

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ข
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ง
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ข้อมูลทั่วไปฮับแม่วินตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จ.เชียงใหม่	5
2.2 ทฤษฎีการตลาดดิจิทัล	8
2.3 การจัดการตลาด	8
2.4 การตลาดดิจิทัล	11
2.5 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ	14
2.6 ระบบฐานข้อมูล.....	18
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	27
3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย	27
3.1.1 ประชากรในการศึกษา.....	27
3.1.2 พื้นที่ในการศึกษา.....	27
3.1.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบ.....	27
3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.1.5 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาด.....	27
3.2 แผนการดำเนินงานดำเนินงานวิจัย	28
3.3 การรวบรวมข้อมูล	30
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	32
ตอนที่ 1 ศึกษาบริบทชุมชน ศึกษาแนวคิดทฤษฎี โดยการสำรวจ สังเกต และสัมภาษณ์ชุมชน	33
1.1 ศึกษาองค์ความรู้ บริบทชุมชนพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่.....	33
1.2 ข้อมูลทั่วไป บริบทชุมชนกลุ่มฮับแม่วินในพื้นที่ตำบลแม่วิน	35
ตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน ประชุมกลุ่มโดย การมีส่วนร่วมของชุมชน สัมภาษณ์ จัดกลุ่มกิจกรรมโฟกัส เป็นต้น	37
2.1 ศึกษาองค์ความรู้ เกี่ยวกับฮับแม่วินพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	37
2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับฮับแม่วินพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	41
2.3 เก็บข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของฮับแม่วิน	41
ตอนที่ 3 โมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผน.....	47
3.1 แผนการวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของฮับแม่วินในตำบลแม่วิน	47
ตอนที่ 4 การพัฒนาระบบดิจิทัลด้านการตลาดและสื่อมีเดีย	53
4.1 การวิเคราะห์งานและการออกแบบฐานข้อมูลตามโครงการพัฒนาระบบ การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	54
4.2 การออกแบบฐานข้อมูลโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการตลาดดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	57
4.3 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	74
ตอนที่ 5 ผลกระทบของชุมชนที่ได้จำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดดิจิทัลและทำการ โปรโมท 5 ประเภทสินค้า	90
5.1 ชุมชนได้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	93
ตอนที่ 6 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัลด้าน การตลาด และการนำหลักของศาสตร์พระราชามาใช้ในการดำเนินชีวิต.....	96
บทที่ 5 สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ	101
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	101
5.2 อภิปรายผล.....	103

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป	104
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	108
ภาคผนวก ก	108
- แบบสำรวจความต้องการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการตลาดดิจิทัล อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่.....	108
- แบบประเมินโครงการอบรมการพัฒนากระบวนการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่.....	111
ภาคผนวก ข	117
ประวัติผู้วิจัย	138



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 แผนธุรกิจ SWOT กลุ่มผ้าทอมือ.....	47
ตารางที่ 1.1 แผนธุรกิจ Digital CRM ฮับแม่วิน.....	48
ตารางที่ 1.2 แผนธุรกิจ Business Model Canvas กลุ่มฮับแม่วิน.....	49
ตารางที่ 2 Data Store.....	57
ตารางที่ 2.1 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลผู้ใช้งานระบบ.....	58
ตารางที่ 2.1.2 แสดงตัวอย่างเพิ่มข้อมูลผู้ดูแลระบบ.....	59
ตารางที่ 2.2 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลลูกค้า.....	60
ตารางที่ 2.2.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มข้อมูลลูกค้า.....	61
ตารางที่ 2.3 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลการชำระเงิน.....	62
ตารางที่ 2.3.1 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลการชำระเงิน(ต่อ).....	63
ตารางที่ 2.3.2 แสดงตัวอย่างเพิ่มข้อมูลการชำระเงิน.....	63
ตารางที่ 2.4 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลสินค้า.....	64
ตารางที่ 2.4.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มสินค้า.....	65
ตารางที่ 2.4.2 แสดงตัวอย่างเพิ่มสินค้า (ต่อ).....	65
ตารางที่ 2.5 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลประเภทสินค้า.....	66
ตารางที่ 2.5.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มประเภทสินค้า.....	66
ตารางที่ 2.6 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลผู้ขาย.....	67
ตารางที่ 2.6.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มผู้ขาย.....	67
ตารางที่ 2.7 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลสี.....	68
ตารางที่ 2.7.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มสี.....	68
ตารางที่ 2.8 แสดงตารางของการเก็บรูปภาพสินค้า.....	69
ตารางที่ 2.8.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มรูปภาพสินค้า.....	69
ตารางที่ 2.9 แสดงตารางของการเก็บข้อมูลรีวิว.....	70
ตารางที่ 2.9.1 แสดงตัวอย่างเพิ่มข้อมูลรีวิว.....	70
ตารางที่ 3 ด้านการถ่ายทอดความรู้และการนำไปใช้งาน.....	98
ตารางที่ 3.1 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบ.....	98
ตารางที่ 3.2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบ(ต่อ).....	99

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 โลโก้ฮับแม่วิน.....	5
ภาพที่ 2 เป้าหมายฮับแม่วิน.....	7
ภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย.....	29
ภาพที่ 4 ศึกษาองค์ความรู้ บริบทชุมชนพื้นที่ตำบลแม่วิน.....	33
ภาพที่ 5 แบ่งกลุ่มสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ.....	34
ภาพที่ 6 ผู้เข้าร่วมประชุมครั้งที่ 2 ฮับแม่วิน.....	37
ภาพที่ 7 ประชุมเพื่อศึกษาข้อมูลการตลาดฮับแม่วิน.....	38
ภาพที่ 8 การแบ่งกลุ่มสัมภาษณ์ข้อมูลการตลาดฮับแม่วิน.....	39
ภาพที่ 9 ผู้เข้าร่วมประชุมการตลาดฮับแม่วิน.....	40
ภาพที่ 10 สัมภาษณ์ข้อมูลสินค้าของฮับแม่วิน.....	42
ภาพที่ 11 ตัวอย่างภาพการเก็บข้อมูลสินค้าของฮับแม่วิน.....	43
ภาพที่ 12 การประชุมเพื่อวิเคราะห์ระบบ.....	53
ภาพที่ 13 แสดงแผนผังบริบท (Context Diagram) ระบบการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่.....	54
ภาพที่ 14 Decomposition Diagram ระบบการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่.....	55
ภาพที่ 15 แสดงแผนผังกระแสข้อมูลระดับที่ 0 (Data Flow Diagram (Level 0) ระบบการตลาด ดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่.....	56
ภาพที่ 16 The context data model ระบบการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว.....	71
ภาพที่ 17 เว็บไซต์ของ ฮับแม่วิน.....	74
ภาพที่ 18 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน(ต่อ).....	75
ภาพที่ 19 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน ในส่วนแสดงรายการประเภทสินค้าที่วางขาย.....	76
ภาพที่ 20 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน ตัวอย่างสินค้าประเภทกระเป๋า.....	76
ภาพที่ 21 ในส่วนแสดงรายละเอียดสินค้ากระเป๋าและราคา.....	77
ภาพที่ 22 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน ตัวอย่างสินค้าประเภทชุดเดรส.....	77
ภาพที่ 23 ในส่วนแสดงรายละเอียดสินค้าชุดเดรสและราคา.....	78
ภาพที่ 24 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน ตัวอย่างสินค้าประเภทผ้าถุง.....	78
ภาพที่ 25 ในส่วนแสดงรายละเอียดสินค้าผ้าถุงและราคา.....	79
ภาพที่ 26 เว็บไซต์ของฮับแม่วิน ตัวอย่างสินค้าประเภทเสื้อผู้ชาย.....	79

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 27 ในส่วนแสดงรายละเอียดสินค้าเสื้อผู้ชายและราคา.....	80
ภาพที่ 28 เว็บเพจของฮับแม่วิน ตัวอย่างสินค้าประเภทเสื้อผู้หญิง.....	80
ภาพที่ 29 ในส่วนแสดงรายละเอียดสินค้าเสื้อผู้หญิงและราคาการสั่งซื้อ.....	81
ภาพที่ 30 เว็บเพจของฮับแม่วิน ในส่วนรีวิวสินค้าโดยโพสต์เป็นคลิปวิดีโอ.....	81
ภาพที่ 31 เว็บเพจของฮับแม่วิน ในส่วนการสั่งซื้อสินค้า.....	82
ภาพที่ 32 เว็บเพจของฮับแม่วิน ในส่วนการแจ้งชำระเงิน.....	82
ภาพที่ 33 เว็บเพจของฮับแม่วิน ในส่วนแสดงรายละเอียดของร้าน (เกี่ยวกับเรา).....	83
ภาพที่ 34 เว็บเพจของฮับแม่วิน ในส่วนแสดงรายละเอียดของร้าน (ต่อ).....	83
ภาพที่ 35 สื่อมีเดียฮับแม่วิน (โลโก้ฮับแม่วิน).....	84
ภาพที่ 36 สื่อมีเดียฮับแม่วิน (บรรยายภาพเส้นทางไปฮับแม่วิน).....	84
ภาพที่ 37 สื่อมีเดียฮับแม่วิน (ประวัติของกลุ่มทอผ้าฮับแม่วิน).....	85
ภาพที่ 38 สื่อมีเดียฮับแม่วิน (จุดเด่นของลายผ้า).....	85
ภาพที่ 39 สื่อมีเดียฮับแม่วิน (สาธิตการทอผ้า).....	86
ภาพที่ 40 สื่อมีเดียฮับแม่วิน (ช่องทางการจัดจำหน่าย).....	86
ภาพที่ 41 แบบตัวอย่างร่างตราสินค้า.....	87
ภาพที่ 42 รูปแบบที่ 1 แบบร่างตราสินค้า.....	87
ภาพที่ 43 รูปแบบที่ 2 แบบร่างตราสินค้า.....	88
ภาพที่ 44 รูปแบบที่ 3 แบบร่างตราสินค้า.....	88
ภาพที่ 45 รูปแบบที่ 4 แบบร่างตราสินค้า.....	89
ภาพที่ 46 รูปแบบที่ 5 แบบร่างตราสินค้า.....	89
ภาพที่ 47 ประเภทสินค้าในการทำโปรโมทสินค้า.....	90
ภาพที่ 48 ประเภทกระเป๋าในการทำโปรโมทสินค้า.....	90
ภาพที่ 49 ประเภทชุดเดรสในการทำโปรโมทสินค้า.....	91
ภาพที่ 50 ประเภทผ้าถุงในการทำโปรโมทสินค้า.....	91
ภาพที่ 51 ประเภทผู้ชายในการทำโปรโมทสินค้า.....	92
ภาพที่ 52 ประเภทเสื้อผู้หญิงในการทำโปรโมทสินค้า.....	92
ภาพที่ 53 วิดีทัศน์ของฮับแม่วิน.....	93
ภาพที่ 54 ตัวอย่างผู้เข้าชมวีดีทัศน์ของฮับแม่วิน.....	93
ภาพที่ 55 ตัวอย่างสินค้าของฮับแม่วิน ช่องทาง shopee.....	94

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 56 ตัวอย่างสินค้าของฮับแมวิน ช่องทาง Lazada.....	94
ภาพที่ 57 ตัวอย่างสินค้าของฮับแมวิน ช่องทาง facebook marketplace.....	95
ภาพที่ 58 ตัวอย่างสินค้าของฮับแมวิน ช่องทาง facebook marketplace.....	95
ภาพที่ 59 ภาพกิจกรรมในการอบรม 1.....	100
ภาพที่ 60 ภาพกิจกรรมในการอบรม 2.....	100

