

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	ชื่อแผนภาพ	หน้า
2.1	องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบในการสื่อสารทางการเมือง	22
2.2	การนำการตลาดมาใช้ในการเมือง	29
2.3	ขั้นตอนดำเนินการตลาดเพื่อการเมืองที่มีการนำส่วนประสมการตลาด (Marketing mixed: 4Ps) จำนวน 4 องค์ประกอบมาประยุกต์ใช้ในทางการเมือง	30
2.4	ปฏิกิริยาโต้ตอบกลับที่มีพลังแห่งการขับเคลื่อนตลอดเวลาของพฤติกรรมผู้บริโภค	45
4.1	ลักษณะทางประชากร – เพศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	100
4.2	ลักษณะทางประชากร – อายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	100
4.3	ลักษณะทางประชากร – ระดับการศึกษาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	101
4.4	ลักษณะทางประชากร – รายได้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	102
4.5	ลักษณะทางประชากร – ลักษณะครอบครัวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	103
4.6	ลักษณะทางประชากร – ถิ่นที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	104
4.7	การแจกแจงความถี่ ร้อยละ จำนวน พฤติกรรมทางการเมืองเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับภาพโดยรวมการเมืองของตัวประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเอง	142
4.8	การแจกแจงความถี่ ร้อยละ จำนวน ระดับพฤติกรรมทางการเมืองเกี่ยวกับการมีความรู้สึกรู้ว่า การเมืองเป็นเรื่องใกล้ตัวประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	143
4.9	การแจกแจงความถี่ ร้อยละ จำนวน การแสดงพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (Political Behavior) เกี่ยวกับการไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั่วไป (Voting)	145