

(ช)

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
2.1 วงจรชีวิตของแฟชั่น	10
2.2 การเปรียบเทียบวงจรชีวิตสินค้าแฟชั่นทั่วไป สินค้าคลาสสิก และสินค้าตามกระแส	11
2.3 ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์	30
2.4 องค์ประกอบของทัศนคติ	31
2.5 องค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง	32
2.6 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	36
2.7 ปริมาณการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	40
2.8 กลยุทธ์การประเมินคุณค่าตราสินค้า	41