

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	4
2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	8