

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาระบบการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตำบลแม่วิน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้วิจัย	บุษราภรณ์ มหัทธนะชัย
หน่วยงาน/คณะ	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ทุนอุดหนุนการวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
ปีที่พิมพ์	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตำบลแม่วิน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ 1) สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ต.แม่วิน อ.มะนัง จ.เชียงใหม่ 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ต.แม่วิน อ.มะนัง จ.เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจความต้องการในการอบรมจากผู้ประกอบการ จำนวน 27 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-40 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 3 และมีอาชีพค้าขาย พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน นิยมใช้โปรแกรมเฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บไซต์ในการอ่านข่าวสาร ไม่นิยมใช้งานโปรแกรมแมสเสจเจอร์ อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูบ ส่งอีเมล และ กูเกิ้ล ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานทุกวัน ใช้ในการติดตามข่าวสาร ส่วนใหญ่ไม่มีอีเมลมาก่อน ทักษะของผู้ตอบแบบสำรวจ ดังนี้ 1) ทักษะการใช้งานอุปกรณ์ ผู้ตอบแบบสำรวจมีความชำนาญในการใช้งานอุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมาก 2) ทักษะการใช้งานสื่อออนไลน์ มีความชำนาญในการใช้อยู่ในระดับมาก 3) ความต้องการใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อการตลาดดิจิทัล อยู่ในระดับมาก ความต้องการให้จัดอบรมเรียงลำดับความต้องการในระดับมากไปน้อย คือ การประยุกต์ด้านการตลาดออนไลน์ รองลงมาคือ การใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ และการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน

จากผลสำรวจผู้วิจัยได้จัดการอบรม จำนวน 3 เรื่อง คือ 1) อบรมถ่ายทอดความรู้ทางการตลาดพบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.54 และผลการทำแบบสอบถามความพึงพอใจสรุปถือว่าเป็นความพึงพอใจมาก 2) อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและวัดผลสัมฤทธิ์ความต้องการอบรมโปรแกรม พบว่า ผลการวิเคราะห์ มี

ค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.89 และผลการทำแบบสอบถามความพึงพอใจสรุปถือว่าเป็นความพึงพอใจมาก และ 3) ความต้องการอบรมโปรแกรม (ความต้องการใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อการตลาดดิจิทัล)และวัดผลสัมฤทธิ์ความต้องการอบรมโปรแกรม พบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.46 และผลการทำแบบสอบถามความพึงพอใจสรุปถือว่าเป็นความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่า วิทยากรมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP ในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่อาง จังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทดสอบ ติดตั้ง การนำไปใช้งานของระบบดิจิทัล คอมเมอร์ซ จากผู้เข้าร่วมอบรม 25 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมของการอบรมเชิงปฏิบัติการของโครงการนี้ 4.54 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจในระดับมาก

คำสำคัญ: ตลาดดิจิทัล, อีคอมเมอร์ซ, ตลาดออนไลน์, การท่องเที่ยว, แม่วิน, แม่อาง, เชียงใหม่



Research Title : Development of Digital Marketing System for Tourism in Mae Win Sub-District, Mae Wang District, Chiang Mai Province

Researcher : Butsaraporn Mahatthanachai

Faculty/Department : Faculty of Science and Technology

Research Grant : Office of the Science Promotion Commission Research and innovation

Published Year: 2021

Abstract

Subject research “Developing a digital marketing system for tourism in Mae Win sub-district, Mae Wang district, Chiang Mai province” Objective 1) Build a digital marketing business model to promote tourism in Mae Win Subdistrict, Mae Wang District, Chiang Mai Province 2) Develop The digital marketing technology system to promote tourism in Mae Win sub-district, Mae Wang district, Chiang Mai province. Researchers surveyed training needs from 27 entrepreneurs found that most of the survey respondents were female. They are between 20-40 years old, graduated in Grade 3 and have a trading career. Information technology usage behavior Most of them use smartphones It is popular to use Facebook and website programs to read news. Messaging, Instagram, Twitter, YouTube, email, and Google, most of them have a daily frequency. Used to follow the news Most of them didn't have email before. The skills of the survey respondents are as follows: 1) Equipment operation skills. The survey respondents had a high level of computer-based skills. 2) Online media skills. They have a high level of expertise in using 3) the need for online media for digital marketing. Very level Demand for training in descending order is the application of online marketing, followed by the use of social media technology. And the use of information technology in daily life.

From the survey results, the researcher organized 3 trainings: 1) marketing knowledge transfer training, it was found that The results of the analysis had a mean

of 3.61, a standard deviation of 1.54, and the results of the survey on the satisfaction questionnaire were considered very satisfactory. 2) Training workshops on transferring knowledge on the use of digital technology and measuring the achievement of training requirements. The analyzes had a mean of 3.68, a standard deviation of 1.89, and the results of the summary satisfaction questionnaire were considered very satisfactory and 3) the training requirements. (Demand for using online media for digital marketing) and measuring the achievement of the training program, it was found that the analysis results were mean 4.47, standard deviation 1.46, and the results of the summary satisfaction questionnaire were considered very satisfactory. Showed that The speakers have the ability to clearly and effectively transfer knowledge to OTOP operators in Mae Win Sub-district, Mae Wang District, Chiang Mai Province.

The researcher conducted a satisfaction assessment of the digital commerce implementation testing workshop of 25 participants. It was found that the overall average of the workshop of this project. 4.54 was rated at a high level of satisfaction.

Keyword: Digital Commerce, E-Commerce, Digital Marketing, Market, OTOP, Maerim

