

รายการรูปประกอบ

รูป		หน้า
1.1	กรอบการวิจัย (Conceptual frame work)	3
2.1	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	6
2.2	Theory of Need Gratification	7
2.3	Promotion and WOM/eWOM	9
2.4	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ร้านอาหาร	10
2.5	การออกแบบและตกแต่งร้าน	14
2.6	การลดราคา Discount	16
2.7	การจัดชุดของสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกัน แล้วนำเสนอในราคาพิเศษ	18
2.8	แสดมปี 7-Eleven	19
2.9	กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ให้ประสบการณ์ด้านความรู้สึก	23
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน H1- H14	61
5.2	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านขนมหวาน	62
6.1	การส่งผลของปัจจัยต่างๆ ต่อการเลือกใช้บริการร้านขนมหวาน	63
6.2	ระดับความสำคัญของกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้บริโภค	67
ก.1	รูปบรรยากาศร้าน (Focus group รูปที่1)	76
ก.2	รูปบรรยากาศร้าน (Focus group รูปที่2)	76