานๆละ 200 ราย รวม 600 ราย และจากผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี จำนวน 3 งานๆละ 200 ราย รวม 600 ราย คิดเป็นทั้งสิ้น 1,200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจและข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและระยะเวลา

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจัดหมวดหมู่ แจกแจงความถี่ และนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยไคสแควร์ พร้อมทั้ง จัดทำแผนที่แสดงการกระจายตัวของการมาใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทั้งสองศูนย์การประชุม ปรากฏว่าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ส่วนใหญ่เดินทางมาจากเขตคลองเตยมากที่สุด ส่วนผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เดินทางมาจาก อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแหล่งกลางที่ว่าผู้บริโภคจะเข้ามาใช้บริการในแหล่งกลางที่ใกล้เคียงกับภูมิลำเนาของตน นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทางด้านประชากร สังคมและเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการของทั้งสองศูนย์การประชุมพบว่ามีความใกล้เคียงกันค่อนข้างมาก และเป็นตัวกำหนดผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมทั้งสองแห่ง ส่วนการวิเคราะห์ตัวแปรในเรื่องการเดินทางและระยะเวลาของการเดินทาง พบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มาเพื่อซื้อสินค้าราคาถูก ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ยหรือภายในรัศมี 1 - 25 กิโลเมตร และระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ยอยู่ที่ 15 - 30 นาที

TE 154360

This research's objective is to study the comparison of socio-economic status between clients at Queen Sirikit National Convention Center and those at International Multi-Purpose Arena Convention Trade and Exhibition Center Mueng Thong Thani. Moreover, this research is also studied the service area of those Centers as a target point by using the Survey Research. The researcher randomly selected the president groups who were the clients at Queen Sirikit National Convention Center and International Multi-Purpose Arena Convention Trade and Exhibition Center Mueng Thong Thani, by accidental selection from the clients who were at the exhibitions at Queen Sirikit National Convention Center at the amount of 600 people from those 3 exhibitions, and also the clients at International Multi-Purpose Arena Convention Trade and Exhibition Center Mueng Thong Thani with the number of 600 from 3 exhibitions. In conclusion, these would be exactly 1,200 people combined from those 2 centers. Those 1,200 clients were questioned by asking about the population behaviour—social, economical ways, and the information about the transportations, and distances.

The researcher used the analysis system by dividing into groups, enumerating the frequency, and statistical analyze them with Chi-square, altogether with handling the map of expansion of the clients using the service of those 2 centers. It shows us that most of the clients who used the service of Queen Sirikit National Convention Center are mostly from Klong Toey district; on the other hand, those who used the service of International Multi-Purpose Arena Convention Trade and Exhibition Center Mueng Thong Thani are from Park-Kret, Nonthaburi, which is harmonious with the target theory that customers will get the service at the target place which is close to their residents. Moreover, we found the population, social, and economic value analysis from those clients of 2 centers pretty much alike, and those 3 values would set control the clients. And the analysis of the transportation and distance value, we found that most of the clients will get there for buying some of cheap things, and the distance would be around 1 to 25 kilometers, and the time using would be around 15 to 30 minutes.