

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมของผู้พักอาศัยต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ในอาคารชมคอยคอน โดมิเนียม
ผู้จัดทำ	นายจินตวัฒน์ อินโสภา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน	กันยายน 2552
จำนวนหน้า	61 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้พักอาศัยต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญในอาคารชมคอยคอน โดมิเนียม ตลอดจนศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ และศึกษาปัจจัยอื่นนอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการไม่ใช้เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญของผู้พักอาศัยในอาคารชมคอยคอน โดมิเนียมเพื่อนำผลที่ได้รับจากการศึกษาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ตลาดเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจบริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ การศึกษาได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจากประชากรและได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเป็นร้อยละ 61.7 พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน

พฤติกรรมการซักผ้ามีทั้งการซักด้วยเครื่องซักผ้าของตนเอง เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ และการซักด้วยมือ ส่วนใหญ่ใช้วิธีการซักมือ กลุ่มที่เคยใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอด



เหรียญแต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการแล้วมากที่สุดเท่ากับกลุ่มที่เคยใช้บริการ และปัจจุบันใช้บริการเป็นบางครั้ง เหตุผลที่บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือ สะดวกอยู่ใกล้ที่พัก กลุ่มที่ใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยซักผ้าครั้งละ 16-20 ชิ้น ในเวลา 18.01-21.00 น. และใช้บริการในวันอาทิตย์ โดยตัดสินใจเลิกใช้บริการด้วยตนเอง สถานที่เลิกใช้บริการคือ บริเวณชมดอยคอน โคมิเนียม 1 และรู้จักสถานที่ใช้บริการโดยพบเห็นเอง และมีค่าใช้จ่ายครั้งละ 20 – 30 บาท

ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ใช้บริการใช้ในการตัดสินใจใช้เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญพบว่าด้านราคา/ช่องทางการจัดจำหน่าย/ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาดคือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ และกลุ่มที่เคยใช้ และเลิกใช้บริการแล้วพบว่า โดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ยกเว้นปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรมอยู่ในระดับน้อย