

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงดัชนีมูลค่าค้าปลีกทั่วประเทศ (ณ ราคาปี 2545)	2
2.1 แสดงกระบวนการทางการตลาด.....	15
2.2 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์การตลาด	18
2.3 แสดงลักษณะตลาด.....	19
2.4 แสดงปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลกระทบต่อตลาด	21
2.5 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาดสดและตลาดชุมชน	22
2.6 แสดงปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด..	24
2.7 แสดงกลยุทธ์ด้านราคา	25
2.8 แสดงการประเมินการประเมินผลการสื่อสารการตลาด.....	40
2.9 แสดงยอดขายของสินค้าที่ทำการโฆษณา	43
2.10 แสดงแบบจำลอง S-R Model.....	46
2.11 แสดงกระบวนการซื้อของผู้บริโภค.....	47
2.12 แสดงแนวคิดของการสร้างแบรนด์	62
2.13 แสดงความสัมพันธ์ร่วมของแบรนด์.....	63
2.14 แสดงการรับรู้ของผู้บริโภค.....	64
2.15 แสดงการสร้างเอกลักษณ์	68
2.16 แสดงการสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์	69
2.17 แสดงแบบจำลอง 4 R ทางการตลาด	89
2.18 แสดงรูปแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	99
2.19 แสดงแบบจำลองลำดับขั้นความต้องการของ Maslow	103
5.1 แสดงแบบจำลองลำดับขั้นความต้องการของ Maslow	153
5.2 แสดงลำดับขั้นของความต้อการตามทฤษฎีมาสโลว์	159