

**การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มชูกำลังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**

**MARKETING COMMUNICATION AFFECTING PERCHASING ENERGY DRINK DECISION CONSUMER’S IN BANGKOK**

**สมชาย ใจดี**

**SOMCHAI JAIDEE**

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**

**สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน**

**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**

**2558**