

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	ความสัมพันธ์ของโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาด	7
2.2	เปรียบเทียบเส้นอุปสงค์ก่อนและหลังการโฆษณา	11
2.3	การรวมตัวการผลิตและการกำหนดราคา.....	19
2.4	การร่วมมือกันตั้งราคา.....	21
3.1	โครงสร้างธุรกิจการจัดคอนเสิร์ต	42
3.2	ตำแหน่งทางการตลาดของบริษัทจัดคอนเสิร์ต (Jazz Concert Company Positioning)	62
3.3	ความสัมพันธ์ระหว่างดุลยภาพของค่าตอบแทนของศิลปินแจ๊สในตลาดโลก กับของประเทศไทย.....	75
4.1	ขอบเขตการกำหนดราคาสินค้าระหว่างช่วงราคา A และ B	84