



ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างคามผูกพันกับลูกค้า
ผ่านชุมชนออนไลน์ (Online Community)
สำหรับตราสินค้าประเภทอาหาร
ของบริษัทแห่งหนึ่ง

โดย

นางสาวเยาวภา ศรีพระประแดง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2552

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างคามผูกพันกับลูกค้า
ผ่านชุมชนออนไลน์ (Online Community)
สำหรับตราสินค้าประเภทอาหาร
ของบริษัทแห่งหนึ่ง

โดย

นางสาวเยาวภา ศรีพระประแดง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2552

Customer Bonding Through Online Community

By

Ms. Yaowapa Sriphrapradang

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Science

Technology Management

College of Innovation

Thammasat University

2009