

การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน

The Development on Online Marketing Platform to Enhance Community Products

สมารณ์ นวลสุทธิ,

สุจินดา พรหมขำ และ บำรุง ศรีนวลปาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Samaporn Nualsut,

Sujinda Promkum and Bumrung Srinounpan

Nakhonsithamarat Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: samaporn1420@gmail.com

บทคัดย่อ

ในการตลาดยุคดิจิทัลคงปฏิเสธไม่ได้ว่าแพลตฟอร์มการตลาดมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเข้าถึงตลาดของสินค้าชุมชน ซึ่งมีก่ประสบปัญหาในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้กว้างขวางพอและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ แพลตฟอร์มดังกล่าวจะประกอบด้วยฟังก์ชันต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถจัดการสินค้า ดำเนินการด้านการตลาด และทำธุรกรรมออนไลน์ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินผลการดำเนินงานและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดได้ตามสถานการณ์ สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกันของห่วงโซ่คุณค่า ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคม ได้ทันต่อเวลาและความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด การพัฒนาแพลตฟอร์มนี้เริ่มต้นจากการศึกษาความต้องการและปัญหาของผู้ประกอบการชุมชน เพื่อนำมาวางแผนและออกแบบฟังก์ชันการทำงานที่ตอบสนองต่อความต้องการ รวมถึงการอบรมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะในการใช้งานแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมต่อกับโซเชียลมีเดียและเครื่องมือค้นหาเพื่อเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของชุมชนให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่องภายใต้พฤติกรรมผู้บริโภควิถีใหม่ที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ ผลที่คาดหวังจากการพัฒนาแพลตฟอร์มนี้คือ การเพิ่มยอดขายและรายได้ของผู้ประกอบการชุมชน การสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่นและการเพิ่มการรับรู้และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

* วันที่รับบทความ : 2 กรกฎาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 23 กรกฎาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 24 กรกฎาคม 2567

Received: July 2 2027; Revised: July 23 2024; Accepted: July 24 2024

คำสำคัญ: แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์; การตลาดดิจิทัล; ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

In the digital marketing era, it is undeniable that marketing platforms play a crucial role in business success. The development of an online marketing platform to elevate community products leverages digital technology to enhance competitiveness and market access for community goods, which often struggle with broad dissemination and effectively reaching target customers. This platform comprises various functions that assist community entrepreneurs in managing products, conducting marketing activities, and performing online transactions more easily. Additionally, it features data analysis tools that enable entrepreneurs to evaluate performance and adjust marketing strategies according to the situation, aligning with the new lifestyle patterns of consumers. This integration connects the value chain, enhancing adaptability to business environments and societal changes, keeping pace with the ever-changing marketing landscape. The development of this platform begins with studying the needs and issues faced by community entrepreneurs, planning and designing functions that meet those needs, and providing training and support to ensure they have the knowledge and skills to use the platform effectively. It also includes integration with social media and search engines to expand the opportunities for publicizing community products and services. This leads to continuous market growth under the new consumer behavior that demands convenience in their lives. The anticipated outcomes from the development of this platform are increased sales and revenue for community entrepreneurs, strengthening the local economy, and enhancing the recognition and value of community products in both domestic and international markets, leading to sustainable development in the long term.

Keywords: Marketing Platform Online, Digital Marketing, Community Products

บทนำ

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งวิถีการดำเนินชีวิตและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เข้าสู่ยุคดิจิทัลการตลาดออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ และมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง คงปฏิเสธไม่ได้ว่าในยุคของการตลาดดิจิทัลเปรียบเสมือนเข็มทิศนำทางธุรกิจในยุคดิจิทัล ที่มีส่วนช่วยให้การเข้าถึงลูกค้า สร้างการรับรู้ และผลักดันยอดขาย หากกล่าวถึงเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งในส่วนของสภาพแวดล้อม ปัจจัยเกื้อหนุนที่จำเป็นต่อเศรษฐกิจดิจิทัล สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศไทยนั้นมีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการลงทุนและการเงิน โดยจะเห็นได้ว่าประเทศไทยเริ่มมีจำนวนของนักลงทุนรูปแบบต่าง ๆ ที่มาลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นจำนวนมาก และนอกจากนี้ ยังมีมูลค่าตามราคาตลาด บริการการเงิน และโครงสร้างอัตราภาษีที่ดีสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล แม้ตลาดจะยังคงมีความเสี่ยงในการลงทุนค่อนข้างสูงก็ตาม นอกจากนั้นปัจจัยในการขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล คงหนีไม่พ้นการตลาดดิจิทัล โดยมีการใช้ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ใน

การส่งเสริมสินค้าและบริการ โดยอาศัยเทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัล เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค สร้างการรับรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วม และผลักดันยอดขาย โดยช่องทางการตลาดดิจิทัล ได้แก่เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เครื่องมือ ค้นหา โฆษณาออนไลน์ เนื้อหาทางการตลาด โปรแกรมพันธมิตร โดยเป้าหมายหลักของการตลาดดิจิทัล คือ สร้างการรับรู้ สร้างการมีส่วนร่วม การรักษาฐานลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า หรือกล่าวได้ว่าการตลาดดิจิทัล เปรียบเสมือนเข็มทิศนำทางธุรกิจในยุคดิจิทัล ช่วยให้เข้าใจลูกค้า เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจที่สามารถนำกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมาใช้อย่างชาญฉลาด จะประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัลนี้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2567: 6)

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในทุกด้านของชีวิตประจำวัน การตลาดออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการชุมชนที่มักประสบปัญหาในการเข้าถึงตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์ชุมชนที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะตัวมักถูกจำกัดอยู่ในพื้นที่ท้องถิ่นและการเผยแพร่ที่กว้างขวาง การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์เหล่านี้ แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ถูกออกแบบมาเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการชุมชนในการบริหารจัดการสินค้าและบริการอย่างเป็นระบบ รวมถึงการทำธุรกรรมออนไลน์ที่สะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้ แพลตฟอร์มยังมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินผลการดำเนินงานและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งเน้นความสะดวกสบายและการเชื่อมโยงกันของห่วงโซ่อุปทาน (สาวิวรรณ จุติโชติ และทิพมาศ เศรษฐวรโชติ, (2564: 77-88)

จากปัจจัยความเปลี่ยนแปลงที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ส่งผลให้พฤติกรรมในการบริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่งผลต่อภาคธุรกิจแม้กระทั่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจเองจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงเพื่อให้สามารถตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภค ยุคของการตลาดออนไลน์เปรียบเสมือนสมรภูมิรบในยุคดิจิทัลธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องเลือกใช้อาวุธ หรือก็คือ แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ ให้เหมาะสมกับกลยุทธ์สินค้าและบริการ ตลอดจนตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจโดยการเริ่มนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นการทำธุรกรรมซื้อขายก็มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจสามารถวางกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต โดยแพลตฟอร์มสามารถขยายขีดความสามารถอย่างไม่จำกัด มีการพัฒนาฟังก์ชันหรือโมเดลใหม่ๆ มาต่อยอดได้ตลอดเวลาและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสามารถนำไปต่อเชื่อมกับระบบอื่นของภาคธุรกิจได้ (พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธุ์, 2562 : 150-157)

การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่เพียงแต่เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ แต่ยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนและเชื่อมโยงทรัพยากรในท้องถิ่นให้สามารถเติบโตและพัฒนาไปพร้อมกับความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคดิจิทัล โดยการพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมศักยภาพการดำเนินการ ทั้งนี้แพลตฟอร์มสามารถเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและบริการตลอดห่วงโซ่คุณค่า จากต้นทาง กลางทาง และปลายทาง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการต่อยอดภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานที่ชัดเจนตอบโจทย์ทั้ง ตลาดออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจชุมชนและส่งเสริมวิถีคิดและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชนหรือธุรกิจเพื่อสังคมได้ในอนาคต ผลจากการนำแพลตฟอร์มออนไลน์ไปใช้งาน ก่อให้เกิดการส่งเสริมทัศนคติที่ดีในการประกอบการในรูปแบบใหม่ สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น สร้างเสริม ทักษะด้านใช้ชีวิตให้แก่ชุมชนในทางที่ดีขึ้นและคนในชุมชนเกิดการมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น (รัตนชฎาพร ศรีสุระ, 2565 : 66-79)

แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลแพลตฟอร์มในความหมายเชิงธุรกิจ คือ โครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้ ผู้ให้บริการ และข้อมูลเข้าด้วยกัน แพลตฟอร์มเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล โดยสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเพิ่มประสิทธิภาพในหลาย ๆ หน่วยโครงสร้างเข้าถึงกันได้ง่ายขึ้น โดยลักษณะสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์มเชิงธุรกิจเป็นระบบนิเวศซึ่งดิจิทัลแพลตฟอร์มจะดึงดูดผู้ใช้และผู้ให้บริการจำนวนมาก สร้างเครือข่ายที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสินค้า บริการ ข้อมูล และโอกาสใหม่ ๆ ผ่านแพลตฟอร์ม ในขณะที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และขยายธุรกิจของตน ในปัจจุบันโมเดลธุรกิจแบบหลายด้านจะเข้ามามีส่วนสำคัญ ทั้งนี้ดิจิทัลแพลตฟอร์มสามารถสร้างรายได้จากหลายช่องทาง เช่น ค่าธรรมเนียมโฆษณา ค่าธรรมเนียมธุรกรรม การขายสินค้าหรือบริการ และค่าธรรมเนียมสมาชิก โมเดลธุรกิจแบบหลายด้านนี้ช่วยให้แพลตฟอร์มสามารถเติบโตและสร้างผลกำไรได้ นอกจากนั้นการขับเคลื่อนด้วยข้อมูลดิจิทัลแพลตฟอร์มใช้ข้อมูลผู้ใช้เพื่อปรับปรุงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการและพัฒนาธุรกิจ ทั้งนี้ข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์ม แพลตฟอร์มที่มีข้อมูลมากจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (ปริศนา มั่นเภาและฐิติยา เนตรวงษ์, 2564 : 57-65)

การนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้ โดยการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้ใช้ ผู้ให้บริการและข้อมูล เพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ แพลตฟอร์มเหล่านี้สามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ดิจิทัลแพลตฟอร์มสามารถช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า ตัวอย่างเช่น ธุรกิจสามารถใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเพื่อขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ สร้างโอกาสใหม่ ๆ ดิจิทัลแพลตฟอร์มสามารถช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ขยายตลาด และสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจสามารถใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้า สร้างแบรนด์และทำการตลาด ส่งเสริมนวัตกรรม ดิจิทัลแพลตฟอร์มสามารถกระตุ้นให้นักพัฒนาซอฟต์แวร์และผู้ประกอบการสร้างแอปพลิเคชันและบริการใหม่ ๆ แพลตฟอร์มที่เปิดกว้าง จะดึงดูดนักพัฒนาและผู้ประกอบการจำนวนมาก ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่รวดเร็วและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูลและความรู้ได้อย่างสะดวก แพลตฟอร์มการแชร์ข้อมูล เช่น Wikipedia ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหัวข้อต่าง ๆ ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมช่วยให้ผู้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยให้ผู้คนติดต่อสื่อสาร แบ่งปันความคิดเห็นและสร้างชุมชนออนไลน์

การใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการ โดยการทำให้ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ให้เป็นที่รู้จักเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องหาช่องทางในการสื่อสารให้กับลูกค้าที่อยู่อย่างกระจัดกระจายได้รู้จักกับดิจิทัลแพลตฟอร์มของกลุ่มธุรกิจนั้น ไม่ว่าจะด้วยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์จากการใช้งานเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแพลตฟอร์ม สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในทุกระดับ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้ามาใช้ช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยการคำนึงถึงคุณภาพของเว็บไซต์ ต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้า เพราะเป็นคุณค่าด้านชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของเว็บไซต์ ประกอบด้วยส่วนภาพลักษณ์ของเว็บไซต์คือความรู้สึกของลูกค้าต่อเว็บไซต์และการรับรู้ต่อเว็บไซต์คือความเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์ เช่นเดียวกับ Laohasiri (2016) กล่าวว่ากลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการเข้าถึงลูกค้าคือ การทำให้สินค้าหรือบริการของตัวเองเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าคู่แข่ง (สทิตรา มะลาสิน, 2565 : 1545-1559) สำหรับดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จในปี 2567 ได้แก่

1. TikTok แพลตฟอร์มวิดีโอสั้นยอดนิยม เติบโตอย่างรวดเร็ว ดึงดูดผู้ใช้งานจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น
2. WeChat แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียยอดนิยมในจีน ให้บริการหลากหลาย เช่น การส่งข้อความ การโทร การชำระเงิน และการช้อปปิ้ง
3. Shopee แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซยอดนิยมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เติบโตอย่างรวดเร็ว นำเสนอสินค้าหลากหลาย และราคาที่แข่งขันได้

4. Netflix แพลตฟอร์มบริการสตรีมมิ่งวิดีโอยอดนิยม นำเสนอเนื้อหาภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ และสารคดี จำนวนมาก

5. Spotify แพลตฟอร์มบริการสตรีมมิ่งเพลงยอดนิยม นำเสนอเพลงจำนวนมาก ให้ผู้ใช้ฟังเพลงได้ทุกที่ทุกเวลา

แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นเป็นเสมือนพื้นที่ที่รวบรวมสินค้า บริการและข้อมูลต่าง ๆ ไว้ในที่เดียวและยังเป็นตัวกลางที่ช่วยให้เกิดการปฏิสัมพันธ์หรือตอบโต้กันระหว่างผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ นั่นเองโดยปัจจุบันบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีความหลากหลายอย่างมาก ขึ้นกับวัตถุประสงค์หรือการตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันออกไป โดยในหนึ่งแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นอาจมีการให้บริการได้หลายประเภทได้ ทั้งนี้ตัวอย่างประเภทของแพลตฟอร์มดิจิทัล (Time Consulting, 2567 : ออนไลน์) ได้แก่

1. บริการตลาดออนไลน์ (Online Marketplace) อาทิ Shopee, Lazada, Agoda
2. บริการ Sharing Economy Platform อาทิ Grab, LINE MAN, Robinhood
3. บริการการสื่อสารออนไลน์ (Online Communication) อาทิ Line, Whatsapp, Messenger, Zoom, Microsoft Teams
3. บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook, Instagram, Twitter
4. บริการโฆษณาออนไลน์ (Advertising Service) อาทิ Google Ads, Facebook Ads
5. บริการสื่อโสตทัศน์ วิดีโอและเพลง (Audio-Visual, Video on demand, Video Sharing and Music Sharing) อาทิ YouTube, TikTok, Spotify, Netflix, AIS play
6. บริการสืบค้น (Searching Tools) อาทิ Google, Yahoo!, Tripadviser
7. บริการรวบรวมและเผยแพร่เนื้อหาข่าวสาร (News Aggregator) อาทิ Google News, Apple News, SmartNews
8. บริการแผนที่ออนไลน์ (Maps) อาทิ Google Map, Apple Maps, HERE WeGo
9. บริการผู้ช่วยเสมือนจริง (Virtual Assistants) อาทิ Siri, Alexa
10. บริการเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browsers) อาทิ Google Chrome, Microsoft Edge, Safari
11. บริการระบบปฏิบัติการ (Operating System) อาทิ Microsoft Windows, Android, iOS
12. บริการโฮสต์ (Hosting Service) หรือให้บริการเช่าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเว็บไซต์ต่าง ๆ อาทิ GoDaddy, Hostinger
13. บริการคลาวด์ (Cloud Service) อาทิ Google Cloud, Microsoft Azure, AWS และ 15)
14. บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider) อาทิ AWN, TRUE, NT

แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์

แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ หมายถึง ช่องทางหรือเครื่องมือบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้สำหรับการทำการตลาดสินค้าหรือบริการ หรือช่องทางดิจิทัลที่ธุรกิจใช้เพื่อเข้าถึงลูกค้า โปรโมทสินค้าหรือบริการและบรรลุเป้าหมายทางการตลาด แพลตฟอร์มเหล่านี้มีหลากหลายประเภท แต่ละประเภทยังมีจุดเด่นและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ธุรกิจจำเป็นต้องเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณ โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้มีหลากหลายรูปแบบ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โซเชียลมีเดีย อีคอมเมิร์ซ (จิรวรรณ ปลั่งพงษ์พันธ์, 2566 : 433-449) ทั้งนี้แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์มีวัตถุประสงค์

- 1) เข้าถึงลูกค้า แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง ข้ามพรมแดน และข้ามกลุ่มเป้าหมาย
- 2) สร้างการรับรู้ แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ สินค้า หรือบริการ
- 3) สร้างการนัดพบ แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ช่วยสร้าง engagement กับลูกค้า กระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแบรนด์ สินค้า หรือบริการ
- 4) ส่งเสริมการขาย แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ช่วยส่งเสริมการขาย กระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
- 5) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ช่วยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

ประเภทของเทคโนโลยีการตลาด ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนแผนงานการตลาดให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสทางการขายได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งการแข่งขันด้วยข้อมูลและความรวดเร็วในการวิเคราะห์รวมถึงการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและก้าวไปข้างหน้าเหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563 : ออนไลน์) ได้มีการแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. Content Marketing Tools เครื่องมือเกี่ยวกับการทำคอนเทนต์ทางการตลาด ประกอบไปด้วย
2. Rich Media Tools เครื่องมือที่เป็นส่วนสนับสนุนการทำคอนเทนต์การตลาด ซึ่งเป็นเรื่องของการออกแบบ การทำวิดีโอและเสียง ประกอบไปด้วย
3. Social Media Tools เครื่องมือในการบริหารจัดการสื่อโซเชียล ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบการวิเคราะห์ การเก็บข้อมูล
4. Marketing Automation Platforms & Tools เครื่องมือการตลาดอัตโนมัติที่รวมไปถึงการส่งอีเมลและการตลาดบนมือถือ
5. Advertising Platforms & Tools เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่ช่วยในการซื้อโฆษณา ไม่ว่าจะเป็น SEO โฆษณานบนโซเชียลมีเดีย

6. Sales Enablement Tools ซอฟต์แวร์สำหรับการขายซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่จะช่วยให้คุณบริหารจัดการขั้นตอนสำคัญต่าง ๆ ของกระบวนการขาย และการบริหารจัดการลูกค้าโดยอัตโนมัติ

7. Data and Analytics Platforms แพลตฟอร์มสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลล้วน ๆ ทั้งข้อมูลในอดีต ปัจจุบัน รวมถึงการทำนายแนวโน้มในอนาคต

จากประเภทของเทคโนโลยีการตลาด สามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจได้ แต่ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องนำมาทุกเครื่องมือเนื่องจากอาจต้องลงทุนจำนวนมากเสียทีเดียว ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรจะต้องเป้าหมายของธุรกิจ และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดให้ชัดเจน และพิจารณาว่าเครื่องมือใดเหมาะสมและคุ้มค่าในการช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตได้อย่างมั่นคง

ภายใต้สถานการณ์ปกติวิถีใหม่หลังจากวิกฤตโควิด - 19 การเติบโตของยอดขายสินค้าทางออนไลน์มีการเติบโตแบบสวนทาง ซึ่งถือได้ว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์สินค้าได้ง่ายขึ้น จากพฤติกรรมการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคดังกล่าว ทำให้ช่องทางของตลาดอีคอมเมิร์ซจึงเป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยและธุรกิจชุมชนเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้าง จึงขอยกตัวอย่างแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ การผลการดำเนินแผนงานวิจัย “การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย” (อภิรักษ์ สงรักษ์, 2563 : ออนไลน์) โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (มทร.ศรีวิชัย) ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เพื่อพัฒนาศักยภาพการตลาดของผู้ประกอบการในท้องถิ่น การสร้างคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน และสินค้าผลผลิตการเกษตรที่มีอัตลักษณ์และความโดดเด่นในพื้นที่แล้ว ทาง มทร.ศรีวิชัย จึงได้สร้างแพลตฟอร์มเพื่อการจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ไปพร้อมกัน ภายใต้ชื่อ “จังฮู” หรือ “JUNGHUU.COM”

“จุดเด่นของมีผลิตภัณฑ์และสินค้าชุมชนของภาคใต้มีมากมาย แต่ขาดโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและมีกำลังซื้อ ดังนั้นแพลตฟอร์ม JUNGHUU จึงมีสินค้าชุมชนของภาคใต้ที่มีความหลากหลาย โดยรวบรวมสินค้าเด่น สินค้าดังของแต่ละพื้นที่มารวมไว้บนรูปแบบออนไลน์ ของกิน ของใช้ เสื้อผ้า เวชภัณฑ์ และผลไม้ตามฤดูกาล สินค้าเด่นตามพื้นที่ที่ได้รับความนิยม สินค้าคุณภาพ ที่คัดสรรจากชุมชน เช่น สองเกลอจากคีรีวง ทุเรียนกวน และมังคุดกวน ส่งตรงจากแหล่งโอโซนชั้นดี หมู่บ้านคีรีวง หรือจะเป็นไข่ครอบสงขลา ของดีหายากของจังหวัดสงขลา โดยทุกการจับจ่ายจะหมายถึงการเข้าไปสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น และเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นการกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างแท้จริง” (วัจน์ ธีธรรส, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2564 : ออนไลน์)

นอกจากนั้น การส่งเสริมการแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ของกระทรวงมหาดไทย โดยองค์การ ตลาดร่วมกับภาคเอกชน เปิดตัวแพลตฟอร์ม ไทยดีเวอร์ (Thaideever) เพื่อเพิ่มศักยภาพการจำหน่ายและ กระจายสินค้าเกษตร สินค้า OTOP สินค้า SME และผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านออนไลน์ เพื่อบริหารจัดการด้าน การตลาดและเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ภายใต้แพลตฟอร์ม “ไทยดีเวอร์” จะช่วยสนับสนุนการซื้อขายในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกษตรกรมีโอกาสจำหน่ายผลผลิตในราคายุติธรรม ช่วยแก้ปัญหาราคาสินค้าเกษตร ตกต่ำ สินค้าล้นตลาด ให้มีช่องทางจำหน่ายไปยังช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) หรือ Digital Platform ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถบริหารจัดการด้านการตลาดและการขายแบบครบวงจร ช่วยตอบโจทย์ ขั้วเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีสินค้าให้เลือกซื้อหลายหมวดหมู่ อาทิ อาหารและเครื่องดื่ม กระเป๋า สินค้าสุขภาพและความงาม ของเล่น สินค้าแม่และเด็ก รวมถึงสินค้า เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง โดยสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ ตลอด 24 ชั่วโมง (รัชดา ธนาดิเรก, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2566 : ออนไลน์)

ประเภทของแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์

การจำแนกประเภทแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ สามารถแบ่งได้อย่างหลาย ขึ้นอยู่กับช่องทางหรือ เครื่องมือที่นักการตลาดใช้เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ หรือแบรนด์บนโลกออนไลน์ แพลตฟอร์มเหล่านี้มี หลากหลายประเภท แต่ละประเภทมีจุดเด่นและเหมาะกับธุรกิจที่แตกต่างกันไป

ตารางที่ 1 ประเภทของแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์

ประเภท	ตัวอย่าง	รายละเอียด
โซเชียลมีเดีย	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok	แพลตฟอร์มที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา แชร์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ติดตามข่าวสาร และ เชื่อมต่อกับผู้อื่น เหมาะสำหรับการสร้างแบรนด์ สร้างการมีส่วนร่วม โปรโมทสินค้า/บริการ และ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้าง
เว็บไซต์	เว็บไซต์ธุรกิจ, บล็อก, เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ	แพลตฟอร์มที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร สินค้า/บริการ ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ เหมาะสำหรับการนำเสนอข้อมูลสินค้า/บริการ สร้างความ น่าเชื่อถือ สร้างฐานลูกค้า และเพิ่มการขาย

อีเมล	จดหมายข่าว, โปรโมชั่น, อัปเดต ข้อมูล	แพลตฟอร์มที่ใช้ส่งข้อความอิเล็กทรอนิกส์ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย เหมาะสำหรับการแจ้งข่าวสาร โปรโมชั่น อัปเดตข้อมูล สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกระตุ้นยอดขาย
การโฆษณาออนไลน์	Google Ads, Facebook Ads, YouTube Ads	แพลตฟอร์มที่ใช้แสดงโฆษณาบนเว็บไซต์ แอปพลิเค ชัน หรือเครื่องมือค้นหา เหมาะสำหรับการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายใหม่ เพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ กระตุ้น ยอดขาย และสร้างแบรนด์
การตลาดเนื้อหา	บทความ, อินโฟ กราฟิก, วิดีโอ, อีบุ๊ก	แพลตฟอร์มที่ใช้สร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่า เพื่อดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เหมาะสำหรับการสร้างแบรนด์ สร้างความน่าเชื่อถือ ดึงดูดลูกค้าใหม่ และเพิ่มการขาย
การตลาดแบบมีส่วนร่วม	กิจกรรมบนโซเชียล มีเดีย, การประกวด, โปรแกรมสะสมแต้ม	แพลตฟอร์มที่ใช้กระตุ้นให้ผู้มีส่วนร่วมกับแบรนด์ เหมาะสำหรับการสร้างการรับรู้ สร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า และเพิ่มการขาย
การตลาดแบบมีอิทธิพล	การรีวิวสินค้า/บริการ โดย Influencer	แพลตฟอร์มที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้เชี่ยวชาญใน สาขาต่างๆ มารีวิวสินค้า/บริการ เหมาะสำหรับการ สร้างความน่าเชื่อถือ กระตุ้นยอดขาย และสร้างการ รับรู้

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาในมุมมองที่มีเป้าหมายในการสร้างมั่นคงและการเจริญเติบโตให้กับ
องค์กรนั้น ได้แบ่งจากประเภทของแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ อีเมล การโฆษณา
ออนไลน์ การตลาดเนื้อหา การตลาดแบบมีส่วนร่วม และการตลาดแบบมีอิทธิพล นอกจากนั้นเพื่อเป็นการ
ดำเนินการกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ห่วงโซ่คุณค่า จึงควรบูรณาการการทำงานควบคู่กับการระบบนิเวศทางธุรกิจ
เพื่อความยั่งยืนขององค์กร

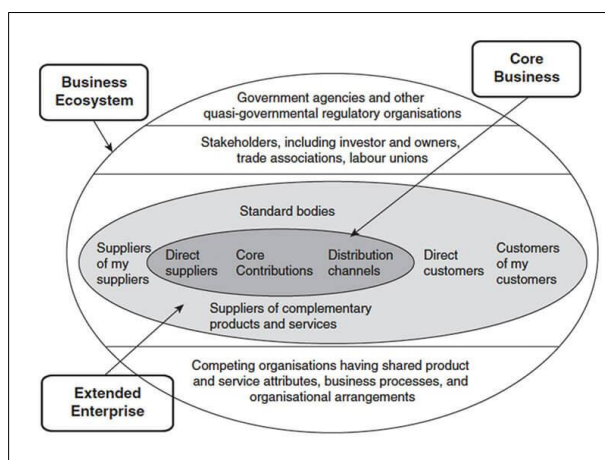
ระบบนิเวศทางธุรกิจเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง และต่างพึ่งพากันทั้งภายในองค์กรและภายนอก
องค์กรเพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างยั่งยืน องค์กรในปัจจุบันทำงานที่ซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ต้องเกิดความร่วมมือ
ในรูปแบบนวัตกรรมและและระบบที่พึ่งพาอาศัยกันเพื่อความอยู่รอดของทุกฝ่าย นอกจากนั้นองค์กรธุรกิจเอง
จะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคม ได้ทันต่อเวลาและความ
เปลี่ยนแปลงต่างๆ องค์กรที่ล้มเหลวส่วนใหญ่มักพยายามเพียงแค่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพให้สินค้าและ

บริการให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น แต่นั่นอาจจะไม่เพียงพอสำหรับสถานการณ์การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน แนวคิดของระบบนิเวศทางธุรกิจ จึงเป็นการนำเสนอรูปแบบ การดำเนินธุรกิจที่มีสินค้าและบริการที่ครบถ้วน ครบวงจร ผู้ผลิตจะต้องมองภาพรวมทั้งระบบการผลิต การให้บริการ ต้องวิเคราะห์และมองครอบคลุมทั้งระบบห่วงโซ่ โดยองค์ประกอบของระบบนิเวศทางธุรกิจที่ดี (ธวัชชัย บัววัฒน์, 2564 : ออนไลน์) ประกอบด้วย

1. ความหลากหลายที่เกื้อหนุนกัน
2. ความซับซ้อนที่ช่วยให้การขาดองค์ประกอบหนึ่ง ไม่ทำให้ส่วนที่เหลือมีปัญหา
3. ความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรที่เกื้อหนุนระบบนิเวศนั้น ๆ
4. การแข่งขันที่ช่วยพัฒนาวิวัฒนาการของธุรกิจ

การศึกษาระบบนิเวศทางธุรกิจ จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ core business ขององค์กรนั้น ๆ เพราะถือว่าเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ ถ้ามีความชัดเจนในเรื่องของ core business การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เป้าหมายขององค์กร ก็จะทราบว่าเรามีความชำนาญด้านไหน อะไรคือสินค้าหรือบริการที่เราทำได้ดีและซัพพลายเออร์ของเราคือใคร สามารถสร้างเครือข่ายคู่ค้า หุ้นส่วน พันธมิตร ของกลุ่มธุรกิจ เมื่อกลุ่มธุรกิจมีความเข้มแข็ง ก็สามารถรวมกลุ่ม จัดตั้งองค์กรเพื่อขอความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคเอกชน การกำหนดนโยบาย และกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความคล่องตัวในการดำเนินการให้กับองค์กรธุรกิจ (พิชิต ขจรเดชะ, 2561 : ออนไลน์)

จากกรณีศึกษาของบริษัท SCG หรือ เครือซิเมนต์ไทย เป็นตัวอย่างของบริษัทที่นำเอาระบบนิเวศทางธุรกิจมาปรับใช้กับบริษัท เนื่องจากปัญหาวิกฤติต้มยำกุ้งในปี พ.ศ. 2540 ทำให้ทางบริษัท ทำการแบ่งประเภทของธุรกิจที่มีอยู่ออกเป็น 2 ประเภทคือ Core Business กับ Non-Core Business โดยธุรกิจหลัก (Core Business) ของทาง SCG เป็นกลุ่มที่บริษัทมีความสามารถสูง ทำได้ดี และถนัด สามารถเจริญเติบโตได้ ได้แก่ ธุรกิจซิเมนต์ ปิโตรเคมีและกระดาษ ส่วนที่เหลือจะถูกตั้งเป็น Non-Core Business และถูกขายหุ้นส่วนใหญ่ให้กับต่างประเทศ หรือคนอื่น ๆ ที่สนใจลงทุน ทำให้บริษัท SCG สามารถสร้างความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินธุรกิจ และช่วยให้รอดพ้นจากปัญหา สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 1 ภาพรวมของระบบนิเวศทางธุรกิจ
ที่มา : Moore (1996).

จากภาพที่ 1 ภาพรวมของระบบนิเวศทางธุรกิจ เปรียบเสมือนระบบนิเวศตามธรรมชาติที่สิ่งมีชีวิตต่าง ๆ อาศัยพึ่งพาอาศัยกัน เป็นเครือข่ายขององค์กรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน และเชื่อมต่อถึงกัน ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เช่น ธุรกิจ ซัพพลายเออร์ ผู้จัดการจำหน่าย ลูกค้า พันธมิตร สถาบันการเงิน ภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และแม้แต่คู่แข่ง โดยองค์ประกอบสำคัญของระบบนิเวศทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจหลัก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ความสัมพันธ์ โครงสร้าง และสภาพแวดล้อม ล้วนแล้วแต่เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนองค์ไปข้างหน้าอย่างมั่นคง

ดิจิทัลแพลตฟอร์มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ดิจิทัลแพลตฟอร์มผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นช่องทางหรือเครื่องมือบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้สำหรับการตลาดขายและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือแม้แต่เกษตรกรรายย่อย แพลตฟอร์มเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มโอกาสในการขายสินค้า สร้างรายได้ และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ทั้งนี้องค์ประกอบสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์มผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่

1. ระบบการแสดงสินค้า แพลตฟอร์มควรมีระบบที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถแสดงสินค้าของตนได้อย่างสะดวก สวยงาม และน่าสนใจ ข้อมูลสินค้าควรครบถ้วน ถูกต้อง และตรงกับความเป็นจริง
2. ระบบการชำระเงิน แพลตฟอร์มควรมีระบบการชำระเงินที่หลากหลาย สะดวก ปลอดภัย และเชื่อถือได้

3. ระบบการจัดส่งสินค้า แพลตฟอร์มควรมีระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และปลอดภัย

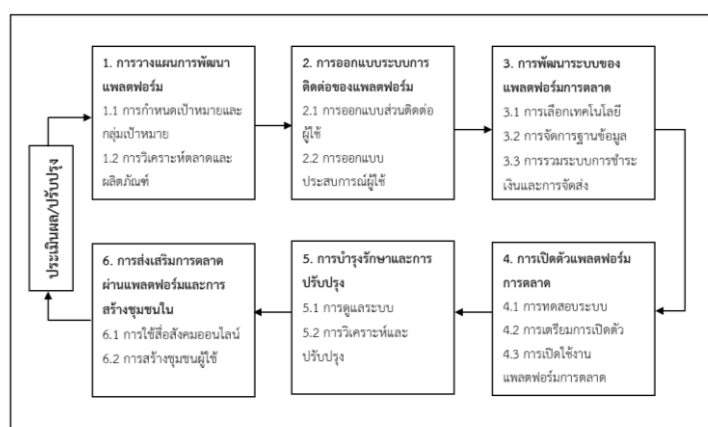
4. ระบบการบริการลูกค้า แพลตฟอร์มควรมีระบบการบริการลูกค้าที่ดี รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ระบบการวิเคราะห์ข้อมูล แพลตฟอร์มควรมีระบบการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้ขายสามารถติดตามผลการขาย วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า และพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะได้รับประโยชน์ของดิจิทัลแพลตฟอร์มผลิตภัณฑ์ชุมชน ช่วยให้ชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าชุมชนสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก โดยไม่ต้องจำกัดพื้นที่ นอกจากนั้นช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าชุมชนสามารถขายสินค้าได้โดยตรงกับลูกค้า โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ได้กำไรมากขึ้น ในส่วนของการมีส่วนช่วยสร้างรายได้ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าชุมชนสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น พัฒนาคุณภาพชีวิต และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และช่วยพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยกระตุ้นให้เกิดการผลิต การจ้างงาน และการกระจายรายได้ ตลอดจนสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นช่วยให้สามารถเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง และวัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังผู้คนทั่วโลก

สรุป

จากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ผู้เขียนขอเสนอการสรุปกระบวนการพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ในลักษณะโมเดลดังนี้



ภาพที่ 2 ภาพโมเดลการพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน
ที่มา : สมภรณ์ นวลสุทธิ, 2567

1. การวางแผนการพัฒนาแพลตฟอร์ม 1.1) การกำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย ในตั้งเป้าหมายการพัฒนาและระบุกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง และ 1.2) การวิเคราะห์ตลาดและผลิตภัณฑ์ ศึกษาตลาดและทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการ

2. การออกแบบระบบการติดต่อของแพลตฟอร์ม 2.1) การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ สร้างอินเทอร์เฟซที่ใช้งานง่ายและดึงดูด และ 2.2) การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ พัฒนาแนวทางที่ให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้งาน รวมถึงการทำให้กระบวนการใช้งานสะดวกและราบรื่น

3. การพัฒนาระบบของแพลตฟอร์มการตลาด 3.1) การเลือกเทคโนโลยี เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาและการทำงานของแพลตฟอร์ม 3.2) การจัดการฐานข้อมูล: ออกแบบและจัดการฐานข้อมูลเพื่อการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และ 3.3) การรวมระบบการชำระเงินและการจัดส่ง รวมระบบการชำระเงินและการจัดส่งเพื่อให้การทำธุรกรรมเป็นไปอย่างราบรื่น

4. การเปิดตัวแพลตฟอร์มการตลาด 4.1) การทดสอบระบบ: ทดสอบระบบเพื่อให้แน่ใจว่าทำงานได้ตามที่คาดหวังและไม่มีปัญหา 4.2) การเตรียมการเปิดตัว วางแผนการเปิดตัวแพลตฟอร์มรวมถึงกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และ 4.3) การเปิดใช้งานแพลตฟอร์มการตลาด: เปิดตัวแพลตฟอร์มให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้

5. การบำรุงรักษาและการปรับปรุง 5.1 การดูแลระบบ ดูแลและจัดการแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันปัญหาและรักษาประสิทธิภาพ และ 5.2 การวิเคราะห์และปรับปรุง วิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานและนำผลที่ได้มาปรับปรุงแพลตฟอร์มเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลง

6. การส่งเสริมการตลาดผ่านแพลตฟอร์มและการสร้างชุมชน 6.1) การใช้สื่อสังคมออนไลน์: ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมแพลตฟอร์มและผลิตภัณฑ์ และ 6.2) การสร้างชุมชนผู้ใช้: สร้างและสนับสนุนชุมชนผู้ใช้เพื่อส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ จำเป็นต้องเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้สามารถออกแบบแพลตฟอร์มที่ตรงความต้องการ เลือกช่องทางการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม แพลตฟอร์มควรใช้งานง่าย สะดวก และรวดเร็ว การวิเคราะห์ข้อมูล การติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานสามารถช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

1. การสร้างแพลตฟอร์มที่เป็นมิตรกับผู้ใช้: ออกแบบให้แพลตฟอร์มใช้งานง่าย โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี

2. การให้การสนับสนุนและการฝึกอบรม: จัดให้มีการสนับสนุนและฝึกอบรมสำหรับผู้ผลิตชุมชนในการใช้แพลตฟอร์ม และการทำการตลาดออนไลน์
3. การทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์: ใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มและผลิตภัณฑ์ของชุมชน
4. การรักษาคุณภาพและความปลอดภัย: ต้องมีมาตรการในการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์
5. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง: ปรับปรุงและพัฒนาแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและเทรนด์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป
6. การพัฒนาแพลตฟอร์มที่มีคุณภาพจะเป็นการสนับสนุนที่สำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้กับผู้ผลิตในชุมชน.

ดังนั้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มยอดขาย และสร้างรายได้ ยังสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและพัฒนาทักษะทางธุรกิจ ผลลัพธ์โดยรวมคือการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสร้างโอกาสใหม่สำหรับผู้ประกอบการชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- จิรวรรณ ปลั่งพงษ์พันธ์. (2566). การวิเคราะห์ต้นทุนทางการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ผลิตชุมชน โดยวิธีต้นทุนฐานกิจกรรมและการบริหารฐานกิจกรรม. 17 (2), 433-449.
- ธวัชชัย บัววัฒน์. (2564). ระบบนิเวศทางธุรกิจกับความยั่งยืนขององค์กร. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567. แหล่งที่มา: <https://beginrabbbit.com/2021/09/02/ระบบนิเวศทางธุรกิจกับค/>
- ปริศนา มั่นเภา และ จุฑิยา เนตรวงษ์. (2564). ดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อยกระดับธุรกิจบริการในยุคโควิด-19. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 1 (1), 57-65
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). ประเภทของ Marketing Technology. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2567. แหล่งที่มา: <https://www.popticles.com/marketing/types-of-marketing-technology/>
- พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธ์. (2562). แพลตฟอร์ม: เปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี. 14 (1), 150-157
- พิชิต ขจรเดชะ. (2561). ระบบนิเวศธุรกิจ : การวิเคราะห์และปรับตัวของอุตสาหกรรมการพิมพ์. วารสารการพิมพ์ไทย. 115, 10-13.

- รัตน์ชฎาพร ศรีสุระ และคณะ. (2565). การใช้แนวคิดแบบบ๊อโลยีในการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเสริมศักยภาพ วิสาหกิจชุมชนบ้านท่าก่อ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*. 7 (2), 66-79
- รัชดา ธนาดีเรก, *การส่งเสริมการตลาดแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ของกระทรวงมหาดไทย*, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2566
- รุ่งลักษณ์ ดีแจ่ม และ เจน จันทรสุภาเสน. (2564). การพัฒนาดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าววิสาหกิจชุมชน จังหวัดพิจิตร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 26 (1), 166-178
- วัจน์ ธีรุต, แพลตฟอร์ม *JUNGHUU*, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2564
- สธิรา มะลาสินและคณะ. (2565). แนวทางการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*. 10 (4), 1545-1559
- สาวิวรรณ จุติโชติ และทิพมาศ เสวตวรโชติ. (2564). การดำเนินชีวิตอย่างไรให้มีความสุขในยุคดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*. 1 (3), 77-88
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 – 2570). สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2567. แหล่งที่มา: <https://www.depa.or.th/th/master-plan-digital-economy/master-plan-for-digital-economy -66-67>
- อภิรักษ์ สงรักษ์. (2563). การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย. รายงานผลการวิจัย. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.