

## รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจงานวิวาห์ครบวงจร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี The business models and strategies of one stop wedding service at Tha Yang, Phetchaburi.

พิทักษ์ สิริวงศ์<sup>1</sup>, ชนิกา ลิ้มธนาภรณ์<sup>2</sup>, จิราวรรณ สุวรรณเจริญ<sup>2</sup>, ขวัญทิศา พิภพชาติ<sup>2</sup>

Phitak Siriwong<sup>1</sup>, Chanika Limtanapom<sup>2</sup>, Jirawan Suwanjarean<sup>2</sup>, Khwantiwa Piwpard<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการร้านวิวาห์ครบวงจร และผู้ใช้บริการจัดงานวิวาห์ แห่งหนึ่งในอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจงานวิวาห์ครบวงจรแห่งหนึ่ง 2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจงานวิวาห์ครบวงจรแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจจัดงานวิวาห์ครบวงจรเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้หมุนเวียนในกิจการอย่างสม่ำเสมอ มีความเสี่ยงน้อย ได้รับความสนใจจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก และเป็นธุรกิจที่สามารถคืนทุนได้เร็ว มีการสร้างความต่างจากคู่แข่งชั้นในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การตกแต่งสถานที่ ความเอาใจใส่ในการบริการ และการพูดแบบปากต่อปากเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้นเพราะสามารถแก้ไขได้

คำสำคัญ : วิวาห์ , ครบวงจร , การบริการ

### Abstract

This qualitative research was conducted by in-depth interviews. The study was conducted on 17 people of one-stop service wedding shop entrepreneurs and users of this service in Tha Yang, Phetchaburi Province. The objectives of this research were to study the business models and strategies of one stop wedding service and the problems and obstacles of business management. The results found that one stop service wedding business consistently made money in the business cycle, low risk, and high attention from customers and quickly return on investment. The business could create differentiate in product, price, nice place and good service. They used word of mouth strategy to promote the business. It had a few problems and could be solved.

Keywords : Wedding , One stop service and service

<sup>1</sup> สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โทร. 0-890-7470-74  
E-mail: innjun@yahoo.com

<sup>2</sup> สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โทร. 0-839-8289-63  
E-mail: sushi\_fuja@hotmail.com

<sup>1</sup> Major of Community Management, Slipakorn University Petchaburi IT Campus Tel: 0-890-7470-74 E-mail: innjun@yahoo.com

<sup>2</sup> Major of Marketing, Slipakorn University Petchaburi IT Campus Tel: 0-839-8289-63 E-mail: sushi\_fuja@hotmail.com

## บทนำ

การตลาดยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ส่งผลให้นักการตลาดต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งโดยหลักการแล้วธุรกิจทั่วไปยังคงมีการอาศัยหลักการสำคัญของส่วนผสมการตลาดเป็นปัจจัยประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ แต่ในกรณีธุรกิจผู้รับจัดการงานซึ่งจัดเป็นธุรกิจการให้บริการซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าทั่วไปตามแนวคิดการตลาด Philip Kotler จึงต้องมีการพิจารณาการดำเนินงานและวางแผนโดยใช้ส่วนประกอบการตลาดบริการ 7 P's คือสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรที่ให้บริการ ขั้นตอนของการให้บริการ รวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กรหรือการสร้างหลักฐานทางกายภาพเป็นองค์ประกอบในการสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งชั้นเพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางด้านธุรกิจและการดำเนินงานด้านบริการของตน (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2548: 14-15, 52-56) ส่วนประสมทางการตลาดด้านให้บริการครบวงจรมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานมาก คือการที่ผู้รับจัดการงานในทุกด้านโดยมีรูปแบบของบริการย่อยที่เลือกใช้คือ บริการในการจัดหาและประสานงานด้านสถานที่จัดงาน (อารยา ปัญญาภูวัฒน์, 2552)

ความน่าสนใจของการจัดงานแต่งงานนั้นคือความชัดเจนด้านวัฒนธรรมจึงทำให้มีประเด็นด้านวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดงานแต่งงานหรือพิธีมงคลสมรสซึ่งเป็นกระบวนการที่มีพิธีและรายละเอียดเป็นอย่างมาก จึงเป็นข้อได้เปรียบของผู้รับจัดการงานที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้ว่ารายละเอียดในการจัดงานนั้นครบถ้วนและถูกต้องตามประเพณีดั้งเดิม และในขณะเดียวกันจากวัฒนธรรมการจัดงานฉลองมงคลสมรสหรืองานฉลองแต่งงานในรูปแบบการจัดเลี้ยงอาหารค่ำ งานแต่งงานเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทผู้รับจัดการงานทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ประกอบกับการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ทำให้ผู้รับจัดการ

งานต้องหาความแตกต่างเพื่อสร้างจุดขายให้กับลูกค้า โดยเฉพาะคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่อยู่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539)

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจงานวิวาห์ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนางานธุรกิจรับจัดงานแต่งงาน รวมถึงการวางแผนธุรกิจผู้รับจัดการงาน และเพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการในการประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและรูปแบบการนำเสนองานให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถพัฒนาช่องทางการตลาดในด้านใหม่ ๆ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจงานวิวาห์ครบวงจร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจงานวิวาห์ครบวงจร

## วิธีการศึกษา

### 1. ขอบเขตของการศึกษา

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจัดงานวิวาห์ครบวงจรแห่งหนึ่ง และผู้ใช้บริการจัดงานวิวาห์ครบวงจร ขอบเขตด้านสถานที่สถานที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ธุรกิจรับจัดงานวิวาห์ครบวงจรแห่งหนึ่ง ในพื้นที่อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

#### ขอบเขตด้านเวลา

เวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ช่วงเวลาเปิดและปิดของร้าน ตั้งแต่ 9.00 น.-20.00 น.

### 2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ภาคสนาม (field research) เพื่อเก็บ

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบที่ตั้งและลักษณะการดำเนินงานของการจัดงานวิวาร์ จากนั้นจึงเก็บข้อมูลเชิงลึก (Interview) การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 7 คน ณ สถานที่ประกอบกิจการรับจัดงานวิวาร์ครบวงจร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

### 3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเองจากกรอบแนวคิดด้านการตลาดบริการ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คนตรวจสอบเนื้อหา รูปแบบ และความเหมาะสมของคำถามจาก ในการวิจัยในครั้งนี้

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบแนวทางการสัมภาษณ์ด้านการตลาดบริการ 2. สมุดจดบันทึก 3. เครื่องบันทึกเสียง 4. การเสวนากับผู้ให้คำปรึกษา 5. ผู้ให้บริการ 6. ผู้วิจัย 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากบทสัมภาษณ์ที่ได้และนำมาสรุปเป็นประเด็น จัดตามหมวดหมู่เพื่อนำไปวิเคราะห์สรุปผล

### ผลการศึกษา

การศึกษาการวิจัยรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจงานวิวาร์ครบวงจร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ แห่งหนึ่งในอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

ความเป็นมาของการดำเนินธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า เจ้าของธุรกิจธุรกิจจัดงานวิวาร์ครบวงจรประกอบธุรกิจนี้เป็นอาชีพเสริม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการทุกวันงานสามารถจัดการได้ล่วงหน้าโดยการแบ่งงานให้แก่พนักงานแต่ละฝ่ายรับผิดชอบ แต่เดิมประกอบธุรกิจเป็นร้านดอกไม้จึงมีความรู้และโอกาสพบกับลูกค้าหลากหลายจึงทำให้พบว่าลูกค้ามีความต้องการสินค้าประเภทนี้ด้วยและยังเพิ่ม

ยอดให้แก่ธุรกิจเดิมได้อีกด้วย ในการดำเนินธุรกิจจึงทำให้ทราบว่าธุรกิจจัดงานวิวาร์เป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมจากลูกค้ามากขึ้น การลงทุนที่ไม่มากและสามารถคืนทุนได้เร็ว

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจจัดงานวิวาร์ครบวงจร จากการสัมภาษณ์ธุรกิจจัดงานวิวาร์ครบวงจร พบว่า มีลักษณะการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการบริหารงานแบบครอบครัว มีเจ้าของกิจการ 1-2 คน และเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารจัดการธุรกิจ แบ่งหน้าที่เป็นแผนกดอกไม้ และแผนกชุดแต่งงาน มีพนักงานจำนวนไม่มาก โดยเน้นความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการมากนัก แต่พนักงานให้ความเคารพและเชื่อฟังต่อเจ้าของกิจการมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นญาติพี่น้องและคนรู้จักในท้องถิ่น

สินค้าและบริการ จากการศึกษารูปแบบการจัดงานวิวาร์ครบวงจร พบว่า มีการให้บริการการจัดดอกไม้ในสถานที่ จัดพิธีการต่างๆ ขนมนมจลต่างๆ ชุดเจ้าบ่าวเจ้าสาวมีทั้งแบบไทย สากล และแบบนานาชาติ ของชำร่วย บัตรเชิญ ถ่ายภาพ ส่วนใหญ่สินค้าทางร้านให้บริการเอง โดยการจัดแต่งสถานที่ขึ้นกับแนวคิดของลูกค้าว่าต้องการจัดงานแต่งงานแบบไหน ชอบดอกไม้สีอะไร รูปแบบไหน แต่โดยทั่วไปนิยมจัดสีขาว-เขียว เพราะเป็นสีที่เรียบร้อย หรูหรา แต่เมื่อเวลาถ่ายรูปออกมาไม่สดใส ส่วนสำหรับลูกค้าที่ต้องการสีสดใสและแนะนำให้จัดโทนสีแดง-ชมพู หรือ สีเหลือง-ส้ม สามารถสร้างความรื่นเริงและมีชีวิตชีวา โดยลูกค้าสามารถให้ทางร้านจัดได้ทั้งพิธีงานหมั้น ชันหมาก พิธีรดน้ำสังข์ งานเลี้ยงกลางวันและงานเลี้ยงกลางคืน ซึ่งถูกต้องตามขนบธรรมเนียมประเพณี ส่วนเรื่องพานขันหมากรับมาจากผู้ชำนาญของการจัดขบวนขันหมากโดยเป็นผู้ที่มีความรู้และถนัดในเรื่องประเพณี สำหรับชุดแต่งงานลูกค้าสามารถเช่าโดยผู้ประกอบการตัดชุดใหม่แล้วนำมาให้ลูกค้าเช่าไม่เกิน 5 ครั้งและขายต่อให้แก่ร้านตามชนบทหรือร้านรับซื้อชุดมือสอง และชุดสั่งตัดพิเศษตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีทั้งชุดไทย ชุดงานกลางคืน และชุดนานาชาติต่างๆ

การตั้งราคา จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการพบว่า เจ้าของกิจการต้องการให้บริการลูกค้าหลากหลายรูปแบบ แต่ต้องการเป็นหนึ่งเดียวในการให้บริการเรื่องการจัดงานแต่งงาน จึงได้มีการจัดเป็นทั้งรายการเหมารวมครบวงจรและการให้บริการเฉพาะอย่าง เพราะลูกค้ามีกำลังในการซื้อที่แตกต่างกัน ความต้องการของสินค้า และ ลักษณะงานก็ไม่เท่ากัน ทำให้เจ้าของกิจการได้วางตำแหน่งทางการตลาดของตนไว้ระดับปานกลาง และมีการตั้งราคาที่ใกล้เคียงกับร้านให้บริการชุดเจ้าสาว-เจ้าสาวและร้านจัดดอกไม้ในบริเวณใกล้เคียง โดยกำหนดแบบรายการเหมารวมเริ่มที่ราคาตั้งแต่ 15,000-40,000 บาท ภายในรายการเหมารวมมีความแตกต่างกันไปซึ่งประกอบด้วย บัตรเชิญ ของชำร่วยภาพถ่าย ชุดสำหรับถ่ายภาพ แต่งหน้า ทำผมสำหรับถ่ายภาพ ภาพขยายพร้อมกรอบรูป สมุดใส่รูป ชุดไทยสำหรับใส่ในวันงาน ชุดราตรีสำหรับใส่ในวันงานพร้อมเครื่องประดับทั้งเจ้าสาวและเจ้าสาวดอกไม้ชุดรดน้ำสังข์ ดอกไม้ในสถานที่จัดงานกินเลี้ยงกลางวันและงานกินเลี้ยงกลางคืน ราคาขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ ประเภทของดอกไม้และลักษณะของงาน สำหรับราคาเฉพาะชุดเจ้าสาว-เจ้าสาวขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าต้องการเช่า ตัดเช่า หรือสั่งตัดเฉพาะ สำหรับราคาเช่าชุดเริ่มที่ 2,000-3,500 บาท ส่วนตัดเช่าและตัดพิเศษเฉพาะขึ้นอยู่กับเนื้อผ้าและลักษณะพิเศษของชุดโดยเริ่มต้นที่ราคา 10,000 บาทหากเป็นชุดที่อยู่ในนิตยสารจะมีราคาที่สูงกว่าชุดที่ออกแบบเอง โดยทางร้านต้องมีต้นทุนในการซักรีดที่ราคา 150 บาทขึ้นไปต่อชุด เพราะเป็นชุดที่ต้องซักมือไม่สามารถนำมาซักเครื่องได้ สำหรับดอกไม้ตั้งราคาตามความยากง่ายของงานและชนิดของดอกไม้เป็นหลัก ไม่เพียงแค่อัดในงานวิวาห์แต่ในงานต่างๆเช่นงานศพ งานบวช และงานอื่นๆ ก็มีอัตรากำหนดราคาเดียวกัน ส่วนการจัดในสถานที่ไกลๆ ไม่เก็บค่าเดินทางแต่บวกเพิ่มไปในตัวของสินค้าเอง จากการศึกษาพบว่ามีการขึ้นตำต่องานประมาณ 10,000-20,000 บาท จากการคำนวณของเจ้าของกิจการทำให้ประมาณได้ว่าสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี แต่ด้วยผลตอบรับที่เป็นตามคาดจึงสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาที่กำหนด

การเลือกสถานที่ ผู้ประกอบการตั้งร้านในบริเวณแหล่งชุมชน ใกล้ตลาดในอำเภอท่าม่วง เพราะเป็นที่สะดวกของลูกค้าและลูกค้าเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก เป็นพื้นที่เหมาะสมในการดำเนินกิจการ ประกอบกับแต่เดิมเป็นธุรกิจร้านดอกไม้ทำให้มีฐานลูกค้ารายเก่าเดิมมาจากร้านดอกไม้ สำหรับสถานที่ในการจัดงานเลือกหาสถานที่ตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยลูกค้านิยมเลือกใช้สถานที่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัยและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ชายทะเล ส่วนราชการ วังบ้านปืน วังมฤคทายวัน รีสอร์ท & สปา โรงแรม เป็นต้น ซึ่งบางสถานที่อาจมีการเก็บค่าใช้จ่าย บางสถานที่ก็ไม่เสียค่าใช้จ่าย สำหรับลูกค้าที่ต้องการจัดต่างจังหวัดขึ้นอยู่กับระยะทางที่สามารถไปได้ ต้องไม่ไกลมาก เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดราชบุรี และจังหวัดนครปฐม เป็นต้น โดยผู้ประกอบการมีสถานที่จัดงานที่ทำร่วมกัน เช่น รีสอร์ททุ่งกาน้ำ & สปา ที่อำเภอแก่งกระจาน โรงแรมเอวาซอน อำเภอปราณบุรี โรงแรมโดมอนต์ จังหวัดเพชรบุรี โรงแรมริเวอร์ จังหวัดนครปฐม ทางผู้ประกอบการนำเสนอให้แก่ลูกค้าที่ยังไม่มีสถานที่ ซึ่งได้รับความนิยมจากลูกค้ามาก นอกจากนี้ยังมีการรับงานจากผู้รับจัดการงานกรุงเทพฯมาจัดงานบริเวณนี้ และมาติดต่อให้ทำงานคู่กัน จากการได้ศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการไม่ต้องการขยายสาขาเพราะไม่สะดวกในการเดินทางไปที่ต่างๆ และต้องจำเป็นหาคนที่สามารถไว้ใจได้ในการรับงานและดูแลร้าน ซึ่งอาจส่งผลต่อการขึ้นราคา ส่งผลทำให้ลูกค้าคิดว่าร้านนี้มีราคาแพงและส่งผลต่อร้านเก่าหรือชื่อร้าน

การส่งเสริมการขาย เจ้าของร้านเน้นการจัดร้านให้ดูดีเปลี่ยนทุกสัปดาห์ โดยส่วนเฉพาะหน้าร้านที่แสดงสินค้าไว้ เพื่อดึงดูดความสนใจของคนผ่านไปมา ในช่วงแรกของการเปิดกิจการเจ้าของกิจการได้โฆษณาทางคลื่นวิทยุท้องถิ่นจำนวน 1 คลื่น มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเดือนละ 2,000 บาท เป็นระยะเวลา 3-4 เดือน เมื่อลูกค้าเริ่มรับรู้โดยได้สอบถามจากลูกค้าจึงได้ยกเลิก โดยส่วนใหญ่เจ้าของกิจการอาศัยการโฆษณาแบบปากต่อปากของผู้ที่เคยมาใช้บริการมาเป็นการช่วยโฆษณาแทน เพราะเจ้าของกิจการเน้นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าและการบริการเป็นกันเอง ทำให้ลูกค้า

เกิดความประทับใจและมีการแนะนำกันต่อไปในทางด้านการตลาดได้เรียกสิ่งที่เกิดขึ้นนี้ว่า Word of Mouth หรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับการแนะนำมาจากคนรู้จัก เจ้าของกิจการจึงใช้การแจกนามบัตร แผ่นพับรายการสินค้า และมีการจัดทำเว็บไซต์เป็นของร้าน เจ้าของร้านเน้นส่งเสริมการขายด้านราคาโดยจัดทำเป็นแบบรายการเหมารวมเพราะราคาถูกกว่าแยกที่ละรายการเพราะผู้ประกอบการเชื่อว่าถ้าลดราคาแล้วไม่สามารถขึ้นราคาได้อีก สำหรับเดือนช่วงความนิยม และเดือนที่ไม่นิยม จะไม่เน้นการลดราคาแต่จะแถมกรอบรูป หรือ จากถ่ายปกติชุดเดียวเพิ่มเป็นถ่ายให้ 2 ชุด ราคาทุกอย่างสามารถมีการต่อรองกันได้ตามความเหมาะสม นอกจากนี้เจ้าของร้านยังมีการให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับบริการงานวิวาห์ เช่น ใต้เงิน สถานที่จัดงาน เป็นต้น โดยมีเบอร์โทรศัพท์ให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของลูกค้าด้วยความเป็นกันเอง เอาใจใส่และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจรจึงทำให้เป็นการสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

พนักงาน จากการศึกษาพบว่า ในธุรกิจรับจัดงานวิวาห์ครบวงจรแบ่งเป็นร้านชุดแต่งงานและร้านดอกไม้โดยมีพนักงานประจำอย่างละ 1 คนมีเป็นคนรู้จักหรือญาติพี่น้องที่ไว้วางใจได้ เพราะต้องดูแลความสะอาดและความเรียบร้อยทั้งบริเวณภายในและภายนอกของร้านด้วย เริ่มทำงานตั้งแต่ 08.00 น. ถึง 17.00 น. อัตราเงินเดือน 8,000 บาทต่อเดือน ไม่รวมส่วนแบ่งตามงานต่างๆ โดยมีวันหยุดสัปดาห์ละ 1 วัน สำหรับในช่วงเทศกาลงานจะเยอะ ไม่มีวันหยุด จากการศึกษาพบว่า สำหรับธุรกิจนี้ลูกค้ามีการใช้บริการไม่บ่อยนัก ขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลต่างๆ จึงไม่สามารถรับพนักงานจำนวนมากได้ แต่ถ้ามีงานเข้ามามากพนักงานมักไม่เพียงพอ มีการรับพนักงานไม่ประจำ แต่ต้องมีการเรียนรู้งาน มีความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับการจัดดอกไม้ เพราะงานจัดดอกไม้เป็นสิ่งที่ต้องมีความประณีตมาก ไม่เช่นนั้นทำให้เกิดความเสียหายได้ แต่สำหรับพนักงานที่ไม่มีประสบการณ์มีการเรียนรู้งานประมาณ 1 เดือนจึงสามารถเริ่มทำงานได้ ค่าจ้างให้เป็นส่วนแบ่งตามงาน คิดเฉลี่ยคนละ 7,000 บาทต่อเดือน โดย

หากไม่มีงานที่ร้าน พนักงานก็จะรับงานนอกอื่นๆ ก่อนการรับงานเจ้าของร้านต้องพิจารณาถึงความสามารถในการจัดงาน กำลังคน เวลา และข้อจำกัดของสถานที่ หลักฐานทางกายภาพ จากการศึกษาธุรกิจรับจัดงานวิวาห์ พบว่า ร้านรับจัดงานวิวาห์ต้องสร้างความน่าสนใจ สร้างจุดเด่นของร้าน มีความทันสมัย ความสะอาด และมีความโดดเด่น ประกอบกับความเอาใจใส่ เป็นกันเอง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยจากการศึกษา พบว่า เจ้าของกิจการได้มีการจัดจำลองหุ่นและสถานที่หน้าร้านจำลอง โดยทำการเปลี่ยนทุกๆ เดือน

การบริการ จากการศึกษาธุรกิจรับจัดงานวิวาห์ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการอายุระหว่าง 20-40 ปี ส่วนใหญ่มักเป็นคู่ทั้งชายและหญิง เมื่อเข้ามาในร้านพนักงานจะทักทายลูกค้าด้วยการไหว้ และจะถามความต้องการของลูกค้าด้วยความเป็นกันเอง เพื่อที่สามารถคิดสรรสินค้าที่เหมาะสมนำเสนอให้แก่ลูกค้าได้ พนักงานนำสมุดใส่รูปชุดแต่งงานและแบบการจัดสถานที่ บัตรเชิญ มาให้เลือก เมื่อลูกค้าตกลงในการใช้บริการพนักงานจะสอบถามถึงสถานที่ รูปแบบการจัดงาน และลูกค้าต้องการแบบไหน จะมีการออกแบบให้ลูกค้าดู เพื่อให้ลูกค้าพอใจก่อนลงมือปฏิบัติ เมื่อลูกค้าตกลงงานต้องทำการมัดจำ 30% ของราคางาน สำหรับส่วนที่เหลือจ่ายภายหลังเสร็จงาน สำหรับระยะเวลาในการเช่าชุดเจ้าบ่าว-เจ้าสาว มารับชุดก่อนวันงาน 2 วัน และนำมาคืนหลังวันงานไม่เกิน 3 วัน ส่วนสถานที่ขึ้นอยู่กับขนาดงาน หากงานขนาดใหญ่จะต้องเตรียมงานก่อนถึงวันงานประมาณ 1 วัน แต่ถ้าหากเป็นงานที่จัดในโรงแรมต้องมีการจัดภายในระยะที่กำหนด การชำระเงินเป็นเงินสดเท่านั้น โดยหากลูกค้าทำชุดเสียหายก็มีการปรับตามความเหมาะสม

### ปัญหาและอุปสรรค

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เจ้าของกิจการรับจัดงานวิวาห์ พบว่า ธุรกิจจัดงานวิวาห์นี้พบอุปสรรคในการรับงาน เช่น ความไม่เข้าใจเรื่องสถานที่และเวลาการจัดงานของพนักงาน ทำให้การตกลงราคาคงค่าเคลื่อนทำให้กำไรที่ได้รับน้อยกว่าปกติแต่ต้นทุนเพิ่ม

มากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถเรียกจูงจากรักค้าได้ เพราะถือว่าเป็นการตกลงแล้ว ลูกค้าบางรายมีการใช้งานชุดทำให้เกิดการเปราะป่วนจากสถานที่จัดงาน เช่นคราบโคลน คราบน้ำ และคราบฝุ่น เป็นต้น ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับลูกค้าได้ แต่หากเป็นคราบที่เกิดจากสถานที่ เช่น รอยปากกา รอยไหม้ รอยขีด เป็นต้น ผู้ประกอบการทำการปรับตามสภาพของชุดที่เสียหาย

### สรุป

จากผลของการศึกษาสรุปได้ว่า ธุรกิจจัดงานวิสาหกิจชุมชน ให้บริการการ์ดแต่งงาน ของชำร่วย ภาพถ่าย ชุดสำหรับถ่ายภาพ แต่งหน้าทำผมสำหรับถ่ายภาพ ภาพขยายพร้อมกรอบรูป อัลบั้มรูป ชุดไทยสำหรับใส่ในวันงาน ชุดราตรีสำหรับใส่ในวันงานพร้อมเครื่องประดับทั้งเจ้าบ่าวและเจ้าสาว ดอกไม้ชุดรดน้ำสังข์ ดอกไม้ในสถานที่จัดงานกินเลี้ยงกลางวันและงานกินเลี้ยงกลางคืนซึ่งราคาจะขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับและประเภทของดอกไม้และลักษณะของงาน ส่วนราคามี 2 แบบ ทั้งแบบรายการเหมาในราคาตั้งแต่ 15,000-40,000 บาท และสินค้าแยกรายการ เฉพาะชุดเจ้าบ่าว-เจ้าสาวจะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าว่าจะเช่า ติดเช่า หรือสั่งตัดเฉพาะ สำหรับราคาเช่าชุดจะเริ่มที่ 2,000-3,500 บาท ส่วนตัดเช่าและตัดพิเศษเฉพาะจะขึ้นอยู่กับเนื้อผ้าและลักษณะพิเศษของชุดโดยเริ่มต้นที่ราคา 10,000 บาท ดอกไม้จะตั้งราคาตามความยากง่ายของงานและชนิดของดอกไม้เป็นหลักผู้ประกอบการเลือกตั้งร้านในบริเวณแหล่งชุมชนที่มีความโดดเด่น ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน และสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า สถานที่จัดงานลูกค้าจะเลือกใช้สถานที่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัยและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ชายทะเล สวนราชการ วังบ้านปืน วังมฤคทายวัน รีสอร์ท & สปา โรงแรม เป็นต้น บางสถานที่อาจมีการเก็บค่าใช้จ่าย บางสถานที่ก็ไม่เสียค่าใช้จ่ายและมีการรับงานให้ทำงานคู่กันจากผู้จัดการงานกรุงเทพฯมาจัดงานบริเวณนี้ การส่งเสริมการขายเน้นการจัดร้านให้

โดดเด่นโดยเปลี่ยนทุกสัปดาห์ ช่วงแรกการเปิดกิจการได้โฆษณาทางคลื่นวิทยุท้องถิ่น ต่อมามีการโฆษณาแบบปากต่อปากของผู้ที่เคยมาใช้บริการ พนักงานแบ่งเป็นร้านชุดแต่งงานและร้านร้านดอกไม้โดยมีพนักงานประจำอย่างละ 1 คน เป็นคนรู้จักหรือญาติพี่น้องที่ไว้ใจได้ ต้องรับผิดชอบดูแลความสะดวกและความเรียบร้อยทั้งบริเวณภายในและภายนอกร้าน มีการรับพนักงานไม่ประจำ แต่ต้องมีการเรียนรู้งาน มีความรู้เฉพาะการจัดดอกไม้สำหรับพนักงานไม่มีประสบการณ์ มีการสอนระยะเวลาเรียนรู้งานประมาณ 1 เดือนจึงสามารถเริ่มทำงาน ด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าร้านรับจัดงานวิสาหกิจจะต้องสร้างความน่าสนใจ มีความทันสมัย ความสะดวก ประกอบกับความเอาใจใส่ เป็นกันเอง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การบริการ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะอยู่ระหว่างอายุ 20-40 ปี ส่วนใหญ่จะมากขึ้นเป็นคู่ชายและหญิง พนักงานจะสอบถามความต้องการและลักษณะของลูกค้า แล้วนำเสนอใส่รูปชุดแต่งงาน บัตรเชิญ และแบบการจัดสถานที่ เพื่อให้การตัดสินใจง่ายขึ้น ลูกค้าต้องทำการมัดจำ 30% ของราคางาน สำหรับส่วนที่เหลือจะจ่ายหลังเสร็จงาน

### อภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การค้าปลีกธุรกิจงานวิสาหกิจชุมชนอำเภอท่าขนุน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ในการดำเนินธุรกิจจัดงานวิสาหกิจชุมชน มีความสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 P's (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2548) คือผลิตภัณฑ์ต้องมีความหลากหลาย และครบถ้วนตามความต้องการ ราคาจะต้องเป็นระดับที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้ และสามารถแข่งขันในคู่แข่งต่างๆได้ ช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือและน่าสนใจให้แก่ลูกค้า การส่งเสริมการตลาดสามารถให้การแถมสินค้าบางอย่างเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทาย ด้วยความเป็นกันเอง ขั้นตอนของ

การให้บริการต่อผู้ปฏิบัติงานตามเวลาที่กำหนดให้แก  
ลูกค้า รวมถึงภาพลักษณ์การให้บริการที่ประทับใจ  
ของผู้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

การเปลี่ยนแปลงและองค์ความรู้ทางจิตวิทยา  
1. ข้อเสนอแนะทั่วไป  
ธุรกิจด้านจิตวิทยาต้องให้ความสำคัญกับ  
ส่วนของผู้ให้บริการ โดยพิจารณาจาก  
เป็นเครื่องมือให้ทั้งการสร้างความเข้าใจในการ  
ดำเนินงาน

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

งานวิจัยด้านจิตวิทยาจำเป็นต้องใช้  
ประเภทของธุรกิจและการวิจัยต่อไป  
เพื่อเป็น  
ต่อความสัมพันธ์ของจิตวิทยาในด้านจิตวิทยา  
บนทางจิตวิทยาการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน  
การให้บริการของ

จากการศึกษาแบบและกลยุทธ์การดำเนินงาน  
งานจิตวิทยาจะเป็นเครื่องมือในการสร้างความ  
กำไรและคุณค่าให้แก่ธุรกิจ แต่ธุรกิจที่เน้น  
ลูกค้าก็มักเป็นบริการที่เน้นการให้บริการ  
และต่อของผู้ให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อ  
ผู้ประกอบการต่อไป

### บรรณานุกรม

ศุภพร เสง้อใจ. (2548). การจัดการและตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อัสสัมชัญ จำกัด  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ : บริษัท  
อริยา ปัญญา จำกัด. (2552). ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการให้บริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
งานแต่งงานในงานเชียงใหม่. วิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.