

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ออกงานแสดงสินค้าที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเจรจา
ธุรกิจระดับนานาชาติสำหรับธุรกิจอาหารและการบริการ

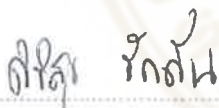
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2568



นางสาวชิตา คงทวีสมบัติ
ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริสุข รักถิ่น,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ธานุศักดิ์,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์



รองศาสตราจารย์ปรารณา ปุณณกิติเกษม,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ สติมานนท์,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

การศึกษาความพึงพอใจของผู้จัดงานแสดงสินค้าที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจระดับนานาชาติสำหรับธุรกิจอาหารและการบริการ

A STUDY OF EXHIBITOR SATISFACTION AT THE INTERNATIONAL TRADE EXHIBITION AND BUSINESS MATCHING FOR FOOD AND HOSPITALITY INDUSTRIES

ชิสา คงทวีสมบัติ 6650184

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ รัตนศักดิ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ สติมานนท์, Ph.D.

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้จัดงานแสดงสินค้าที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจระดับนานาชาติสำหรับธุรกิจอาหารและบริการ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและผลประโยชน์ที่คาดหวังจากการเข้าร่วมงานดังกล่าว การวิจัยนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้จัดงานจำนวน 22 ราย ซึ่งครอบคลุมทั้งบริษัทมหาชนและธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมอาหารและบริการ ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า งานแสดงสินค้ายังคงเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่างไรก็ตาม ผู้จัดงานต้องเผชิญกับความท้าทาย เช่น ต้นทุนที่สูงขึ้น การลดลงของคุณภาพและจำนวนผู้เข้าชมงาน รวมถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 งานวิจัยนี้ยังเสนอแนวทางสำหรับผู้จัดงานแสดงสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงาน เช่น การพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ควบคู่กับงานแสดงสินค้า การคัดเลือกผู้เข้าชมที่มีคุณภาพ การกำหนดแพ็คเกจราคาที่เหมาะสมสำหรับ SMEs และการออกแบบพื้นที่จัดงานให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้เข้าชม

คำสำคัญ : งานแสดงสินค้า / อุตสาหกรรมอาหาร / พฤติกรรมผู้จัดงาน / กลยุทธ์การตลาด