

# พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560

## ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

### Behavior and Factors Affecting Participation in Lanna Expo 2017

#### of Entrepreneurs in Upper Northern Provinces 1

ปทุม กาวิละ<sup>1</sup> และกัญญ์สุตา นิมานุสรณ์กุล<sup>2</sup>

Patoom Kavila<sup>1</sup> and Kunsuda Nimanussornkul<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ทำการเก็บข้อมูลแบบสุ่มบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2560 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ ในพื้นที่โซน Exhibition Hall 1 – 3 จำนวน 300 คน และทำการจำแนกกลุ่มตัวอย่าง เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและสินค้า OTOP จำนวน 108 คน ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน 107 คน และผู้ประกอบการสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรแปรรูป จำนวน 85 คน วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการจัดลำดับแบบ Likert Scale

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รูปแบบขององค์กรธุรกิจเป็นบุคคลธรรมดา มีลูกจ้างในธุรกิจ จำนวน 1 - 9 คน และสถานประกอบการตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม คือ ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและสินค้า OTOP ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี สถานภาพสมรส และดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลามากกว่า 12 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด และดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลามากกว่า 3-6 ปี สำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรแปรรูป ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีสถานภาพโสด และดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลามากกว่า 12 ปีขึ้นไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 คือ เพิ่มช่องทางและโอกาสในการขาย มีความถี่ในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป จำนวน 2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ต่ำกว่า 5,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 จากเพื่อน/คนรู้จัก บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 คือ ลูกค้าผู้บริโภคร ส่วนใหญ่มียอดขายเฉลี่ยต่อวัน ต่ำกว่า 5,000 บาท และส่วนใหญ่มียอดสั่งซื้อที่เกิดขึ้น ต่ำกว่า 50,000 บาท

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 พฤติกรรม งานลานนาเอ็กซ์โป ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน

## ABSTRACT

This study aims to study factors influencing the decision of entrepreneurs in the upper Northern region 1 to attend Lanna Expo 2017 and study their attending behavior in Lanna Expo 2017, so as to serves as a guideline in developing upcoming Lanna Expo in the following year. Data were collected from entrepreneurs who participated in the exhibition and Sale of products at Lanna Expo 2017, during 23 June - 2 July 2017 at the Chiang Mai International Exhibition and Convention Center, Chiang Mai province. The data were gathered from exhibition hall zone 1 – 3, which consists of 300 people. The sample were divided as follows: 108 entrepreneurs who engaged on handicraft and OTOP products, 107 tour entrepreneurs, and 85 entrepreneurs who engaged on safe agricultural and processed agricultural products. The data were analyzed using descriptive statistics and it consists of frequency, percentage, mean, and Likert Scale.

The results of the study found that most of the respondents were female, with bachelor degree holder. Business for is an individual organization, they have 1 - 9 employees in their business and their factories are located in Chiang Mai. General information were different for each group such as most of the entrepreneurs who engaged on handicraft and OTOP products are aged 51, they are married and have been operating their business for more than 12 years. Most tour entrepreneurs are between aged 21 and 30 years, they are single and have been operating their business for more than 3 - 6 years. In terms of entrepreneurs who engaged on safe agricultural and processed agricultural products, most of them are between aged 31 - 40 years, they are single and have been operating their business for more than 12 years.

The result of factors influencing the decision of entrepreneurs in attending Lanna Expo 2017 shows that, much important were attached to factor related to physical environment, followed by process and selling channels.

Most of the entrepreneurs aim at increasing their selling opportunity at Lanna Expo 2017. There have frequently participate twice at the expo, their cost of attending 2017 Expo was less than 5,000 Baht. They received upcoming information about the 2017 expo from friends and people related to them. Customers' serves as an individual who influence entrepreneur's decision on joining the 2017 expo. The average sales of most entrepreneur per day is less than 5,000 baht and most of them had a pre-order less than 50,000 baht.

Key word: entrepreneurs in the upper Northern region 1, behavior, Lanna Expo, International Exhibition and Convention Center, The result of factors influencing the decision

## ที่มาและความสำคัญ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และ แม่ฮ่องสอน เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพด้านการผลิต การตลาด ในทุกประเภทสินค้า ทั้งสินค้าอุตสาหกรรม เกษตร เกษตรแปรรูป หัตถกรรม ธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ที่มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ มาตรฐานเป็นที่ต้องการ ของตลาด โดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีความพร้อมของธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง การศึกษา การเงิน และระบบ Logistic ที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการเชื่อมโยงการค้าการลงทุนประเทศเพื่อนบ้าน GMS , BIMSTEC และ AEC (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1,2560)

**ตารางที่ 1** โครงสร้างผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ปี 2558

ภาค	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายละเอียด
ภาคเกษตร	63,576	18.17	ประกอบด้วย 2 สาขาการผลิต 1) สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้ 2) สาขาประมง
ภาคอุตสาหกรรม	70,808	20.24	ประกอบด้วย 2 สาขาการผลิต 1) สาขาการทำเหมืองแร่และเหมืองหิน 2) สาขาอุตสาหกรรม
ภาคบริการ	215,478	61.59	ประกอบด้วย 12 สาขาการผลิต 1) สาขาการไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา 2) สาขาการก่อสร้าง 3) สาขาการขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซม ยานยนต์ จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน 4) สาขาโรงแรมและภัตตาคาร 5) สาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและการคมนาคม 6) สาขาตัวกลางทางการเงิน 7) สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ 8) สาขาการบริหารราชการแผ่นดินและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ 9) สาขาการศึกษา 10) สาขาบริการด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ 11) สาขาการให้บริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ 12) สาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล
รวม	349,862	100	

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด ณ ราคาประจำปี ของปี 2558 เท่ากับ 349,862 ล้านบาท จากตารางที่ 1 จะเห็นว่า ภาคบริการมีส่วนมากที่สุด การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 จึงควรมุ่งเน้นด้านการขับเคลื่อนภาคบริการให้มีศักยภาพ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาและยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้แก่สินค้าและบริการ รวมถึงผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ให้สามารถต่อยอดสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาด ทั้งในประเทศและสามารถขยายช่องทางการตลาดอาเซียนและตลาดโลกได้

กระทรวงพาณิชย์ โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการค้า ทั้งการค้าสินค้าและธุรกิจบริการ ส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้เข้มแข็งสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดฯ โดยที่ผ่านมาได้มีการส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ให้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจการค้าการลงทุนได้อย่างเท่าทันการเปลี่ยนแปลง การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้านานาชาติในประเทศและต่างประเทศ ที่จัดขึ้นโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อขยายช่องทางการตลาดสินค้าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 และการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป ก็เป็นกิจกรรมหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยพัฒนาและยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้แก่สินค้าและบริการ รวมถึงผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ให้สามารถต่อยอดสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงความสามารถในการขยายช่องทางการตลาดไปสู่อาเซียนและตลาดโลกได้

การจัดงานลานนาเอ็กซ์โป ได้จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2557 นับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เห็นได้จากมูลค่าการค้ารวมภายในงานที่ทำให้เกิดความสามารถในการกระตุ้นเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ได้เป็นอย่างดี และสามารถสร้างรายได้ให้กับประชากรพื้นที่ได้เป็นอย่างมาก จึงทำให้มีการจัดงานลานนาเอ็กซ์โปต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ดังตารางที่ 2 พบว่ามูลค่ารวมภายในงานลานนาเอ็กซ์โป ตั้งแต่ปี 2557 จนถึงปี 2559 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี จะเห็นว่าการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป ปี 2558 มูลค่ารวมภายในงาน จำนวน 73,063,366 บาท เมื่อเทียบกับปี 2557 (70,458,817 บาท) เพิ่มขึ้น 2,604,549 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.56 และการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป ปี 2559 มูลค่ารวมภายในงาน จำนวน 94,442,706 บาท เมื่อเทียบกับปี 2558 (73,063,366 บาท) เพิ่มขึ้น 21,379,340 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.64

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบยอดจำหน่ายสินค้า และมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป จ.เชียงใหม่

รายการ	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงาน (คน)	700	713	728
ยอดซื้อขายภายในงาน (บาท)	47,622,317	65,569,078	52,289,091
ยอดคำสั่งซื้อ (บาท)	8,000,000	7,493,683	42,153,615
ยอดมูลค่ารวมภายในงาน (บาท)	70,458,817	73,063,366	94,442,706

ที่มา : 1. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ (2560)

2. สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (2560)

การจัดงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน – 3 กรกฎาคม 2560 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ จากความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมโยงและขยายมูลค่าการค้า การลงทุนของผู้ประกอบการเป้าหมาย ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และขยายโอกาสในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการศักยภาพของ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ส่งเสริมสนับสนุนวงจรด้านการค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ให้มีความต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งการจัดงานดังกล่าวในแต่ละปี จะมีจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงานและรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ผู้ประกอบการบางรายให้ความสนใจเข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ บางรายก็เข้าร่วมเป็นบางปี ส่วนบางรายเข้าร่วมงานเพียงครั้งเดียวแล้วไม่สนใจเข้าร่วมงานอีกเลย ซึ่งยังไม่ทราบเหตุผล ข้อเท็จจริงของการตัดสินใจในเรื่องดังกล่าวของผู้ประกอบการแต่ละรายได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยและพฤติกรรม การตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐผู้จัดงาน สำหรับเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 การปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

### วิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสอบถามผู้ประกอบการจากกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ที่เข้าร่วมแสดงและจำหน่ายสินค้าในงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ในพื้นที่โซน Exhibition Hall 1-3 ซึ่งการเก็บข้อมูลจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ในพื้นที่โซน Exhibition Hall 1-3 ทำการเก็บข้อมูลแบบสุ่มบังเอิญ จากข้อมูลของสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีผู้ประกอบการลงทะเบียนเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 พื้นที่โซน Exhibition Hall 1-3 จำนวน 530 ราย และใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการของ Taro Yamane ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 ซึ่งจากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 228 เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูล จำนวน 300 คน จากจำนวน 530 คน สามารถกำหนดสัดส่วนของประชากร และจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทธุรกิจ ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ประชากร		กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการศึกษา(คน)
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	
ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและสินค้า OTOP	190	35.85	108
ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว	189	35.66	107
ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรแปรรูป	151	28.49	85
รวม	530	100	300

โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการจัดลำดับแบบ Likert Scale

### ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการจากกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ที่เข้าร่วมแสดงและจำหน่ายสินค้าในงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ในพื้นที่โซน Exhibition Hall 1-3 ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบสุ่มบังเอิญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละประเภทธุรกิจ จากขนาดตัวอย่าง 300 คน แบ่งจำนวนตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและสินค้า OTOP จำนวน 108 คน ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน 107 คน และผู้ประกอบการสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรแปรรูป จำนวน 85 คน ได้ผลดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและสินค้า OTOP กลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สถิติพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ

รายการ	ผู้ประกอบการ สินค้าหัตถกรรม และสินค้า OTOP		ผู้ประกอบการ ด้านท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการสินค้า เกษตรปลอดภัยและ เกษตรแปรรูป		ผู้ประกอบการกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>								
ชาย	26	24.07	30	28.00	31	36.47	87	29.00
หญิง	82	75.93	77	72.00	54	63.53	213	71.00
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.0</b>	<b>107</b>	<b>100.0</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>								
15 - 20 ปี	1	0.93	2	1.87	1	1.18	4	1.33
21 - 30 ปี	14	12.96	34	31.78	21	24.71	69	23.00
31 - 40 ปี	19	17.59	30	28.04	26	30.59	75	25.00
41 - 50 ปี	26	24.07	21	19.63	20	23.53	67	22.33
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	48	44.44	20	18.69	17	20.00	85	28.33
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 3 สถิติพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ (ต่อ)

รายการ	ผู้ประกอบการสินค้า หัตถกรรมและสินค้า OTOP		ผู้ประกอบการ ด้านท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการสินค้า เกษตรปลอดภัยและ เกษตรแปรรูป		ผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>								
โสด	27	25.00	54	50.47	42	49.41	123	41.00
สมรส	73	67.59	49	45.79	39	45.88	161	53.67
หม้าย / หย่าร้าง	8	7.41	4	3.74	4	4.71	16	5.33
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>								
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	46.30	23	21.50	21	24.71	94	31.33
ปริญญาตรี	51	47.22	73	68.22	53	62.35	177	59.00
สูงกว่าปริญญาตรี	7	6.48	11	10.28	11	12.94	29	9.67
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
<b>รูปแบบองค์กรธุรกิจ</b>								
บุคคลธรรมดา	96	88.89	53	49.53	48	56.5	197	65.7
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	5	4.63	13	12.15	10	11.8	28	9.3
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	2	1.85	4	3.74	4	4.7	10	3.3
บริษัทจดทะเบียน	5	4.63	37	34.58	23	27.1	65	21.7
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
<b>ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ</b>								
ไม่เกิน 3 ปี	6	5.56	23	21.50	20	23.53	49	16.33
มากกว่า 3 – 6 ปี	14	12.96	30	28.04	23	27.06	67	22.33
มากกว่า 6 – 9 ปี	21	19.44	13	12.15	8	9.41	42	14.00
มากกว่า 9 – 12 ปี	20	18.52	17	15.89	8	9.41	45	15.00
มากกว่า 12 ปีขึ้นไป	47	43.52	24	22.43	26	30.59	97	32.33
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 3 สถิติพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ (ต่อ)

รายการ	ผู้ประกอบการสินค้า หัตถกรรมและสินค้า OTOP		ผู้ประกอบการ ด้านท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการสินค้า เกษตรปลอดภัยและ เกษตรแปรรูป		ผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>จำนวนลูกจ้างในธุรกิจ</b>								
1 – 9 คน	59	54.6	59	55.1	46	54.1	164	54.7
10 – 19 คน	27	25.0	13	12.1	14	16.5	54	18.0
20 – 29 คน	11	10.2	9	8.4	8	9.4	28	9.3
30 – 39 คน	2	1.9	3	2.8	4	4.7	9	3.0
40 – 49 คน	3	2.8	3	2.8	2	2.4	8	2.7
50 คน ขึ้นไป	6	5.6	20	18.7	11	12.9	37	12.3
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
<b>ที่ตั้งของสถานประกอบการ</b>								
เชียงใหม่	62	57.4	79	73.8	52	61.2	193	64.3
แม่ฮ่องสอน	5	4.6	10	9.3	18	21.2	33	11.0
ลำพูน	15	13.9	9	8.4	8	9.4	32	10.7
ลำปาง	26	24.1	9	8.4	7	8.2	42	14.0
<b>รวม</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>	<b>107</b>	<b>100.00</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง  
ดังตารางที่ 4



ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

ประเภทธุรกิจ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและสินค้า OTOP	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.สถานที่จัดงานมีที่จอดรถกว้างขวาง	4.36	มาก
		2.สถานที่จัดงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	4.24	มาก
	ด้านกระบวนการ	1.มีระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงานที่ดี	4.11	มาก
		2.มีระบบการรักษาความสะอาดภายในงานที่ดี	4.09	มาก
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.ขนาดของสถานที่จัดงานฯ มีความเหมาะสม	4.20	มาก
		2.ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่จัดงานฯ	4.11	มาก
ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.สถานที่จัดงานมีที่จอดรถกว้างขวาง	4.29	มาก
		2.สถานที่จัดงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	4.23	มาก
	ด้านกระบวนการ	1.มีระบบการรักษาความสะอาดภายในงานที่ดี	4.04	มาก
		2.มีระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงานที่ดี	4.01	มาก
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.ขนาดของสถานที่จัดงานฯ มีความเหมาะสม	4.13	มาก
		2.ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่จัดงานฯ	4.08	มาก
ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรแปรรูป	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.สถานที่จัดงานมีที่จอดรถกว้างขวาง	4.31	มาก
		2.สถานที่จัดงานกว้างขวาง สะดวกสบาย	4.16	มาก
	ด้านกระบวนการ	1.มีการบริหารจัดการที่ดี รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ของผู้จัดงาน	4.01	มาก
		2.มีระบบการรักษาความสะอาดภายในงานที่ดี	3.98	มาก
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.ขนาดของสถานที่จัดงานฯ มีความเหมาะสม	4.18	มาก
		2.ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่จัดงานฯ	4.01	มาก
รวม	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.สถานที่จัดงานมีที่จอดรถกว้างขวาง	4.32	มาก
		2.สถานที่จัดงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	4.21	มาก
	ด้านกระบวนการ	1.มีระบบการรักษาความสะอาดภายในงานที่ดี	4.04	มาก
		2.มีระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงานที่ดี	4.02	มาก
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.ขนาดของสถานที่จัดงานฯ มีความเหมาะสม	4.17	มาก
		2.ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่จัดงานฯ	4.01	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

พฤติกรรมในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 5  
**ตารางที่ 5** พฤติกรรมในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการ

รายการ	ผู้ประกอบการ สินค้าหัตถกรรม และสินค้า OTOP		ผู้ประกอบการ ด้านท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการ สินค้าเกษตร ปลอดภัยและ เกษตรแปรรูป		ผู้ประกอบการกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560</b>								
เพิ่มช่องทางและโอกาสในการขาย	101	93.52	84	78.5	65	76.47	250	83.33
ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ	54	50	57	53.27	53	62.35	164	54.67
หาคู่ค้าทางธุรกิจ	39	36.11	28	26.17	24	28.24	91	30.33
สำรวจคู่แข่งและตลาด	31	28.7	21	19.63	17	20	69	23
แลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้าและ กลุ่มธุรกิจ	32	29.63	33	30.84	23	27.06	88	29.33
สร้างฐานข้อมูลลูกค้า	35	32.41	28	26.17	24	28.24	87	29
<b>ความถี่ในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560</b>								
1 ครั้ง	20	18.5	37	34.6	24	28.2	81	27.0
2 ครั้ง	34	31.5	34	31.8	16	18.8	84	28.0
3 ครั้ง	28	25.9	21	19.6	26	30.6	75	25.0
4 ครั้ง	26	24.1	15	14.0	19	22.4	60	20.0
<b>ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560</b>								
ไม่เกิน 5,000 บาท	73	67.6	42	39.3	38	44.7	153	51.0
5,001 – 10,000 บาท	30	27.8	43	40.2	20	23.5	93	31.0
10,001 – 20,000 บาท	5	4.6	10	9.3	10	11.8	25	8.3
20,001 – 30,000 บาท			7	6.5	6	7.1	13	4.3
30,001 – 40,000 บาท			3	2.8	3	3.5	6	2.0
40,001 – 50,000 บาท			1	0.9	3	3.5	4	1.3
50,001 บาท ขึ้นไป			1	0.9	5	5.9	6	2.0
<b>แหล่งข้อมูลข่าวสารการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป 2560</b>								
หนังสือพิมพ์/วารสาร	11	10.19	13	12.15	6	7.06	30	10
แผ่นพับ/ใบปลิว/ป้ายประชาสัมพันธ์	45	41.67	36	33.64	28	32.94	109	36.33
โทรทัศน์/วิทยุ	20	18.52	17	15.89	7	8.24	44	14.67
อินเทอร์เน็ต	24	22.22	34	31.78	33	38.82	91	30.33
เพื่อน/คนรู้จัก	55	50.93	56	52.34	48	56.47	158	52.67

ตารางที่ 5 พฤติกรรมในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการ (ต่อ)

รายการ	ผู้ประกอบการ สินค้าหัตถกรรม และสินค้า OTOP		ผู้ประกอบการ ด้านท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการ สินค้าเกษตร ปลอดภัยและ เกษตรแปรรูป		ผู้ประกอบการกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานฯ</b>								
ลูกค้าผู้บริโภค	74	68.52	73	68.22	57	67.06	204	68.00
หน่วยงานผู้จัดงาน	61	56.48	47	43.93	47	55.29	155	51.67
ครอบครัว	4	3.70	1	0.93	5	5.88	10	3.33
คู่แข่งทางการค้า	4	3.70	7	6.54	2	2.35	13	4.33
ผู้ร่วมทุน	3	2.78	5	4.67	8	9.41	16	5.33
<b>ยอดขายเฉลี่ยต่อวัน</b>								
ไม่เกิน 5,000 บาท	36	33.3	72	67.3	40	47.1	148	49.3
5,001 – 10,000 บาท	56	51.9	23	21.5	31	36.5	110	36.7
10,001 – 20,000 บาท	12	11.1	9	8.4	11	12.9	32	10.7
20,001 – 30,000 บาท	4	3.7	2	1.9	3	3.5	9	3.0
30,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0.9	0	0	1	0.3
<b>ยอดสั่งซื้อล่วงหน้าที่เกิดขึ้น</b>								
ไม่เกิน 50,000 บาท	93	86.1	86	80.4	63	74.1	242	80.7
50,001 – 100,000 บาท	14	13.0	17	15.9	18	21.2	49	16.3
100,001 – 200,000 บาท	1	0.9	3	2.8	4	4.7	8	2.7
200,001 – 300,000 บาท	0	0	0	0	0	0	0	0
300,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0.9	0	0	1	0.3

### สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รูปแบบขององค์กรธุรกิจเป็นบุคคลธรรมดา มีลูกจ้างในธุรกิจ จำนวน 1 - 9 คน และสถานประกอบการตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 พบว่าโดยภาพรวมมีผลในระดับมาก

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 คือ เพิ่มช่องทางและโอกาสในการขาย มีความถี่ในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป จำนวน 2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 ต่ำกว่า 5,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 จากเพื่อน/คนรู้จัก

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 คือ ลูกค้าผู้บริโภคร ส่วนใหญ่มียอดขายเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 5,000 บาท และส่วนใหญ่มียอดสั่งซื้อที่เกิดขึ้น ต่ำกว่า 50,000 บาท

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการทุกกลุ่มประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่จัดงานที่มีจอตรงกว้างขวาง สถานที่จัดงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และสถานที่จัดงานกว้างขวาง สะดวกสบาย ดังนั้นในการจัดงานลานนาเอ็กซ์โปหรือการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในโอกาสต่อไป ควรเลือกสถานที่จัดงานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย มีที่จอตรงเพียงพอเพื่อรองรับลูกค้า และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน

2. จากการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการทุกกลุ่มประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมากเป็นลำดับที่สอง ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านระบบการรักษาความปลอดภัย และระบบการรักษาความสะอาดภายในงานที่ดี เนื่องจากผู้ประกอบการตระหนักถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งหากไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็จะขาดความเชื่อมั่นในการเข้าร่วมงานและผู้เข้าชมงานก็จะมีไม่ความมั่นใจใจความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น การจัดงานครั้งต่อไป ผู้จัดงานควรจะเน้นในเรื่องความสะอาดและระบบการรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมงานให้มากที่สุด

3. จากการศึกษา พบว่าวัตถุประสงค์หลักในการเข้าร่วมงานของผู้ประกอบการครั้งนี้ เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสในการขายสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้บริโภคร ดังนั้น การจัดงานครั้งต่อไป ผู้จัดงานควรประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้ซื้อ/ตัวแทน ผู้ซื้อ (Buyer) ในแต่ละประเภทสินค้าร่วมเข้าชมงาน เพื่อแนวโน้มในการเพิ่มยอดขายและยอดสั่งซื้อในอนาคต

4. จากการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป 2560 จากเพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด ดังนั้น การจัดงานครั้งต่อไป ผู้จัดงานหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงาน ควรวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายๆ ช่องทางอย่างทั่วถึง และควรมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อให้ผู้ที่สนใจทั้งผู้เข้าชมงานและผู้ประกอบการที่มาจำหน่ายสินค้ารับทราบถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง

5. การจัดงานลานนาเอ็กซ์โป ในโอกาสต่อไป ควรจัดในช่วงที่ตรงกับเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวงานและจับจ่ายซื้อของฝากจากกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ได้มากขึ้น และการจัดงานในช่วงปลายเดือน ผู้บริโภครจะมีกำลังซื้อส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น รวมถึงการขยายเวลาการจัดกิจกรรมการแสดงบนเวที และกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จนถึงเวลาที่ปิดการจำหน่ายสินค้า เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมงาน และผู้ประกอบการให้ร่วมอยู่ในงานจนถึงสิ้นสุดเวลาการจำหน่ายสินค้าในทุกๆ วัน

## เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2560). โครงสร้างผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัด

ภาคเหนือตอนบน 1 ปี 2558. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.nesdb.go.th>

สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่.(2560). จำนวนผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนสมัครเข้าร่วมงานลานนาเอ็กซ์โป 2560

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่.(2560). ยอดจำหน่ายสินค้า และมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดงาน

ลานนาเอ็กซ์โป จ.เชียงใหม่

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.(2557).รูปแบบของงานแสดงสินค้า. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม

2560 , จาก <https://www.businesseventsthailand.com>

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1.(2560). ยอดจำหน่ายสินค้า และมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ของการจัดงานลานนาเอ็กซ์โป จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2560 ,

จาก <http://www.osmnorth-n1.moi.go.th>

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1.(2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

ตอนบน 1. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2560 , จาก <http://www.osmnorth-n1.moi.go.th>