

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

**ผู้วิจัย** นางอัญชลี ปุณณะศิริกุล ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) ศาสตราจารย์ ดร.เรวัตร์ ชาติวิศิษฏ์ ปีการศึกษา 2552 จำนวน 99 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซัก อบ รีด

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด ของผู้บริโภค เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ใช้บริการซัก อบ รีด จำนวน 234 คนต่อเดือน จากร้านให้บริการซัก อบ รีด จำนวน 10 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด ดังนี้ ช่วงเวลาการใช้บริการ หลังเวลา 17.00 น. ร้อยละ 57.26 ใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 38.46 นำผ้ามาใช้บริการ 1-5 ชิ้น/ครั้ง ร้อยละ 37.18 ค่าใช้จ่าย 100-200 บาท/สัปดาห์ ร้อยละ 37.61 ใช้บริการซัก อบ และรีด ร้อยละ 62.39 นำเสื้อผ้าที่ซักยาก/รีดยาก มาใช้บริการ ร้อยละ 57.69 ชอบรูปแบบการคิดค่าบริการแบบต่อชิ้น ร้อยละ 73.08 ใช้บริการเพราะไม่มีเวลาว่าง ร้อยละ 60.26 ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 56.84

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 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 รายการ คือ ความสะดวกในการเดินทาง/ที่จอดรถ มีบริการรับ-ส่ง และการจัดร้านเป็นระเบียบสวยงาม และสะอาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 รายการ คือ ซัก/รีด ครบ 70 ชิ้น คิด 60 ชิ้น สมาชิก ลด 10% และซัก/รีด ครบ 70 ชิ้น ฟรีซักผ้ารวม 1 ผืน

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1.....2.....

**Independent study title:** Behaviors and decision-making on use of laundry service by customers living in Khet Lak Si , Bangkok

**Researcher:** Ms. Anchalee Punkasirikul .Degree: Master of Business Administration (Marketing), Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Prof. Dr.Rawat Chatreewisit 2) Dr. Jariya Klinjan. Academic year : 2009. 99 pp. keywords: Behavior, Decision-making on use of laundry service .

### Abstract

The objectives of this research were to study behaviors and decision-making on use of laundry service by customers living in Khet Lak Si , Bangkok. The sample group was 234 customers using laundry service from 10 laundry shops. Questionnaires were used as a research tool for collecting data. The Analysis of data was done by use of frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that 57.26 percent of customers wanted to have laundry service after 17.00 pm. 38.46 percent used the service one time per week. 37.18 had 1-5 clothes done each time.37.16 percent paid 100 -200 baht per week. 62.39 percent used laundry service. 57.69 percent had hard-washed clothes done at the laundry service. 73.08 percent liked to pay service charge per clothes. 60.26 percent used the service because of no free time. 56.84 percent used the service willingly.

In overall, customers used the services at high level. Considering into aspects, customers had overall decision-making on service aspect at high level. Considered into lists, results showed that every of them was at high level either in which the three highest were cleanness, smoothness, and punctuality. In price aspect, customers had overall decision- making at high level. Considering into lists, 5 of them were at the high level in which the three highest were service charge per clothes, reasonable price, cheaper price. In distribution / position aspect, customers had overall decision – making at high level. Considering into lists, 3 of them were at high level which were convenience in transportation/parking lot, delivery service, tidiness beauty cleanness of the shop. In market promotion aspect, customers had overall decision – making at high level. Considering into lists, 3 of them were at high level which were charge as 60 clothes for 70 clothes wash, 10 percent discount for being member, and 70 clothes – 1 quilt wash for free.

Student's signature.....

Independent study advisors' signature1).....2).....