

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปประเด็นสำคัญจากงานวิจัยด้านการศึกษาโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด.....	14
2.2	คุณสมบัติของโครงสร้างตลาดที่มีการแข่งขันประเภทต่างๆ.....	25
2.3	สรุปวิธีการศึกษาและข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	47
3.1	ยอดการใช้จ่ายด้านการโฆษณาจำแนกตามประเภทสื่อ ปี 2544 – 2546.....	55
3.2	ยอดการใช้จ่ายด้านการโฆษณาจำแนกตามประเภทสินค้าและบริการ ปี 2545 – 2546 .....	55
3.3	ยอดการใช้จ่ายด้านการโฆษณาจำแนกตามตราสินค้า ปี 2545 – 2546.....	56
3.4	เปรียบเทียบรูปแบบการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการอีเว้นท์.....	71
4.1	เปรียบเทียบผลงานและความเชี่ยวชาญพิเศษที่เป็นจุดเด่นของ CMO Pico และ Index.....	87