

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ		หน้า
2.1	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.2	แบบจำลองการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	8
2.3	แบบจำลองขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	9
3.1	สัดส่วนมูลค่าธุรกิจอาหารบริการด่วนในประเทศไทย พ.ศ. 2550	28
3.2	แสดงร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามพฤติกรรมการทานอาหาร	31
3.3	แสดงร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่ายปี 2549	32
4.1	ความสนใจในการดูแลสุขภาพของตนเองและคนในครอบครัว	51
4.2	วิธีการดูแลสุขภาพ	51
4.3	ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพที่เคยรับประทาน	52
4.4	ความถี่ในการรับประทานอาหารว่าง	53
4.5	เหตุผลในการรับประทานอาหารว่าง	53
4.6	ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างต่อมื้อ	54
4.7	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	55
4.8	ความสนใจใช้บริการร้านอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	57
5.1	โครงสร้างองค์กร	67
6.1	แผนผังการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning Map)	75
6.2	อาคารที่ใช้ในการผลิตสินค้า	85
6.3	แผนผังการจัดพื้นที่ครัวผลิตสินค้า	86
6.4	แผนผังการจัดพื้นที่ร้าน Healthy Roomy	88