

สารบัญ

| | หน้า |
|--|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ข |
| Abstract | ง |
| คำนำ | ช |
| สารบัญ | ซ |
| สารบัญตาราง | ญ |
| สารบัญภาพ | ฎ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญ | 1 |
| กรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์ | 2 |
| วัตถุประสงค์และเป้าหมาย | 3 |
| กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ | 3 |
| ผลที่คาดว่าจะได้รับ | 3 |
| บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม | 4 |
| ความหมาย | 4 |
| ทฤษฎีแนวทางในการหาช่องทางในการจัดจำหน่าย | 5 |
| ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและส่วนประสมทางการตลาด | 12 |
| แนวคิด ทฤษฎีทางด้าน การสร้างความพึงพอใจลูกค้า การสร้างตรา การสื่อสาร | 14 |
| แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ | 15 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 17 |
| ประเด็นที่กำลังดำเนินงาน | 18 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย | 20 |
| วิธีการดำเนินงานวิจัย | 20 |
| กลุ่มเป้าหมาย | 22 |
| พื้นที่ดำเนินงาน | 22 |
| แผนการดำเนินงาน | 23 |
| บทที่ 4 บริบทของพื้นที่ศึกษา | 25 |
| ด้านกายภาพ | 25 |
| ด้านสิ่งแวดล้อม | 26 |
| ด้านสังคม | 26 |
| ด้านที่เกี่ยวข้องกับงาน | 27 |
| บทที่ 5 การดำเนินงานและวิเคราะห์ผล | 29 |
| กิจกรรม | 29 |
| ผลที่ได้รับ | 31 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|------------------------------------|-----------|
| บทที่ 6 สรุปผลและข้อเสนอแนะ | 43 |
| สรุปผลที่ได้รับ | 43 |
| เป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย | 46 |
| ผลที่ได้รับ | 46 |
| วิธีการวัดผล ประเมินผล | 47 |
| ข้อเสนอแนะอื่น ๆ | 47 |
| รายการอ้างอิง | 48 |
| ภาคผนวก | 51 |
| ประวัติย่อผู้วิจัย | 52 |
| ภาพถ่ายกิจกรรม | 58 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|---------------------|------|
| 3.1 แผนการดำเนินงาน | 13 |

ตารางภาพ

| รูปภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย | 2 |
| 2.1 ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย | 7 |
| 2.2 ตัวอย่างช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์บริโภค | 9 |
| 2.3 เป้าหมายทางการตลาด | 14 |