

ธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y อยู่หรือไม่



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y อยู่หรือไม่

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2561

.....
บุริม โอทกานนท์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
นางสาวชั้นยาวรรณ์ พรพระธานี

ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมสารนิพนธ์

.....
พีรยุทธ์ พัฒน์ชนญาณนท์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
สุเทพ นิ่มสาย,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์จากอาจารย์บุริม โอทกานนท์ โดยท่านได้ให้คำปรึกษา และตรวจแก้ไขงานวิจัย รวมถึงให้ข้อคิดต่างๆ เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ช่วยแนะนำแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยอิสระฉบับนี้ รวมไปถึงผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลามาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ และให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี ตลอดจนผู้ที่คอยให้กำลังใจ และช่วยเหลือในด้านอื่นๆ อีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ชั้นยาวรรณ พรพระธานี

ธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y อยู่หรือไม่

THE NEED OF WEDDING PLANNER IN ASPECTS OF GEN-Y COUPLE

ธันยวรรณ์ พรพระธานี 5950418

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุริม โอทกานนท์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., พิรุทธิ์ พัฒน์ชนญาณนท์, Ph.D., สุเทพ นิมสาย, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y และเพื่อเปรียบเทียบลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์แนวโน้มในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y ได้ โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คู่ แบ่งออกเป็นคู่ที่กำลังจะแต่งงานภายในปี 2561-2562 จำนวน 5 คู่ และคู่ที่แต่งงานแล้วในช่วงเดือน มกราคม – มีนาคม 2561 จำนวน 5 คู่ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผลตามขอบเขตด้านเนื้อหา

โดยสรุปแล้ว จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า 7 ใน 10 มองว่า Wedding Planner มีความจำเป็น ในขณะที่ 3 ใน 10 มองว่าไม่จำเป็น เพราะฉะนั้นในภาพรวมจึงมองว่า Wedding Planner มีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y ที่แต่งงานในช่วงปี 2561-2562 โดยเน้นไปที่การให้บริการตามความจำเป็น และกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คู่ มีปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเลือก หรือไม่เลือกใช้บริการ Wedding Planner อยู่ 3 ข้อ คือ 1) ครอบครัว, 2) ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือ และ 3) การเงิน ซึ่งทำให้ลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ มีลักษณะไม่ต่างกัน นอกจากนี้ ยังสามารถสังเกตได้ว่า คู่รักที่มีทัศนคติ ความเชื่อ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ใกล้เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกัน มักจะมีความคิดเห็นในการเลือกรูปแบบงานแต่งงาน รวมถึงการตัดสินใจที่จะเลือก หรือไม่เลือกใช้บริการ Wedding Planner ออกมาในทิศทางเดียวกัน

คำสำคัญ: Wedding Planner/ Gen-Y/ ความจำเป็น

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของเรื่องความสำคัญและปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์	3
1.4 ขอบเขตของสารนิพนธ์	3
1.4.1 ประเด็นที่ศึกษา	3
1.4.2 กลุ่มเป้าหมาย	3
1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการแต่งงาน	5
2.1.1 พิธีการสู่ขอ	6
2.1.2 พิธีหมั้น	8
2.1.3 การฉลองมงคลสมรส	9
2.2 ทฤษฎีการเลือกคู่ครอง (Mate Selection Theory)	9
2.3 รูปแบบของการฉลองมงคลสมรส	10
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	13
3.1 กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูล	13
3.2 การกำหนดพื้นที่ที่ศึกษา	13
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	14
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.7 สรุปขั้นตอนการวิจัย	15
บทที่ 4 ผลการวิจัย	16
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (Demographic)	16
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของกลุ่มตัวอย่าง	17
4.2.1 ความคิดเห็นของผู้ที่เห็นว่า Wedding Planner มีความจำเป็น	17
4.2.2 ความคิดเห็นของผู้ที่เห็นว่า Wedding Planner ไม่มีความจำเป็น	17
4.3 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ	18
4.3.1 ครอบครัว	18
4.3.2 ชื่อเสียง/ ความน่าเชื่อถือ	19
4.3.3 การเงิน	20
4.4 การเลือกรูปแบบการจัดงานแต่งงาน	21
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	22
5.1 สรุปผลการวิจัย	22
5.2 ข้อเสนอแนะ	23
บรรณานุกรม	25
ภาคผนวก	28
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	29
ประวัติผู้วิจัย	39

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	16



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
3.1 สรุปรูปขั้นตอนการวิจัย	15



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของเรื่องความสำคัญและปัญหา

ปัจจุบันเป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการช่วยให้ติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น หรือ ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการซื้อขายสินค้าและบริการ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลที่กว้างขวางมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคไม่อาจปฏิเสธการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันได้ โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่ม Gen-Y (Generation-Y) ซึ่งคือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524-2543 เป็นยุคที่เริ่มมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และ อินเทอร์เน็ต จึงทำให้คน Gen-Y เป็นคนที่ชอบเทคโนโลยี ชอบความเร็ว และไม่ชอบการรอ (ลีรัตน์ อนุรัตน์พานิช, 2559) ที่สำคัญคือ เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันสูงที่สุด โดยในช่วงวันทำงานหรือวันเรียนหนังสือ จะใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7.12 ชั่วโมง/วัน ขณะที่ Gen-X และ Gen-Z ใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงานและวันเรียนหนังสือ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 5.48 ชั่วโมง/วัน สำหรับกิจกรรมที่ Gen-Y นิยมทำเมื่อใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ การเข้าโซเชียลมีเดีย 86.9% และรองลงมาก็คือการสืบค้นข้อมูล 86.5% (“ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตปี 2017 พบคนไทยใช้เน็ตเพิ่มเป็น 6 ชั่วโมง 30 นาที”, 2560) ซึ่งอาจหมายถึงไปถึงการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานแต่งงานผ่านโซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่ม Gen-Y ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของการตั้งกระทู้ออนไลน์ในหัวข้อที่เกี่ยวกับ “การจัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง” หรือเว็บไซต์ต่างๆ ที่ให้ข้อมูลช่วยเหลือคู่บ่าวสาวมือใหม่ตั้งแต่การเตรียมงานแต่งงาน การหาสถานที่อันนิมูน รวมไปถึงการกระจายข่าวเรื่องงานแต่งงาน นอกจากนี้ยังพบว่า 70% ของคู่บ่าวสาวใช้แอปพลิเคชัน Pinterest ช่วยหาไอเดียเกี่ยวกับการแต่งงาน ในขณะที่ 89% นิยมโหลดแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการแต่งงานมาใช้ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อทำChecklists สำหรับวันวิวาห์ นอกจากนี้ยังมีคู่บ่าวสาวที่ใช้แอปพลิเคชัน Spotify เพื่อหาเพลงและสร้างเป็น Playlist สำหรับเปิดในงานแต่งงานของตนอีกด้วย (“[infographic] พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของบ่าวสาวก่อนลั่นระฆังวิวาห์”, 2557) ปัจจุบันจึงมีคู่บ่าวสาวจำนวนไม่น้อยที่หันมาจัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องพึ่ง Wedding Planner

แนวโน้มความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner จะลดน้อยลง ส่งผลต่อรายได้ที่จะค่อยๆต่ำลงตั้งแต่ช่วงปี 2017 จนถึงปี 2021 เนื่องจาก The DIY Wedding Trend หรือค่านิยมการจัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า และลดความเสี่ยงที่งานแต่งงานจะ

ถูกจัดออกมาไม่ตรงกับความต้องการ (Sarah Schmidt, 2017) อีกทั้งปัจจุบัน โรงแรมหลายๆ แห่งยังมีการจัด Promotion และ Package สำหรับงานแต่งงานที่ช่วยให้คู่บ่าวสาวมีความสะดวกสบายในการจัดงานแต่งงานด้วยตัวเองมากขึ้นอีกด้วย

ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีโครงการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น “No.1 Wedding Destination in Asia” จากแนวโน้มของธุรกิจการจัดงานแต่งงานที่คาดว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แม้ค่านิยมไม่อย่างมีลูกของคนหนุ่มสาวจะเพิ่มมากขึ้นตามภาระทางเศรษฐกิจและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ความคิดที่ว่า “ไม่อย่างมีลูกครับ/ค่ะ...แต่อยากแต่งงาน” นั้นยังมีอยู่เสมอ แกรมแนวโน้มยังสูงขึ้นทั่วโลก ทั้งยังมีรายงานจากศูนย์วิจัยกสิกร ที่ได้ประเมินมูลค่าธุรกิจการจัดงานแต่งงานในประเทศไทยไว้ว่ามีมูลค่างานวิวาห์สูงถึง 30,000 ล้านบาทต่อปี (“เทรนด์ธุรกิจเวดดิ้ง “เรียบง่าย-แต่งเร็ว” โดสวนกระแสไม่อย่างมีลูก ชูไทยฮับ Wedding Destination”, 2560)

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจรับจัดงานแต่งงานส่วนสำคัญอาจมาจาก การที่ธุรกิจนี้ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับเจ้าภาพ และคู่บ่าวสาวในทุกๆ ด้าน และแม้พิธีแต่งงานที่จัดโดยคู่บ่าวสาว หรือตัวบุคคลจะสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในบางส่วนได้ แต่ค่าใช้จ่ายโดยรวมกลับใกล้เคียงกับพิธีแต่งงานที่ใช้บริการจาก Wedding Planner (ขนิษฐา จิตชินะกุล, 2550) อีกทั้งธุรกิจนี้ยังเข้ามามีบทบาทอย่างมากในพิธีแต่งงานของไทย โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ จากการสำรวจผู้ที่กำลังจะแต่งงานพบว่า 8 ใน 10 คู่ จะเลือกใช้บริการของธุรกิจนี้ (อรรถพล อิธิรัตน์ โคมล, สัมภาษณ์, 2550)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีทั้งคู่บ่าวสาวที่หาข้อมูลจากใน Internet และลงมือจัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง กับคู่บ่าวสาวอีกจำนวนหนึ่งที่ใช้บริการของ Wedding Planner จึงทำให้ผู้วิจัยตั้งข้อสงสัยว่าปัจจุบันนี้ธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y อยู่หรือไม่ และธุรกิจจัดงานแต่งงานรูปแบบไหนที่คู่บ่าวสาวเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องใช้บริการ

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

1.3 ประโยชน์

1. ทราบถึงความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y
2. ทราบถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

1.4 ขอบเขตของสารนิพนธ์

1.4.1 ประเด็นที่ศึกษา

- Wedding Planner คือธุรกิจอะไร และมีรูปแบบ
- คู่บ่าวสาว Gen-Y มีความจำเป็นต้องใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner อยู่หรือไม่
- คู่บ่าวสาว Gen-Y ที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

1.4.2 กลุ่มเป้าหมาย

คู่รักชาย-หญิง ชาวไทย ที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2524-2543 อาศัยอยู่ในประเทศไทย และกำลังจะแต่งงานกันภายในปีพ.ศ. 2561-2562 จำนวน 10 คู่

1.5 นิยามศัพท์

1. Wedding Planner หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือคู่บ่าวสาว และให้คำแนะนำในการเลือกสรรสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานแต่งงานทั้งหมดตั้งแต่เริ่มวางแผน เปรียบเสมือนเลขานุการ และสไตลิสต์ของคู่บ่าวสาว เพื่อให้งานแต่งงานออกมาสมบูรณ์แบบและถูกใจคู่บ่าวสาวมากที่สุด (จิตติ จิตติมาพร, 2553)
2. Wedding Organizer หมายถึง คนที่คอยติดต่อประสานงานกับ Supplier ที่นำสินค้าและบริการมาจัดในงานแต่งงาน รวมถึงเป็นคนดูแลภาพรวมของวันงานทั้งหมดให้ออกมาดีที่สุดในที่สุด (Lissahn DeVance, 2018)
3. คู่บ่าวสาว Gen-Y หมายถึง คู่รักชาย-หญิง ที่เกิดในประเทศไทยช่วงปีพ.ศ. 2524-2543 เป็นกลุ่มคนที่ชอบคิดนอกกรอบ มีความมั่นใจในตัวเองสูง และมีความสามารถในการใช้นวัตกรรม

ใหม่ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ คนกลุ่มนี้ล้วนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกยุคไร้พรมแดนเช่นในปัจจุบัน (“10 ไคฟ์สไตล์ของคนในยุค... Gen Y”, 2556)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการแต่งงาน

การแต่งงานเป็นการประกาศว่าคู่รักคู่นี้จะอยู่กินกันฉันสามีภรรยาอย่างถูกต้องตามธรรมเนียมประเพณี ท่ามกลางการยินยอมของครอบครัว และสังคมของทั้งคู่ จึงกล่าวได้ว่า การแต่งงานเป็นกระบวนการทางสังคม (Social Process) ที่สำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งของชีวิตมนุษย์ เนื่องจากเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสถานภาพและภาระหน้าที่อย่างชัดเจน อีกทั้งยังเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างครอบครัวใหม่ของบุคคลนั้น (ธันนิกันต์ ชัยนตราคม, 2556) โดยมีความรักเป็นพื้นฐานในการเลือกคู่ครอง

รัชนีกร เศรษฐโชติ (2519: 7) เสนอว่า การเลือกคู่ครอง คือ การที่หนุ่มสาวตัดสินใจเลือกบุคคลที่ตนพอใจมากที่สุดมาเป็นคู่สมรส เพื่อสร้างครอบครัวใหม่ของตนขึ้น

Landis (1975: 177) เสนอว่า บุคคลนิยมแต่งงานกับคนที่มีความเหมือนเขา และคู่สมรสที่มีความคล้ายคลึงกัน (Homogamous pair)

นอกจากนี้ การแต่งงานยังสามารถสะท้อนวิถีภาวะทางด้านกายภาพของมนุษย์ (วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 2559: 220) ผู้ชายและผู้หญิงเมื่อร่างกายเจริญเติบโตจนถึงวัยเจริญพันธุ์ จะมีการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพที่ชัดเจน เช่น สตรีจะเริ่มมีขนาดหน้าอกโตขึ้น สะโพกผายออก เอวคอดเล็ก และเริ่มมีประจำเดือน ในขณะที่บุรุษจะเริ่มมีหนวดเครา เสียงแหบห้าว และมีกลิ่นตัว เป็นต้น (การเปลี่ยนแปลงในวัยรุ่น, ศิวพร แพทย์จิม) เสฐียร โกเศศ (2531: 17) กล่าวว่า “ผู้แต่งงานแล้วก็เท่ากับพ้นอกพ่อแม่และแยกครัวไปทำกินตามลำพังของตนระหว่างผัวเมีย จึงต้องมีเรือนเป็นส่วนสำคัญของตนเอง เหตุนี้ผู้แต่งแล้วหรือเอาผัวเอาเมียแล้ว จึงเรียกว่ามีเรือน หรือมีเหย้ามีเรือนเป็นฝั่งฝาไปแล้ว สอบคำพูดของเขมรและพม่า ก็ใช้คำสำหรับเรียกผู้ที่แต่งงานแล้ว มีความหมายเป็นทำนองเดียวกับคำว่า มีเรือน” การแต่งงานจึงเป็นการเริ่มต้นของชีวิตครอบครัว ซึ่งผู้ที่จะใช้ชีวิตเป็นครอบครัวได้นั้นจะต้องเป็นสามีภรรยาที่ได้เข้าพิธีแต่งงานตามจารีตและประเพณีอย่างถูกต้องเหมาะสม (เสฐียร โกเศศ, 2531: 12) มีความสำคัญในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างสองครอบครัว ซึ่งต้องกระทำภาระหน้าที่สืบทอดสมาชิกให้แก่สังคม เลี้ยงดูบุตร และกล่อมเกลานบุตรให้เติบโตในสังคมได้ดี (Malinowski, 1930)

เฉลิมพล พลมุข (2560) กล่าวว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายด้านความเชื่อ ศาสนา และประเพณีวัฒนธรรมมาเป็นเวลานาน ทำให้การจัดงานแต่งงานมีความแตกต่างกันไปตาม

ปัจจัยดังกล่าว แต่ขั้นตอนการจัดงานแต่งงานมักจะพบในลักษณะเดียวกัน และจัดกันมาจนเป็นธรรมเนียมนิยม มีดังนี้

1. พิธีการสู่ขอ
2. พิธีหมั้น
3. การฉลองมงคลสมรส

2.1.1 พิธีการสู่ขอ

ในสมัยก่อนฝ่ายชายจะหา “เถ้าแก่” หรือผู้ใหญ่ที่ครอบครัวตนเองนับถือเข้าไปทาบทามกับพ่อแม่ฝ่ายหญิงไว้ก่อนว่าจะให้ลูกสาวแต่งงานหรือไม่ หากว่าฝ่ายหญิงตกลงก็ต้องแจ้งจำนวนสินสอดทองหมั้นที่จะเรียก พร้อมกับนัดวันสู่ขอแบบเป็นทางการกันอีกครั้ง จากนั้นเถ้าแก่จึงจะกลับมาแจ้งผลการสู่ขอให้กับฝ่ายชายได้ทราบ แต่ในปัจจุบัน ว่าที่เจ้าบ่าวจะเดินทางไปกับเถ้าแก่ด้วย เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความเคารพและให้เกียรติผู้ใหญ่ฝ่ายหญิงและว่าที่เจ้าสาว “ว่าที่เจ้าบ่าวต้องรู้! กรรมวิธีสู่ขอสาว...” (2560)

หลังจากที่ผู้ใหญ่ของฝ่ายชายได้ไปทาบทามมาเรียบร้อยแล้ว ก็จะเป็นขั้นตอนของการสู่ขอ โดยพิธีการสู่ขอแบบประเพณีไทยนั้นจะเริ่มหลังจากการแห่ขบวนขันหมากเสร็จสิ้น และได้นำพานขันหมากเอก พานขันโท พานสินสอด และของในขันหมากมาเรียงไว้เป็นคู่ด้านหน้าของพิธี จากนั้นเถ้าแก่ฝ่ายชายจะเริ่มทำการสู่ขอเจ้าสาวจากพ่อแม่ฝ่ายหญิง โดยบอกกล่าวว่ายินยอมรักกันอย่างไร และผู้ชายคนนี้อะไรได้ฝ่ายหญิงไปเป็นครองคู่อยู่กันไปแบบสามี-ภรรยา พ่อแม่เจ้าสาวก็จะถามความสมัครใจว่าเจ้าสาวยินดีจะแต่งงานกับเจ้าบ่าวหรือไม่ หลังจากนั้นก็จะเข้าสู่พิธีนับสินสอด “พิธีสู่ขอ.. ทำอย่างไรให้ถูกต้อง” (2559)

“พิธีแต่งงานแบบจีน จัดแบบนี้...” (2558) และที่นิยมจัดกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทยก็คือพิธีการแบบจีน เนื่องจากประเทศไทยมีคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยการสู่ขอแบบจีนจะมีขั้นตอนคล้ายพิธีแบบไทย แต่จะแตกต่างกันที่รายละเอียดของสิ่งของที่ใช้ในพิธี ซึ่งทั้งฝ่ายหญิงและฝ่ายชายจะต้องช่วยกันจัดเตรียมข้าวของเครื่องใช้ในพิธีการสู่ขอให้เรียบร้อย โดยเริ่มจากฝ่ายหญิงต้องเตรียมข้าวของเครื่องใช้และเครื่องแต่งงานไว้ ดังนี้

- เอี่ยมแต่งงาน คือ เอี่ยมแดงที่ตรงกลางเป็นช่องกระเป๋াপักตัวอักษรจีน ซึ่งแปลว่าอยู่กินกันจนแก่ 100 ปี ในกระเป๋าสีเมล็ดพิช 5 ชนิด ได้แก่ ข้าวเปลือก ข้าวสาร ถั่วเขียว สาเหตุแดง (ห่อไว้ในกระดาษแดง) เพื่ออวยพรให้รุ่งเรืองงอกงาม พร้อมใส่เหรียญทองลายมังกร (บางบ้านใส่เงินเพิ่มเติมลงไปด้วย) เพื่ออวยพรให้ร่ำรวย จากนั้นเสียบปืนทองไว้ที่ปากกระเป๋ายี่ยมเพื่ออวยพรให้สมปรารถนา พร้อมใส่ต้นชุงเจ้า ต้นไม้มงคลที่หมายถึงความมีเกียรติ

- ต้นขงเกล้า หรือต้นเมียบลวง 2 ต้น ให้ความหมายว่าเป็นเมียเพียงคนเดียว
- ส้มเซ็ง 1 ถาดใหญ่ ติดตัวหนังสือ “เซ็งฮี้” แปลว่าคู่ยินดี ส่วนปริมาณ

มากน้อยแล้วแต่ครอบครัวฝ่ายหญิงจะกำหนด

- ชุดลำไยแห้ง 2 ชุด และลูกลำไยแห้งอวยพรให้คู่รักมีความหวานชื่น
- ไบท์บัททิม เตรียมไว้ประดับของทุกถาดที่ฝ่ายชายต้องยกกลับไป
- เซฟแดง สำหรับใส่เงินทองและเครื่องประดับที่เจ้าสาวนำติดตัวออกไป

จากบ้าน

- ของใช้สำหรับเจ้าสาว ได้แก่ กะละมังสีแดง 2 ใบ ถังน้ำสีแดง 2 ใบ

กระป๋องน้ำสีแดง 2 ใบ กระโถน 1 ใบ กระจก กรรไกร ค้ายและ เข็ม

- ถาดใส่ของ จัดเตรียมไว้เป็นคู่ที่คู่ก็ได้
- แผ่นรูปหัวใจสีแดง สำหรับติดเครื่องประดับทองและเพชร จะมีจำนวน

มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฐานะเจ้าสาว

- พัดแดง สำหรับเจ้าสาวถือตอนส่งตัว
- รองเท้าเกี้ยวสีแดง 1 คู่ สำหรับใส่ในเช้าวันแรกที่อยู่บ้านฝ่ายชาย
- หมอน 1 ชุด ได้แก่ หมอนข้าง 1 คู่ หมอนหนุน 1 คู่ หมอนหนุนใบยาว

1 ใบ ผ้าปูที่นอน และผ้าห่ม 1 ผืน

- ตะเกียง เขิงเทียน ชุดน้ำชา และกาเหล้าสีแดง
- ไข่ต้มย้อมเปลือกเป็นสีแดง จัดเตรียมเป็นจำนวนคู่ เพื่ออวยพรให้มี

ลูกหลานมาก ๆ

- ของขวัญสำหรับมอบให้พ่อแม่และญาติฝ่ายชาย

ขณะที่ฝ่ายหญิงเตรียมข้าวของในส่วนที่ตนรับผิดชอบ ฝ่ายชายก็ต้องเตรียมเครื่องขันหมาก ตามที่ฝ่ายหญิงกำหนดให้ครบถ้วน โดยแยกเป็นสินสอดและทองหมั้น สินสอดคือค่าน้ำนมที่ต้องมอบให้พ่อแม่ฝ่ายหญิง หากปู่ย่าตายายยังอยู่ก็ต้องจัดเงินอั้งเปาพร้อมชุดหมูให้ 1 ชุด ประกอบด้วยขาหมู ทั้งขาแบบสดๆ บางครอบครัวอาจจะจัดชุดเครื่องในหมูมาด้วย ซึ่งประกอบด้วยตับ หัวใจ และกระเพาะ โดยทุกชิ้นส่วนจะถูกติดตัวอักษร ‘เซ็งฮี้’ สีแดงเอาไว้ แปลว่า คู่ความสุข หรือคู่ความยินดี (“ส่งขันหมาก เงิน เจ้าบ่าวเตรียมตามนี้...”, 2561) สำหรับทองหมั้นตามประเพณีจีนแต่เดิม ได้แก่ ทอง 4 อย่าง คือ กำไลทองคำ สร้อยคอทองคำ ต่างหูทองคำ และเข็มขัดทองคำ นอกจากนี้ยังมีเครื่องขันหมากอื่นๆ ที่ฝ่ายชายต้องเตรียมมาเพื่อความเป็นสิริมงคลและสมบูรณ์แบบของพิธี ดังนี้

- กล้วยทั้งเครือ เลือกแบบที่ยังเขียวๆ ยังมีลูกเยอะๆ เป็นจำนวนเลขคู่ ได้ยิ่งดี เพราะเชื่อว่าจะได้มีลูกสืบสกุลเต็มบ้าน และต้องติดตัวอักษรเซ็งฮี้ทุกลูก

- อ้อย 1 คู่ ยกมาทั้งต้น เพื่ออวยพรให้ชีวิตคู่หวานชื่น บางครอบครัวอาจไม่จัดมาเพราะแม้จะหวานแต่อ้อยนั้นรับประทานยาก
- ส้มเซ่งจัดมาเป็นคู่ โดยติดตัวอักษรเซ่งฮี้ทุกผลเช่นกัน
- ขนมหมั้น, ขนมแต่งงาน ที่นิยมคือขนม 5 อย่าง ได้แก่ ขนมเหนียว เคลือบงา ขนมเป็ยชะ ขนมถั่วตัด ขนมข้าวพองทูป และขนมโก๋อ่อน โดยจัดมาในปริมาณตามที่ฝ่ายหญิงกำหนด
- ชุดหมั้น แบ่งเป็น 4 ถาด ถาดแรกใส่หัวหมั้นพร้อมเท้าทั้งสี่ (ตัดเล็บให้เรียบร้อย) และหางอีกสองถาดใส่ขานหมั้นสองถาดละข้าง และถาดสุดท้ายวางเนื้อส่วนท้องของแม่หมั้น เพื่ออวยพรให้เจ้าสาวได้อุ้มท้องผู้สืบสกุลให้แก่ฝ่ายชาย ส่วนฝ่ายหญิงต้องให้ชุดหมั้นที่ประกอบด้วยหัวใจหมั้นทั้งวงที่มีปอดและตับติดอยู่ตอบแทนกลับไป
- ชุดเซ่งไหว้ที่บ้านเจ้าสาว 2 ชุด สำหรับไหว้เจ้าที่และไหว้บรรพบุรุษ
- โบว์สีแดงหรือสีชมพู สำหรับผูกหน้ารถแต่งงาน

2.1.2 พิธีหมั้น

หลังจากเสร็จพิธีสู่ขอจะเป็นพิธีการสวมแหวนหมั้น โดยเริ่มจากฝ่ายหญิงกราบฝ่ายชายหนึ่งครั้ง ฝ่ายชายรับมือพนมของฝ่ายหญิง โดยจะวางที่ตักหรือระดับอก จากนั้นฝ่ายชายจะสวมแหวนให้เจ้าสาวโดยสวมที่นิ้วนางข้างซ้ายของเจ้าสาว และเจ้าสาวกราบขอบคุณ หากมีสร้อยคอ กำไลหรือต่างหู เฒ่าแก่ทั้งสองฝ่ายจะเรียกให้ฝ่ายชายหรือว่าที่เจ้าบ่าวทำการสวมให้ฝ่ายหญิง หรือว่าที่เจ้าสาวของตนต่อหน้าทุกคนเพื่อให้เป็นสักขีพยาน หลังจากนั้นเจ้าสาวจะสวมแหวนให้เจ้าบ่าวที่นิ้วนางข้างซ้ายเช่นกัน เป็นอันจบพิธีพิธีหมั้นอย่างเป็นทางการ

โดยหลังจากจบพิธีการสู่ขอและพิธีหมั้นหมายสวมแหวนแต่งงานแล้ว ก็อาจจะมีพิธีรับไหว้ หรือพิธีรดน้ำสังข์ (“พิธีการหมั้นหมายและสวมแหวนหมั้น...”, 2560) ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมรดลงบนมือที่มีพานดอกไม้รับรองรับอยู่ โดยจะให้ประธานเป็นผู้รดเป็นคนแรก จากนั้นจึงเป็นพ่อแม่ญาติผู้ใหญ่ของทั้งสองฝ่าย และผู้มาร่วมงานที่เป็นผู้ใหญ่ พร้อมทั้งให้ศีลให้พรขณะรดน้ำไปด้วย และสิ้นสุดด้วยพิธีส่งตัวเข้าหอ (เสาวภา โชติเกษมศรี, 2555)

ส่วนพิธีของเงินนั้น ตามธรรมเนียมเงินจะไม่มีพิธีสวมแหวนหมั้นและนับสินสอด แต่สำหรับครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีนบางครอบครัวที่อยากมีพิธีนี้สามารถแทรกการสวมแหวนได้ก่อนที่ จะมอบเครื่องขันหมากตามประเพณีจีนดั้งเดิม ซึ่งจะเรียกว่าพิธีเปิดสินสอด โดยให้พ่อแม่ฝ่ายเจ้าบ่าวเปิดพานสินสอดแล้วนำสินสอดมาวางใส่พานที่ปูผ้าสีแดงของฝ่ายเจ้าสาว ทั้งเจ้าแก่และพ่อแม่ของทั้งสองฝ่ายจะร่วมกันโปรยข้าวตอกดอกไม้ และกล่าวคำมงคล เพื่ออวยพรให้สินสอดเจริญงอกเงย

มากขึ้นเรื่อยๆ เสร็จแล้วคุณแม่ฝ่ายเจ้าสาวจะห่อสินสอดแบกขึ้นบ่า แล้วเดินออกไปจากห้องพิธีไปเป็นอันจบพิธีกรรมนั้นแบบจีน (“สรุปให้ครบทั้ง 7 สเต็ปพิธีแต่งงานแบบจีน...”, 2561)

2.1.3 การฉลองมงคลสมรส

ฉันทิกานต์ ชัยนตราคม(2552) กล่าวว่า การฉลองมงคลสมรสเป็นพิธีที่ทั้งฝ่ายเจ้าบ่าวและเจ้าสาวเชิญแขกมาเป็นพยานรักในการประกาศตนว่าได้สมรสมีคู่ครองแล้ว โดยส่วนใหญ่จะนิยมจัดเลี้ยงอาหารเย็นตาม โรงแรมหรือสถานที่ที่ผู้คนได้จำนวนมาก ซึ่งมักพบรูปแบบการจัดเลี้ยงอยู่ 3 แบบ ได้แก่ โต๊ะจีน บุฟเฟ่ต์ และค็อกเทล ในการจัดงานฉลองมงคลสมรสนี้ เจ้าบ่าวและเจ้าสาวต้องการได้รับความชื่นชมในทุกด้านจากแขกที่มาร่วมงาน ทั้งด้านความสวยงามของสถานที่ รสชาติของอาหาร และจำนวนอาหารที่เพียงพอ ซึ่งถือว่าเป็นหน้าเป็นตาอย่างหนึ่งของครอบครัวทั้งสองฝ่าย

ดังจะเห็นได้ว่า การแต่งงานในแต่ละขั้นตอนนั้นมีเรื่องของการเงินเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย การแต่งงานจึงสามารถมองในมุมมองของเศรษฐศาสตร์ ในลักษณะของการวางแผนใช้จ่ายตั้งแต่การจัดพิธีแต่งงานไปจนถึงการใช้ชีวิตร่วมกันของคู่บ่าวสาวหลังแต่งงาน ภายใต้แนวคิด Budget Constraint ที่อธิบายเรื่องของการที่มนุษย์เลือกตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ภายใต้ข้อจำกัดที่มีแตกต่างกันไป เช่น ข้อจำกัดด้านรายได้ หรือ ข้อจำกัดด้านสถานที่ เป็นต้น (“Budget constraint”, 2016) และหลังจากเสร็จสิ้นพิธีวิวาห์แล้ว การตัดสินใจจะไม่ใช่การตัดสินใจของแต่ละคนอีกต่อไป แต่เป็นการตัดสินใจร่วมกันของสามีและภรรยา เหมือนครอบครัวนั้นเป็นคนคนเดียว (Household as a single decision-making unit) และมีกระเป๋าเงินเดียวกัน (Gary Becker, 1973)

2.2 ทฤษฎีการเลือกคู่ครอง (Mate Selection Theory)

นิยาม บุญมี(2530 : 47) กล่าวว่า การมีคู่ครอง หมายถึงการที่ผู้ชายและผู้หญิงได้พิจารณาในเรื่องบุคลิกลักษณะและอุปนิสัยใจคอของกันและกัน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันก่อนที่จะตัดสินใจแต่งงานอยู่กินกันฉันท์สามีภรรยา

อำนาจ ยอดทอง (2547) กล่าวว่า การเลือกคู่ครองนั้นสามารถมองได้เป็น 2 แนวทาง ดังนี้

1. ด้านสังคมวิทยา โดยนักสังคมวิทยาหลายท่านให้ความเห็นว่า ผลที่เกิดจากการครองชีวิตคู่หนึ่งจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของปัจจัยที่มาจากคุณสมบัติของบุคคลทั้งสอง ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ วัย และศาสนา เป็นต้น ดังนั้นบุคคลจึงมักเลือกคู่ครองที่มีฐานะความรู้และวัยที่เหมาะสมกัน

2. ด้านจิตวิทยา โดยนักจิตวิทยาเห็นว่า บุคคลจะเลือกคู่ครองตามเหตุผลส่วนตัว เช่น บุคลิกภาพ ความคิดเห็นที่ตรงกัน และการปรับตัวผ่อนปรนอารมณ์เข้าหากัน มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

- ทฤษฎีการเลือกคู่ครองที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน (Theory of homogeny) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลจะแต่งงานกับผู้ที่มีความคล้ายคลึงกับตนเอง เช่น รูปลักษณ์ บุคลิกภาพคล้ายกัน อุปนิสัยคล้ายกัน สติปัญญาความรู้เท่าเทียมกัน

- ทฤษฎีว่าด้วยความต้องการส่วนเติมเต็ม (Complimentary theory) บุคคลจะเลือกคู่ครองที่มีคุณสมบัติที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการที่จำเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ตรงกันข้ามกับตนเอง เช่น ผู้ที่ชอบพูดคุยมักเลือกคนที่เงียบขรึม เป็นต้น

- ทฤษฎีผสมผสานทั้งการเลือกคนที่มีความคล้ายคลึงกันและตรงกันข้ามกัน บุคคลอาจเลือกคู่ครองที่มีทั้งลักษณะคล้ายกับตน และลักษณะที่แตกต่างที่ตนเองต้องการ นอกจากนี้ บุคคลอาจจะเลือกลักษณะที่ตนเองขาดและเป็นลักษณะที่ตนเองต้องการ

Kerckhoff & Davis's (1962) กล่าวว่า เมื่อบุคคลสองคนมีความคล้ายคลึงกันทางด้านสังคม และวัฒนธรรม รวมถึงความคิดเห็น หรือทัศนคติที่ไปในทิศทางเดียวกัน เขาทั้งคู่จะสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ให้มีความแน่นแฟ้นกันมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การเลือกคู่ครอง หมายถึง การที่บุคคลสองคนที่มีภูมิหลังต่างกันเริ่มต้นคบหาสมาคมกัน และตัดสินใจใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน เป็นกระบวนการที่สำคัญก่อนเข้าสู่การแต่งงาน หรือการสร้างครอบครัวใหม่ (ภรรยา สุทธิไชยสรกุล, 2559) และแม้จะมีภูมิหลังต่างกัน แต่บุคคลจะเลือกคู่ของตนจากลักษณะของคู่ที่มีความคล้ายคลึงกัน หรือสามารถเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายไปของตนได้

2.3 รูปแบบของการทดลองมงคลสมรส

ชัยรงค์ รักจิตเวชสกุล (2558) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกรูปแบบการจัดงานแต่งงาน รวมถึงพิธีฉลองมงคลสมรสตอนเย็น คือจำนวนแขกที่มาร่วมงาน จำนวนแขกเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกของสถานที่จัดงาน ตลอดจนประเภทของอาหารในงานตัวอย่างเช่น หากงบประมาณในการจัดงานแต่งงานมีน้อย ก็จะจัดงานได้เล็ก เชิญแขกได้ไม่มาก ส่วนเรื่องสถานที่ บางครั้งสถานที่ที่ตั้งใจเลือกไว้ก็ไม่สามารถรองรับแขกทั้งหมดของเจ้าบ่าวเจ้าสาวได้ หรือหากเพิ่มขนาดห้องจัดเลี้ยงก็จะส่งผลให้ราคาเพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงทำให้ต้องจำกัดจำนวนแขกไว้ในระดับที่คู่บ่าวสาวสามารถรองรับได้ หรือ ความชอบส่วนตัวก็มีผลต่อการเชิญแขกเช่นกัน เพราะหากเจ้าบ่าวเจ้าสาวชอบงานเล็กๆ สบายๆ ก็นิยมเชิญแต่ญาติพี่น้องและแขกที่สนิทกันมาร่วมงานเท่านั้น

Brockway (2017) กล่าวว่า คู่รักในปัจจุบันยังจัดพิธีวิวาห์ตามธรรมเนียมและความเชื่อทางศาสนาของตน แต่ในขณะเดียวกันพวกเขาก็สามารถสร้างสรรค์องค์ประกอบภายในงานตามแบบที่ชอบ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะงานแต่งงานของคุณได้ ซึ่งความชอบส่วนบุคคล (Personal preference) หรือลักษณะส่วนบุคคล (Personal Style) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบงานแต่งงาน

ธนิกันต์ ชัยนตราคม (2552) กล่าวว่า คู่แต่งงานจะให้ความสำคัญกับการวางแผนและออกแบบพิธีเลี้ยงฉลองมากที่สุด ส่วนขั้นตอนอื่นๆ เช่น พิธีแห่ขันหมากหรือพิธีหมั้น นั้นเป็นขนบธรรมเนียมที่โดยทั่วไปจะได้รับการถ่ายทอดจากผู้ใหญ่ภายในครอบครัว ดังนั้นจึงมักให้ผู้ใหญ่ช่วยจัดเตรียมให้

“The 10 Most Popular Types of Wedding Venues (2016) อธิบายถึงรูปแบบของงานแต่งงานที่นิยมจัดกัน โดยสากลไว้ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการจัดงานแบบเป็นทางการ (Traditional Wedding Ceremony) เช่น การจัดงานแต่งงานตามความเชื่อทางศาสนา (Religion Wedding) หรือ การจัดงานแต่งงานตามธรรมเนียมนิยม (Stereotypical wedding) เป็นต้น

2. รูปแบบการจัดงานแบบไม่เป็นทางการ (Humanist Wedding Ceremony) เช่น การจัดงานแต่งงานรูปแบบเทศกาล (Festival wedding), การแต่งงานในสวน (Wedding in a Garden) หรือ การแต่งงานบนดาดฟ้าอาคาร (Rooftop wedding) หรือการจัดงานแต่งงานในโรงงาน (Industrial wedding) เป็นต้น

3. รูปแบบการจัดงานที่ต้องเดินทางไปยังสถานที่พิเศษ (Destination Wedding Ceremony) เช่น การแต่งงานริมทะเล การแต่งงานที่ต่างประเทศ หรือการแต่งงานใต้น้ำ เป็นต้น

รูปแบบงานแต่งงานทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ส่วนมากคู่บ่าวสาวจะนิยมให้มีการจัดเลี้ยงภายในงานด้วย ซึ่งการจัดเลี้ยงสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ การจัดเลี้ยงแบบค็อกเทล การจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟต์ และการจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน โดยที่แต่ละลักษณะนั้นก็มีความเหมาะสมกับรูปแบบของงานแตกต่างกันไป (จารุวรรณ จรุงกลิ่น, 2559)

1. การจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน คือ รูปแบบงานจัดเลี้ยงที่มีการลำดับขั้นตอนในการให้บริการ โดยโต๊ะจีน 1 โต๊ะ สามารถรองรับผู้มาร่วมงานได้ 8 – 10 คน นิยมจัดงานทั้ง งานแต่งงานบวช และงานสังสรรค์ เป็นต้น (ดวงสมร ไชยชนะ โสภณ, 2555) โต๊ะจีนจะไม่มี การเสริมเก้าอี้ใหม่ แต่จะใช้การเปิดโต๊ะใหม่แทน ในงานจะมีบริกรคอยให้บริการอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วย ออร์เดิร์ฟ งานหลัก และของหวาน ประมาณ 6 – 8 อย่าง หรืออาจมากกว่านั้น ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของผู้ใช้บริการ

2. การจัดเลี้ยงแบบค็อกเทล คือ รูปแบบงานที่เน้นการพบปะสังสรรค์กัน แขกที่มาร่วมงานจะเป็นผู้บริการตัวเอง ซึ่งภายในงานจะมีโซนอาหารและของหวานตามมุมต่างๆ เป็นอาหาร

ที่ทานสะดวกพอดีคำ ส่วนเครื่องดื่มนั้นบริการจะคอยเดินบริการ หรือบางครั้งก็มีจุดวางเครื่องดื่มไว้เช่นกัน ถือเป็นการจัดเลี้ยงแบบไม่เป็นทางการ (Informal Catering) แต่จะเน้นการเดินทานอาหารพร้อมสนทนากันมากกว่า (ปัทสมน เวชกิจ, 2553)

3. การจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟ่ต์ คือ รูปแบบการจัดงานที่แขกจะต้องเดินไปตักอาหารที่ถูกจัดไว้เป็นชามๆ เพื่อมานั่งรับประทานที่โต๊ะ ซึ่งจะมีอุปกรณ์การทานอาหารเตรียมไว้ให้แล้ว เป็นการจัดเลี้ยงแบบไม่เป็นทางการ (Informal Catering) อีกรูปแบบหนึ่ง (ดวงสมร ไชยชนะ โสภณ, 2555)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คู่แต่งงานมักให้ความสำคัญในการเลือกรูปแบบของพิธีฉลองมงคลสมรสจากความชอบส่วนตัว และความเหมาะสมกับคู่ของตน โดยนิยมจัดการเลี้ยงฉลองได้ อยู่ 3 รูปแบบ คือ โต๊ะจีน ค็อกเทล และบุฟเฟ่ต์ โดยมีปัจจัยด้านจำนวน และลักษณะของแขกที่มางานเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการจัดเลี้ยง (Catering Form)



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อค้นหาธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y อยู่หรือไม่ และลักษณะของคู่บ่าวสาวที่จัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง กับคู่บ่าวสาวที่ใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner แตกต่างกันอย่างใด โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและนำเสนอในแต่ละหัวข้อดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูล
2. การกำหนดพื้นที่ที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สรุปขั้นตอนการวิจัย

3.1 กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูล

คู่รักชาย-หญิง ชาวไทย ที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2524-2543 อาศัยอยู่ในประเทศไทย และกำลังจะแต่งงานกันภายในปีพ.ศ. 2561-2562 จำนวน 10 คู่

3.2 การกำหนดพื้นที่ที่ศึกษา

เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ ทั้งแบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง

3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ตั้งแต่ 16 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 1 เมษายน 2561

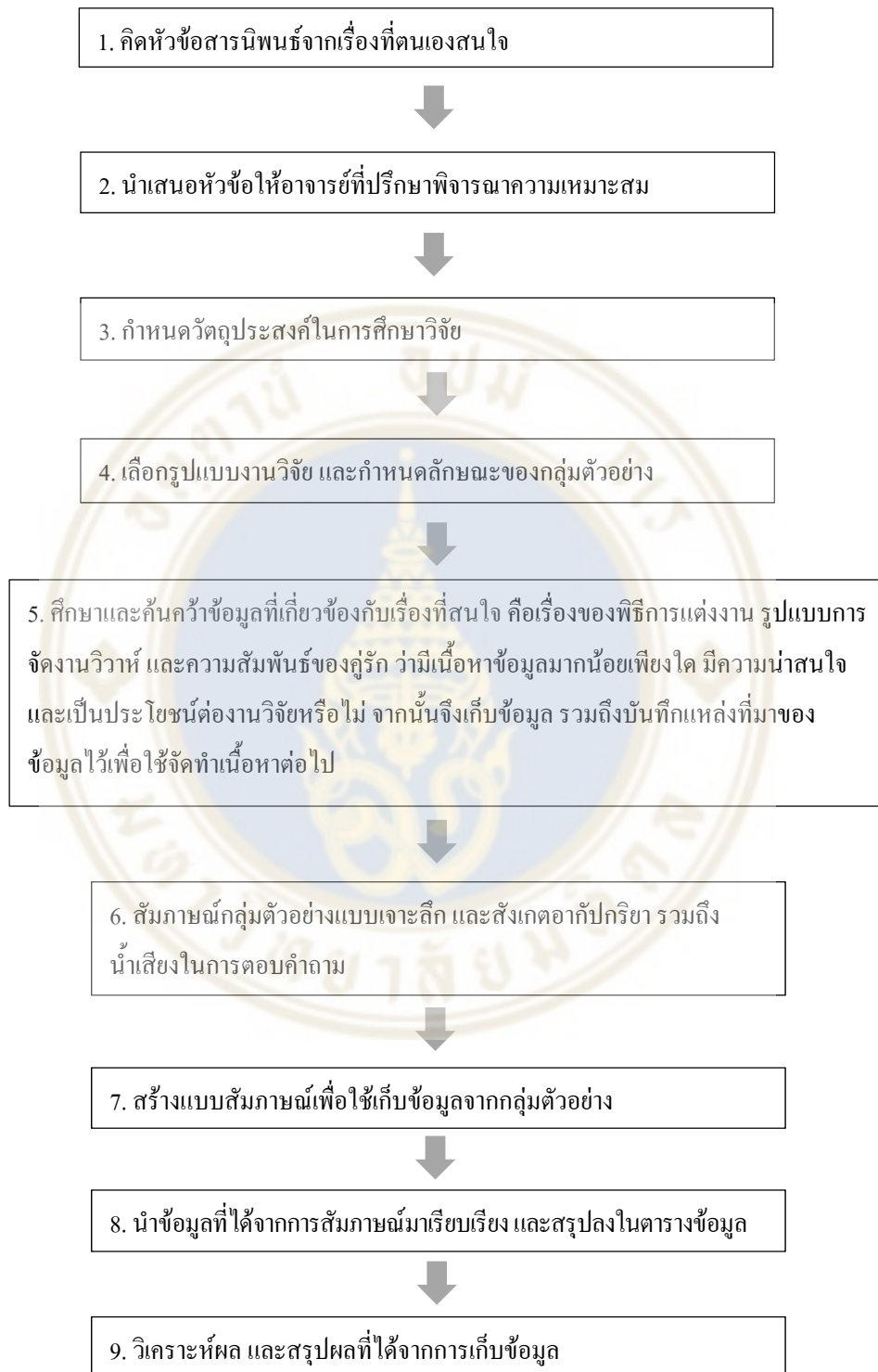
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่จะถูกนำมาใช้ในการวิจัย มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติการ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ได้แก่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อทราบถึงความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y และนำข้อมูลมาใช้ในการเปรียบเทียบลักษณะของคู่บ่าวสาว Gen-Y ที่จัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง กับคู่บ่าวสาวที่ใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา และถอดความที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก จากนั้นจึงสรุปสาระสำคัญตามประเด็นต่างๆ ตามที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตด้านเนื้อหา

3.7 สรุปขั้นตอนการวิจัย



ภาพที่ 3.1 สรุปขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y และเพื่อเปรียบเทียบลักษณะของคู่บ่าวสาวที่จัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง กับคู่บ่าวสาวที่ใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 คู่ แบ่งออกเป็น คู่ที่กำลังจะแต่งงานภายในปี 2561-2562 จำนวน 5 คู่ และคู่ที่แต่งงานแล้วในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2561 จำนวน 5 คู่ ซึ่งผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (Demographic)

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

		อายุ (ปี) หญิง/ชาย	อาชีพ หญิง/ชาย	ระดับการศึกษา สูงสุด หญิง/ชาย	รายได้เฉลี่ยของ เจ้าบ่าวเจ้าสาว รวมกัน (บาท)
คู่ที่กำลังจะ แต่งงาน ภายในปี 2561-2562	คู่ที่ 1	27/27	พนักงานเอกชน/พนักงานเอกชน	ป.โท/ ป.โท	120,000
	คู่ที่ 2	29/32	พนักงานเอกชน/พนักงานเอกชน	ป.โท/ ป.โท	100,000
	คู่ที่ 3	27/27	ธุรกิจส่วนตัว/พนักงานเอกชน	ป.ตรี/ ป.โท	70,000
	คู่ที่ 4	23/34	ไม่ระบุ/ธุรกิจส่วนตัว	ป.ตรี/ ป.ตรี	80,000
	คู่ที่ 5	29/31	พนักงานเอกชน/พนักงานเอกชน	ป.โท/ ป.โท	120,000
คู่ที่แต่งงาน แล้วในปี 2561	คู่ที่ 6	27/28	พนักงานเอกชน/พนักงานเอกชน	ป.โท/ ป.โท	80,000
	คู่ที่ 7	25/29	ธุรกิจส่วนตัว/ธุรกิจส่วนตัว	ป.ตรี/ ป.ตรี	300,000
	คู่ที่ 8	27/27	ธุรกิจส่วนตัว/รับราชการ	ป.ตรี/ นายร้อย	150,000
	คู่ที่ 9	31/31	ธุรกิจส่วนตัว/ธุรกิจส่วนตัว	ป.โท/ ป.โท	130,000
	คู่ที่ 10	35/31	พนักงานเอกชน/พนักงานเอกชน	ป.ตรี/ ป.ตรี	80,000

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คู่ พบว่ามี 7 คู่ ที่เห็นว่า Wedding Planner มีความจำเป็นต่อการจัดงานวิวาห์ และมีเพียง 3 คู่ ที่มองว่า Wedding Planner ไม่ได้มีความจำเป็น ซึ่งเรื่องงบประมาณในการจัดงานแต่งงาน ทุกคู่ได้ตั้งไว้ที่ 100,000 – 200,000 บาท โดยให้เหตุผลว่าเป็นระดับค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล และยอมจ่ายได้

4.2.1 ความคิดเห็นของผู้ที่เห็นว่า Wedding Planner มีความจำเป็น

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คู่ แบ่งออกเป็น คู่ที่แต่งงานแล้ว 3 คู่ และคู่ที่กำลังจะแต่งงาน 4 คู่ ให้ข้อมูลว่าตนไม่ได้ใช้บริการ Wedding Planner แบบ Full-Services แต่จะใช้บริการตามที่คู่ของตนจำเป็นต้องใช้จริงๆ เช่น บริการตกแต่งสถานที่ (Wedding Organizer) บริการประสานงานและดูแลความเรียบร้อยของพิธีการ หรือที่เรียกว่า ‘รันคิว’ เป็นต้น โดยได้ให้เหตุผลของความ ‘จำเป็น’ ไว้ ดังนี้

4.2.1.1 Wedding Planner มีความจำเป็น เพราะไม่อยากให้ตน ครอบครัว และเพื่อนฝูงต้องเหนื่อยในการจัดงานแต่งงาน อยากให้ทุกคนได้มาร่วมมีความสุขกับงานอย่างเต็มที่

ผู้ให้สัมภาษณ์คู่ที่ 1 กล่าวว่า “เราอยากจัดงานออกมาให้ดี โดยที่เรากับแฟนไม่ต้องเหนื่อย ครอบครัวกับเพื่อนๆ ก็ควรมาเป็นแขกในงาน ได้มีความสุขกับงาน ก็เลยเตรียมเงินสำหรับจ้าง Wedding Organizer เอาไว้แล้ว ก็จะจ้างคนที่รู้จัก ไว้ใจได้ และไม่บวกราคาเพิ่มมากจนเกินไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คู่ที่ 2 กล่าวว่า “ตั้งใจจะจ้างแบบ Full Service ไปเลย เพราะตัวเองเป็นคนละเอียด เลยใช้เงินแก้ปัญหา ให้ Wedding Planner จัดให้เราจนถูกใจดีกว่า และอยากให้เป็นเหมือนกับครอบครัวมาเป็นแขกในงานมากกว่าจะต้องมาเหนื่อยจัดงานให้เรา”

4.2.1.2 Wedding Planner มีความจำเป็นเพราะมีเวลาในการเตรียมงานน้อย

ผู้ให้สัมภาษณ์คู่ที่ 4 กล่าวว่า “จำเป็นต้องจ้าง เพราะทุกคนรอบตัวทำงานกันหมด ทุกคนมีภาระหน้าที่ต้องดูแล ไม่มีเวลามาช่วยงานเราขนาดนั้น และด้วยระยะเวลาอีกแค่ 3 เดือนก็จะถึงวันงานแล้ว เลยเอาเงินมาจ้าง Wedding Organizer ให้ช่วยจัดงานดีดีไปเลยดีกว่า”

ผู้ให้สัมภาษณ์คู่ที่ 7 กล่าวว่า “ตอนแรกตั้งใจจะจัดงานเอง แต่ด้วยเวลาที่จำกัดเลยต้องจาก Wedding Organizer มาช่วยเรื่องการตกแต่งสถานที่และการรันคิวพิธีการ”

4.2.2 ความคิดเห็นของผู้ที่เห็นว่า Wedding Planner ไม่มีความจำเป็น

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คู่ แบ่งออกเป็น คู่ที่แต่งงานแล้ว 2 คู่ และคู่ที่กำลังจะแต่งงาน 1 คู่ ได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ Wedding Planner ไม่ได้สำคัญขนาดนั้น มันสิ้นเปลือง เพราะเราต้องการแค่คนรันคิว และคนดูแลเรื่องการตกแต่งสถานที่ ซึ่งสามารถหาข้อมูลเองได้จากใน Internet และเพื่อน กับ Pantip ก็สามารถช่วยได้ และงานของเราก็เรียบง่าย มีแต่คนรู้จักมาร่วมงานเลยไม่ได้ต้องการความเป๊ะมาก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ถ้ามีเวลาในการเตรียมตัวเยอะ และเตรียมตัวทันทีไม่จำเป็นต้องจ้าง เพราะสามารถทำเองได้ แต่เพราะช่วงใกล้ๆ วันงานเรามีเวลาเตรียมตัวน้อยมาก และยุ่งมากเลยตัดสินใจจ้างดีกว่า”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “เราจัดงานเองเกือบทั้งหมด และถ้าย้อนกลับไปก็ก็ยังจัดงานด้วยตัวเอง เพราะงานมันแค่วันวันเดียวเลยไม่อยากจะจ่ายเงินสิ้นเปลือง และเราได้เพื่อนๆ ช่วยจัดการรายละเอียดต่างๆ ในงานเยอะมาก จนไม่ต้องจ้าง Wedding Planner หรือ Organizer เลย”

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้แสดงไปข้างต้น สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง 7 ใน 10 มองว่า Wedding Planner มีความจำเป็น และ 3 ใน 10 มองว่าไม่จำเป็น เพราะฉะนั้นในภาพรวมจึงมองว่า Wedding Planner มีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y ที่แต่งงานในช่วงปี 2561-2562 โดยเน้นไปที่การใช้บริการตามความจำเป็น ให้ Wedding Planner เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดงาน เพื่อให้ตนและครอบครัวไม่ต้องเหนื่อย อีกทั้งยังเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับคู่รักที่มีเวลาในการจัดเตรียมงานน้อย

4.3 ลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ มีลักษณะไม่ต่างกัน โดยมีปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเลือก หรือไม่เลือกใช้บริการอยู่ 3 ปัจจัย ได้แก่

4.3.1 ครอบครัว

การจัดงานแต่งงานจะขึ้นอยู่กับความเชื่อของคู่รักในแต่ละครอบครัว อย่างคู่รักเชื้อสายจีน ก็จะต้องมีพิธีหมั้นและยกน้ชา คู่รักเชื้อสายไทยก็จะเป็นเรื่องขันหมากและการรับไหว้ ส่วนคู่รักที่เป็นคริสต์ก็จะทำพิธีในโบสถ์ดังนั้นครอบครัวจึงมีผลต่อการเลือกรูปแบบในการจัดงาน รายละเอียดต่างๆ ภายในงาน รวมถึงวันและเวลาในการจัดพิธีวิวาห์ (“แต่งงานทั้งที่ต้องบริหารเงินให้ลงตัว”, 2559)

4.3.1.1 ความคิดเห็นของกลุ่มสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

Wedding Planner

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “พิธีการตอนเช้าเป็นงานหมั้นแบบจีน ซึ่งมีลำดับขั้นตอน และอุปกรณ์ค่อนข้างเยอะ คุณแม่เจ้าบ่าวเลยให้จ้าง Wedding Planner เข้าตั้งเดิมที่เขาจัดพิธีจีนเป็นประจำมาช่วยวางแผนงานและจัดเตรียมงานให้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “งานแต่งงานเราไม่ใช่งานเรา แต่เป็นงานของ 2 ครอบครัว องค์กรประกอบหลายๆ อย่างในงานจึงต้องได้รับการอนุมัติจากพ่อแม่ และญาติฯ ของทั้ง 2 ฝ่าย ก่อน อย่างชุดแต่งงานเจ้าสาวคุณแม่ก็เป็นคนเลือกให้ ชุดเดิมที่เราเลือกเองก็ต้องจำใจพับเก็บเข้าตู้”

4.3.1.2 ความคิดเห็นของกลุ่มสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

Wedding Planner

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “เราสนิทกับคนในครอบครัวอยู่แล้วจึงไม่จำเป็นต้องจ้าง Wedding Planner มาช่วยเป็นคนกลางในการเคลียร์ปัญหาต่างๆ เราว่าเราคุยเองง่ายกว่า”

4.3.2 ชื่อเสียง/ ความน่าเชื่อถือ

โดยกลุ่มสาวทั้ง 10 คนได้ให้ข้อมูลว่า ค้นหาค้นหาข้อมูลของ Wedding Planner เจ้าต่างๆ ผ่านทาง Internet และ Social Media โดยดูผลงานที่ผ่านมาและรีวิวต่างๆ รวมถึงการสอบถามขอคำแนะนำไปยังคนรู้จักที่แต่งงานแล้ว

4.3.2.1 ความคิดเห็นของกลุ่มสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

Wedding Planner

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “งานนี้ได้จ้างพี่ที่รู้จักกันเป็นคนดูแลด้าน Decoration ให้ เพราะเรารู้จักเขา เคยเห็นผลงานเขามาก่อน ไว้ใจได้ และเขาก็ไม่ได้บวกราคาเพิ่มมากนักเกินไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “Wedding Planner เจ้านี้มีเพื่อนที่ทำงานแนะนำมาให้อีกที จากนั้นเราก็เข้าไปหาข้อมูลใน Facebook และ Instagram ของเขาว่าเขาจัดงานออกมาเป็นอย่างไร เสียงตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างไร แล้วเรื่องราคาจะซาร์จเพิ่มจนเกินงามหรือเปล่า” และก่อนจบการให้สัมภาษณ์ ฝ่ายหญิงก็ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าตนเพิ่งแนะนำ Wedding Planner เจ้าเดียวกันนี้ให้กับเพื่อนสนิทชาวเนปาลที่กำลังจะจัดงานวิวาห์ในเร็วๆ นี้อีกด้วย

4.3.2.2 ความคิดเห็นของกลุ่มสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

Wedding Planner

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “เราอยากจัดงานด้วยตัวเอง เพราะไม่แน่ใจใน Wedding Planner ว่าเขาจะจัดออกมาได้ถูกใจเราแค่ไหน อย่างเจ้าที่ทาง Wedding Studio เป็นคนแนะนำมาให้เราก็อธิบายไม่ชอบ เพราะเขาพูดจาไม่ดี ไม่เข้าใจสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสาร และคิดราคาแพงเกินไป ก็เลยต้องไปหาวิธีจากใน Internet เพื่อให้ได้ Wedding Planner ที่เราโอเคด้วยที่สุด”

4.3.3 การเงิน

4.3.3.1 ความคิดเห็นของกลุ่มสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

Wedding Planner

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “เราเลือกโรงแรมที่ Minimum Spending ไม่สูง อย่างโรงแรมที่ใช้จัดงานก็อยู่ที่ 400,000 บาท ต่อ 300 คน ซึ่งแขกที่มาในงานนั้นเกิน 300 คน อยู่แล้ว และด้วย Location กับรสชาติอาหารของโรงแรมนี้ ก็ถือว่าคุ้มค่า เพราะเราต้องคำนวณค่าใช้จ่ายทุกส่วนไม่ให้บานปลาย ซึ่งตอนนี้ค่าตกแต่งสถานที่ก็เริ่มบานออกไปหลักหมื่นแล้ว”

4.3.3.2 ความคิดเห็นของกลุ่มสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ

Wedding Planner

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ผู้ใหญ่ฝ่ายเจ้าบ่าวได้ให้เงินมาช่วยในการจัดงาน 1 ล้านบาท เรา 2 คน เลยต้องพยายามบริหารเงินก้อนนั้นให้สามารถเนรมิตงานแต่งงานของเราให้ออกมาดีที่สุดในได้ โดยที่เราตั้งเป้าเอาไว้ว่าจะต้องมีเงินเหลือจากการจัดงานเพื่อเอาไปอั้นนิมนต์ด้วย (หัวเราะ)”

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้แสดงไปข้างต้น สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คู่ มีปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเลือก หรือไม่เลือกใช้บริการ Wedding Planner อยู่ 3 ข้อ คือ 1) ครอบครัว, 2) ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือ และ 3) การเงิน ซึ่งทำให้ลักษณะของกลุ่มสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับกลุ่มสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ มีลักษณะไม่ต่างกัน

4.4 การเลือกรูปแบบการจัดงานแต่งงาน

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายด้านความเชื่อ ศาสนา และประเพณี วัฒนธรรม ทำให้การจัดงานแต่งงานมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยดังกล่าว (เฉลิมพล พลमुख, 2560) แต่ความเหมือน หรือความคล้ายคลึงกันในปัจจัยเหล่านั้นของกลุ่มบ่าวสาว รวมถึงความชอบ และความคิดทัศนคติที่เหมือนกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการจัดงานแต่งงานของกลุ่มตน (Brockway, 2017)

จากข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (Demographic) จะเห็นได้ว่าคู่บ่าวสาวมีความคล้ายคลึง และใกล้เคียงกันในเรื่องของอายุ อาชีพ การศึกษา และระดับรายได้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “อาจเพราะว่าเราสองคนเรียนจบเมืองนอกทั้งคู่ ก็เลยรู้สึกไม่อินกับการแต่งงานที่มีพิธีการเยอะๆ เราอยากจัดแบบง่ายๆสบายๆเหมือนที่เมืองนอกเขาจัดกัน มันดูอบอุ่นและน่ารักดี”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ทั้งบ้านของเจ้าบ่าวและเจ้าสาวเป็นคนไทย-จีนทั้งคู่ การจัดพิธีหมั้นตอนเช้าเลยต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ คุณแม่เลยอยากให้เลือก Wedding Planner ที่จัดงานพิธีจีน โดยเฉพาะ”

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า แม้คู่บ่าวสาวจะมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน แต่เมื่อได้มาใช้ชีวิตอยู่ด้วยกันและมีความเชื่อ หรือเคารพธรรมเนียมประเพณีเดียวกัน ตลอดจนมีความชอบ หรือความคิดเห็นที่คล้ายกัน จะส่งผลต่อการเลือกรูปแบบของการจัดงานแต่งงาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y อยู่หรือไม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความจำเป็นในการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y และเพื่อเปรียบเทียบลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับ คู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์แนวโน้มในการใช้บริการ ธุรกิจ Wedding Planner ของคู่บ่าวสาว Gen-Y ได้ โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคู่รักหนุ่มสาวชาวไทย อยู่ในช่วง Gen-Y จำนวน 10 คู่ แบ่งออกเป็นคู่ที่กำลังจะแต่งงานภายในปี 2561-2562 จำนวน 5 คู่ และคู่ที่แต่งงานแล้วในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2561 จำนวน 5 คู่ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ตามขอบเขตการศึกษา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยได้ผลการวิจัยออกมาได้ 3 ข้อ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง 7 ใน 10 มองว่า Wedding Planner มีความจำเป็น และ 3 ใน 10 มองว่าไม่จำเป็น เพราะฉะนั้นในภาพรวมจึงมองว่า Wedding Planner มีความจำเป็นต่อคู่บ่าวสาว Gen-Y ที่แต่งงานในช่วงปี 2561-2562 โดยเน้นไปที่การให้บริการตามความจำเป็น ให้ Wedding Planner เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดงาน เพื่อให้ตนและคนรอบข้างไม่ต้องเหนื่อย อีกทั้งยังเป็นทางออกที่ดีสำหรับคู่รักที่มีเวลาในการจัดเตรียมงานน้อย

2. กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คู่ มีปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเลือก หรือไม่เลือกใช้บริการ Wedding Planner อยู่ 3 ข้อ คือ 1) ครอบคลุม, 2) ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือ และ 3) การเงิน ซึ่งทำให้ลักษณะของคู่บ่าวสาวที่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ Wedding Planner กับคู่บ่าวสาวที่ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้บริการ มีลักษณะไม่ต่างกัน

3. ในการเลือกรูปแบบการจัดพิธีฉลองมงคลสมรส แม้คู่บ่าวสาวจะมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน แต่เมื่อได้มาใช้ชีวิตอยู่ด้วยกันและมีความเชื่อ หรือเคารพธรรมเนียมประเพณีเดียวกัน ตลอดจนมีความชอบ หรือความคิดเห็นที่คล้ายกัน จะส่งผลต่อการเลือกรูปแบบของการจัดงานแต่งงาน ซึ่งสามารถแบ่ง รูปแบบการจัดงานออกเป็น 3 รูปแบบ

- รูปแบบเป็นทางการ (Traditional Wedding Ceremony) เช่น การจัดงานแต่งงานตามความเชื่อทางศาสนา (Religion Wedding) หรือ การจัดงานแต่งงานตามธรรมเนียมนิยม (Stereotypical wedding) เป็นต้น

- รูปแบบการจัดงานแบบไม่เป็นทางการ (Humanist Wedding Ceremony) เช่น การจัดงานแต่งงานรูปแบบเทศกาล (Festival wedding), การแต่งงานในสวน (Wedding in a Garden) หรือ การแต่งงานบนคานฟ้าอาคาร (Rooftop wedding) หรือ การจัดงานแต่งงานในโรงงาน (Industrial wedding) เป็นต้น

- รูปแบบการจัดงานที่ต้องเดินทางไปยังสถานที่พิเศษ (Destination Wedding Ceremony) เช่น การแต่งงานริมทะเล การแต่งงานที่ต่างประเทศ หรือการแต่งงานใต้น้ำ เป็นต้น

รูปแบบงานแต่งงานทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ส่วนมากคู่บ่าวสาวจะนิยมให้มีการจัดเลี้ยงภายในงานด้วย ซึ่งการจัดเลี้ยงสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ การจัดเลี้ยงแบบกึ่งกึ่งกึ่ง การจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟ่ต์ และการจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน โดยที่แต่ละลักษณะนั้นก็มีความเหมาะสมกับรูปแบบของงานแตกต่างกันไป

คู่บ่าวสาวมักให้ความสำคัญ และใส่ใจความชอบส่วนบุคคลเข้าไปในการจัดพิธีฉลองมงคลสมรส เหตุเพราะขั้นตอนอื่นๆ เช่น พิธีแห่ขันหมากหรือพิธีหมั้น เป็นขนบธรรมเนียมที่โดยทั่วไป จะได้รับการถ่ายทอดจากผู้ใหญ่ภายในครอบครัว ดังนั้นจึงมักให้ผู้ใหญ่ช่วยจัดเตรียมให้

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าข้อสังเกตเรื่องคู่บ่าวสาว Gen-Y มีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการ Wedding Planner ลดลง เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จะช่วยให้พวกเขาจัดงานแต่งงานได้ด้วยตัวเองง่ายมากขึ้นผ่าน Internet และ Social Media นั้น ไม่ได้มีผลตามที่คาดไว้ เพราะข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คู่ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ Wedding Planner ยังมีความจำเป็นต่อคู่รักหนุ่มสาว Gen-Y อยู่เพียงแค่ Internet และ Social Media ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลของ Wedding Planner เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

อีกทั้งลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นความจำเป็น และไม่เห็นความจำเป็นของการใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner นั้น ไม่ได้มีความแตกต่างกัน เพราะในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจ Wedding Planner จะต้องมียปัจจัย 3 ข้อเป็นองค์ประกอบ ได้แก่ ครอบครัว ความน่าเชื่อถือหรือชื่อเสียงของ Wedding planner และการเงิน เข้ามามีเกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสในการทำการตลาดบนโลกออนไลน์ของธุรกิจ Wedding Planner ว่ายังสามารถพัฒนาธุรกิจให้เติบโต และเอาชนะคู่แข่งในตลาดได้ ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางดังนี้

1. สร้างเอกลักษณ์เฉพาะแบรนด์ของตน หรือดึงจุดเด่นของตนขึ้นมาในลักษณะของการเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้เป็น Top of mind เช่น แบรนด์ A แสดงจุดเด่นในการเป็นผู้เชี่ยวชาญการจัดงานวิวาห์ตามธรรมเนียมจีน เมื่อมีครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีนที่ต้องการจัดงานวิวาห์ เขาก็จะนึกถึงแบรนด์ A เป็นอันดับแรก เป็นต้น

2. ทำ Online Marketing เช่น SEO SEM หรือ Facebook Ad เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถค้นเจอแบรนด์ และเข้าถึงข้อมูลของแบรนด์ได้ง่ายขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภค สร้างการรับรู้ (Brand Awareness) และเพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น

3. ทำการตลาดกับ Secondary Target หรือกลุ่มคุณแม่ของคู่บ่าวสาว เนื่องจากผลการวิจัยกล่าวว่าครอบครัวเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Wedding Planner

แต่ทั้งนี้ แบรนด์จะต้องคงคุณภาพ และพัฒนาศักยภาพของการให้บริการอยู่เสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดการบอกต่อในทางที่ดี (Positive Word-of-Mouth) และให้ตนสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ จนนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

บรรณานุกรม

- ขนิษฐา จิตชินะกุล. (2552). *ประเพณีแต่งงาน: ความเปลี่ยนแปลงบนเส้นทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: กองส่งเสริมงานวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จารุวรรณ จรุงกลิ่น. (2559). *รูปแบบธุรกิจรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่สำหรับการจัดเลี้ยงทางธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตติ จิตติมาพร. (2553). *Bride to Be: เกาะกั้น Wedding Planner* ตัวช่วยคู่บ่าวสาวในวันแต่ง. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2561, จาก <http://www.manager.co.th/Sport/ViewNews.aspx?NewsID=9530000171802>.
- เฉลิมพล พลมข. (2560). *การแต่งงาน: ในบริบทของสังคมไทย*. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2561, จาก https://www.matichon.co.th/columnists/news_773542.
- ชัยงค์ รักจิตเวชสกุล (2558). *MARRIED.I.Y (7)—Tips & Tricks* กะจำนวนแขกอย่างไรให้พอดี?. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2561, จาก <https://medium.com/pinn-aun/married-i-y-7-e235c042a343>.
- ดวงสมร ไชยชนะ โสภณ. (2555). *คู่มือครูสอนทางไกลผ่านดาวเทียมสำหรับโรงเรียนปลายทาง*. วิชาการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ๓๓๓๒๐๓. สืบค้นจาก <http://www.dlf.ac.th/uploads/document/133490814425535.pdf>.
- ธันนิกานต์ ชัยนตราคม. (2556). *การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ: การศึกษาประเพณีแต่งงานไทย*. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 16, 88-98
- นิยม บุญมี. (2530). *ครอบครัวสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตมหาสารคาม.
- ปัทมมน เวชกิจ (2553). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนางานจัดเลี้ยง โรงแรมสวนดุสิตเพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศุภยา สุทธิไชยสกุล. (2559). *ทัศนคติของสมาชิกเฟซบุ๊กที่มีต่อเว็บไซต์บริการหาคู่ชีวิตที่มีระบบด้านความปลอดภัยสูง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม
- ธันนิกร เศรษฐ. (2523). *สังคมและวัฒนธรรมไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิมพ์เกษตร.
- ถิธรัตน์ อนุรัตน์พานิช. (2558). *Generation Y ยังรัยอยู่*. กรุงเทพฯ: ไทยเอฟพีทีเอสดีไอ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วีรพงษ์ ชุตติภักดิ์. (2556). *10 ไลฟ์สไตล์ของคนในยุค... Gen Y*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/499582/>.
- ศิริลักษณ์ หาพันธ์นา. (2560). *เทรนด์ธุรกิจเวดดิ้ง “เรียบง่าย-แต่งเร็ว” โดสวจนกระแสไม่ยอกมมีลูกชู่ไทยฮับ Wedding Destination*. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2561, จาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1486735421/.
- สิวพร แพทย์จิม. (2557). *การเปลี่ยนแปลงในวัยรุ่น*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561, จาก <https://slideplayer.in.th/slide/2097046/>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2560). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและมูลค่าอีคอมเมิร์ซ ไขว้ความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2561, จาก <https://www.eta.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017-press-conference.html>.
- เสฐียร โกเศศ. (2532). *แต่งงาน: ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต*. กรุงเทพฯ: แม่คาพาง.
- เสวภา โชติเกษมศรี. (2555). *ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การจัดขันหมากเพื่อการสู่ขอการแต่งงานของชาวจังหวัดสงขลา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- อำนาจ ยอดทอง. (2547). *การทดลองอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงานของชาย-หญิง โสคที่บรรลุนิติภาวะแล้ว*. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อู่ทินหมี่ (2557). *[infographic] พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของบ่าวสาวก่อนลั่นระฆังวิวาห์*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/infographic-reports/infographic-bride-and-groom-before-marriage/>.
- Brockway. (2017). *What Type of Wedding Ceremony Is Right For You*. Retrieved Dec 6, 2017, from https://www.huffingtonpost.com/rev-laurie-sue-brockway/what-type-of-wedding-cere_b_4404061.html.
- Gary Becker (1973). A Theory of Marriage. *The Journal of Political Economy*, 81(4), 813-846.
- Happy Wedding Life. (2561). *สรุปให้ครบทั้ง 7 สเต็ปพิธีแต่งงานแบบจีนที่จัดได้ง่ายๆ ภายใน 1 วัน*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561, จาก <https://www.happywedding.life/th/tips/wedding-planning-ceremony/chinese-style/42940>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kerckhoff & Davis's (1962). *The Filter Theory*. Retrieved 2016, from <https://www.simplypsychology.org/a-level-relationships.html>.
- Landis, J.T. (1975). *Personal adjustment, marriage, and family* (6th ed.). New York: Harper & Row Publishers.
- Lissahn DeVance (2018). *The 10 qualities of a great wedding organizer*. Retrieved February, 15, 2018 from <https://www.godaddy.com/garage/the-10-qualities-of-a-great-wedding-organizer/>.
- Malinowski, B. (1930). *17. Kinship*. Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland.
- Marketoops. (2557). [infographic] พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของบ่าวสาวก่อนแต่งงานครั้งวิวาห์. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2561, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/infographic-reports/infographic-bride-and-groom-before-marriage/>.
- Sarah Schmidt. (2017). *The Wedding Industry in 2017 and Beyond*. Retrieved March, 15, 2018 from <https://blog.marketresearch.com/the-wedding-industry-in-2017-and-beyond/>.
- Thumbsup (2560). *ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2017 พบคนไทยใช้เน็ตเพิ่มเป็น 6 ชั่วโมง 30 นาที*. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2561, จาก <http://thumbsup.in.th/2017/09/etda-internet-profile-thailand-2017/>.
- Truong Thi Hang (2559). การแต่งงาน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 5(2), 211-234.



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง

- Demographic:
 - ชื่อ
 - อายุ
 - การศึกษา
 - อาชีพ
 - รายได้
- Geographic
 - ที่พักอาศัย (จังหวัด, เขต)
- ทั้งสองท่านรู้จักกันได้อย่างไร
- เป็นแฟนกันมานานเท่าไรแล้ว
- วางแผนไว้ว่าจะแต่งงานกันเมื่อไร
- ทำไมต้องจัดงานแต่งงานช่วงเวลานั้น
- ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมในการตัดสินใจแต่งงาน
- ภาพงานแต่งงานในฝันของทั้งคู่เป็นอย่างไร
- มีการเตรียมความพร้อมในการจัดงานวิวาห์ไปแล้วบ้างหรือยัง อย่างไรบ้าง
- หาข้อมูลเรื่องการจัดงานแต่งงานจากแหล่งไหนบ้าง
- รูปแบบการจัดงานแต่งงานของคุณเป็นแบบไหน
- ขนาดของงานหรือจำนวนแขกที่จะเชิญมางานจำนวนเท่าไร
- ลักษณะของการจัดเลี้ยงเป็นแบบไหน
- เลือกที่จะจัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง หรือ ใช้บริการ Wedding Planner เพราะอะไร
- Wedding Planner ในความเข้าใจของคุณคือใคร
(กรณีที่คุณเลือกจัดงานแต่งงานด้วยตัวเอง)

- ถ้าหากหลังจากการหาข้อมูลและคำนวณค่าใช้จ่ายในการจัดงานโดยละเอียดแล้วพบว่าค่าใช้จ่ายในการจัดงานเองถูกกว่าการใช้บริการ Wedding Planner ไม่ถึง 50% คุณจะยังดำเนินการจัดงานด้วยตัวเองต่อหรือไม่
(กรณีที่คุณบ่าวสาวเลือกใช้ Wedding Planner)
- หากคุณใช้บริการ Wedding Planner คุณจะเลือกใช้บริการแบบ Full Service หรือเลือกใช้บริการเฉพาะบางบริการ เพราะอะไร

คำถามสุดท้ายสำหรับคู่รักทั้ง 2 กลุ่ม

- สามารถเปิดเผยตัวเลข Budget ในการจัดงานแต่งงานครั้งนี้ได้หรือไม่ หากได้ Budget นั้นอยู่ที่เท่าไร และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกจัดงานแต่งงานเอง หรือ ใช้บริการ Wedding Planner หรือไม่



ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่กำลังจะแต่งงานในช่วงปี พ.ศ.2561-2562

Target	Necessary (Y) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดงานแต่งงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #1	Y	*จ้าง Wedding Planner ให้เขาวางแผนให้ตั้งแต่ต้น โดยเราให้ข้อมูลทุกอย่าง และ Contact ร้านอาหารที่เรามี เพื่อให้เขาไปติดต่อ * เพื่อเงินสำหรับการจ้าง Organize เพื่อจัดงานแต่งงานที่ไทยไว้แล้ว * Size หรือรูปแบบงานก็ขึ้นอยู่กับเงิน * ที่เหลือจากจัดงานแต่งงานร่วมกับเงินที่ตัวเองไว้ * จ้างคนที่รู้จัก ไว้ใจได้ และไม่แพงมากเกินไป * ให้ WP มาช่วยในการออกแบบและตกแต่งงาน ส่วนองค์ประกอบภายในงานอื่น ๆ ยังทำเองได้ เช่น การ์ดเชิญ หรือ พลุเล็กน้อย	คนที่วางแผนงานทั้งหมด และทำให้เราเห็นภาพงานแต่งงานตั้งแต่สิ่งที่เขาพูดได้ว่าภายในงานจะมีอะไร และเกิดอะไรขึ้นบ้าง	เงิน	* ผลงานที่ผ่านมา โดยดูรีวิวจาก Internet * เรารู้จักเขาไว้แล้ว * เราดูเขาได้ไหม	100	Traditional	Informal (Garden)	1 Year	100,000-200,000	N/A	
Couple #2	Y	* จะจ้างแบบ Full Service ไปเลย เพราะตัวเองเป็นคนละเอียด เรื่องมาก และไม่ชอบคิดใจกับเพื่อน(กรณีให้เพื่อนมาช่วยงาน) เลยใช้เงินแก้ปัญหาให้ WP จัดให้เราจนถูกใจคิดว่า	คนที่ช่วยจัดงานแต่งงาน ตั้งแต่นัดจนจบ	เงิน และ ครอบครัว	* ผลงานที่ผ่านมา โดยดูรีวิวจาก Internet * ราคา	100	Traditional	300	Informal (Garden)	1 Year	100,000	N/A

Target	Necessary (X) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาเข้าร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #3	X	<ul style="list-style-type: none"> * ต้องเลือก WP ที่ดี และเราต้อง Brief เขาให้ละเอียด เพื่อให้เขาทำงานออกมาได้ถูกใจเรามากที่สุด * ออกมาให้เพื่อนและครอบครัวมาเป็นแขกในงานมากกว่าจะต้องมาเหนื่อยจัดงานให้เรา * ไม่ได้สำคัญขนาดนั้น แต่ต้องการคนรัก และคนดูแลเรื่องการแต่ง ซึ่งสามารถหาเองได้จากใน Internet * การจ้าง WP มันสิ้นเปลือง เพราะเราทำทุกอย่างเองได้ และเพื่อน กับ Pantip ก็สามารถช่วยได้ * งานจะง่ายกว่าสบายๆ มีแต่คนรู้จักที่มาร่วมงาน ไม่ได้มีคนใหญ่คนโต เลยไม่รู้สึกรู้ว่าต้องการความช่วยเหลือมากนัก * การ์ด ก็ให้เพื่อนช่วยออกแบบก็ได้หา ร้าน Print เองได้ * ทุกอย่างหาได้ใน Internet (อ้อ) * แต่ Decoration อาจจะต้องจ้าง Organize มาช่วยจัด หรือ ให้สถานที่ที่เราจัดงานดูแลเรื่องนี้ไปเลย ไม่มีริเชส 	WP มีไว้ใช้เพื่อความเรียบร้อยของงาน แต่ถ้างานไม่ได้ใหญ่ มากก็ไม่จำเป็นต้องจ้าง WP มันสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ	เงิน และครอบครัว	N/A	100	Traditional	500	Informal (Wedding Studio, Restaurant, Hotel)	1 Year	50,000	N/A		

Target	Necessary (X) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาเข้าร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #4	Y	<p>* เรื่องอาหารสำคัญที่สุดอาหารในงานต้องอร่อย</p> <p>* จำเป็นต้องจ้าง เพราะทุกคนรอบตัวทำงานกันหมด ทุกคนมีภาระหน้าที่ต้องดูแล ไม่มีเวลามาช่วยงานเราขนาดนั้น เลขอาจเงินมาจ้าง Organizer ให้ช่วยจัดงานได้ดีไปเลยดีกว่า</p> <p>* น้องสาวแต่งงานแล้ว เคยมีประสบการณ์ในการจัดงาน จึงเป็นคนสำคัญในการจัดการงาน และประสานงานกับ Organizer</p> <p>* เลือก Organizer ที่มี Service ครบทุกด้าน</p> <p>* ทำเองแต่เรื่องติดต่อสถานที่ ส่วนเรื่องอาหาร และวงดนตรี ทางโรงแรมจัดการให้ทั้งหมด</p> <p>* Planning เอง โดยดูจากงานของเพื่อนๆ ที่แต่งงานไปแล้วว่าเขาจัดกันยังไง ไม่ได้หาข้อมูลใน Internet เลย จากนั้นค่อยเอาไอเดียไปคุยกับ Organizer</p>	WP คือคนที่วางแผนงาน แต่งให้เราก่อนหน้ามาโดยตรงตัว	ครอบครัว	ชื่อเสียงของ WP และบริการต่างๆที่ WP มีให้	200	Traditional	Traditional (Stereotypical)	3 Month	N/A	200,000				

Target	Necessary (X) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดงานแต่งงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #5	Y	<p>*จ้าง Organizer มาดูแลเรื่องพิธีการ ตอนเช้าอย่างดีแล้ว เพราะพิธีการค่อนข้างยุ่งยาก และมีแขกผู้ใหญ่มาเยอะ</p> <p>* ตอนแรกจะไม่จ้าง แต่พอไปงานแต่งงานของเพื่อนแล้วรู้สึกว่าจะดีกว่า เพื่อลดความเหนื่อยในการจัดงาน</p> <p>* งานเย็น เพื่อนๆจะช่วยกันจัด แต่ไม่จำเป็นต้องจ้าง Organizer</p> <p>* Organizer ช่วยให้งานออกมา Smooth และช่วยเป็นคนกลางพูดคุยกับผู้ใหญ่ให้เข้าใจ เพราะผู้ใหญ่คนไหนจะค่อนข้างจุกจิก</p> <p>* เลือกโรงแรมที่สถานที่ กับ Sales พูดจอดี ให้ความช่วยเหลือดี อาหารอร่อย และ Minimum Spending ไม่สูง (400,000 บาทต่อ 300คน)</p>	<p>WP คือคนที่คุมทุกอย่าง เราแค่บอกความต้องการและงบที่เรามีแล้วปล่อยให้เขาไปจัดการวางแผนมาให้เราเลือก</p>	ครอบครัว	ผลงานที่ผ่านมา ของเขา การรีวิวของคนที่เคยใช้บริการเขามาก่อน ตามเพื่อนที่เคยใช้บริการเจ้านี้มาก่อน ต้อง Professional เชื่อกันได้	200	Traditional	600	Informal (Party)	1 Year	20,000-30,000	40,000	

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่แต่งงานแล้วในช่วงปี พ.ศ.2561-2562

Target	Necessary (Y) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดงานแต่งงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนคนที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #6	X	<p>* ถ้ามีเวลาในการเตรียมตัวเยอะ และเตรียมตัวก็ไม่ต้องจ้าง เพราะสามารถทำเองได้</p> <p>* อยากจัดงานด้วยตัวเอง เพราะไม่แน่ใจในตัว WP แต่เพราะช่วงใกล้จัดงานเรามีเวลาเตรียมตัวน้อยมาก และยุ่งมาก เลยตัดสินใจจ้างดีกว่า</p> <p>* เราดูข้อมูล เช็คราคา จากใน Internet แล้วไปชื่อของ ทางของซาราย กับฟ้า ตัดชุดเพื่อนเจ้าสาวเอง</p> <p>* จ้าง WP มาช่วยแต่เรื่องการตกแต่งเป็นหลัก โดยจะหาข้อมูล แล้วส่งแบบที่เราต้องการ ไปให้เขาและต้องเช็คราคาเพื่อดูว่าเขากวาคาเพิ่มเยอะเกินไปไหม</p> <p>* วงดนตรี กับเรื่อง Lighting เจ้าสาวเป็นคนส่ง contact ให้ WP ไปคุยต่อ</p> <p>* ทาง Wedding Studio มีสิ่งที่ Provide มาให้ก่อนข้างครบ แต่ก็ไม่ถูกใจ เราเลยต้องไปหา Organizer มาช่วยจัด</p>	เป็นเหมือนเลขาที่ช่วยคิด และวางแผนในเรื่องที่เรากำลังจัดการเองไม่ได้ เป็นคนกลางที่ช่วยไกล่เกลี่ยให้คู่บ่าวสาวเข้าใจกัน	ความพร้อมของคน 2 คน	* ผลงานที่ผ่านมา โดยดูรีวิวจากใน Internet * เรารู้จักฟรีเฟล่าไว้ใจเขาได้ไหม * ราคา	150	Traditional	500	Informal (Party)	1 Year	100,000-200,000	200,000

Target	Necessary (Y) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดงานแต่งงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนคนที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #7	Y	งานให้ออกมาถูกใจเราแทน * WP ที่ทาง The Hall (Wedding studio) แนะนำมาให้มันไม่ค่อยดีพูดจาไม่น่ารัก และคิดราคาแพงเกินไป * ตอนแรกจะจัดเอง แต่ด้วยเวลาที่จำกัด เลยต้องจาก Organizer มาช่วยเรื่อง Decoration และการรันคิวพิธีการ * Organizer ที่จ้างมาคุ้มกับเงินที่จ่ายไป * หารีวิวและข้อมูลในการจัดงานแต่งงานแบบที่ตัวเองอยากได้จากใน Internet * รื่องอาหาร เราให้โรงแรมเป็นคนจัดการ	คนที่ดูแลทุกอย่างแทนบ่าวสาว มีข้อเสนอแนะและเป็นตัวแทนของบ่าวสาว	ความพร้อมของคน 2 คน และครอบครัว	* ดูรีวิวและผลงานของ Organizer แต่ละเจ้าผ่านทาง Internet และเลือกเจ้าที่เราชอบที่สุดได้ * ดูรีวิวและผลงานของ Organizer แต่ละเจ้าผ่านทาง Internet และเลือกเจ้าที่เราชอบที่สุดได้ * ดูรีวิวและผลงานของ Organizer แต่ละเจ้าผ่านทาง Internet และเลือกเจ้าที่เราชอบที่สุดได้	50-60	Traditional	150	Informal (Party)	100,000	175,000	
Couple #8	Y	* จัดงาน 2 วัน ,, งานหมั้นจัดที่ จ. น่าน งานฉลองจัดที่ จ. พิษณุโลก * จ้าง Organizer ในพื้นที่ให้เขาช่วยวางแผนงานตั้งแต่นัดจอง * ทำเองแค่ หาของชำร่วย, หาชุดแต่งงาน, ออกแบบการ์ด * ยังไงก็ต้องจ้าง WP เพราะเราจะไม่ได้ไม่เหนื่อยและไม่ต้องกังวลเรื่องการจัดงาน	WP กับ Organizer น่าจะเหมือนกัน	ความพร้อมของคน 2 คน และครอบครัว	* ดูรีวิวและผลงานของ Organizer แต่ละเจ้าผ่านทาง Internet และเลือกเจ้าที่เราชอบที่สุดได้ * ดูรีวิวและผลงานของ Organizer แต่ละเจ้าผ่านทาง Internet และเลือกเจ้าที่เราชอบที่สุดได้	200	Traditional	400	Traditional (Stereotypical Wedding)	100,000-200,000	175,000	

Target	Necessary (Y) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดงานแต่งงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานหมั้น (ตอนเช้า)	จำนวนคนที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงานแต่งงาน (ตอนเย็น)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
Couple #9	X	* จัดงานเองเกือบทั้งหมด และถ้าย้อนกลับไป ก็ยังจัดงานด้วยตัวเอง เพราะงานมันแค่วันวันเดียว เลขไม่ออกก้านเบ็ดเตล็ด *จ้าง Organizer มาช่วยรับผิดชอบการอย่างสะดวก *หาข้อมูลจากใน Internet แล้วเอาไปคุยกับผู้ใช้ใหญ่ * เพื่อนๆของบ่าวสาวช่วยจัดการรายละเอียดต่างๆในงานเยอะมาก จนไม่ต้องจ้าง Organizer เลย * เรื่องอาหาร ทางโรงแรมเป็นคนจัดการให้ * เป็นคนที่คุยกับครอบครัวอยู่แล้วเป็นประจำ เลยไม่จำเป็นต้องจ้าง Organizer มาเป็นตัวกลาง	WP เป็นคนวางแผนงานแต่งงานให้เรา	ความพร้อมของคน 2 คน, เงิน และครอบครัว	* ดูรีวิวและผลงานของ Organizer แต่ละเจ้าผ่านทาง Internet และเลือกเจ้าที่เราชอบที่สุดได้ การจัดงานของเขา	200	Traditional	Traditional (Stereotypical Wedding)	800	5-6 Months	N/A	20,000	
Couple #10	Y	* จ้าง WP ให้เขาวางแผนให้ตั้งแต่ต้น โดยเราให้ข้อมูลทุกอย่าง และ Contact ฐานต่างๆที่เรามี เพื่อให้เขาไปติดต่อ งานแต่งออกมาดีถูกใจ 90% * ยังไม่จ้าง WP เพราะไม่อยากเหนื่อย	WP คือตัวกลางไปหา Supplier มาให้เรา	ความพร้อมของคน 2 คน และครอบครัว	* มีคนรู้จักแนะนำมา * ราคาไม่แพง * ดูรีวิวและจำนวนดูคำในเพจของเขา	150	Traditional	Traditional (Garden)	300	Informal (Garden)	1 Year	100,000-150,000	100,000

Target	Necessary (Y) / Unnecessary (X)	ข้อความจากการให้สัมภาษณ์	นิยามคำว่า Wedding Planner	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน	ปัจจัยในการเลือก Wedding Planner	จำนวนคนที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนคนที่มาร่วมงาน (คน)	รูปแบบงาน (ตอนเย็น)	รูปแบบงาน (ตอนเช้า)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	จำนวนแขกที่มาร่วมงาน (คน)	ระยะเวลาในการเตรียมงาน	Forecast WP Cost	Exact WP Cost
		<p>มาก อยากให้คนจัดการทุกอย่างให้เสร็จเรียบร้อย</p> <p>* งานแต่งงานเราไม่ใช่งานเรา แต่เป็นงานของ 2 ครอบครัว</p> <p>* ทำเองเรื่อง การ์ด ของชำร่วย ชุดบ่าวสาว หางดนตรี&พิธิกร หาง่างแต่งงาน</p> <p>* Package ของ โรงแรมเรื่องสถานที่ อาหาร และห้องพักของบ่าวสาว กับพ่อแม่ของบ่าวสาวถือว่าคุ้มมาก (700,000บาท)</p>	Wedding Planner	แต่งงาน	Wedding Planner	เช้า (คน)	เช้า	(ตอนเย็น)						