

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ สำหรับตลาด
ทดแทนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

MARKETING FACTOR AFFECTING PURCHASING DECISION OF
AUTOMOTIVE BATTERY FOR REPLACEMENT MARKET IN BANGKOK

วรวิสต์ เตียวเจริญ

WARISAWAS TEAWCHAROEN

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557