

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 ความเชื่อมโยงของแนวคิดในการศึกษาช่องทางการตลาดหลักเส้นข้อ้อย One-Bar.....	(13)
2.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วย Porter's five forces model.....	(16)
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ (Product) ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) และส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) ...	(18)
2.4 ลักษณะเชิงระบบ (Systematic)	(21)
2.5 ระบบการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์	(23)
2.6 กรอบวิธีการศึกษา	(40)
2.7 กรอบการวิเคราะห์	(41)
2.8 กรอบคำถามคำตอบของการวิเคราะห์สำหรับผู้บริหารผลิตภัณฑ์ หลักเส้นข้อ้อย One-Bar เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย	(42)
2.9 กรอบคำถามคำตอบของการวิเคราะห์สำหรับกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ หลักเส้นข้อ้อย One-Bar เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย	(43)
3.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมหลัก	(45)
3.2 กระบวนการผลิตหลักทงยาว	(47)
3.3 ข้อต่อ(Coupler).....	(53)
3.4 เปรียบเทียบการต่อหลักแบบทาบกับการต่อแบบ Coupler.....	(54)
4.1 การวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของหลักเส้นข้อ้อย One-Bar	(61)
4.2 ขั้นตอนการจัดส่งผลิตภัณฑ์หลักเส้นข้อ้อย One-Bar	(74)
4.3 ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หลักเส้นข้อ้อย One-Bar ของ บริษัท บี อาร์ พี สตีล จำกัด	(95)
4.4 ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หลักเส้น	(96)