

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ พฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างอแกในเซอร์ ในจังหวัด  
เชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาววรินญา ศรีวัลย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรุณร มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้าง  
อแกในเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวความคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาด

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ  
องค์กรที่เคยใช้บริการธุรกิจอแกในเซอร์ จำนวน 50 ราย และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติ  
เชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31 – 40  
ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มาจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงาน  
รัฐวิสาหกิจ สมาคม/ชมรม ธุรกิจจำหน่ายสินค้า ธุรกิจให้บริการ และสถาบันการศึกษา มีจำนวน  
พนักงาน 1 – 100 คน ใช้บริการอแกในเซอร์ในรอบปีที่ผ่านมาจำนวน 1 ครั้งมากที่สุด ส่วนมาก  
ใช้บริการอแกในเซอร์ในโอกาสงานประชุม/สัมมนา โดยรูปแบบที่ใช้บริการอแกในเซอร์ คือ  
การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ และการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดย  
สถานที่ที่นิยมใช้ในการจัดงาน คือ โรงแรม โดยเลือกใช้บริการอแกในเซอร์ที่ประกอบธุรกิจใน  
จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งรู้จักบริษัทอแกในเซอร์จากคนรู้จักแนะนำ มีสาเหตุของการเลือกใช้บริการ  
คือมีความคิดสร้างสรรค์ และมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ บริษัทที่มีความพึงพอใจมากที่สุด  
คือ บริษัท อินดีด ศรีเอชัน จำกัด และบริษัทอแกในเซอร์ที่มีผู้รู้จักและเคยใช้บริการมากที่สุด คือ  
บริษัท ดนตรีสีสัน จำกัด

ทางด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการจากอแกในเซอ์นั้น ส่วนใหญ่พิจารณาจากราคามีความเหมาะสม ซึ่งผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากอแกในเซอ์ คือผู้บริหาร/ผู้อำนวยการ โดยใช้ระยะเวลาในการติดต่อกับอแกในเซอ์ก่อนการจัดงาน 1 – 3 เดือน ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณในการจัดงานระหว่าง 50,001- 200,000 บาท โดยความต้องการในการใช้บริการในครั้งต่อไป คือ ยังไม่ตัดสินใจ แล้แต่โอกาสและความเหมาะสมของงานครั้ง ซึ่งในครั้งต่อไปอาจใช้บริการบริษัทอแกในเซอ์รายเดิมหรือรายใหม่ควบคู่กันไป

ผลการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างอแกในเซอ์ ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Business Customer Behavior Towards Employing an Organizer in Chiang Mai Province

**Author** Miss Varinya Srivalai

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Orachorn Maneesong Chairperson

Assistant Professor Orapin Santiteerakul Member

### ABSTRACT

The objective of this study was to study Business Customer Behavior Towards Employing an Organizer in Chiang Mai Province by using consumer behavior and marketing mix concept.

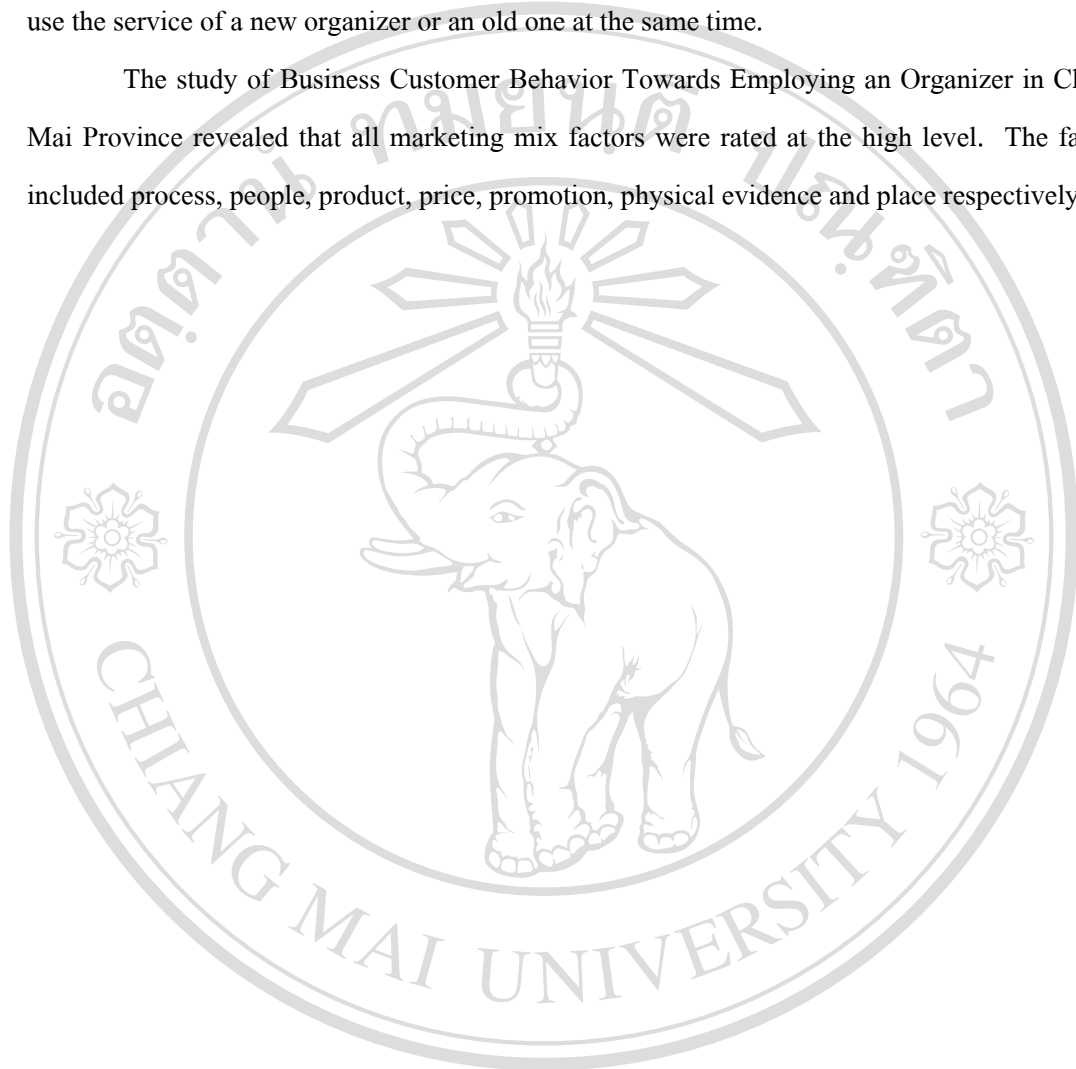
The data were collected by using 50 questionnaires completed by organizations with experiences in hiring organizers. Then the data were analyzed by frequency, percentage and mean.

The study showed that the respondents were female aged between 31-40 years old, holding bachelor's degree. The organizations from governmental, state enterprises association/club, product business, service business and educational institution with 1-100 employees. In the previous year, they hired organizers 1 time mostly for meetings or seminars.

The service was about creating promotion plan for target audiences and designing product for public relation. The events were held at hotels and the accepted organizers were located in Chiang Mai. They were introduced through acquaintances. The services were chosen on the ground of being creative and professional. Indeed Creation, Inc was the one with the most satisfactory response and Don Tree Season, Inc was the most well-known and hired. The main reason for hiring an organizer was the reasonable price and directors or administrators were decision makers. The organizers were contacted 1-3 months ahead of an event. The average budget was between

50,001- 200,000 baht. The decision whether to hire the same company in the following event is uncertain. It depended on the occasion and suitability of the following event. Customers might use the service of a new organizer or an old one at the same time.

The study of Business Customer Behavior Towards Employing an Organizer in Chiang Mai Province revealed that all marketing mix factors were rated at the high level. The factors included process, people, product, price, promotion, physical evidence and place respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved