

51602736 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : พฤติกรรม / ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / ร้านซักรีด

วัชร อัสวโสภณ : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักรีดของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. นกนันท หอมสุต. 65 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักรีดของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านซักรีด และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านซักรีดของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการ กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของเจ้าของร้านซักรีด จำนวน 400 คน ใช้ค่าสถิติ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาทำการทดสอบ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001-15,000 บาท อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนต์/หอพัก และมีสมาชิกในครอบครัวประมาณ 1-2 คน และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านซักรีด พบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการซักรีดที่ศูนย์/ร้านซักรีดอิสระ นิยมซักรีดในช่วงเย็นหลัง 17.00 น. นิยมใช้บริการเฉพาะซักรีดอย่างเดียว มีเหตุผลในการใช้บริการซักรีดเนื่องจากไม่มีเวลา ใช้บริการซักรีด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มีการส่งผ้าซักรีดในแต่ละครั้งประมาณ 11-20 ชิ้น ได้รับอิทธิพลในการเลือกใช้บริการซักรีดจากตัวเอง มีรูปแบบการคิดค่าบริการแบบเหมารวม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยมีปัจจัยด้านราคา ด้านบริการ ด้านบุคลากร มีระดับความสำคัญสูงสุด ขณะที่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและด้านกายภาพ อยู่ในระดับที่มาก

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51602736 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : CONSUMER BEHAVIOR / MARKETING MIX FACTORS / LAUNDRY SERVICE
WATCHAREE ASSAVASOPON : BEHAVIOR AND MARKETING MIX FACTORS
AFFECTING CONSUMER TO SELECT LAUNDRY SERVICE IN HUAI KHWANG DISTRICT,
BANGKOK. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. NOPPANON HOMSUD. 65 pp.

The purpose of this research is to study the factors affecting client decision on the laundry store in Huai Khwang, Bangkok. In this study, the survey method was conducted randomly using questioners to the sample sizes of 400.

From the analysis of gender, status, age, occupation, salary and education of 400 samples, most of them were single female whose ages 21- 30 years old, bachelor degree graduated. They had their work in individual officer earning 10,001- 15,000 baht a moth, living in condominium, which had 1- 2 people in a family. The study found out that they used laundry services after 5.00 pm. The main reason they used the laundry because people do not have time to do by themselves. They use the service once a week with 11 -20 pieces of clothes. They choose laundry service by themselves. The clients preferred to pay per package.

The research found out that the marketing factors affecting the laundry business in Huai Khwang is that the most important factors were price, service and personal management significant than distribution, promotion, process and physical environment.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Independent Study Advisor's signature