

การออกแบบระบบการให้บริการธุรกิจซักแห้งในอำเภอเมืองเชียงใหม่ Service System Design for Dry Cleaning Business in Mueang Chiang Mai District

ธัชพล เจริญกุลศล* และสายนที เฉินบำรุง**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องการออกแบบระบบการให้บริการธุรกิจซักแห้งในอำเภอ เชียงใหม่ นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบระบบการให้บริการธุรกิจซักแห้งในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้การประชุมกลุ่มผู้ให้บริการธุรกิจซักแห้ง ในการร่วมจัดทำการออกแบบระบบการให้บริการ หรือพิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7'Ps) ที่มีผลต่อการบริการซักแห้ง จากกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ จำนวน 100 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำผลที่ได้จากการทำสำรวจแบบสอบถามมาพัฒนาการออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) ของการบริการธุรกิจซักแห้งเป็นแบบใหม่

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้อยู่ในเกณฑ์ 20,001 – 25,000 บาท พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกิจซักแห้งพบว่าส่วนใหญ่นำเสื้อผ้าของตนเองมาส่งซัก มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งเฉลี่ย 500 บาท ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการใช้บริการซักแห้ง คือช่วงเวลา 18.00 น. - 20.00 น. โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือตนเอง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจซักแห้งของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และมีผลต่อการพัฒนาการออกแบบระบบการให้บริการหรือ พิมพ์เขียวการบริการ ธุรกิจซักแห้ง คือ การเพิ่มกิจกรรมของพนักงานเบื้องหลัง และกิจกรรมของลูกค้าในเรื่องการจัดส่งสินค้า Delivery และเพิ่มกิจกรรมสนับสนุนในเรื่องการอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน

ผลการศึกษาและจัดทำการออกแบบระบบการให้บริการหรือ พิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ทำให้เห็นถึง ขั้นตอน กระบวนการบริการ และความเชื่อมโยงของธุรกิจซักแห้ง และยังทำให้ผู้ให้บริการธุรกิจซักแห้งสามารถปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการ ให้ประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

ABSTRACT

This independent study is Service System Design for Dry Cleaning Business in Chiang Mai District. The objective of this study was to study the design of dry cleaning service systems in Mueang Chiang Mai District. Using a group meeting of dry cleaning service providers prepare for service blueprint of dry cleaning business and use questionnaires as a tool for data collection of Marketing Mix Factors (7'Ps), that affect the selection of dry cleaning services from the target group of 100 service users and analyzed the data using descriptive statistics, where the statistics used were frequency, percentage, mean then make takes the result and make a new service blueprint for dry cleaning business

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The findings showed that the target mostly responded questionnaire were female government officers between 21-30 years and income between 20,001 – 25,000 baht. In service behavior, dry cleaning businesses found that most of them brought their own clothes to wash. There was average outgoing 500 baht per time. Frequency of using the service 1 time per week. Period of use of the dry-cleaning service was 18.00. - 20.00. The person who influences the decision to use the service was themselves.

Besides, the results of this study indicated that the most marketing mix factors on using decision making of dry-cleaning was product and affecting the development of dry cleaning services blueprints are increasing the background staffing activities and customer activities regarding product delivery, increasing support activities on employees training.

The findings and preparation showed that Service Blueprint of the dry cleaning business shows the process of the service and the connection of the dry cleaning business and able to improve and develop the service system to increase efficiency and productivity.

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนทุกระดับจะต้องมีการพึ่งพา และเกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทต่างๆ รวมถึงธุรกิจการบริการธุรกิจประเภทการบริการ คือธุรกิจที่มีกิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมที่โดยทั่วไปอาจจับต้องได้ ซึ่งตามปกติมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ให้บริการ และ/หรือกับทรัพยากรที่มีตัวตนหรือสินค้า และ/หรือระบบของผู้ให้บริการเพื่อเป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าธุรกิจบริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความสะดวกสบาย ความบันเทิง ความพึงพอใจ การให้ความรู้ความเข้าใจ หรือการช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ใช้บริการธุรกิจบริการซักอบรีด จัดเป็นธุรกิจบริการซึ่งเป็นธุรกิจที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมในปัจจุบัน รวมถึงการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป มีการใช้ชีวิตที่เร่งรีบมีเวลาจำกัด ทำให้ต้องจัดสรรเวลาให้เพียงพอต่อการทำกิจกรรมต่างๆ มากมายธุรกิจบริการซักอบรีดจึงสามารถตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของคนในสังคมในยุคปัจจุบัน

จากบทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือนตุลาคม 2562 ของกรมธุรกิจการค้า ระบุว่า การจัดตั้งธุรกิจร้านซักรีด (ร้านซักแห้ง ถูกจัดอยู่ในกลุ่มร้านซักรีด) ตั้งแต่ปี 2559 – 2561 มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องการจัดตั้งธุรกิจร้านซักอบรีด ในปี 2562 (ม.ค.-ต.ค.) มีจำนวน 142 ราย เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 คิดเป็น 39.22% มูลค่าทุนจดทะเบียน ปี 2562 (ม.ค.-ต.ค.) มูลค่า 254.89 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 คิดเป็น 98.42% ทุนจดทะเบียนจัดตั้งใหม่ธุรกิจร้านซักรีด มีแนวโน้มเติบโตในทิศทางที่ดี โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากไลฟ์สไตล์ของคนในสังคมเมืองที่ต้องการความสะดวกสบายการพัฒนาของธุรกิจไม่ว่าในด้านเทคโนโลยี การตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ตัวเลือกในการให้บริการ การออกแบบฟังก์ชันรวมของธุรกิจ รวมทั้งทำเลที่ตั้งสามารถตอบโจทย์แหล่งชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ร้านซักแห้ง คือ ร้านที่ให้บริการซักเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มโดยไม่ใช้น้ำในการทำทำความสะอาด ร้านซักแห้งส่วนใหญ่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนที่พักอาศัยมีการเดินทางที่สะดวกสบายเช่นบริเวณหมู่บ้านที่พักอาศัย อ.สันทราย หรือย่านนิมมานเหมินท์ที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว ทั้งไทยและต่างชาติ หรือบริเวณตัวเมืองเชียงใหม่ที่ใกล้แหล่งที่ทำงาน ลูกค้าสามารถแวะมาส่งและรับผ้าได้ในช่วงเวลาพักเบรกเป็นต้น ร้านซักแห้งส่วนใหญ่มักจัดรายการทางการตลาดของทางร้าน เช่น ลดราคาค่าบริการในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ มีการจับฉลากของรางวัล หรือมีการมอบส่วนลดให้กับลูกค้าในกรณีที่มีการแนะนำเพื่อนให้มาใช้บริการ เป็นต้นทุกร้านซักแห้งจะมีพนักงานของทางร้าน ทำหน้าที่ให้บริการ สอบถามข้อมูลความต้องการลูกค้า และกรอกรายละเอียด

การส่งเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยทั่วไปร้านซักแห้ง ต้องให้ความสำคัญต่อความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ ลูกค้า รวมทั้งต้องจัดพื้นที่บางส่วนให้กับลูกค้าเพื่อนั่งรอรับบริการ ร้านซักแห้งเองมีกระบวนการทำงานตั้งแต่เริ่มการรับเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม จากลูกค้า ก็จะต้องมีใบรับบริการที่ระบุตามความต้องการของลูกค้า จนถึงสิ้นสุดการรับคืน/ส่งคืนเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม คืนให้แก่ลูกค้า ก็ต้องมีใบนัดรับเพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของ เป็นต้น ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการร้านซักแห้ง ส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการซัก 2-5 วัน ต่อการส่งซัก 1 บิล หากลูกค้าต้องการด่วน หรือเร็วกว่านั้น จะมีค่าบริการเพิ่มเติมค่าบริการโดยเฉลี่ยประมาณ 70 – 80 บาทต่อชิ้น (ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของการซัก) หากในกรณีเร่งด่วน มีเพิ่มค่าบริการอีกประมาณขึ้นละ 30 % -100 % จากราคาซักปกติ โดยส่วนใหญ่ลูกค้านำผ้ามาซักแห้งประมาณ 3-5 ชิ้น ต่อการส่งซัก 1 บิล ร้านซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 16 ร้าน ซึ่งเป็นร้านที่เปิดให้บริการ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ร้าน และเปิดบริการต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 8 ร้าน (รวมที่เปิดใหม่ในปี 2562 จำนวน 1 ร้าน)

ความแตกต่างระหว่างการซักอบรีดและการซักแห้ง คือ การซักอบรีดเป็นการทำความสะอาดโดยใช้น้ำ ในขณะที่การซักแห้งไม่ใช้น้ำ จึงทำให้การซักแห้งมีราคาค่าบริการที่แพงกว่าการซักอบรีด รวมทั้งผ้าบางชนิดเหมาะสำหรับการซักแห้งเท่านั้น เช่น ผ้าไหม ผ้าขนสัตว์ ผ้าแคชเมียร์ เป็นต้นอย่างไรก็ตาม ร้านซักอบรีดบางส่วน ให้บริการซักแห้งด้วย ปัจจุบันร้านซักแห้งบางส่วน ได้เพิ่มช่องทางการให้บริการ เพื่อตอบสนองและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ลูกค้าต้องเข้ามาขอรับบริการเฉพาะหน้าร้านตามวันและเวลาของทางร้าน แต่ในปัจจุบันยุคและสมัยเปลี่ยนไป การให้บริการผ่านทาง Facebook Fan page / Line Official / Grab Application / Pickup & Delivery ก็เข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ภาพรวมที่ตลาดซักแห้งมีการขยายตัว แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการรายใหม่ได้เกิดขึ้นตลอดเวลา เป็นธุรกิจที่แข่งขันกันด้านบริการ ปัจจัยในเรื่องทำเลที่ตั้งก็มีความสำคัญ แต่เนื่องด้วยธุรกิจซักอบรีดใช้เงินลงทุนไม่สูงนักและเป็นธุรกิจที่ไม่มีความสลับซับซ้อน ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีความรู้มากนัก จึงมีความน่าสนใจในการลงทุนเพื่อประกอบธุรกิจนี้

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีที่ใช้ลงรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจงในแต่ละด้านของระบบบริการอย่างครอบคลุม เพื่อช่วยให้เห็นภาพรวมของระบบบริการในหลายมุมมองที่สามารถใช้เป็นสื่อที่ช่วยให้เกิดการวิเคราะห์ วิจัย และปรับปรุงแนวคิดให้รอบด้าน รวมถึงการวางแผนการดำเนินงานในรายละเอียดของแต่ละส่วนการบริการ ก่อนนำไปประยุกต์ใช้จริง เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและดำรงอยู่ โดยนำเครื่องมือพิมพ์เขียวการบริการหรือเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคสมัยนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อออกแบบระบบให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพิมพ์เขียวการบริการหรือระบบการให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ที่ได้จากกลุ่มลูกค้าร้านซักแห้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษา ซึ่งมีธุรกิจส่วนตัวเป็นธุรกิจซักแห้ง และผู้ประกอบการธุรกิจซักแห้งรายอื่นๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

การออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint)

หมายถึงแผนผังงานบริการธุรกิจซั๊กแห้ง ที่แสดงภาพรวมของการเชื่อมโยงขั้นตอนการปฏิบัติงานในระบบการบริการต่างๆ ของธุรกิจซั๊กแห้ง ทั้งที่เกิดการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ให้บริการ (Front Stage) และส่วนสนับสนุนเบื้องหลัง (Back Stage) ที่ผู้ให้บริการอาจมองไม่เห็น แต่มีความเกี่ยวเนื่องกันโดยตรงกับประสิทธิภาพการทำงาน โดยจะมุ่งเน้นถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานในส่วนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้า และในส่วนกิจกรรมของพนักงานทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง

ส่วนประสมทางการตลาด

หมายถึงกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

ร้านซั๊กแห้ง

หมายถึงร้านซั๊กแห้ง และร้านซั๊กอบรีด ที่มีบริการซั๊กแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้บริการ

หมายถึงผู้ที่เข้ามาใช้บริการประเภทซั๊กแห้ง ในร้านซั๊กแห้ง และร้านซั๊กอบรีด ที่มีบริการซั๊กแห้งให้บริการ

วิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาเฉพาะที่ให้บริการซั๊กแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น โดยจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากร และขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) ที่ส่งผลต่อผู้ให้บริการในการเลือกใช้บริการร้านซั๊กแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประกอบการเขียนการออกแบบระบบให้บริการ (Service Blueprint)

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในครั้งนี้ คือผู้ที่เคยใช้บริการซั๊กแห้ง ของร้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการสุ่มตัวอย่างของ Seymour Sudman (กฤษณี เวชสาร, 2545) ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 100 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้ให้บริการในการเลือกใช้บริการร้านซั๊กแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลเก็บใช้โดยแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้า หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารตีพิมพ์เผยแพร่ของหน่วยงานต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง วัตถุประสงค์การเข้าใช้บริการ ความถี่ของการใช้บริการ ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ ลักษณะของผ้าที่นำมาใช้บริการ และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องต่อการใช้บริการ ได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) จำนวน 5 ระดับ ตามระดับความสำคัญเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามและข้อมูลจากการออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint)

ส่วนที่ 1 การออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนการปรับปรุง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2.2 แบบสอบถามข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด และการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ได้แก่ มีผลมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 2.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซักแห้ง จำแนกตามจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลตามเพศของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 การออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลังการปรับปรุง เมื่อเทียบกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7'Ps)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 การออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) จากการศึกษาขั้นตอน กระบวนการของธุรกิจซักแห้ง และจัดทำการออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) จากนั้นมีการจัดประชุมกลุ่มย่อยและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและพนักงานธุรกิจซักแห้งเพื่อร่วมพิจารณาและปรับปรุง แบบพิมพ์เขียวการบริการหรือการออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง

ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการพบบ่อยครั้งมีดังนี้

- ปัญหาเรื่องขั้นตอนการให้บริการ เช่นการออกบิลใบรับผ้า, การตรวจสอบเสื้อผ้าก่อนส่งซัก
- การคิดราคาที่ไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากปัจจุบันมีวัสดุหรือแบบดีไซน์ของเสื้อผ้าที่หลากหลายมากและวัสดุบางประเภทมีความคล้ายกันเช่น เสื้อกันหนาวที่มีเส้นใยสังเคราะห์และเสื้อกันหนาวที่ใช้ขนสัตว์แท้ ซึ่งกรรมวิธีซัก

และราคาของสิ่งทั้ง 2 นี้มีราคาที่แตกต่างกัน เมื่อผู้ประกอบการบางรายไม่ได้สังเกตจาก Tag Label ก็อาจจะทำให้ขาดทุนและก่อให้เกิดความเสียหายต่อเสื้อผ้าได้

- ค้นหาข้อมูลของลูกค้า เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายยังไม่ได้ใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า ทำให้ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลนานจากบิลที่เก็บไว้ ส่งผลให้มีการคิดเงินหรือแจ้งราคาชั่งผิดอยู่บ่อยครั้ง
- การตรวจสอบเสื้อผ้าค่างในสต็อก เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายไม่มีระบบการจัดการที่พร้อมเพียงพอ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยควบคุมเก็บข้อมูลต่างๆ ทำให้เกิดความยากในการเช็คสต็อกของเสื้อผ้าที่ค่างอยู่
- ปัญหาเรื่องพื้นที่จัดเก็บไม่เพียงพอและมีต้นทุนในการจัดเก็บ จากกรณีที่ลูกค้าไม่มารับเสื้อผ้าตามกำหนดนัดรับผ้าเป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจซักแห้ง

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 63 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 42 ระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 56 อาชีพปัจจุบัน คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 21 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการซักแห้งอยู่ที่ 500 บาท/ครั้ง ร้อยละ 20 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการซักแห้ง คือ นำเสื้อผ้าของตนเองมาส่งซัก ร้อยละ 68 ความถี่ในการใช้บริการซักแห้ง 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 70 ช่วงเวลาในการใช้บริการซักแห้ง คือ ช่วงเวลา 18.00 น. - 20.00 น. ร้อยละ 41 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการซักแห้ง คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 67

ส่วนที่ 2.2 สรุปผลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการซักแห้งโดยใช้ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการซักแห้งโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความสะอาดของผ้า และ ความเรียบของผ้า รองลงมาคือ การซักแบบถนอมผ้าและ ความหอมของผ้า

ด้านราคา พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการซักแห้งโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ แจ้งราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาค่าบริการคุ้มค่า และ ราคาเหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการซักแห้งโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในระดับสำคัญปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ จอรถสะดวก มีบริการ Delivery และร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการซักแห้งโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในระดับสำคัญปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีการสมัครเป็นสมาชิก มีแพคเกจราคาประหยัด และมีเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ

ด้านบุคคล พบว่าปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการซักแห้งโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่มีผลในระดับสำคัญ มากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สื่อสารได้เข้าใจ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และพนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการซักรีดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลในระดับสำคัญ มากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของเครื่องจักรและอุปกรณ์ และภายในร้านมีกลิ่นหอม

ด้านกระบวนการ พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการซักรีดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลในระดับสำคัญ มากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีการแยกผ้าซักรีด ความถูกต้องตอนส่งคืนเสื้อผ้า และระยะเวลาการรอที่เหมาะสม

ส่วนที่ 2.3 สรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซักรีด จำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างตามเพศของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในเรื่องความสะอาดของผ้า

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคา แตกต่างตามเพศของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในเรื่องการจัดราคาชัดเจน

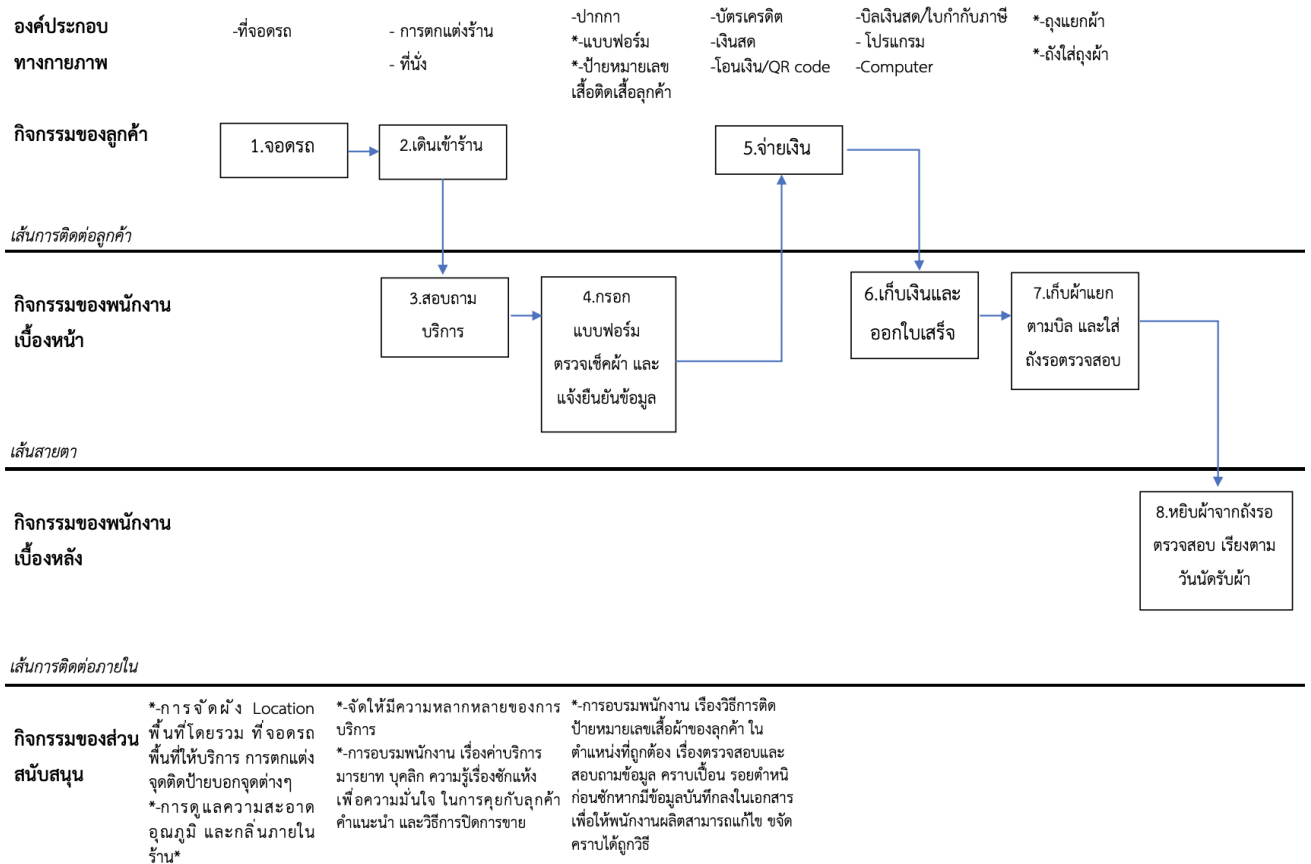
ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างตามเพศของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในเรื่องการจัดรถสะดวก และการมีบริการรับ-ส่ง Delivery

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างตามเพศของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในเรื่องชื่อร้านที่เด่นชัด และป้ายบอกจุดชัดเจน และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในเรื่องความสะอาดของเครื่อง ความสะอาดภายในร้าน และเป็นระเบียบเรียบร้อย

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการ แตกต่างตามเพศของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในเรื่องชื่อร้านที่เด่นชัดและป้ายบอกจุดชัดเจน และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในเรื่องมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน และมีระยะเวลาที่เหมาะสม

ส่วนที่ 3 การออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักรีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลังการปรับปรุง เมื่อเทียบกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7'Ps)

ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสรุปผลวิเคราะห์การเชื่อมโยงระหว่างการออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) และผลการศึกษาร่วมประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7'Ps) ที่ส่งผลต่อผู้ให้บริการในการเลือกร้านซักรีด และได้นำมาจัดทำเป็นตารางขึ้นมาใหม่ดังนี้



ภาพที่ 4.2 การออกแบบระบบให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ครั้งที่ 2

องค์ประกอบ
ทางกายภาพ -ถุงใส่ผ้าแยกตามสี
เป็นประเภท

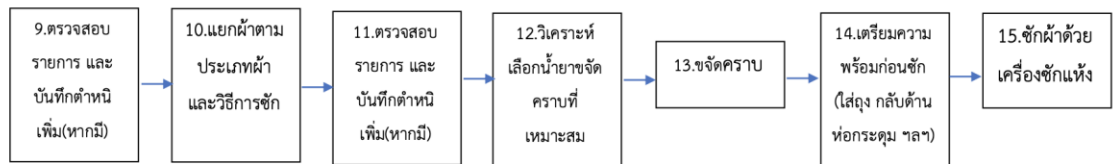
กิจกรรมของลูกค้า

เส้นการติดต่อลูกค้า

กิจกรรมของพนักงาน
เบื้องหน้า

เส้นสายตา

กิจกรรมของพนักงาน
เบื้องหลัง



เส้นการติดต่อภายใน

<p>กิจกรรมของส่วนสนับสนุน</p>	<p>*-อบรม ให้ความรู้แก่พนักงาน เรื่องความหมายของ Tag Label วิธีการซักของเสื้อผ้า</p>	<p>*-จัดหาน้ำยาที่หลากหลาย *-จัดหาน้ำยาที่มีกลิ่นหอม *-จัดหาน้ำยาที่เป็น Natural Clean Products</p>	<p>*-เลือกวิธีจัดคราบให้ตรงกับผ้า ซักคราบก่อนซัก</p>	<p>*-จัดหาอุปกรณ์ทันสมัย *-จัดหาอุปกรณ์ที่ถนอมผ้า *-การทำสะอาดเครื่องซักผ้า</p>
-------------------------------	--	---	--	---

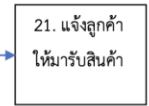
ภาพที่ 4.2 การออกแบบระบบให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ครั้งที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบ - ราวแขวนผ้า
 ทางกายภาพ - พื้นที่โล่ง

กิจกรรมของลูกค้า

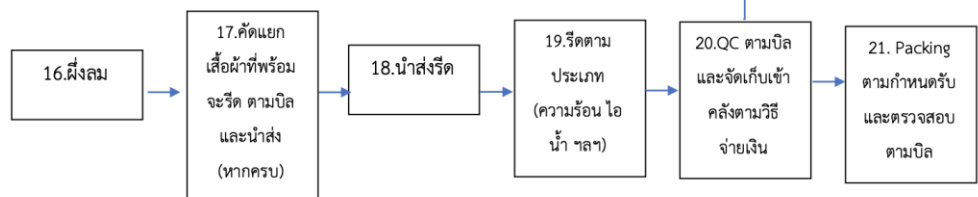
เส้นการติดต่อลูกค้า

กิจกรรมของพนักงาน
 เบื้องหน้า



เส้นสายตา

กิจกรรมของพนักงาน
 เบื้องหลัง



เส้นการติดต่อภายใน

กิจกรรมของส่วน
 สนับสนุน

*-อบรมพนักงาน วิธีการแยกผ้า และการตรวจเช็คผ้าไม่ให้ปะปน

*-เลือกใช้น้ำยาที่มีกลิ่นหอม
 *-เลือกใช้รีดให้เหมาะสมกับผ้า

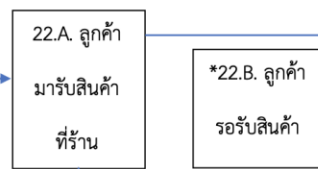
*-อบรมพนักงาน วิธีการแยกผ้า และการตรวจเช็คผ้าไม่ให้ปะปน

*-เลือกการPacking ที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าให้พอดี เช่นเสื้อไหมพรมไม่ควรแขวน จะทำให้เสื้อยืดย้วย ต้องพับ

ภาพที่ 4.2 การออกแบบระบบให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ครั้งที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบ
 ทางกายภาพ

กิจกรรมของลูกค้า



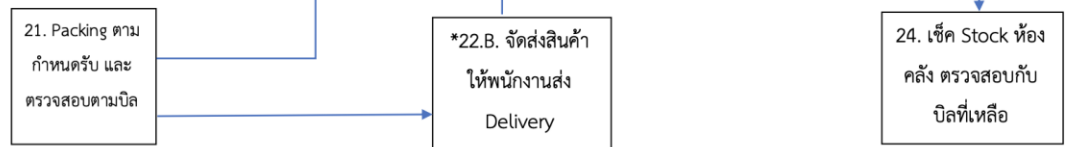
เส้นการติดต่อลูกค้า

กิจกรรมของพนักงาน
 เบื้องหน้า



เส้นสายตา

กิจกรรมของพนักงาน
 เบื้องหลัง



เส้นการติดต่อภายใน

กิจกรรมของส่วน
 สนับสนุน

*-การให้ความรู้
 *- ส่ง SMS แจ้งลูกค้า

*-อบรมพนักงาน วิธีการตรวจเช็คผ้า

*-เลือกขนาดถุงแพ็คที่พอดี เพื่อไม่ให้ผ้ายับในถุงแต่ละตันทูน

ภาพที่ 4.2 การออกแบบระบบให้บริการ (Service Blueprint) ธุรกิจซักแห้ง ครั้งที่ 2 (ต่อ)

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้ร้านซักแห้งที่มีความเชื่อมโยงของ
การออกแบบระบบการให้บริการธุรกิจซักแห้ง

No.	Marketing Mix: 7'Ps		ค่าเฉลี่ย	ระดับที่ ส่งผล ต่อการ เลือกใช้ บริการ	เลขที่ใน กระบวนการ Service Blueprint	กิจกรรมเพิ่ม
1	Product	ความสะอาดของผ้า	4.55	สำคัญ มาก ที่สุด	12,13	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดหาน้ำยาที่หลากหลาย (Input) ● เลือกวิธีซักคราบให้ตรงกับผ้า (Process)
2	Product	ความเรียบของผ้า	4.55	สำคัญ มาก ที่สุด	19,21	<ul style="list-style-type: none"> ● เลือกใช้วิธีรีดให้เหมาะสมกับผ้า(Process) ● เลือกการPacking ที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าให้พอดี เช่นเสื้อไหมพรมไม่ควรแขวน จะทำให้เสื้อฝ้ายยืดยานได้ (Process)
3	Product	การซักแบบถนอมผ้า	4.37	สำคัญ มาก	9,15	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดหาอุปกรณ์ที่ถนอมผ้า (Input) ● อบรมให้ความรู้เรื่อง ป้าย Tag Label ของเสื้อผ้า (Input)
4	Product	ความหอมของผ้า	4.32	สำคัญ มาก	12,19	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดหาน้ำยาที่มีกลิ่นหอม (Input) ● เลือกใช้น้ำยาที่มีกลิ่นหอม (Input)
5	Product	ความหลากหลายของการบริการ เช่น ซักเสื้อผ้าผ้าห่ม ผ้าม่าน พรม กระเป๋า รองเท้า ตุ๊กตา เป็นต้น	4.18	สำคัญ มาก	3	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดให้มีหลากหลายของการบริการ (Input) ● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)

No.	Marketing Mix: 7'Ps		ค่าเฉลี่ย	ระดับที่ ส่งผล ต่อการ เลือกใช้ บริการ	เลขที่ใน กระบวนการ Service Blueprint	กิจกรรมเพิ่ม
6	Product	มีขั้นตอนวิธีการซักแบบใหม่ที่ทันสมัย และปราศจากสารเคมี	4.12	สำคัญ มาก	15	● จัดหาอุปกรณ์ทันสมัย (Input)
8	People	พนักงานมีความสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ	3.94	สำคัญ มาก	3,22	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
7	Process	มีการแยกผ้า ไม่ปะปนกับผู้อื่น	3.94	สำคัญ มาก	9,17,20	● อบรมพนักงาน วิธีการแยกผ้า และการตรวจเช็คผ้าไม่ให้ปะปน(Input)
8	Product	เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Natural Clean Products ปราศจากสารเคมีในส่วนผสมและกระบวนการผลิตจึงไม่ปล่อยสารพิษต่อสิ่งแวดล้อม	3.93	สำคัญ มาก	12	● จัดหาน้ำยาที่เป็น Natural Clean Products (Input)
9	Process	ความถูกต้องของการส่งผ้าคืน	3.93	สำคัญ มาก	17,20,21,22	● อบรมพนักงาน วิธีการแยกผ้า และการตรวจเช็คผ้าไม่ให้ปะปน (Input) ● ตรวจสอบความถูกต้องเมื่อพนักงานเช็คสต็อกผ้า และครั้งสุดท้ายก่อนส่งมอบให้ลูกค้าเมื่อลูกค้ามารับ (Output)
10	People	พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการต่อลูกค้า	3.92	สำคัญ มาก	3,22	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
11	Process	ระบบสามารถระบุวันและเวลาที่เสร็จให้ทราบได้แน่นอน	3.91	สำคัญ มาก	4	● การอบรมพนักงาน เรื่องการให้บริการ (Input)

No.	Marketing Mix: 7'Ps		ค่าเฉลี่ย	ระดับที่ ส่งผล ต่อการ เลือกใช้ บริการ	เลขที่ใน กระบวนการ Service Blueprint	กิจกรรมเพิ่ม
12	People	พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง	3.90	สำคัญ มาก	3,22	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซั๊กแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
13	People	พนักงานมีการให้คำแนะนำในการดูแลผ้า	3.89	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซั๊กแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
14	Price	มีการแจ้งราคาค่าบริการอย่างชัดเจน	3.88	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซั๊กแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
15	People	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการซั๊กแห้ง เป็นอย่างดี	3.88	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซั๊กแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
16	People	พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า	3.88	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซั๊กแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)

No.	Marketing Mix: 7'Ps		ค่าเฉลี่ย	ระดับที่ ส่งผล ต่อการ เลือกใช้ บริการ	เลขที่ใน กระบวนการ Service Blueprint	กิจกรรมเพิ่ม
17	Product	ถุงใส่ผ้าเหมาะสมกับผ้าแต่ละชนิด	3.86	สำคัญ มาก	22	● เลือกขนาดถุงแพ็คเกจที่พอดี เพื่อไม่ให้ผ้าขยับในถุงแต่ละด ต้นทุน (Process)
18	People	พนักงานมีมารยาทบุคลิกภาพที่ดี	3.86	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อ ความมั่นใจ ในการคุยกับลูก ค้า คำแนะนำ และวิธีการปิด การขาย (Input)
19	People	พนักงานอธิบายขั้นตอนการใช้ บริการอย่างชัดเจน	3.86	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อ ความมั่นใจ ในการคุยกับลูก ค้า คำแนะนำ และวิธีการปิด การขาย (Input)
20	Process	มีSMSส่งแจ้งเตือนให้ลูกค้า มารับ เสื้อผ้า	3.84	สำคัญ มาก	21	● มีการส่ง SMS แจ้งเตือนให้ ลูกค้า มารับเสื้อผ้าเมื่อผ้า เสร็จ และเมื่อเกินเวลา กำหนดเวลา(สัปดาห์/เดือน) (Process)
21	People	มีจำนวนพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ	3.82	สำคัญ มาก	3	● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อ ความมั่นใจ ในการคุยกับลูก ค้า คำแนะนำ และวิธีการปิด การขาย (Input)
22	Physical Evidence	ความสะอาดภายในร้าน	3.81	สำคัญ มาก	2	● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)

No.	Marketing Mix: 7'Ps		ค่าเฉลี่ย	ระดับที่ ส่งผล ต่อการ เลือกใช้ บริการ	เลขที่ใน กระบวนการ Service Blueprint	กิจกรรมเพิ่ม
23	Physical Evidence	ความสะอาดของเครื่องซักผ้า/ อุปกรณ์	3.79	สำคัญ มาก	13,15	<ul style="list-style-type: none"> ● การทำความสะอาดเครื่องซักผ้า (Process) ● ขจัดคราบก่อนซัก(Process)
24	Promotion	มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้ส่วนลดพิเศษ	3.78	สำคัญ มาก	3	<ul style="list-style-type: none"> ● การอบรมพนักงาน เรื่อง ค่าบริการ มารยาท บุคลิก ความรู้เรื่องซักแห้ง เพื่อความมั่นใจ ในการคุยกับลูกค้า คำแนะนำ และวิธีการปิดการขาย (Input)
25	Physical Evidence	บรรยากาศภายในร้านมีกลิ่นหอม สลับสับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ	3.78	สำคัญ มาก	2	<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)
26	Physical Evidence	บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด	3.73	สำคัญ มาก	2	<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)
27	Physical Evidence	การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน มีความทันสมัย	3.71	สำคัญ มาก	2	<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)
28	Physical Evidence	มีป้าย/ข้อความบอกจุดบริการ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.71	สำคัญ มาก	2	<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)
29	Product	เลือกใช้ถุงผ้า ถุงรีไซเคิลแทนถุงพลาสติก	3.70	สำคัญ มาก	3	<ul style="list-style-type: none"> ● สอบถามลูกค้า หากให้คำแนะนำได้ หรือขอความร่วมมือจากลูกค้าให้นำถุงผ้ามารับได้ เพื่อประหยัด อดโลก ร้อน (Input)
30	Place	สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.68	สำคัญ มาก	1	<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดผัง Location พื้นที่โดยรวม ที่จอดรถ พื้นที่ให้บริการ การตกแต่ง จุดติด

No.	Marketing Mix: 7'Ps		ค่าเฉลี่ย	ระดับที่ ส่งผล ต่อการ เลือกใช้ บริการ	เลขที่ใน กระบวนการ Service Blueprint	กิจกรรมเพิ่ม
						ป้ายบอก จุดต่างๆ (Process)
31	Place	มีบริการรับ-ส่ง Delivery เสื้อผ้าของ ลูกค้าจากร้านไปยังบ้านคอนโดหรือ ที่ทำงาน	3.66	สำคัญ มาก	22	● จัดส่งสินค้า Delivery (Output)
32	Physical Evidence	ร้านมีขนาดใหญ่และกว้างขวาง	3.63	สำคัญ มาก	2	● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)
33	Physical Evidence	อุณหภูมิภายในห้องรับรองมีอุณหภูมิ ที่เหมาะสม	3.63	สำคัญ มาก	2	● การดูแลความสะอาด อุณหภูมิ และกลิ่นภายในร้าน (Process)

จากตารางเป็นการแสดงความเชื่อมโยงระหว่างการออกแบบระบบการให้บริการ (Service Blueprint) และผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้ร้านซักแห้งและส่วนกิจกรรมเพิ่มที่เป็นตัวกิจกรรมสนับสนุนที่เข้ามาเสริมประสิทธิภาพในการทำงานได้มีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

จากการทำแบบสอบถามครั้งนี้ไม่มีข้อเสนอแนะจากผู้ทำแบบสอบถาม

อภิปรายผลการศึกษา

1. เจ้าของกิจการสามารถ ดูภาพรวมของปัญหา และสามารถติดตามงานเพื่อเกิดการแก้ปัญหาได้ตรงตามกระบวนการพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของคุณสิทธิพงษ์ ฉิมไทย (2559) การจัดทำ Service Blueprint ทำให้เห็นภาพรวมของกระบวนการให้บริการ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงปัญหาของกระบวนการบริการในขณะเดียวกันก็จะทำให้เห็นถึงโอกาสในการปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น คุณภาพเพิ่มขึ้น และ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของคุณอนันต์ เขียวชาญกิจการ และคณะ (2559) พิมพ์เขียวการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่องค์กรธุรกิจสามารถนำมาปรับใช้เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมของการดำเนินงานทั้งหมดได้ โดยจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ โดยการแสดงในรูปแบบของแผนผังกระบวนการที่อธิบายการทำงานกระบวนการส่วนหน้าและส่วนหลังพร้อมทั้งกระบวนการสนับสนุนต่างๆ ในแต่ละกระบวนการ

2. จากตารางสรุปผลวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้ร้านซักแห้งที่มีความเชื่อมโยงของการออกแบบระบบการให้บริการระบบการให้บริการธุรกิจซักแห้งพบว่าระดับที่ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากเป็นทางด้านผลิตภัณฑ์คือความสะอาดของผ้า และความเรียบของผ้า ส่วนปัจจัยนี้จัดอยู่ในส่วนของ

Process คือการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่ามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของคุณยาใจ แสงหาทรัพย์ (2558) พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการปฏิบัติงานของพนักงานที่ไม่ได้มาตรฐาน และขาดมาตรฐานกระบวนการ การสื่อสารที่ไม่ชัดเจน

3. ด้านพฤติกรรมผู้ใช้บริการซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการซักแห้งส่วนใหญ่ใช้บริการ ในช่วงหลัง 18.00 น. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 500 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่นำเสื้อผ้าตนเองมาส่งซัก โดยที่ การตัดสินใจมาใช้บริการเป็นความคิดของผู้ใช้บริการเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคุณอัญชลี ปุณณะศิริกุล (2560) ผู้ใช้บริการซักอบรีด สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

4. ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซักแห้ง พบว่า ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดในการซักเสื้อผ้ามากที่สุดเท่ากับเท่ากับความเรียบของผ้า รองลงมา การซักแบบถนอมผ้า ความหอมของผ้า และการใช้เคมีภัณฑ์ที่มีคุณภาพในการซัก สอดคล้องกับงานวิจัยของคุณอัญชลี ปุณณะศิริกุล (2560) ผู้ใช้บริการซักอบรีด ที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของเสื้อผ้า ตรงต่อเวลาในการรับเสื้อผ้า รีดเรียบ ตรงต่อเวลาในการรับเสื้อผ้า จากข้อมูลที่พบนี้ ทำให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพบริการมาก จำเป็นอย่างยิ่งที่กิจการต้องปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และมาใช้บริการซ้ำอีก นอกจากนี้ยังช่วยประชาสัมพันธ์ในการบอกต่อเพื่อน ญาติ และคนรู้จักให้มาใช้บริการด้วย

5. ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ แจ้งราคาชัดเจนรองลงมา ราคาค่าบริการ คุ่มค่า ราคาเหมาะสม มีราคาพิเศษสมาชิกและถูกกว่าร้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของคุณอัญชลี ปุณณะศิริกุล (2560) ผู้ใช้บริการซักอบรีด ให้ความสำคัญมากเกี่ยวกับ ราคายุติธรรม แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบ และคิดค่าบริการต่ำกว่าตลาด จากข้อมูลที่พบนี้ ทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการต้องการให้คิดค่าบริการในราคาที่สมเหตุสมผลเหมาะสมกับการบริการมีราคาไม่ แพงกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรตั้งราคาแบบอิงตลาดไม่ให้แพงกว่าคู่แข่ง มีการแจ้งราคาให้กับ ผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาควรแจ้งให้ผู้มาใช้บริการทราบล่วงหน้า ข้อมูลค่าบริการที่ติดป้ายไว้ ควรถูกต้องและเป็นปัจจุบัน การคิดราคาต่ำกว่าคู่แข่ง จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการใช้บริการมากขึ้น

6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ จอดรถสะดวก รองลงมา มีบริการรับ-ส่ง Delivery ร้านอยู่ใกล้ ให้บริการทุกวัน สถานที่ร่มรื่น มีพื้นที่ให้รอ ห้องน้ำสะอาด ติดต่อสื่อสารได้ ตลอด ให้บริการช่วงกลางคืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคุณอัญชลี ปุณณะศิริกุล (2560) ผู้ใช้บริการซักอบรีด ให้ความสำคัญมากเกี่ยวกับสถานที่ เน้นเรื่องการเดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกสบาย เจ้าของกิจการสามารถนำข้อมูลที่ได้ นี้ไปพัฒนาปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการให้มีคุณลักษณะตามที่ผู้บริโภคต้องการ นำใช้บริการมากยิ่งขึ้นและหาก จะเปิดกิจการใหม่หรือขยายสาขาใหม่ ก็สามารถทำให้ทราบแนวทางในการเลือกที่ตั้งทำเลได้อย่างเหมาะสม

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการสมัครเป็น สมาชิก รองลงมา มีแพคเกจราคาประหยัด มีเว็บไซต์ ลงโฆษณาอินเทอร์เน็ต มีแผ่นพับแนะนำร้าน โฆษณาที่ออกแบบทันสมัย ช่วยเหลือกิจกรรมชุมชน และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ จากข้อมูลที่พบนี้ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคต้องการให้กิจการให้ความสำคัญ กับการส่งเสริมการตลาด ที่สามารถลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้บริโภคได้ และให้ความสำคัญกับลูกค้าประจำ โดยคิดราคาพิเศษต่าง จากลูกค้าทั่วไป

8. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ใช้บริการซักแห้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านราคา แตกต่างตามเพศ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในเรื่องการแจ้ง ราคาชัดเจน ทำให้เห็นว่า เพศที่ต่างกันมีความต่างกันในการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา เรื่องการแจ้งราคาชัดเจน

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างตามเพศ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในเรื่องการจอตลอดสะดวก และการมีบริการรับ-ส่ง Delivery ทำให้เห็นว่า เพศที่ต่างกันมีความต่างกันในการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เรื่องการจอตลอดสะดวก และการมีบริการรับ-ส่ง Delivery

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างตามเพศ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในเรื่องชื่อร้านที่เด่นชัด ป้ายบอกจุดชัดเจน ความสะอาดของเครื่อง ความสะอาดภายในร้าน และเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้เห็นว่า เพศที่ต่างกันมีความต่างกันในการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องชื่อร้านที่เด่นชัด ป้ายบอกจุดชัดเจน ความสะอาดของเครื่อง ความสะอาดภายในร้าน และเป็นระเบียบเรียบร้อย

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรนำพิมพ์เขียวบริการที่ได้พัฒนาไปทดสอบกับธุรกิจซักรีดทั้งหมดไป เพื่อยืนยันว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้จริง และนำเครื่องมือในการวิเคราะห์ช่องว่างคุณภาพการบริการ (Gap of service quality) ซึ่งเป็นกระบวนการตรวจสอบหาจุดที่มีความแตกต่างกันในระหว่างขั้นตอนการผลิตงานบริการเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า นำมาประยุกต์ใช้ทดสอบพิมพ์เขียวบริการจากงานศึกษา

2. ผู้ประกอบธุรกิจซักรีด สามารถใช้ Service Blueprint จากการศึกษาในการตรวจสอบขั้นตอนการผลิตงานบริการ เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจซักรีด เข้าใจถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาในการให้บริการ และสามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนกระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการส่งมอบบริการของธุรกิจซักรีด จากการออกแบบระบบการให้บริการทางผู้จัดทำและผู้ประกอบการเห็นตรงกันว่า จุดเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจนี้คือความประมาท ไม่ระมัดระวังไม่ว่าจะเป็นการซักผ้า การทดลองน้ำยาที่ใส่ขจัดคราบเปื้อนหรือไม่ว่าจะเป็นกรดที่ส่งผลกระทบต่อความเสียหายกับเสื้อผ้าหรือสิ่งของที่ผู้ใช้บริการนำมาซัก หากเป็นเหตุการณ์เช่นนี้อาจจะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พอใจ และเกิดการบอกต่อไปจนถึงการทำให้ผู้ใช้บริการไม่กลับมาใช้ใหม่ได้ เพราะฉะนั้นแล้วทางผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงวิธีการป้องกันและการแก้ไขให้ดีขึ้น เช่น การสอบถามถึงสาเหตุถึงคราบเปื้อนของเสื้อผ้า หรือการแจ้งความเสี่ยงที่จะขึ้นเกิดเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เป็นผู้ตัดสินใจว่าจะนำเดินการต่ออย่างไร เป็นต้น

3. ผู้ประกอบธุรกิจซักรีด ควรอบรมและให้ความรู้แก่พนักงาน เรื่องค่าบริการ มารยาท บุคลิกภาพ วิธีการแยกผ้า และการตรวจเช็คผ้าไม่ให้ปะปน เพื่อเกิดความเข้าใจและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

4. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาด ความเรียบของผ้า มากที่สุด และรองลงมา คือเรื่องการซักแบบถนอมผ้า ความหอมของผ้าและการใช้เคมีภัณฑ์ที่มีคุณภาพในการซักผ้า

5. ด้านราคา ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับ เรื่องแจ้งราคาชัดเจนมากที่สุด รองลงมา เรื่องมีราคาค่าบริการคุ้มค่า เหมาะสม มีราคาพิเศษสมาชิก และถูกกว่าร้านอื่น โดยผู้ประกอบการควรตั้งราคาแบบอิงตลาดไม่ให้แพงกว่าคู่แข่ง มีการแจ้งราคาให้กับผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน และหากมีการเปลี่ยนแปลงราคาควรแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบล่วงหน้า รวมทั้งควรมีป้ายหรือรูปภาพที่แสดงราคาค่าบริการ ที่เป็นมาตรฐาน อีกทั้งการคิดราคาควรต่ำกว่าคู่แข่ง เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการใช้บริการมากขึ้น

6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญมากกับ เรื่อง สถานที่จอตลอดที่สะดวก รองลงมาคือบริการรับ-ส่ง Delivery ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการ

ในเรื่องดังกล่าวนี้ เพื่อจูงใจให้เกิดการใช้บริการมากยิ่งขึ้น และนำไปพิจารณาถึงสถานที่หากจะเปิดกิจการใหม่หรือขยายสาขาใหม่ควรอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ที่พักอาศัยก็จะทำให้เข้าถึงลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เรื่องเวลาในการเปิด-ปิดบริการ ควรจะเปิดให้บริการในเวลาเช้าตรู่และปิดบริการในเวลาค่ำ เพราะจะได้เอื้ออำนวยต่อลูกค้าที่มาใช้บริการในเวลาก่อนไปทำงานและหลังเลิกงาน และมีช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับ เรื่อง มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมา มีแพคเกจราคาประหยัด จัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเพื่อการใช้บริการและมีระบบฐานข้อมูลที่ใช้เก็บข้อมูลของลูกค้าและศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าว่า เสื้อผ้าหรือสิ่งของประเภทไหนที่ลูกค้าชอบนำมาส่งซัก หากมีโปรโมชั่นที่ตรงกับพฤติกรรมของลูกค้าก็จะสามารถแจ้งข่าวสารไปได้ มีการส่งเสริมช่วยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน เพื่อให้เกิดการรับรู้ หรือเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน

8. ด้านบุคคล ผู้ประกอบการ ควรมีการจัดอบรม เสริมทักษะให้ความรู้และ อัปเดตข้อมูลในเรื่องของยี่ห้อ แขนด์เสื้อผ้า วัสดุเส้นใย หรือเครื่องหมายใน Tag Label ให้แก่พนักงานอยู่เป็นประจำ และควรมีการทดสอบความรู้ความสามารถของพนักงานเพื่อกระตุ้นให้พนักงานกระตือรือร้นที่จะทำงานอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำกับผู้ที่มาใช้บริการได้เพื่อเพิ่มความประทับใจและความน่าเชื่อถือของธุรกิจ

9. ทางด้านกายภาพ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องป้ายชื่อร้านที่เด่นชัด มีป้ายบอกจุดชัดเจน ความสะอาดของอาคารและเครื่องจักรที่ใช้งาน ความสะอาดภายในร้าน และเป็นระเบียบเรียบร้อย มีกลิ่นหอมและไม่รกรุงรัง

10. ทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน ใช้เวลาไม่นาน และมีระยะเวลาการรอคอยที่เหมาะสม มีการทำงานที่เป็นมาตรฐานสามารถตรวจสอบได้ หากเกิดการผิดพลาดในจุดไหนก็สามารถตรวจสอบและแก้ไขได้

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือนตุลาคม 2562 กลุ่มร้านซักรีด*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201910.pdf
- กฤษณี เวชสาร. (2545). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยาใจ แสงหาทรัพย์. (2558). *การพัฒนาพิมพ์เขียวการบริการสำหรับธุรกิจสปาไทย*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนวัตกรรมการหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิทธิพงษ์ ฉิมไทย. (2559). การสร้างพิมพ์เขียวงานบริการสำหรับนวัตกรรมการบริการ กรณีศึกษา: ระบบติดตามงานนิพันธ์และวิทยานิพันธ์ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 1*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา.
- อนันต์ เขียวชาญกิจการ และคณะ. (2559). *พิมพ์เขียวการบริการ แผนผังปฏิสัมพันธ์การบริการเพื่อจัดการคุณภาพบริการสำหรับธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช.
- อัญชลี ปุณณกะศิริกุล. (2560). *พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.