

ชื่อเรื่อง	การบูรณาการเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลผลิตลำไย นอกฤดู
ผู้วิจัย	บุษราภรณ์ มัทธนชัย และคณะ
หน่วยงาน/คณะ	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ทุนอุดหนุนการวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
ปีที่พิมพ์	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การบูรณาการเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลผลิตลำไยนอกฤดู” มีวัตถุประสงค์ 1) สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลของผลผลิตลำไยนอกฤดู อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลสำหรับผลผลิตลำไยนอกฤดู 3) ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล 4) ถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตลำไย ช่องทางการตลาดดิจิทัล และการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับเกษตรกรในชุมชน การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในชุมชน ทีมนักวิจัย ผู้นำชุมชนท้องถิ่นนำไปพัฒนาวางแผนการผลิตลำไย การวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การเพิ่มช่องทางการตลาดให้เกษตรกรรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยนอกฤดู ขอบเขตงานวิจัยมีดังนี้ 1) ขอบเขตด้านพื้นที่ ดำเนินการวิจัยในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน 2) ประชากร คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตลำไยนอกฤดู กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนผู้สนใจ ตัวแทนหน่วยงานด้านเกษตร 3) กิจกรรมที่ศึกษา คือ ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาบริบทชุมชนโดยการสัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้นำชุมชน จัดเวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวข้องกับองค์ความรู้การผลิตลำไยนอกฤดู การวางแผนการผลิตลำไยนอกฤดู การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชน อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับทิศทางรูปแบบตลาดดิจิทัลแก่ชุมชน และการสร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลจากแผนการวิเคราะห์ SWOT, BMC, Digital CRM พัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลโดยยึดหลักทฤษฎีการพัฒนาระบบ SDLC (System Development Life Cycle) พัฒนาสื่อวิทัศน์ในการส่งเสริมคุณค่าผลิตภัณฑ์ ทดสอบ ติดตั้ง และการนำไปใช้งานจริงจากหลักการพัฒนาระบบ ประเมินจากความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน การโปรโมทสินค้าด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย จัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและความรู้ทางธุรกิจ เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการด้วยตนเองได้

ค

ประเมินประสิทธิผลของโครงการและสรุปผล 4) หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงใหม่ และวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน

คำสำคัญ : ลำไย วิสาหกิจชุมชน ระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล ตลาด OTOP

Research Title: Integration of Digital Marketing Technologies to Promote the Marketing of Off-Season Longan Yields

Researcher: Butsaraporn Mahatthanachai

Faculty/Department: Faculty of Science and Technology

Research Grant: Thailand Science Research and Innovation (TSRI)

Published Year: 2021

Abstract

Subject research "Integrating digital marketing technology to promote the marketing of off season longan produce" has the objective 1) Create a digital marketing business model of off-season longan produce. Ban Hong District, Lamphun Province 2) Develop a digital marketing technology system for off-season longan production. 3) Promote marketing channels with digital marketing technology 4) Transfer knowledge on longan production Digital marketing channels And management of digital technology systems for agricultural communities This research is a participatory action research of community agriculture, a team of local community leaders. To develop longan production plan Planning and creating marketing strategies Increasing marketing channels to raise income for longan growers outside the season. The research scope is as follows. 1) area boundary Conducted research in Ban Hong District, Lamphun Province. 2) The population was the off-season longan producer. Community enterprise groups, community leaders, representatives, interested parties Agency for Agriculture 3) The activities studied are Study from related documents and research Study the community context by interviewing relevant agencies or community leaders. Organize a learning exchange forum with questions related to the knowledge of off-season longan production. Planning for off-season longan production Marketing and community product distribution channels Training to provide knowledge on the direction of digital marketing models for communities and creating digital marketing business models from the SWOT analysis plan, BMC, Digital CRM. Develop digital

marketing technology system based on SDLC (System Development Lift Cycle) development theory. Video on promoting product value Test, install and put into operation based on system development principles Based on the satisfaction of experts and users. Promoting products through technology, digital marketing and the use of social media Organize a workshop for transferring knowledge on the use of digital technology and business knowledge. So that the community can manage by themselves Evaluate the effectiveness of the project and draw conclusions. 4) The responsible unit is Chiang Mai Rajabhat University. And community enterprises in Ban Hong District, Lamphun Province

Keyword(s): Longan, enterprises, Digital market technology, Market, OTOP