

ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซัก Speedy wash&dry

ของนิสิตหอพักใน มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

Choosing to use the Laundromat service Speedy wash & dry of dormitory students in Thaksin University Songkhla Campus

ปาณิสรา คงมี , สงกรานต์ ธรรมรัตน์ , นเรศกานต์ กองสวัสดิ์ , ปิยวัฒน์ มุมทอง

ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

ผู้รับผิดชอบบทความ

Panisa Kongmee , Songkran Thammarat , Nareekan Kongsawat , Piyawat Mumthong
Bachelor of Arts Program in Human Resource Management , Thaksin University Faculty of
Humanities and Social Sciences Songkhla Campus.

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซัก Speedy wash&dry มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา 2.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซัก Speedy wash&dry มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นิสิตหอพักในมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา จำนวน 291 คน เก็บข้อมูลแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า 1.) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ด้านช่องทางการจัดจ หน่ายโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ตามล าดับ 2.) ปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้บริการในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านความรู้และความเข้าใจ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 ด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 ด้านพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 3.) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 4.) ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการใช้บริการในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ด้านความตั้งใจใช้บริการ ้า โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34

ค าส าคัญ : ร้านสะดวกซัก,หอพักนิสิตใน, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา