การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรง ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

The Uses and Gratifications of Direct Marketing and the Effects on Buying Decision Process of Population in Bangkok Area.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วิมลพรรณ อาภาเวท
Wimonphan Arpavate

วราพันธ์ มุ่งวิชา
Varapun Moongvicha

วิทยาเขตพณิชยการพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กระทรวงศึกษาธิการ
ปีงบประมาณ 2549