

สารบัญ

	หน้า
กิจกรรมประกาศ	ก
รายการตาราง	ง
รายการแผนภาพ	จ
บทที่	
1. บทนำ	2
2. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	4
3. ประเภทของสินค้าและกระบวนการตัดสินใจซื้อ	19
4. บทบาทของการโฆษณาต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทต่าง ๆ	26
5. ความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการวางแผนโฆษณา ศึกษาเฉพาะกรณี สินค้าชานามิ	31
6. สรุปและข้อเสนอแนะ	36
บรรณานุกรม	37
ภาคผนวก	38

สำนักหอสมุด