

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์และการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาด
เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors for Making Decision in Buying Television Set and Accepting
Marketing Communication Tool: Sumsung Television
of Consumers in Bangkok Metropolis

โดย

จิปพัฒน์ โทพล

Mr. Jirapat Phophon

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2551