

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 250 ตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่พักอาศัย และภูมิลำเนา (ตารางที่ 1 – 8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ประกอบด้วย การเคยหรือไม่เคยใช้บริการร้านซัก อบ รีด เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด เหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ รูปแบบของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่นิยมใช้บริการ ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนชิ้นของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ วันที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ บุคคลที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญร่วมกัน ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ บริเวณที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญบ่อยที่สุด ชื่อหรือบุคคลที่ทำให้รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญแต่ละครั้ง และยี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ (ตารางที่ 9 – 22)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ โดยแยกเป็นปัจจัยทางด้านการตลาด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยย่อยของส่วนผสมการตลาด 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 23

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ประกอบด้วย ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาทางด้านราคา ปัญหาทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาทางด้าน การส่งเสริมการตลาด และปัญหาย่อยของส่วนผสมการตลาด 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 32 – 36)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามสถานที่พักอาศัย และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 37 – 63)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	80	32.00	2
หญิง	170	68.00	1
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.00 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 32.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
อายุไม่เกิน 20 ปี	49	19.60	2
21-30 ปี	181	72.40	1
31-40 ปี	13	5.20	3
41-50 ปี	2	0.80	5
50 ปีขึ้นไป	5	2.00	4
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 72.40 รองลงมา มีอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 19.60

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	225	90.00	1
สมรส	21	8.40	2
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	2	0.80	3
อยู่ร่วมกันแต่ไม่ได้จดทะเบียนสมรส	2	0.80	3
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด ร้อยละ 90.00 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 8.40

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. / หรือเทียบเท่า	176	70.40	1
อนุปริญญา/ ปวส. / หรือ เทียบเท่า	12	4.80	3
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	54	21.60	2
สูงกว่าปริญญาตรี	8	3.20	4
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. /หรือเทียบเท่า ร้อยละ 70.40 รองลงมาคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 21.60

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
นักเรียน/นักศึกษา	175	70.00	1
พนักงานบริษัทเอกชน	33	13.20	2
รับจ้าง/อาชีพอิสระ	20	8.00	3
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.60	6
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	5	2.00	5
ธุรกิจส่วนตัว	13	5.20	4
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 70.00 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 13.20

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	93	37.20	2
5,001 – 10,000 บาท	100	40.00	1
10,001 - 20,000 บาท	48	19.20	3
20,001 – 30,000 บาท	6	2.40	4
30,000 บาทขึ้นไป	3	1.20	5
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 40.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 37.20

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่พักอาศัยอยู่ปัจจุบัน

สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
บ้านของบิดามารดา / ญาติ	84	33.60	2
หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	140	56.00	1
บ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง	25	10.00	3
อื่นๆ	1	0.40	4
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ: - อื่นๆ คือบ้านเจ้านาย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่พักอาศัยในปัจจุบันคือ หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า ร้อยละ 56.00 รองลงมา มีสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน คือ บ้านของบิดามารดา / ญาติ ร้อยละ 33.60

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่	107	42.80	1
ภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	20	8.00	5
ภาคเหนือ จังหวัดลำปาง	23	9.20	4
ภาคเหนือ จังหวัดเชียงราย	24	9.60	3
ภาคเหนือ จังหวัดอื่นๆ	40	16.00	2
ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร	13	5.20	6
ภาคกลาง จังหวัดชลบุรี	3	1.20	7
ภาคกลาง จังหวัดอยุธยา	1	0.40	14
ภาคกลาง จังหวัดปทุมธานี	2	0.80	10
ภาคกลาง จังหวัดอื่นๆ	1	0.40	14
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดระยอง	1	0.40	14
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดบุรีรัมย์	2	0.80	10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอุบลราชธานี	1	0.40	14
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น	2	0.80	10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอื่นๆ	2	0.80	10
ภาคใต้ จังหวัดสงขลา	3	1.20	7
ภาคใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี	3	1.20	7
ภาคใต้ จังหวัดชุมพร	1	0.40	14
ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต	1	0.40	14
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ : ภาคเหนือ จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ แพร่ พิจิตร น่าน อุตรดิตถ์ กำแพงเพชร พะเยา สุโขทัย และตาก

ภาคกลาง จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ สมุทรสาคร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ อุตรดิตถ์

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 42.80 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือจังหวัดอื่นๆ ร้อยละ 16.00

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยหรือไม่เคยใช้บริการร้านซัก อบ รีด

การเคยหรือไม่เคยใช้บริการร้านซัก อบ รีด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เคย และปัจจุบันก็ยังใช้บริการอยู่	131	52.40	1
เคย แต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการไปแล้ว	94	37.60	2
ไม่เคยใช้บริการ	25	10.00	3
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านซัก อบ รีด และปัจจุบันก็ยังใช้บริการอยู่ ร้อยละ 52.40 รองลงมาเคยใช้บริการร้านซัก อบ รีด แต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการไปแล้ว ร้อยละ 37.60

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด

เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่มีเวลาซักผ้าเอง	177	70.80	1
ค่าบริการถูก/ไม่แพง	65	26.00	5
สะดวก รวดเร็ว	160	64.00	2
ที่บ้านไม่มีเครื่องซักผ้า	24	9.60	8
อยู่ใกล้ที่พัก	93	37.20	4
มีการบริการที่ดีและประทับใจ	33	13.20	7
ซักได้สะอาด และรีดผ้าได้เร็วกว่าทำเอง	45	18.00	6
ไม่ต้องการซัก/รีดผ้าด้วยตนเอง	96	38.40	3
อื่นๆ	6	2.40	9
<b>รวม</b>	<b>699</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ : - ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

- อื่นๆ คือ เป็นผู้ให้บริการ และฝนตกผ้าไม่แห้ง
- ไม่มีเวลาซักผ้าเอง หมายถึง ไม่มีเวลาซักด้วยมือ

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือ ไม่มีเวลาซักผ้าเอง ร้อยละ 70.80 รองลงมาเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือสะดวก รวดเร็ว ร้อยละ 64.00



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซัก โดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

เหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่มีเวลาซักตัวเอง	144	57.60	1
ค่าบริการถูกกว่าส่งร้านซักรีด	77	30.80	6
สะดวกรวดเร็ว	130	52.00	2
สามารถใช้บริการในเวลาใดก็ได้ที่สะดวก	115	46.00	3
อยู่ใกล้ที่พัก	82	32.80	4
เสื้อผ้าไม่ปะปนกับผู้ใช้บริการรายอื่น	80	32.00	5
ที่บ้านไม่มีเครื่องซักผ้า	22	8.80	7
อื่นๆ	12	4.80	8
<b>รวม</b>	<b>662</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ : - ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

- อื่นๆ คือ เมื่อไม่มีเงินส่งซัก ต้องรีบซักเพราะรีบใช้งาน เครื่องซักผ้าที่บ้านเสีย ร้านซักรีดปิด
- ไม่มีเวลาซักตัวเอง หมายถึง ไม่มีเวลาซักด้วยมือ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือไม่มีเวลาซักตัวเอง ร้อยละ 57.60 รองลงมาคือเหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือสะดวกรวดเร็ว ร้อยละ 52.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่นิยมใช้บริการ

รูปแบบของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่นิยมใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
แบบฝาเปิดด้านบน	146	58.40	1
แบบฝาเปิดด้านหน้า	21	8.40	3
แบบใดก็ได้	83	33.20	2
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่นิยมใช้บริการคือแบบฝาเปิดด้านบน ร้อยละ 58.40 รองลงมามีรูปแบบของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่นิยมใช้บริการคือแบบใดก็ได้ ร้อยละ 33.20

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	92	36.80	2
1 ครั้งต่อสัปดาห์	95	38.00	1
2 ครั้งต่อสัปดาห์	55	22.00	3
3 ครั้งต่อสัปดาห์	6	2.40	4
4 ครั้งต่อสัปดาห์	1	0.40	5
มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	1	0.40	5
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้บริโภคมีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 38.00 รองลงมามีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 36.80

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนชั้นของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

จำนวนชั้นของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 5 ชั้น	12	4.80	5
5 - 10 ชั้น	65	26.00	2
11 - 15 ชั้น	84	33.60	1
16 - 20 ชั้น	58	23.20	3
20 ชั้นขึ้นไป	31	12.40	4
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนชั้นของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 11 - 15 ชั้น ร้อยละ 33.60 รองลงมา มีจำนวนชั้นของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 5 - 10 ชั้น ร้อยละ 26.00

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
09.00 - 12.00 น.	53	21.20	2
12.01 - 15.00 น.	31	12.40	5
15.01 - 18.00 น.	36	14.40	4
18.01 - 21.00 น.	90	36.00	1
หลังเวลา 21.00 น. ถึงก่อน 09.00 น.	40	16.00	3
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือ 18.01 - 21.00 น. ร้อยละ 36.00 รองลงมา มีช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือ 09.00 - 12.00 น. ร้อยละ 21.20

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

วันที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
วันอาทิตย์	115	46.00	1
วันจันทร์	11	4.40	7
วันอังคาร	12	4.80	6
วันพุธ	43	17.20	4
วันพฤหัสบดี	7	2.80	8
วันศุกร์	41	16.40	5
วันเสาร์	111	44.40	2
อื่นๆ	44	17.60	3
รวม	384	100.00	

หมายเหตุ : - ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

- อื่นๆ คือ แล้วย่าง/สะดวก ไม่นานอน แล้วยแต่ความจำเป็น และไม่สามารถระบุได้

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวันที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือวันอาทิตย์ ร้อยละ 46.00 รองลงมาคือวันที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญคือวันเสาร์ ร้อยละ 44.40

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญร่วมกัน

บุคคลที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญร่วมกัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไปเอง	170	68.00	1
ไปกับเพื่อน	62	24.80	2
ไปกับญาติพี่น้อง	5	2.00	4
ไปกับสามี / ภรรยา / แฟน	12	4.80	3
อื่นๆ	1	0.40	5
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ : อื่น คือเพื่อนร่วมงาน

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือมีเพื่อนไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญร่วมกันด้วย ร้อยละ 24.80

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตัดสินใจเอง	181	72.40	1
เพื่อน	47	18.80	2
ญาติพี่น้อง	11	4.40	3
สามี/ภรรยา / แฟน	8	3.20	4
อื่นๆ	3	1.20	5
รวม	250	100.00	

หมายเหตุ : อื่น คือแล้วแต่โอกาส มารดา และบิดา

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 72.40 รองลงมาคือมีเพื่อนเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ร้อยละ 18.80

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริเวณที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญบ่อยที่สุด

บริเวณที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญภายในบริเวณที่พัก	120	48.00	1
เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญใกล้ที่พัก	107	42.80	2
เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่ตั้งอยู่ทั่วไป	22	8.80	3
อื่นๆ	1	0.40	4
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ : อื่น คือ หอเพื่อน

จากตารางที่ 19 พบว่าบริเวณที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญบ่อยที่สุดคือ ภายในบริเวณที่พัก ร้อยละ 48.00 บริเวณรองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือ บริเวณใกล้ที่พัก ร้อยละ 42.80

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อหรือบุคคลที่ทำให้รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

สื่อหรือบุคคลที่ทำให้รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
พบเห็นเอง	209	83.60	1
จากเพื่อน/คนรู้จัก	77	30.80	2
จากเจ้าของที่พัก	14	5.60	3
จาก ใบปลิว/แผ่นพับ	1	0.40	4
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญโดยการพบเห็นสถานที่ให้บริการเอง ร้อยละ 83.60 รองลงมาคือมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ร้อยละ 30.80

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
20 บาท	174	69.60	1
40 บาท	59	23.60	2
60 บาท	11	4.40	3
80 บาทขึ้นไป	6	2.40	4
รวม	250	100.00	

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญแต่ละครั้งคือ 20 บาท ร้อยละ 69.60 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญแต่ละครั้งคือ 40 บาท ร้อยละ 23.60



ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ

ยี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
SAMSUNG	55	22.00	2
ELECTROLUX	59	23.60	1
PANASONIC	16	6.40	6
HITACHI	32	12.80	4
SANYO	6	2.40	8
MITSUBISHI	13	5.20	7
LG	32	12.80	4
SONY	1	0.40	9
อื่นๆ	36	14.40	3
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ : อื่นๆ คือ ไม่ทราบ ไม่ได้สังเกต และไม่ได้ใส่ใจ

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมียี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำคือ อิเล็กโทรลักซ์ ร้อยละ 23.60 รองลงมามียี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำคือ ซัมซุง ร้อยละ 22.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบ  
หยอดเหรียญ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ  
การเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีความ สวยงามทันสมัย	16 (6.40)	114 (45.60)	91 (36.40)	26 (10.40)	3 (1.20)	3.46 -10- (ปานกลาง)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งาน ง่าย	80 (32.00)	134 (53.60)	32 (12.80)	3 (1.20)	1 (0.40)	4.16 (2) (มาก)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีฮีท ที่นำเชื้อลื้อ	31 (12.40)	97 (38.80)	105 (42.00)	16 (6.40)	1 (0.40)	3.56 (8) (มาก)
ความสะดวกของเครื่องก่อนใช้ งาน	107 (42.80)	78 (31.20)	55 (22.00)	9 (3.60)	1 (0.40)	4.12 (4) (มาก)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มี การกินเหรียญ	95 (38.00)	96 (38.40)	46 (18.40)	9 (3.60)	4 (1.60)	4.08 (5) (มาก)
เครื่องซักผ้าอยู่ในสภาพที่ พร้อมให้บริการตลอดเวลา/ไม่ ชำรุด	97 (38.80)	98 (39.20)	47 (18.80)	6 (2.40)	2 (0.80)	4.13 (3) (มาก)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมี เทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าเดิม	40 (16.00)	95 (38.00)	97 (38.80)	15 (6.00)	3 (1.20)	3.62 (7) (มาก)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมี จำนวนเพียงพอไม่ต้องรอนาน	74 (29.60)	112 (44.80)	51 (20.40)	11 (4.40)	2 (0.80)	3.98 (6) (มาก)
การซักแต่ละครั้งใช้เวลาไม่ เกิน 30 นาที	41 (16.40)	83 (33.20)	94 (37.60)	27 (10.80)	5 (2.00)	3.51 (9) (มาก)
เสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่ น่าพอใจ	125 (50.00)	68 (27.20)	45 (18.00)	8 (3.20)	4 (1.60)	4.21 (1) (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.88 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ระดับมากเรียงตามลำดับคือ เสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานง่าย เครื่องซักผ้าอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการตลอดเวลา/ไม่ชำรุด ความสะอาดของเครื่องก่อนใช้งาน เครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มีการกินเหรียญ เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอไม่ต้องรอนาน เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าเดิม เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีฮีทที่นำเชื้อถือ การซักแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที และเครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีความสวยงามทันสมัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	86 (34.40)	116 (46.40)	37 (14.80)	9 (3.60)	2 (0.80)	4.10 (มาก)
ราคาค่าบริการต่ำกว่าการใช้บริการจากร้านซักอบรีด	42 (16.80)	106 (42.40)	87 (34.80)	14 (5.60)	1 (0.40)	3.70 (มาก)
มีการติดป้ายบอกราคาราคาค่าบริการที่ชัดเจน	79 (31.60)	115 (46.00)	50 (20.00)	5 (2.00)	1 (0.40)	4.06 (มาก)
ราคาค่าบริการคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงตาม สภาวะเศรษฐกิจ	55 (22.00)	108 (43.20)	69 (27.60)	11 (4.40)	7 (2.80)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.91 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมากเรียงตามลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การติดป้ายบอกราคาราคาค่าบริการที่ชัดเจน ราคาค่าบริการคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจ และราคาค่าบริการต่ำกว่าการใช้บริการจากร้านซักอบรีด

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ให้บริการใกล้ที่พัก อาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	113 (45.20)	105 (42.00)	28 (11.20)	2 (0.80)	2 (0.80)	4.30 (มาก)
ตั้งอยู่บริเวณที่มีที่จอดรถ สะดวกสบาย	58 (23.20)	110 (44.00)	73 (29.20)	6 (2.40)	3 (1.20)	3.86 (มาก)
ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ของสถานที่	56 (22.40)	106 (42.40)	82 (32.80)	6 (2.40)	0 (0.00)	3.85 (มาก)
ความสะอาดของสถานที่	75 (30.00)	99 (39.60)	70 (28.00)	6 (2.40)	0 (0.00)	3.97 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีบริเวณที่ ลูกค้าสามารถนั่งรอได้	49 (19.60)	100 (40.00)	77 (30.80)	22 (8.80)	2 (0.80)	3.69 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีบรรยากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ ลูกค้านั่งรอได้	52 (20.80)	92 (36.80)	80 (32.00)	21 (8.40)	5 (2.00)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.89 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดเรียงตามลำดับ  
คือ สถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน ความสะอาดของสถานที่ ตั้งอยู่บริเวณที่มีที่  
จอดรถสะดวกสบาย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ สถานที่ให้บริการมีบริเวณที่ลูกค้า  
สามารถนั่งรอได้ สถานที่ให้บริการมีบรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้านั่งรอได้

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีแผ่นพับใบปลิว ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ ต่างๆ	6 (2.40)	44 (17.60)	111 (44.40)	74 (29.60)	15 (6.00)	2.81 (ปานกลาง)
มีป้ายโฆษณา/ป้ายผ้า	9 (3.60)	74 (29.60)	109 (43.60)	50 (20.00)	8 (3.20)	3.10 (ปานกลาง)
มีแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ อย่างชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจ ง่าย	53 (21.20)	111 (44.40)	68 (27.20)	14 (5.60)	4 (1.60)	3.78 (มาก)
มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ศูนย์บริการ หรือเจ้าของผู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน	43 (17.20)	104 (41.60)	78 (31.20)	21 (8.40)	4 (1.60)	3.64 (มาก)
มีการบอกเล่าแบบปากต่อปาก จากผู้ที่เคยใช้บริการ	28 (11.20)	78 (31.20)	109 (43.60)	30 (12.00)	5 (2.00)	3.38 (ปานกลาง)
มีพนักงานคอยแนะนำ วิธีการใช้เมื่อมีข้อสงสัย	10 (4.00)	60 (24.00)	96 (38.40)	51 (20.40)	33 (13.20)	2.85 (ปานกลาง)
มีระบบสมาชิกและสามารถ สะสมการใช้เพื่อรับส่วนลด หรือของสมนาคุณ	19 (7.60)	71 (28.40)	87 (34.80)	43 (17.20)	30 (12.00)	3.02 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.23

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากเรียงตามลำดับคือ การมีแผนป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน ส่วนเรื่องที่ทำให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการบอกเล่าแบบปากต่อปากจากผู้ที่เคยใช้บริการ มีป้ายโฆษณา/ป้ายผ้า มีระบบสมาชิกและสามารถสะสมการใช้ เพื่อรับส่วนลดหรือของสมนาคุณ มีพนักงานคอยแนะนำวิธีการใช้เมื่อมีข้อสงสัย และมีแผนพับใบปลิวประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัย ด้านเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีรายได้ไม่พอที่จะซื้อเครื่องซักผ้า	22 (8.80)	59 (23.60)	89 (35.60)	63 (25.20)	17 (6.80)	3.02 (ปานกลาง)
ค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคา การให้บริการเครื่องซักผ้าแบบ หยอดเหรียญ	21 (8.40)	59 (23.60)	104 (41.60)	49 (19.60)	17 (6.80)	3.07 (ปานกลาง)
สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายใน การซักผ้าแต่ละเดือนได้	30 (12.00)	92 (36.80)	90 (36.00)	27 (10.80)	11 (4.40)	3.41 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.17 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจทุกเรื่องในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ เรื่องสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการซักผ้าแต่ละเดือนได้ ค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคาการให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ และรายได้ไม่พอที่จะซื้อเครื่องซักผ้า



ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัย ด้านสังคมและวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
บุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พัก โดยรอบแนะนำให้ใช้บริการ	10 (4.00)	67 (26.80)	115 (46.00)	47 (18.80)	11 (4.40)	3.07 (ปานกลาง)
การซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลา ในการทำงานมากเกินไป	47 (18.80)	96 (38.40)	83 (33.20)	18 (7.20)	6 (2.40)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในระดับมากเรียงตามลำดับคือ เรื่อง การซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลาในการทำงานมากเกินไป ส่วนเรื่องที่ทำให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่บุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พักโดยรอบแนะนำให้ใช้บริการ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ต้องทำงานจึงไม่มีเวลาซัก เสื้อผ้าด้วยตนเอง	65 (26.00)	108 (43.20)	60 (24.00)	14 (5.60)	3 (1.20)	3.87 (มาก)
เสื้อผ้าที่ซั้มีจำนวนมาก ไม่ สามารถซักเองได้ทั้งหมด	53 (21.20)	119 (47.60)	51 (20.40)	21 (8.40)	6 (2.40)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.82 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลทุกเรื่องในระดับมากเรียงตามลำดับคือ ต้องทำงานจึงไม่มีเวลาซักเสื้อผ้าด้วยตนเอง และเสื้อผ้าที่ซั้มีจำนวนมาก ไม่สามารถซักเองได้ทั้งหมด

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง	40 (16.00)	109 (43.60)	78 (31.20)	17 (6.80)	6 (2.40)	3.64 (มาก)
คิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องสะดวกกว่าการซักด้วยมือ	11 (4.40)	73 (29.20)	109 (43.60)	44 (17.60)	13 (5.20)	3.10 (ปานกลาง)
คิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสื้อผ้าจะไม่สูญหาย	33 (13.20)	80 (32.00)	110 (44.00)	22 (8.80)	5 (2.00)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.39

โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาในระดับมากเรียงตามลำดับคือ เรื่องเมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ส่วนเรื่องที่ทำให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องสะดวกกว่าการซักด้วยมือ และคิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสื้อผ้าจะไม่สูญหาย

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนผสมการตลาด 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ปัจจัยย่อยของ ส่วนผสมการตลาด	ระดับความสำคัญ					อันดับที่ (ปัจจัย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	113 45.20	105 42.00	28 11.20	2 0.80	2 0.80	1 (ด้านสถานที่)
เสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ	125 50.00	68 27.20	45 18.00	8 3.20	4 1.60	2 (ด้านผลิตภัณฑ์)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานง่าย	80 32.00	134 53.60	32 12.80	3 1.20	1 0.40	3 (ด้านผลิตภัณฑ์)
เครื่องซักผ้าอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการตลอดเวลา/ไม่ชำรุด	97 38.80	98 39.20	47 18.80	6 2.40	2 0.80	4 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ความสะอาดของเครื่องก่อนใช้งาน	107 42.80	78 31.20	55 22.00	9 3.60	1 0.40	5 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	86 34.40	116 46.40	37 14.80	9 3.60	2 0.80	6 (ด้านราคา)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มีการกินเหรียญ	95 38.00	96 38.40	46 18.40	9 3.60	4 1.60	7 (ด้านผลิตภัณฑ์)
มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	79 31.60	115 46.00	50 20.00	5 2.00	1 0.40	8 (ด้านราคา)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอไม่ต้องรอนาน	74 29.60	112 44.80	51 20.40	11 4.40	2 0.80	9 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ความสะอาดของสถานที่	75 30.00	99 39.60	70 28.00	6 2.40	0 0.00	10 (ด้านสถานที่)

หมายเหตุ : - จากตารางที่ 24-31 เมื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย แล้วพบว่าปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ปรากฏดังตารางที่ 31

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัย 10 อันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ เครื่องซักผ้าที่

ให้บริการใช้งานง่าย เครื่องซักผ้าอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการตลอดเวลา/ไม่ชำรุด ความสะอาดของเครื่องก่อนใช้งาน ปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มีการกินเหรียญ ปัจจัยด้านราคาเรื่องมีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอไม่ต้องรอนาน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องความสะดวกของสถานที่

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักผ้าไม่สะอาด	37 (14.80)	88 (35.20)	97 (38.80)	27 (10.80)	1 (0.40)	3.53 (มาก)
เครื่องซักผ้าชำรุดไม่พร้อมให้บริการ	24 (9.60)	77 (30.80)	105 (42.00)	37 (14.80)	7 (2.80)	3.30 (ปานกลาง)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก	38 (15.20)	88 (35.20)	92 (36.80)	30 (12.00)	2 (0.80)	3.52 (มาก)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานยาก	12 (4.80)	81 (32.40)	100 (40.00)	51 (20.40)	6 (2.40)	3.17 (ปานกลาง)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการกินเหรียญ	25 (10.00)	76 (30.40)	82 (32.80)	50 (20.00)	17 (6.80)	3.17 (ปานกลาง)
เครื่องซักผ้าตั้งไม่เป็นระเบียบและมีสายไฟฟ้าวางอยู่บริเวณโดยรอบ ทำให้รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อใช้บริการ	24 (9.60)	61 (24.40)	89 (35.60)	53 (21.20)	23 (9.20)	3.04 (ปานกลาง)
เครื่องซักผ้าค่ามาก	28 (11.20)	71 (28.40)	94 (37.60)	40 (16.00)	17 (6.80)	3.21 (ปานกลาง)
ไม่มีบริการให้แลกเหรียญเพื่อใช้งาน	38 (15.20)	91 (36.40)	90 (36.00)	24 (9.60)	7 (2.80)	3.52 (มาก)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เสื้อผ้าชำรุดเสียหายจากการใช้ บริการ	37 (14.80)	62 (24.80)	88 (35.20)	49 (19.60)	14 (5.60)	3.24 (ปานกลาง)
เสื้อผ้าสูญหาย	36 (14.40)	36 (14.40)	73 (29.20)	61 (24.40)	44 (17.60)	2.84 (ปานกลาง)
ยี่ห้อเครื่องซักผ้าที่ให้บริการ ไม่รู้จัก ทำให้เกิดความไม่ มั่นใจที่จะใช้บริการ	14 (5.60)	37 (14.80)	125 (50.00)	59 (23.60)	15 (6.00)	2.90 (ปานกลาง)
เครื่องมีจำนวนน้อยแต่มีคนใช้ บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องรอคิว	26 (10.40)	65 (26.00)	111 (44.40)	44 (17.60)	4 (1.60)	3.26 (ปานกลาง)
ไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่าง ชัดเจนทำให้ใช้งานยาก	25 (10.00)	67 (26.80)	110 (44.00)	38 (15.20)	10 (4.00)	3.24 (ปานกลาง)
เครื่องซักผ้าไม่ทันสมัย	15 (6.00)	56 (22.40)	132 (52.80)	37 (14.80)	10 (4.00)	3.12 (ปานกลาง)
การตัดเวลาของเครื่องซักผ้า เร็วกว่าที่แสดงผลไว้ในหน้าจอ ทำให้รู้สึกว่าคุณเอาเปรียบ	22 (8.80)	61 (24.40)	118 (47.20)	44 (17.60)	5 (2.00)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.22

โดยให้ความสำคัญต่อปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเรียงตามลำดับคือ  
เรื่องเครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักไม่สะอาด เครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก และไม่มีบริการให้แลก

เหรียญเพื่อใช้งาน ส่วนเรื่องที่ทำให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เครื่องซักผ้าชำรุดไม่พร้อมให้บริการ เครื่องมีจำนวนน้อยแต่มีคนใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้ต้องรอคิว เสื้อผ้าชำรุดเสียหายจากการใช้บริการ ไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนทำให้ใช้งานยาก เครื่องซักผ้าเก่ามาก การตัดเวลาของเครื่องซักผ้าเร็วกว่าที่แสดงผลไว้ในหน้าจอ ทำให้รู้สึกว่าคุณเอเปรียบ เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานยาก เครื่องซักผ้าที่ให้บริการกินเหรียญ เครื่องซักผ้าไม่ทันสมัย เครื่องซักผ้าตั้งไม่เป็นระเบียบ และมีสายไฟฟ้าวางอยู่บริเวณโดยรอบ ทำให้รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อใช้บริการ ยี่ห้อเครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่รู้จักร ทำให้เกิดความไม่มั่นใจที่จะใช้บริการ เสื้อผ้าสูญหาย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาค่าบริการไม่เหมาะสม	17 (6.80)	57 (22.80)	124 (49.60)	46 (18.40)	6 (2.40)	3.13 (ปานกลาง)
ไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	20 (8.00)	66 (26.40)	100 (40.00)	45 (18.00)	19 (7.60)	3.09 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.11 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.11

โดยให้ความสำคัญต่อปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาทุกเรื่องในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ เรื่องราคาค่าบริการไม่เหมาะสม และ ไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ตั้งอยู่ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก	36 (14.40)	69 (27.60)	78 (31.20)	52 (20.80)	15 (6.00)	3.24 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ ไม่เรียบร้อย	27 (10.80)	86 (34.40)	84 (33.60)	39 (15.60)	14 (5.60)	3.29 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถคับแคบทำให้ การใช้บริการไม่สะดวก	18 (7.20)	82 (32.80)	97 (38.80)	46 (18.40)	7 (2.80)	3.23 (ปานกลาง)
ไม่มีที่จอดรถ	34 (13.60)	75 (30.00)	91 (36.40)	35 (14.00)	15 (6.00)	3.31 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.27

โดยให้ความสำคัญต่อปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องในระดับ  
ปานกลางเรียงตามลำดับคือ ไม่มีที่จอดรถ สถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ไม่เรียบร้อย ตั้งอยู่  
ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก สถานที่จอดรถคับแคบทำให้การใช้บริการไม่สะดวก



ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่มีการโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ที่ดี	12 (4.80)	59 (23.60)	128 (51.20)	39 (15.60)	12 (4.80)	3.08 (ปานกลาง)
ไม่มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ศูนย์บริการ	14 (5.60)	79 (31.60)	101 (40.40)	45 (18.00)	11 (4.40)	3.16 (ปานกลาง)
ไม่ทราบว่ามีเครื่องซักผ้าแบบ หยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง	24 (9.60)	82 (32.80)	93 (37.20)	33 (13.20)	18 (7.20)	3.24 (ปานกลาง)
แผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ไม่ ชัดเจน และเข้าใจง่ายได้ยาก	19 (7.60)	78 (31.20)	103 (41.20)	40 (16.00)	10 (4.00)	3.22 (ปานกลาง)
ไม่มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน	14 (5.60)	84 (33.60)	98 (39.20)	35 (14.00)	19 (7.60)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.17 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17

โดยให้ความสำคัญต่อปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ ไม่ทราบว่ามีเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง แผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ไม่ชัดเจน และเข้าใจง่ายได้ยาก ไม่มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ ไม่มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน และไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของของปัญหาย่อยของส่วนผสม การตลาด 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาย่อยของ ส่วนผสมการตลาด	ระดับความสำคัญ					อันดับที่ (ปัจจัย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการซัก ไม่สะอาด	37 14.80	88 35.20	97 38.80	27 10.80	1 0.40	1 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ไม่มีบริการให้แลกเปลี่ยนเหรียญเพื่อ ใช้งาน	38 15.20	91 36.40	90 36.00	24 9.60	7 2.80	2 (ด้านผลิตภัณฑ์)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการ สกปรก	38 15.20	88 35.20	92 36.80	30 12.00	2 0.80	2 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ไม่มีที่จอดรถ	34 13.60	75 30.00	91 36.40	35 14.00	15 6.00	4 (ด้านสถานที่)
เครื่องซักผ้าชำรุดไม่พร้อม ให้บริการ	24 9.60	77 30.80	105 42.00	37 14.80	7 2.80	5 (ด้านผลิตภัณฑ์)
สถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ ไม่เรียบร้อย	27 10.80	86 34.40	84 33.60	39 15.60	14 5.60	6 (ด้านสถานที่)
เครื่องมีจำนวนน้อยแต่มีคนใช้ บริการเป็นจำนวนมากทำให้ ต้องรอกิว	26 10.40	65 26.00	111 44.40	44 17.60	4 1.60	7 (ด้านผลิตภัณฑ์)
เสื้อผ้าชำรุดเสียหายจากการใช้ บริการ	37 14.80	62 24.80	88 35.20	49 19.60	14 5.60	8 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่าง ชัดเจนทำให้ใช้งานยาก	25 10.00	67 26.80	110 44.00	38 15.20	10 4.00	8 (ด้านผลิตภัณฑ์)
ตั้งอยู่ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก	36 14.40	69 27.60	78 31.20	52 20.80	15 6.00	8 (ด้านสถานที่)
ไม่ทราบว่าเครื่องซักผ้าแบบ หยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง	24 9.60	82 32.80	93 37.20	33 13.20	18 7.20	8 (ด้านการ ส่งเสริม การตลาด)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัญหาด้านต่างๆ 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักไม่สะอาด ไม่มีบริการให้แลกเปลี่ยนเหรียญเพื่อใช้งาน เครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องไม่มีที่จอดรถ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเครื่องซักผ้าชำรุดไม่พร้อมให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ไม่เรียบร้อย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องเครื่องมีจำนวนน้อยแต่มีคนใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้ต้องรอคิว เสื้อผ้าชำรุดเสียหายจากการใช้บริการ ไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนทำให้ใช้งานยาก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องตั้งอยู่ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องไม่ทราบว่าเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการของผู้ใช้บริการเรื่องที่พักแบบหอพักหรือบ้านตามสถานที่พักอาศัย  
 ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของการเคยหรือไม่เคยใช้บริการร้านซัก อบ รีด จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

การเคยหรือไม่เคยใช้บริการ ร้านซัก อบ รีด	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
เคย และปัจจุบันยังใช้บริการอยู่	31	36.90 / 2	83	59.29 / 1	17	68.00 / 1	0	0.00	0	0.00
เคย แต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการไปแล้ว	39	46.43 / 1	47	33.57 / 2	8	32.00 / 2	0	0.00	0	0.00
ไม่เคยใช้บริการ	14	16.67 / 3	10	7.14 / 3	0	0.00	1	100.00 / 1	1	100.00 / 1
รวม	84	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00	1	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านซัก อบ รีดคือเคยใช้ แต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการไปแล้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.43 รองลงมาคือเคยใช้ และปัจจุบันก็ยังใช้บริการอยู่ คิดเป็นร้อยละ 36.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือเคยใช้ และปัจจุบันก็ยังใช้บริการอยู่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.29 รองลงมาคือเคยใช้ แต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 33.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือเคยใช้ และปัจจุบันก็ยังใช้บริการอยู่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือเคยใช้ แต่ปัจจุบันเลิกใช้บริการไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 32.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านซัก อบ รีดคือไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการ ร้านซัก อบ รีด	สถานที่พักอาศัย											
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ			หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า			บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง			อื่นๆ		
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
ไม่มีเวลาซักผ้าเอง	56	25.93 / 1	105	25.49 / 1	15	22.73 / 1	1	20.00 / 1				
ค่าบริการถูก/ไม่แพง	20	9.26 / 5	34	8.25 / 5	10	15.15 / 3	1	20.00 / 1				
สะดวก รวดเร็ว	50	23.15 / 2	94	22.82 / 2	15	22.73 / 1	1	20.00 / 1				
ที่บ้าน ไม่มีเครื่องซักผ้า	6	2.78 / 8	16	3.88 / 8	2	3.03 / 7	0	0.00				
อยู่ใกล้ที่พัก	30	13.89 / 3	55	13.35 / 4	7	10.61 / 5	1	20.00 / 1				
มีการบริการที่ดีและประทับใจ	7	3.24 / 7	23	5.58 / 6	2	3.03 / 7	1	20.00 / 1				
ซักได้สะอาด และรีดผ้าได้เรียบ กว่าทำเอง	16	7.41 / 6	23	5.58 / 6	6	9.09 / 6	0	0.00				
ไม่ต้องการซัก/รีดผ้าด้วยตนเอง	29	13.43 / 4	59	14.32 / 3	8	12.12 / 4	0	0.00				
ไม่มีเวลาซักผ้าเอง	2	0.93 / 9	3	0.73 / 9	1	1.52 / 9	0	0.00				
รวม	216	100.00	412	100.00	66	100.00	5	100.00				

หมายเหตุ : - คอบยได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

- อื่นๆ คือ เป็นผู้ใช้บริการ และพนักงานไม่แห้ง

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีเหตุผลหลักที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือไม่มีเวลาซักผ้าเอง คิดเป็นร้อยละ 25.93 เหตุผลรองลงมาคือ สะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 23.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีเหตุผลหลักที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือไม่มีเวลาซักผ้าเอง คิดเป็นร้อยละ 25.49 เหตุผลรองลงมาคือ สะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 22.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีเหตุผลหลักที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือไม่มีเวลาซักผ้าเอง และสะดวกรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 22.73 เท่ากัน เหตุผลรองลงมาคือ ค่าบริการถูก/ไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 15.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีเหตุผลหลักที่ตัดสินใจใช้บริการร้านซัก อบ รีด คือ ไม่มีเวลาซักผ้าเอง ค่าบริการถูก/ไม่แพง สะดวกรวดเร็ว อยู่ใกล้ที่พัก และมีการบริการที่ดีและประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซัก โดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญจุ่มแนกตามสถานที่พักอาศัย

เหตุผลที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย											
	บ้านของบิดา มารดา /ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม		อื่นๆ					
	จำนวน	ร้อยละ / ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ / ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ / ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ / ลำดับที่				
ไม่มีเวลาซักตัวเอง	45	22.17 / 2	88	22.17 / 1	11	18.97 / 2	0	0.00				
ค่าบริการถูกกว่าส่งร้านซักรีด	14	6.90 / 6	57	14.36 / 4	5	8.62 / 4	1	25.00 / 1				
สะดวกรวดเร็ว	48	23.65 / 1	72	18.14 / 2	9	15.52 / 3	1	25.00 / 1				
สามารถใช้บริการในเวลาใดก็ได้ที่สะดวก	36	17.73 / 3	63	15.87 / 3	15	25.86 / 1	1	25.00 / 1				
อยู่ใกล้ที่พัก	22	10.84 / 5	55	13.85 / 5	5	8.62 / 4	0	0.00				
เสื้อผ้าเมอะปนกับผู้ใช้บริการรายอื่น	24	11.82 / 4	44	11.08 / 6	11	18.97 / 2	1	25.00 / 1				
ที่บ้านไม่มีเครื่องซักผ้า	8	3.94 / 7	13	3.27 / 7	1	1.72 / 7	0	0.00				
อื่นๆ	6	2.96 / 8	5	1.26 / 8	1	1.72 / 7	0	0.00				
<b>รวม</b>	<b>203</b>	<b>100.00</b>	<b>397</b>	<b>100.00</b>	<b>58</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>				

หมายเหตุ : - คอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

-อื่นๆ คือ เมื่อไม่มีเงินส่งซัก ต้องรีบซักเพราะรีบใช้งาน เครื่องซักผ้าที่บ้านเสีย รานซักรีดปิด



จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีเหตุผลหลักที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือ สะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 23.65 เหตุผลรองลงมาคือไม่มีเวลาซักผ้าเอง คิดเป็นร้อยละ 22.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีเหตุผลหลักที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือไม่มีเวลาซักผ้าเอง คิดเป็นร้อยละ 22.17 เหตุผลรองลงมาคือ สะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 18.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีเหตุผลหลักที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือ สามารถใช้บริการในเวลาใดก็ได้ที่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 25.86 เหตุผลรองลงมาคือไม่มีเวลาซักผ้าเอง และเสื้อผ้าไม่ปะปนกับผู้ใช้บริการรายอื่น คิดเป็นร้อยละ 18.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีเหตุผลหลักที่นำเสื้อผ้าไปซักโดยใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือ ค่าบริการถูกกว่าส่งร้านซักรีด สะดวก รวดเร็ว สามารถใช้บริการในเวลาใดก็ได้ที่สะดวก และเสื้อผ้าไม่ปะปนกับผู้ใช้บริการรายอื่น คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องจักรที่ผ่านยอดเหรียญที่นิยมใช้บริการ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

รูปแบบของเครื่องจักร แบบหยอดเหรียญ ที่นิยมใช้บริการ	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา มารดา/ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่		
แบบฝาปิดด้านบน	43	51.19 / 1	90	64.29 / 1	12	48.00 / 1	1	100.00 / 1		
แบบฝาเปิดด้านบน	11	13.10 / 3	8	5.71 / 3	2	8.00 / 3	0	0.00		
แบบใดก็ได้	30	35.71 / 2	42	30.00 / 2	11	44.00 / 2	0	0.00		
รวม	84	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00		



จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ นิยมรูปแบบการใช้บริการของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เป็นแบบฝาเปิดด้านบนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.19 รองลงมาคือ แบบใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 35.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า นิยมรูปแบบการใช้บริการของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เป็นแบบฝาเปิดด้านบนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมาคือ แบบใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 30.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง นิยมรูปแบบการใช้บริการของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เป็นแบบฝาเปิดด้านบนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ แบบใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 44.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ นิยมรูปแบบการใช้บริการของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เป็นแบบฝาเปิดด้านบน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ที่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ความรู้โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	34	40.48 / 1	47	33.57 / 2	11	44.00 / 1	0	0.00		
1 ครั้งต่อสัปดาห์	24	28.57 / 3	64	45.71 / 1	6	24.00 / 3	1	100.00 / 1		
2 ครั้งต่อสัปดาห์	25	29.76 / 2	23	16.43 / 3	7	28.00 / 2	0	0.00		
3 ครั้งต่อสัปดาห์	1	1.19 / 4	4	2.86 / 4	1	4.00 / 4	0	0.00		
4 ครั้งต่อสัปดาห์	0	0.00	1	0.71 / 5	0	0.00	0	0.00		
มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	0	0.00	1	0.71 / 5	0	0.00	0	0.00		
รวม	84	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00		

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.48 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 29.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 33.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

จำนวนชิ้นของเสื้อผ้าที่นำไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา มารดา /ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ลำดับที่		
น้อยกว่า 5 ชิ้น	8	9.52 / 4	4	2.86 / 5	0	0.00	0	0.00		
5 - 10 ชิ้น	30	35.71 / 1	27	19.29 / 3	8	32.00 / 1	0	0.00		
11 - 15 ชิ้น	29	34.52 / 2	51	36.43 / 1	4	16.00 / 4	0	0.00		
16 - 20 ชิ้น	12	14.29 / 3	38	27.14 / 2	7	28.00 / 2	1	100.00 / 1		
20 ชิ้นขึ้นไป	5	5.95 / 5	20	14.29 / 4	6	24.00 / 3	0	0.00		
รวม	84	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00		

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ นำเสื้อผ้าไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญจำนวน 5 – 10 ชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ จำนวน 11 – 15 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 34.52

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า นำเสื้อผ้าไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญจำนวน 11 – 15 ชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.43 รองลงมาคือ จำนวน 16 – 20 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 27.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง นำเสื้อผ้าไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญจำนวน 5 – 10 ชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ จำนวน 16 – 20 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 28.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ นำเสื้อผ้าไปซักโดยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญจำนวน 16 – 20 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ เครื่องซักผ้า แบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย											
	บ้านของบิดา		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง		อื่นๆ					
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
09.00 – 12.00 น.	16	19.05 / 3	29	20.71 / 2	8	32.00 / 1	0	0.00	0	0.00	0	0.00
12.01 – 15.00 น.	7	8.33 / 5	20	14.29 / 4	4	16.00 / 3	0	0.00	0	0.00	0	0.00
15.01 – 18.00 น.	18	21.43 / 2	14	10.00 / 5	4	16.00 / 3	0	0.00	0	0.00	0	0.00
18.01 – 21.00 น.	35	41.67 / 1	51	36.43 / 1	3	12.00 / 5	1	100.00 / 1	0	0.00	1	100.00 / 1
หลังเวลา 21.00 น. ถึงก่อน 09.00 น.	8	9.52 / 4	26	18.57 / 3	6	24.00 / 2	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	84	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00	1	100.00	1	100.00



จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิณฑามารดา/ญาติ นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 15.01 - 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.43 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 09.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลา 09.00 – 12.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.00 น. ถึงก่อนเวลา 09.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ยินยอมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

วันที่ยินยอมใช้บริการเครื่องซักผ้า แบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย														
	บ้านของบิดา			หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า			บ้าน/คอนโดมิเนียม			อื่นๆ					
	มารดา / ญาติ			จำนวน			ร้อยละ			จำนวน			ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
วันอาทิตย์	39	31.97 / 1	62	28.18 / 2	14	34.15 / 1	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
วันจันทร์	4	3.28 / 7	6	2.73 / 6	1	2.44 / 6	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
วันอังคาร	6	4.92 / 6	5	2.27 / 7	1	2.44 / 6	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
วันพุธ	11	9.02 / 5	29	13.18 / 3	3	7.32 / 4	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
วันพฤหัสบดี	3	2.46 / 8	4	1.82 / 8	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
วันศุกร์	15	12.30 / 3	23	10.45 / 4	3	7.32 / 4	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
วันเสาร์	30	24.59 / 2	70	31.82 / 2	10	24.39 / 2	1	100.00 / 1	0	0.00	0	0.00			
อื่นๆ	14	11.48 / 4	21	9.55 / 3	9	21.95 / 3	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
รวม	122	100.00	220	100.00	41	100.00	1	100.00	1	100.00	1	100.00			

หมายเหตุ : - คอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

- อื่นๆ คือ แล้วยกต่าง/สะดวก ไม่แน่นอน แล้วยกแต่ความจำเป็น และไม่สามารถระบุได้

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในวันอาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.97 รองลงมาคือ วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 24.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในวันเสาร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 28.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในวันอาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.15 รองลงมาคือวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 24.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญร่วมกัน จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

บุคคลที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้า แบบหยอดเหรียญร่วมกัน	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
ไปเอง	52	61.90 / 1	101	72.14 / 1	17	68.00 / 1	0	0.00	0	0.00
ไปกับเพื่อน	25	29.76 / 2	34	24.29 / 2	2	8.00 / 3	1	100.00 / 1	1	100.00 / 1
ไปกับญาติพี่น้อง	4	4.76 / 3	0	0.00	1	4.00 / 4	0	0.00	0	0.00
ไปกับสามี / ภรรยา / แฟน	3	3.57 / 4	4	2.86 / 3	5	20.00 / 2	0	0.00	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00	1	0.71 / 4	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ :อื่น คือเพื่อนผู้ร่วมงาน

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ นิยมไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญโดยการไปเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาคือไปกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 29.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า นิยมไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญโดยการไปเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.14 รองลงมาคือไปกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 24.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง นิยมไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญโดยการไปเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือไปกับสามี/ภรรยา/แฟน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ นิยมไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญโดยการไปกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	54	64.29 / 1	111	79.29 / 1	15	60.00 / 1	1	100.00 / 1		
เพื่อน	17	20.24 / 2	26	18.57 / 2	4	16.00 / 3	0	0.00		
ญาติพี่น้อง	9	10.71 / 3	1	0.71 / 3	1	4.00 / 4	0	0.00		
สามี / ภรรยา / แฟน	2	2.38 / 4	1	0.71 / 3	5	20.00 / 2	0	0.00		
อื่นๆ	2	2.38 / 4	1	0.71 / 3	0	0.00	0	0.00		
<b>รวม</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ก็คือแถวเตาโอกาส มารดา และบิดา

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมาคือ มีเพื่อนเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 20.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.29 รองลงมาคือ มีเพื่อนเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 18.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือมีสามี/ภรรยา/แฟน เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของบริเวณที่ไปใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญร้อยละสูงสุด จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

บริเวณที่ไปใช้บริการ เครื่องซักผ้า แบบหยอดเหรียญร้อยละสูงสุด	สถานที่พักอาศัย											
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ			หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า			บ้าน/คอนโดมิเนียม			อื่นๆ		
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่
เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ภายในบริเวณที่พัก	28	33.33 / 2	61.43 / 1	86	61.43 / 1	5	20.00 / 3	1	100.00 / 1			
เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ใกล้ที่พัก	45	53.57 / 1	34.29 / 2	48	34.29 / 2	14	56.00 / 1	0	0.00			
เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ที่ตั้งอยู่ทั่วไป	10	11.90 / 3	4.29 / 3	6	4.29 / 3	6	24.00 / 2	0	0.00			
อื่นๆ	1	1.19 / 4	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00			
รวม	84	100.00	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00			

หมายเหตุ : อื่น คือ หอเพื่อน



จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญใกล้ที่พัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือ ใช้บริการภายในบริเวณที่พักคิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญภายในบริเวณที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.43 รองลงมาคือ ใช้บริการใกล้ที่พักคิดเป็นร้อยละ 34.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญบริเวณใกล้ที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่ตั้งอยู่ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ นิยมใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญภายในบริเวณที่พัก คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อหรือบุคคลที่ทำให้รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

สื่อหรือบุคคลที่ทำให้รู้จัก สถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้า แบบหยอดเหรียญ	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่		
พบเห็นเอง	67	69.07 / 1	122	70.11 / 1	19	65.52 / 1	1	100.00 / 1		
จาก เพื่อน/คนรู้จัก	26	26.80 / 2	41	23.56 / 2	10	34.48 / 2	0	0.00		
จากเจ้าของที่พัก	3	3.09 / 3	11	6.32 / 3	0	0.00	0	0.00		
จาก ใบปลิว/แผ่นพับ	1	1.03 / 4	0	0.00	0	0.00	0	0.00		
<b>รวม</b>	<b>97</b>	<b>100.00</b>	<b>174</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>		

หมายเหตุ : - ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 250

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.07 รองลงมาคือ รู้จักจากเพื่อน / คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 26.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.11 รองลงมาคือ รู้จักจากเพื่อน / คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 23.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.52 รองลงมาคือ รู้จักจากเพื่อน / คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 34.48

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ รู้จักสถานที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญแต่ละครั้ง จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ แต่ละครั้ง	สถานที่พักอาศัย									
	บ้านของบิดา		หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า		บ้านคอนโดมิเนียม		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่
20 บาท	56	66.67 / 1	107	76.43 / 1	11	44.00 / 1	0	0.00		
40 บาท	23	27.38 / 2	27	19.29 / 2	8	32.00 / 2	1	100.00 / 1		
60 บาท	4	4.76 / 3	2	1.43 / 4	5	20.00 / 3	0	0.00		
80 บาทขึ้นไป	1	1.19 / 4	4	2.86 / 3	1	4.00 / 4	0	0.00		
รวม	84	100.00	140	100.00	25	100.00	1	100.00		

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญครั้งละ 20 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ครั้งละ 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญครั้งละ 20 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.43 รองลงมาคือ ครั้งละ 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญครั้งละ 20 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ ครั้งละ 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญครั้งละ 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เด็กใช้บริการเป็นประจำ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ยี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบ หยอดเหรียญที่เด็กใช้บริการ เป็นประจำ	สถานที่พักอาศัย											
	บ้านของบิดา มารดา/ญาติ			หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า			บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง			อื่นๆ		
	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ/ ลำดับที่	ร้อยละ/ ลำดับที่
SAMSUNG	23	27.38 / 2	21.43 / 2	30	21.43 / 2	8.00 / 3	2	8.00 / 3	0	0.00	0	0.00
ELECTROLUX	24	28.57 / 1	22.14 / 1	31	22.14 / 1	16.00 / 2	4	16.00 / 2	0	0.00	0	0.00
PANASONIC	8	9.52 / 4	2.86 / 7	4	2.86 / 7	16.00 / 2	4	16.00 / 2	0	0.00	0	0.00
HITACHI	8	9.52 / 4	13.57 / 5	19	13.57 / 5	16.00 / 2	4	16.00 / 2	1	100.00 / 1	0	0.00
SANYO	3	3.57 / 7	2.14 / 8	3	2.14 / 8	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
MITSUBISHI	1	1.19 / 8	7.14 / 6	10	7.14 / 6	8.00 / 3	2	8.00 / 3	0	0.00	0	0.00
LG	6	7.14 / 6	15.00 / 4	21	15.00 / 4	20.00 / 1	5	20.00 / 1	0	0.00	0	0.00
SONY	1	1.19 / 8	0.00	0	0.00	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อื่นๆ	10	11.90 / 3	15.71 / 3	22	15.71 / 3	16.00 / 2	4	16.00 / 2	0	0.00	0	0.00
รวม	84	100.00	100.00	140	100.00	100.00	25	100.00	1	100.00	1	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ คือ ไม่ทราบ ไม่ได้สังเกต ไม่ได้ใส่ใจ

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มียี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ คือ อีเล็กโทรลักซ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ ซัมซุง คิดเป็นร้อยละ 27.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มียี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ คือ อีเล็กโทรลักซ์ คิดเป็นร้อยละ 22.14 รองลงมาคือ ซัมซุง คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มียี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ คือ แอลจี คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ อีเล็กโทรลักซ์ ฟานาโซนิค ฮิตาชิ และไมทรายี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 16.00 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มียี่ห้อของเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญที่เลือกใช้บริการเป็นประจำ คือ ฮิตาชิ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง	อื่นๆ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีความสวยงามทันสมัย	3.60 / 8 มาก	3.38 / 10 ปานกลาง	3.40 / 9 ปานกลาง	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานง่าย	4.14 / 2 มาก	4.20 / 2 มาก	3.96 / 3 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีข้อดี	3.57 / 9 มาก	3.56 / 8 มาก	3.56 / 7 มาก	3.00 / 8 ปานกลาง	3.00 / 8 ปานกลาง
ความสะดวกของเครื่องก่อนใช้งาน	4.11 / 4 มาก	4.18 / 3 มาก	3.96 / 3 มาก	2.00 / 10 น้อย	2.00 / 10 น้อย
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มีบริการเกินเหรียญ	4.07 / 5 มาก	4.10 / 5 มาก	4.00 / 2 มาก	3.00 / 8 ปานกลาง	3.00 / 8 ปานกลาง



	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา /ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.12 / 3 มาก	4.16 / 4 มาก	3.96 / 3 มาก	4.00 / 1 มาก	
เครื่องซักผ้าอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการ ตลอดเวลา/ไม่ชำรุด	3.68 / 7 มาก	3.59 / 7 มาก	3.52 / 8 มาก	4.00 / 1 มาก	
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า กว่าเดิม	3.86 / 6 มาก	4.09 / 6 มาก	3.80 / 6 มาก	4.00 / 1 มาก	
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอไม่ต้อง รอนาน	3.56 / 10 มาก	3.54 / 9 มาก	3.16 / 10 ปานกลาง	4.00 / 1 มาก	
การซักแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที	4.15 / 1 มาก	4.25 / 1 มาก	4.16 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก	
เสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ	3.89 มาก	3.91 มาก	3.75 มาก	3.60 มาก	
รวม	3.89 มาก	3.91 มาก	3.75 มาก	3.60 มาก	

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มีการกินเหรียญ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีความสวยงามทันสมัย เสื้อผ้าเครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานง่าย เครื่องซักผ้าอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการตลอดเวลา/ไม่ชำรุด เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าเดิม เครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอไม่ต้องรอนาน การซักแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที และเสื้อผ้าที่ซักแล้วสะอาดเป็นที่น่าพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการมีหยัที่น้ำเชื่อถือ และเครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่มีการกินเหรียญ (ค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านราคา	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมีเนียมของ ตนเอง	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.10 / 1 มาก	4.11 / 2 มาก	4.04 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
ราคาค่าบริการต่ำกว่าการใช้บริการจากร้านซักอบ รีด	3.60 / 4 มาก	3.76 / 4 มาก	3.68 / 3 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
มีการคิดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	3.94 / 2 มาก	4.15 / 1 มาก	4.00 / 2 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
ราคาค่าบริการคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงตาม สถานะ เศรษฐกิจ	3.67 / 3 มาก	3.87 / 3 มาก	3.56 / 4 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
รวม	3.82 มาก	3.97 มาก	3.82 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่ำกว่าการใช้บริการจากร้านซักอบรีด มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน และราคาค่าบริการคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดการเจ้าหน้าที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตาม  
สถานที่พักอาศัย

ปัจจัย ด้านช่องทางการจัดการเจ้าหน้าที่	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา /ญาติ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	อื่น ๆ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
สถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน	4.12 / 1 มาก	4.43 / 1 มาก	4.20 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก	
ตั้งอยู่บริเวณที่มีที่จอดรถสะดวกสบาย	3.85 / 3 มาก	3.84 / 4 มาก	4.00 / 2 มาก	3.00 / 5 ปานกลาง	
ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่	3.79 / 5 มาก	3.91 / 3 มาก	3.72 / 5 มาก	3.00 / 5 ปานกลาง	
ความสะดวกของสถานที่	3.94 / 2 มาก	4.04 / 2 มาก	3.72 / 5 มาก	4.00 / 1 มาก	

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางบริการจัดการจำหน่ายที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตาม  
สถานที่พักอาศัย (ต่อ)

	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / สุชาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง	อื่นๆ	
ปัจจัย ด้านช่องทางจัดการจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)
สถานที่ให้บริการมีบริเวณที่ลูกค้าสามารถนั่งรอได้	3.82 / 4 มาก	3.57 / 5 มาก	3.88 / 4 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
สถานที่ให้บริการมีบรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกให้ลูกค้านั่งรอได้	3.71 / 6 มาก	3.56 / 6 มาก	4.00 / 2 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
รวม	3.87 มาก	3.89 มาก	3.92 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านความสะดวกของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านความสะดวกของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านตั้งอยู่บริเวณที่มีที่จอดรถสะดวกสบาย และสถานที่ให้บริการมีบรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้านั่งรอได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการใกล้ที่พักอาศัย / ใกล้ที่ทำงาน ความสะดวกของสถานที่ สถานที่ให้บริการมีบริเวณที่ลูกค้าสามารถนั่งรอได้ และสถานที่ให้บริการมีบรรยากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้านั่งรอได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านตั้งอยู่บริเวณที่มีที่จอดรถสะดวกสบาย และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามสถานที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา/ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง	อื่นๆ	
มีแผนพับใบปลิวประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.00 / 6 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 2.75 / 6 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 2.44 / 7 น้อย	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 4.00 / 7 มาก	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 4.00 / 7 มาก
มีป้ายโฆษณาป้ายผ้า	3.27 / 4 ปานกลาง	3.02 / 4 ปานกลาง	2.96 / 5 ปานกลาง	4.00 / 4 มาก	4.00 / 4 มาก
มีแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนถูกต้อง และ เข้าใจง่าย	3.86 / 1 มาก	3.76 / 1 มาก	3.60 / 1 มาก	5.00 / 1 มากที่สุด	5.00 / 1 มากที่สุด
มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้กรรณิ เกิดปัญหาในการใช้งาน	3.82 / 2 มาก	3.57 / 2 มาก	3.44 / 2 ปานกลาง	4.00 / 4 มาก	4.00 / 4 มาก
มีการบอกเล่าแบบปากต่อปากจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.54 / 3 มาก	3.30 / 3 ปานกลาง	3.20 / 3 ปานกลาง	5.00 / 1 มากที่สุด	5.00 / 1 มากที่สุด



ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามสถานที่พักอาศัย (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา /ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
มีพนักงานคอยแนะนำวิธีการใช้เมื่อมีข้อสงสัย	3.00 / 6 ปานกลาง	2.71 / 7 ปานกลาง	3.04 / 4 ปานกลาง	5.00 / 1 มากที่สุด	
มีระบบสมาชิกและสามารถสะสมการใช้เพื่อรับ ส่วนลดหรือของสมนาคุณ	3.14 / 5 ปานกลาง	3.01 / 5 ปานกลาง	2.76 / 6 ปานกลาง	2.00 / 7 น้อย	
<b>รวม</b>	<b>3.38</b> ปานกลาง	<b>3.16</b> ปานกลาง	<b>3.06</b> ปานกลาง	<b>4.14</b> มาก	

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิตามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีการบอกเล่าแบบปากต่อปากจากผู้ที่เคยใช้บริการ และมีพนักงานคอยแนะนำวิธีการใช้เมื่อมีข้อสงสัย (ค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีแผ่นพับใบปลิวประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ มีป้ายโฆษณา/ป้ายผ้า และมีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตาม  
สถานที่พักอาศัย

	สถานที่พักอาศัย				
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	2.98 / 3 ปานกลาง	3.08 / 2 ปานกลาง	2.88 / 3 ปานกลาง	3.00 / 1 ปานกลาง	
มีรายได้ไม่พอที่จะซื้อเครื่องซักผ้า	3.08 / 2 ปานกลาง	3.08 / 2 ปานกลาง	3.04 / 2 ปานกลาง	2.00 / 2 น้อย	
ค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคาการใช้บริการเครื่องซัก ผ้าแบบหยอดเหรียญ	3.38 / 1 ปานกลาง	3.42 / 1 ปานกลาง	3.52 / 1 มาก	2.00 / 2 น้อย	
สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการซักผ้าแต่ละเดือนได้	3.15 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	2.33 น้อย	
รวม	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการซักผ้าแต่ละเดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคาการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการซักผ้าแต่ละเดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคาการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ และมีรายได้ไม่พอที่จะซื้อเครื่องซักผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.08 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการซักผ้าแต่ละเดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคาการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีรายได้ไม่พอที่จะซื้อเครื่องซักผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านค่าน้ำของที่พักแพงกว่าราคาการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ และสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการซักผ้าแต่ละเดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 2.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามสถานที่พักอาศัย

	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	บ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)		
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.25 / 2 ปานกลาง	2.96 / 2 ปานกลาง	3.08 / 2 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)
บุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พักโดยรอบแนะนำให้ใช้บริการ	3.65 / 1 มาก	3.60 / 1 มาก	3.80 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
การซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลาในการทำงานมากเกินไป	3.45 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	4.00 มาก	4.00 มาก
รวม					

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลาในการทำงานมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พักโดยรอบแนะนำให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลาในการทำงานมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พักโดยรอบแนะนำให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลาในการทำงานมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พักโดยรอบแนะนำให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการซักผ้าด้วยมือทำให้เสียเวลาในการทำงานมากเกินไป และบุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณที่พักโดยรอบแนะนำให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตาม  
สถานที่พักอาศัย

	สถานที่พักอาศัย			
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)
ต้องทำงานจึงไม่มีเวลาซักเสื้อผ้าด้วยตนเอง	3.81 / 1 มาก	3.90 / 1 มาก	3.92 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก
เสื้อผ้าที่ใช้มีจำนวนมาก ไม่สามารถซักเองได้ ทั้งหมด	3.70 / 2 มาก	3.79 / 2 มาก	3.88 / 2 มาก	4.00 / 1 มาก
รวม	3.76 มาก	3.84 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้าน ต้องทำงานจึงไม่มีเวลาซักเสื้อผ้าด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย ด้านเสื้อผ้าที่ใช้มีจำนวนมาก ไม่สามารถซักเองได้ทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านต้องทำงานจึง ไม่มีเวลาซักเสื้อผ้าด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเสื้อผ้าที่ใช้ มีจำนวนมาก ไม่สามารถซักเองได้ทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญ กับปัจจัยส่วนบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านต้องทำงานจึง ไม่มีเวลาซักเสื้อผ้าด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเสื้อผ้าที่ใช้ มีจำนวนมาก ไม่สามารถซักเองได้ทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านต้องทำงานจึงไม่มีเวลาซักเสื้อผ้า ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.81) และเสื้อผ้าที่ใช้มีจำนวนมาก ไม่สามารถซักเองได้ทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)



ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตาม  
สถานที่พักอาศัย

	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง	อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
ปัจจัยด้านจิตวิทยา	3.76 / 1 มาก	3.59 / 1 มาก	3.56 / 2 มาก	2.00 / 3 น้อย	
เมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้ บริการอย่างต่อเนื่อง	3.29 / 3 ปานกลาง	2.95 / 3 ปานกลาง	3.32 / 3 ปานกลาง	3.00 / 1 ปานกลาง	
คิดว่าเครื่องซักผ้าด้วยเครื่องสะดวกกว่าการซัก ด้วยมือ	3.42 / 2 ปานกลาง	3.41 / 2 ปานกลาง	3.88 / 1 มาก	3.00 / 1 ปานกลาง	
คิดว่าเครื่องซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสียค่าใช้จ่ายไม่สูญหาย	3.49 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.59 มาก	2.67 ปานกลาง	
รวม					

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านคิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสื้อผ้าจะไม่สูญหาย (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านคิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสื้อผ้าจะไม่สูญหาย (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านคิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสื้อผ้าจะไม่สูญหาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยา และวัฒนธรรมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านคิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องสะอาดกว่าการซักด้วยมือ และคิดว่าการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ เสื้อผ้าจะไม่สูญหาย (ค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเมื่อทดลองใช้บริการแล้วสะดวก จึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตาม  
สถานที่พักอาศัย

ด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง	อื่นๆ	
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักผ้าไม่สะอาด	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.51 / 2 มาก	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.64 / 1 มาก	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.00 / 5 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 4.00 / 2 มาก	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 4.00 / 2 มาก
เครื่องซักผ้าชำรุดไม่พร้อมให้บริการ	3.20 / 11 ปานกลาง	3.41 / 4 ปานกลาง	3.00 / 5 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก	3.51 / 2 มาก	3.60 / 3 มาก	3.08 / 2 ปานกลาง	4.00 / 2 มาก	4.00 / 2 มาก
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานยาก	3.26 / 8 ปานกลาง	3.13 / 11 ปานกลาง	3.04 / 4 ปานกลาง	4.00 / 2 มาก	4.00 / 2 มาก
เครื่องซักผ้าที่ให้บริการกินเหรียญ	3.29 / 6 ปานกลาง	3.14 / 10 ปานกลาง	2.84 / 11 ปานกลาง	5.00 / 1 มากที่สุด	5.00 / 1 มากที่สุด

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องสำอางค์แบบหยอดเหรียญ จำนวนตาม  
สถานที่พักอาศัย (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	อื่นๆ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
เครื่องสำอางค์ตั้งไม่เป็นระเบียบ และมีสายไฟฟ้าง อยู่บริเวณโดยรอบ ทำให้รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อใช้ บริการ	3.17 / 12 ปานกลาง	3.06 / 13 ปานกลาง	2.56 / 14 ปานกลาง	2.00 / 15 น้อย	
เครื่องสำอางค์เก่ามาก	3.32 / 5 ปานกลาง	3.23 / 7 ปานกลาง	2.76 / 13 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง	
ไม่มีบริการให้เลิกเหรียญเพื่อใช้งาน	3.52 / 6 มาก	3.61 / 2 มาก	2.96 / 8 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง	
เส้นผ่าจากรูดเสียหายจากการใช้บริการ	3.29 / 15 ปานกลาง	3.29 / 6 ปานกลาง	2.80 / 12 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง	
เส้นผ่าสูญหาย	2.92 / 14 ปานกลาง	2.85 / 14 ปานกลาง	2.48 / 15 น้อย	3.00 / 7 ปานกลาง	

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตาม  
สถานที่พักอาศัย (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ยู่ที่ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	บ้านคอนโดมิเนียม ของตนเอง ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)		
ยี่ห้อเครื่องซักผ้าที่ให้บริการไม่รู้จัก ทำให้เกิด ความไม่มั่นใจที่จะใช้บริการ	2.98 / 14 ปานกลาง	2.85 / 14 ปานกลาง	2.96 / 8 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)
	3.21 / 10 ปานกลาง	3.31 / 5 ปานกลาง	3.08 / 2 ปานกลาง	4.00 / 2 มาก	
เครื่องมีจำนวนน้อยแต่มีคนใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องรอคิว	3.24 / 9 ปานกลาง	3.19 / 8 ปานกลาง	3.40 / 1 ปานกลาง	5.00 / 1 มากที่สุด	
ไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนทำให้ ใช้งานยาก					

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามสถานที่พักอาศัย (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่พักอาศัย			
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง	อื่นๆ
เครื่องซักผ้าไม่ทันสมัย	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.17 / 12 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.11 / 12 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.00 / 5 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.00 / 7 ปานกลาง
การตัดเวลาของเครื่องซักผ้าเร็วกว่าที่แสดงผลไว้บนหน้าจอ ทำให้รู้สึกว่าเขาเปรียบ	3.35 / 4 ปานกลาง	3.16 / 9 ปานกลาง	2.96 / 8 ปานกลาง	3.00 / 7 ปานกลาง
รวม	3.26 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีบริการให้แลกเหรียญเพื่อใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักไม่สะอาด และเครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก (ค่าเฉลี่ย 3.51 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้าน เครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนทำให้ใช้งานยาก (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก และเครื่องมีจำนวนน้อย แต่มีคนใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้ต้องรอคิว (ค่าเฉลี่ย 3.08 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการกินเหรียญ และไม่มีป้ายอธิบายวิธีการใช้อย่างชัดเจนทำให้ใช้งานยาก (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านเครื่องซักผ้าที่ให้บริการซักไม่สะอาด เครื่องซักผ้าที่ให้บริการสกปรก เครื่องซักผ้าที่ให้บริการใช้งานยาก และเครื่องมีจำนวนน้อยแต่มีคนใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้ต้องรอคิว (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตาม  
สถานที่พักอาศัย

	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / ญาติ	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียม ของตนเอง	อื่นๆ	
ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.12 / 1 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.16 / 1 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 3.08 / 1 ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล) 2.00 / 2 น้อย	
ราคาค่าบริการไม่เหมาะสม	3.11 / 2 ปานกลาง	3.12 / 2 ปานกลาง	2.88 / 2 ปานกลาง	3.00 / 1 ปานกลาง	
ไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	3.11 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.50 ปานกลาง	
รวม					



จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิดามารดา/ญาติ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านราคาค่าบริการไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านราคาค่าบริการไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.16) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านราคาค่าบริการไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.08) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีการติดป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านราคาค่าบริการไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำแนกตาม  
สถานที่พักอาศัย

ด้านช่องทางการจำหน่าย	สถานที่พักอาศัย				อื่นๆ
	บ้านของบิดา มารดา / อูติ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	บ้าน/คอนโดมิเนียมของ ตนเอง ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	อื่นๆ ค่าเฉลี่ย / ลำดับที่ (แปลผล)	
ตั้งอยู่ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก	3.29 / 4 ปานกลาง	3.21 / 2 ปานกลาง	3.20 / 3 ปานกลาง	4.00 / 1 มาก	
สถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ไม่เรียบร้อย	3.31 / 3 ปานกลาง	3.34 / 1 ปานกลาง	2.96 / 4 ปานกลาง	4.00 / 1 มาก	
สถานที่จอดรถคับแคบทำให้การให้บริการไม่สะดวก	3.37 / 2 ปานกลาง	3.14 / 3 ปานกลาง	3.24 / 2 ปานกลาง	4.00 / 1 มาก	
ไม่มีที่จอดรถ	3.55 / 1 มาก	3.12 / 4 ปานกลาง	3.56 / 1 มาก	4.00 / 1 มาก	
รวม	3.38 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	4.00 มาก	

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิณฑาคารดา/ญาติ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านสถานที่จอดรถคับแคบทำให้การใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านสถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านตั้งอยู่ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านสถานที่จอดรถคับแคบทำให้การใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านตั้งอยู่ห่างไกลที่ทำงาน/ที่พัก สถานที่ให้บริการไม่สะอาด/ไม่เรียบร้อย สถานที่จอดรถคับแคบทำให้การใช้บริการไม่สะดวก และไม่มีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ จำนวนตามสถานที่พักอาศัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานที่พักอาศัย				
	บ้านของบิดา	หอพัก / บ้านเช่า / ห้องเช่า	บ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย/ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย/ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย/ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย/ลำดับที่ (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย/ลำดับที่ (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	3.18 / 4 ปานกลาง	2.99 / 5 ปานกลาง	3.24 / 1 ปานกลาง	3.00 / 4 ปานกลาง	
ไม่มีเบอร์โทรติดต่อศูนย์บริการ	3.23 / 3 ปานกลาง	3.13 / 4 ปานกลาง	3.12 / 4 ปานกลาง	3.00 / 4 ปานกลาง	
ไม่ทราบว่ามีเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญอยู่ที่ใดบ้าง	3.27 / 2 ปานกลาง	3.24 / 1 ปานกลาง	3.16 / 3 ปานกลาง	4.00 / 2 มาก	
แผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ไม่ชัดเจน และเข้าใจง่ายได้ยาก	3.32 / 1 ปานกลาง	3.16 / 3 ปานกลาง	3.20 / 2 ปานกลาง	4.00 / 2 มาก	
ไม่มีเบอร์โทรที่ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน	3.11 / 5 ปานกลาง	3.18 / 2 ปานกลาง	3.12 / 4 ปานกลาง	5.00 / 1 มากที่สุด	
รวม	3.22 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.80 มาก	

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้านบิณฑาคารดา/ญาติ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ไม่ชัดเจน และเข้าใจง่ายได้ยาก (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่ทราบว่ามีเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือหอพัก/บ้านเช่า/ห้องเช่า มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่ทราบว่ามีเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยคือบ้าน/คอนโดมิเนียมของตนเอง มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ไม่ชัดเจน และเข้าใจง่ายได้ยาก (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่พักอาศัยรูปแบบอื่นๆ มีความเห็นว่าระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่มีเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อศูนย์บริการ หรือเจ้าของตู้ กรณีเกิดปัญหาในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมาให้ความสำคัญกับปัญหาย่อยด้านไม่ทราบว่ามีเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ที่ใดบ้าง และแผ่นป้ายอธิบายวิธีการใช้ไม่ชัดเจน และเข้าใจง่ายได้ยาก (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

## ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
ควรมีป้ายแสดงว่ามีเครื่องซักผ้า หยอดเหรียญให้เห็นอย่างเด่นชัด	1
ควรมีการดูแลเรื่องความสะอาด	2
ควรมีการตรวจสอบความพร้อม ซ่อมแซม และตรวจเช็ค สภาพของเครื่องซักผ้าให้ พร้อมให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	1
ควรมีพนักงานคอยสอนแนะนำ วิธีการใช้เครื่องซักผ้า	1
ควรมีการระบุจำนวนชั้นที่เครื่องสามารถรับ ได้ให้ลูกค้าทราบ เพื่อที่จะได้ไม่ใส่ผ้าเข้าไป เกินความพอดีของเครื่อง	1
ควรมีการให้บริการเครื่องหยอดเหรียญ ผงซักฟอกในร้านด้วย	1
ราคาควรถูกกว่านี้	3
บางเครื่องมีวิธีการใช้งานยุ่งยากซับซ้อน ควรมีการเขียนวิธีใช้อย่างชัดเจนและเข้าใจ ง่าย	1
ควรมีที่ให้นั่งพักระหว่างรอ	1
รวม	12

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการที่ให้บริการเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญในเรื่องราคาควรถูกกว่านี้ มากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือควรมีการดูแลเรื่องความสะอาด