

กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร
MARKETING STRATEGIES AND SOCIAL MEDIA COMMUNICATION
AFFECTING THE DECISION TO SELECT COFFEE SHOP
OF WORKING GROUP IN BANGKOK

ศรัณญา ซื่อตรง
SARANYA SUETRONG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ. 2562
ลิขสิทธิ์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

MARKETING STRATEGIES AND SOCIAL MEDIA COMMUNICATION
AFFECTING THE DECISION TO SELECT COFFEE SHOP
OF WORKING GROUP IN BANGKOK

SARANYA SUETRONG

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF COMMUNICATION ARTS
SCHOOL OF COMMUNICATION ARTS
SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2019
COPYRIGHT OF SRIPATUM UNIVERSITY