ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในซอยลาซาล เขตบางนา กรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาวกุลนิษฐ์ เบญจทิพย์ธีรวัต
รหัสนักศึกษา	52641233
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์

บทคัดย่อ

ธุรกิจร้านซักอบรีด เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเหมาะสมกับสภาพสังคมที่ผู้คนมีเวลาจำกัด อยู่ในภาวะเร่งรีบ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในซอยลาซาล เขตบางนา กรุงเทพมหานคร มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านซักอบรีด และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คนจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการร้านซักอบรีดในซอลลาซาล และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาเรื่องข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท อยู่ในครอบครัวที่มีสมาชิก 1-2 คน และอาศัยอยู่ในอพาร์ตเมนต์ ผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านซักอบรีด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำเสื้อผ้าที่ใส่ประจำวันมาใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากไม่มีเวลาว่าง ช่วงเวลาที่ใช้บริการขึ้นอยู่กับความสะดวก ใช้บริการทั้งซักอบรีดและซักแห้ง ใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จ่ายค่าบริการแบบรายชิ้น มีค่าใช้จ่ายบริการ 1-100 บาทต่อสัปดาห์ จำนวนผ้าที่นำมาใช้บริการ 1-5 ชิ้นต่อครั้ง ได้รับอิทธิพลจากแผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้าน ใช้บริการการส่งเสริมการตลาดแบบการสะสมคูปองส่วนลด และเลือกร้านซักอบรีดที่ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซักอบรีด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านคุณภาพการให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านสถานที่

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และสถานที่อยู่ปัจจุบัน กับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักอบรีดในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และความสะดวก และด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านซักรีดมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อายุน้อยเป็นโสด และอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนต์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่สะดวกจะซักผ้าเอง ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด โดยจัดการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับจำนวนผ้าที่มาใช้บริการ โดยตั้งค่าบริการรายสมาชิกจำนวน 60 ชิ้น ในราคา 600 – 1,200 บาท และติดป้ายโฆษณาตามอพาร์ทเมนต์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้มากที่สุด มีการส่งเสริมการตลาดสำหรับการสมัครสมาชิกใหม่ เช่น สมัครบริการรายสมาชิกแถมซักผ้านวมฟรี 1 ชุด เพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาทดลองใช้บริการ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านซักอบรีด คือ ด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยมีวิธีการเพิ่มคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ การนำเครื่องซักผ้าคุณภาพดี การใช้สารเคมีที่จะช่วยให้เสื้อผ้าขาวสะอาดยิ่งขึ้น การใช้น้ำยารีดผ้า และเพิ่มบริการฉีดน้ำหอม และการจัดการส่งเสริมการตลาดควรมีหลายรูปแบบ สอดคล้องกับผู้ที่มาใช้บริการ โดยลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ควรตั้งค่าบริการแบบรายสมาชิก 60 ชิ้น ราคาไม่เกิน 600 บาท และลูกค้าที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ควรตั้งค่าบริการแบบรายสมาชิก 60 ชิ้น ราคาไม่เกิน 1,200 บาท