

องค์ประกอบและการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ Shopee
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
FACTOR AND MARKETING COMMUNICATION
OF SHOPEE WEBSITE INFLUENCING
CONSUMER DECISION

พุทธิพงษ์ เอี่ยมสะอาด
PUTTIPONG EAIMSA-ARD

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ. 2561
ลิขสิทธิ์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม