

รายงานการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักอบรีดของประชาชน
จังหวัดนครราชสีมา

A Study of Customers' Satisfaction on The Service Provided by Laundry
Located in Nakhonratchasima Province

เบญจวรรณ มงคลชาติ¹

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ผู้ใช้บริการร้านซักอบรีดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ 400 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.00) มีอายุระหว่าง 30 ปี ถึง 39 ปี (ร้อยละ 37.50) สถานภาพโสด (ร้อยละ 53.27) การศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 68.53) เป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (ร้อยละ 55.28) รายได้ระหว่าง 10,000 ถึง 30,000 บาท (ร้อยละ 55.00) อาศัย บ้านส่วนตัว (ร้อยละ 53.00) สมาชิกในครอบครัว 3 ถึง 4 คน (ร้อยละ 41.00) ใช้บริการร้านซักอบรีด ช่วงเวลา หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป (ร้อยละ 65.00) ใช้บริการทุก

ประเภทที่ทางร้านให้บริการ เหตุผลสำคัญคือไม่มีเวลารอ ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อสัปดาห์คือ 101 ถึง 200 บาท จำนวนผ้าโดยเฉลี่ยที่นำมาซักอบรีด / ซักแห้ง หรือรีดอย่างเดียวในแต่ละครั้งคือ 6 ถึง 10 ชิ้น รูปแบบการคิดค่าบริการในการซักอบรีดคือต่อชิ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อาชีพมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา ประเภทการใช้บริการ ความถี่ในการให้บริการ ค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทของการใช้บริการ และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สถานที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา ประเภทของการใช้บริการ ค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการและจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ อิทธิพลของบุคคล และ รูปแบบการคิดค่าบริการ

¹ บัณฑิตวิทยาลัย หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ วิทยาลัยนครราชสีมา

ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อ
การตัดสินใจใช้บริการร้านซักอบรีดคือ ด้าน
คุณภาพบริการ รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริม
การตลาด และที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ
ด้านราคาและวิธีการชำระเงิน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ บริการร้านซักอบ
รีด จังหวัดนครราชสีมา

Abstract

The objectives of this survey research were to 1) study the behavior of using the service of laundry located in Nakhonratchasima Province 2) study the marketing mix related to the decision of customers in using the service. Population under study included all customers in Mueng District, Nakhonratchasima using the service of the laundry. Size of the sample was 400 customers. Questionnaire was a tool used to collect the data. Sampling was conducted using convenience sampling.

Outcome of the research showed that the majority of samples were female (60.00 percent), 30 to 39 years of age (37.50 percent), single (53.27 percent) bachelor degree holders (68.53 percent) working as employees in private company (55.28 percent) with monthly income between 10,000 to 30,000 baht (55.00 percent) The majority of them owned a house of their own (53.00 percent)

with 3-4 family members (41.00 percent). They visited the laundry after 5 p.m. (65.00 percent) used all kinds of services provided. Main reason given for the use of service was that they had no time to do the laundry themselves. Frequency of using the service was once or twice a week .Expense made for using the service was between 101 to 200 baht. The number of items brought to the laundry for washing, ironing, dry cleaning or solely for ironing was between 6-10. Payment made was on the basis of piece serviced.

Hypothesis test showed that age was correlated to expense paid for service, that marital status was correlated to the expense made and the person influential to the use of service, that education was correlated to the time of visit and the expense made, that occupation was correlated to the time of visit – to the frequency in the use of service and to the person influential to the decision, that monthly income was correlated to the types of services used and the expense made . The type of residence was correlated to the time of visit –to the expense made- to the person influential to the decision. Finally, number of family members was correlated to the frequency in the use of service, the person influential to the decision and the basis of payment charged.

The study also revealed that most influential factor in the marketing mix was quality of service followed by marketing promotion. The two least influential factors were price and method of payment.

Key words : Satisfaction, laundry, Nakhonratchasima Province

บทนำ

เสื้อผ้ามีความสำคัญ เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นสำหรับมนุษย์เรา นอกจากนี้มนุษย์ยังนำผ้ามาใช้ประกอบในการดำรงชีวิตด้านอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ใช้เป็นผ้าเช็ดตัว ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม ผ้า màn และอื่นๆ หากไม่มีสิ่งเหล่านี้ก็ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้เมื่อเป็นเช่นนี้จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการทำความสะอาดก่อนที่จะนำผ้าเหล่านี้มาใช้อีกครั้งหนึ่ง

ตั้งแต่โบราณกาลมาแล้ว การทำความสะอาดผ้า เราใช้การซักด้วยแรงงานคน ต่อมาในสมัยปฏิวัติอุตสาหกรรมได้มีผู้คิดค้นประดิษฐ์เครื่องทุนแรงขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1907 เป็นถังไม้เลียนแบบวิธีการซักผ้าที่ใช้ไม้พาดแล้วมีแกนสำหรับพาดอีกครั้งหนึ่ง จึงใช้มือหมุนทำให้สะดวกและสะอาดมากขึ้น จากนั้นก็มีการเริ่มพัฒนาการเพิ่มขึ้นเป็นมีที่รีดน้ำเพื่อให้ผ้าแห้งเร็วอีกด้วย อีก 13 ปีต่อมา ก็เริ่มใช้มอเตอร์แทนมือหมุน จนถึงปี ค.ศ.1939 ได้มีการพัฒนาเป็นเครื่องที่มีระบบการทำงานอัตโนมัติมากขึ้น จนถึงปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพการทำงาน of เครื่องสามารถตั้งโปรแกรมการซักให้เหมาะสมกับเนื้อผ้าได้ (เพ็ญรุ่ง จุริมาศ.2528 : 1)

สำหรับประเทศไทย ได้มีการพัฒนาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการซักเสื้อผ้าจาก

เดิมที่ให้บริการโดยใช้แรงงานคนรับจ้างซักอบรีด ซึ่งเป็นการหารายได้อีกรูปแบบหนึ่งของแม่บ้านที่มีเวลาว่าง การรับจ้างนี้เริ่มกันมานานตั้งแต่สมัยใช้โซดาไฟซักผ้าแล้วมาใช้สบู่เหลืองอย่างสันไลต์จนกระทั่งถึงยุคของผงซักฟอก ในปัจจุบัน การจ้างมี 2 รูปแบบ คือ การไปให้บริการซักถึงบ้าน วิธีนี้จะทำได้เฉพาะคนที่รู้จักคุ้นเคยและไวใจได้ อีกวิธีหนึ่งคือ การรับผ้ามาซักที่บ้านแล้วบริการนำส่งคืน แต่วิธีการทั้งสองนี้ก็มีข้อจำกัดทางด้านแรงงานที่ใช้กำลังคน และยังขึ้นกับสภาพภูมิอากาศ เพราะการทำให้ผ้าแห้งต้องอาศัยแสงแดดซึ่งมักมีปัญหาเมื่อเข้าสู่ฤดูฝน

ปัญหา ในสภาวะปัจจุบันนี้ สังคมเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเวลาที่ซักรีดเสื้อผ้าด้วยตัวเองมีน้อยโดยเฉพาะสังคมในเมือง เช่น จังหวัดนครราชสีมา ประชาชนทำงานนอกบ้านมากขึ้นทั้งชาย และหญิง จึงไม่มีเวลาทำงานบ้าน รวมทั้งซักรีดเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อชีวิตประจำวันในแต่ละวัน จึงจำเป็นต้องพึ่งร้านบริการซักอบรีด เป็นการประหยัดเวลา และสะดวกมากขึ้น จะได้มีเวลาไปทำงานมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า ร้านที่ให้บริการได้นำเอาเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการซักอบรีดสามารถซักอบผ้าให้แห้งได้รวดเร็วและมีเครื่องรีดผ้าที่ทันสมัย ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

จากการที่วิถีการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบันได้เปลี่ยนไป โดย คนส่วนใหญ่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านส่งผลให้มีเวลาว่างในการทำงานบ้านน้อยลงโดยเฉพาะการซักรีดเสื้อผ้า แม้ว่าปัจจุบันแม่บ้านสามารถหาซื้อเครื่องซักผ้าที่มีประสิทธิภาพสูงไว้คอยอำนวยความสะดวกให้กับตนเอง ในการซักผ้าและทำให้ผ้าแห้งได้อย่างรวดเร็วแล้วก็ตามแต่การรีด

เสื้อผ้าซึ่งต้องใช้เวลาและความพิถีพิถันค่อนข้างมากเพื่อให้เสื้อผ้าเรียบน่าสวมใส่นับเป็นปัญหาสำคัญอย่างมากสำหรับแม่บ้านที่ต้องทำงานนอกบ้านและมีเวลาในการทำงานบ้านน้อย โดยเฉพาะในเขตธุรกิจที่มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก การใช้บริการร้านซักอบรีดของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องแข่งขันกับเวลามีความต้องการความคล่องตัว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซักอบรีด ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ว่าแตกต่างกันอย่างไร อันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการปรับปรุงให้บริการ หรือกำหนดกลยุทธ์ในการให้บริการของร้านซักอบรีด ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักอบรีด ของประชาชน จังหวัดนครราชสีมาเป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ประชากรที่ทำการศึกษาคือประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์โย มาเน่ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้แบบตามสะดวก (convenience sampling)

ผลที่ได้จากการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.00) มีอายุระหว่าง 30 ปี ถึง 39 ปี (ร้อยละ 37.50) สถานภาพโสด (ร้อยละ 53.27) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 68.53) มีอาชีพเป็นพนักงาน หรือลูกจ้างบริษัทเอกชน (ร้อยละ 55.00) อาศัยอยู่บ้านส่วนตัว (ร้อยละ 53.00) มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน ถึง 4 คน (ร้อยละ 41.00) มาใช้บริการร้านซักอบรีดในช่วงเวลาหลัง 17.00 น. เป็นต้นไป (ร้อยละ 65.00) จะใช้บริการทุกประเภทที่ทางร้านมีให้บริการ (ร้อยละ 21.61) สาเหตุมาจากการที่ไม่มีเวลาวาง (ร้อยละ 44.72) มีความถี่ในการใช้บริการทั้งแบบ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และ แบบ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 43.22 เท่ากัน) ใช้จ่ายในการใช้บริการ อยู่ในช่วง 101 บาท ถึง 200 บาท ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 35.68) จำนวนผ้าโดยเฉลี่ยที่นำมาใช้บริการ 6 ชิ้น ถึง 10 ต่อครั้ง (ร้อยละ 36.69) ได้รับอิทธิพลมาจากครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.98) มีความต้องการให้คิดค่าบริการแบบต่อชิ้นมากที่สุด (ร้อยละ 53.03)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อาชีพมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา ประเภทการใช้บริการ ความถี่ในการให้บริการ ค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทของการใช้บริการ และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสถานที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา ประเภทของการใช้บริการ ค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการและจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ อิทธิพลของบุคคล และ รูปแบบการคิดค่าบริการ

ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านซักรีดคือ ด้านคุณภาพบริการ รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านราคาและวิธีการชำระเงิน

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักรีดอยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านคุณภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ความสะอาดในการซัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ครรชิต ยศพรไพบุลย์ (2544 : 1 - 6) ที่กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต่อธุรกิจในปัจจุบัน คือ คุณภาพการบริการ ในด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้

อย่างถูกต้องและเหมาะสมในการให้บริการด้วยความมั่นใจ ซึ่งนอกจากด้านคุณภาพการให้บริการแล้ว รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ความสุภาพและอัธยาศัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ด้านสถานที่และความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 โดยให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง เดินทางสะดวกที่มีจอดรถสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ ด้านราคาและวิธีชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้บริการซักรีด ในช่วงเวลา หลัง 17.00 น. มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเกษม ยอวิทยา (2542) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกิจซักรีด กรณีศึกษาร้านซินไฉฮั่ว สาขาชั้นนี้แจ้งวัฒนะ ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 55.00 จึงนิยมมาใช้บริการหลังเลิกงาน และมีเหตุผลในการมาใช้บริการร้านซักรีดที่เหมือนกันคือ ไม่มีเวลาว่างเป็นส่วนใหญ่ ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน และ จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันนั้น จากการวิจัยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในระดับความต้องการส่วนประสมการตลาด ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพ ความสะดวกในการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งนี้

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีความแตกต่างกันในด้าน เพศ ระดับการศึกษา และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว นั้นมีความต้องการในด้านส่วนประสมการตลาดที่เหมือนกัน และส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพการบริการ โดยเน้นความสำคัญอยู่ที่ความสะอาดในการซัก ดังนั้นธุรกิจร้านซักอบรีดในเขตนี้จำเป็นต้องรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการโดยให้เป็นที่เชื่อถือในด้านความสะอาดในการซักพร้อมทั้งควรปรับปรุงพัฒนาการให้บริการด้านความเรียบในการรีด การได้รับคืนตามเวลาที่ต้องการ และรักษาชื่อเสียงของร้านไว้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ร้าน สร้างความประทับใจ พอใจให้แก่ลูกค้า และกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือนำไปบอกต่อสมาชิกในครอบครัวหรือบุคคลที่อยู่รอบข้าง ส่วนบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการควรเป็นไปในลักษณะ ปฏิบัติง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มาก และไม่เป็นการระย่งยากใจแก่ผู้บริการหรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

อนึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาและวิธีการชำระเงินน้อยที่สุด โดยเน้นความสมเหตุสมผล หรือความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพมากกว่า ดังนั้น ควรรักษารูปแบบราคา สมเหตุสมผล อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจ ไม่ควรใช้กลยุทธ์ด้านราคาต่ำเพราะจะทำให้ภาพลักษณ์ของร้าน เสียไปในสายตาของลูกค้า ทั้งนี้ ควรเพิ่มการให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มอำนาจในการซื้อของลูกค้า

ซึ่งน่าจะช่วยให้ลูกค้ามีการใช้บริการบ่อยครั้งมากขึ้น และยังเป็น การเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงานได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยยึดหลักว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

จากผลการศึกษา ยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการเดินทางสะดวกมีที่จอดรถสะดวกสบาย ซึ่งรวมถึง การสร้างความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัยต่อรถที่มาจอด และความสะอาดให้เกิดกับผู้มาติดต่อ

อนึ่งกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญด้านความสุภาพและอัธยาศัยของพนักงานหน้าร้านอย่างสม่ำเสมอ จึงควรมุ่งปลูกฝังพนักงานให้มีความอ่อนน้อม พุดจาสุภาพ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการซักอบรีด สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ (เช่น การแนะนำลูกค้าในการทำ ความสะอาดเสื้อผ้า ว่าควรทำทุกวันหลังจากใช้แล้ว การดูแลรักษาเครื่องแต่งกาย)

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการตั้งแต่ก่อนเข้ารับบริการ และหลังจากรับบริการ เพื่อหาจุดบกพร่องหรือจุดอ่อน โดยการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการซักอบรีด และนำมาปรับปรุงเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2546. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รายการรอบรู้โลกค้าปลีก. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- เกษม ยอวิทยา. 2542. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกิจซักอบรีด กรณีศึกษาร้านซินไฉฮั่ว สาขาชั้นนี้แจ้งวัฒนะ. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ครรชิต ยศพรไพบุลย์. 2544. คุณภาพการบริการที่เป็นเลิศและคุณค่าของลูกค้า. กรุงเทพฯ : เอกสารประกอบการบรรยายวิชาตลาดบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ธนากร เกียรติบันลือ. 2546. การผลิตและการบริการ. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด . 2540. พฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของคน. กรุงเทพฯ : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2543. การวิจัยการศึกษา. มปท. : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์การพิมพ์
- ปรมะ สตะเวทิน. 2538. การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : ภาพการพิมพ์
- พิชัย นิรมานสกุล. 2539. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์การประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เพ็ญรุ่ง จูรีมาศ. 2528. การตลาดของธุรกิจบริการซัก อบ รีดโดยใช้เครื่องในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ยูกี นากามูระ. 2537. พลวัตของวัฒนธรรมการบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บจก.ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2543. โครงการสำรวจภาวะการณ์ของประชากรระดับจังหวัด. กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. 2531. การสื่อสารการตลาด เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา (หน่วยที่ 1-5). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เสรี วงศ์มณฑา. 2540. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อัจฉราพร ไสลสุตร. 2533(ก : 14). การทำความสะอาดเสื้อผ้า. มปท.
- อัญชนิ วิชาภัย บุนนาค. 2540. การแสวงหาข่าวสาร ทศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Kotler Philip. 2000. **Marketing Management Analysis**. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company

Schiffman and Leslie. 1994. **Consumer Behavior**. 7th ed. New Jersey : Prentice-Half, Inc