

ผลกระทบของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อต่อผู้บริโภคในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

ปิยาภรณ์ ไชยยศ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2554

ผลกระทบของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อต่อผู้บริโภคในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

ปิยาภรณ์ ไชยยศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2554



ผลกระทบของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อต่อผู้บริโภคในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

ปิยาภรณ์ ไชยยศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสิงห์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

กรรมการ

ศาสตราจารย์ ดร. เดชชะ สิริโรส

อาจารย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

31 พฤษภาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจากอาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาช่วยเหลือคอยเป็นที่ปรึกษา และให้คำแนะนำตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ อย่างยิ่งจนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณท่านอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์ และอาจารย์เคชนะ ลีโรรส ที่กรุณา เป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และได้ให้คำแนะนำแก้ไขการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถาม อย่างครบถ้วน และให้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์แก่การศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด และเจ้าหน้าที่ภาควิชา การตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่ได้ให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ และกำลังใจที่ดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวทุกท่านที่ได้ส่งเสริม สนับสนุน และให้กำลังใจตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้ คงมีประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจจะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป

ปิยาภรณ์ ไชยยศ