

การสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
SCB SMS Alert ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด
พฤษภาคม 2554
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัย
นเรศวร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "การสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์
กับแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ SCB SMS Alert ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร"
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร

พฤษภาคม 2554

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณายิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูษณะ เตชคณา ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ พี่ และเจ้าหน้าที่ ชวามหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานคร ทุกท่านที่ช่วยอำนวยความสะดวก ให้การช่วยเหลือ ตลอดจนมอบคำแนะนำที่ดี ให้กันเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน



ธัญชนิต เกลียวกลม