

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพประกอบ	(9)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
ปัญหาคำวิจัย	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
2. แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวความคิดทางการตลาด Marketing).....	9
แนวคิดการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication).....	21
แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication)	30
แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดภาพยนตร์.....	38
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	48
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	50
4. ผลการวิจัย	51
ส่วนที่ 1 สถานการณ์โดยทั่วไปของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย	51
ส่วนที่ 2 การตลาดและกระบวนการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งออก ภาพยนตร์ไทย	55
ส่วนที่ 3 แนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการส่งออกในอนาคต....	77
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	80
สรุปผลการวิจัย	80
อภิปรายผลการวิจัย.....	87
ข้อจำกัดในการวิจัย	90
ข้อเสนอแนะ	91
ข้อเสนอแนะสำหรับศึกษาวิจัยในอนาคต	91
ภาคผนวก	
ก. แนวคำถาม.....	94
ข. ภาพรวมการบริหารงานของบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย	96
ค. 10 อันดับภาพยนตร์ไทยรายได้สูงสุดปี พ.ศ. 2545 – 2548.....	133
ง. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศ.....	135

จ. ตัวอย่างใบปิดภาพยนตร์.....	138
ฉ. ภาพยนตร์ และการจัด Rating ของภาพยนตร์.....	142
ช. ข้อมูลส่งเขป สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ	152
บรรณานุกรม	166
ประวัติการศึกษา.....	173