หัวข้อ กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลผ่านเครื่องมืออีเมลล์ กรณีศึกษาบริษัทดองมิน (ไทยแลนด์) จำกัด

รายชื่อผู้จัดทำ ศิริขวัญ รุเชียรชัย

สาขา การตลาดดิจิทัล

คณะ บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2566

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษามีการศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือเพื่อนำข้อมูลมาจัดทำในการศึกษาในครั้งนี้โดยผู้ศึกษาได้มีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้านปัจจัยการตลาดดิจิทัล โดยผู้ศึกษาสรุปได้ว่าการตลาดช่วยให้ผู้บริโภคนั้นเข้าถึงธุรกิจได้ง่าย โดยการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

คมคาย เค แสงทองคำ (2012) การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์แต่ละคน สามารถประกอบอาชีพที่ตนเองถนัดและได้ใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโต และพัฒนาการทางเศรษฐกิจของ ประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่มาสนองความต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทางและผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงาน และธุรกิจ ทำให้ประชาชนมีกำลังการซื้อและสามารถสนองความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้มาตรฐานการครองชีพของบุคคลในสังคมมีระดับสูงขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

SPU CHONBURI