



กลยุทธ์การตลาด 4Es และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
ของฝากประเภทขนมหวานของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี
4Es Marketing Strategy and Brand Image Affecting the Purchasing
Decision of Dessert Souvenir Product for Thai Tourists in
Phetchaburi Province

กรรธรร เอมนุกุลกิจ
Kantorn Emnukulkit

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
Master of Business Administration Independent Study in Business Administration
Phetchaburi Rajabhat University
2567

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ กลยุทธ์การตลาด 4Es และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
ของฝากประเภทขนมหวานของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัย นายกรรธ เอมนุกุลกิจ

สาขาวิชา การบริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2567

คณะกรรมการที่ปรึกษา

คณะกรรมการสอบ

 ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภาพร กล้าสกุล)

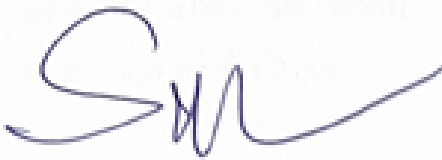
 ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์)

 กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภาพร กล้าสกุล)

 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี รามนัญ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี อนุมัติให้นำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ


(อาจารย์ ดร.วิวิศน์ สุขแสงอร่าม)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนาะ กลั่นงาม)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี