

ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
กระเป๋าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (BAG INDEED)
MARKETING MIX AND SOCIAL MEDIA FACTORS AFFECTING
THE PURCHASING DECISIONS OF BAG INDEED

ภาราดา แก้วนิยม
PARADA KAEWNIYOM

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ. 2561
ลิขสิทธิ์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

MARKETING MIX AND SOCIAL MEDIA FACTORS AFFECTING
THE PURCHASING DECISIONS OF BAG INDEED

PARADA KAEWNIYOM

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 2018
COPYRIGHT OF SRIPATUM UNIVERSITY