

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร มีบทบาทอย่างมากต่อแวดวงธุรกิจ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานราชการ ตลอดจนพรรคการเมือง ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันและความเป็นเลิศขององค์กรธุรกิจ หรือพรรคการเมืองที่แต่ละฝ่ายจะต้องแสวงหาและจัดหากลยุทธ์ที่จะเสนอเป้าหมายของตนเอง

กิจกรรมประเภท อีเว้นท์ แอคทิวิตี (event activities) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้จะนำมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการบรรลุเป้าหมายของตน อีเว้นท์ แอคทิวิตี มีหลากหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบขึ้นอยู่กับเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลัก จะเป็นระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว ต่างก็ต้องมีกลยุทธ์ในการนำเสนอที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับว่ากลยุทธ์ของใครจะเข้าถึงและประสบความสำเร็จกว่ากัน

อีเว้นท์ แอคทิวิตี ปัจจุบันมีการทำกิจกรรมที่ต้องการหา ความแตกต่าง จุดขาย จุดเด่น เข้าหา เข้าถึง และเห็นตาม กิจกรรมดังกล่าวนี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในเชิงการตลาด การสื่อสารการตลาด การส่งเสริมการตลาดทั้งสิ้น และกลยุทธ์ดังกล่าวนี้ในวันจะมีความสำคัญต่อผู้ใช้ และผู้ที่ต้องการให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดมากขึ้นตามลำดับ ในขณะเดียวกัน อีเว้นท์ แอคทิวิตี จำเป็นที่จะต้องมีการนำเอากิจกรรมที่มีรูปแบบใหม่ โดยอาศัยการมีความคิดสร้างสรรค์ ศึกษาข้อมูลรอบด้านและการนำรูปแบบเดิมที่ประสบความสำเร็จมาดัดแปลงประยุกต์ใช้ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผู้ใช้จึงจะประสบความสำเร็จ และที่สำคัญผู้ใช้มีการวางแผนและงบประมาณที่ชัดเจนมากน้อยอย่างไร (ครุณี หิรัญรักษ์ 2549: 145)

จะเห็นได้ว่า กิจกรรมประเภท อีเว้นท์ แอคทิวิตี เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร เข้ามามีความสำคัญต่อแวดวงธุรกิจ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานราชการ ตลอดจนพรรคการเมือง ที่มีการแข่งขันเพื่อความเป็นเลิศ ดังนั้นธุรกิจที่เข้ามาส่งเสริมสนับสนุนในความเป็นเลิศขององค์กร คือ ธุรกิจบริการจัดงาน ซึ่งปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนและมีบทบาทมากขึ้นในการเพิ่มประสิทธิภาพ ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการจัดงานยังถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการจัดงานจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับงานประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ งานประชุมพนักงานขาย

เพื่อแถลงนโยบายประจำปี งานประชุมตัวแทนจำหน่ายเพื่อแถลงนโยบายประจำปี งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่สู่สาธารณะชน งานเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร งานวางแผนสื่อโฆษณา การจัดอบรมภายในองค์กร เช่น การอบรมพนักงาน แถลงนโยบาย การสาธิตผลิตภัณฑ์ การจัดงานในโครงการพิเศษต่าง ๆ เช่น งานเลี้ยงครบรอบเนื่องในโอกาสต่าง ๆ งานเลี้ยงขอบคุณ

จังหวัดเชียงใหม่ ถือว่าเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจในทุก ๆ ด้านของทางภาคเหนือ จะเห็นได้จากแนวโน้มการลงทุน จากศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ ที่ 1 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกระทรวงอุตสาหกรรม จากสถิติจำนวนโครงการลงทุนที่แสดงยื่นขอรับการส่งเสริมในช่วงปี 2549 มีทั้งสิ้น 54 โครงการ เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ที่มีจำนวน 33 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.3 สำหรับมูลค่าการลงทุนในปี 2549 มีมูลค่ารวม 7,043.4 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 6,212.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 13.22 และเกิดการจ้างงานกว่า 6,545 คน สำหรับแนวโน้มการลงทุนในภาคเหนือตอนบนปี 2550 ขนาดของการลงทุนในพื้นที่ ยังคงเป็นโครงการขนาดเล็กและกลางเป็นหลัก ในส่วนของผู้ประกอบการไทย จะเป็นการลงทุนในโครงการด้านเกษตรและอุตสาหกรรมบริการ ในส่วนของนักลงทุนต่างชาติ จะเป็นการขยายการลงทุนและมีการลงทุนใหม่ในอุตสาหกรรมการแปรรูปชิ้นส่วน โลหะ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กิจการซอฟต์แวร์ และพลาสติก การลงทุนขยายการผลิตของกิจการเดิมในพื้นที่ ยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือพื้นที่เต็มหมดแล้วอาจมีผลต่อการตัดสินใจโดยเฉพาะสำหรับนักลงทุนต่างชาติที่ต้องการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน , 2549)

จากรายงานเศรษฐกิจและการเงินภาคเหนือปี 2549 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ โดยรวมขยายตัวเล็กน้อย แต่ภาคบริการขยายตัวชัดเจนตามฤดูกาลท่องเที่ยว และการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติ “ราชพฤกษ์ 2549” โดยด้านอุปทาน รายได้ของเกษตรกรขยายตัวจากปัจจัยด้านราคา ผลผลิตอุตสาหกรรมขยายตัวในอัตราชะลอตัว ส่วนภาคบริการเร่งตัวตามฤดูกาลประกอบกับได้รับผลดีจากงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติ “ราชพฤกษ์ 2549” ด้านอุปสงค์ การอุปโภคบริโภคขยายตัวจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ขณะที่การส่งออกลดลงจากการชะลอตัวของการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไฟฟ้า และการย้ายพิธีการส่งออกไปส่วนกลาง แต่การนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการผลิตเพิ่มขึ้น การลงทุนยังคงลดลงแต่ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน อัตราเงินเฟ้อทั่วไปชะลอตัว ส่วนเงินฝากและสินเชื่อทรงตัว ภาวะเศรษฐกิจการเงินภาคเหนือขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยด้านอุปทาน เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของราคาพืชหลักเป็นสำคัญ ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวดีทั้งการผลิตเพื่อการส่งออก

และบริโภครายในประเทศโดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และน้ำตาล ขณะที่ภาคบริการขยายตัวจากการจัดงานพีชสวนโลก ด้านอุปสงค์ การอุปโภคบริโภคภาคเอกชนชะลอตัว แต่กระตือรือร้นในช่วงปลายปีตามภาคบริการ ด้านการส่งออกและนำเข้าชะลอตัว ส่วนการลงทุนหดตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน ดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับปีก่อน สำหรับเงินฝากและสินเชื่อขยายตัวในอัตราชะลอตัว (ดูตารางที่ 1 ประกอบ)

ตารางที่ 1 รายงานเศรษฐกิจและการเงินภาคเหนือ ปี 2549

	หน่วย	2547	2548	2549
1. ภาคการเกษตรภาคเหนือ				
- ผลผลิตรวม	เมตริกตัน	8,499,994	8,682,450	8,730,471
		(-3.6)	(2.1)	(0.6)
2. ภาคอุตสาหกรรมภาคเหนือ				
- มูลค่าส่งออกกนิคมอุตสาหกรรม 1/	ล้าน	1,589.1	1,712.8	1,951.9
	ดอลลาร์	(25.5)	(7.8)	(14.0)
- ภาษีมูลค่าเพิ่มหมวดอุตสาหกรรม 2/	USA	1,123.6	1,873.2	2,568.0
	ล้านบาท	(13.7)	(66.7)	(37.1)
หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตรา การเปลี่ยนแปลงร้อยละจาก ระยะเดียวกันปีก่อน				
3. ภาคบริการ ภาคเหนือ				
- ภาษีมูลค่าเพิ่มประเภทโรงแรมและ ภัตตาคาร	ล้านบาท	253.9	272.4	304.6
		(18.2)	(7.3)	(11.8)
หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตรา การเปลี่ยนแปลงร้อยละ จากระยะเดียวกันปีก่อน				

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	หน่วย	2547	2548	2549
4. การอุปโภคภาคเอกชน				
- ภาษีมูลค่าเพิ่ม 1/	ล้านบาท	4,993.3 (11.9)	6,464.4 (29.5)	7,847.1 (21.4)
สินเชื่อนานาชาติพาณิชย์				
- เพื่อการบริโภคส่วนบุคคล	ล้านบาท	46,696 (5.3)	60,809 (30.2)	72,601 (19.4)
- เพื่อการขายส่ง/ขายปลีก	ล้านบาท	68,159 (9.2)	73,628 (8.0)	79,630 (8.2)
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละจากระยะเดียวกันปีก่อน				
5. การลงทุนภาคเอกชน				
- การส่งเสริมการลงทุนจาก BOI (ได้รับอนุมัติ) จำนวนเงินลงทุน	โครงการ ล้านบาท	73 13,292.7 (88.2)	56 9,802.3 (-26.3)	56 5,943.1 (-39.4)
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละจากระยะเดียวกันปีก่อน				
6. การค้าต่างประเทศ				
- มูลค่าสินค้าส่งออกผ่านศุลกากร	ล้านบาท	86,789.5 (24.5)	99,192.5 (14.3)	100,789.5 (2.3)
- มูลค่าสินค้านำเข้า	ล้านบาท	54,584.8 (17.1)	61,809.4 (13.2)	65,884.8 (6.6)
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละจากระยะเดียวกันปีก่อน				

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	หน่วย	2547	2548	2549
7. ภาคการเงิน				
- เงินฝากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 587 สาขา	พันล้านบาท	297,567.0	312,509.0	328,705.0
- สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ จำนวน 587 สาขา	ร้อยละ	72.2	80.1	83.5

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ (2549)

ปี 2549 คาดว่าภาวะเศรษฐกิจด้านการเงินภาคเหนือจะขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน โดย ด้านอุปทาน เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของราคาพืชหลักเป็นสำคัญ ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวดี ทั้งการผลิตเพื่อส่งออกและบริโภคภายในประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และน้ำตาล ขณะที่ภาคบริการขยายตัวดีโดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติ “ราชพฤกษ์ 2549” ด้านอุปสงค์ การอุปโภคภาคเอกชนชะลอลง แต่กระเตื้องขึ้นในช่วงปลายปีตามภาคบริการ ด้านการส่งออกและนำเข้าชะลอตัว ส่วนการลงทุนอยู่ในเกณฑ์ซบเซาเมื่อเทียบกับปีก่อน ดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับปีก่อน สำหรับเงินฝากและสินเชื่อของสถาบันการเงินสำคัญในภาคเหนือขยายตัวในอัตราชะลอลง

แนวโน้มเศรษฐกิจของภาคเหนือ ปี 2550 จะขยายตัวในทิศทางเดียวกับประเทศ โดยมีปัจจัยบวกหลายประการ ได้แก่ รายได้เกษตรกร จะยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยผลผลิตข้าวนาปรังปี 2550 จะได้ผลดีจากปริมาณน้ำที่เอื้ออำนวย ส่วนผลผลิตพืชเกษตรอื่น ๆ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นโดยอ้อยไม่ ประสบปัญหาภัยแล้งเช่นปีก่อน ส่วนมันสำปะหลัง กระทบ หอมหัวใหญ่ ราคาปีก่อนสูงใจให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูก ทางด้านราคาพืชผลสำคัญ ปี 2550 มีแนวโน้มชะลอตัวตามราคาคาตลาดโลก ทางด้านภาคอุตสาหกรรมยังขยายตัวโดยอุตสาหกรรมส่งออก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง ขณะที่การผลิตเพื่อส่งออกและบริโภคในประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมน้ำตาล ผลผลิตเพิ่มขึ้นตามปริมาณอ้อยที่เพิ่มขึ้นมาก ภาคบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ จะได้รับประโยชน์จากการเปิดโรงแรมระดับ 5 ดาวหลายแห่ง โดยจะเปิดเพิ่มอีกในปี นี้ จะมีส่วนช่วยส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเหนือได้มาก ทางด้านการใช้จ่ายภาคเอกชนและการลงทุนภาคเอกชน โดยเฉพาะการก่อสร้างที่มีปัจจัยลบจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่อ่อนตัว แรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่ลดลงชัดเจน รวมทั้งอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มลดลง น่าจะมีส่วนช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายและการลงทุนได้มาก

จากภาวะเศรษฐกิจและการเงินของภาคเหนือทำให้จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเป็นศูนย์กลางในด้านต่าง ๆ ของภาคเหนือ ภาคธุรกิจหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้กับภาวะเศรษฐกิจและการเงิน คือผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ต้องแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ได้รับผลตอบแทนสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ในภาวะเศรษฐกิจและการเงินที่ขยายตัวน้อย ส่งผลให้ธุรกิจบริการจัดงาน เข้ามามีบทบาทในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายและการออกบูทแสดงสินค้าเพื่อสร้างการตอบสนองและยอมรับในแบรนด์ของสินค้า ต่อประชาชนทั่วไป ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจบริการจัดงาน เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกและจัดการวางแผนการจัดกิจกรรมของธุรกิจอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

ธุรกิจบริการจัดงาน ดำเนินธุรกิจด้านการส่งเสริมการขาย การตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสินค้าหรือบริการต่าง ๆ มีลักษณะเป็น (one stop service) คือลูกค้าที่มาใช้บริการมีความต้องการจะให้ทำงานแบบไหนก็สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจรมีหลากหลายแนวทาง หลากหลายกลยุทธ์ ในการจัดการระหว่างสินค้าและบริการกับกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมาย แต่ที่สุดแล้วการจัดงานอีเว้นท์ต่าง ๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ การตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญในตัวสินค้าและบริการ ตลอดจนส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ตามแนวทางของตลาดที่ต้องการสินค้าโดยกระตุ้นให้สินค้าเป็นที่ยอมรับสูงสุดจากประชาชนจากการนำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากสื่อจำพวกภาพและเสียง ยังรวมไปถึง แสง เสียง การจัดเวที รูปแบบการแสดงบนเวที เทคนิคกลไกต่าง ๆ เช่น จอหมุน ฉากเลื่อน การปล่อยหมอก ปล่อยควัน การปล่อยกระดาษสี การยิงเลเซอร์เป็นรูปลักษณะต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเทคนิคในการส่งเสริมในธุรกิจให้มีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น และเนื่องจากปัจจุบันธุรกิจบริการจัดงาน ได้รับความนิยม มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีผู้เข้ามาดำเนินธุรกิจบริการจัดงานเป็นจำนวนมาก รวมถึงผู้ประกอบการรายเดิมที่มีอยู่แล้วได้ขยายงานเพิ่มให้ครบวงจรตามความต้องการของลูกค้า และผู้ประกอบการรายใหม่ที่เริ่มเข้าสู่ธุรกิจ หรือจากคู่แข่งทางอ้อมที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจบริการจัดงานโดยตรง แต่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่งของการจัดงาน ทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้สูงขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงานของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนางานธุรกิจบริการจัดงาน วางแผนกลยุทธ์ และประยุกต์รูปแบบการนำเสนองานให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและตอบ โจทย์ที่ลูกค้ากำหนดได้ รวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมอีเว้นท์ ในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีมาตรฐาน ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการและบริหารงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสม สื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการในการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาของผู้ประกอบการในการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยในครั้งนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาของผู้ประกอบการ ในการเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่
4. ผลจากการวิจัย สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับธุรกิจบริการจัดงานนำไปวางแผนกลยุทธ์และประยุกต์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษา “การเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคล ที่ตั้งอยู่ปี พ.ศ. 2549
2. ขอบเขตด้านประเภทธุรกิจที่ทำการศึกษา “ธุรกิจบริการจัดงาน ” หรือ “ Event Organizer”

นิยามศัพท์

“ธุรกิจบริการจัดงาน” หรือ **“Event Organizer”** หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขาย การตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสินค้าหรือบริการต่าง ๆ มีลักษณะเป็น (one stop service) คือลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความต้องการจะให้ทำงานแบบไหนก็สามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร (พนารัตน์ ลิ้ม 2549: 152)

“ผู้ประกอบการ” หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจเป็นของตนเอง มีการวางแผนดำเนินงานที่สร้างคุณค่าและคุณประโยชน์กับผู้บริโภค ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยขอรับความเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อหวังผลกำไร (ชนินทร์ หุณหพันธ์รักษ์ 2544: 6) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคลที่ยังคงอยู่ ปีพ.ศ. 2549 โดยนำข้อมูลผู้ประกอบการมาจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า