สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
พิพิธภัณฑ์แหล่งเตาเผาอินทขิล	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	7
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์	21
แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Researcher: PAR)	24
สถิติสำหรับการวิจัย	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
เครื่องมือที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล	40
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	
การดำเนินการด้านการตลาดดิจิทัล	53
ผลการประเมินผล	55
การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย	58
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	
สรุปผลการวิจัย	59
อภิปรายผลการวิจัย	60
ปัญหาอุปสรรค	60
ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก ก คู่มือการใช้งาน	63
ภาคผนวก ข แบบประเมิน	106
ประวัติผู้วิจัย	110

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

4.1 แสดงคะแนนความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง 57

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	3
2.1 ไอคอนเว็บไซต์ Blog บล็อก	23
2.2 ไอคอนเว็บไซต์ Myspace, Facebook, Friendster, Twitter	23
2.3 ไอคอนเว็บไซต์ Multiply, YouTobe, Imeem	24
2.4 ไอคอนเว็บไซต์ del.icio.us, Zickr, Digg	24
2.5 ไอคอนเว็บไซต์ Google Map, Wikipedia	25
2.6 ไอคอนเกม Second Life	25
2.7 ไอคอนเว็บไซต์ Linked in	26
2.8 ไอคอนเว็บไซต์ Skype	26
2.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้าน นักวิจัย นักพัฒนาก่อนทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	33
2.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้าน นักวิจัย นักพัฒนาหลังการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	33
3.1 แสดงการศึกษาบริบทของชุมชน	41
3.2 แสดงการศึกษาบริบทของชุมชน(2)	42
3.3 แสดงวิเคราะห์ความต้องการเพื่อวางแผนการตลาดดิจิตอล	42
3.4 แสดงผังการออกแบบกระบวนการ การตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์จากเตาอินทขิล	43
3.5 แสดงหน้าจอเพจ อินทขิลแลนด์	44
3.6 แสดงวีดีโอบรรยายเรื่องเตาอินทขิล เพจ อินทขิลแลนด์	44
3.7 แสดงภาพประกอบเพจ อินทขิลแลนด์	45
3.8 แสดงยอดการมองเห็นจากการโปรโมทเพจ	45
3.9 แสดงการออกแบบวีดีโอหน้าจอหน้าแรก	46
3.10 แสดงการออกแบบวีดีโอหน้าจอกระบวนการ	46
3.11 แสดงการออกแบบวีดีโอหน้าจอการโปรโมท	47
3.12 แสดงวีดีโอหน้าจอหน้าแรก	47
3.13 แสดวีดีโอหน้าจอกระบวนการ	48
3.14 แสดงวีดีโอหน้าจอการโปรโมท	48
3.15 แสดงปกคู่มือการทำการตลาดดิจิทัล	49

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

3.16 แสดงการจัดอบรมแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย 50
3.17 แสดงการลงมือดำเนินการและปฏิบัติ 51
3.18 แสดงการกำกับติดตามการทดลองปฏิบัติของผู้เข้าร่วม 51
3.19 แสดงหน้าจอแบบสอบถามออนไลน์ 52
3.20 แสดงผู้เข้าร่วมอบรมทำการประเมินแบบสำรวจออนไลน์ 52
4.1 แสดงหน้าจอการบรรยายการขายบน Marketplace 53
4.2 การลงมือปฏิบัติ ในการสร้างช่องทางการขายสินค้า 54
4.3 หน้าจอแสดงผู้กดไลค์เพจอินทิลแลนด์ 55
4.4 แสดงการซื้อโฆษณา เป็นตัวอย่างของการทำการตลาดออนไลน์ 55
4.5 การสำรวจประเมินความพึงพอใจผู้ผลิตสินค้าในชุมชนภายหลังจากได้ใช้กระบวนการทางการตลาดดิจิทัลเพื่อโอกาสทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เซรามิกจากเตาอินทิล 56
4.6 ภาพกิจกรรมระหว่างการจัดอบรม 58