



กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสดและแช่แข็ง
ของผู้บริโภค: กรณีศึกษา ร้านอุบลบ้านเพชร อำเภอกุดข้าวปุ้น
จังหวัดอุบลราชธานี

รัชนิภรณ์ สืบสาว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AFFECTING THE DECISION MAKING
ON FRESH AND FROZEN FOOD OF CONSUMERS: A CASE STUDY OF UBON
BAN PETCH, KUDKHOWPUN DISTRICT, UBON RATCHATHANI PROVINCE

RATCHANIPHON SUEPSAO

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 2024

COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY