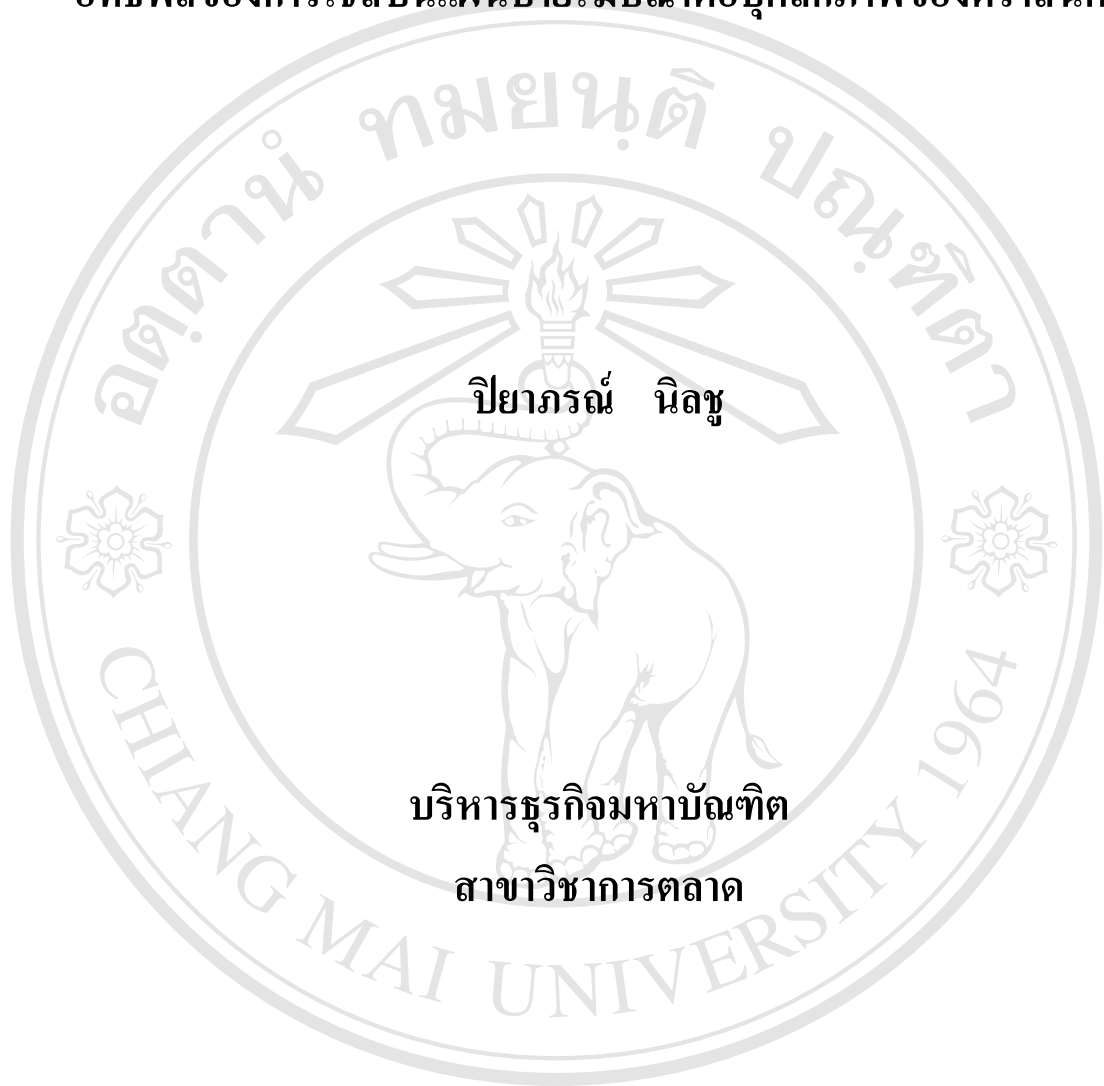


อิทธิพลของการใช้สีบนแผ่นป้ายโฆษณาต่อบุคลิกภาพของตราสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2554

อิทธิพลของการใช้สื่อบนแผ่นป้ายโฆษณาต่อบุคลิกภาพของตราสินค้า



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2554


อิทธิพลของการใช้สับนแผ่นป้ายโฆษณาต่อบุคลิกภาพของตราสินค้า

ปิยาภรณ์ นิลชู

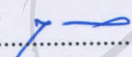
การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


.....
อาจารย์.ดร.วรัท วินิจ

ประธานกรรมการ


.....
อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์


.....
อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์


.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ นุชชุลิกาวีทย์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

26 ตุลาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ปรึกษาและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. วรทัต วินิจ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติคุณ ชูติกาวิทย์ ที่กรุณาได้รับเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ อีกทั้งยังให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดมาและขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผู้สอนในรายวิชา 705211 MARKETING PRINCIPLES (หลักการตลาด) ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาในการเข้าไปทำแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณน้องๆ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ลงทะเบียนเรียน ในรายวิชา 705211 MARKETING PRINCIPLES (หลักการตลาด) ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ตลอดจนญาติพี่น้องทุกๆ คน ที่คอยให้กำลังใจ และคอยสนับสนุนในทุกๆ ด้านตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษา และคำแนะนำต่างๆ หากมีสิ่งขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใดในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ ผู้เขียนขอภัยเป็นอย่างสูง และผู้เขียนหวังว่าข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าแบบอิสระนี้ จะมีประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจต่อไป