

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรจีน  
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Miss OU LIYUN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาธุรกิจอาเซียน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

**The relationship between marketing mix and purchasing behavior  
of Chinese herbs consumer in Bangkok**

**Miss OU LIYUN**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree Master of Business Administration  
Program in ASEAN Business , Dhurakij Pundit University  
2013**