



อิทธิพลของสิ่งเร้าภายในและสิ่งเร้าภายนอกที่ส่งผลต่อส่วนประสมการส่งเสริม  
การตลาดสำหรับสินค้าตามกระแสนิยมของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย

เนตรทราย ศิริสาร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



INFLUENCES OF INTERNAL AND EXTERNAL STIMULUS AFFECTING  
TO PROMOTION MIX FOR FASHIONABLE PRODUCT AMONG  
GENERATION Y CONSUMERS

NETSAI SIRISAN

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 2021  
COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY