

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ

อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112

**FACTORS INFLUENCING OF THE COIN-OPERATED WASHING MACHINE
SERVICE OF THE OTTERI WASH AND DRY
OF LAT PHRAO112**

ปรียาพร หวานเสียง

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Preeyaporn wansiang

Email:6514060056@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 2) เพื่อศึกษาการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112

กลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ หอพัก อพาร์ตเมนต์ คอนโดมิเนียม ในซอย ลาดพร้าว112 และพื้นที่ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติใช้ในการ วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการ ทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการเอาใจใส่ ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการประกันคุณภาพ

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด; ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ; การบริการ

ABSTRACT

The objectives of this research study are 1) to study the use of the coin-operated laundry service, Otteri Wash & Cry, Lat Phrao112 branch. 2) to study the use of the coin-operated laundry service, Otteri Wash & Cry, Lat Phrao112 branch. Cry, Lat Phrao112 branch, classified according to demographic factors 3) to study marketing mix factors and marketing factors Quality affecting the use of coin-operated laundry service, Odteri Wash and Dry, Lat Phrao 112 branch.

The population in this research study is people who live in dormitories, apartments, condominiums in Soi Lat Phrao 112 and people who have experience using the coin-operated laundry shop Ottery Wash and Dry. Lat Phrao 112 branch, 400 people, using questionnaires as a tool to collect data. Statistics used in the analysis include frequency, percentage, mean, and standard deviation. Test the hypothesis with t-test statistics, One-way ANOVA statistics. If differences are found, it will lead to Compare each pair using LSD and multiple regression analysis.

The results of the hypothesis test found that a group of experienced people came to the coin laundry service. Otter Wash & Dry, Ladprao 112 as follows, with gender, age, educational status, average monthly income are different,making the use of services.Otter Wash & Dry, Ladprao 112 Overall,they are no different, and marketing mix factors affecting the use of Otter Wash & Dry, Ladprao 112, are as follows: People,physical evidence that marketing mix factors no impact on the service of Otter Wash & Dry, Ladprao 112 as follows,

product, price, place, promotion, process, and Quality factors that affect the service of Otter Wash & Dry, Ladprao 112 as follows: tangibility, reliability, empathy no impact on the service of the service of Otter Wash & Dry, Ladprao 112 as follows, responsiveness, assurance.

Keyword : marketing mix factors; Quality factors; Service

บทนำ

สภาพสังคมในปัจจุบันของประเทศไทยได้พัฒนาเจริญรุ่งเรืองไปสู่ความทันสมัยอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านวิชาการ เทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐกิจ การเงิน สังคมแวดล้อม ตลอดจนการเผชิญหน้ากับการแข่งขันและสิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานที่ต้องทำงานหลากหลายและมีปริมาณงานที่เพิ่มมากขึ้นกับความก้าวหน้าหรือปรับตัวให้เข้ากับโลกในยุคปัจจุบัน ทำให้การดำเนินชีวิตอาศัยอยู่ในโลกที่แข่งขันกับเวลา ทุกสิ่งทุกอย่างมีแต่ต้องทำให้เร็วขึ้นๆ คงไม่อาจจะปฏิเสธได้ว่าความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การดำเนินชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงบรรดาธุรกิจต่างๆ ที่ต้องพัฒนาตัวเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และธุรกิจด้านการบริการ อย่างร้านซักผ้าหยอดเหรียญเป็นที่ได้รับความนิยม และเป็นที่สนใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้านความสะดวกสบายตลอดการให้บริการ 24 ชม. มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น มีหลากหลายช่องทางในการชำระเงินเพื่อความสะดวก การจัดโปรโมชั่นสะสมแต้มผ่านระบบออนไลน์ การมีแอปพลิเคชันเพื่อแสดงสถานะของเครื่องซักผ้าว่ามีเครื่องซักผ้าว่ามีเครื่องพร้อมให้บริการหรือไม่ และยังมีพนักงานคอยเก็บผ้าให้เมื่อซักผ้าเสร็จ และร้านมีเครื่องซักผ้าและอบผ้าแบบอุตสาหกรรมที่ผู้ให้บริการสามารถเข้ามาซักผ้าและอบผ้าในคราวเดียวกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 โดยมีแนวคิดในการวิจัย คือ ศึกษาการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112 จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และได้ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการว่ามีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112 หรือไม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นโอกาสเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา การดำเนินงานและปรับปรุง พัฒนาร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112

2. เพื่อศึกษาการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112

ขอบเขตงานวิจัย

1 **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** คือ กลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112

2.**ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นการศึกษา** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 โดยประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.**ตัวแปรอิสระ** ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการประกันคุณภาพ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

2.**ตัวแปรตาม** คือ การใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารนำไปตัดสินใจในการกำหนดนโยบายการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ บริการ ตราสินค้าและสร้างความพอใจ เกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าและจงใจให้เกิดการกระตุ้นการกลับมาใช้บริการ

2. ประโยชน์ทางการวิชาการเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าดียิ่งขึ้น
บททวนวรรณกรรม

แนวความคิดและทฤษฎีวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

เอกณรงค์ วรสีหะ (2560) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix หรือ Product Assortment) หมายถึง กลุ่มผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยสายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายหรือผู้ผลิตตัดสินใจนำเสนอขายต่อผู้ซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของผลิตภัณฑ์ได้ว่า สิ่งใด ๆ ที่ผู้ขายนำเสนอให้กับผู้ซื้อและสิ่งเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดให้มากที่สุด อาจจะจับต้องได้หรืออาจจะจับต้องไม่ได้ จะอยู่ในรูปแบบของสินค้าและบริการ ต้องมีคุณค่าและอรรถประโยชน์สูงสุดต่อผู้ซื้อด้วย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

รุ่งนภา ทิพย์รัตนมงคล (2564) ได้กล่าวว่า ราคาเป็นองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด เนื่องจากแนวคิดทางการตลาดนั้นสนใจในส่วนของการขายได้และพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยการตั้งราคาจำเป็นต้องคำนึงและให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อใช้ราคาเป็นสิ่งที่ใช้ในการสื่อสารคุณค่าของสินค้าและบริการ ซึ่งราคาถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ ซึ่งในการดำเนินธุรกิจล้วนมีต้นทุนเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นต้นทุนในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ดังนั้นราคาถือเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นในการศึกษาเนื่องจากราคามีหน้าที่ในการปริมาณและมูลค่าให้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในการแลกเปลี่ยนในตลาด

จากการศึกษาด้านราคา ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านราคาได้ว่า จำนวนเงินที่ผู้ซื้อใช้สำหรับซื้อสินค้าและบริการ โดยผู้ขายกำหนดมูลค่าของสินค้าและบริการไว้ในราคาที่เหมาะสม มีความหลากหลายในการชำระเงิน ทำให้ผู้ซื้อได้รับอรรถประโยชน์ของสินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

อรวิภา พงศ์สุวรรณ (2564) ได้กล่าวว่า ช่องทางการกระจายตัวของบริการ ประกอบด้วย ความสะดวกเหมาะสมได้มาตรฐาน เพียงพอในการเข้าถึงสินค้าและบริการ

จากการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของช่องทางการจัดจำหน่ายได้ว่า การดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปยังผู้ซื้อได้ภายใต้เงื่อนไขด้านเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมในการใช้สินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปรางนพริยา นพคุณ (2561) ได้กล่าวว่า การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวและตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามคาดหวังไว้ เครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาดได้

จากการศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านการส่งเสริมการตลาดได้ว่า กิจกรรมที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ซื้อ เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลและกิจกรรมทางการตลาด เช่น การทดลองใช้

บริการ การลดราคาในช่วงเวลา การทำแฟ้มเก็บ โดยคาดหวังว่าการสื่อสารทางการตลาดทำให้เกิดความต้องการ หรือกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการได้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล

หัตเทพ พบครุฑ (2565) ได้กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจะบ่งบอกถึงลักษณะที่แตกต่างของผู้บริโภค โดยสามารถนำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเพื่อไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ นั้นตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค

จากการศึกษาด้านบุคคล ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านบุคคล ได้ว่า พนักงานที่ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและความน่าเชื่อถือให้กับผู้ซื้อ พนักงานจะต้องมีมารยาทที่ดี เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

วิษณุ ลาชมภู (2562) ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้งของพื้นที่ และภาพลักษณ์ขององค์กรเกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพของสถานประกอบการประเภทธุรกิจกีฬาและอยู่ในการควบคุมภายในของกิจการ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สร้างความสนใจให้แก่ผู้ใช้บริการและมีความสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้บริโภค

จากการศึกษาด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านองค์ประกอบทางกายภาพได้ว่า สิ่ง que ผู้ซื้อสามารถสัมผัสได้และมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจจากการเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากแบรนด์เป็นหลักเพราะทำให้รู้สึกเป็นที่ยอมรับ เมื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่นเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และรับรู้ว่าคุณภาพคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

ภัทรวดี บุญตาม (2565) ได้กล่าวว่า รูปแบบกิจกรรมและเทคนิคในการบริหารและดำเนินการภายในโรงพยาบาล เช่น การปฏิบัติงานที่มีความพร้อม มีมาตรฐาน และความรวดเร็วในการทำงาน เพื่อสร้างความประทับใจในการบริการแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค

จากการศึกษาด้านกระบวนการ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านกระบวนการได้ว่า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อส่งมอบการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว โดยแต่ละกระบวนการมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน มีผังการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการที่ชัดเจน และมีการให้คำแนะนำผ่านแอปพลิเคชันเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อผู้ใช้บริการ

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นธรรมชาติของการบริการ

สิทธิ พิพัฒน์โกศลกุล (2561) ได้กล่าวว่า การสร้างความประทับใจให้ลูกค้าในครั้งแรกนั้นต้องมีเทคนิคการเล่นที่แปลกใหม่ เพื่อให้บริการลูกค้ารู้สึกแตกต่าง ฉีกแนวออกไปได้ เช่น ห้างสรรพสินค้าเทอมอลมีการออกแบบห้าง หรือลักษณะทางกายภาพ โดยกำหนดให้ในแต่ละชั้นมีรูปแบบการตกแต่งสถานที่ให้เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ หรือห้างพาซิโอ ถนนกาญจนาภิเษก ได้แบบสถานที่ให้เป็นบรรยากาศแบบญี่ปุ่น ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตัวเองเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

จากการศึกษาด้านความเป็นธรรมชาติของการบริการ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านความเป็นธรรมชาติของการบริการได้ว่า สิ่งแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกในบริเวณพื้นที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการโดยสิ่งเหล่านั้นประกอบไปด้วย อุปกรณ์ เครื่องจักร ที่มีความทันสมัยและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้กล่าวว่า ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ หรือสามารถสรุปได้ว่า การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้อย่างที่รับปาก หรือทำได้ตามโฆษณาเอาไว้ ยกตัวอย่างเช่น การรับปากลูกค้าว่า บริการมีความรวดเร็ว จะได้รับบริการภายใน 15 นาที ก็ตามทำให้ได้ภายใน 15 นาที เป็นต้น

จากการศึกษาด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ได้ว่า การให้บริการที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และตรงตามสัญญา มีความรวดเร็วในด้านการบริการ มีคุณภาพและมีความสะดวกในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

พิสิทธิ พิพัฒน์โกศลกุล (2561) ได้กล่าวว่า การแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ เช่น SMS เพื่อแจ้งข่าวสาร แจ้งกำหนดเมื่อถึงเวลาชำระเงินแล้ว แจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาเข้ารับบริการหรือมีการสอบถามโปรโมชันอื่นๆ บริษัทจะต้องทำการตอบกลับลูกค้าโดยมีทันที

จากการศึกษาด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านการตอบสนองต่อลูกค้าได้ว่า ความเต็มใจในการให้บริการที่ผู้ให้บริการรู้สึกว่าได้รับการตอบสนองอย่างทันที และมีขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการประกันคุณภาพ

Tenner & DeToro (1992) ได้กล่าวว่า ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยา ท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดี

จากการศึกษาด้านการประกันคุณภาพ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านการประกันคุณภาพได้ว่า ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความสุภาพ มีการใช้มาตรฐานการบริการที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้ให้บริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้กล่าวว่า ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน รวมถึงการสนใจช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่ใช้บริการแล้วเกิดมีปัญหา (บริการหลังการขาย) ยกตัวอย่างเช่น บริษัทรับซ่อมบ้าน ทำการซ่อมบ้านให้กับลูกค้าเรียบร้อย แต่บ้านที่ซ่อมกลับปัญหายอยู่ โดยเกิดจากความผิดพลาดของบริษัทเอง บริษัทจึงควรกลับมาดูแลงานให้เรียบร้อย เป็นต้น

จากการศึกษาด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของด้านการเอาใจใส่ลูกค้าได้ว่า การดูแลเอาใจใส่ผู้ให้บริการโดยคำนึงผลประโยชน์ของผู้ให้บริการเป็นหลัก โดยการลดเวลาเมื่อเข้ามาใช้บริการเพื่อให้ผู้ให้บริการได้มีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นมากขึ้น

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขาตลาดพร้าว112

ภททิยา ล้อมอญ (2564) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจใช้บริการเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัยคือข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจ ความสนใจ ความปรารถนา หรือความต้องการ และการกระทำหรือการตัดสินใจใช้บริการ ในการใช้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอย่างชัดเจนและเหมาะสม

จากการศึกษาการใช้บริการ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายโดยรวมของการใช้บริการได้ว่า ความสามารถในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ สิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขันในธุรกิจด้านการให้บริการ โดยความแตกต่างที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการคือ การเอาใจใส่ลูกค้า การสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ การให้บริการที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับเวลา ล้วนทำให้ธุรกิจเป็นที่พึงพอใจและจดจำ ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการและทำให้เกิดการเข้ามาของผู้ใช้บริการรายใหม่หรือเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรายเดิมได้ในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ หอพัก อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม ในซอยลาดพร้าว112 และพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งถือได้ว่าเป็นประชากรที่ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro, 1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรซึ่งจะประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านองค์ประกอบทางการตลาด ด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการประกันคุณภาพ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อี๊ดเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อี๊ดเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อี๊ดเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112 โดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านพึงพอใจกับการใช้บริการร้านสะดวกซักเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ท่านมีความมั่นใจและตัดสินใจถูกต้องในการใช้บริการ ท่านมีความรู้สึกดีที่ได้ตัดสินใจใช้บริการ มีระดับมากที่สุดตามลำดับ ท่านจะกลับมาใช้บริการอีกเมื่อมีโอกาส ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาหรือเงินเมื่อมาใช้บริการ มีระดับมากตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อี๊ดเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112 ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อี๊ดเทรี วอช แอนด์ สาขา ลาดพร้าว112 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และที่ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการ ที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการเอาใจใส่ และที่ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการประกันคุณภาพ

อธิปายผล

1. ผลการวิเคราะห์การให้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 โดยภาพรวมระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด ฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler, 2012) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคผ่านกระบวนการตัดสินใจ โดยกล่าวว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการในการประเมินผลตัวเลือกหรือทางเลือกเพื่อนำสู่การบรรลุเป้าหมาย

2. ผลการวิเคราะห์การให้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด เปรมยุดา แม่นหมาย (2562) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ส่งผลถึงการแสดงออกของพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งกล่าวได้ว่าเราสามารถแยกได้เป็นหน่วยของสังคม หน่วยย่อยที่แตกต่างกันก็ส่งผลให้มีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เช่น เพศหญิง มีการคิดวิเคราะห์ต้องการข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย กลุ่มที่มีการศึกษาสูงสามารถรับรู้และเข้าใจข่าวสารได้ดีกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า รวมถึงการบริโภคสินค้าที่ดีกว่า ในด้านกลุ่มอาชีพที่คล้ายกันจะมีความต้องการที่คล้ายกันเป็นต้น ดังนั้นเมื่อลักษณะปัจจัยของประชากรขึ้นพื้นฐานที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้เกิดกระบวนการตัดสินใจและส่งผลไปยังพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินซีย่อมแตกต่างกันไปด้วยนั่นเอง

3. ผลการวิเคราะห์ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อีตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมระดับมาก และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ได้แก่

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการประกันคุณภาพ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า โดยภาพรวมระดับมาก สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Armstrong and Kotler (2007) ได้กล่าวว่า สิ่งใดๆ ที่เสนอออกสู่ตลาดเพื่อการรู้จักการเป็นเจ้าของ การใช้หรือบริโภค และสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดได้ ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคลโดยผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

3.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด เอกณรงค์ วรสีหะ (2560) ได้กล่าวว่า จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์สินค้าและหรือบริการ โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงงานกันราคาเป็นส่วนหนึ่งของส่วนผสมการตลาดที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่า (Value) และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป

3.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Pelton, Strutton, and Lumpkin (2002) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยน เพื่อที่จะสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ก็เพื่อองค์กรสามารถที่สร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นได้ ตั้งแต่การได้มา การบริโภค และการกำจัดสินค้าและบริการนั้นๆ

3.4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Etzel, walker and Stanton (2007) ได้กล่าวว่า เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยอาศัยหลักการมุ่งใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในส่วนของผลิตภัณฑ์ โดยคาดหวังว่าจะมีอิทธิพลกับความรู้สึก ความเชื่อ รวมพฤติกรรมการซื้อ

3.5 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ากลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการ ให้มีความสำคัญด้านบุคคลในเรื่องของความน่าเชื่อถือของพนักงาน พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษา ความมีมารยาทของพนักงาน การเอาใจใส่ของพนักงาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด เอกณรงค์ วรสีหะ (2560) ได้กล่าวว่า ด้านบุคคล หรือ พนักงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การมุ่งใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้

ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่มความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

3.6 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ากลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการ ให้ความสำคัญด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แบรินด์มีบทบาทสำคัญที่ตอบสนองความพึงพอใจในบริการ ท่านเลือกใช้บริการที่มีแบรด์เพราะทำให้ท่านรู้สึกการยอมรับจากคนอื่น เมื่อใช้บริการจะพิจารณาร้านที่มีแบรด์เป็นหลักเพราะรับรู้ว่าคุณภาพคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป เมื่อท่านต้องใช้บริการท่านมีการเปรียบเทียบแบรด์เพื่อตัดสินใจเลือกร้าน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Kotler (1997) ได้กล่าวว่า การแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอเป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและนำเสนอให้กับลูกค้าให้เป็นรูปธรรมโดยพยายาม สร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่า จะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว เกิดความพึงพอใจหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

3.7 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด ทนงศักดิ์ จิรวฒนวิจิตร (2554) ได้กล่าวว่า การให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจในการผลิตต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจและปฏิบัติงานในเรื่องของกระบวนการให้บริการต้องการประสานงานระหว่างงานของการตลาดกับงานผลิตและนำเสนอบริการ โดยทั่วไปกระบวนการให้บริการมักจะเกี่ยวข้องกับ 2 ด้าน คือ 1) ความซับซ้อนของกระบวนการที่จะเกี่ยวข้องกับลักษณะของลำดับหรือขั้นตอนในการบริการ 2) ความหลากหลายในกระบวนการ หมายถึง ความแตกต่างหรือความหลากหลายที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามลำดับหรือขั้นตอนในการให้บริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ

3.8 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ ดราย สาขา ลาดพร้าว112 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ากลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการให้ความสำคัญ บริเวณที่ให้บริการสะดวกต่อการเข้าใช้งาน อุปกรณ์ เครื่องซักผ้า/อบผ้ามีความทันสมัยและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน บรรยากาศของร้านและสิ่งอำนวยความสะดวกในร้าน เช่น พื้นที่นั่งรอ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Tenner & DeToro (1992) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพที่ ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

3.9 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ากลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการให้ความสำคัญ รวดเร็วในการบริการ ความสะดวกในการใช้บริการ เครื่องซักผ้า/อบผ้าไม่ทำให้คุณภาพผ้าเสียหาย ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Zeithaml , Berry & Parasuraman (1988) ได้กล่าวว่า การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจงานบริการจากลูกค้า

3.10 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Zeithaml , Berry & Parasuraman (1988) ได้กล่าวว่า พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

3.11 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการประกันคุณภาพ ไม่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Tenner & DeToro (1992) ได้กล่าวว่า ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยา ท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดี

3.12 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า มีผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ากลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์เข้ามาใช้บริการให้ความสำคัญ ร้านสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้เป็นอย่างดี ร้านคำนึงถึงผลประโยชน์และความสะดวกของผู้ใช้บริการ ร้านซักผ้าสามารถประหยัดเวลา/ค่าใช้จ่ายในการซักผ้ากว่าการซักแบบทั่วไป ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Zeithaml , Berry & Parasuraman (1988) ได้กล่าวว่า พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความสนใจแก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อใช้มาตรฐานวัดคุณภาพบริการดังกล่าวนี้เรียกว่า “SERVQUAL Tenner & DeToro

ข้อเสนอแนะ

1.ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีส่วนในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยบริการต้องคำนึงถึงผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ที่จะช่วยสร้างความประทับใจและทำให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจเราอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการต้องสร้างให้เกิดความสวยงามภายในร้านการจัดตกแต่งร้านใหม่ เช่น การเพิ่มต้นไม้เพื่อสร้างบรรยากาศภายในร้าน การเพิ่มที่นั่งระหว่างรอ แบ่ง

พื้นที่อย่างเหมาะสมสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของร้านและสามารถสื่อภาพลักษณ์ออกไปสู่ผู้มาใช้บริการได้อีกด้วย

3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานบุคลิกภาพดี บริการดี พุดจาสุภาพ รวมไปถึงมีเครื่องซักผ้าอุตสาหกรรมที่ทันสมัย แต่ทางร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112 ต้องปรับปรุงบรรยากาศภายในร้าน เช่นการจัดโต๊ะในรูปแบบใหม่ การเพิ่มที่นั่งระหว่างรอผ้าการให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกภายในร้าน มีแสงสว่างที่เพียงพอ มีอากาศที่ถ่ายเทสะดวกมากขึ้น เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจในการให้บริการ

4. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ จากผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าร้านซักผ้าแบรนด์ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย เป็นที่ยอมรับในตลาดเนื่องจากเป็นเจ้าแรกในไทยที่เริ่มต้นทำธุรกิจเกี่ยวกับร้านซักผ้าหยอดเหรียญโดยใช้เครื่องอุตสาหกรรมและรวมไปถึงพนักงานที่คอยมารอต้อนรับผู้ให้บริการ เช่น การรับผ้าจากผู้ให้บริการเพื่อมาซัก แต่อาจจะต้องมีการปรับปรุงเรื่องความซื่อสัตย์ เช่น การไม่หาผลประโยชน์จากผู้ให้บริการ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจในการให้บริการ

5. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานต้องให้คำแนะนำให้ผู้ให้บริการอย่างละเอียดชัดเจนการให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน นอกจากนี้พนักงานต้องมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากขึ้น เพื่อให้ผู้ให้บริการรับรู้ถึงการบริการที่มีคุณภาพและนำไปสู่ความพึงพอใจในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112 เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเชิงลึกและทำให้เข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นเพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการมากที่สุด
3. ควรทำการวิจัยปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านซักผ้าหยอดเหรียญ อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย สาขา ลาดพร้าว112

บรรณานุกรม

- Morgan & Hunt. (1994). "The Commitment - Trust Theory of Relationship Marketing". Journal of Marketing, 58 (July), 20-30.
- Phillip Kotler. (2012). Marketing Management (14th ed.). England: Pearson.
- Pride & Ferrell. (1997). Marketing concepts strategies (10th ED) Houghton Mifflin Co.

Scardina. (1994). Servqual : A tool for evaluating patient satisfaction with nursing care, Journal of Nursing care Quality.

กฤษลักขณ์ ชุ่มดอกไฟโร. (2564). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์การค้า ดองกิ มอลล์ ทองหล่อ.

ปราณปรียา นพคุณ. (2561). ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำ ลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ คั่นคว้าวีอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมกรเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ บริการ โรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก คั่นคว้าวีอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2561). การบริการอย่างมีคุณภาพ (Service Quality).

<http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/161servicequality.htmlservicequality.html>

ภัททิยา ล้อมมอญ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ลออรัตน์ สุขสุขแพทย. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญของ บริษัทเค-เน็กซ์ คอร์ ปอเรชั่น จำกัด ภายใต้แบรนด์ “อ็อตเทรี วอช แอนด์ คราย” (Otteri wash and dry) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิชญะ ลาชมภู. (2562). ปัจจัยลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกสถานที่เรียนกีฬาเทนนิส ให้กับบุตรหลานของผู้ปกครอง วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

วสุรัตน์ ทองเพชรนิล. (2564). ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อ ความต้องการซื้อของผู้ประกอบการและรูปแบบประกันชีวิตสมัยใหม่

วรกานต์ เชื้อสำราญ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซักและความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน สะดวกซัก (Laundromat) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คั่นคว้าวีอิสระ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

เอกณรงค์ วรสีหะ. (2560). เอกสารประกอบการเรียนการสอน CIM 1103 หลักการตลาด กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.