

แผนธุรกิจร้านซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

Business plan of laundry shop in Nawong Subdistrict

Mueang District Phetchaburi Province

ณัฐวรรณ ขำขาว

Natthawat Khamkhao

นักวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

Educator, Phetchaburi Rajabhat University

E-mail: natthawat.khu@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซักอบรีดของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี และ (3) จัดทำแผนธุรกิจร้านซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบ่งตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ แบบมีสัดส่วน จำนวน 337 คน โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยประกอบด้วย (1) ข้อมูลด้านพฤติกรรมใช้บริการซักอบรีด 24 ชั่วโมง เพราะความสะดวก รวดเร็ว รูปแบบเครื่องซักผ้าแบบใดก็ได้ ใช้บริการ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลา 18.00 – 21.00 น. ในวันเสาร์ ในอัตราค่าบริการ 30 บาท รู้จักร้านด้วยตนเอง เห็นด้วยในการมี Application ให้บริการ ส่วนใหญ่รีดผ้าด้วยตนเองและไม่เคยใช้บริการรีดเสื้อผ้า (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ (4 Ps) ด้านบริการโดยผู้ให้บริการเน้นด้านคุณภาพของการซักอบรีดเป็นหลัก ด้านอัตราค่าบริการผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการมีป้ายราคาแจ้งให้ทราบอย่างชัดเจน ด้านช่องทางผู้ให้บริการให้ความสำคัญในด้านสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย หรือ ใกล้สถานที่ทำงาน และด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ให้บริการต้องการให้มีสื่อ Social Media เช่น Facebook , Line (3) ธุรกิจจะใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 2 ล้านบาท มีระยะคืนทุน ในเวลา 1 ปี

คำสำคัญ: ร้านซักอบรีด พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

This research article aims to: (1) study the laundry customer's behavior in Nawong subdistrict, Mueang district, Phetchaburi province. (2) study the factors that effect to make a decision using of laundry customer in Nawong subdistrict, Mueang district, Phetchaburi province. (3) make a laundry's business plan in Nawong subdistrict, Mueang district, Phetchaburi province. Quantitative research was conducted using questionnaires to collect data. This quantitative research are 337 people that is conducted by stratified sampling and proportionate sampling. This is computed by Taro Yamane's formula. The reliability statistics

is specified 95 percentages and the error scale is specified 5 percentages that is analyzed the data by descriptive statistic are as follows; frequency, percentage, average and standard deviation. The results are as follows: (1) The behavior information that they use laundry service 24 hours, they think that comfortably and fast to use any kinds of washing machine. They use laundry service twice a week, the time is 6.00 to 9.00 p.m. on Saturday. The service charge is 30 baths. They are known about laundry by themselves and they agree to have the application to service. They almost iron by themselves and never use the iron clothes service. (2) The analysis result information are about the service factors (4PS) in service, the customer focus on the laundry quality. The service charge, customer focus on showing the price card. The service factor, customer focus on service place nearly the dormitory or work place. The marketing factor, customer need to promote by using social media such as Facebook and Line. (3) The investment in this business starts at 2 million. The outcome pay back investments in 1 years.

Keywords: Laundry; Customer's Behavior; Decision of Service.

บทนำ

ผลวิจัยของศูนย์ธนาคารกสิกรไทยในปี 2556 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่สดใสของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยคาดว่าจะมีการเติบโตประมาณ 4-5% และการขยายตัวนี้จะไม่จำกัดอยู่เพียงแค่หัวเมืองเศรษฐกิจหลัก แต่ยังรวมถึงภูมิภาคอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา ชลบุรี ภูเก็ต และสงขลา รวมถึงหัวเมืองรองอย่างเชียงรายและอุดรธานี

นอกจากนี้ ในปี 2558 คาดว่าการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะนำมาซึ่งนักลงทุนและแรงงานจากกลุ่มอาเซียนที่เข้ามาซื้อและเช่าอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันมีนักลงทุนเข้ามาในหัวเมืองท่องเที่ยวประมาณ 20%

ในด้านตลาดคอนโดมิเนียม ปี 2556 คาดว่าจะมีการเปิดตัวไม่ต่ำกว่า 100,000 หน่วย โดยส่วนใหญ่จะขยายตัวตามแนวรถไฟฟ้า BTS, MRT และ Air Port Link โดยเฉพาะในโซนฝั่งธนบุรีซึ่งมีการขยายตัวสูงถึง 126% ขณะที่พื้นที่รอบนอกฝั่งสุขุมวิทขยายตัวมากกว่า 50%

ผลการวิจัยยังพบว่าธุรกิจซักอบรีดในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีจำนวนร้านซักอบรีดถึง 20,000 ร้าน ซึ่ง 90% ใช้ระบบซักน้ำและ 10% ใช้ระบบซักแห้ง มีเพียง 40% ที่ทำธุรกิจซักอบรีดครบวงจร สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจนี้เติบโตคือวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนเมืองที่ต้องการความสะดวกสบายและไม่มีเวลาทำความสะอาดเสื้อผ้าของตนเอง

ธุรกิจซักอบรีดจึงกลายเป็นโอกาสทองสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างรายได้ในยุคปัจจุบัน โดยตอบสนองความต้องการของประชาชนในสังคมเมืองที่มีความต้องการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, มปป.)

ในปัจจุบันร้านซัก-อบ-รีดและธุรกิจร้านซักผ้าหยอดเหรียญ มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสร้างโอกาสทางธุรกิจจำนวนมากกับผู้ประกอบการทั่วประเทศ โดยการจัดตั้งธุรกิจร้านซักอบรีด มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีปัจจัยมาจากการใช้ชีวิตของคนในสังคมที่ต้องการความสะดวกสบาย การพัฒนาของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี การตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ตัวเลือกในการให้บริการ การออกแบบการใช้งานรวมของธุรกิจกิจ รวมทั้งทำเลที่ตั้งที่สามารถตอบโจทย์แหล่งชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบันร้านซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีการก่อสร้างอาคารหอพักเพื่อให้นักศึกษาและประชาชนทั่วไปเข้าพักอาศัย ซึ่งการซักผ้าเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน จากการสำรวจร้านซักอบรีดบริเวณพื้นที่ตำบลนาเวียงมาร้านซักอบรีดเพียง 3 ร้านเท่านั้น ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในพื้นที่ อีกทั้งผู้ห้องเช่าบางแห่งยังมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ ไม่มีพื้นที่ในการตากผ้า หรือ ไม่สะดวกในการซื้อเครื่องซักผ้ามาใช้งานด้วยตนเอง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการทำแผนธุรกิจร้านซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการและเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซักอบรีดของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ตำบลนาเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจร้านซักอบรีดในเขตพื้นที่ตำบลนาเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Baan Suan Farm (2016) ให้ข้อมูลว่า เอ็ดมันด์ เจอโรม แมครีธี ได้สร้างแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4Ps เพื่อเป็นวิธีปฏิบัติด้านการตลาดพื้นฐานเบื้องต้น ประกอบด้วย (1) Product ด้านผลิตภัณฑ์ (2) Price ด้านราคา (3) Place ด้านสถานที่ (4) Promotion ด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้ในการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการซักอบรีด ในเขตพื้นที่ตำบลนาเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบจำลองโมเดลธุรกิจ

รุจเรขา วิทยาวุฒิกุล (2557) กล่าวว่า การออกแบบแนวคิดแบบจำลองโมเดลทางธุรกิจ (Business Model Canvas : BMC) มีองค์ประกอบสำคัญ 9 ส่วนสำคัญ ซึ่งแต่ละส่วนจะมีตัวเลขกำกับอยู่เพื่อให้ช่วยต่อการเขียนและการวิเคราะห์ เมื่อเขียนไล่ตามลำดับที่กำหนดไว้จะเป็นการช่วยไล่ระดับทางความคิดเพื่อให้สามารถเขียนออกมาได้ชัดเจน Osterwalder et al. (2010) ระบุว่า Business Model Canvas (BMC) ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า การออกแบบแนวคิดแบบจำลองโมเดลทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้เห็นภาพรวมและอธิบายวิธีการที่องค์กรสร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า รวมถึงการไหลเวียนของทรัพยากรและการเงินภายในบริษัท BMC ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) คือ องค์กรต้องแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และใช้วิธีการเข้าถึงที่เหมาะสม

2) การเสนอคุณค่า (Value Propositions) คือ การแก้ปัญหาให้ลูกค้าและสิ่งที่มีคุณค่าให้ลูกค้า ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเลือกใช้จากเราแทนคู่แข่ง

3) ช่องทาง (Channels) คือ ช่องทางที่ใช้ในการมอบคุณค่าหรือสื่อสารไปยังลูกค้า เพื่อกระจายคุณค่าของธุรกิจอย่างรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำ

4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ รูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ตั้งแต่การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว ไปจนถึงการบริการแบบอัตโนมัติหรือการช่วยเหลือตนเอง

5) กระแสรายได้ (Revenue Streams) คือ รายได้ที่เกิดจากการเสนอคุณค่าให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ลูกค้ายินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อ

6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ สิ่งที่ต้องใช้ในการเสนอและส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า เช่น ทรัพยากรบุคคล ทรัพย์สินทางปัญญา และการเงิน

7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) คือ กิจกรรมหลักที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสนับสนุนให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

8) พันธมิตรหลัก (Key Partners) คือ เครือข่ายที่จะช่วยให้โมเดลธุรกิจใช้การได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และควบคุมคุณภาพสินค้าบริการ

9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมหลัก ใช้ทรัพยากรหลัก และร่วมมือกับพันธมิตรหลัก ซึ่งบริษัทควรปรับตัวเพื่อรับการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีการออกแบบจำลองโมเดลธุรกิจ เพื่อวางแผนการดำเนินธุรกิจเบื้องต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) พุทธิ วรชาติ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจร้านสะดวกซัก 24 ชั่วโมง ภายใต้แบรนด์ “One for All Laundry” ผู้วิจัยสรุปได้ว่าธุรกิจร้านสะดวกซัก 24 ชั่วโมง นี้มีความน่าสนใจและคุ้มค่าแก่การลงทุนโดยสังเกตจากผลตอบแทนภายใน (IRR) 25.72% ซึ่งมากกว่าต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (WACC) ที่ 6.48% มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NRV) 1,798,099 บาท และมีระยะเวลาคืนทุนภายใน 3 ปี 1 เดือน

2) ปุณพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจ Addict Laundry ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ธุรกิจร้านซักอบรีดเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจากแนวโน้มอุตสาหกรรมทางธุรกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการขยายตัวของสังคมเมืองและแหล่งที่อยู่อาศัย ซึ่งมีความน่าสนใจโดยสังเกตจากอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่สูงกว่าต้นทุนของกิจการโดยมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ไม่เกิน 3 ปี

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้มีขั้นตอนกระบวนการ ดังนี้ (1) ศึกษางานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (2) ศึกษาสถานะตลาดอุตสาหกรรม (3) กำหนดแนวคิดทางธุรกิจ (4) ศึกษาพฤติกรรม / การยอมรับของผู้บริโภค

โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้พักอาศัยในเขตพื้นที่ตำบลนาหว้า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 2,147 คน ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิแบบมีสัดส่วน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้

จำนวน 337.18 คน ผู้วิจัยจึงต้องเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 ชุด โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผ่านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาจำนวน 3 คน

ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการซักอบรีด ประกอบด้วย ประเภทการใช้บริการซักอบรีด เหตุผลที่สนใจใช้บริการ รูปแบบเครื่องซักที่นิยมใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วันที่นิยมใช้บริการ อัตราค่าบริการต่อครั้ง สื่อหรือบุคคลที่ทำให้รู้จักสถานที่ให้บริการ ความคิดเห็นของการมี Application ให้บริการ ประเภทการรีดเสื้อผ้า อัตราค่าบริการรีดผ้าในแต่ละครั้ง

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักอบรีด ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำแบบสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรีด้านพฤติกรรมการใช้บริการซักอบรีด: กรณีผู้ให้บริการในเขตตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านซักอบรีด ในเขตตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านซักอบรีด พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 61.71 อายุ 16 – 25 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 54.57 สถานภาพสมรสเป็นโสด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 65.14 ระดับการศึกษาปริญญาตรี / กำลังศึกษาปริญญาตรีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 61.14 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 49.43 ยังไม่มีรายได้ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 38.29 อาศัยที่ห้องเช่า / อพาร์ทเม้นท์ / คอนโดมิเนียม / หอพัก จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 62.29

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านซักอบรีด พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการประเภทร้านสะดวกซัก 24 ชั่วโมง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 52.86 โดยให้ความสำคัญในความสะดวก รวดเร็ว จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 เลือกเครื่องซักผ้าแบบใดก็ได้ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 41.43 ใช้บริการ 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 39.71 ในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 ในวันวันเสาร์ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.57 อัตราค่าบริการ 30 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 45.43 ซึ่งพบเห็นด้วยตนเอง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 54.57 เห็นด้วยในการมี Application ในการให้บริการ จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 92.57 รีดผ้าด้วยตนเอง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 72.29 และไม่เคยใช้บริการรีดผ้าจึงไม่ทราบราคาในการจ้างรีดผ้า จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 45.14

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักอบรีด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักอบรีด ทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

ด้านบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในคุณภาพของการซักอบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.6589) รองลงมาคือจำนวนเครื่องที่ให้บริการเพียงพอต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.6277) เครื่องซักอบมีอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.6321) ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ และเครื่องใช้มีมาตรฐานและทันสมัย ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.6586) และเครื่องที่ให้บริการใช้งานง่าย ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.6245) ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีป้ายอัตราค่าบริการแจ้งให้ทราบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.6091) รองลงมาคือมีช่องทางในการชำระเงินที่สะดวก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.6324) และอัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.7008) ตามลำดับ

ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.6631) ความสะอาดของสถานที่ ทำงาน ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.6450) สถานที่ให้บริการมีบริเวณที่ลูกค้าสามารถนั่งรอได้ ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.6633) มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.6892) สถานที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก (ตู้อาหารอัตโนมัติ Wifi ฯลฯ) ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.7344)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีสื่อ Social Media เช่น Facebook , Line ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.7811) มี Application แจ้งข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.8257) มีป้ายโฆษณา/ป้ายผ้า ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.7445) มีการบอกเล่าปากต่อปาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.7550) มีระบบสมาชิกและสามารถสะสมการใช้ เพื่อรับส่วนลดหรือของสมนาคุณ ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.9088) มีพนักงานคอยให้บริการ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.8944) และมีแผ่นพับ/ใบปลิว ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.8898)

ตอนที่ 4 ด้านข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการนำ Application มาใช้ เพื่อให้สะดวกมากขึ้น และอยากได้ร้านที่สบายตา ผ่อนคลาย

จากผลการสำรวจผู้วิจัยได้นำมาปรับโมเดลแบบจำลองทางธุรกิจและแผนธุรกิจ ดังนี้
กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และการบริการ

ร้าน Umbrella ซัก อบ รีด มีการรับประกันคุณภาพความสะอาดของผ้าด้วยระบบน้ำที่มีคุณภาพได้มาตรฐานทางการผลิต ISO และ CE ระดับสากล มีจำนวนเครื่องซักพร้อมอบผ้า จำนวน 12 เครื่อง ตลอด 24 ชั่วโมง เพิ่มความสะดวกด้วยการให้บริการผ่าน Application ในการจองเครื่องซักผ้า ชำระเงินพร้อมทั้งแจ้งเตือนก่อนการซักเสร็จสิ้น 15 นาที มีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยกล้องวงจรปิด ซึ่งเครื่องซักผ้าจะมีระบบการ Lock เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใส่รหัสปลด Lock ผ่าน Application เพื่อป้องกันเสื้อผ้าสูญหาย รวมทั้งทางร้านยังมีการออกแบบร้านให้มีความรู้สึกอบอุ่น ลายไม้สีอ่อน ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน และการบริการโดยพนักงานให้คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

กลยุทธ์ราคา

ร้าน Umbrella ชัก อบ ริด ได้กำหนดราคาโดยอิงจากคู่แข่งและความทันสมัยของการให้บริการของทางร้าน จึงกำหนดราคาการบริการสะดวกชัก เริ่มต้นที่ 30 บาท และชักโดยพนักงานเริ่มต้นที่ 10 บาท/ชิ้น และมีการลดราคาตาม Promotion ที่ร้านกำหนด มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน รวมทั้งสามารถชำระเงินผ่าน Application ได้

กลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่าย

ร้าน Umbrella ชัก อบ ริด เลือกทำเลที่ตั้งหน้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เพื่อให้นักศึกษาที่พักอาศัยหอพักในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีและบริเวณใกล้เคียง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการใช้บริการ ได้เกิดความสะดวกในการใช้บริการมากที่สุด มีการดูแลความสะอาดของร้านรวมถึงเครื่องมือและอุปกรณ์อยู่เสมอ มีพื้นที่ให้ลูกค้านั่งรอเสื้อผ้า มีพื้นที่จอดรถขนาด 6 × 5 เมตร มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ตู้อาหารอัตโนมัติ Wifi ตู้จำหน่ายน้ำยาอัตโนมัติ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ร้าน Umbrella ชัก อบ ริด มีการจัด Promotion ในการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

- สมาชิกใหม่รับส่วนลด 20 บาท เป็นเวลา 1 เดือน
- กลุ่มนักศึกษา หากมาชักเป็นคู่ รับทันที 10 บาท
- กลุ่มบุคลากรทางการศึกษา ให้บริการ รับ-ส่งฟรี และรับส่วนลดทันที 10 บาท
- สะสมแต้มการชักผ้า Application ครบ 10 ครั้ง ชักฟรี 1 ครั้ง
- ใช้บริการสะดวกชัก 24 ชั่วโมง ในวันอังคาร รับฟรี น้ำยาซักคุณภาพ
- ใช้บริการสะดวกชัก ในวันที่ 11 เดือน 11 เวลา 10.00 – 12.00 น. ในราคา 11 บาท
- กดถูกใจและกดแบ่งปันข้อมูลให้บริการรีดผ้าฟรี (การใช้บริการครั้งแรก)

แผนการบริการ

ร้าน Umbrella ชัก อบ ริด แบ่งรูปแบบการบริการออกเป็น 2 รูปแบบ คือ สะดวกชัก 24 ชั่วโมง และชัก อบ ริด โดยพนักงาน โดยทั้งสองรูปแบบจะนำนวัตกรรมด้านการบริการมาปรับใช้ โดยนำ Application มาให้บริการ ซึ่งลูกค้าสามารถตรวจสอบเครื่องชักผ้าได้ว่ามีเครื่องว่างหรือไม่ สั่งจอง ชำระเงิน และตรวจสอบการระยะเวลาในการส่งเสื้อผ้า รวมถึงจะมีการแจ้งเตือนก่อนหมดเวลาชัก 15 นาที เพื่อความสะดวก รวดเร็วและความทันสมัยของการให้บริการ ในด้านการชัก อบ ริด โดยพนักงาน ลูกค้าสามารถแจ้งพิกัดผ่าน Application เพื่อให้ทางร้านไปรับเสื้อผ้า ณ สถานที่ที่กำหนด หลังจากพนักงานดำเนินการเสร็จสิ้นตามตกลงแล้ว พนักงานจะแจ้งข้อมูลเข้า Application เพื่อให้ลูกค้าทราบและชำระค่าบริการ

แผนการบริหารจัดการ

ร้าน Umbrella ชักอบริด มีการบริหารจัดการบุคลากรโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ งานบริการ ประกอบด้วย พนักงานให้บริการชัก อบ ริด จำนวน 2 คน และงานบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วย พนักงานการเงิน บัญชี รวมถึงการขายและการตลาด จำนวน 1 คน ทั้งนี้ ยังมีผู้จัดการร้านที่ดูแลควบคุมงานทั้ง 2 ส่วน

แผนการเงิน

ร้าน Umbrella ชักอบริด ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 2 ล้านบาท โดยใช้ระยะในการคืนทุน 1 ปี แสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านสะดวกชัก 24 ชั่วโมง นี้มีความน่าสนใจและคุ้มค่าแก่การลงทุน

แผนฉุกเฉิน

กรณียอดผู้ใช้บริการลดลง อาจทำการสำรวจความต้องการของตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อจูงใจผู้ใช้บริการ หากเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอการดำเนินธุรกิจ อาจทำการกู้ยืมเงินจากธนาคาร ในกรณีที่มีการปรับตามแผนที่วางไว้แล้วกิจการยังดำเนินต่อไปไม่ได้จำเป็นต้องปิดกิจการและปล่อยให้เช่าพื้นที่ หรือเปลี่ยนกิจการเพื่อหารายได้ในช่องทางอื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- บุญพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย. (2560). *แผนธุรกิจ Addict Laundry*. เข้าถึงได้จาก: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3920/1/punnapoj_wong.pdf, 17 กันยายน 2566.
- พุทธิ วรชาติ. (2564). *แผนธุรกิจร้านสะดวกซัก 24 ชั่วโมง ภายใต้แบรนด์ “One for All Laundry”*. เข้าถึงได้จาก: <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4260/1/TP%20BM.074%202564.pdf>, 17 กันยายน 2566.
- รุจเรขา วิทยาวุฒิกุล. (2557). *Business Model Generation คู่มือสร้างโมเดลธุรกิจ*. เข้าถึงได้จาก: file:///C:/Users/natthawat%20khamkhao/Downloads/r_surapol,+Journal+manager,+Book+Review.pdf, 17 กันยายน 2566.
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (มปป.). *ธุรกิจซักอบรีด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.
- Baan Suan Farm. (2016). E. JEROME MCCARTHY เจ้าของแนวคิด 4PS. เข้าถึงได้จาก: <https://dekmarketing.blogspot.com/2016/07/e-jerome-mccarthy-4ps.html>, 17 กันยายน 2566.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, N.J.: Wiley.