

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ข
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ข้อมูลทั่วไปวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชผักสมุนไพรและผลไม้ ตำบลบ้านโอง อำเภอบ้านโอง จังหวัดลำพูน	5
2.2 การจัดการตลาด	8
2.3 การตลาดดิจิทัล	12
2.4 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ	15
2.5 ระบบฐานข้อมูล.....	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่	28
3.1.2 ประชากร	28
3.1.3 กลุ่มตัวอย่าง.....	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
3.3 วิธีการดำเนินงาน.....	29
3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	32
ตอนที่ 1 ศึกษาบริบทชุมชน ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลทางการตลาด	
โดยการสำรวจ สังเกต และสัมภาษณ์ชุมชน	33
4.1 ศึกษาข้อมูลและสำรวจภาคสนาม	33
4.1.1 สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนข้อมูลทั่วไป	33
ตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตและการตลาดชุมชนประชุมกลุ่มโดย	
การมีส่วนร่วมของชุมชน สัมภาษณ์ จัดกลุ่มกิจกรรมโฟกัส เป็นต้น	38
4.2 ข้อมูลและภาพข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตและการตลาดชุมชน	38
4.3 การประชุมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จัดเวทีชุมชนแบบโฟกัสกรุปและ	
อบรมเชิงปฏิบัติการและแลกเปลี่ยนเรียนรู้	42
4.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลำไย	45
4.5 ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ลำไยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชผัก	
สมุนไพรและผลไม้	46
ตอนที่ 3 สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผน	
สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัล กลยุทธ์วางแผนการดำเนินงานตลาดดิจิทัลที่	
เหมาะสมกับชุมชน ดังรายละเอียดดังนี้	50
3.1 แผนการวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชผัก	
สมุนไพรและผลไม้ อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน	50
ตอนที่ 4 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาดการพัฒนาระบบ	56
1) สภาพทั่วไปของระบบงานเดิม	56
2) การพัฒนาระบบศูนย์สารสนเทศ	56
2.1 การวิเคราะห์ระบบ	56
2.2 การเขียนโปรแกรม	74
ตอนที่ 5 ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดดิจิทัล การโปรโมทระบบเทคโนโลยี	
ตลาดดิจิทัลด้วย สื่อโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และอื่น ๆ	81
ตอนที่ 6 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้ถ่ายทอดความรู้	
ด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาด และการนำ	
หลักของศาสตร์พระราชามาใช้ในการดำเนินชีวิต	87

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 7 สรุปผลการดำเนินงาน	99
บทที่ 5 สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ	100
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	100
5.2 อภิปรายผล.....	101
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป	102
บรรณานุกรม	103
ภาคผนวก	106
- แบบสำรวจความต้องการอบรมเพื่อพัฒนาระบบการผลิตลำไยนอกฤดูด้วย.....	106
- ข้อมูลผู้ประกอบการ	108
- ตัวอย่าง วิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมาย	109
- การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT ANALYSIS).....	110
- แบบประเมินโครงการอบรม	112
ประวัติผู้วิจัย	115

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ตัวอย่างราคาผลิตภัณฑ์ลำไย.....	45
4.2 ปฏิทินการผลิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	49
4.3 แผนธุรกิจ SWOT กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชผักสมุนไพรและผลไม้.....	50
4.4 แผนธุรกิจ Digital CRM กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชผักสมุนไพรและผลไม้..	51
4.5 แผนธุรกิจ Business Model Canvas กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชผักสมุนไพรและผลไม้ อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน	52
4.6 Data Store	60
4.7 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลผู้ใช้งานระบบ	61
4.8 แสดงตัวอย่างแฟ้มข้อมูลผู้ดูแลระบบ	62
4.9 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลลูกค้า.....	63
4.10 แสดงตัวอย่างแฟ้มข้อมูลสมาชิก	64
4.11 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลสถานะการชำระเงิน	65
4.12 แสดงตัวอย่างแฟ้มข้อมูลสถานะการชำระเงิน	65
4.13 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลการชำระเงิน	66
4.14 แสดงตัวอย่างแฟ้มข้อมูลการชำระเงิน	67
4.15 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลประเภทสินค้า.....	68
4.16 แสดงตัวอย่างแฟ้มประเภทสินค้า	68
4.17 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลสินค้า.....	69
4.18 แสดงตัวอย่างแฟ้มสินค้า.....	80
4.19 แสดงตารางของการเก็บภาพของสินค้า.....	71
4.20 แสดงตัวอย่างแฟ้มขั้นตอนการผลิตสินค้า	71
4.21 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลคุณภาพสินค้า.....	72
4.22 แสดงตัวอย่างแฟ้มขั้นตอนการผลิตสินค้า	72
4.23 แสดงตารางของการเก็บคำนำหน้านาม	73
4.24 แสดงตัวอย่างแฟ้มข้อมูลคำนำหน้านาม	73
4.25 ด้านการถ่ายทอดความรู้และการนำไปใช้งาน.....	97
4.26 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบ	98