

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือช่างผ่านสื่อออนไลน์  
ในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา บริษัท ชุมพลโลหะกิจ (8888) จำกัด  
MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES FOR PURCHASING  
DECISION OF HANDYMAN TOOLS THROUGH ONLINE MEDIA IN  
BANGKOK: CASE STUDY OF CHUMPHOL LOHAKIT (8888) CO.,LTD.

ปานิสรา ดิษฐคำเหมาะ  
PANISARA DITKUMMOR

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
พ.ศ. 2561  
ลิขสิทธิ์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES FOR PURCHASING  
DECISION OF HANDYMAN TOOLS THROUGH ONLINE MEDIA IN  
BANGKOK: CASE STUDY OF CHUMPHOL LOHAKIT (8888) CO.,LTD.

PANISARA DITKUMMOR

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