

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	12
ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค	16
ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการซัก อบ รีด	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีการรวบรวมข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	79
วิธีดำเนินการวิจัย	79
วิเคราะห์ข้อมูล	80
สรุปผลการวิจัย	80
อภิปรายผล	82
ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	95
ประวัติผู้วิจัย	99

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.2	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการซัก อบ รีด	44
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด จำแนกตามเพศ	48
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด จำแนกตามอายุ	52
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด จำแนกตามสถานภาพสมรส	56
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด จำแนกตามระดับการศึกษา	60
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	65
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีด จำแนกตามอาชีพ	70
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซัก อบ รีด จำแนกรายได้	75

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค หรือ S-R Theory	14
2.2	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย-รีดผ้า	30

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี