



อิทธิพลของคุณภาพร้าน, สถานที่, กิจกรรมส่งเสริมการขาย และประสบการณ์ของ
ผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขนมหวาน

นายชูเพชร ศิริอัฐ

การวิจัยโครงการเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ปีการศึกษา 2557