

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน เป็นธุรกิจการถ่ายภาพที่ได้รับแนวคิดมาจากประเทศไต้หวัน เป็นธุรกิจที่ให้บริการถ่ายภาพครอบครัวทั้งในและนอกสถานที่ ภาพวันแห่งความสำเร็จ บริการจัดทำภาพอัลบั้มแฟชั่นสไตล์สวยงามและทันสมัย รวมทั้งบริการถ่ายภาพคู่บ่าวสาวเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึกในความทรงจำ ธุรกิจสตูดิโอถ่ายภาพได้เริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อประมาณปี 2537 และมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการจึงเกิดเป็นธุรกิจใหม่ขึ้น คือ สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน หรือ เวกดิ่ง สตูดิโอ โดยรูปแบบของการให้บริการนั้น นอกจากการบริการถ่ายภาพบ่าวสาวแล้ว ยังครอบคลุมไปถึงการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับพิธีการแต่งงานในทุก ๆ ขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการชุดเจ้าบ่าวเจ้าสาว ของชำร่วย การ์ดแต่งงาน หรือการจัดจองสถานที่ พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเกี่ยวกับงานแต่งงาน และมีการพัฒนาบริการเสริมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ โดยมีการจัดจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เกี่ยวกับงานแต่งงาน ไม่ว่าจะเป็นชุดเจ้าบ่าวเจ้าสาว ของชำร่วย การ์ดแต่งงาน หรือแม้แต่สถานที่แต่งงาน เพื่อให้การแต่งงานมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น จึงเป็นจุดที่ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการธุรกิจสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน หรือ เวกดิ่ง สตูดิโอที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีบริการถ่ายรูปรับรูปในงานพิธีต่าง ๆ ทั้งรับปริญญา และถ่ายภาพในและนอกสถานที่ แต่ทั้งนี้ธุรกิจหลักของ เวกดิ่ง สตูดิโอคือการให้บริการจัดการงานแต่งงาน บริการชุดวิวาห์หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะตัดหรือเช่า บริการถ่ายภาพแต่งงานทั้งในและนอกสถานที่ บริการแต่งงาน จัดหาบัตรเชิญและของชำร่วย รวมไปถึงการรับผิดชอบดูแลในเรื่องของสถานที่จัดงาน จัดตกแต่งบริเวณสถานที่ แสง-สี-เสียง พร้อมทั้งพิธีการทุกขั้นตอน โดยมีทีมงานที่มีประสบการณ์สูง เพื่อให้การจัดงานออกมาอย่างสมบูรณ์แบบเป็นที่ประทับใจของลูกค้า (ไทยเวกดิ่ง.การแต่งงานแบบไทย, 2556)

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งหมดในประเพณีแต่งงานเริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2539 ที่มีธุรกิจ เวกดิ่ง สตูดิโอเกี่ยวกับรับจัดงานแต่งงานเกิดขึ้นและได้รับความนิยมจากผู้ที่จะแต่งงานเป็นอย่างมาก จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนี้พบว่า ธุรกิจ เวกดิ่ง สตูดิโอ เป็นการนำรูปแบบธุรกิจมาจากยุโรปที่มีการถ่ายภาพในสตูดิโอมาผสมผสาน กับธุรกิจของไต้หวันที่รับจัดงานแต่งงานให้แก่คู่บ่าวสาวและอำนวยความสะดวกให้แก่คู่บ่าวสาวอย่างครบถ้วนตั้งแต่เสื้อผ้า การแต่งงาน ทำผม ถ่ายภาพ

จัดพิมพ์การ์ดแต่งงาน ของชำร่วย และดำเนินจัดชั้นตอนพิธีกรรมต่าง ๆ ในพิธีแต่งงาน หากคู่บ่าวสาวมีความประสงค์ให้งานแต่งงานมีรูปแบบที่แปลกใหม่ น่าสนใจธุรกิจรับจัดงานแต่งงานนี้จะวางแผนและกำหนดรูปแบบของงานตามที่คู่บ่าวสาวต้องการ ที่เรียกว่า Wedding Planner หรือในบางครั้งลูกค้าอาจเข้ามามีส่วนกำหนดรูปแบบหรือรายละเอียดได้เช่นกันปัจจุบันธุรกิจ เวดดิ้ง สตูดิโอ นี้ได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในประเพณีการแต่งงานของไทยและกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ จากการสำรวจผู้ที่จะแต่งงานพบว่า 8 ใน 10 คู่ มักจะเลือกใช้บริการของธุรกิจนี้ (อรรถพล อธิธิรัตน์ ภิรมย์, 28 พฤษภาคม 2550) สาเหตุสำคัญนอกเหนือจากความสะดวกสบายที่เจ้าภาพและคู่สมรสไม่ต้องจัดเตรียมงานใดๆ แล้วยังลดภาระขั้นตอนต่างๆ ให้แก่คู่สมรสได้เป็นอย่างดี ด้วยธุรกิจรับจัดงานแต่งงานบางแห่งให้บริการแบบ One Stop Service ที่มีทุกอย่างไว้บริการอย่างครบครัน จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการจัดพิธีแต่งงานพบว่า ปัจจัยที่ทำให้คนไทยปัจจุบันนิยมใช้บริการจัดงานแต่งงานจากธุรกิจนี้เพราะผู้คนที่ต้องอยู่ในสภาวะที่เร่งรีบ ไม่มีเวลาเตรียมงานมากนัก อีกทั้งไม่มีญาติพี่น้องมาช่วยเตรียมงานในทุก ๆ ด้านเหมือนสมัยก่อนอีก นอกจากนี้คู่สมรสหลายคู่ขาดความรู้ความเข้าใจในประเพณีแต่งงานแบบไทย แม้จะมีญาติผู้ใหญ่หรือพ่อแม่ให้คำแนะนำก็ตาม อาจจะไม่มั่นใจว่าจะถูกต้องตามขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คู่บ่าวสาวรุ่นใหม่นิยมใช้บริการจากธุรกิจนี้แทน โดยมีเหตุผลของการใช้บริการดังกล่าวนี้คือเจ้าภาพและคู่บ่าวสาวไม่ต้องจัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในแต่งงาน อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ ภาชนะอุปกรณ์แก้วน้ำ ฯลฯ เพราะจะมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและให้บริการตลอดงาน อีกทั้งสามารถเลือกชนิดของอาหาร เครื่องดื่มได้หลากหลายตามความเหมาะสมของแขกผู้ร่วมงาน และที่สำคัญเจ้าภาพสามารถรับแขกได้อย่างทั่วถึง (ไทยเวดดิ้ง.การแต่งงานแบบไทย, 2556)

ธุรกิจงานแต่งงาน หรือเวดดิ้ง สตูดิโอ (Wedding Studio) เป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจเวดดิ้งสตูดิโอ กำลังได้รับความนิยมมากในประเทศไทย รูปแบบการให้บริการของสตูดิโอถ่ายภาพในปัจจุบันไม่เฉพาะการให้บริการการถ่ายภาพเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงการให้บริการเกี่ยวข้องกับพิธีแต่งงานทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นชุดเจ้าบ่าวเจ้าสาว ของชำร่วย การ์ดแต่งงาน แหวนแต่งงาน หรือแม้กระทั่งการบริการจัดของสถานที่ การตกแต่งสถานที่ เพื่อการจัดการแต่งงาน ทั้งนี้เพราะจะช่วยประหยัด จึงเป็นจุดที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อบริการจากสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2543 : 17) นอกจากเหตุผลดังกล่าว เจ้าภาพและคู่สมรสยังมีความพอใจลักษณะการจัดงาน เพราะมีความสวยงามโดดเด่น เป็นที่ประทับใจของแขกที่มาร่วมงาน ความประทับใจนี้เองทำให้ผู้ที่ใช้บริการได้มีการแนะนำบอกต่อๆ ให้แก่เพื่อนฝูงญาติสนิท ปัจจัยเหล่านี้เองจึงส่งผลให้ธุรกิจ เวดดิ้ง สตูดิโอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีไทย

ในปัจจุบัน และเป็นส่วนหนึ่งที่ตอบคำถามได้ว่าทำไมธุรกิจ เวคคิง สตูดิโอในประเทศไทยจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุคนี้ (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2543 : 17)

จากสถิติการจดทะเบียนสมรสในปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มีจำนวนคู่รักที่มาจดทะเบียนสมรสกว่า 4 แสนคู่ เป็นกลุ่มที่มีการจัดงานแต่งงานพร้อมทั้งมีการใช้บริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการแต่งงานราว 1.5 แสนคู่ส่งผลให้ตลาดธุรกิจแต่งงานมีมูลค่าตลาดรวมสูงถึง 2-3 หมื่นล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นมูลค่าที่ค่อนข้างสูงเป็นที่น่าสนใจแก่การลงทุน หากเจาะจงเฉพาะมาที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการจดทะเบียนสมรสของประชากรในปี 2556 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีถึง 10,606 คู่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สถิติการจดทะเบียนสมรส.2556.) ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจงานแต่งงานหรือ ธุรกิจเวคคิง สตูดิโอ มีจำนวน 267 ราย (สำนักงานสรรพากรจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียง . 2556) หากคู่สมรสเพียง 1 ใน 3 มีความสนใจ ที่จะใช้บริการธุรกิจงานแต่งงาน ก็นับเป็นจำนวนกว่า 3,500 คู่ ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงมากเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจงานแต่งงานที่มีอยู่ อีกทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหมาะแก่การประกอบธุรกิจนี้ ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ร้านอาหาร บริเวณจัดงานถ่ายภาพนอกสถานที่ ดังนั้นธุรกิจเวคคิง สตูดิโอ จึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้นจากภาวะการแข่งขันในธุรกิจเวคคิง สตูดิโอ มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทั้งจากร้านที่เปิดใหม่ ร้านถ่ายภาพแบบดั้งเดิมที่ปรับตัวตามสถานะและสถานการณ์ตลาด เศรษฐกิจ สังคม เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเวคคิงสตูดิโอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก็เช่นเดียวกัน มีการแข่งขันกันที่สูงขึ้น เจ้าของกิจการต่าง ๆ จึงได้คิดค้นหากกลยุทธ์ทุกวิถีทางที่จะสามารถทำให้การดำเนินธุรกิจของกิจการดำเนินต่อไป ในอนาคตและต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสถานะและสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการปรับเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ธุรกิจเวคคิง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลายแห่งได้มีการเพิ่มกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจของตัวเอง ดังนั้นการเรียนรู้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อเจ้าของธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง (สิทธิศักดิ์ คำหวานและคณะ, 2556.)

จากความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานแบบดุลยภาพ(BSC) ของธุรกิจเวคคิง สตูดิโอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน พัฒนาปรับปรุงธุรกิจเวคคิง สตูดิโอให้มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันกับผู้แข่งขันรายอื่นได้

## วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC) ของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC) ของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC) ของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## สมมติฐานการวิจัย

การสร้างความได้เปรียบทางแข่งขันมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (BSC) ของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## ขอบเขตการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ประยุกต์จากแนวคิดกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ของพอร์เตอร์ (Porter, 1985 : 11-44) ประกอบด้วย 1) การลดต้นทุน 2) การสร้างความแตกต่าง และ 3) การตอบสนองที่รวดเร็ว

1.2 การดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard :BSC) ประยุกต์จากแนวคิดของแคปแลนและนอร์ตตัน (Kaplan And Norton 1996 : 37-45 ; อ้างใน พสุ เดชะรินทร์. 2548 : 114) ประกอบด้วย 1) ด้านลูกค้า 2) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร 3) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และ 4) ด้านการเงิน

### 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 267 แห่ง (สำนักงานสรรพากรจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียง . 2556)

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : 727 - 728) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 161 แห่ง

### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ กำหนดระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม – เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557

### 4. ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

#### 4.1 ตัวแปรอิสระ

##### 4.1.1 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

- 1) ด้านการลดต้นทุน
- 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง
- 3) ด้านการจำกัดขอบเขต
- 4) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว

#### 4.2 ตัวแปรตาม

##### 4.2.1 ผลการดำเนินงาน

- 1) ด้านลูกค้า
- 2) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร
- 3) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต
- 4) ด้านการเงิน

### นิยามคำศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้นิยามคำศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของธุรกิจที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในผลิตภัณฑ์ สร้างความได้เปรียบในการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การเน้นตลาดเฉพาะส่วน ความสามารถเฉพาะตัว และการใช้ทรัพยากรในการแข่งขัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่ความสำเร็จ ดังนี้

**1. ด้านการลดต้นทุน** หมายถึง การเป็นผู้นำด้านต้นทุนเป็นกลยุทธ์

ที่จะสามารถชนะคู่แข่งกันได้โดยผลิตสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งก่อนให้เกิดข้อได้เปรียบที่สำคัญของธุรกิจสามารถ คิดราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งได้ การดำเนินการ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ลดต้นทุนการโฆษณาเพื่อประโยชน์เชิงแข่งขันของความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน วิธีการที่จะนำไปสู่ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน

**2. ด้านการสร้างความแตกต่าง** หมายถึง การสร้างความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์

ขององค์กรและของคู่แข่งในการสร้างเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างในการผลิตที่มีความโดดเด่นอย่างมีเอกลักษณ์ขององค์กร มีความเสี่ยงจากการใช้กลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง คู่แข่งขันสามารถลอกเลียนแบบได้ เพื่อแย่งส่วนแบ่งของตลาด

**3. ด้านการจำกัดขอบเขต** หมายถึง มีการจำกัดขอบเขตกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการจำกัด

ขอบเขตของตลาดในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง หรือการจำกัดขอบเขตประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อที่จะมุ่งระดมทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ไปในทิศทางเดียว แทนที่จะกระจัดกระจายออกไปเพื่อให้ประสิทธิภาพแห่งการใช้ทรัพยากร ได้ผลสูงที่สุดตามที่เป้าหมายที่วางไว้

**4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว** หมายถึง ความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้าในการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า การตัดสินใจของผู้บริหารในการพัฒนาสินค้าใหม่ สินค้าที่ผลิตตามคำสั่งลูกค้า การปรับปรุงสินค้าที่ยังจำหน่ายอยู่ การส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ การตอบคำถามและการให้คำแนะนำลูกค้าที่รวดเร็ว

การดำเนินงานแบบดุลยภาพ หมายถึง การวางแผนกำหนดกลยุทธ์เพื่อความสัมพันธของวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมายและแผนงานหรือ โครงการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

**1. ด้านลูกค้า** หมายถึง คำนึงสะท้อนความสำเร็จที่เกิดจากกลยุทธ์ขององค์กรในการวาง

แนวทางและการดำเนินงานที่ดี ส่งผลในส่วนแบ่งทางตลาด มีอัตราการซื้อซ้ำ การเจาะตลาดหาลูกค้าใหม่และความพึงพอใจของลูกค้า

**2. ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร** หมายถึง การพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพ

คุณภาพและนวัตกรรมใหม่ในกระบวนการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามวัตถุประสงค์

**3. ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต** หมายถึง การพัฒนาศักยภาพของกระบวนการ

ดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมาย พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สาธารณูปโภค เครื่องมือและอุปกรณ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

4. ด้านการเงิน หมายถึง การวัดผลการปฏิบัติงาน ที่แสวงหากำไรจากผลการดำเนินงาน การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดต้นทุน การพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ การใช้สินทรัพย์ให้ประโยชน์จากการลงทุน

เวดดิ้ง สตูดิโอ หมายถึง ร้าน หรือ สถานประกอบการ ที่ให้บริการเกี่ยวกับการแต่งงาน เช่น การถ่ายภาพแต่งงาน การให้เช่าชุดแต่งงาน การแต่งหน้า การทำผม จัดทำการ์ดแต่งงาน รวมทั้งของชำร่วย

ผู้ประกอบการธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ หมายถึง เจ้าของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านการอบรมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ และที่ชำระภาษีอย่างถูกต้องกับสำนักงานสรรพากร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ ได้รับประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ นำผลการดำเนินงานมาปรับเป็นกลยุทธ์ของตนเองเพื่อพัฒนาธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ ต่อไป
3. เพื่อเป็นประโยชน์ด้านการบริการ ด้านลูกค้า ด้านการลงทุนและการแข่งขันในธุรกิจ เวดดิ้ง สตูดิโอ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร องค์กรภาครัฐและเอกชน สำหรับการสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจเวดดิ้ง สตูดิโอ สำหรับการสืบค้นและต่อยอดการวิจัยที่สมบูรณ์ขึ้น