

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ ๒.๑ แสดงพัฒนาการของการตลาด	๔๓
ตารางที่ ๒.๒ แสดงความหมายตราสัญลักษณ์ของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน	๑๐๑
ตารางที่ ๓.๑ แสดงธรรมนิยามกับอริวิชา ๘ และธรรมนิยามเชิงสัมพันธ์ภาพ	๑๔๕
ตารางที่ ๔.๑ แสดงประโยชน์ ๓ ด้าน ในทฤษฎีสามสมดุล	๑๖๒
ตารางที่ ๔.๒ แสดงการเปรียบเทียบหลักการสหกรณ์กับหลักการพระพุทธศาสนา	๑๗๕
ตารางที่ ๔.๓ แสดงการเปรียบเทียบหลักการสหกรณ์กับหลักธรรมในพระพุทธศาสนา	๑๗๖
ตารางที่ ๔.๔ แสดงการเปรียบเทียบการผลิตและบริโภคระหว่างแยกส่วนกับองค์กรรวม	๑๗๗
ตารางที่ ๔.๕ แสดงตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมเชิงการตลาดของ Johnson & Johnson	๑๗๘
ตารางที่ ๔.๖ แสดงตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมเชิงองค์กรของ Johnson & Johnson	๑๘๑
ตารางที่ ๔.๗ แสดงตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมเชิงการตลาดของ Target Corporation	๑๘๙
ตารางที่ ๔.๘ แสดงตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมเชิงองค์กรของ Target Corporation	๑๙๑
ตารางที่ ๔.๙ แสดงขนาดบริษัทที่ทำธุรกิจเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยฟอร์จูน ปี ๒๕๕๗	๒๒๒
ตารางที่ ๕.๑ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตตามกฎหมายธรรมชาติ	๒๓๒