สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายในช่วงปี 2540-2549.....	3
2.1 ลักษณะร่วมที่สำคัญของทฤษฎีโลกาภิวัตน์.....	23
2.2 ลักษณะสำคัญของการเป็นพันธมิตร.....	25
2.3 ข้อแตกต่างของแนวคิดการร่วมทุนกับการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ.....	26
2.4 ลักษณะสำคัญของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์.....	29
2.5 ลักษณะเด่นบางเทศกาลภาพยนตร์ที่น่าสนใจ.....	34
2.6 ลักษณะสำคัญของทฤษฎีเกม.....	36
2.7 อธิบายหลักการคิดที่สำคัญของทฤษฎีเกม.....	40
2.8 ลักษณะร่วมที่สำคัญของแนวคิดทฤษฎีการสร้างแบรนด์.....	43
2.9 แนวคิดที่สำคัญของทฤษฎีวัฒนธรรมยุคหลังสมัยใหม่(Postmodern).....	46
2.10 แนวคิดที่สำคัญของทฤษฎีวัฒนธรรมสมัยนิยม(Pop Culture).....	49
2.11 ลักษณะร่วมที่สำคัญของทฤษฎีเกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรม.....	51
2.12 พัฒนาการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีใต้.....	59
2.13 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์.....	85
3.1 รายชื่อกลุ่มผู้อำนวยการสร้างหรือกลุ่มผู้บริหารระดับสูง.....	92
3.2 รายชื่อกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์.....	94
3.3 รายชื่อกลุ่มนักวิจารณ์ นักวิชาการและผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง.....	96
3.4 รายชื่อกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ.....	100
4.1 ประเด็นศึกษาที่ 1.1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ระหว่างปี 2540-2549.....	107
4.2 ประเด็นศึกษาที่ 1.2 ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยใน ช่วงปี 2540-2549.....	132
4.3 ประเด็นศึกษาที่ 1.3 ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549.....	141

4.4	ประเด็นศึกษาที่ 2.1 ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้าง ภาพยนตร์ไทย.....	199
4.5	ประเด็นศึกษาที่ 2.2 แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้าง ภาพยนตร์ไทย.....	217
4.6	ประเด็นศึกษาที่ 3.1 โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย..	233
4.7	แหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทย.....	240
4.8	ตัวอย่างรายได้ของบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด.....	241
4.9	อันดับแหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549.....	241
4.10	ประเด็นศึกษาที่ 3.2 โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย..	245
4.11	ประเด็นศึกษาที่ 4.1 ด้านทัศนคติ วัฒนธรรม และ สังคม ของผู้ชมภายในประเทศ...	261
4.12	ประเด็นศึกษาที่ 4.2 ด้านทัศนคติ วัฒนธรรม และ สังคม ของผู้ชมในต่างประเทศ...	272
4.13	ประเด็นศึกษาที่ 4.3 ทัศนคติ และ วัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่าน ทำงานภาพยนตร์.....	280
4.14	ประเด็นศึกษาที่ 5.1 ความแตกต่างของกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างตลาดภายใน ประเทศและต่างประเทศ.....	287
4.15	สรุปกลยุทธ์การส่งเสริมการขายภาพยนตร์.....	299
4.16	ประเด็นศึกษาที่ 5.2 กลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทย สำหรับตลาดภายในประเทศ.....	302
4.17	ประเด็นศึกษาที่ 5.3 กลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทย สำหรับตลาดต่างประเทศ.....	318
4.18	กลวิธีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ และโอกาสที่ใช้.....	325
4.19	ความสัมพันธ์ของแต่ละช่วงเวลาที่ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใน รูปแบบต่างๆ.....	327
4.20	ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กับประเภทของ การประชาสัมพันธ์.....	328
4.21	ประเด็นศึกษาที่ 5.4 กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาด ต่างประเทศ.....	336

4.22	เปรียบเทียบการขายโดยผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายกับการขายโดยผ่านแผนภายในบริษัท.....	351
4.23	ประเด็นศึกษาที่ 6.1 การร่วมทุนหรือร่วมสร้างภาพยนตร์กับบริษัทภายในประเทศ....	366
4.24	ประเด็นศึกษาที่ 6.2 การร่วมทุนหรือร่วมสร้างภาพยนตร์กับบริษัทต่างประเทศ.....	382
4.25	เปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ.....	399
4.26	ประเด็นศึกษาที่ 7.1 ความคิดเห็นต่อนโยบายให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยของภาครัฐ.....	401
4.27	ประเด็นศึกษาที่ 7.2 ความคิดเห็นต่อนโยบายให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยของภาคเอกชน (โดยองค์กรของเอกชน).....	435
4.28	ประเด็นศึกษาที่ 8.1 กรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน.....	444
4.29	ประเด็นศึกษาที่ 8.2 กรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง องค์กรบาก.....	452
4.30	รายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน.....	461
4.31	รายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่อง องค์กรบาก.....	466
4.32	สรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับภาพยนตร์กรณีศึกษา.....	471
4.33	ประเด็นศึกษาที่ 9 ด้านเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา.....	475
5.1	การจำแนกตามเพศ.....	495
5.2	การจำแนกตามอายุ.....	495
5.3	การจำแนกตามระดับการศึกษา.....	496
5.4	การจำแนกตามการประกอบอาชีพ.....	497
5.5	ระดับรายได้ต่อเดือน.....	497
5.6	สถานภาพ.....	498
5.7	การแตกต่างของการใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง.....	498
5.8	อันดับความพึงพอใจในการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ.....	499
5.9	ความถี่ในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	500
5.10	บุคคลที่จะชวนไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	500
5.11	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	501
5.12	ปัจจัยจูงใจให้เลือกชมภาพยนตร์ไทย.....	501
5.13	สื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยที่สื่อให้ผู้ชมรับรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์แต่ละเรื่อง.....	502
5.14	การติดตามข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยผ่านทางเว็บไซต์.....	504

5.15	การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยจากเว็บไซต์ โดยเลือกค้นเป็นอันดับแรก....	504
5.16	พฤติกรรมการเลือกซื้อวีซีดี ดีวีดี ภาพยนตร์ไทยที่ละเมิดลิขสิทธิ์.....	505
5.17	ลักษณะและประเภทภาพยนตร์ไทยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกชม.....	506
5.18	ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทย.....	507
5.19	ปัจจัยที่ทำให้ไม่อยากชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์.....	508
5.20	ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ.....	509
5.21	ความเชื่อมั่นในงานประกวดภาพยนตร์ของไทย.....	509
5.22	สาขารางวัลสุพรรณหงส์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ.....	510
5.23	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อจุดขายของภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศ..	511
5.24	ผลที่เกิดกับภาพยนตร์ไทยหลังจากได้รับรางวัลจากต่างประเทศ.....	512
5.25	ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่ชื่นชอบในภาพยนตร์ต่างประเทศ.....	512
5.26	ความพึงพอใจต่อของที่ระลึกที่ได้รับแจกจากการซื้อตัวชมภาพยนตร์ไทย.....	513
5.27	จำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันและวิธีการชมภาพยนตร์.....	514
5.28	เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ชมภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน.....	515
5.29	องค์ประกอบที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน.....	515
5.30	การตัดสินใจชมภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันจากการประชาสัมพันธ์.....	517
5.31	จำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์เรื่ององค์บากและวิธีการชมภาพยนตร์.....	517
5.32	เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ชมภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก.....	518
5.33	องค์ประกอบที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก.....	519
5.34	การตัดสินใจชมภาพยนตร์เรื่ององค์บากจากการประชาสัมพันธ์.....	519
5.35	ความคิดเห็นระหว่างเพศกับวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540.....	521
5.36	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลจากต่างประเทศ.....	522
5.37	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุผู้ชมกับการหาข้อมูลภาพยนตร์จากเว็บไซต์.....	523
5.38	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการใช้จ่ายเพื่อชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	524
5.39	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทย...	525
5.40	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกชม ภาพยนตร์ไทย.....	526
5.41	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่องานประกวดภาพยนตร์ของไทย.....	527

5.42	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความคิดเห็นต่องานประกวดภาพยนตร์ ของไทย.....	528
5.43	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสิ่งจูงใจในการเลือกชมภาพยนตร์ไทย.....	528
5.44	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่อภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลจาก ต่างประเทศ.....	529
5.45	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการชมภาพยนตร์เรื่ององค์บาก.....	530
5.46	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการชมภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน.....	530
5.47	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเห็นด้วยกับคำกล่าวเรื่ององค์ประกอบของ ภาพยนตร์ที่ดี.....	531
5.48	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์.....	531
5.49	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์.....	532
5.50	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์.....	533
6.1	รายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายรัฐและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในแต่ละประเทศที่นำมาประกอบการศึกษา.....	562
6.2	ยุทธศาสตร์การพัฒนาและแนวทางการพัฒนาโอกาสเพื่อการส่งออกของอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทยตามแนวคิดสามเหลี่ยมต้นแบบยั่งยืน.....	573