

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	การศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของ ฟิชไบน์และไอเซน	20
2.2	กรอบแนวคิดแสดงกระบวนการสื่อสารการโฆษณาแบบสองทาง	26
2.3	Stimulus Buyer's Black Box Response	30
2.4	แบบจำลองสิ่งเร้าและการตอบสนองในการวิจัยครั้งนี้.....	31
2.5	แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภคของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler)	33
2.6	กรอบสมมติฐานในการวิจัย	42