

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์  
ผ่านสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษา สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส  
MARKETING MIX IN SERVICE AFFECTING STRATEGIC IMAGE  
VIA ONLINE MEDIA : A CASE STUDY OF BANGKOK AIRWAYS

กฤดิทัช เดชะพงศัธนา  
KRIDDITOUCH DECHAPHONGTHANA

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
พ.ศ. 2561  
ลิขสิทธิ์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

MARKETING MIX IN SERVICE AFFECTING STRATEGIC IMAGE  
VIA ONLINE MEDIA : A CASE STUDY OF BANGKOK AIRWAYS

KRIDDI TOUCH DECHAPHONGTHANA

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF COMMUNICATION ARTS  
FACULTY OF COMMUNICATION ARTS  
SRIPATUM UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2018  
COPYRIGHT OF SRIPATUM UNIVERSITY