



สภาพปัญหาพฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการและการตัดสินใจ ใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัทยา

ศิวยาภรณ์ บุญชั้น

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 24 พฤศจิกายน 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 6 ธันวาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 29 มกราคม 2567

พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการกับสภาพปัญหา พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการและการตัดสินใจใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบสำรวจ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกผลการเก็บสถานประกอบการดังนี้ โรงแรม 185 แห่ง สปา 66 แห่ง พูลวิลล่า 68 แห่ง บริษัทอสังหาริมทรัพย์ 11 แห่ง คอนโด 15 แห่ง รีสอร์ท 48 แห่ง โรงเรียน 5 แห่ง โรงงาน 2 แห่ง และเก็บกลุ่มตัวอย่างจริงผ่านธุรกิจบริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ 1) Laundry Express 2) TT&K Laundry Service 3) WC Laundry 4) Laundry Pattaya 5) ยินดีปรีดา ลอนดรี จำกัด 6) ธารา เซอร์วิส 7) QC Laundry ผลการวิจัยพบว่า ประเภทสถานประกอบการที่ใช้บริการมากที่สุดคือโรงแรม พบสภาพปัญหาในการใช้บริการมากที่สุดคือ ด้านทักษะภาษาในการสื่อสาร พฤติกรรมการใช้บริการพบว่า เหตุผลในการใช้บริการคือผ้าสะอาดกว่าซักเอง ความถี่ในการใช้บริการคือมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน และเป็นผ้าที่ต้องการใช้แบบวันต่อวัน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการแบบ ซัก อบ และรีด ในส่วนของความต้องการให้ธุรกิจ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยามีมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ การติดตามสถานะการทำความสะอาดผ่านแอปพลิเคชันแบบ Real time และการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดคือ ความเชื่อมั่นในวัสดุและน้ำยาเคมีรวมถึงความเชี่ยวชาญการดูแลผ้า เพื่อยืดอายุการใช้งาน ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการธุรกิจซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา จะได้ทราบถึงข้อมูลในการนำไปพัฒนากระบวนการตามความต้องการของลูกค้า จะช่วยยกระดับคุณภาพและสร้างโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สถานประกอบการ สภาพปัญหา พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการ การตัดสินใจใช้บริการ



Problem Conditions, Service Behaviors, Requirements, and Decision Making to Use the Industrial Laundry Services in Pattaya City

Siwayaporn Boonchan

Master of Communication Arts,

School of Communication Arts, Sripatum University At Chonburi

Received: 24 November 2023

Revised: 6 December 2023

Accepted: 29 January 2024

Phot Jaichansukkit

Assistant Professor Dr., Master of Communication Arts,

School of Communication Arts, Sripatum University At Chonburi

Abstract

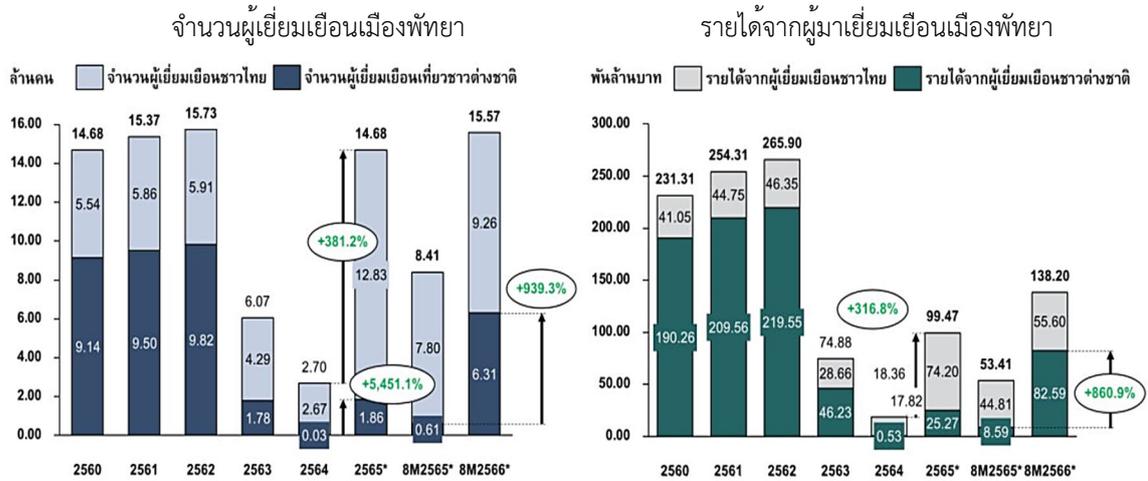
This research aims to study the differences between establishments and the problems, behavior in using services, needs, and decision-making in the use of industrial laundry services in Pattaya City. This quantitative study was conducted through a survey, collecting data from 400 samples categorized by types of establishments: 185 hotels, 66 spas, 68 pool villas, 11 real estate companies, 15 condominiums, 48 resorts, 5 schools, 2 factories, and 7 industrial laundry service businesses in Pattaya City, including Laundry Express, TT&K Laundry Service, WC Laundry, Laundry Pattaya, Yindee Preeda Laundry Co., Ltd., Thara Service, and QC Laundry. The research found that hotels are the most frequent users of these services. The most significant problem encountered is language skills in communication. The behavior of service usage shows that the main reason for using these services is cleaner laundry compared to washing themselves, with a frequency of more than 10 times per month, often needing daily use of the laundered items. Most choose services that include washing, drying, and ironing. The highest demand for industrial laundry businesses in Pattaya City is for process improvements, real-time tracking of cleaning status through applications, and decision-making based largely on confidence in materials and chemicals used, as well as expertise in fabric care to extend the life of the items. Therefore, understanding this information and applying it to improve processes according to customer needs can enhance quality and create more market opportunities.

Keywords: Establishments, Problems, Service Usage Behavior, Needs, Service Decision Making



บทนำ

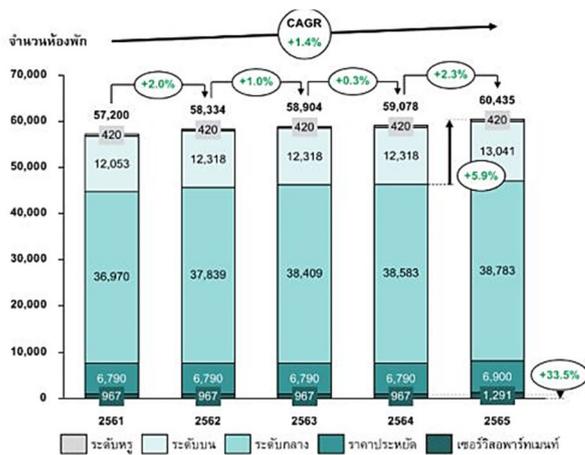
เมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย โดยเป็นแหล่งสร้างรายได้ และสร้างอาชีพให้กับประเทศไทย กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการถึง 80 เปอร์เซ็นต์ สถานประกอบการต่างๆ และธุรกิจที่ปักถั้วว่าเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวและเป็นเหมือนเส้นเลือดใหญ่คอยดูดเงินมาหล่อเลี้ยงอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ในปี 2565 คิดเป็นสัดส่วนเพียง 18.9% และ 11.5% เมื่อเทียบกับปี 2562 เท่านั้น (Plus, T., 2023)



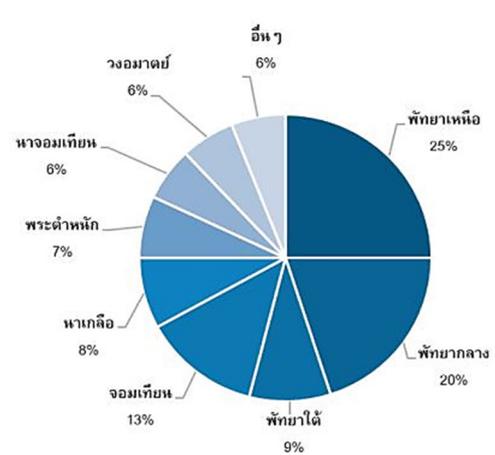
ที่มา : กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ภาพที่ 1 ข้อมูลนักท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดชลบุรีในช่วงปี 2560 – 2565

อุปทานโรงแรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับ



อุปทานโรงแรมในเมืองพัทยา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง



ที่มา : JLL (Thailand) อ้างในหนังสือชี้ชวนเสนอขายหน่วยทรัสต์เพื่อการลงทุนในสิทธิการเช่า LH Hotel ครั้งที่ 2 ปี 2566

ภาพที่ 2 ข้อมูลแสดงอุปทานโรงแรมในเมืองพัทยาในช่วงปี 2561 – 2565

สถานการณ์ด้านราคาและอัตราการเข้าพัก ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาเริ่มทยอยฟื้นตัวภายหลัง จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 คลี่คลายลง ส่งผลให้อัตราการเข้าพักปรับดีขึ้นชัดเจน โดยอัตราการเข้าพักโรงแรมหรูและโรงแรมระดับบนปรับเพิ่มขึ้นจาก 25% มาอยู่ที่ 58% ส่งผลให้ค่าห้องเฉลี่ยรายวันปรับเพิ่มขึ้นจาก 3,418 บาท มาอยู่ที่ 3,945 บาท หรือเพิ่มขึ้น 15.4% ขณะที่อัตราการเข้าพักโรงแรม ระดับกลางถึงบนและราคาประหยัดก็ปรับเพิ่มขึ้นเช่นกันจาก 19% มาอยู่ที่ 46% ส่งผลให้ค่าห้องเฉลี่ยรายวันปรับ เพิ่มขึ้นจาก 1,850 บาท มาอยู่ที่ 2,374 บาท หรือเพิ่มขึ้น 28.3% (เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา, 2566:1 – 3)

จากการที่เมืองพัทยายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นหนึ่งในจุดหมายของนักท่องเที่ยวมากมาย จึงเกิดธุรกิจธุรกิจต่างๆ ขึ้นมามากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวเอง และของประชากรในกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่เดินทางมาพักอยู่อาศัยเพื่อทำงานในเมืองพัทยา ธุรกิจบริการซักรีด เป็นหนึ่งในธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของประชาชนในอาชีพต่างๆ ที่ไม่สามารถจัดสรรเวลาหรือไม่มีเวลาที่จะทำความสะอาดเสื้อผ้าตัวเองและคนในครอบครัว แม้กระทั่งในภาคธุรกิจต่างๆ ที่ต้องการใช้งานผ้าสะอาด แต่ไม่มีพื้นที่หรือเครื่องมือเครื่องใช้ในการจัดการได้ จึงเลือกที่จะใช้งานใช้บริการธุรกิจซักรีด เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา เป็นต้น (อัญชลี ปุณณกะศิริกุล, 2552)

การดำเนินธุรกิจ ซัก อบ รีด นั้นมีหลายปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง โดยเฉพาะเรื่องต้นทุนที่หากสูงเกินไป ก็อาจทำให้ต้องขึ้นราคา ส่งผลให้ลูกค้ามีความลังเลใจที่จะใช้บริการ หรือถ้าหากต้องแบกต้นทุนที่สูง ก็อาจจะทำให้มีกำไรที่น้อยลงตามไปด้วย ในด้านของคุณภาพการซักรีดก็สำคัญ ลูกค้าที่มาใช้บริการย่อมมีความคาดหวังว่า ธุรกิจร้านซัก อบ รีด จะมีความเป็นมืออาชีพในการซักรีด ไม่ว่าจะเจอคราบแบบไหนก็สามารถที่จะซักออกได้ หรือในเรื่องของบริการหลังการขาย เช่น การจัดส่ง (อัญชลี ปุณณกะศิริกุล, 2552) ดังนั้นการที่สามารถรู้ว่าการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ การเข้าใจถึงสภาพปัญหา จึงเป็นสิ่งสำคัญและส่งผลถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ทำให้สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโต มั่นคง และยั่งยืนได้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา สภาพปัญหา พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการ และการตัดสินใจใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัทยา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างลักษณะสถานประกอบการกับ สภาพปัญหา การใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างลักษณะสถานประกอบการกับ พฤติกรรม การใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัทยา
3. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างลักษณะสถานประกอบการกับ ความต้องการ ใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัทยา



4. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างลักษณะสถานประกอบการกับ การตัดสินใจ
ใช้บริการ ชัก อบ รีด เชียงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพญา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพปัญหา

การศึกษาของ สรศักดิ์ สหชัยรุ่งเรือง และศักดิ์ชาย จันทร์เรือง (2563, หน้า 53 – 66) ได้ระบุว่า
ขั้นตอนเริ่มต้นที่สำคัญในกระบวนการแก้ปัญหาคือการวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งเกี่ยวข้องกับการระบุปัญหาและ
อุปสรรคและการประเมินในรูปแบบการเขียนที่ชัดเจนและรัดกุมที่สามารถเข้าใจได้ง่าย วิธีการนี้
ช่วยในการระบุสาเหตุของปัญหาและพัฒนาแนวทางแก้ไขที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร
การตรวจสอบปัญหาและอุปสรรคในเชิงลึกเป็นสิ่งจำเป็นขององค์กรในการอำนวยความสะดวกในการระบุ
ความแตกต่างระหว่างนโยบายที่ตั้งใจไว้และความเป็นจริงในปัจจุบันทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
เมื่อใช้ข้อมูลนี้ จะสามารถพัฒนาแผนปฏิบัติการที่เหมาะสมเพื่อระบุและแก้ไขปัญหา หรือดำเนินมาตรการ
แก้ไขเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังนั้น เพื่อให้การบริหารงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์
ความเข้าใจอย่างชาญฉลาดและการรับรู้ปัญหาและอุปสรรคที่แท้จริงเป็นสิ่งจำเป็นในการวางแผนและ
ดำเนินมาตรการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและ
บริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำ
ดังกล่าว (ศุภกร เสรีรัตน์, 2540:5-6)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา
(Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย
(Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะสนองต่อความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง
กระบวนการ ตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating)
การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) การใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับ สินค้าและบริการ
(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 124)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการ

ความต้องการ มีความหมายของคำว่า ต้องการได้ว่าอยากได้ ใครได้และประสงค์ ซึ่งความต้องการ
ของมนุษย์มีอิทธิพลก่อให้เกิดแรงผลักดันทั้งภายนอกและภายในให้มนุษย์ได้ปรับตัวในการตอบสนอง
แรงผลักดันที่เกิดขึ้น การปรับตัวเพื่อสนองแรงผลักดัน คือความต้องการนั่นเอง ความสำคัญของ
ความต้องการของมนุษย์ ได้รับการศึกษาจากนักปราชญ์เป็นเวลานานแล้ว โดยพยายามที่จะทำความเข้าใจ
ว่า ทำไมคนจึงประพฤติปฏิบัติเช่นนั้น แนวคิดที่จะอธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ได้แก่ มนุษย์หลักหนี

ความเจ็บปวด และแสวงหาความสุขสบาย อย่างไรก็ตามข้อสังเกตในการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดและการแสวงหาความสุขสบาย จากการสังเกตจากสิ่งที่คนนั้นเลือกกระทำหรือหลีกเลี่ยงการกระทำ ซึ่งแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ความเจ็บปวดสำหรับคนหนึ่งอาจเป็นความสุขสบายของอีกคนหนึ่งก็ได้จากปัจจัยใจเดียวกัน เรื่องการจูงใจของมนุษย์โดยสัญชาตญาณแรงขับและความต้องการจำเป็น แต่ก็ไม่สามารถอธิบายความต้องการของมนุษย์ได้ครอบคลุมอย่างไรก็ตามความเข้าใจในเรื่องความต้องการของมนุษย์เป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ในองค์กร เพราะความต้องการของมนุษย์เป็นแรงผลักดันให้คนทำงานหรือทำให้มีกำลังใจในการทำงาน (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547)

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

สรศักดิ์ สหชัยรุ่งเรือง และศักดิ์ชาย จันทร์เรือง (2563, หน้า 53-66) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจมีขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) ในขั้นตอนแรกของผู้ตัดสินใจจะตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการในการบริการซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs)
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้ตัดสินใจทราบถึงความต้องการในการบริการแล้วลำดับขั้นต่อไปผู้ตัดสินใจก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจโดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้วในขั้นต่อไปผู้ตัดสินใจจะทำการประเมินทางเลือกโดยในการประเมินทางเลือกนั้นผู้ตัดสินใจต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ประเภทของบริการวัตถุประสงค์ในการใช้บริการราคาที่ใช้ในการลงทุน รูปแบบบริการหลังการทุน ราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น
4. การตัดสินใจใช้บริการ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้วผู้ตัดสินใจก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ เช่น การเลือกประเภทของการลงทุน เป็นต้น
5. พฤติกรรมหลังใช้บริการ (Behavior After Using Service) หลังจากที่ถูกคัดเลือกใช้บริการไปแล้วนั้นผู้ที่ลงลงทุนจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการตัดสินใจซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ผู้ตัดสินใจทำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวีวรรณ ฉิ้นไพศาล และวิมลพรรณ อาภาเวท (2563, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลเสาชิงหิน จังหวัดนนทบุรีผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงจากมาก ไปน้อย ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา



ด้านบริการ ด้านทางกายภาพ ให้บริการ และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 2) ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ในการใช้บริการร้านซัก อบ รีดโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจกับการที่พนักงานใส่ใจรายละเอียดของลูกค้ามากที่สุด 3) ระดับ การศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจในหัวข้อร้านมีความสะอาดทั้งภายในและภายนอก แตกต่างกัน และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจในหัวข้อการรับประกันเสื้อผ้าหรือชำรุดแตกต่างกัน และ 4) ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านทางกายภาพให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านซักอบรีด

โสภภาพรรณ ซอหะซัน (2559, บทคัดย่อ) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริการซัก อบ รีด ที่ตั้งใน มท.ธัญบุรี จากผลการศึกษา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการส่งเสริมการขาย อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนและประเภทที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นิตติยากร กุลสิงห์ (2559) ศึกษาเรื่อง การจัดการกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในธุรกิจ ซัก อบ รีด จากกรณีศึกษาพบว่า ร้าน ซัก อบ รีด พบปัญหาของการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการทรัพยากรแรงงาน ขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานที่ยุ่งยาก ส่งผลให้เกิดการทำงานที่ใช้เวลานานเกินไปและการเคลื่อนย้ายที่ไม่ทำให้เกิดประโยชน์ มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนและเกิดปัญหาในการจัดเก็บสินค้า เพราะสินค้าล้นคลังมีการจัดเก็บที่ไม่เป็นระบบ ลดโอกาสที่จะรับลูกค้ารายใหม่ ทำให้เสียรายได้ที่ควรได้ไป การลดเวลาในการทำงานในแต่ละขั้นตอนได้ โดยสามารถลดเวลาในกระบวนการทั้งหมด 88.75 นาที คิดเป็น 6% ของกระบวนการทั้งหมด ส่งผลให้พนักงานทำงานได้มากขึ้นและสามารถรับผ้าได้เพิ่มขึ้น ทำให้มีรายได้มากขึ้น และใช้เวลาได้คุ้มค่ามากขึ้น สามารถตัดค่าแรงล่วงเวลาได้ทั้งหมดอีกด้วย ทำให้ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจลดลง จากเดิม 75.98% ลดลงเป็น 57.74% อีกทั้งยังลดการค้นหาและตรวจนับสินค้า จัดระเบียบการวางสินค้า ทำให้สินค้าไม่หลงหรือหาย และลดเวลาในการตรวจนับและค้นหาได้อีกด้วย โดยก่อนทำให้ใช้เวลาในการหาลูกค้า 1 รายใช้เวลา 5 นาที เมื่อจัดทำ Visual Control สามารถหาผ้าลูกค้า 1 ราย ใช้เวลา 2 นาที

อัญชลี ปุณณะศิริกุล (2552) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีดของผู้บริโภคเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด ดังนี้ ช่วงเวลาการใช้บริการ หลัง เวลา 17.00 น. ใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ นำผ้ามาใช้บริการ 1-5 ชิ้น/ครั้ง ค่าใช้จ่าย 100-200 บาท/สัปดาห์ ใช้บริการซัก อบ และรีด นำเสื้อผ้าที่ซักยาก/รีดยาก

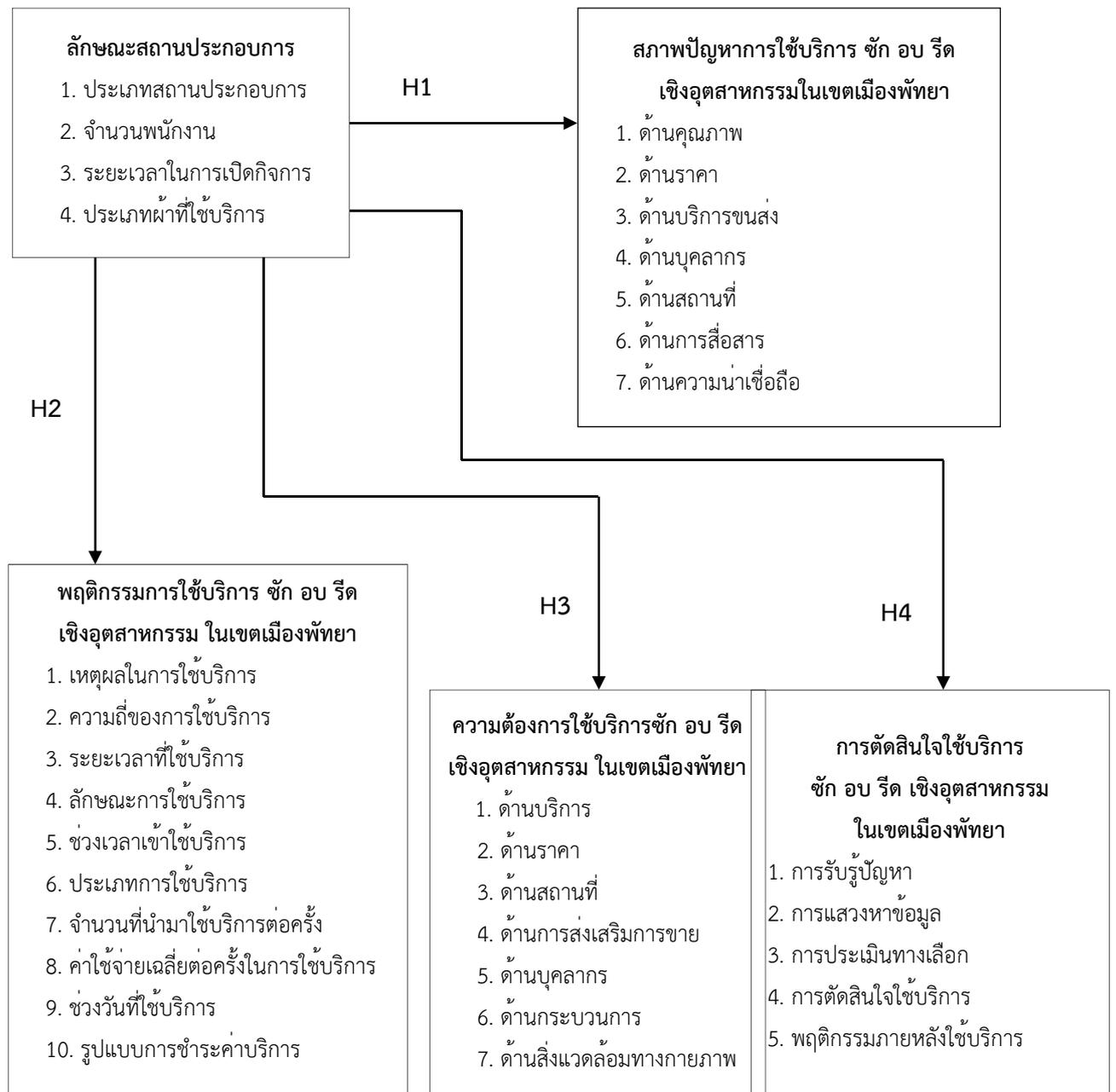
มาใช้บริการ ชอบรูปแบบการคิดค่าบริการแบบต่อชิ้น ใช้บริการเพราะไม่มีเวลารอ ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ผู้บริโภคมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านบริการ ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกรายการ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดในการซักเสื้อผ้า ความเรียบในการรีด และตรงตามเวลานัดหมาย ด้านราคา ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 5 รายการ 3 อันดับแรก คือ รูปแบบการคิดค่าบริการต่อชิ้น ราคาเหมาะสมกับการบริการ และราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่ ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีสภาพปัญหาการใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัตยาแตกต่างกัน
2. ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัตยาแตกต่างกัน
3. ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัตยาแตกต่างกัน
4. ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัตยาแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษา เรื่อง สภาพปัญหา พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการ และการตัดสินใจใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรม ในเขตเมืองพัตยา ในครั้งนี้มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อวัตถุประสงค์เดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการซั๊ก ออบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เหตุผลที่ศึกษากลุ่มดังกล่าวเนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะสถานประกอบการตรงตามประเด็นการวิจัย เป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจซั๊กออบรีดเชิงอุตสาหกรรมโดยตรง ซึ่งสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ที่มีความชัดเจนของเรื่องที่สนใจ และเป็นผู้ที่เคยผ่านการใช้บริการจริง อาทิ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม สปา พูลวิลล่า รีสอร์ท และกลุ่มลูกค้าทั่วไป เป็นต้น ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าวจะมีความรู้ความสามารถในการตัดสินใจใช้บริการซั๊ก ออบ รีด เชิงอุตสาหกรรม มีความเข้าใจในการตอบแบบสอบถาม และจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเจาะหาข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยได้

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ประเภท โรงแรม สปา พูลวิลล่า บริษัทท่องเที่ยวริมน้ำทรัพย์ คอนโด รีสอร์ท โรงเรียน โรงงาน ที่ใช้บริการซั๊กออบรีดเชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มาโดยใช้วิธีการคำนวณเพื่อหากลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (W.G. Cochran, 1953)

3. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งเรียงลำดับขั้นตอนต่อไปดังนี้ การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อออนไลน์ โดยใช้โปรแกรม Google Docs ในรูป Google Forms

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่การรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว จึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแต่ละฉบับ หลังจากนั้น จึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาเข้ารหัส (Coding) ตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาเสนอในรูปของตาราง และทำการวิเคราะห์ผลโดยการบรรยายตามลำดับ

ในการศึกษาวิจัยนี้ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) โดยใช้การแจกแจงความถี่แสดงในรูปตารางแบบร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยส่วนที่ 1 ลักษณะของสถานประกอบการ ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้บริการซั๊ก ออบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการซั๊ก ออบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา ส่วนที่ 4 ความต้องการใช้บริการซั๊ก ออบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา และส่วนที่ 5 การตัดสินใจใช้บริการซั๊ก ออบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา



สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยการนำข้อมูลในตารางมาเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างสำหรับประชากร 2 กลุ่ม (F-Test) และการทดสอบความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) และใช้วิธีทดสอบชนิด Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐานต่างๆ ด้วยค่าสถิติระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานประกอบการ

ลักษณะสถานประกอบการ	มากที่สุด	รองลงมา	น้อยที่สุด
ประเภทสถานประกอบการ	โรงแรม 185 (46.3%)	พูลวิลล่า 68 (17.0%)	โรงงาน 2 (0.5%)
จำนวนพนักงาน	10-20 คน 139 (34.8%)	50 คนขึ้นไป 103 (25.8%)	41-50 คน 25 (6.3%)
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	1-3 ปี 182 (45.5%)	4-6 ปี 84 (21.0%)	10-12 ปี 26 (6.5%)
ประเภทผ้าที่ต้องการใช้บริการ	ชุดเครื่องนอน 285 (71.3%)	ยูนิฟอร์ม 50 (12.5%)	เฟอร์นิเจอร์และ ผ้าปนเปื้อนสารเคมี 4,4 (1.0%,1.0%)

ตารางที่ 2 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา

สภาพปัญหาการใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา โดยรวม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD	ระดับปัญหา
1. ด้านคุณภาพ	4.18	0.80	มาก
2. ด้านราคา	4.30	0.72	มากที่สุด
3. ด้านบริการขนส่ง	4.27	0.77	มากที่สุด
4. ด้านบุคลากร	4.28	0.76	มากที่สุด
5. ด้านสถานที่	4.30	0.74	มากที่สุด
6. ด้านการสื่อสาร	4.33	0.71	มากที่สุด
7. ความน่าเชื่อถือ	4.24	0.79	มากที่สุด
โดยรวม	4.27	0.76	มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา

พฤติกรรมการใช้บริการ	มากที่สุด	รองลงมา	น้อยที่สุด
เหตุผลในการใช้บริการ	สะอาดกว่าซักเอง 151 (37.8%)	ผ้ามีขนาดใหญ่/จำนวนมาก 102 (25.5%)	ไม่มีเครื่องจักรขนาดใหญ่จำนวนมาก 47 (11.8%)
ความถี่ของการใช้บริการ	มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน 172 (43.0%)	2-5 ครั้งต่อเดือน 159 (39.8%)	1 ครั้งต่อเดือน 19 (4.8%)
ระยะเวลาที่ใช้บริการ	มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป 151 (37.8%)	4-7 เดือน 143 (35.8%)	8-11 เดือน 45 (11.3%)
ลักษณะการใช้บริการ	ผ้าที่ต้องใช้งานแบบวันต่อวัน 185 (46.3%)	ผ้าซักยาก/รีดยาก 166 (41.5%)	เฟอร์นิเจอร์ 2 (0.5%)
ช่วงเวลาเข้าใช้บริการ	6.00 – 11.00 น. 165 (41.3%)	18.00 – 23.00 น. 139 (34.8%)	24.00 – 05.00 น. 8 (2.0%)
ประเภทการใช้บริการ	ซัก อบ รีด 373 (93.3%)	ซักอย่างเดียว 11 (2.8%)	ซักแห้ง 6 (1.5%)
จำนวนที่นำมาใช้บริการ ต่อครั้ง	มากกว่า 15 ชิ้นขึ้นไป 343 (85.8%)	1-5 ชิ้น 22 (5.5%)	11-15 ชิ้น 16 (4.0%)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการ	ต่ำกว่า 1,000 บาท 255 (63.7%)	2,000 – 5,000 บาท 69 (17.3%)	6,000 – 9,000 บาท 26 (6.5%)
ช่วงวันที่ใช้บริการ	ตามแต่สะดวก 240 (60.0%)	วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) 125 (31.3%)	วันหยุดนักขัตฤกษ์ 6 (1.5%)
รูปแบบการชำระค่าบริการ	เช็คเงินสด 194 (48.5%)	เงินสด 138 (34.5%)	บัตรเครดิต 5 (1.3%)



ตารางที่ 4 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการ ชัก อบ ริด เชียงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา

ความต้องการใช้บริการชัก อบ ริด เชียงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา โดยรวม	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD	ระดับปัญหา
1. ด้านบริการ	4.11	0.84	มาก
2. ด้านราคา	4.20	0.77	มาก
3. ด้านสถานที่	4.25	0.75	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.25	0.77	มากที่สุด
5. ด้านบุคลากร	4.23	0.79	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการ	4.34	0.71	มากที่สุด
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.30	0.75	มากที่สุด
โดยรวม	4.24	0.77	มากที่สุด

ตารางที่ 5 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ชัก อบ ริด เชียงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา

การตัดสินใจใช้บริการชัก อบ ริด เชียงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา	ระดับการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD	ระดับการตัดสินใจ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
ท่านรับรู้ว่าธุรกิจบริการชัก อบ ริด สามารถช่วยอำนวยความสะดวก แบ่งเบาภาระเกี่ยวกับเรื่องผ้าให้ธุรกิจของท่านได้	182 (45.5)	144 (36.0)	73 (18.3)	1 (0.3)	0 (0)	4.27	0.76	มากที่สุด
ท่านรับรู้ว่าธุรกิจบริการชัก อบ ริด สามารถสร้างความพึงพอใจเรื่องความสะอาดของผ้าให้แก่ลูกค้าของท่านได้	191 (47.8)	151 (37.8)	58 (14.5)	0 (0)	0 (0)	4.33	0.72	มากที่สุด
ก่อนท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการชัก อบ ริด ท่านจะอ่านรีวิวกและดูคะแนนจากลูกค้าเกี่ยวกับร้านที่สนใจ	192 (48.0)	148 (37.0)	60 (15.0)	0 (0)	0 (0)	4.33	0.72	มากที่สุด



การตัดสินใจใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา	ระดับการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD	ระดับการ ตัดสินใจ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)			
ท่านมักติดต่อสอบถาม ข้อเสนอ เกี่ยวกับข้อมูลเงื่อนไขการให้บริการ ซัก อบ รีด เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ใช้บริการ	196 (49.0)	163 (40.8)	40 (10.0)	1 (0.3)	0 (0)	4.38	0.67	มากที่สุด
ท่านไว้วางใจบริการซัก อบ รีด เชิง อุตสาหกรรมมากกว่า เมื่อ เปรียบเทียบกับการใช้ร้านซักตาก มือโดยทั่วไป	185 (46.3)	158 (39.5)	57 (14.2)	0 (0)	0 (0)	4.32	0.71	มากที่สุด
ท่านมีความเชื่อมั่น วัสดุ และน้ำยา เคมีที่ร้านซัก อบ รีด นำมาใช้ให้กับ ลูกค้า	196 (49.0)	163 (40.8)	41 (10.3)	0 (0)	0 (0)	4.39	0.67	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด เพราะบริการที่ได้รับตอบโต้ ต่อการดำเนินธุรกิจของท่านได้เป็น อย่างดี	203 (50.7)	153 (38.3)	42 (10.5)	2 (0.5)	0 (0)	4.39	0.69	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด เพราะมีความรู้ ความชำนาญ เรื่องการดูแลผ้าของท่านให้ยืดอายุ การใช้งาน	194 (48.5)	171 (42.8)	34 (8.5)	1 (0.3)	0 (0)	4.39	0.65	มากที่สุด
ท่านยินดีที่จะใช้บริการซัก อบ รีด อย่างต่อเนื่อง	185 (46.3)	169 (42.3)	46 (11.5)	0 (0)	0 (0)	4.35	0.68	มากที่สุด
หลังใช้บริการซัก อบ รีด ท่านจะ แนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ	184 (46.0)	165 (41.3)	51 (12.8)	0 (0)	0 (0)	4.33	0.69	มากที่สุด
โดยรวม						4.35	0.70	มากที่สุด



สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีสภาพปัญหาการใช้บริการ ชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่าง มีการตัดสินใจใช้บริการชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีสภาพปัญหาการใช้บริการ ชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทสถานประกอบการ คือ โรงแรม สปา พูลวิลล่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ คอนโด รีสอร์ท และโรงเรียน มีสภาพปัญหาการใช้บริการ ชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยาโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ประเภทสถานประกอบการ คือ โรงแรม มีสภาพปัญหาต่อการใช้บริการ ชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยาโดยรวม มากกว่า สปา บริษัทอสังหาริมทรัพย์ รีสอร์ท และโรงเรียน ส่วน สปา มีสภาพปัญหาต่อการใช้บริการโดยรวม น้อยกว่า พูลวิลล่า อีกทั้ง พูลวิลล่า มีสภาพปัญหาต่อการใช้บริการโดยรวม มากกว่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ และ บริษัทอสังหาริมทรัพย์ มีสภาพปัญหาต่อการใช้บริการโดยรวม น้อยกว่า คอนโด แต่มากกว่า รีสอร์ท สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยากร กุลสิงห์ (บทคัดย่อ, 2559) ศึกษาเรื่อง การจัดการกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในธุรกิจ ชัก อบ รีด จากกรณีศึกษาพบว่า ร้าน ชัก อบ รีด พบปัญหาของการทำงานในส่วนของทรัพยากรแรงงาน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการชัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทสถานประกอบการที่เป็นโรงแรม มีเหตุผลในการใช้บริการชัก อบ รีด มากที่สุดในทุกกรณี นั่นคือ ผ้ามีขนาดใหญ่/จำนวนมาก ส่วน สปา และ พูลวิลล่า มีเหตุผลรองลงมา คือ สะอาดกว่าชักรเอง ในขณะที่ รีสอร์ท มีเหตุผล คือ ต้องการเร่งด่วน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 18) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินการใช้สินค้าหรือบริการ ของบุคคลหรือองค์กร ร้านค้านั้นๆ ซึ่งส่งผลต่อการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี ปุณณกะศิริกุล (2552, หน้าบทคัดย่อ) ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด ดังนี้ ช่วงเวลาการใช้บริการ หลัง เวลา 17.00 น. ใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ นำผ้ามาใช้บริการ 1-5 ชิ้น/ครั้ง ค่าใช้จ่าย 100-200 บาท/สัปดาห์ ใช้บริการซัก อบ และรีด นำเสื้อผ้าที่ซักยาก/รีดยาก มาใช้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

ประเภทสถานประกอบการที่เป็น โรงแรม มีความต้องการใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยาโดยรวม มากกว่า สปา พูลวิลล่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ และรีสอร์ท สปามีความต้องการใช้บริการ โดยรวม น้อยกว่า พูลวิลล่า ทั้งนี้พูลวิลล่า มีความต้องการใช้บริการโดยรวมมากกว่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ ในขณะที่ บริษัทอสังหาริมทรัพย์ มีความต้องการใช้บริการ โดยรวม น้อยกว่า คอนโด สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยากร กุลสิงห์ (2559, หน้าบทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พบว่าร้าน ซัก อบ รีด พบปัญหาของการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นในส่วนของทรัพยากรแรงงาน ขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานที่ยุ่งยาก ส่งผลให้เกิดการทำงานที่ใช้เวลานานเกินไปและการเคลื่อนย้ายที่ไม่ทำให้เกิดประโยชน์ มีการทำงานที่ซ้ำซ้อน และเกิดปัญหาในการจัดเก็บสินค้าเพราะสินค้าล้นคลังมีการจัดเก็บที่ไม่เป็นระบบ ลดโอกาสที่จะรับลูกค้ารายใหม่ ทำให้เสียรายได้ที่ควรได้ไป การลดเวลาในการทำงานในแต่ละขั้นตอนได้

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะสถานประกอบการที่แตกต่าง มีการตัดสินใจใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

ประเภทสถานประกอบการ โรงแรม มีการตัดสินใจใช้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมในเขตเมืองพัทยา มากกว่า สปา ในขณะที่ สปา มีการตัดสินใจใช้บริการ น้อยกว่า พูลวิลล่า ส่วนพูลวิลล่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ คอนโด รีสอร์ท มีการตัดสินใจใช้บริการ มากกว่า โรงเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรวดี ฤกษ์รัตนันต์ (2562, หน้าบทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลคือ อายุ สถานภาพโสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ควรเสริมสร้างทักษะการสื่อสาร เนื่องจากมีปัญหาเรื่องทักษะภาษาในการสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญ จึงแนะนำให้บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมลงทุนในการฝึกอบรมภาษาให้กับพนักงาน ซึ่งอาจรวมถึงทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษพื้นฐาน โดยเฉพาะสำหรับพนักงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าระหว่างประเทศ เช่น โรงแรมและรีสอร์ท



2. ควรปรับปรุงกระบวนการให้บริการ การวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความต้องการสูงสำหรับการซักผ้าที่สะอาดกว่าการซักเอง บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมควรมุ่งเน้นที่การปรับปรุงกระบวนการบริการซักผ้าเพื่อให้ได้คุณภาพที่เหนือกว่า ซึ่งอาจรวมถึงการลงทุนในเครื่องซักผ้าที่ทันสมัยขึ้น การใช้น้ำยาซักผ้าคุณภาพสูง และการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับทักษะที่ดีที่สุดในการดูแลผ้า

3. นำระบบติดตามสถานะการทำความสะอาดแบบเรียลไทม์มาใช้ มีความต้องการสำหรับการติดตามสถานะการทำความสะอาดแบบเรียลไทม์ บริการซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมควรพิจารณาการนำระบบติดตามดิจิทัลมาใช้ ซึ่งอาจผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามสถานะการซักผ้าของตนเองได้แบบเรียลไทม์

4. เน้นที่ความเชี่ยวชาญด้านการดูแลผ้า เนื่องจากลูกค้ามีความกังวลเกี่ยวกับอายุการใช้งานของผ้า การให้ความรู้และการฝึกอบรมแก่พนักงานเกี่ยวกับประเภทผ้าต่างๆ และวิธีการดูแลที่เหมาะสม

5. ขยายข้อเสนอบริการ ด้วยความต้องการที่หลากหลายของสถานประกอบการต่างๆ บริการซัก อบ รีด อาจพิจารณาการนำเสนอบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองลูกค้าประเภทต่างๆ เช่น บริการพิเศษสำหรับสปาหรือวิลล่าสระว่ายน้ำ

6. รับฟังและปรับเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ ต้องรวบรวมความคิดเห็นจากสถานประกอบการที่หลากหลายประเภทอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงบริการ ซึ่งอาจรวมถึงการทำแบบสำรวจหรือฟอรัมความคิดเห็นเป็นประจำเพื่อทำความเข้าใจความต้องการและความชอบที่เปลี่ยนแปลงไป

7. พัฒนาประสิทธิภาพด้านการตลาดและการสร้างความร่วมมือ พัฒนาแคมเปญการตลาดและการสร้างความร่วมมืออย่างมีกลยุทธ์ โดยเฉพาะกับโรงแรมและรีสอร์ทที่เป็นผู้ใช้บริการมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ควรมีการขยายพื้นที่การศึกษาในจังหวัดอื่นๆ เพื่อทราบถึงสภาพปัญหา พฤติกรรม ความต้องการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซัก อบ รีด เชิงอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน และกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- นิตยากร กุลสิงห์. (2559). *การจัดการกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในธุรกิจซัก อบ รีด*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2547). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี จำกัด.
- ภัทรวัตติ กฤตรัชตนันต์. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง*. มหาวิทยาลัยทักษิณ.

- วิวรรณ ฉิ้นไพศาล และวิมลพรรณ อาภาเวท. (2563). ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านซักอบรีด ในเขตเทศบาลตำบลเสาชิงหิน จังหวัดนนทบุรี. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*. 5(1), 9–18.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- ศุภกร เสรีรัตน์. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ.อาร์ บิสซิเนสเพรส จำกัด.
- สรศักดิ์ สหชัยรุ่งเรือง และศักดิ์ชาย จันทร์เรือง. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความไว้วางใจและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างที่นำเข้าจากประเทศจีนของผู้ซื้อวัสดุก่อสร้างใน อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 2(1), 53–66.
<https://doi.org/10.14456/mjba.2020.4>.
- โสภภาพรรณ ซอหะซัน. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด ที่ตั้งใน มทร.ธนบุรี*. รายงานวิจัยสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อัญชลี ปุณณกะศิริกุล. (2552). *พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภคเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- Cochran, W.G. 1953. *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Plus, T. (2023). *พญาเมืองทองเที่ยวระดับโลกเมืองแห่งโอกาสที่ยังดีกว่านี้ได้*. สืบค้น 14 December 2023, จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/politics&society/103223>.