

บทที่ 4

วิธีการดำเนินการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ระหว่างลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี (Survey research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยลักษณะส่วนตัว เศรษฐกิจ สังคม ของผู้มาใช้บริการทั้งสองแห่ง รวมถึงศึกษาถึงเขตบริการ (Service area) ของศูนย์การประชุมทั้งสองแห่ง ว่ามีเขตการให้บริการขนาดใด ในฐานะที่เป็นแหล่งกลาง โดยมีขั้นตอนและระเบียบวิจัย ดังนี้

1. การรวบรวมและศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ มี 2 ประเภทคือ

1.1 ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการออกภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ด้วยแบบสอบถาม โดยการคัดเลือก รูปแบบงานที่มีการจัดขึ้นมา จำนวนหนึ่งเพื่อให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์

1.2 ข้อมูลรองหรือข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพื้นที่ที่ทำการศึกษา จากกรมการปกครอง สำนักงานเขตกรุงเทพมหานครศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ข้อมูลทางการวิจัย และจากห้องสมุดต่างๆ

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้มาใช้บริการในเขตกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑล 5 จังหวัด มีดังนี้ คือ นครปฐม สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร

การสุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จนครบตามจำนวนที่วางไว้ในแต่ละงาน โดยมีวิธีการดังนี้

2.1 จัดการคัดเลือกรางงานที่จะเข้าทำการเก็บข้อมูลขึ้นมา ในทั้งสองศูนย์การประชุม 3 งาน โดยเลือกรางงานที่มีรูปแบบการจัดในลักษณะเดียวกัน เลือกมาได้ดังนี้ งานที่จัดแสดงที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

1. งาน Thailand Bestbuy 2002

The Biggest Annual Fair With Wide-Ranging Export-Quality Products

วันที่จัดงาน : 13 / 11 / 2002 - 22 / 11 / 2002

2. งาน Furniture Sales 2002

Consumer Fair For Furniture And Decoration Products

วันที่จัดงาน : 13 / 12 / 2002 - 22 / 12 / 2002

3. TTA International Travel Expo 2003

วันที่จัดงาน : 26 / 07 / 2003 - 27 / 07 / 2003

งานที่จัดแสดงที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

1. Gift Festival'2002

วันที่จัดงาน : 13 / 11 / 2002 - 22 / 11 / 2002

2. Life & Living Festival

วันที่จัดงาน : 24 / 11 / 2002 - 29 / 11 / 2002

3. Thai Travel Mart

วันที่จัดงาน : 17 / 07 / 2003 - 20 / 07 / 2003

2.2 ประชากร คือ ประชากรผู้มาใช้บริการที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ในงานที่จัดขึ้นดังกล่าวข้างต้น แต่เนื่องจากมีกลุ่มประชากรเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะทำได้จากการสุ่มกลุ่มผู้เข้ามาใช้บริการทั้ง 6 งาน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ คือ จะสัมภาษณ์บุคคลที่เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และ ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ทั้ง 6 งานๆละ 200 ราย รวมทั้งสิ้น 1,200 ราย

2.3 ผู้วิจัยกลับกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

2.3.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องอายุ 18 ปี บริบูรณ์ขึ้นไป

2.3.2 ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องเป็นคนที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑล 5 จังหวัดข้างต้นเท่านั้น

2.3.3 ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องเป็นผู้ที่ใช้บริการ กล่าวคือ ต้องมีการพิจารณาโดยการถือถุงของที่ซื้อออกมา

3. การออกแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นวิธีการหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ซึ่งใช้วิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้มาใช้บริการ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง และระยะทาง

3.1 การกำหนดตัวแปรวิจัย

ตัวแปรตาม คือ ผู้มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

ตัวแปรอิสระ มีทั้งสิ้น 27 ตัวแปร โดย แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านลักษณะทางประชากร ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเดินทางและระยะทาง

ด้านลักษณะทางประชากร ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว ได้แก่

- (V.1) ภูมิลำเนา
- (V.2) เพศ
- (V.3) อายุ

ด้านสังคม ประกอบด้วย ตัวแปร 6 ตัว ได้แก่

- (V.4) สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- (V.5) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน
- (V.6) สถานภาพการศึกษาขั้นสุดท้าย
- (V.7) สถานภาพสมรส
- (V.8) อาชีพของหัวหน้าครอบครัว (V.9) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วยตัวแปร 9 ตัว ได้แก่

- (V.10) รายได้หัวหน้าครอบครัว(บาท/เดือน)
- (V.11) ค่าใช้จ่ายในครอบครัว(บาท/เดือน)
- (V.12) เงินออมส่วนตัว
- (V.13) พาหนะในครอบครัว
- (V.14) สถานภาพการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย
- (V.15) ลักษณะการถือสิทธิ์ในสถานที่อยู่อาศัย
- (V.16) ลักษณะของที่อยู่อาศัย
- (V.17) วิธีการชำระค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ

(V.18) จำนวนเงิน โดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ
ด้านการเดินทางและระยะทาง ประกอบด้วยตัวแปร 9 ตัว ได้แก่

- (V.19) จุดประสงค์การเดินทาง
- (V.20) วิธีการเดินทาง
- (V.21) ลักษณะการเดินทาง
- (V.22) ระยะทางที่เดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุม
- (V.23) ระยะเวลาที่เดินทางจากที่พักอาศัยไปยังศูนย์การประชุม
- (V.24) ความถี่ของจำนวนครั้งที่มาใช้บริการที่ศูนย์การประชุม
- (V.25) ความสะดวกในการเดินทาง
- (V.26) ความใกล้-ไกลมีผลต่อการตัดสินใจเข้าชมงาน
- (V.27) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเดินทางเข้าชมงาน

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จำนวน 600 ราย และที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี จำนวน 600 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ตามวันและเวลาการทำงาน ทั้ง 6 งาน ดังกล่าวข้างต้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้มาใช้บริการตลอดจน ระยะทางและการเดินทางมายังศูนย์บริการทั้ง 2 แห่ง ในภาพรวม รวมทั้งเปรียบเทียบปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้มาใช้บริการตลอดจน ระยะทางและการเดินทางมายังศูนย์บริการทั้ง 2 แห่ง โดยเปรียบเทียบกับเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใกล้เคียงกัน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เปรียบเทียบงาน Thailand Bestbuy 2002 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับงาน Gift Festival'2002 ที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

กลุ่มที่ 2 เปรียบเทียบงาน Furniture Sale 2002 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับงาน Life & Living Festival ที่ศูนย์การประชุม และการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

กลุ่มที่ 3 เปรียบเทียบ งาน TTAA International Travel Expo 2003ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กับงาน Thai Travel Mart ที่ศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ แจกแจงความถี่ และนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

5.2 จัดทำแผนที่แสดงการกระจายตัวของการมาใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทั้งที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค เมืองทองธานี เพื่อแสดงให้เห็นถึงระยะทางและการเดินทางว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการ

กระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการตัดสินใจเลือกที่จะมาชมงานทั้งสองศูนย์การประชุม หรือไม่ และอย่างไร

- 5.3 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวัดและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยการพิจารณาเปรียบเทียบโดยใช้ค่าร้อยละเพื่อตอบสนองสมมติฐานที่ 1 จึงนำมาทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ เพื่อตอบสนองสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 โดยใช้การวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ด้วยไคสแควร์

การทดสอบด้วยไคสแควร์ (χ^2)

เป็นสถิติแบบนันทารามิตริก (nonparametric Statistics) เป็นสถิติที่ไม่คำนึงถึงลักษณะการแจกแจงของประชากร การทดสอบที่ใช้ไคสแควร์ (Chi-Square) ในกรณีกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม

กรณีกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม (Two-way Classification) = การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว และข้อมูลทดสอบเป็นความถี่โดยความถี่ที่ได้ปรับให้เป็นสัดส่วน หรือร้อยละ หรือมาตรวัดนามบัญญัติ เรียกว่า “การทดสอบความเป็นอิสระ” (Test of Independence) สมมติฐานทางสถิติที่ตั้ง จากสูตร ดังนี้ :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ

χ^2 แทน ค่าไคสแควร์

O_{ij} แทน ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

E_{ij} แทน ความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

r แทน จำนวนแถว (row)

C แทน จำนวนคอลัมน์ (Column)

$$df = (r-1)(c-1)$$

r คือ จำนวนแถวหรือจำนวนกลุ่มชั้นของตัวแปรที่อยู่ในแถวบน

c คือ จำนวนสดมภ์หรือจำนวนกลุ่มชั้นของตัวแปรที่อยู่ในคอลัมน์

df คือ อัตราความเป็นอิสระ (degree of freedom)

เมื่อคำนวณค่าของไคสแควร์แล้วนำไปเปรียบเทียบกับค่าตารางไคสแควร์ โดยหาอัตราความเป็นอิสระเสียก่อน หากค่าที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าที่ได้จากตาราง แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนค่า Sig หรือ SIGNIFICANCE ที่ปรากฏในตารางการวิเคราะห์ผลเป็นผลที่ได้จากการวิเคราะห์โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่แสดงว่าความน่าจะเป็นที่จะปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ (Null hypothesis) บนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่จริง ซึ่งในการดูว่าจะปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ หรือที่เรียกว่า มีนัยสำคัญหรือไม่นั้น ให้ดูว่าค่า Sig นั้นน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญหรือไม่ ถ้าน้อยกว่าแสดงว่ามีนัยสำคัญ ถ้ามมากกว่าแสดงว่าไม่มีนัยสำคัญ โดยให้ระดับ P ไว้ที่ 0.05 (P หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติ)