



รายงานการวิจัย

เรื่อง

องค์ประกอบภาพยนตร์และปัจจัยสื่อสารการตลาดแบบ
ผสมผสาน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย
ประเภทรักโรแมนติก

อูรพงศ์ แพทย์คชา

ทุนอุดหนุนการวิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2557