

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านซักอบรีด ในเขตเทศบาลตำบลเสาธงหิน จังหวัดนนทบุรี The Relationship between the Marketing Mix and the Customer Satisfaction of Laundry Service in Sao Thong Hin Subdistrict Municipality, Nonthaburi Province รวีวรรณ ฉิ้นไพศาล และ วิมลพรรณ อภาเวท Ravivon Chinpaisain and Wimonpan Arpavate	9-18
แบบจำลองระบบการสอนดิจิทัลออนไลน์เรียนรู้บนสภาพแวดล้อมคลาวด์เอ็ดดูเคชันด้วย กระบวนการสักัจฉาผ่านการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีสุจิติปูลี Model of Digital Online Learning via Cloud Education Environment System Model by Sa Kas Cha Teaching Method through Su-Ji-Pu-Ri Learning สรญา เปรี้ยวประสิทธิ์ Sorraya Priaoprasit	19-26
แนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่จังหวัดพัทลุง Marketing Communication Guidelines for Promoting Community Tourism in Phatthalung Province เมทิกา พ่วงแสง รัชพล แยมกสิบ และ หญิง มัทนัง Maythika Puangsang, Ratchapon Yankeep and Ying Muttanang	27-36
กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศกาลดนตรีบิกเมาท์เทน มิวสิกเฟสตีวัล Big Mountain Music Festival's Brand Communication Strategies ประกายกาวิล ศรีจินดา ภูพงษ์ ภูมราพันธ์ เจตรินทร์ ยะแสง สณณ์คพร จันนงเยาว์ และ นภาภักดิ์ จักชูปท Prakaikavin Srijinda Puwapong Pumarapun Jattarin Yasang Sanankaporn jannongyao and Naphaphak Chaksubot	37-46
การพัฒนาระบบถามตอบอัตโนมัติเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม A Development of Answering System for Public Relations in Promoting Business Computer, Chandrakasem Rajabhat University โอปอ กลีบสกุล อัมรินทร์ เฟ็งสุข อรรถพล อุบลรัตน์ และ ณัฐดนัย ใจยงค์ O-por Klubsakul Amarin Pengsuk Attapol Ubonrat and Natdanai Jaiyoung	47-54
บทความวิชาการ การสร้างอัตลักษณ์บุคคลในสื่ออินสตาแกรม Creating a Personal Identity in an Instagram Media เกศินี บัวดีศ Kesinee Buadit	55-68

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เทคโนโลยีเชื่อมโยงสรรพสิ่งกับการเรียนรู้แบบจิตวิศกรรมเพื่อพัฒนานวัตกรรมสร้างสรรค์ Internet of Thing in Imagineering Education to Develop Creative Innovation วรรณวิศา วัฒนสินธุ์ กฤษณพงษ์ เลิศบำรุงชัย และ ปณิตา วรรณพิรุณ Wanwisa Wattanasin, Kridsanapong Lertbumroongchai and Panita Wannapiroon	69-78
บันได 3 ขั้น สำหรับสร้างการเข้าใจในแบรนด์ 3 Steps of Building Brand Perception ชาญ เดชอัสวณง และ อันธิกา สรนนต์ศรี Chan Dejasvanong and Antica Soranunsri	79-86
กระบวนการถ่ายภาพพาโนรามาช่วงรับแสงสูงเพื่อสร้างระบบนำชมโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง High Dynamic Range Panorama Image Processing to Create Virtual Reality Tour กฤษณพงษ์ เลิศบำรุงชัย Kridsanapong Lertbumroongchai	87-98
การแสวงหาข้อมูลข่าวสารในสังคมดิจิทัล Information Seeking in Digital Society อัญชูลี วงษ์บุญงาม Anchulee Wongboonngam	99-107