สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่ หน้า

1.1 กรอบทฤษฎีหรือกรอบแนวความคิดในการศึกษา..... 3
2.1 วิธีในการวิเคราะห์อุปสงค์..... 9
2.2 กระบวนการในการวิเคราะห์อุปสงค์ของระบบขนส่ง..... 10
2.3 ลักษณะทั่วไปของเส้นอุปทาน..... 12
2.4 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของระบบขนส่ง..... 14
2.5 จุดดุลยภาพจุดที่เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานตัดกัน..... 15
2.6 เส้นการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทาน..... 15
2.7 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... 20
2.8 ขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ..... 21
2.9 แบบจำลองภาพรวมของพฤติกรรมผู้บริโภค..... 23
2.10 ภาพรวมของขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ..... 23
2.11 กลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภค..... 25
2.12 วงจรชีวิตสมัยใหม่..... 26
2.13 องค์ประกอบของบุคลิกภาพ..... 27
2.14 บุคลิกภาพของตราสินค้า..... 28
2.15 วิถีชีวิต..... 28
2.16 ส่วนตลาดตามค่านิยม และวิถีชีวิต..... 29
2.17 วิถีชีวิตของคนไทย..... 30
2.18 ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ..... 31
2.19 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและปัจจัยต่างๆที่มีผล..... 32
2.20 แบบจำลองของกระบวนการจูงใจ..... 33
2.21 การกลับกันระหว่างรูปภาพและพื้นหลัง (Figure-Background Reversal)..... 34
2.22 กระบวนการเรียนรู้..... 36
2.23 ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภค..... 38
2.24 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า..... 39
2.25 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า..... 39
2.26 ความเชื่อในตราสินค้าคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค..... 41

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่ หน้า

2.27 การเปรียบเทียบของการแปรผันในการแก้ปัญหา..... 42
2.28 ประเภทของพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค..... 43