

สื่อโฆษณาสินค้าและบริการภายในสถานีรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ที่มีผลต่อ
พฤติกรรมตัดสินใจซื้อ : ศึกษากรณี ผู้โดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร
The Influence of Advertising Media in MRT to Purchasing Decision Behavior :
A Case Study of MRT Passengers.

โดย

วีรพรรณ ณรงค์วิทย์ยาธร

Miss Veerapun Narongvittayatorn

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน)
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

อภินันท์ ทนากาว