

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของ ผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ใช้บริการซัก อบ รีด จำนวน 642 คนต่อเดือน จากร้านซัก อบ รีด จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ ร้าน Smart Wash ร้านมายครายคลีน ร้านห้องเสื้อตะวัน ร้านตั้งเฮงฮวด ร้านพีทีซักแห้ง ร้านอชิพลอนดรี ร้านดวงวัน ร้าน Sister Laundry ร้านออมซักรีด และ เอบีนา เฮ้าส์

เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คั้งนี้ ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่สอง พฤติกรรมการใช้บริการซั๊ก ออบ รีด จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่สาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการซั๊ก ออบ รีด โดยลักษณะของแบบสอบถาม เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ ลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 24 ข้อ

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการซั๊ก ออบ รีด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 234 คน ได้ แบบสอบถามคืนมา จำนวน 234 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัส ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการหา ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้บริการซั๊ก ออบ รีด ของผู้บริโภค โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซั๊ก ออบ รีด โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซั๊ก ออบ รีด ของ ผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ได้ผลการศึกษาที่สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.54 อายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 50.85 รองลงมาอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 34.19 สถานภาพสมรส ร้อยละ 61.54 รองลงมาโสด ร้อยละ 31.62 การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.27 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 29.91 จำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 3 คน ร้อยละ 50.85 รองลงมา 3 คน ร้อยละ 18.38 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 43.59 รองลงมาพนักงานบริษัท ร้อยละ 31.20 รายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท/เดือน ร้อยละ 43.59 รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท/เดือน ร้อยละ 26.50
2. พฤติกรรมการใช้บริการซั๊ก ออบ รีด ของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

2.1 ช่วงเวลาการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลาหลัง 17.00 น. ร้อยละ 57.26 รองลงมาเวลา 06.00 น. - 11.59 น. ร้อยละ 26.50

2.2 ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 38.46 รองลงมา 2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 34.19

2.3 จำนวนผ้าที่นำมาใช้บริการต่อครั้ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่นำผ้ามาใช้บริการ 1-5 ชิ้น/ครั้ง ร้อยละ 37.18 รองลงมา 6-10 ชิ้น/ครั้ง ร้อยละ 25.64

2.4 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 100-200 บาท/สัปดาห์ ร้อยละ 37.61 รองลงมา 201-300 บาท/สัปดาห์ ร้อยละ 23.92

2.5 ประเภทการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการซัก อบ และรีด ร้อยละ 62.39 รองลงมา รีดอย่างเดียว ร้อยละ 19.66

2.6 ลักษณะของผ้าที่นำมาใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่นำเสื้อผ้าที่ซักยาก/รีดยาก มาใช้บริการ ร้อยละ 57.69 รองลงมา เสื้อผ้าที่ต้องการเร่งด่วน ร้อยละ 23.93

2.7 รูปแบบการคิดค่าบริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการคิดค่าบริการแบบ ต่อชิ้น ร้อยละ 73.08 รองลงมาแบบต่อชุด ร้อยละ 16.67

2.8 เหตุผลสำคัญที่สุดในการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากไม่มีเวลาว่าง ร้อยละ 60.26 รองลงมา เสื้อผ้าเรียบกว่ารีดเอง ร้อยละ 15.82

2.9 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 56.84 รองลงมา บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 38.46

3. วิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซัก อบ รีด ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคมักตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซัก อบ รีด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านบริการ ผู้บริโภคมักตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81-4.35$) ทุกรายการ 5 อันดับแรกคือ

1. ความสะอาดในการซัก
2. ความเรียบในการรีด
3. ตรงตามเวลานัดหมาย
4. พนักงานมีความสุภาพ/อหยาบคาย
5. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซัก/รีด

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชายและเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกสถานภาพสมรส ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ ทุกจำนวนสมาชิกในครอบครัว และทุกรายได้

ด้านราคา ผู้บริโภคมีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69 - 4.24$) จำนวน 5 รายการ คือ

1. รูปแบบการคิดค่าบริการต่อชิ้น
2. ราคาเหมาะสมกับการบริการ
3. ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง
4. รูปแบบการคิดค่าบริการต่อชุด
5. มีป้ายแสดงราคาค่าบริการชัดเจน

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชายและเพศหญิง ผู้บริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด และสมรส ทุกระดับการศึกษา ทุกจำนวนสมาชิกในครอบครัว ทุกอาชีพ และทุกรายได้

ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่ ผู้บริโภคมีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68 - 4.01$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. ความสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ
2. มีบริการรับ-ส่ง
3. จัดร้านเป็นระเบียบ สวยงาม และสะอาด

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ทุกระดับอายุ ทุกสถานภาพสมรส ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ทุกจำนวนสมาชิกในครอบครัว ทุกอาชีพ และทุกรายได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54 - 4.03$) 3 รายการ คือ

1. ชัก/รีด ครบ 70 ชิ้น คิด 60 ชิ้น
2. สมาชิก ลด 10%
3. ชัก/รีด ครบ 70 ชิ้น ฟรีชักผ่านววม 1 ผืน

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย สถานภาพสมรส การศึกษาปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 3 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท/เดือน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของ ผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ได้ผลการศึกษาที่สามารถนำข้อมูลมาอภิปรายผลดังนี้

1. จากการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ไม่มีเวลาว่างในการซัก รีดเสื้อผ้าเอง จึงนำเสื้อผ้ามาใช้บริการที่ร้านซัก อบ รีด โดยนำเสื้อผ้ามาใช้บริการในช่วงเวลา หลังจากเลิกงานแล้ว คือช่วงเวลาหลัง 17.00 น. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง คือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ นำส่งครั้งละ 1-5 ชิ้น และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 100-200 บาท/สัปดาห์ เลือกใช้บริการซัก อบและรีด มากที่สุด เสื้อผ้าที่นำมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าที่ซักยาก/รีดยาก ส่วนใหญ่ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง และชอบรูปแบบการคิดค่าบริการแบบต่อชิ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชดา ชีระสาร (2544, บทคัดย่อ) ผู้ใช้บริการซัก อบ รีด โดยใช้เครื่องในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ใช้บริการเดือนละ 3-4 ครั้ง เลือกใช้บริการในวันหยุดสุดสัปดาห์ สาเหตุที่ใช้บริการคือไม่มีเวลาว่าง และเสื้อผ้าที่นำมาใช้บริการเป็นเสื้อผ้าที่ซักยากหรือรีดยาก

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซัก อบ รีด ของผู้บริโภค สรุปได้ ดังนี้

ด้านบริการ พบว่า ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดในการซักเสื้อผ้า ความเร็วในการรีด ตรงตามเวลานัดหมาย พนักงานมีความสุภาพ/อัธยาศัยดี พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซัก/รีด รับผิดชอบ/รับประการ ความเสียหาย และการใช้เคมีภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพในการซัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชดา ชีระสาร (2544, บทคัดย่อ) ผู้ใช้บริการซัก อบ รีด โดยใช้เครื่องในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของเสื้อผ้า รีดเรียบ ตรงต่อเวลาในการรับเสื้อผ้า มีความรับผิดชอบหรือรับประกันความเสียหาย

จากข้อมูลที่พบนี้ ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคมีความที่ใช้บริการซัก อบ รีด ให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมาก จำเป็นอย่างยิ่งที่กิจการจะต้องปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และมาใช้บริการซ้ำอีก นอกจากนี้ยังช่วยประชาสัมพันธ์โดยการบอกต่อเพื่อนญาติ และคนที่รู้จักให้มาใช้บริการด้วย

ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดการตัดสินใจเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือรูปแบบการคิดค่าบริการต่อชิ้น ราคาเหมาะสมกับการบริการ ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง รูปแบบการคิดค่าบริการต่อชุด และมีป้ายแสดงราคาค่าบริการชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชดา ชีระสาร (2544, บทคัดย่อ) ผู้ใช้บริการซัก อบ รีด โดยใช้เครื่องในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ให้ความสำคัญมากเกี่ยวกับ ราคายุติธรรม แจ้งราคาค่าบริการให้ลูกค้าทราบ และคิดราคาค่าบริการต่ำกว่าราคาตลาด

จากข้อมูลที่พบนี้ ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคต้องการให้คิดค่าบริการในราคาที่สมเหตุสมผล เหมาะสมกับการบริการและมีราคาไม่แพงกว่าผู้ประกอบการอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรตั้งราคา แบบอิงตลาดไม่ให้แพงกว่าคู่แข่ง มีการแจ้งราคาให้กับผู้บริโภคทราบโดยการเขียนหรือพิมพ์ ค่าบริการ ติดป้ายไว้ให้ผู้บริโภคเห็นชัดเจน หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ ล่วงหน้า ข้อมูลค่าบริการที่ติดป้ายไว้ ควรถูกต้องและเป็นปัจจุบัน การคิดราคาต่ำกว่าคู่แข่ง จะเป็น สิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่ ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ มีบริการรับ-ส่ง และการ จัดร้านเป็น ระเบียบ สวยงาม และสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา ลิ้มพงษ์ (2544, บทคัดย่อ) ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ร้าน Mrs.Laundry จากการพิจารณาด้านสถานที่ จะ เน้นเรื่องการเดินทางสะดวก/มีที่จอดรถสะดวกสบาย

เจ้าของกิจการสามารถนำข้อมูลที่ได้นี้ ไปพัฒนาปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายของ กิจการให้มีคุณลักษณะตามที่ผู้บริโภคต้องการ นำใช้บริการมากยิ่งขึ้น และหากจะเปิดกิจการใหม่ หรือเปิดสาขาใหม่ ก็สามารถทำให้ทราบแนวทางในการเลือกทำเลที่ตั้งได้อย่างเหมาะสม

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ชัก/รีด ครบ 70 ขึ้น คิด 60 ขึ้น สมาชิก ลด 10% และชัก/รีด ครบ 70 ขึ้น ฟรีซักผ้ารวม 1 ผืน จากข้อมูลที่พบทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคต้องการให้กิจการให้ความสำคัญ กับการส่งเสริมการตลาดที่สามารถลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้บริโภคได้ และให้ความสำคัญกับลูกค้า ประจำ โดยคิดราคาพิเศษต่างจากลูกค้าทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงและนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกิจการ เพื่อเพิ่มโอกาส ทางการตลาดและช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

1. ด้านบริการ การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับ รายละเอียดของบริการที่เสนอขายให้มีมาตรฐาน เน้นคุณภาพการบริการให้เป็นที่เชื่อถือ มีการ อบรมพนักงาน และพยายามโฆษณาให้เกิดความน่าเชื่อถือในระดับคุณภาพที่สม่ำเสมอ และในการ ให้บริการจะต้องควบคุมให้สูงกว่าระดับที่โฆษณาไว้ สำหรับธุรกิจบริการซัก อบ รีด ผู้ประกอบการควรฝึกอบรมพนักงานในร้านให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้

พนักงานทุกคนสามารถทำงานทดแทนหรือหมุนเวียนหน้าที่กันได้ กรณีที่มีพนักงานขาด-ลา ทั้งนี้ เพื่อให้บริการซัก อบ รีด ของร้านมีมาตรฐานและต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความสะดวกของการซักเสื้อผ้า รีดให้เรียบ และส่งมอบได้ทันตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

2. ด้านราคา ควรใช้รูปแบบการคิดราคาบริการแบบต่อชิ้น การคิดราคาค่าบริการควรเปรียบเทียบราคากับร้านอื่น ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจตั้งราคาให้เหมาะสม หากเป็นไปได้ควรต่ำกว่าราคาตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีร้านให้บริการซัก อบ รีด เป็นจำนวนมาก การแข่งขันมีสูง เจ้าของกิจการควรให้ความสำคัญกับการแข่งขันด้านราคา และให้ความสำคัญกับลูกค้าประจำ โดยการคิดราคาพิเศษ เพื่อให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อกิจการตลอดไป

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่ สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาสำหรับธุรกิจบริการซัก อบ รีด คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง เพราะถ้าทำเลที่ตั้งของธุรกิจดีก็จะสนับสนุนกิจการให้ดีไปด้วย ทำเลที่เหมาะสมสำหรับการเปิดร้านซัก อบ รีด ควรอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่พักอาศัยที่มีคนพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก มีความสะดวกในการเดินทาง/มีที่จอดรถ เพื่อผู้บริโภคจะได้มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และกิจการควรมีบริการรับ-ส่งถึงที่พักของผู้บริโภค เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การตกแต่งร้านก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ ผู้ประกอบการควรเน้นการจัดวางสิ่งของต่าง ๆ ภายในร้านให้เป็นระเบียบ มองดูสะอาดตา อยู่เสมอ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจบริการซัก อบ รีด สามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้มีผู้มาใช้บริการกับทางร้านได้หลายวิธี เช่น การทำป้ายหน้าร้านให้โดดเด่น สะดุดตาและมองเห็นง่าย การทำโบรชัวร์ แผ่นพับ และเอกสารอื่น ๆ เพื่อแนะนำร้านและบริการให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย การรับสมัครสมาชิก เพื่อมอบส่วนลดพิเศษให้กับผู้บริโภคที่มาใช้บริการเป็นประจำ และการจัดรายการส่งเสริมการขายอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ เช่น ซักรีด ครบ 70 ชิ้น คัด 60 ชิ้น ซักรีด ครบ 70 ชิ้น ฟรีซักผ้ารวม 1 ผืน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาค้นคว้าเฉพาะพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เท่านั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้รับอาจมีไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับกิจการ เพราะในปัจจุบันการดำเนินการกิจการให้ประสบความสำเร็จ จะต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายอย่าง ทั้งสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม แม้กระทั่งวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

อยู่ตลอดเวลา ฉะนั้น จึงควรมีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนา ปรับปรุงให้กิจการประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี