



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์
ของผู้บริโภคในประเทศไทย

ศิริประภา จุลวงศ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



FACTORS AFFECTING PURCHASE DECISION ON RICE
VIA ONLINE CHANNELS OF CONSUMERS IN THAILAND

SIRAPRAPA JUNLAWONG

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE

UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2022

COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY