

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 แสดงกระบวนการสื่อสารทางการตลาด	12
2.2 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)	18
2.3 รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน	20
3.1 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในงานศึกษา	37