

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 โมเดลกระบวนการสื่อสารการตลาด.....	14
2.2 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค... ..	27
2.3 ระดับความเกี่ยวพันของผู้บริโภค... ..	30
2.4 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	32
3.1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา.....	49
5.1 แสดงความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญต่อเนื้อหาของการสื่อสารการตลาด กับพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา	239
5.2 แสดงความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือของการสื่อสารการตลาด กับพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา	241
5.3 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของมารดากับการให้ความสำคัญต่อ การสื่อสารการตลาดของนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี... ..	245