

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

พิธีการแต่งงานหรือพิธีมงคลสมรสคือ การทำพิธีเพื่อให้ชายและหญิงอยู่กินเป็นสามีภรรยาตามประเพณี ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นชีวิตครอบครัวของมนุษย์ในสังคม ผู้ที่จะมีครอบครัวได้ก็คือ ชายและหญิงที่อยู่ในวัยอันสมควรสามารถเป็นสามีภรรยากันได้โดยชอบด้วยขนบธรรมเนียมประเพณี และตัวบทกฎหมายของสังคม ปัจจุบันพิธีการแต่งงานได้ถูกคัดทอนย่อลงจากสมัยก่อนมาก เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม แต่ยังคงรักษาพิธีการแต่งงานตามธรรมเนียมและวัฒนธรรม ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามคตินิยมของแต่ละท้องถิ่น ศาสนา และเปลี่ยนไปตามยุคสมัย เช่น พิธีแต่งงานแบบไทย พิธีแต่งงานแบบจีน พิธีแต่งงานแบบอินเดีย พิธีแต่งงานแบบมุสลิม เป็นต้น พิธีการแต่งงานส่วนมากจะนิยมจัดเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนพิธีการและ ส่วนของงานเลี้ยงฉลอง โดยชุดที่ใช้สวมใส่จะนิยมใส่ 2 ชุด คือ ชุดสำหรับพิธีการเป็นชุดประจำชาติหรือศาสนา เช่น ชุดไทย และในช่วงงานเลี้ยงฉลอง เจ้าสาวมักเปลี่ยนจากชุดประจำชาติหรือศาสนาเป็นชุดราตรีขาว หรือที่เรียกกันว่า “ชุดเจ้าสาว” นั่นเอง (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2555: ออนไลน์)

ชาย โทธิสิดา อาจารย์จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคมให้ข้อมูลว่า คนไทยแต่งงานเมื่ออายุสูงขึ้น สัดส่วนคนครองความเป็น โสดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะวัยที่เลย 40 ปีไปแล้วมีแนวโน้มครองโสดตลอดชีวิต และพบว่าผู้หญิงในกรุงเทพมหานครกว่าร้อยละ 20 ยังไม่แต่งงาน (คมชัดลึก, 2554: ออนไลน์) แต่ถึงแม้สถิติการจดทะเบียนสมรสจะลดลงแต่กลับพบว่าการจัดงานแต่งงานของคนรุ่นใหม่กลับมีความนิยมที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากคู่แต่งงานที่มีอายุสูงขึ้นทำให้มีฐานะมั่นคง มีความพร้อมทั้งด้านการเงินและอำนาจการตัดสินใจ การจ่ายเงินเพื่อจัดงานแต่งงานของแต่ละคู่จึงเพิ่มขึ้น คือมีการวางแผนการจัดงานร่วมกันทั้งเจ้าบ่าวและเจ้าสาวที่มีภาพรวมของงานและแนวคิดที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่จัดงาน อาหารที่ใช้เลี้ยงแขกในงาน ซึ่งธุรกิจการแต่งงานนี้มีมูลค่าสูงกว่า 30,000 ล้านบาท นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับชุดที่ใช้สวมใส่ในงานแต่งงาน เพื่อสร้างภาพประทับใจให้แก่ผู้ที่มาร่วมงานอีกด้วย โดยชุดแต่งงานที่ใช้ในวันแต่งงานมักจะเป็นชุดที่ได้รับการตัดเย็บหรือเช่าจากร้านที่ให้บริการเช่าและตัดชุดแต่งงานโดยเฉพาะ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการตัดหรือเช่าชุดของชายและหญิงรวมกันประมาณ 5,000-30,000 บาทโดยราคาจะขึ้นอยู่กับแบบและลักษณะของชุดที่เลือกใช้ และในประเทศไทยมีร้านที่ให้บริการเช่าชุดแต่งงานอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละ

แห่งก็มีกลยุทธ์และวิธีการดึงดูดลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น บริการห้องลองชุดที่สะดวกสบาย การลดราคาพิเศษ การให้เวลาในการเช่าชุดหลายวัน การแก้ไขชุดให้เข้ากับรูปร่างของผู้สวมใส่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าสู่ชุดแต่งงานจากประเทศจีนที่มีราคาถูกลงประมาณ 6,000-10,000 บาท ทำให้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งสามารถสั่งซื้อสินค้าจากประเทศจีนได้โดยตรง จึงทำให้ร้านเช่าชุดแต่งงานต้องพัฒนารูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการ การตกแต่งสถานที่และบรรยากาศภายในร้าน รวมทั้งในด้านคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2554: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทคโนโลยี และการคมนาคม อีกทั้งผลของการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการสนับสนุนจากทางหน่วยงานของรัฐบาลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นเมืองที่มีผู้นิยมมาจัดงานแต่งงานทั้งจากประชาชนภายในประเทศและชาวต่างประเทศ เช่น การจัดโครงการงานแต่งงานสมรสหมู่แบบล้านนาโบราณ การจัดงานแต่งงานในรูปแบบล้านนาของชาวไตหัววัน การจัดงานแต่งงานของอัครมหาเศรษฐีชาวอินเดีย เป็นต้น จึงมีผลทำให้การเปิดบริการร้านเช่าชุดแต่งงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มสูงขึ้นซึ่งในปัจจุบันมีมากกว่า 45 ร้านค้า (เทศบาลนครเชียงใหม่, 2554) ถึงแม้จะพบว่ามีสถิติการจดทะเบียนสมรสในจังหวัดเชียงใหม่ลดลงคือ ในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 7,268 คู่ และในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวน 6,715 คู่ ซึ่งลดลงจากปี 2550 ถึง 889 คู่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554: ออนไลน์) แต่จากการที่มีร้านให้เช่าชุดแต่งงานเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงโดยเฉพาะการแข่งขันในด้านราคาระหว่างร้านเช่าชุดแต่งงานด้วยกันเอง และการแข่งขันระหว่างร้านเช่าชุดแต่งงานกับ Wedding Studio ที่ให้บริการเช่าชุดแต่งงาน แต่งหน้า ทำผม การ์ด ของชำร่วยและถ่ายรูปชุดแต่งงานแบบครบวงจร ซึ่งการให้บริการของ Wedding Studio นั้นจะเป็นบริการที่เน้นความสะดวก สบาย รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับงานแต่งงานไว้ที่เดียว ผู้บริโภคสามารถหาสินค้าทุกอย่างได้ภายในร้านเดียว แต่ก็มีค่าใช้จ่ายที่สูงมากเช่นกัน (เชียงใหม่นิวส์, 2554: ออนไลน์)

ดังนั้นการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านเช่าชุดแต่งงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนางานธุรกิจการให้บริการเช่าชุดแต่งงานและเพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจในการประยุกต์ใช้การวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้มีความชัดเจนตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านเช่าชุดแต่งงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านเช่าชุดแต่งงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ของธุรกิจร้านเช่าชุดแต่งงาน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่และเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านเช่าชุดแต่งงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการเช่าชุดแต่งงานและกำลังจะใช้บริการเช่าชุดแต่งงานภายในระยะเวลา 1 ปี จากร้านให้บริการเช่าชุดแต่งงาน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

บริการเช่าชุดแต่งงาน หมายถึง การให้บริการเช่าชุดแต่งงานและเครื่องประดับเพื่อนำไปใช้ในพิธีมงคลสมรสหรือใช้ในกิจกรรมอื่นๆ เช่น ถ่ายรูป งานเลี้ยงฉลอง เป็นต้น โดยมีระยะเวลาการเช่าตามที่ร้านได้กำหนดหรือตกลงกันได้