

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจะนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.62$) ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.56$) และด้านนโยบายการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านบุคลากร เพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศชาย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.66$) เพศชายมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.57$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านสถานที่ พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศหญิง ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.88$) เพศหญิงมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.73$) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านนโยบายการดำเนินงาน พบว่า เพศหญิงมีความคิดเห็นมากกว่าเพศชาย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.54$) เพศชายมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.47$) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศหญิง ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.70$) เพศหญิงมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.44$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านประสานงานในการบริการ ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 3.84$) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.75$) และด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการพบว่า เพศชายมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศหญิง ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.86$) เพศหญิงมีความคิดเห็น ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.65$) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ พบว่า เพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศชาย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.86$) เพศชายมีความคิดเห็นค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.84$) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านประสานงานในการบริการ พบว่า เพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศชาย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.94$) เพศชายมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.76$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า เพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศชาย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.00$) เพศชายมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.61$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่นที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และแยกแยะรายด้านการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการ พบว่า

3.1 การจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุอยู่ระหว่าง 35-44 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มอายุ 24-34 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอายุมากกว่าอายุ 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านนโยบายการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มอายุอยู่ระหว่าง 24 ถึง 34 ปี และกลุ่มอายุ 35 ถึง 44 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอายุ น้อยกว่า 24 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี มีความคิดเห็น

แตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุอยู่ระหว่าง 35-44 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอายุ 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มอายุ 24-34 ปีและกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 การจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านสถานที่ พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจเจ้าของกิจการ และอาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านนโยบายการดำเนินงาน พบว่า อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่าอาชีพเจ้าของกิจการ และอาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และเจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่าอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่าอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 การจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านนโยบายการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และที่มีรายได้

25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ และด้านการประสานงาน พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มที่มีอายุอยู่ระหว่าง 24 ถึง 34 ปี และกลุ่มอายุ 35 ถึง 44 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า กลุ่มอายุอยู่ระหว่าง 35 ถึง 44 ปี และกลุ่มอายุ 24 ถึง 34 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.5 คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ พบว่า อาชีพเจ้าของกิจการ กลุ่มอาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มอาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการประสานงานในการบริการ พบว่า อาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน เจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มและอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มเจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอาชีพเจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อยกว่า

15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 55,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 25,000 ถึง 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านประสานงานในการบริการ พบว่า กลุ่มผู้ที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่า กลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และที่มีรายได้ 15,001 ถึง 25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการแจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการต่อการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (ความถี่ 81) ส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ (ความถี่ 21) และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ให้บริการ (ความถี่ 60) และส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ (ความถี่ 24)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้ มีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และด้านนโยบายการดำเนินงาน ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า การจัดการภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ได้ดังนี้ด้านบุคลากร พนักงานมีทัศนคติ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีพนักงานให้การบริการให้คำปรึกษาด้านการถ่ายภาพ การจัดงาน พนักงานมีความสามารถในการเสนอขาย

เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจเวดดิ้ง ด้านสถานที่ มีป้ายบอกที่ตั้งชัดเจนง่ายต่อการค้นหา อยู่ใกล้แหล่งชุมชนง่ายต่อการติดต่อ ภายในร้านมีการจัดแสดงผลงานการถ่ายภาพตามมุมต่าง ๆ ในร้านมีความหลากหลาย และมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย มีความหลากหลายด้านการให้บริการ การเลือกแพคเกจ มีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพสินค้า มีบริการด้านชุดแต่งงานที่หลากหลาย และลูกค้าสามารถเลือกจ่ายในราคาที่เหมาะสมใจและสามารถเลือกแพคเกจที่ชอบได้ตามความต้องการ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกและมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เฟซบุ๊ก โทรสาร มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยแผ่นพับและโบวชัวร์ แจกลูกค้า

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Simsson and Eric. (2006 : 102) พบว่า เป้าหมายในการเพิ่มแรงจูงใจของลูกค้า คือ ความพึงพอใจของพนักงาน คุณภาพในการให้บริการลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะสามารถทำให้ขยายพื้นที่ในการให้บริการได้มากขึ้น การศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ความพึงพอใจของพนักงาน คุณภาพในการให้บริการลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า ในกลุ่มธนาคารรายย่อยขนาดกลาง ข้อมูลการสุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาเดียวกัน 137 สาขา โดยใช้สถิติถดถอยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์พบว่า ผลการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างตัวแปร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Diluna. (2003 : Abstract) พบว่า ในการจัดเตรียมคำแนะนำสำหรับทางอุตสาหกรรมและทางการวิจัยด้านวิชาการเพื่อความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้นในการเจริญเติบโตของตลาด ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือสัญลักษณ์ของบริษัทนั้นได้กระจายใช้ทั่วไปในทุกบริษัทเพื่อจุดประสงค์ทุกแบบที่นำไปสู่ภายในคือกลุ่มลูกค้าหรือนำไปสู่ภายนอกคือภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีต่อสาธารณะชน องค์รูปแบบกระบวนการจัดซื้อ ได้จัดเตรียมกรอบการทำงานสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผลลัพธ์ความสำเร็จที่ได้บอกถึงผู้ทำการตัดสินใจขั้นพื้นฐานและกระบวนการตัดสินใจ เพื่อภาพลักษณ์บริษัทในการจัดซื้อทั้งสองสิ่งนี้อยู่ในกลุ่มผู้ใช้ที่กำหนดไว้แล้ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา ปัญญาวัฒน์ (2552 : 79) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมจัดงานแต่งงานในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจผู้รับจัดการงานแต่งงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สาเหตุที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือการที่ผู้รับจัดการงานให้บริการครบวงจรในทุกด้าน โดยมีรูปแบบของบริการย่อยที่เลือกใช้คือ บริการในการจัดหาและประสานงานด้านสถานที่จัดงาน โดยมีการวางแผนด้านงบประมาณในการจัดงานไว้ต่ำกว่า 200,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการติดต่อผู้รับจัดการงานล่วงหน้าประมาณ 3 ถึง 6 เดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักผู้รับจัดการงานจากการที่มีผู้แนะนำ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่

มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับความสำคัญ คือ ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานและการที่ผู้รับจัดการงานมีราคาต่ำกว่าผู้รับจัดการงานรายอื่นๆ เหมาะสมกับคุณภาพและมาตรฐานของบริการ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์และโทรสาร ด้านข้อเสนอแนะและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อการใช้บริการผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัญหาที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ผลงานที่ออกมายังไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานไม่ทันสมัย ราคาที่ผู้รับจัดการงานกำหนดไม่คุ้มค่างับผลงานเมื่อเทียบกับรูปแบบที่นำเสนอก่อนการจัดการงาน และการที่ผู้รับจัดการงานควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรผู้รับจัดการงาน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการเปรียบเทียบตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านประสานงานในการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านความสะดวกที่ได้รับการบริการ ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายเหตุผลได้ว่า คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ได้ดังนี้ ด้านคุณภาพการบริการ มีความสะดวกรวดเร็ว ให้บริการจัดส่งสินค้าที่เสร็จแล้วบริการถึงบ้าน มีการกำหนดแพ็คเกจให้ลูกค้าได้เลือกเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น การแต่งหน้า การใช้ชุดของร้าน มีแหล่งให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้มากหลากหลายโดยไม่เสียเวลา และสามารถกำหนดวิธีการจ่ายเงินตามรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ได้ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีความเป็นกันเอง น่าเชื่อถือ มีความพร้อม กระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว กระตือรือร้น เอาใจใส่ในการให้บริการและไว้ใจได้ ด้านประสานงานในการให้บริการ มีการนำร่องที่มีชื่อเสียงมาแนะนำบริการของสตูดิโอผ่านสื่อโทรทัศน์ มีการเชิญลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วมารับรองคุณภาพผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ นอกจากนี้มีการแนะนำให้ลูกค้าใช้ชุดแต่งงานของร้านเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าชุด เป็นการดึงดูดใจลูกค้าให้บริการตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีการแนะนำบริการใหม่บนสื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้สื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการถ่ายภาพยนตร์ระยะเวลาการทำงานให้รวดเร็วขึ้นมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้คู่แต่งงานได้เลือกในราคาที่ประหยัด เช่น การดำเนินการจัดงาน จัดเลี้ยงต่าง ๆ และมีการจัดประกวดการออกแบบชุดวิวาห์ ดึงดูดลูกค้าให้เข้าชม

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ ปีกลม (2549 : 89) พบว่า 1) ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านถ่ายภาพ ธนวัต เอ็กซ์เพรส Shop Digital อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวม และเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและ ด้านการพัฒนาคุณภาพงานบริการ

2) ลูกค้ำที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ร้านถ่ายภาพ ธนวัต เอ็กซ์เพรส Shop Digital อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ลูกค้ำที่มีอายุ 41 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน ของร้านถ่ายภาพ ธนวัต เอ็กซ์เพรส Shop Digital อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 21 ถึง 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านถ่ายภาพ ธนวัต เอ็กซ์เพรส Shop Digital อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการพัฒนาคุณภาพงานบริการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 ถึง 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) พนักงานทุกคนของร้านถ่ายภาพธนวัต เอ็กซ์เพรส Shop Digital อำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความพึงพอใจในสถานที่ทำงานได้แก่ เรื่องของความสะอาดของสถานที่ทำงานที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีที่ทันสมัย หรือ สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เช่น แสงสว่างเสียง หรืออากาศ เป็นต้น ในด้านลักษณะการปฏิบัติงาน พนักงานได้งานที่ทำตรงกับความรู้และความสามารถมาก ทุกคนมีโอกาสในการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน ในด้านการบังคับบัญชา ทุกคนมีความคิดเห็นว่า เจ้าของกิจการมีความยุติธรรม และมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และนอกจากนี้เจ้าของกิจการยังเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้แสดงความคิดเห็นในการทำงาน รวมถึงยังคอยแนะนำ และช่วยเหลือพนักงานทุกคนในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ส่วนความสัมพันธ์ต่อเพื่อนร่วมงาน ทุกคนได้รับความไว้วางใจในการทำงานจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี นอกจากนี้ในเรื่องของความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเลื่อนขึ้นเงินเดือน ที่มีความเหมาะสม นอกจากนี้ร้านถ่ายภาพยังมีสวัสดิการอื่นๆ ให้กับพนักงาน เช่น มีประกันสังคม และที่พักออาศัยฟรีและสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพร อัสวหยุดทัย (2547 : 94) พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 31-35 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 10,001 ถึง 20,000 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน ผู้ที่เคยใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานวางแผนที่จะใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพในช่วงเดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม ช่วงเวลาที่สะดวกไปใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน คือ วันหยุดราชการ ความต้องการใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานคือถ่ายภาพชุดแต่งงานทั้งใน และนอกสถานที่ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานประมาณ 15,001 ถึง

30,000 บาท ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาด ณ จุดขาย การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต การจัดกิจกรรมพิเศษ และพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานมากที่สุดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมา คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ รายได้ และระดับการศึกษา การศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีการใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาด ณ จุดขาย การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต การจัดกิจกรรมพิเศษ และพนักงานขายกับการใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน พบว่า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการตลาด ณ จุดขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ และพนักงานขายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่นที่มี เพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน โดยภาพรวมและรายด้าน การจัดการภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินการ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และคุณภาพการให้บริการ ด้านความสะดวกที่รับรู้จากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีความคิดเห็นแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น เพศชายมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศหญิง การจัดการภาพลักษณ์ ด้านสถานที่ ด้านเป้าหมายการดำเนินงาน และคุณภาพการให้บริการ ด้านความสะดวกที่รับรู้จากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ เนื่องจากธุรกิจเวดดิ้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนง่ายต่อการติดต่อสถานที่ตกแต่งสวยงาม มีความสะดวกรวดเร็ว พนักงานเป็นกันเอง มีความหลากหลายด้านการให้บริการ มีหลายแพคเกจให้เลือกตามคุณภาพสินค้า มีรูปแบบการกำหนดแพ็คเกจให้เลือกเพื่อให้ลูกค้าได้ง่ายต่าง ๆ และมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่าเพศชาย เกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร ด้านความสัมพันธ์กับเป้าหมาย และคุณภาพการให้บริการ

ด้านประสานงานในการบริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า เนื่องจากพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้คำปรึกษาได้ดี มีการบอกต่อของคนที่รู้จักหรือเคยใช้บริการ สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก และมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เฟซบุ๊ก มีการออกแบบชุดวิวาห์ ดึงดูดลูกค้าให้เข้า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดดิ้งที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการ ภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน เนื่องจาก ธุรกิจเวดดิ้งมีความสะดวกในการใช้บริการมีแหล่งให้เลือกใช้บริการ ได้มากหลากหลาย ไม่เสียเวลา ซึ่งได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จัก มีการบอกต่อผ่าน Social Network เช่น Face Book Twitter และ รับทราบจากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ผู้ใช้บริการสามารถดูรูปแบบการจัดงานได้จากนิตยสาร จ้างช่างสตูดิโอถ่ายภาพในห้างสรรพสินค้า และมีพนักงานคอยให้คำแนะนำในการจัดงาน การจัด สถานที่ใช้ชุดแต่งงานของร้านเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าชุด ผู้ใช้บริการสามารถเลือกการ จ่ายเงินตามรูปแบบที่ให้บริการ ได้เป็นการดึงดูดใจลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของรัศมี สุขประเสริฐ (2551 : 142) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมที่มีจำนวนทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีค่านิยมขององค์กร ด้านวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน ผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมที่มีทุนจดทะเบียน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการ ด้านข้อมูลจากการให้บริการ แตกต่างกัน ผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีค่านิยมขององค์กร ด้านการมุ่งมั่นเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพแตกต่างกัน และผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีค่านิยมขององค์กร คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์องค์กร โดยรวมแตกต่างกัน และผู้บริหารที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการ มีภาพลักษณ์องค์กร ด้านความเต็มใจและศรัทธาแตกต่างกัน ($p < .05$) และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ จิราวรรณ วงษ์ราช (2551 : 64) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกรูปแบบการแต่งงานแบบครบวงจร ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อรูปแบบการแต่งงานแบบครบชุด โดยเลือกรูปแบบการแต่งงานแบบตะวันตก ส่วนรูปแบบอาหารที่เลือกคือจะให้จัดเป็นชุด โดยจะเลือกจัดงานในช่วงเดือน ตุลาคม-ธันวาคม ส่วนช่วงเวลาในการจัดงาน คือ 18:00 ถึง 20:00 น. และมีผู้ติดตามมาประมาณ 5 ถึง 8 คน ใช้เวลาในการเตรียมตัว 7 ถึง 12 เดือน สถานที่ที่เลือกจัดงาน คือ ที่โรงแรม สาเหตุที่เลือกซื้อรูปแบบการ แต่งงานแบบครบวงจร เพราะราคาถูก และที่เลือกมาภูเก็ตเพราะมีอากาศดี ส่วนใหญ่หาข้อมูลจาก ทาอินเทอร์เน็ทส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รูปแบบการแต่งงานแบบ ครบวงจร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการต้องการให้มีบริการที่ครบครันและสมบูรณ์ไว้คอย บริการ และสามารถเลือกรูปแบบการแต่งงานแบบครบวงจร ได้เอง ปัจจัยด้านราคาจะเลือกชำระ ค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายลูกค้าต้องการให้มีความสะดวกในการ

ติดต่อได้หลายวิธีและควรมีตัวแทนบริการ ด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาดจะเลือกให้มีการมอบของขวัญหรือการ์ดอวยพรให้ในวันงาน และควรมีการให้ส่วนลดในการสนับนุน ปัจจัยด้านพนักงานต้องการพนักงานที่มีอัธยาศัยที่ดีในการบริการ ส่วนด้านปัจจัยกระบวนการให้บริการนั้น ต้องการให้บริการที่รวดเร็ว และในด้านปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพคือ ต้องการให้มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย

4. ข้อเสนอแนะของของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันไป มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการ สถานที่ควรมีที่จอดรถ ธุรกิจเวดดิ้งควรมีความหลากหลายด้านการเลือกแพคเกจ ควรมีช่องทางให้ติดต่อสื่อสารได้สะดวก ควรนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงานให้รวดเร็วขึ้นและควรให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกแพ็คเกจในการจ่ายเงินได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของปีพมา รมเลิศ (2550 : 63) พบว่า ประชากรทุกระดับรายได้ต้องการใช้บริการแต่งงานแบบครบวงจร ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นการประหยัดเวลาและมีบริการให้เลือกใช้แบบครบวงจร ทั้งนี้ผู้มีรายได้ต่ำและปานกลางต้องการใช้บริการเพราะประหยัดค่าใช้จ่ายส่วนผู้มีรายได้สูงต้องการใช้บริการเพราะสถานที่จัดงาน โอ่โตงดี สะดวกในการต้อนรับแขก ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้ใช้บริการแต่งงานแบบครบวงจร ได้แก่ มีบริการจัดหารูปแบบการ์ดแต่งงานพร้อมทั้งมีระบบจัดการดีไปให้แขกรับเชิญตามรายชื่อที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้

ข้อเสนอแนะ ควรมีบริการเกี่ยวกับสถานที่สนับนุน ของคู่แต่งงาน ควรมีบริการสิ่งบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ในงานแต่งงาน ควรมีการเชิญเจ้าหน้าที่มาจดทะเบียนให้ถูกต้องตามนิตินัยในงานแต่งงาน ไม่คิดค่าบริการที่สูงมากจนเกินไป ควรมีบริการจัดที่พักรับรองให้แขกที่มาร่วมงาน ควรให้เครดิตในการชำระเงินเป็นงวด ควรให้ของขวัญพิเศษแก่คู่บ่าวสาว ควรมีการเสนอรูปแบบและราคาให้ลูกค้าเลือกตามความพอใจ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

เพื่อประโยชน์สำหรับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่นและผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ด้านการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์

การวิเคราะห์ระดับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันไป พบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และด้านนโยบายการดำเนินงาน จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1.1 ด้านบุคลากร ควรจัดให้มีพนักงานให้บริการให้คำปรึกษาด้านการถ่ายภาพ การจัดงานแต่งงาน

1.1.2 ด้านสถานที่ สถานที่ควรมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า

1.1.3 ด้านนโยบายการดำเนินงานของเทศบาล ธุรกิจควรมีความหลากหลายด้านการเลือกแพคเกจ

1.1.4 ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจควรมีหลายช่องทางให้ติดต่อสื่อสารได้สะดวก เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เฟซบุ๊ก โทรสาร เป็นต้น

1.2 คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ใน จังหวัดขอนแก่น

จากการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ใน จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านประสานงานในการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ จากผลการ วิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.2.1 ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ควรให้ลูกค้าสามารถกำหนดวิธีการจ่ายเงินตามรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ได้สะดวก

1.2.2 ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ พนักงานควรมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้

1.2.3 ด้านประสานงานในการบริการ ควรแนะนำให้ลูกค้าใช้ชุดแต่งงานของร้านเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าชุด เป็นการดึงดูดใจลูกค้า

1.2.4 ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ควรมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เพื่อ
จูงใจให้คู่แข่งงานได้เลือกในราคาที่ประหยัด เช่น การดำเนินการจัดงาน จัดเลี้ยงต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานที่
ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น

2.2 ควรศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการธุรกิจเวดดิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY