

อิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีต่อทัศนคติและการตัดสินใจ
เข้าบูชาพระเครื่องของพุทธศาสนิกชนที่นิยม
พระเครื่องในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นายเจริญชัย ไชยกุลวงศ์สันต์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2552

The Influence of Advertisement on Buddhists' Opinion and
Decision in Order to Purchase Amuletic Buddha Images
in Bangkok Area

By

Mr. Charechai Chaiyakoonwonsan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Program in Mass Communication
Faculty of Journalism and Mass Communication
Thammasat University
2009