

บทที่ 5
การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 1,200 ราย และทำการแยกวิเคราะห์ออกเป็น 8 ตอน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีหัวข้อเรื่องในแต่ละตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปแสดงภูมิฐานะของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 2 ข้อมูลแสดงตัวแปรทางด้านสังคมของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 3 ข้อมูลแสดงตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 4 ข้อมูลแสดงการเดินทางและระยะทางของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 5 ข้อมูลแสดงลำดับความสำคัญที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 7 เขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ภาคผนวก ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม กับการเข้ามาใช้บริการของผู้มาใช้บริการ โดยเปรียบเทียบจากลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน 3 งาน ซึ่งจัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปแสดงภูมิฐานะ ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรด้านภูมิฐานะ (V.1)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิฐานะ ของลูกค้าผู้มาใช้บริการทั้งสองศูนย์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ได้ผลสรุปดังตารางต่อไปนี้

อำเภอ/เขต	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. กรุงเทพมหานคร				
1. คลองสาน	4	0.67	4	0.67
2. บางเขน	11	1.83	37	6.17
3. พระโขนง	30	5.00	7	1.17
4. คูสิต	7	1.17	9	1.50
5. คลองเตย	36	6.00	3	0.50
6. จตุจักร	29	4.83	18	3.00
7. บึงกุ่ม	13	2.17	12	2.00
8. บางกะปิ	24	4.00	13	2.17
9. สวนหลวง	15	2.50	11	1.83
10. ดอนเมือง	6	1.00	53	8.83
11. พญาไท	18	3.00	8	1.33
12. บางซื่อ	11	1.83	12	2.00
13. ภาษีเจริญ	12	2.00	5	0.83
14. จอมทอง	13	2.17	9	1.50
15. ราชเทวี	9	1.50	5	0.83
16. บางคอแหลม	12	2.00	4	0.67
17. ราษฎร์บูรณะ	4	0.67	4	0.67
18. สัมพันธวงศ์	6	1.00	4	0.67
19. บางพลัด	7	1.17	12	2.00
20. มีนบุรี	3	0.50	2	0.33
21. สาทร	14	2.33	1	0.17
22. ลาดกระบัง	2	0.33	7	1.17

อำเภอ/เขต	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
24.บางกอกน้อย	15	2.50	3	0.50
25.บางกอกใหญ่	9	1.50	2	0.33
26. หนองจอก	2	0.33	2	0.33
27.ป้อมปราบศัตรูพ่าย	5	0.83	3	0.50
28. บางรัก	10	1.67	2	0.33
29. คลองสาน	10	1.67	3	0.50
30.ประเวศ	8	1.33	6	1.00
31. ห้วยขวาง	12	2.00	5	0.83
32. พระนคร	6	1.00	3	0.50
33.ปทุมวัน	14	2.33	2	0.33
34. ธนบุรี	9	1.50	1	0.17
35. บางขุนเทียน	9	1.50	2	0.33
36. ลาดพร้าว	10	1.67	14	2.33
37. หนองแขม	9	1.50	2	0.33
38. ดินแดง	20	3.33	5	0.83
39. บางนา	6	1.00	2	0.33
40. วัฒนา	9	1.50	5	0.83
41. สายไหม	6	1.00	7	1.17
42. หลักสี่	5	0.83	19	3.17
43. วังทองหลาง	5	0.83	8	1.33
44. สะพานสูง	2	0.33	4	0.67
45. คันนายาว	1	0.17	3	0.50
46. คลองสามวา	2	0.33	6	1.00
47. บางแค	13	2.17	6	1.00
48. บางบอน	7	1.17	2	0.33
49. ทวีวัฒนา	4	0.67	6	1.00
50. ทุ่งครุ	6	1.00	3	0.50
2.นนทบุรี		0.00	0	0.00
2.1 อ.เมืองฯ	10	1.67	50	8.33
2.2 อ.เมืองปากเกร็ด	10	1.67	72	12.00

อำเภอ/เขต	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2.3 อ.บางกรวย	4	0.7	9	1.5
2.4 อ.บางบัวทอง	10	1.67	14	2.33
2.5 อ.บางใหญ่	1	0.17	2	0.33
3.ปทุมธานี		0.00		0.00
3.1 อ.เมือง	7	1.17	20	3.33
3.2 อ.ธัญบุรี	3	0.50	9	1.50
3.3 อ.ลำลูกกา	2	0.33	14	2.33
3.4 อ.สามโคก	1	0.17	1	0.17
3.5 อ.คลองหลวง	1	0.17	3	0.50
3.6 อ.ลาดหลุมแก้ว	0	0.00	1	0.17
4.สมุทรปราการ		0.00		0.00
4.1 อ.เมือง	12	2.00	14	2.34
4.2 อ.บางพลี	7	1.17	6	1.00
4.3 อ.พระประแดง	8	1.33	2	0.33
5.นครปฐม		0.00		0.00
5.1 อ.เมือง	3	0.50	1	0.17
5.2 อ.สามพราน	3	0.50	1	0.17
5.3 อ.กำแพงแสน	0	0.00	1	0.17
6.สมุทรสาคร		0.00		0.00
6.1 อ.เมือง	3	0.50	1	0.17
6.2 อ.กระทุ่มแบน	2	0.33	3	0.50
อื่นๆ		0.00		0.00
รวม	600	100.00	600	100.00

จากตารางที่ 1.1 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ส่วนใหญ่เดินทางมาจากเขตคลองเตยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6 (36 คน) รองลงมาได้แก่ เขตพระโขนง ร้อยละ 5 (30 คน) เขตจตุจักร ร้อยละ 4.83 (29 คน) และเขตบางกะปิ ร้อยละ 4 (24 คน) ตามลำดับ

ส่วนผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ส่วนใหญ่เดินทางมาจาก อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12 (72 คน) รองลงมาได้แก่ เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ ร้อยละ 8.83 (53 คน) อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 8.33 (50 คน) เขตบางเขน กรุงเทพฯ ร้อยละ 6.17 (37 คน) และอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ร้อยละ 3.33 (50 คน) ตามลำดับ

จากการจัดทำแผนที่แสดงแบบจำลองการกระจายตัวของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทั้งสองศูนย์การประชุม พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีภูมิภานาแสดงรัศมีการให้บริการ เป็นค่าเฉลี่ย เท่ากับ 11.21 กิโลเมตร ซึ่งมีรัศมีการให้บริการใน เขตที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร มากถึง 29 เขต จาก 50 เขต และนอกจากนี้รัศมีการให้บริการยังไป แต่เขตปริมณฑล เพียงอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น ส่วนลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แสดงรัศมีการให้บริการเป็นค่าเฉลี่ย เท่ากับ 14.66 กิโลเมตร ซึ่งมีรัศมีการให้บริการในเขตที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เพียง 10 เขต จาก 50 เขต แต่รัศมีการให้บริการเกินขอบเขตไปในส่วน of จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนนทบุรีซึ่งอยู่ใกล้กับที่ตั้งของศูนย์ ผลที่ได้จากการศึกษา เขตการให้บริการของทั้งสองการประชุม แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับ การศึกษาของ แฟร์เบน ที่ว่าประชากรที่อยู่ใกล้จะมายังแหล่งกลาง มากกว่าประชากรที่อยู่ไกล และจำนวนประชากรจะลดลงไปเรื่อยๆ ตามระยะทางที่ไกลออกไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลแสดงตัวแปรทางด้านสังคม ของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นทางด้านสังคม ของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพทางการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพของหัวหน้าครอบครัว อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว จำแนกตามลักษณะตัวแปรทางด้านสังคมของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 2.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรด้านเพศ (V.2)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ				
ชาย	286	47.7	267	44.5
หญิง	314	52.3	333	55.5
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.1 พบว่า ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.3 และเป็นเพศชายร้อยละ 47.7 ส่วนผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นเพศหญิงร้อยละ 55.5 และเป็นเพศชายร้อยละ 44.5 จะสังเกตได้ว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกันพบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ เป็นเพศชายมากกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นเพศหญิงมากกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ แต่ที่เหมือนกันคือ เพศหญิงสนใจในการเป็นผู้มาใช้บริการทั้งสองศูนย์การประชุมฯ แสดงว่าผู้หญิงชอบดูการจัดงานแสดงสินค้า

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรด้านอายุ (V.3)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ				
18-25 ปี	193	32.2	101	16.8
26-35 ปี	233	38.8	233	38.8
36-45 ปี	98	16.3	170	28.3
46-60 ปี	73	12.2	91	15.2
มากกว่า 60 ปี	3	0.5	5	0.8
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.2 พบว่า ด้านอายุของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ร้อยละ 38.8 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 32.2 มีอายุ 18 – 25 ปี และร้อยละ 16.3 มีอายุ 36 – 45 ปี โดยอายุของตัวอย่างผู้มาใช้บริการเท่ากับ 26 – 35 ปีมากที่สุด รองลงมาคือ 18 – 25 ปี และ 36 – 45 ปี ตามลำดับ ส่วนอายุของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ร้อยละ 38.8 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 28.3 มีอายุ 36 – 45 ปี และร้อยละ 16.8 มีอายุ 18 – 25 ปี โดยอายุของตัวอย่างผู้มาใช้บริการเท่ากับ 26 – 35 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 36 – 45 ปี และ 18 – 25 ปี ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกันคือ มีสัดส่วนผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 26 – 35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.8 เท่ากัน ส่วนลำดับที่ 2 และ 3 มีความแตกต่างกัน คือ ตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 18 – 25 ปี มีสัดส่วนเป็นลำดับ 2 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่มีสัดส่วนเป็นลำดับ 3 ที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ส่วนตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่มีอายุ 36 – 45 ปี มีสัดส่วนเป็นลำดับ 3 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่มีสัดส่วนเป็นลำดับ 2 ที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แสดงว่า การที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น คือ 18 – 28 ปีขึ้นไป ชอบไปที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มากกว่าการไปศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่คนที่วัยกลางคน คือ อายุ 36 – 45 ปี จะชอบไปศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มากกว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 2.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม (V.4)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม				
หัวหน้าครอบครัว	139	23.2	177	29.5
ภรรยา	101	16.8	120	20.0
สมาชิกคนอื่นในครอบครัว	360	60.0	303	50.5
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นสมาชิกคนอื่นในครอบครัวร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นหัวหน้าครอบครัว ร้อยละ 23.2 และเป็นภรรยา ร้อยละ 16.8 ตามลำดับ ส่วนทางด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นสมาชิกคนอื่นในครอบครัวร้อยละ 50.5 รองลงมาเป็นหัวหน้าครอบครัว ร้อยละ 29.5 และเป็นภรรยา ร้อยละ 20.0 ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่าสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกันคือ เป็นสมาชิกคนอื่นในครอบครัวมากที่สุด รองลงมาเป็นหัวหน้าครอบครัว และเป็นภรรยา ตามลำดับ และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่าสัดส่วนของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นสมาชิกคนอื่นในครอบครัวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นหัวหน้าครอบครัว และเป็นภรรยา มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 2.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรของจำนวนสมาชิกในครัวเรือน (V.5)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
1 คน	16	2.7	12	2.0
2 คน	54	9.0	83	13.8
3 คน	108	18.0	109	18.2
มากกว่า 3 คน ขึ้นไป	406	67.7	379	63.1
ไม่ระบุจำนวน	16	2.7	17	2.8
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.4 พบว่าด้านจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ณ ที่อยู่ปัจจุบัน (นับรวมบิดา มารดา บุตร ญาติที่อาศัยอยู่ด้วยและตัวผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ไม่รวม คนงานและคนรับใช้) ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 67.7 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 3 คนขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 18.0 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 คน และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 9.0 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 2 คน ส่วนจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ณ ที่อยู่ปัจจุบัน (นับรวมบิดา มารดา บุตร ญาติที่อาศัยอยู่ด้วยและตัวผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ไม่รวม คนงานและคนรับใช้) ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63.1 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 3 คนขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 18.2 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 คน และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 13.8 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 2 คน จะสังเกตได้ว่าจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ณ ที่อยู่ปัจจุบัน (นับรวมบิดา มารดา บุตร ญาติที่อาศัยอยู่ด้วยและตัวผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ไม่รวม คนงานและคนรับใช้) ของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีจำนวนมากกว่า 3 คนขึ้นไปเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกันพบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มน้อยโดยตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มากกว่า 3 คนขึ้นไป มากกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ส่วนตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 คน และ 2 คน มากกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 2.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรด้านสถานภาพระดับการศึกษาขั้นสุดท้าย (V.6)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5.สถานภาพระดับการศึกษาขั้นสุดท้าย				
ไม่ได้รับการศึกษา	5	0.8	3	0.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	1.2	31	5.2
ปวช./มัธยมศึกษาตอนปลาย	60	10.1	85	14.2
ปวส.	53	8.9	48	8.0
ปริญญาตรี	360	60.6	363	60.5
ปริญญาโท	110	18.3	65	10.8
ปริญญาเอก	5	0.8	5	0.8
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ร้อยละ 60.6 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 18.3 จบการศึกษาระดับปริญญาโท และร้อยละ 10.1 จบการศึกษาระดับ ปวช./มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ร้อยละ 60.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 14.2 จบการศึกษาระดับ ปวช./มัธยมศึกษาตอนปลาย และร้อยละ 10.8 จบการศึกษาระดับปริญญาโท จะสังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกันคือส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และเมื่อนำตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่าสัดส่วนของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีมากกว่าหรือเท่ากับ (ต่างกันเพียง 0.1) ตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี อีกทั้ง สัดส่วนของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทมีมากกว่าตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานีที่จบการศึกษาระดับ ปวช./มัธยมศึกษาตอนปลายมีมากกว่าตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 2.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านสถานภาพการสมรส (V.7)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6.สถานภาพสมรส				
6.1 โสด	385	64.2	315	52.5
6.2 แต่งงาน	199	33.2	272	45.3
ไม่มีบุตร	(28)	(4.7)	(40)	(6.7)
จำนวนบุตร 1 คน	(71)	(11.8)	(103)	(17.2)
จำนวนบุตร 2 คน	(71)	(11.8)	(82)	(13.7)
มากกว่า 2 คน	(18)	(3.1)	(25)	(4.2)
ไม่ระบุจำนวน	(11)	(1.8)	(22)	(3.6)
6.3 ม่าย, หย่า, แยกกันอยู่	16	2.7	13	2.2
ไม่มีบุตร	(3)	(0.5)	(2)	(0.3)
จำนวนบุตร 1 คน	(3)	(0.5)	(2)	(0.3)
จำนวนบุตร 2 คน	(3)	(0.5)	-	-
ไม่ระบุจำนวน	(7)	(1.1)	(9)	(1.5)
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ร้อยละ 64.2 มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 33.2 แต่งงานมีครอบครัวซึ่งร้อยละ 11.8 มีบุตร จำนวน 1 คน และอีกร้อยละ 11.8 มีจำนวนบุตร 2 คน ส่วนที่เหลือร้อยละ 2.7 มีสถานภาพเป็นม่าย, หย่า, แยกกันอยู่

ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ร้อยละ 52.5 มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 45.3 แต่งงานมีครอบครัว ถึงร้อยละ 17.2 มีบุตรจำนวน 1 คน และร้อยละ 13.7 มีบุตรจำนวน 2 คน ส่วนที่เหลือร้อยละ 2.2 มีสถานภาพเป็นม่าย, หย่า, แยกกันอยู่ จะสังเกตได้ว่าตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด และเมื่อนำตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่าสัดส่วนของตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มีสถานภาพเป็นโสดมากกว่า ตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี อีกทั้ง สัดส่วนของตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มี

สถานภาพเป็นแม่, หย่า, แยกกันอยู่มากกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีสถานภาพแต่งงานมีครอบครัวมากกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ตามความเห็นของผู้วิจัยมองว่า ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จากข้อมูลอายุในตารางที่ 2.2 จะเห็นได้ว่ามีกลุ่มอายุตั้งแต่ 18 - 35 ปี ถึงร้อยละ 71 ซึ่งก็สอดคล้องกับตารางที่ 2.6 ที่กล่าวถึงสถานภาพสมรส ที่เป็นโสดถึงร้อยละ 64.2 จึงเป็นไปได้ว่าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ น่าจะเป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อยและยังเป็นโสดส่วนใหญ่ในทางกลับกัน ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี จากข้อมูลอายุในตารางที่ 2.2 จะเห็นได้ว่ามีกลุ่มอายุตั้งแต่ 26 - 45 ปี ถึงร้อยละ 67.1 ซึ่งก็สอดคล้องกับตารางที่ 2.6 ที่กล่าวถึงสถานภาพสมรสที่เป็นโสดถึง ร้อยละ 52.5 จึงเป็นไปได้ว่า ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี น่าจะเป็นกลุ่มคนที่มีอายุมาก และยังเป็นโสดส่วนใหญ่

ตารางที่ 2.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านอาชีพของหัวหน้าครอบครัว (V.8)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7.อาชีพของหัวหน้าครอบครัว				
ข้าราชการ	96	16.0	134	22.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	7.2	68	11.3
ธุรกิจส่วนตัว	222	37.0	170	28.3
ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า	129	21.5	115	19.2
รับจ้างทั่วไป	34	5.7	46	7.7
นักเรียน/นักศึกษา	10	1.7	4	.7
แม่บ้าน	11	1.8	21	3.5
อื่นๆ	55	9.2	42	7.0
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 2.7 พบว่าอาชีพของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ร้อยละ 37.0 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21.5 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า ร้อยละ 16.0 ประกอบอาชีพรับราชการ และร้อยละ 7.2 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนอาชีพของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การ

ประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ร้อยละ 28.3 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.3 ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 19.2 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า และร้อยละ 11.3 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะสังเกตได้ว่าอาชีพของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า และเป็นข้าราชการ และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกับ พบว่าสัดส่วนของอาชีพของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานีประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 2.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (V.9)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8.อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม				
ข้าราชการ	72	12.2	111	18.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	7.5	54	9.0
ธุรกิจส่วนตัว	73	12.4	97	16.2
ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า	223	37.9	192	32.0
รับจ้างทั่วไป	23	3.9	32	5.3
นักเรียน/นักศึกษา	80	13.6	52	8.7
แม่บ้าน	17	2.9	24	4.0
อื่นๆ	56	9.5	38	6.3
รวม	588	100	600	100

จากตารางที่ 2.8 พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ร้อยละ 37.9 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า ร้อยละ 13.6 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 12.4 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และร้อยละ 12.2 ประกอบอาชีพรับ

ราชการ ส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ร้อยละ 32.0 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า ร้อยละ 18.5 ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 16.2 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และร้อยละ 9.0 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจว่าอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกันในอันดับที่ 1 และ 3 คือ ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า และประกอบธุรกิจส่วนตัว แต่มีความแตกต่างกันในอันดับที่ 2 และ 4 คือ กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีอาชีพ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ และเมื่อนำตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่าสัดส่วนของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า และเป็นนักเรียน/นักศึกษา มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและข้าราชการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ข้อมูลแสดงตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์ประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งข้อมูลที่ได้สอบถามประกอบไปด้วยรายได้ของหัวหน้าครอบครัว (บาท/เดือน) ค่าใช้จ่ายในครอบครัว (บาท/เดือน) เงินออมส่วนตัวของผู้ตอบแทนสอบถาม จำนวน และลักษณะพาหนะของครอบครัว สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย การถือสิทธิ์ในสถานที่ที่อยู่อาศัยอยู่ลักษณะที่อยู่อาศัย วิธีการชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ และจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์การประชุม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านรายได้ของหัวหน้าครอบครัว (บาท/เดือน) (V.10)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ของหัวหน้าครอบครัว (บาท / เดือน)				
ไม่มีรายได้	21	3.5	28	4.7
ต่ำกว่า 4,000 บาท	7	1.2	11	1.8
4,001 - 8,000 บาท	54	9.1	54	9.0
8,001 - 15,000 บาท	90	15.2	117	19.5
15,001 - 25,000 บาท	116	19.6	128	21.3
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	304	51.4	262	43.7
รวม	592	100	600	100

จากตารางที่ 3.1 พบว่ารายได้ของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ร้อยละ 51.4 มีรายได้มากกว่า 25,001.- บาทขึ้นไป ร้อยละ 19.6 มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท และร้อยละ 15.2 มีรายได้ 8,001- 15,000 บาท ส่วนรายได้ของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้า อิมแพค เมืองทองธานี ร้อยละ 43.7 มีรายได้มากกว่า 25,001.- บาทขึ้นไป ร้อยละ 21.3 มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท และร้อยละ 19.5 มีรายได้ 8,001 - 15,000 บาท จะสังเกตได้ว่ารายได้ของหัวหน้าครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของรายได้ของ

หัวหน้าครอบครัวคือ มีรายได้มากกว่า 25,001.- บาทขึ้นไป ตามมาด้วย มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท และ 8,001 - 15,000 บาท ตามลำดับ และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่าสัดส่วนของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนแห่งชาติสิริกิติ์มีรายได้ของหัวหน้าครอบครัวมากกว่า 25,001.- บาทขึ้นไปมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานีมีรายได้ของหัวหน้าครอบครัวกลุ่ม 15,001 – 25,000 บาท และกลุ่ม 8,001 – 15,000 บาทมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 3.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านค่าใช้จ่ายในครอบครัว (บาท/เดือน) (V.11)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในครอบครัว (บาท / เดือน)				
ต่ำกว่า 10,000 บาท / เดือน	109	18.3	137	22.8
10,001 - 15,000 บาท	172	28.9	196	32.7
15,001 - 20,000 บาท	100	16.8	83	13.8
20,001 - 25,000 บาท	75	12.6	74	12.3
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	139	23.4	110	18.3
รวม	595	100	600	100

จากตารางที่ 3.2 พบว่า ค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) ของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของค่าใช้จ่ายในครอบครัว คือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.9 ตามมาด้วย มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 23.4 ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ร้อยละ 18.3 และ 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 16.8 ส่วนค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) ของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของค่าใช้จ่ายในครอบครัว คือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.7 ตามมาด้วย ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 22.8 มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 18.3 และ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 13.8 จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมชนแห่งชาติและศูนย์การประชุมชน และแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) คือ 10,001 – 15,000 บาท แต่กลุ่มที่ใหญ่รองลงมาในอันดับที่ 2 และ 3 ของทั้งสองศูนย์การประชุมชนได้สลับตำแหน่งกัน กล่าวคือ ที่ศูนย์การประชุมชนแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 คือ มากกว่า

25,000 บาทขึ้นไป และอันดับ 3 คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 2 คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท และอันดับ 3 คือ มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) สูงกว่า ตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 3.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรเงินด้านเงินออมส่วนตัว(V.12)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินออมส่วนตัวของท่าน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	141	23.6	187	31.2
5,001 - 10,000 บาท	121	20.3	101	16.8
10,001 - 15,000 บาท	48	8.0	40	6.6
15,001 - 20,000 บาท	43	7.2	34	5.7
สูงกว่า 20,001 บาท	244	40.9	238	39.7
รวม	597	100	600	100

จากตารางที่ 3.3 พบว่า เงินออมส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของเงินออมส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามคือ สูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.9 ตามมาด้วย น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 23.6 และ 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 20.3 ตามลำดับ ส่วนเงินออมส่วนตัว ของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของเงินออมส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามมาด้วย น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 31.2 และ 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 16.8 จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของเงินออมส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เหมือนกัน และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีเงินออมส่วนตัวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านการมีพาหนะ (V.13)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การมีพาหนะ				
มีพาหนะ	556	92.7	534	89.0
ไม่มีพาหนะ	44	7.3	66	11.0
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 3.4 พบว่า การมีพาหนะของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของการมีพาหนะ คือ มีพาหนะของตนเอง ร้อยละ 92.7 และไม่มีพาหนะของตนเอง ร้อยละ 7.3 ส่วนการมีพาหนะของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของการมีพาหนะคือ มีพาหนะของตนเอง ร้อยละ 89.0 และไม่มีพาหนะของตนเอง ร้อยละ 11.0 จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของการมีพาหนะ คือ มีพาหนะเป็นของตนเอง และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีพาหนะส่วนตัว สูงกว่า ตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 3.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านสถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย (V.14)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย				
บ้านของตัวเอง	290	48.3	324	54.0
บ้านบิดา – มารดา	190	31.7	167	27.8
บ้านญาติ	30	5.0	30	5.0
บ้านพักคนงาน	7	1.2	15	2.5
บ้านเช่า	54	9.0	40	6.7
อื่นๆ ระบุ	29	4.8	24	4.0
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 3.5 พบว่า สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของสถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย คือ มีบ้าน ของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 48.3 ตามมาด้วย เป็นบ้านของบิดา-มารดา ร้อยละ 31.7 และเป็นบ้านเช่า ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ส่วนสถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การ ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของสถานภาพการเป็นเจ้า ของที่อยู่อาศัย คือ มีบ้านของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 54.0 ตามมาด้วย เป็นบ้านของบิดา-มารดา ร้อยละ 27.8 และเป็นบ้านเช่า ร้อยละ 6.7 ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยของ ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ส่วนใหญ่มีบ้านเป็นของตนเอง เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ตามด้วย เป็นบ้านของบิดา- มารดา และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วน ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีบ้าน เป็นของตนเองมากกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่สัดส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นของบิดา-มารดา มากกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 3.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านลักษณะการถือสิทธิ์ใน สถานที่อยู่อาศัย (V.15)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัจจุบันครอบครัวยุของท่านถือ สิทธิใดในสถานที่ที่ท่านอาศัยอยู่				
ไม่มีสิทธิ์ครอบครอง	66	11.3	81	13.6
ได้สิทธิ์ครอบครอง (เช่า/เช่า)	86	14.7	64	10.7
เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	434	74.1	452	75.7
รวม	586	100	597	100

จากตารางที่ 3.6 พบว่า ลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด ของลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย คือ เป็น เจ้าของกรรมสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 74.1 ส่วนลักษณะการถือสิทธิ์ ในสถานที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มา ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของ ลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย คือ เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 75.7 จะสังเกตได้ว่า ลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัยสูงกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ตามความเห็นของผู้วิจัยมองว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แสดงลักษณะของความเป็นศูนย์กลางของความเป็นเมือง โดยที่บ่งบอกจากลักษณะของที่อยู่อาศัยของผู้มาใช้บริการเป็น อาคารพาณิชย์ ถึงร้อยละ 12.33 และอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม ถึงร้อยละ 11.81 ซึ่งเมื่อเทียบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี นั้น ที่อยู่อาศัยเป็นอาคารพาณิชย์ เพียงร้อยละ 5.22 และที่อยู่ในคอนโดมิเนียมเพียงร้อยละ 5.39 แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้มาใช้บริการของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ที่เป็นตัวแทนของศูนย์จัดแสดงสินค้าในเขตเมือง เพราะว่า ผู้วิจัยมองว่า คอนโดมิเนียม และอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่จะปลูกขึ้นในเขตเมือง เนื่องจากเนื้อที่จำกัดจึงต้องใช้วิธีที่ให้ได้ผลประโยชน์สูงสุด จึงสร้างเป็นคอนโดมิเนียม เพื่อประหยัดพื้นที่ และเป็นอาคารพาณิชย์ เพื่อประโยชน์ทางการค้า ส่วนผู้มาใช้บริการของศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี จากข้อมูลที่อยู่อาศัยทาวน์เฮ้าส์ ถึงร้อยละ 33 ซึ่งสอดคล้องกับเขตรอบนอกเขตเมืองที่การปลูกสร้างเป็นไปในลักษณะทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยวมากกว่า

ตารางที่ 3.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านลักษณะของที่อยู่อาศัย (V.16)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะของที่อยู่อาศัย				
บ้านเดี่ยว	303	52.60	305	51.35
ขนาด 1 - 50 ตร.วา	(73)	(12.67)	(68)	(11.45)
ขนาด 51 - 100 ตร.วา	(144)	(25.00)	(148)	(24.92)
มากกว่า 100 ตร.วา	(86)	(14.93)	(89)	(14.98)
ทาวเฮ้าส์	99	17.19	196	33.00
ขนาด 1 - 20 ตร.วา	(48)	(8.33)	(82)	(13.80)
ขนาด 21 - 30 ตร.วา	(24)	(4.17)	(70)	(11.78)
มากกว่า 30 ตร.วา	(27)	(4.69)	(44)	(7.41)
อาคารพาณิชย์	71	12.33	31	5.22
ขนาด 1 - 20 ตร.วา	(48)	(8.33)	(25)	(4.21)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 20 ตร.วา	(23)	(3.99)	(6)	(1.01)
คอนโดมิเนียม	68	11.81	32	5.39
ขนาด 1 - 30 ตร.เมตร	(19)	(3.30)	(18)	(3.03)
มากกว่า 30 ตร.เมตร	(49)	(8.51)	(14)	(2.36)
อื่นๆ	35	(6.08)	(30)	(5.05)
รวม	576	100	594	100

จากตารางที่ 3.7 พบว่า ลักษณะของที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของลักษณะที่อยู่อาศัย คือ เป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 52.60 และมีขนาดพื้นที่ 51 – 100 ตารางวา เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ เป็นทาวน์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 17.19 และมีขนาดพื้นที่ 1 – 20 ตารางวา เป็นส่วนใหญ่และสุดท้าย เป็นอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 12.33 และมีขนาดพื้นที่ 1 – 20 ตารางวา เป็นส่วนใหญ่ ส่วนลักษณะของที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของลักษณะที่อยู่อาศัย คือ เป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.35 และมีขนาดพื้นที่ 51 – 100 ตารางวา เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือ เป็นทาวน์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 33 และ มีขนาดพื้นที่ 1 – 20 ตารางวา เป็นส่วนใหญ่ และสุดท้าย เป็นคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 5.39 และมีขนาดพื้นที่ 1 – 30 ตารางเมตร เป็นส่วนใหญ่ จะสังเกตได้ว่า ลักษณะของที่อยู่อาศัย ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ เป็นบ้านเดี่ยวขนาดพื้นที่ 51 – 100 ตารางวา เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด ตามด้วย เป็นทาวน์เฮาส์ ขนาดพื้นที่ 1 – 20 ตารางวา เป็นกลุ่มรองลงมา

ความเห็นของผู้วิจัยมองว่าศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แสดงลักษณะของความเป็นศูนย์กลางของความเป็นเมือง โดยที่บ่งบอกจากลักษณะของที่อยู่อาศัยของผู้มาใช้บริการเป็น อาคารพาณิชย์ ถึงร้อยละ 12.33 และอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมถึงร้อยละ 11.81 กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ผู้ที่อาศัยอาคารพาณิชย์ เพียงร้อยละ 5.22 และที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเพียง 5.39 แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้ที่มาใช้บริการของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ที่เป็นตัวแทนของศูนย์การจัดแสดงสินค้านานาชาติในเขตเมือง เพราะว่าผู้วิจัยมองว่า คอนโดมิเนียมและอาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะปลูกขึ้นในเขตเมือง เนื่องจากเนื้อที่จำกัด จึงต้องใช้วิธีที่ให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดจึงสร้างเป็นคอนโดมิเนียมเพื่อประหยัดพื้นที่และอาคารพาณิชย์เพื่อประโยชน์ทางการค้า ส่วนผู้ที่ใช้บริการของศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี จากข้อมูลที่อยู่อาศัยทาวน์เฮาส์ถึงร้อยละ 33.00 ซึ่งสอดคล้องกับเขตรอบนอกของพื้นที่ การปลูกสร้างเป็นไปที่ทาวน์เฮาส์และบ้านเดี่ยวมากกว่า

ตารางที่ 3.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านวิธีการชำระค่าใช้จ่าย เพื่อซื้อสินค้าและบริการ (V.17)

ข้อมูลส่วนตัว	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการท่านชำระค่าใช้จ่ายด้วยวิธีใด				
ชำระด้วยเงินสด	420	70.0	456	76.0
ชำระด้วยบัตรเครดิต	180	30.0	144	24.0
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 3.8 พบว่า ลักษณะการชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ชำระด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 70.0 และชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนลักษณะการชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ ชำระด้วยเงินสด มากที่สุด ตามมาด้วย ชำระด้วยบัตรเครดิต และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีลักษณะการชำระค่าใช้จ่ายด้วยเงินสด สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่สัดส่วนของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีลักษณะการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 3.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ ที่ศูนย์การประชุม (V.18)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10.จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์การประชุมแห่งนี้ โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ				
ต่ำกว่า 500 บาท และ 500 บาท	126	21.0	116	19.3
501 - 2,000 บาท	274	45.7	343	57.2

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2,001 - 5,000 บาท	123	20.5	106	17.7
5,001 - 10,000 บาท	38	6.3	23	3.8
10,001 - 25,000 บาท	32	5.3	9	1.5
25,001 - 50,000 บาท	-	-	2	0.3
50,001 บาทขึ้นไป	7	1.2	1	0.2
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 3.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ใช้เงินในการซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ 501 - 2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 500 บาท และ 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0 และ 2,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ใช้เงินในการซื้อสินค้าและบริการโดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ 501 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ 2,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ 2,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.2 จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ ส่วนใหญ่จะใช้เงินในการซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ 501 - 2,000 บาท เป็นอันดับ 1 ตามมาด้วย ต่ำกว่า 500 บาท และ 500 บาท และ 2,001 - 5,000 บาท ตามลำดับ และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วน การใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉลี่ย 501 - 2,000 บาท ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี สูงกว่าตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่สัดส่วนการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉลี่ยต่ำกว่า 500 บาท และ 500 บาท กับ 2,001 - 5,000 บาท ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 4 ข้อมูลแสดงการเดินทางและระยะทางของผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางและระยะทางของผู้มาใช้บริการของทั้งสองศูนย์ การประชุม ประกอบไปด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับจุดประสงค์การเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางมาศูนย์ การประชุม ลักษณะการเดินทาง ระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดง งาน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมายังศูนย์การประชุม ความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้ไปยังศูนย์ การประชุม ความสะดวกในการเดินทาง ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มาเข้าชมงาน ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านจุดประสงค์ของ การเดินทาง (V.19)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.จุดประสงค์การเดินทาง				
ดูความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สมัยใหม่	178	29.7	183	30.5
ศึกษาแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ ประเภทต่างๆ	84	14.0	108	18.0
ซื้อสินค้าราคาถูก	246	41.0	197	32.8
ดูคู่มือทางการตลาด	22	3.7	35	5.8
ชมการแสดง	50	8.3	50	8.3
อื่นๆ	20	3.3	27	4.5
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จุดประสงค์การเดินทางของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของจุดประสงค์การเดินทาง คือ เพื่อซื้อสินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ เพื่อดูความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 29.7 และเพื่อศึกษา แนวโน้มของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ ส่วนจุดประสงค์การเดินทางของ ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของ จุดประสงค์การเดินทาง คือ เพื่อซื้อสินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ เพื่อดูความ ก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 30.5 และเพื่อศึกษาแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ

คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของจุดประสงค์การเดินทาง ได้แก่ เพื่อซื้อสินค้าราคาถูก รองลงมาคือ เพื่อดูความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ และเพื่อศึกษาแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีวัตถุประสงค์ที่การเดินทางเพื่อมาซื้อสินค้าราคาถูก สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีวัตถุประสงค์การเดินทาง เพื่อดูความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ และศึกษาแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านวิธีการเดินทางมาศูนย์การประชุม (V.20)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2.เดินทางมาโดยวิธี				
เดิน	8	1.3	17	2.8
รถจักรยาน	4	0.7	5	0.8
รถโดยสารประจำทาง	136	22.7	140	23.3
รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	37	6.2	47	7.8
รถจักรยานยนต์รับจ้าง	5	0.8	4	0.7
รถรับจ้าง	58	9.7	10	1.7
รถยนต์ส่วนตัว	334	55.7	369	61.5
อื่นๆ ระบุ	18	3.0	8	1.3
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า วิธีการเดินทางมายังศูนย์การประชุมของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.7 ตามมาด้วย เดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 22.7 ส่วนวิธีการเดินทางมายังศูนย์การประชุมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 61.5 ตามมาด้วย

เดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 23.3 จะสังเกตได้ว่า วิธีการเดินทาง มายังศูนย์การประชุมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ตามมาด้วย รถโดยสารประจำทางเป็นอันดับรองลงมา และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า ส่วนตัวของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และรถโดยสารประจำทาง สูงกว่าตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านลักษณะการเดินทาง (V.21)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3.ลักษณะการเดินทาง				
มาคนเดียว	59	9.8	59	9.8
มากับเพื่อน	270	45.0	181	30.2
มากับครอบครัว	250	41.7	331	55.2
มากับกลุ่มที่ทำงาน	11	1.8	19	3.2
อื่นๆ ระบุ	10	1.7	10	1.7
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ลักษณะการเดินทางของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตามลำดับ ส่วนลักษณะการเดินทางของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 55.2 และมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.6 ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ลักษณะการเดินทางของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มตัวอย่างจะเดินทางมากับเพื่อน เป็นอันดับ 1 ตามด้วย เดินทางมากับครอบครัว เป็นอันดับ 2 ส่วนที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มตัวอย่าง จะเดินทางมากับครอบครัว เป็นอันดับ 1 ตามมาด้วย เดินทางมากับเพื่อน เป็นอันดับ 2 และเมื่อนำตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า ส่วนตัวของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และรถโดยสารประจำทาง สูงกว่าตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

นานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จะเดินทางมากับเพื่อน สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดงงาน (V.22)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดงงาน				
น้อยกว่า 1 กม.	20	3.3	20	3.3
1 - 25 กม.	346	57.9	321	53.5
26 - 50 กม.	150	25.1	155	25.8
51 - 75 กม.	40	6.7	50	8.3
76 - 100 กม.	21	3.5	36	6.0
อื่น ระบุ	23	3.8	18	3.0
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัย ไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดงงาน ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของระยะทางในการเดินทาง คือ 1 – 25 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 57.9 และ 26 – 50 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 25.1 ตามลำดับ ส่วนระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดงงานของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของระยะทางในการเดินทาง คือ 1 – 25 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 53.5 และ 26 – 50 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 25.8 จะสังเกตได้ว่า ระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัย ไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดงงานของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ มีระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัย ไปยังศูนย์การประชุมที่จัดแสดงงาน ประมาณ 1 – 25 กิโลเมตร เป็นอันดับ 1 เหมือนกัน ตามมาด้วย ระยะทาง 26 – 50 กิโลเมตร เป็นอันดับ 2 เหมือนกัน และเมื่อนำตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดง

สินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สักส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีระยะทางในการเดินทาง ประมาณ 1 – 25 กิโลเมตร สูงกว่า ตัวอย่าง ของ ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สักส่วนของ ตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีระยะทาง ในการเดินทาง ประมาณ 26 – 50 กิโลเมตร สูงกว่า ตัวอย่างของ ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่ง ชาติสิริกิติ์ นอกจากนี้ตามความเห็นของผู้วิจัยมองว่า จากตารางที่ 1.1 ตัวแปรด้านภูมิถ้านาตัวเลขใน ตารางแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่ว่า ในระยะทางตั้งแต่ 76 – 100 กม. นั้น ศูนย์การประชุมและ แสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีสักส่วนร้อยละ 6.0 ส่วนศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีสักส่วนเพียงร้อยละ 3.5 แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับข้อมูลที่ว่า คนในเขตไกลๆ จากศูนย์ ทั้งสอง คือ ในเขตปริมณฑล ทั้ง 5 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม สมุทรสาคร มีการเดินทางเข้าไปใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาก กว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านระยะเวลาที่ใช้ใน การเดินทางมายังศูนย์การประชุม (V.23)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5.ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง มายังศูนย์ประชุมที่จัดแสดง ต่ำกว่า 15 นาที	16	2.7	49	8.2
15 - 30 นาที	191	31.8	214	35.7
31 - 45 นาที	184	30.7	139	23.2
46 - 60 นาที	158	26.9	158	26.3
อื่นๆ	51	8.5	40	6.7
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมายังศูนย์การประชุม ของตัวอย่างผู้มาใช้ บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ใช้เวลาในการเดินทาง 15 – 30 นาที คิด เป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาคือ 31 – 45 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.7 และ 46 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.3 ตามลำดับ ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง มายังศูนย์การประชุม ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ใช้เวลาในการ เดินทาง 15 – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ 46 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ 31 –

45 นาที คิดเป็นร้อยละ 23.2 ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมายังศูนย์ประชุมที่จัดแสดงงาน ประมาณ 15 - 30 นาที เป็นอันดับที่ 1 เหมือนกัน ส่วนอันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 มีความแตกต่างกันในแง่ของลำดับที่สลับตำแหน่งกัน และเมื่อนำตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สักส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง ประมาณ 15 – 30 นาที สูงกว่า ตัวอย่างของ ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง ประมาณ 31 – 45 นาที สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ส่วนระยะเวลาในการเดินทาง 46 – 60 นาที มีสัดส่วนเท่ากัน นอกจากนี้ ผู้วิจัยมองว่า ข้อมูลระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางที่ต่ำกว่า 15 นาที ของศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีสัดส่วนร้อยละ 8.2 ซึ่งสูงกว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งมีเพียงร้อยละ 2.9 ทำให้ไปสอดคล้องกับตารางที่ 4.2 ที่แสดงการเดินทางมาโดยวิธีการเดินทางที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีสัดส่วนสูงถึง 2.8 มากกว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1.3 กล่าวคือ ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นคนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ใช้วิธีเดินทางได้ เช่นอาจจะพักอยู่ในคอนโดมิเนียม ในเขตเมืองทองธานี ซึ่งจะมีผู้คนพักอาศัยอยู่จำนวนมาก

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการที่ศูนย์การประชุม (V.24)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6.ความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งนี้				
มาเป็นครั้งแรก	63	10.5	89	14.8
5 ครั้ง / ปี	373	62.2	302	50.3
10 ครั้ง / ปี	68	11.3	73	12.2
มากกว่า 10 ครั้ง / ปี	96	16.0	136	22.7
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ 5 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 62.2 ตามด้วย มากกว่า 10 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ 5 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 50.3 ตามด้วย มากกว่า 10 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 จะสังเกตได้ว่า ความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ 5 ครั้ง/ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มากกว่า 10 ครั้ง/ปี และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จำนวน 5 ครั้ง/ปี มีสูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มากกว่า 10 ครั้ง/ปี มีสูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านความสะดวกของการเดินทาง (V.25)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7.ความสะดวกของการเดินทาง				
มายังศูนย์การประชุมแห่งนี้				
ดีมาก	65	10.8	99	16.5
ดี	325	54.2	309	51.5
พอใช้	149	24.8	160	26.7
ไม่ค่อยสะดวก	51	8.5	28	4.7
ไม่สะดวกเลย	10	1.7	4	0.7
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความสะดวกของการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ อยู่ในระดับ ดี คิดเป็นร้อยละ 54.2 ตามด้วย ระดับพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 24.8 ส่วนความสะดวกของการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ อยู่ในระดับ ดี

คิดเป็นร้อยละ 51.5 ตามด้วย ระดับพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.7 สรุปว่า ความสะดวกของการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ “อยู่ในระดับดี” มากที่สุด ตามด้วย ระดับพอใช้ และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีความสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับดี มากกว่าตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แต่สัดส่วนของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความสะดวกในการเดินทาง อยู่ในระดับพอใช้ มากกว่าตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงาน (V.26)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8.ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงานมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางเข้าชมงานมากที่สุด	97	16.2	110	18.3
มาก	229	38.3	233	38.8
ปานกลาง	214	35.8	205	34.2
น้อย	34	5.7	37	6.2
น้อยมากที่สุด	26	4.3	15	2.5
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงาน ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลมากต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงาน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ตามด้วย มีผลในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.3 ส่วนความใกล้ - ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงานของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงานมีผลมากต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงาน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ตามด้วย มีผลในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.2 จะสังเกต

ได้ว่า ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงานของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลมากต่อการตัดสินใจเดินทางเข้าชมงาน เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด และมีผลปานกลาง เป็นกลุ่มรองลงมา และเมื่อนำตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกับ พบว่า ความใกล้-ไกล ของสถานที่จัดงาน มีผลในระดับมาก ที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี สูงกว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ส่วนความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลในระดับปานกลาง ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สูงกว่า ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงาน ที่ศูนย์การประชุม (V.27)

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์		เมืองทองธานี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงานที่ศูนย์การประชุมแห่งนี้ โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณต่ำกว่า 100 บาท	230	38.3	159	26.5
101 - 500 บาท	255	42.5	292	48.68
501 - 1,000 บาท	60	10.0	84	14.0
1,001 - 1,500 บาท	7	1.16	16	2.7
1,501 - 2,000 บาท	17	2.84	25	4.16
มากกว่า 2,001 บาทขึ้นไป	31	5.2	24	4.0
รวม	600	100	600	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงานที่ศูนย์การประชุม ของตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประมาณ 101 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 ตามมาด้วย ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.3 ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงาน ที่ศูนย์การประชุม ของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประมาณ 101 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.6 ตามมาด้วย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 จะสังเกตได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงาน ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้

มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีความคล้ายคลึงกัน คือ กลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางประมาณ 101 – 500 บาท ตามด้วย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 100 บาท และเมื่อนำตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มาเปรียบเทียบกัน พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าชมงานที่ศูนย์การประชุม โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ 101 – 500 บาท สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่สัดส่วนของตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงานที่ศูนย์การประชุม โดยเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาท สูงกว่า ตัวอย่างผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตอนที่ 5 ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้า หรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี

ผู้วิจัยสนใจ ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการ เพื่อดูปัจจัยเปรียบเทียบกับทั้งสองศูนย์การประชุม โดยให้เกณฑ์คะแนนไว้ดังนี้

อันดับ 1 ได้ 7 คะแนน

อันดับ 2 ได้ 6 คะแนน

อันดับ 3 ได้ 5 คะแนน

อันดับ 4 ได้ 4 คะแนน

อันดับ 5 ได้ 3 คะแนน

อันดับ 6 ได้ 2 คะแนน

อันดับ 7 ได้ 1 คะแนน

แล้วหาผลรวมของคะแนนดิบ โดยใช้สูตร

$$\bar{x} = \sum x/N$$

จะได้ค่า \bar{X} ของแต่ละข้อ ดังตาราง

ตารางที่ 5.1 ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้า หรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

	ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์									
	อันดับที่	อันดับที่	อันดับที่	อันดับที่	อันดับที่	อันดับที่	อันดับที่			อันดับ
	1	2	3	4	5	6	7	$\sum x$	\bar{x}	เฉลี่ย
	Nx7	Nx6	Nx5	Nx4	Nx3	Nx2	Nx1	(N)		
	(N)	(N)	(N)	(N)	(N)	(N)	(N)	(N)		
1. เนื้อหาของการจัดงาน น่าสนใจ	2408 (344)	756 (126)	185 (37)	196 (49)	24 (8)	20 (10)	4 (4)	3593 (578)	6.21	1
2. มีระยะทางใกล้กับ ที่อยู่อาศัย	238 (34)	306 (51)	460 (92)	604 (151)	324 (108)	140 (70)	20 (20)	2092 (526)	3.97	4
3. มีความสะดวกในการ เดินทาง	238 (34)	726 (121)	1075 (215)	412 (103)	138 (46)	26 (13)	2 (2)	2617 (534)	4.90	3
4. เป็นทางผ่าน	91 (13)	54 (9)	125 (25)	120 (30)	318 (106)	446 (223)	85 (85)	1239 (491)	2.52	6
5. อยากมาสักครั้งเพราะ ไม่เคยมาเลย	91 (13)	108 (18)	80 (16)	100 (25)	99 (33)	78 (39)	346 (346)	902 (490)	1.84	7
6. ค่าใช้จ่ายในการเดิน ทางต่ำ	63 (9)	156 (26)	265 (53)	456 (114)	543 (181)	222 (111)	25 (25)	1730 (519)	3.33	5
7. ต้องการมาซื้อสินค้าที่ น่าสนใจ	994 (142)	1,266 (211)	475 (95)	204 (51)	84 (28)	42 (21)	7 (7)	3072 (555)	5.53	2

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ พบว่า ปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ได้รับการจัดอันดับความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ เนื้อหาการจัดงานน่าสนใจ รองลงมา ได้แก่ ต้องการมาซื้อสินค้าที่น่าสนใจ ส่วนเรื่อง มีความสะดวกในการเดินทาง และ มีระยะทางใกล้กับที่อยู่อาศัย อยู่ในอันดับ 3 และ 4

เมื่อนำข้อมูลจากตารางดังกล่าว มาหาอันดับเฉลี่ย ปรากฏว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความสำคัญตั้งแต่มากที่สุดเรียงลำดับดังต่อไปนี้

- อันดับ 1 เนื้อหาของการจัดงานน่าสนใจ
อันดับ 2 ต้องการมาซื้อสินค้าที่น่าสนใจ

อันดับ 3	มีความสะดวกในการเดินทาง
อันดับ 4	มีระยะทางใกล้กับที่อยู่อาศัย
อันดับ 5	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำ
อันดับ 6	เป็นทางผ่าน
อันดับ 7	อยากมาอีกครั้งเพราะไม่เคยมาเลย

ตารางที่ 5.2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

	ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์							$\sum x$ (N)	\bar{x}	อันดับเฉลี่ย
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	อันดับที่ 5	อันดับที่ 6	อันดับที่ 7			
	Nx7 (N)	Nx6 (N)	Nx5 (N)	Nx4 (N)	Nx3 (N)	Nx2 (N)	Nx1 (N)			
1. เนื้อหาของการจัดงาน น่าสนใจ	1960 (280)	756 (126)	330 (66)	192 (48)	96 (32)	24 (12)	4 (4)	3362 (568)	5.92	1
2. มีระยะทางใกล้กับที่อยู่อาศัย	462 (66)	510 (85)	510 (102)	492 (123)	282 (94)	98 (49)	10 (10)	2364 (529)	4.46	4
3. มีความสะดวกในการเดินทาง	392 (56)	864 (144)	985 (197)	404 (101)	129 (43)	10 (5)	5 (5)	2789 (551)	5.06	3
4. เป็นทางผ่าน	35 (5)	84 (14)	80 (16)	104 (26)	195 (65)	452 (226)	121 (121)	1071 (473)	2.27	6
5. อยากมาอีกครั้งเพราะไม่เคยมาเลย	126 (18)	102 (17)	165 (33)	96 (24)	129 (43)	134 (67)	275 (275)	1027 (477)	2.15	7
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำ	49 (79)	144 (24)	310 (62)	528 (132)	522 (174)	150 (75)	33 (33)	1736 (507)	3.43	5
7. ต้องการมาซื้อสินค้าที่น่าสนใจ	1148 (164)	906 (151)	385 (77)	284 (71)	153 (51)	58 (29)	15 (15)	2949 (558)	5.28	2

จากตารางที่ 5.2 พบว่าลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี พบว่า ปัจจัยที่เข้ามาซื้อสินค้า หรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ได้รับ การจัดอันดับความ

สำคัญ เป็นอันดับ 1 คือ เนื้อหาของการจัดงานน่าสนใจ รองลงมาได้แก่ต้องการมาซื้อสินค้าที่น่าสนใจ และมีความสะดวกในการเดินทาง

เมื่อนำข้อมูลจากตารางดังกล่าว มาหาอันดับเฉลี่ย ปรากฏว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาซื้อสินค้า หรือบริการของผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความสำคัญตั้งแต่มากที่สุด เรียงลำดับดังต่อไปนี้

- | | |
|----------|--------------------------------|
| อันดับ 1 | เนื้อหาของการจัดงานน่าสนใจ |
| อันดับ 2 | ต้องการมาซื้อสินค้าที่น่าสนใจ |
| อันดับ 3 | มีความสะดวกในการเดินทาง |
| อันดับ 4 | มีระยะทางใกล้กับที่อยู่อาศัย |
| อันดับ 5 | ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำ |
| อันดับ 6 | เป็นทางผ่าน |
| อันดับ 7 | อยากมาสักครั้งเพราะไม่เคยมาเลย |

จากผลการจัดลำดับความสำคัญ โดยการแปรผลตามลำดับเฉลี่ยด้วยการหาค่า \bar{X} และเมื่อเปรียบเทียบ ดูแล้วปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาซื้อสินค้า หรือบริการของผู้มาใช้บริการทั้งที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี มีการจัดลำดับความสำคัญ เหมือนกันทั้ง 7 อันดับ แสดงว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจในการเข้ามาซื้อสินค้า หรือบริการของผู้มาใช้บริการ มีหลักเกณฑ์เดียวกัน หรือใกล้เคียงกันนั่นเอง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ลูกค้าผู้มาใช้บริการศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีฐานะทางเศรษฐกิจ สังคมสูงกว่าลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี จากผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จำนวน 600 ราย และที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี จำนวน 600 ราย รวมทั้งหมด 1,200 ราย (ดังรายละเอียดจาก ตอนที่ 2 และตอนที่ 3) ได้ทำการเปรียบเทียบ ปัจจัยทางด้านด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้มาใช้บริการ ทั้งสองศูนย์การประชุม โดย การแจกแจง ความถี่ และหาค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 6.1 เปรียบเทียบร้อยละอันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อของตัวแปร ปัจจัยทางด้านสังคม

ปัจจัยทางด้านสังคม	ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี
V.2 เพศ	หญิง (52.3)	หญิง (55.5)
V.3. อายุ	26-35 ปี (38.8)	26-35 ปี (38.8)
V.4 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	สมาชิกคนอื่นในครอบครัว (60.0)	สมาชิกคนอื่นในครอบครัว (50.5)
V.5 สถานภาพการศึกษาขั้นสุดท้าย	ปริญญาตรี (60.6)	ปริญญาตรี (60.5)
V.6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	มากกว่า 3 คนขึ้นไป (67.7)	มากกว่า 3 คนขึ้นไป (63.1)
V.7 สถานภาพสมรส	โสด (64.2)	โสด (52.5)
V.8 อาชีพของหัวหน้าครอบครัว	ธุรกิจส่วนตัว (37.0)	ธุรกิจส่วนตัว (28.3)
V.9 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า (37.9)	ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า (32.0)

จากตารางที่ 6.1 พบว่า ปัจจัยทางด้านสังคมของผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี จำแนกตามหัวข้อตัวแปรต่างๆ ดังนี้ คือ เพศ อายุ สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพสมรส อาชีพของหัวหน้าครอบครัว และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลสรุปของการเปรียบเทียบอันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อตัวแปร ปัจจัยทางด้านสังคมของทั้งสองศูนย์การประชุม พบว่า ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มตัวอย่าง ที่เข้าชมนงานที่ศูนย์การประชุมทั้งสองแห่งส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพของผู้ตอบแบบ

สอบถาม เป็น สมาชิกคนอื่นในครอบครัว สถานภาพทางการศึกษา-จบปริญญาตรี มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 3 คน ขึ้นไป สถานภาพการสมรสส่วนมากเป็นโสด อาชีพของหัวหน้าครอบครัวคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และสุดท้ายอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เป็นลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า จะสังเกตได้ว่า การเปรียบเทียบอันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อตัวแปร ปัจจัยทางสังคมของลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี พบว่า มีอันดับสูงสุดของตัวแปร ปัจจัยทางสังคมหัวข้อต่างๆเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันบ้าง เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนร้อยละระหว่าง แต่ละหัวข้อตัวแปร อย่างไรก็ตาม สัดส่วนร้อยละดังกล่าวไม่ได้มีความแตกต่างมากนัก จนทำให้ผลลัพธ์คลาดเคลื่อน แต่อย่างไรก็ตาม

ตาราง 6.2 เปรียบเทียบร้อยละอันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อของตัวแปร ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ	ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ / ร้อยละ	ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี / ร้อยละ
1. รายได้ของหัวหน้าครอบครัว (บาท/เดือน)	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป (51.4)	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป (43.7)
2. ค่าใช้จ่ายในครอบครัว (บาท/เดือน)	10,001-15,000 บาท (28.9)	10,001-15,000 บาท (32.7)
3. เงินออมส่วนตัวของท่าน	สูงกว่า 20,001 บาท (40.9)	สูงกว่า 20,001 บาท (39.7)
4. พาหนะในครอบครัว	มีพาหนะ (92.7)	มีพาหนะ (89.0)
5. สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย	บ้านของตัวเอง (48.3)	บ้านของตัวเอง (54.0)
6. ลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ (74.1)	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ (75.7)
7. ลักษณะของที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว (52.60)	บ้านเดี่ยว (51.35)
8. วิธีการชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	ชำระด้วยเงินสด (70.0)	ชำระด้วยเงินสด (76.0)
9. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ	501-2,000 บาท (45.7)	501-2,000 บาท (57.2)

จากตารางที่ 6.2 พบว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี จำแนกตามหัวข้อตัวแปรต่างๆ ดังนี้ คือ รายได้ของหัวหน้าครอบครัว(บาท/เดือน) ค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) เงินออมส่วนตัวของท่าน การมีพาหนะ สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย ลักษณะของที่อยู่อาศัย ลักษณะการชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์การประชุม ซึ่งผลสรุปของการเปรียบเทียบอันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อตัวแปร ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของทั้งสองศูนย์การประชุม พบว่า ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาชมงานที่ศูนย์การประชุมทั้งสองแห่ง ส่วนใหญ่ รายได้ของหัวหน้าครอบครัวมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป/เดือน ค่าใช้จ่ายในครอบครัวอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท/เดือน มีเงินออมส่วนตัว สูงกว่า 20,001 บาท มีพาหนะเป็นของตนเอง มีบ้านเป็นของตนเอง เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย ลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว ลักษณะการชำระค่าใช้จ่าย เพื่อซื้อสินค้าและบริการ จะชำระด้วยเงินสด และ จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการอยู่ที่ 501-2,000 บาท สังเกตได้ว่า การเปรียบเทียบอันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อตัวแปร ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ของลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี มีอันดับสูงสุดของตัวแปร ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หัวข้อต่างๆ เหมือนกันแต่มีความแตกต่างกันบ้าง เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วน ร้อยละ ระหว่างแต่ละหัวข้อตัวแปร ซึ่งหัวข้อของตัวแปร ปัจจัยทางเศรษฐกิจหลายตัว ของศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี มีสัดส่วน ร้อยละ สูงกว่าของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ อาทิ ค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) การมีบ้านเป็นของตนเอง การเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย วิธีการชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าด้วยเงินสด และจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ

ดังนั้น จากการเปรียบเทียบร้อยละ อันดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหัวข้อปัจจัยทางด้านสังคม และเศรษฐกิจ พบว่า ลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจใกล้เคียงกับลูกค้า ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี ไม่อาจสรุปตามสมมติฐานที่ 1 ได้ว่าลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคม สูงกว่า ลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ฐานะด้านเศรษฐกิจของลูกค้าผู้มาใช้บริการ เป็นตัวกำหนดผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 6.3 ค่าไคสแควร์แสดงการเปรียบเทียบระหว่างศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี ในด้านลักษณะทางสังคมของผู้มาใช้บริการ

ลักษณะทางสังคม	ศูนย์สิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P.
1. เพศ					
1.1 ชาย	286	267	553		
1.2 หญิง	314	333	647		
รวม	600	600	1,200	1.211	0.271
2. อายุ					
2.1 18-25 ปี	193	101	294		
2.2 26-35 ปี	233	233	466		
2.3 36-45 ปี	98	170	268		
2.4 46-60 ปี	43	91	164		
2.5 มากกว่า 60 ปี	73	5	8		
รวม	600	600	1,200	50.608*	0.000
3. สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม					
3.1 หัวหน้าครอบครัว	139	177	316		
3.2 ภรรยา	101	120	221		
3.3 สมาชิกคนอื่นในครอบครัว	360	303	663		
รวม	600	600	1,200	11.104*	0.004
4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว					
4.1 1 คน	16	12	28		
4.2 2 คน	54	83	137		
4.3 3 คน	108	109	217		
4.4 มากกว่า 3 คนขึ้นไป	406	379	785		
4.5 ไม่ระบุจำนวน	16	17	33		
รวม	600	600	1,200	3.069	0.216

ลักษณะทางสังคม	ศูนย์สิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P.
5. สถานภาพระดับการศึกษาขั้นสุดท้าย					
5.1 ไม่ได้รับการศึกษา	5	3	8		
5.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	7	31	38		
5.3 ปวช./มัธยมศึกษาตอนปลาย	60	85	145		
5.4 ปวส.	53	48	101		
5.5ปริญญาตรี	360	363	723		
5.6ปริญญาโท	110	65	175		
5.7ปริญญาเอก	5	5	10		
รวม	600	600	1,200	31.800*	0.000
6. สถานภาพสมรส					
6.1 โสด	385	315	700		
6.2 แต่งงาน	199	272	471		
6.3 ม่าย,หย่า,แยกกันอยู่	16	13	29		
รวม	600	600	1,200	18.625*	0.000
7. อาชีพของหัวหน้าครอบครัว					
7.1 ข้าราชการ	96	134	230		
7.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	68	111		
7.3 ธุรกิจส่วนตัว	222	170	392		
7.4 ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า	129	115	244		
7.5 รับจ้างทั่วไป	34	46	80		
7.6 นักเรียน/นักศึกษา	10	4	14		
7.7 แม่บ้าน	11	21	32		
7.8 อื่นๆ	55	42	97		
รวม	600	600	1,200	28.849*	0.000
8. อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม					
8.1 ข้าราชการ	72	111	183		
8.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	54	98		

ลักษณะทางสังคม	ศูนย์สิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P.
8.3 ธุรกิจส่วนตัว	73	97	170		
8.4 ลูกจ้างธุรกิจ/ร้านค้า	223	192	415		
8.5 รับจ้างทั่วไป	23	32	55		
8.6 นักเรียน/นักศึกษา	80	52	132		
8.7 แม่บ้าน	17	24	41		
8.8 อื่นๆ	57	38	94		
รวม	588	600	1,188	26.971*	0.000

หมายเหตุ *P < 0.05

จากตารางที่ 6.3 พบว่า ค่าไคสแควร์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมเป็นตัวกำหนดผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ อายุ สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพทางการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพของหัวหน้าครอบครัว และ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนเพศและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เป็นลักษณะทางสังคมที่ไม่เป็นตัวกำหนดการมาใช้บริการของลูกค้าที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และศูนย์การประชุม และ แสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เนื่องจากข้อมูลไม่แสดงความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.4 ค่าไคสแควร์แสดงการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์การประทุมแห่งชาติศิริกิติ์ กับศูนย์การประทุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานีในด้านลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการ

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	ศูนย์ศิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P.
1. รายได้ของหัวหน้าครอบครัว (บาท/เดือน)					
1.1 ไม่มีรายได้	21	28	49		
1.2 ต่ำกว่า 4,000 บาท	7	11	18		
1.3 4,001 - 8,000 บาท	54	54	108		
1.4 8,001 - 15,000 บาท	90	117	207		
1.5 15,001 - 25,000 บาท	116	128	244		
1.6 มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	304	262	566		
รวม	592	600	1,192	9.064	0.107
2. ค่าใช้จ่ายในครอบครัว (บาท/เดือน)					
2.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	109	137	246		
2.2 10,001 - 15,000 บาท	172	196	368		
2.3 15,001 - 20,000 บาท	100	83	183		
2.4 20,001 - 25,000 บาท	75	74	149		
2.5 มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	139	110	249		
รวม	595	600	1,195	9.695*	0.046
3. เงินออมส่วนตัว					
3.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	141	187	328		
3.2 5,001 - 10,000 บาท	121	101	222		
3.3 10,001 - 15,000 บาท	48	40	88		
3.4 15,001 - 20,000 บาท	43	34	77		
3.5 สูงกว่า 20,001 บาท	244	238	482		
รวม	597	600	1,197	10.099*	0.039

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	ศูนย์สิริกิต์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P.
4. การมีพาหนะ					
4.1 มีพาหนะ	556	534	1,090		
4.2 ไม่มีพาหนะ	44	66	110		
รวม	600	600	1,200	4.844*	0.028
5. สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย					
5.1 บ้านของตัวเอง	290	324	614		
5.2 บ้าน บิดา-มารดา	190	167	357		
5.3 บ้านญาติ	30	30	60		
5.4 บ้านพักคนงาน	7	15	22		
5.5 บ้านเช่า	54	40	94		
5.6 อื่นๆ	29	24	53		
รวม	600	600	1,200	8,830	0.116
6. การถือกรรมสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย					
6.1 ไม่มีสิทธิ์ครอบครอง	66	81	147		
6.2 ได้สิทธิ์ครอบครอง (เช่า/เช่า)	86	64	150		
6.3 เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	434	452	886		
รวม	586	597	1,183	5,021	0.081
7. ลักษณะของที่อยู่อาศัย					
7.1 บ้านเดี่ยว	303	305	608		
7.2 ทาวน์เฮาส์	99	196	295		
7.3 อาคารพาณิชย์	71	31	102		
7.4 คอนโดมิเนียม	68	32	100		
7.5 อื่นๆ	35	30	65		
รวม	576	594	1,170	45.883*	0.000
8. การชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ					
8.1 ชำระด้วยเงินสด	420	456	876		
8.2 ชำระด้วยบัตรเครดิต	180	144	324		
รวม	600	600	1,200	5.479**	0.019

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	ศูนย์สิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P.
9.จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อ สินค้า และบริการที่ศูนย์การประชุมแห่ง นี้ โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ ต่ำกว่า 500 บาท และ 500 บาท	126	116	242		
501 - 2,000 บาท	274	343	617		
2,001 - 5,000 บาท	123	106	229		
5,001 - 10,000 บาท	38	23	61		
10,001 - 25,000 บาท	32	9	41		
25,001 - 50,000 บาท	-	2	2		
50,001 บาทขึ้นไป	7	1	8		
รวม	600	600	1,200	32.483*	0.000

หมายเหตุ * $P < 0.05$

จากตารางที่ 6.4 พบว่า ลักษณะทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวกำหนดแสดงถึงความแตกต่างของผู้ที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน) เงินออมส่วนตัว การมีพาหนะ ลักษณะของที่อยู่อาศัย การชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ และจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ ส่วนรายได้ของหัวหน้าครอบครัว(บาท/เดือน) สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย และการถือกรรมสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการมาใช้บริการของลูกค้าที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี เนื่องจากข้อมูลไม่แสดงความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 : ระยะเวลาในการเดินทางเป็นตัวกำหนดผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตารางที่ 6.5 ค่าไคสแควร์แสดงการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี ในด้านลักษณะการเดินทางและระยะเวลา ของผู้มาใช้บริการ

การเดินทางและระยะเวลา	ศูนย์สิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P
1. จุดประสงค์การเดินทาง					
ดูความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่	178	183	361		
ศึกษาแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ	84	108	192		
ซื้อสินค้าราคาถูก	246	197	443		
คู่มือทางการตลาด	22	35	57		
ชมการแสดง	50	50	100		
อื่นๆ	20	27	47		
รวม	600	600	1200	12.497*	0.029
2. เดินทางมาโดยวิธี					
เดิน	8	17	25		
รถจักรยาน	4	5	9		
รถโดยสารประจำทาง	136	140	276		
รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	37	47	84		
รถจักรยานต์รับจ้าง	5	4	9		
รถรับจ้าง	58	10	68		
รถยนต์ส่วนตัว	334	369	703		
อื่นๆ	18	8	26		
รวม	600	600	1200	44.182*	0.000
3. ลักษณะการ เดินทาง					
มาคนเดียว	59	59	118		
มากับเพื่อน	270	181	451		
มากับครอบครัว	250	331	581		

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิติ์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P
มากับกลุ่มที่ทำงาน	11	19	30		
อื่นๆ	10	10	20		
รวม	600	600	1200	30.989*	0.000
4.ระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุมที่จัดงาน					
น้อยกว่า 1 กม.	20	20	40		
1 – 25 กม.	346	321	667		
26 – 60 กม.	150	155	305		
51 – 75 กม.	40	50	90		
76 – 100 กม.	21	36	57		
อื่นๆ	23	18	41		
รวม	600	600	1200	6.687	0.245
5.ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุมที่จัดงาน					
ต่ำกว่า 15 นาที	16	49	65		
15 -30 นาที	191	214	405		
31 – 45 นาที	184	139	323		
46 – 60 นาที	158	158	316		
อื่นๆ	51	40	91		
รวม	600	600	1200	25.659*	0.000
6.ความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งนี้					
มาเป็นครั้งแรก	63	89	152		
5 ครั้ง/ปี	373	302	675		
10 ครั้ง/ปี	68	73	141		
มากกว่า 10 ครั้ง/ปี	96	136	232		
รวม	600	600	1200	18.989*	0.000

การเดินทางและระยะทาง	ศูนย์สิริกิต์	เมืองทองธานี	รวม	χ^2	P
7.ความสะดวกของการเดินทางมายังศูนย์การประชุมแห่งนี้					
ดีมาก	65	99	164		
ดีมาก	325	309	634		
พอใช้	149	160	309		
ไม่ค่อยสะดวก	51	28	79		
ไม่สะดวกเลย	10	4	14		
รวม	600	600	1200	17.112*	0.002
8.ความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงานมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางเข้าชมงาน					
มากที่สุด	97	110	207		
มาก	229	233	462		
ปานกลาง	214	205	419		
น้อย	34	37	71		
น้อยมากที่สุด	26	15	41		
รวม	600	600	1200	4.122	0.390
9.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงานที่ศูนย์การประชุมแห่งนี้ โดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ					
ต่ำกว่า 100 บาท	230	159	389		
101 – 500 บาท	255	292	547		
501 – 1,000 บาท	60	84	144		
1,001 - 1,500 บาท	7	16	23		
1,501 - 2,000 บาท	17	25	42		
มากกว่า 2,001 บาทขึ้นไป	31	24	55		
รวม	600	600	1200	25.398*	0.000

หมายเหตุ * $P < 0.05$

จากตารางที่ 6.5 พบว่า ระยะทางในการเดินทาง ที่เป็นตัวกำหนดผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ จุดประสงค์การเดินทาง วิธีการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมายังศูนย์ประชุมที่จัดแสดง ความถี่ของจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการที่ศูนย์การประชุม ความสะดวกของการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้าชมงานที่ศูนย์การประชุม ส่วนระยะทางในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์ประชุมที่จัดแสดงงาน และความใกล้-ไกลของสถานที่จัดงาน มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางเข้ามาชมงาน ไม่ได้เป็นตัวกำหนดในการเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เนื่องจากข้อมูลไม่แสดงความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 7 เขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

งานวิจัยครั้งนี้ให้ความสนใจกับเขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เพื่อศึกษาเขตตลาดของแหล่งกลาง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ระยะทางที่ผู้ซื้อต้องเดินทางไปรับสินค้าและบริการ ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าที่ต้องการ ราคาสินค้า ค่าโดยสาร ความจำเป็นของสินค้า ตลอดจนรสนิยมของผู้ซื้อ พิสัยสินค้าจะประกอบด้วยเขตรอบนอกอันไกลที่สุดซึ่งผู้ซื้อจะมารับบริการยังแหล่งกลางแหล่งหนึ่ง ถ้าเลยเขตนั้นออกไป ลูกค้าจะไปซื้อสินค้าและบริการที่อื่น หรือไม่ก็ต้องพึ่งตัวเอง ผู้วิจัยใช้วิธีการหา ระยะทางเฉลี่ย ซึ่งหมายถึงระยะทางเฉลี่ย หมายถึง ระยะทางเฉลี่ยที่วัดจาก จุดกึ่งกลางของแต่ละเขต กม.วิ่งไปที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (หน่วยเป็นกิโลเมตร) แล้วคูณด้วยจำนวนคน แหล่งเขต หรืออำเภอ เมื่อได้ค่า SUM มาแล้วจึงนำไปหารด้วยจำนวนคนทั้งหมด จะได้เป็น ค่าเฉลี่ย นั่นคือ เขตการให้บริการของพื้นที่นั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของทฤษฎีแหล่งกลางของคริสตัลเลอร์และแนวความคิดของแพร์เบน ผลการศึกษาให้ผลของข้อมูล แสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 7.1 ตารางแสดงเขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

อำเภอ/เขต	ศูนย์สิริกิติ์			ศูนย์สิริกิติ์		ศูนย์สิริกิติ์		ศูนย์สิริกิติ์	
	จำนวน	ระยะทางเฉลี่ย	SUM	G(S)	SUM	T(S)	SUM	F(S)	SUM
				จำนวน		จำนวน		จำนวน	
1.กรุงเทพมหานคร									
1. คลิ่งชัน	4	14.25	57	3	42.75		0	1	14.25
2. บางเขน	11	17.55	193.05	1	17.55	6	105.3	4	70.2
3. พระโขนง	30	7.05	211.5	7	49.35	15	105.75	8	56.4
4. ดุสิต	7	7.65	53.55	2	15.3	1	7.65	4	30.6
5.คลองเตย	36	1.95	70.2	13	25.35	14	27.3	9	17.55
6. จตุจักร	29	11.25	326.25	7	78.75	15	168.75	7	78.75
7. บึงกุ่ม	13	13.65	177.45	9	122.85	1	13.65	3	40.95
8. บางกะปิ	24	10.35	248.4	12	124.2	6	62.1	6	62.1
9. สวนหลวง	15	7.5	112.5	3	22.5	8	60	4	30
10.ดอนเมือง	6	22.5	135	2	45	2	45	2	45
11. พญาไท	18	6.45	116.1	1	6.45	10	64.5	7	45.15
12.บางซื่อ	11	11.25	123.75	7	78.75	4	45		0
13. ภาษีเจริญ	12	12.15	145.8	3	36.45	7	85.05	2	24.3

อำเภอ/เขต	ศูนย์สวัสดิ์			ศูนย์สวัสดิ์		ศูนย์สวัสดิ์		ศูนย์สวัสดิ์	
				G(S)		T(S)		F(S)	
	จำนวน	ระยะทางเฉลี่ย	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM
14.จอมทอง	13	10.8	140.4	4	43.2	4	43.2	5	54
15. ราชเทวี	9	3.9	35.1	5	19.5	2	7.8	2	7.8
16. บางคอแหลม	12	6.15	73.8	3	18.45	3	18.45	6	36.9
17.ราษฎร์บูรณะ	4	8.55	34.2	1	8.55	1	8.55	2	17.1
18. สัมพันธวงศ์	6	5.7	34.2	2	11.4	1	5.7	3	17.1
19.บางพลัด	7	9.75	68.25	4	39	2	19.5	1	9.75
20. มีนบุรี	3	23.55	70.65	1	23.55	1	23.55	1	23.55
21. สาทร	14	3	42	5	15	4	12	5	15
22. ลาดกระบัง	2	25.35	50.7	1	25.35		0	1	25.35
23. ชานนา	13	4.35	56.55	5	21.75	4	17.4	4	17.4
24. บางกอกน้อย	15	10.2	153	2	20.4	3	30.6	10	102
25. บางกอกใหญ่	9	8.7	78.3	5	43.5	1	8.7	3	26.1
26. หนองจอก	2	35.85	71.7		0	2	71.7		0
27. ป้อมปราบศัตรูพ่าย	5	5.85	29.25	2	11.7		0	3	17.55
28. บางรัก	10	3.15	31.5	5	15.75	3	9.45	2	6.3
29. คลองสาน	10	6	60	3	18	4	24	3	18
30. iverse	8	13.2	105.6	2	26.4	3	39.6	3	39.6
31. ห้วยขวาง	12	5.85	70.2	4	23.4	3	17.55	5	29.25
32. พระนคร	6	7.35	44.1	2	14.7	3	22.05	1	7.35
33. ปทุมวัน	14	3.15	44.1	4	12.6	3	9.45	7	22.05
34. ธนบุรี	9	7.95	71.55	4	31.8	4	31.8	1	7.95
35. บางขุนเทียน	9	21.45	193.05	4	85.8	2	42.9	3	64.35
36. ลาดพร้าว	10	12	120	4	48	2	24	4	48
37. หนองแขม	9	22.2	199.8	2	44.4	6	133.2	1	22.2
38. ดินแดง	20	5.7	114	6	34.2	7	39.9	7	39.9
39. บางนา	6	9.15	54.9	3	27.45	2	18.3	1	9.15
40. วัฒนา	9	2.85	25.65	6	17.1	2	5.7	1	2.85
41. สายไหม	6	22.65	135.9	3	67.95	2	45.3	1	22.65
42. หลักสี่	5	17.25	86.25	2	34.5	1	17.25	2	34.5
43. วังทองหลาง	5	8.25	41.25	3	24.75	1	8.25	1	8.25
44. สะพานสูง	2	14.85	29.7	1	14.85	1	14.85		0
45. คันนายาว	1	16.8	16.8	1	16.8		0		0
46. คลองสามวา	2	25.65	51.3		0		0	2	51.3

อำเภอ/เขต	ศูนย์สิริกิติ์			ศูนย์สิริกิติ์		ศูนย์สิริกิติ์		ศูนย์สิริกิติ์	
				G(S)		T(S)		F(S)	
	จำนวน	ระยะทางเฉลี่ย	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM
47. บางแค	13	17.1	222.3	4	68.4	2	34.2	7	119.7
48. บางบอน	7	18.3	128.1	3	54.9	2	36.6	2	36.6
49. ทวีวัฒนา	4	20.85	83.4	1	20.85		0	3	62.55
50. ทุ่งครุ	6	12.6	75.6	3	37.8	1	12.6	2	25.2
2.นนทบุรี									
2.1 อ.เมือง	10	14	140	5	70	2	28	3	42
2.2 อ.เมืองปากเกร็ด	10	19.6	196	1	19.6	2	39.2	7	137.2
2.3 อ.บางกรวย	4	18.9	75.6		0	1	18.9	3	56.7
2.4 อ.บางบัวทอง	10	23.45	234.5	1	23.45	2	46.9	7	164.15
2.5 อ.บางใหญ่	1	18.2	18.2	1	18.2		0		0
3.ปทุมธานี									
3.1 อ.เมือง	7	29.75	208.25		0	6	178.5	1	29.75
3.2 อ.ชัยบุรี	3	33.25	99.75	1	33.25	2	66.5		0
3.3 อ.ลำลูกกา	2	28	56	1	28	1	28		0
3.4 อ.สามโคก	1	35	35		0	1	35		0
3.5 อ.คลองหลวง	1	33.95	33.95		0		0	1	33.95
3.6 อ.ลาดหลุมแก้ว	0		0		0		0		0
4.สมุทรปราการ									
4.1 อ.เมือง	12	12.6	151.2	1	12.6	5	63	6	75.6
4.2 อ.บางพลี	7	17.5	122.5	1	17.5	2	35	4	70
4.3 อ.พระประแดง	8	7	56	5	35		0	3	21
5.นครปฐม									
5.1 อ.เมือง	3	46.2	138.6	1	46.2	1	46.2	1	46.2
5.2 อ.สามพราน	3	32.2	96.6		0	2	64.4	1	32.2
5.3 อ.กำแพงแสน	0		0		0		0		0
6.สมุทรสาคร									
6.1 อ.เมือง	3	30.8	92.4	2	61.6		0	1	30.8
6.2 อ.กระทุ่มแบน	2	28.7	57.4		0	2	57.4		0
อื่นๆ		0	0		0		0		0
รวม	600	1028.65	6725.65	200	2072.40	200	2351.15	200	2302.10
ค่าเฉลี่ย	11.21			10.36		11.76		11.51	

งานศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

G(S) หมายถึง งาน Thailand Bestbuy2002 เปรียบเทียบกลุ่มงานแสดงสินค้าอุปโภคบริโภค

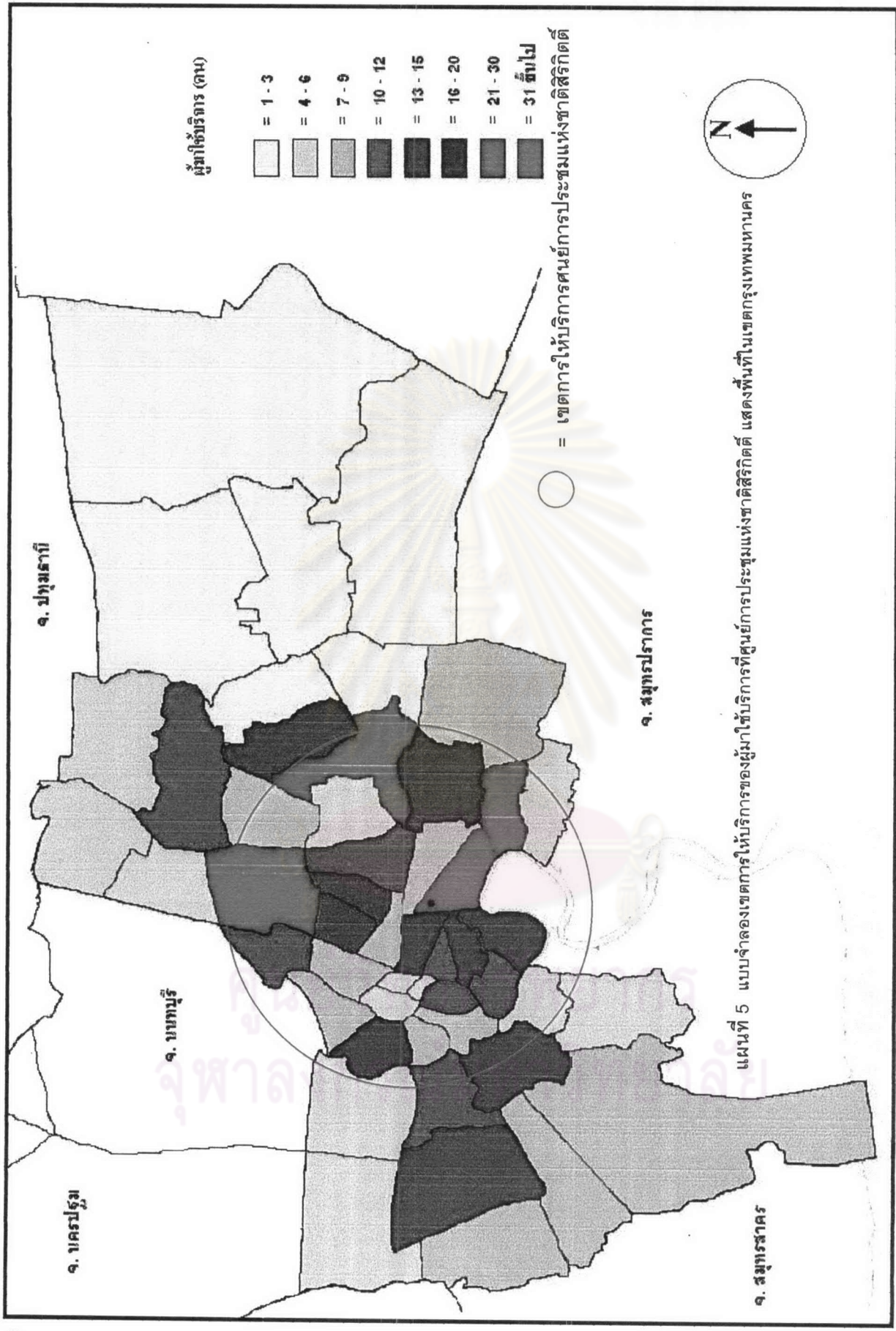
T(S) หมายถึง งานTTAA International Travel Expo 2003 เปรียบเทียบกลุ่มงานการท่องเที่ยว

F(S) หมายถึง งาน Furniture Sales 2002 เปรียบเทียบกลุ่มงานแสดงสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และที่อยู่อาศัย
ระยะทางเฉลี่ย หมายถึง ระยะทางเฉลี่ยที่วัดจาก จุดกึ่งกลางของแต่ละเขต ตรงไปที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
 (หน่วยเป็นกิโลเมตร)

SUM หมายถึง จำนวนคน คูณระยะทางเฉลี่ย

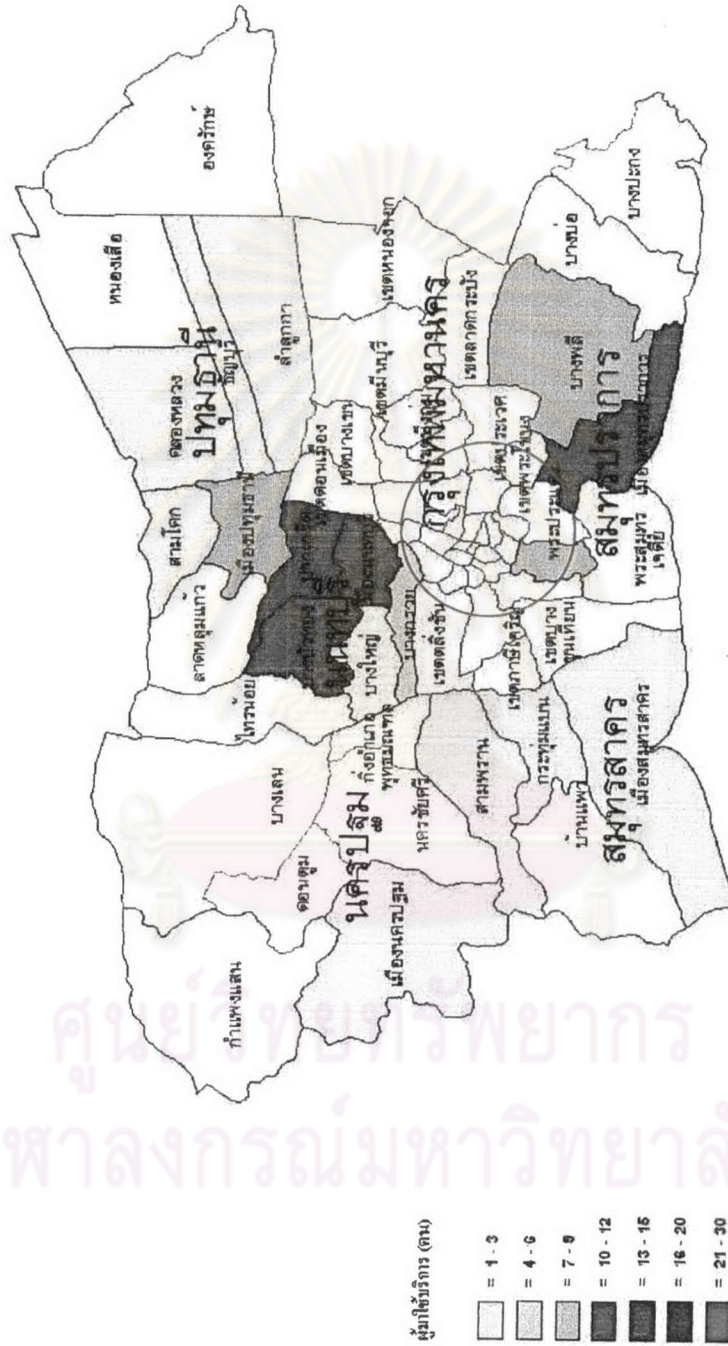


ศูนย์วิทยพัทยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนที่ 5 แบบจำลองเขตการให้บริการของผู้ให้บริการที่ศูนย์การประสมแห่งชาติสึริกิตติ แสดงพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนที่ 6 แบบจำลองเขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติศิริกิตต์ แสดงพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัด

จากตารางที่ 7.1 จะเห็นได้ว่า ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีขอบเขตการให้บริการในรัศมีเฉลี่ย 11.2 กิโลเมตร โดยคิดจากผู้มาใช้บริการ จำนวน 600 คน แต่จำแนกเป็นงานในแต่ละรูปแบบจะแยกได้ดังนี้ คือ

- งาน Thailand Bestbuy 2002 มีขอบเขตการให้บริการในรัศมี 10.36 กิโลเมตร
- งาน Consumer Fair For Furniture And Decoration Products มีขอบเขตการให้บริการในรัศมี 11.51 กิโลเมตร
- งาน TTAA International Travel Expo 2003 มีขอบเขตการให้บริการในรัศมี 11.76 กิโลเมตร



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.2 ตารางแสดงเขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า

ค่านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

อำเภอ/เขต	เมืองทองธานี			เมืองทองธานี		เมืองทองธานี		เมืองทองธานี	
				G(M)		T(M)		F(M)	
	จำนวน	ระยะทางเฉลี่ย	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM
1.กรุงเทพมหานคร									
1. คลิ่งชัน	4	19.2	76.8	1	19.2	2	38.4	1	19.2
2. บางเขน	37	10.65	394.05	13	138.45	12	127.8	12	127.8
3. พระโขนง	7	24.9	174.3	2	49.8	2	49.8	3	74.7
4. คูสิต	9	14.55	130.95	2	29.1	4	58.2	3	43.65
5. คลองเตย	3	21.75	65.25	1	21.75	1	21.75	1	21.75
6. จตุจักร	18	9.45	170.1	8	75.6	5	47.25	5	47.25
7. บึงกุ่ม	12	15.9	190.8	2	31.8	2	31.8	8	127.2
8. บางกะปิ	13	18.15	235.95	3	54.45	4	72.6	6	108.9
9. สวนหลวง	11	22.2	244.2	2	44.4	3	66.6	6	133.2
10. คอนเมือง	53	4.8	254.4	19	91.2	24	115.2	10	48
11. พญาไท	8	14.1	112.8	3	42.3	1	14.1	4	56.4
12. บางซื่อ	12	9.9	118.8	5	49.5	2	19.8	5	49.5
13. ภาษีเจริญ	5	23.25	116.25	1	23.25	2	46.5	2	46.5
14. จอมทอง	9	26.1	234.9	2	52.2	2	52.2	5	130.5
15. ราชเทวี	5	16.95	84.75		0	1	16.95	4	67.8
16. บางคอแหลม	4	23.85	95.4	1	23.85	2	47.7	1	23.85
17. ราษฎร์บูรณะ	4	25.95	103.8	2	51.9	2	51.9		0
18. สัมพันธวงศ์	4	19.2	76.8	1	19.2	2	38.4	1	19.2
19. บางพลัด	12	14.1	169.2	5	70.5	4	56.4	3	42.3
20. มีนบุรี	2	25.95	51.9		0	1	25.95	1	25.95
21. สาทร	1	21.6	21.6		0		0	1	21.6
22. ลาดกระบัง	7	31.65	221.55	4	126.6	2	63.3	1	31.65
23. ขานนาวา	10	24.15	241.5	3	72.45	4	96.6	3	72.45
24. บางกอกน้อย	3	17.85	53.55		0	1	17.85	2	35.7
25. บางกอกใหญ่	2	20.55	41.1	1	20.55	1	20.55		0
26. หนองจอก	2	34.65	69.3		0	1	34.65	1	34.65
27. ป้อมปราบศัตรูพ่าย	3	17.85	53.55		0	2	35.7	1	17.85
28. บางรัก	2	20.25	40.5	1	20.25		0	1	20.25
29. คลองสาน	3	21	63	1	21		0	2	42

อำเภอ/เขต	เมืองทองธานี			เมืองทองธานี		เมืองทองธานี		เมืองทองธานี	
				G(M)		T(M)		F(M)	
	จำนวน	ระยะทางเฉลี่ย	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM
30.ประเวศ	6	27.45	164.7	2	54.9	3	82.35	1	27.45
31. ห้วยขวาง	5	15.6	78		0	4	62.4	1	15.6
32. พระนคร	3	17.85	53.55	1	17.85	2	35.7		0
33.ปทุมวัน	2	18.6	37.2	1	18.6		0	1	18.6
34. ธนบุรี	1	22.35	22.35	1	22.35		0		0
35. บางขุนเทียน	2	38.4	76.8	1	38.4	1	38.4		0
36. ลาดพร้าว	14	11.55	161.7	7	80.85	2	23.1	5	57.75
37. หนองแขม	2	30.15	60.3	1	30.15	1	30.15		0
38. ดินแดง	5	14.85	74.25	2	29.7		0	3	44.55
39. บางนา	2	27.75	55.5	1	27.75		0	1	27.75
40. วัฒนา	5	19.95	99.75	4	79.8	1	19.95		0
41. สายไหม	7	11.85	82.95	2	23.7	2	23.7	3	35.55
42. หลักสี่	19	3.9	74.1	11	42.9	2	7.8	6	23.4
43. วังทองหลาง	8	15.9	127.2	2	31.8	1	15.9	5	79.5
44. สะพานสูง	4	22.65	90.6	2	45.3	1	22.65	1	22.65
45. คันนายาว	3	17.25	51.75	2	34.5		0	1	17.25
46. คลองสามวา	6	21.3	127.8	2	42.6	2	42.6	2	42.6
47. บางแค	6	26.25	157.5	3	78.75	1	26.25	2	52.5
48. บางบอน	2	31.35	62.7	1	31.35		0	1	31.35
49. ทวีวัฒนา	6	23.55	141.3	1	23.55	1	23.55	4	94.2
50. ทุ่งครุ	3	31.35	94.05	2	62.7		0	1	31.35
2.นนทบุรี									
2.1 อ.เมือง	50	8.75	437.5	20	175	17	148.75	13	113.75
2.2 อ.เมืองปากเกร็ด	72	7	504	20	140	29	203	23	161
2.3 อ.บางกรวย	9	12.6	113.4	1	12.6	6	75.6	2	25.2
2.4 อ.บางบัวทอง	14	14	196	4	56	7	98	3	42
2.5 อ.บางใหญ่	2	16.1	32.2	1	16.1	1	16.1		0
3.ปทุมธานี									
3.1 อ.เมือง	20	11.55	231	8	92.4	7	80.85	5	57.75
3.2 อ.ธัญบุรี	9	18.9	170.1	3	56.7	4	75.6	2	37.8
3.3 อ.ลำลูกกา	14	17.85	249.9	3	53.55	5	89.25	6	107.1
3.4 อ.สามโคก	1	16.45	16.45	1	16.45		0		0
3.5 อ.คลองหลวง	3	16.1	48.3	1	16.1	1	16.1	1	16.1

อำเภอ/เขต	เมืองทองธานี			เมืองทองธานี		เมืองทองธานี		เมืองทองธานี	
				G(M)		T(M)		F(M)	
	จำนวน	ระยะทางเฉลี่ย	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM	จำนวน	SUM
3.6 อ.ลาดหลุมแก้ว	1	17.85	17.85		0		0	1	17.85
4.สมุทรปราการ									
4.1 อ.เมือง	14	30.8	431.2	2	61.6	4	123.2	8	246.4
4.2 อ.บางพลี	6	32.9	197.4	2	65.8	3	98.7	1	32.9
4.3 อ.พระประแดง	2	25.2	50.4	1	25.2	1	25.2		0
5.นครปฐม									
5.1 อ.เมือง	1	46.2	46.2		0		0	1	46.2
5.2 อ.สามพราน	1	38.5	38.5		0	1	38.5		0
5.3 อ.กำแพงแสน	1	54.6	54.6		0		0	1	54.6
6.สมุทรสาคร									
6.1 อ.เมือง	1	43.4	43.4		0	1	43.4		0
6.2 อ.กระทุ่มแบน	3	38.5	115.5	1	38.5		0	2	77
อื่นๆ		0	0		0		0		0
รวม	600	1516.95	8795.00	200	2792.80	200	2854.70	200	3147.5
ค่าเฉลี่ย	14.66			13.96		14.27		15.74	

งานศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

G(M) หมายถึง งาน Gift Festival'2002 เปรียบเทียบกลุ่มงานแสดงสินค้าอุปโภคบริโภค

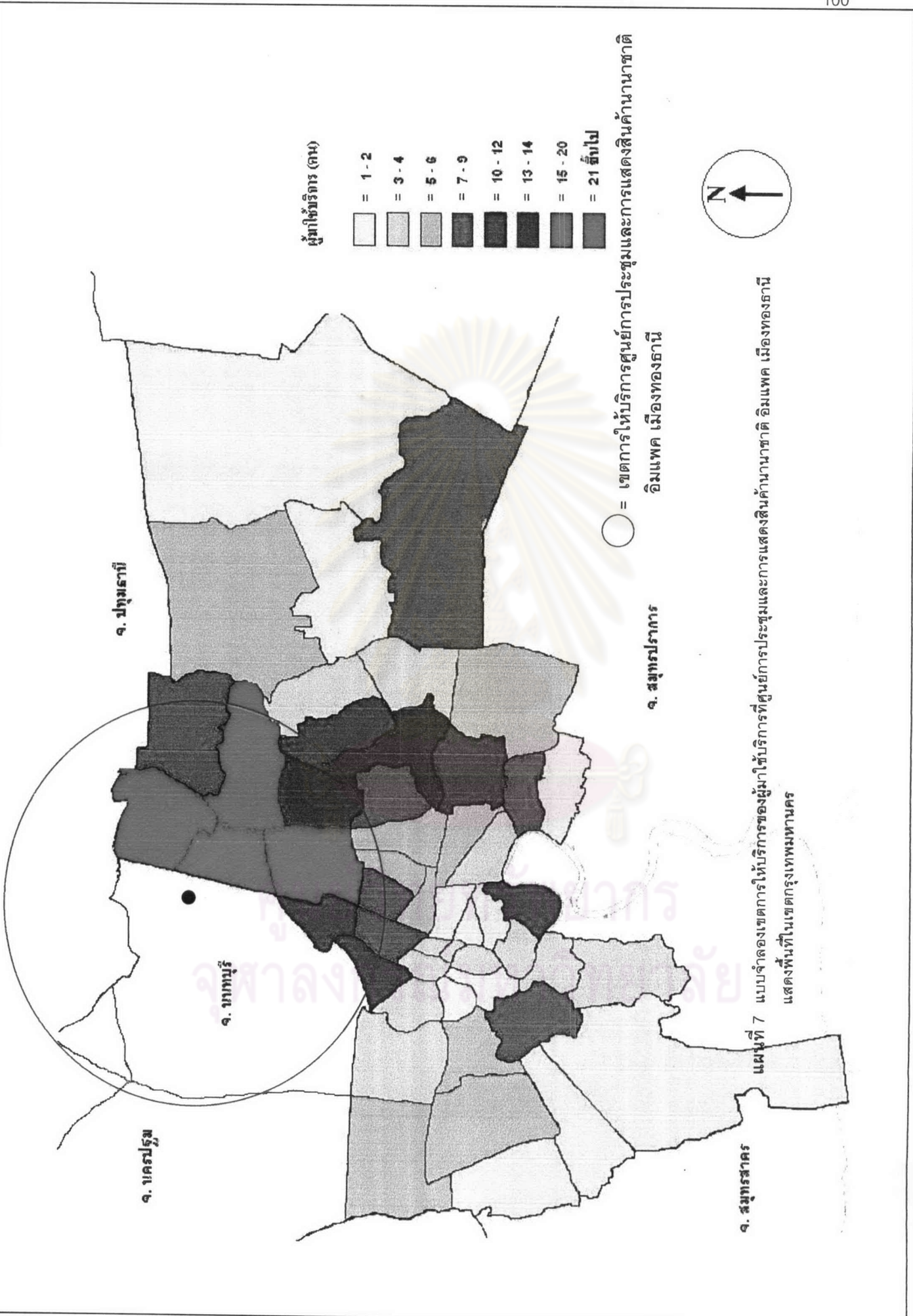
T(M) หมายถึง งาน Thai Travel Mart เปรียบเทียบกลุ่มงานการท่องเที่ยว

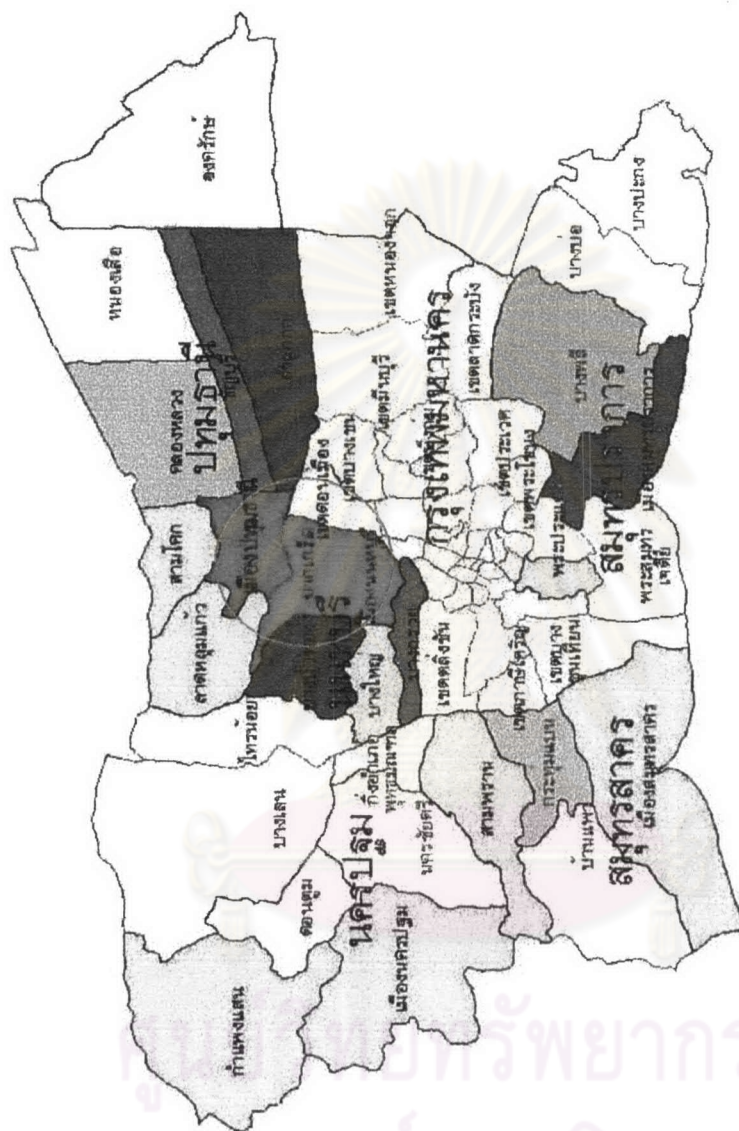
F(M) หมายถึง งาน Life & Living Festival เปรียบเทียบกลุ่มงานแสดงสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และที่อยู่อาศัย

ระยะทาง หมายถึง ระยะทางเฉลี่ยที่วัดจากกึ่งกลางของแต่ละเขตตรงไปที่ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี (หน่วยเป็นกิโลเมตร)

SUM หมายถึง จำนวนคน คูณ ระยะทางเฉลี่ย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





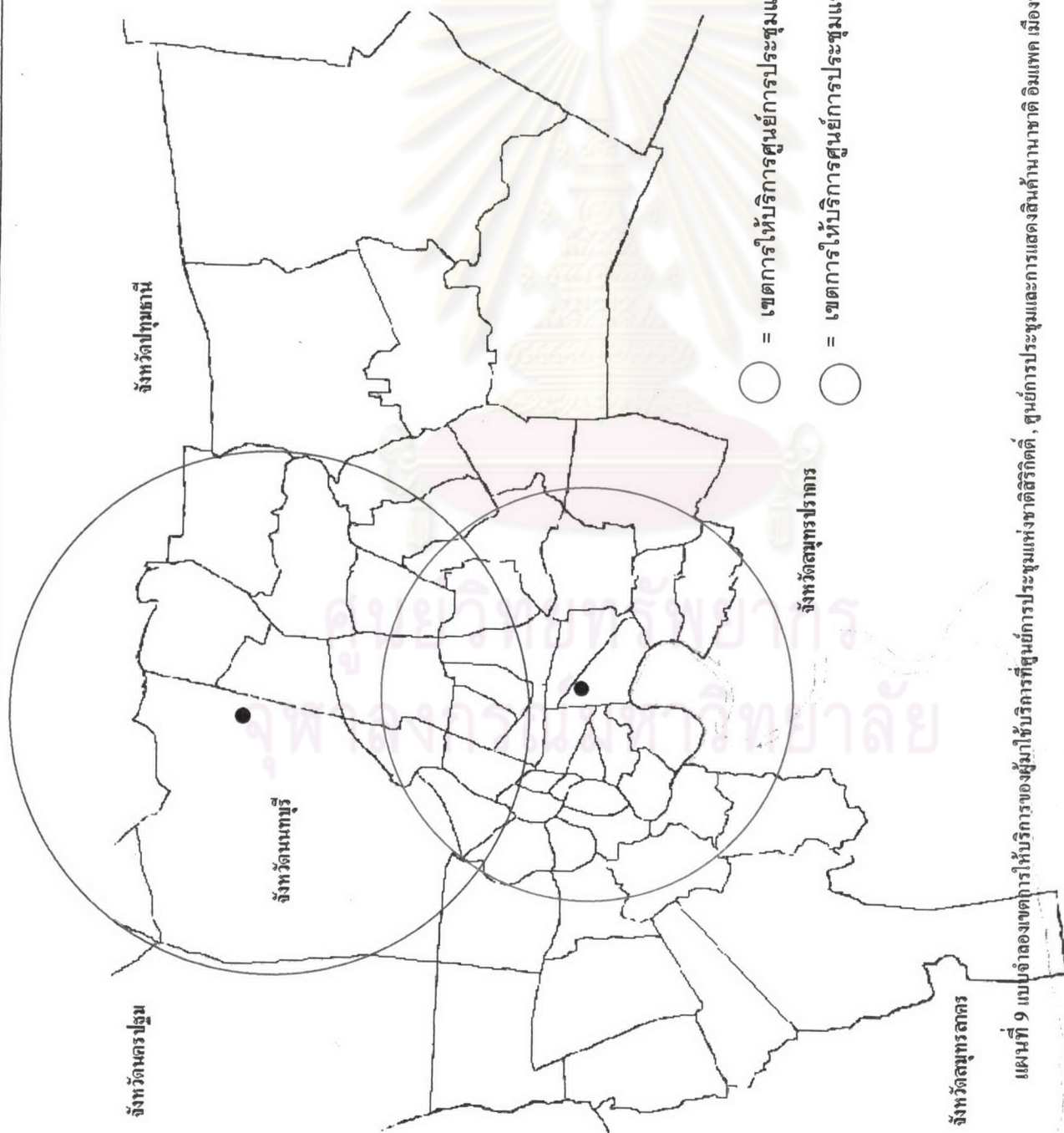
ผู้ให้บริการ (คน)

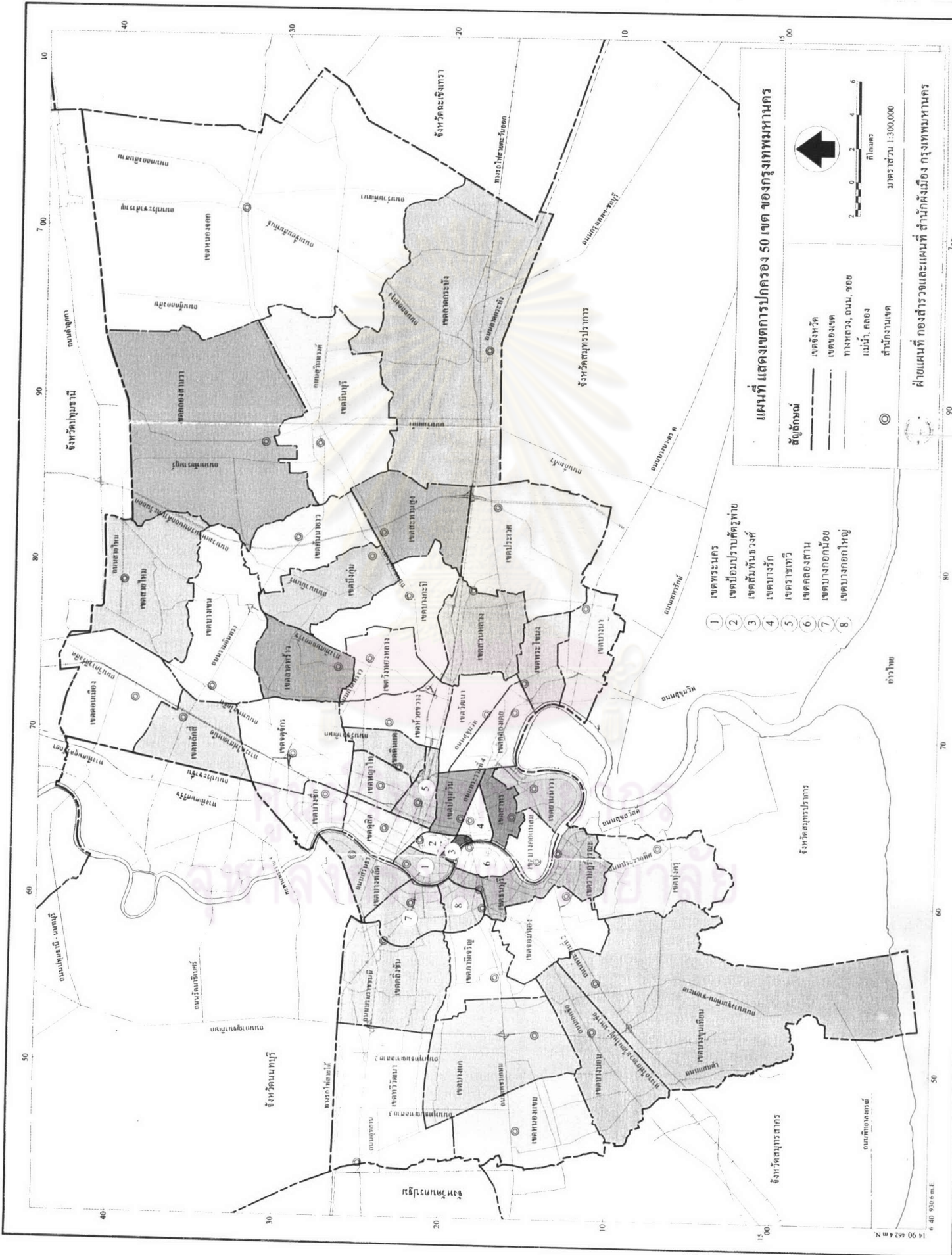
- = 1 - 2
- = 3 - 4
- = 5 - 6
- = 7 - 9
- = 10 - 12
- = 13 - 14
- = 15 - 20
- = 21 ขึ้นไป

○ = เขตการให้บริการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี



แผนที่ 8 แบบจำลองเขตการให้บริการของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี แสดงพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัด





แผนที่ แสดงเขตการปกครอง 50 เขต ของกรุงเทพมหานคร

สัญลักษณ์

- เขตจังหวัด
- เขตของเขต
- ทางหลวง, ถนน, ซอย
- แม่น้ำ, คลอง
- ◎ สำนักงานเขต

↑

0 2 4 6
กิโลเมตร

มาตราส่วน 1:300,000

- 1 เขตพระนคร
- 2 เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
- 3 เขตสัมพันธวงศ์
- 4 เขตบางรัก
- 5 เขตราชเทวี
- 6 เขตคลองสาน
- 7 เขตบางกอกน้อย
- 8 เขตบางกอกใหญ่

ผังแผนที่ กองสำรวจและแผนที่ สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร

