



กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตการค้าชายแดน
ไทย-ลาว: กรณีศึกษา จุดผ่านแดนถาวรช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี

หทัยภัทร มิ่งคำ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



MARKETING STRATEGY FOR ENTREPRENEURS IN CONSUMER GOODS
BUSINESS WITHIN THAI-LAOS BORDER TRADE: A CASE STUDY OF
CHONG MEK PERMANENT BORDER, UBON RATCHATHANI PROVINCE

HATHAIPAT MINGKHUM

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