

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	
คำนำ	
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
ขอบเขตการศึกษา	2
วิธีการศึกษาค้นคว้า	3
สถานที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ธุรกิจโฆษณากับการตลาด	4
การตลาดกับธุรกิจ	4
ความสัมพันธ์ระหว่างโฆษณากับการตลาด	5
บทบาทของการโฆษณาที่มีต่อระบบตลาด	7
บริษัทตัวแทนโฆษณา	8
ความสำคัญของบริษัทตัวแทนโฆษณา	9
ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา	10
บทที่ 3 ธุรกิจโฆษณากับกระแสตลาดโลกาภิวัตน์	16
อนาคตตลาดเอเชีย	17
การตลาดปี 2000	18
ผู้บริโภคไทยปี 2000	24
ธุรกิจโฆษณานิปี 2000	27

	หน้า
การเข้ามาของบริษัทข้ามชาติเพื่อสร้างเอกภาพทางการโฆษณา	28
พันธมิตรทางธุรกิจระหว่างลูกค้ากับบริษัทโฆษณา	29
บทที่ 4   แนวโน้มธุรกิจโฆษณาในประเทศไทย	33
รูปแบบบริษัทโฆษณา	33
การใช้ระบบโฆษณาเดียวทั่วโลก	39
สื่อ	51
ปัญหาที่ตามมาจากการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ	63
บทที่ 5   บทสรุปและข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	

สำนักหอสมุด