



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

การพัฒนาเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนของเทศบาลเมืองยะลา โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ DEVELOPMENT OF THE COMMUNITY MARKET ECONOMY OF YALA MUNICIPALITY USING AN ONLINE PLATFORM

¹หนีฝาศีรา หนีโไซะ ²นุรฟาติน เจาะโต ³ศศิตา ดอเลาะ ⁴สุวรรณา สาและ

⁵นิมารูnee หะยิวาเงาะ ⁶อิสมาแอ ยีมะแซ ⁷สุทัศน์ รุ่งระวีวรรณ

¹อีเมล 106768022@yru.ac.th²อีเมล 106768035@yru.ac.th³อีเมล 106768036@yru.ac.th

⁴อีเมล 106768037@yru.ac.th⁵อีเมล nimarunee.h@yru.ac.th⁶อีเมล ismaae.y@yru.ac.th

⁷อีเมล suthat.r@yru.ac.th

¹²³⁴⁵⁶⁷หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพของตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา (2) เพื่อออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน การวิจัยเป็นแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ตลาดนัดชุมชนมีความหลากหลายของสินค้าและศักยภาพในการพัฒนาสูง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เปิดร้านทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (\bar{X} = 4.37, SD = 0.69) ผู้ประกอบการเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ความต้องการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีฟังก์ชันการค้นหาสินค้าที่รวดเร็ว (\bar{X} = 4.56, SD = 0.59) และช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 4.54, SD = 0.59) แพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย Line Official Account และเว็บไซต์ที่แสดงข้อมูลตลาด ตำแหน่งที่ตั้ง กิจกรรม และรายการสินค้า ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: ตลาดนัดชุมชน, แพลตฟอร์มออนไลน์, การพัฒนาเศรษฐกิจ

Abstract

This research aimed (1) to study the fundamental information and potential of community markets in Yala Municipality, and (2) to design and develop an online platform to

promote the community market economy. The study employed a mixed-methods approach, combining both qualitative and quantitative research. The research instruments included interview forms and questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results revealed that community markets offer a wide variety of products and possess high potential for further development. Most vendors operate their stalls every day, accounting for 64.0%. They demonstrated a strong readiness to use digital technology ($\bar{X} = 4.37$, $SD = 0.69$) The entrepreneurs strongly agreed that there is a need for an online platform with a fast product search function. ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.59$) and effective communication channels ($\bar{X} = 4.54$, $SD = 0.59$) The developed platform consists of a Line Official Account and a website that display market information, locations, activities, and product listings. The findings of this study can be applied to promote sustainable community economic development in the southern border provinces of Thailand in the digital era.

Keywords: community market, online platform, economic development

บทนำ

สถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาร่วมทศวรรษ ได้ส่งผลกระทบต่อสภาวะเศรษฐกิจของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งการผลิตในภาคเกษตรกรรมและการผลิตนอกภาคเกษตรกรรม บทความนี้จะกล่าวถึงภาพรวมของเศรษฐกิจของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ว่าภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบนั้นอัตราการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของ 3 จังหวัด ระหว่างปี พ.ศ.2547-2553 เป็นเช่นไร และยังจะได้กล่าวถึงโครงสร้างทางเศรษฐกิจแต่ละโครงสร้างว่าได้รับผลกระทบอย่างไรจากสถานการณ์ความไม่สงบ นอกจากนี้ ยังจะได้วิเคราะห์ถึงสัดส่วนของแต่ละโครงสร้างต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ว่าโครงสร้างใดเป็นหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และสุดท้ายจะเป็นการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ว่าควรเน้นการพัฒนาที่โครงสร้างใด เพื่อที่จะทำให้เศรษฐกิจของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีความเจริญเติบโตที่ยั่งยืนและอาจส่งผลให้สถานการณ์ความไม่สงบลดลงจนเกิดสันติสุขใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในอนาคต (เชาวน์เลิศ ล้อมลิ้ม, 2557)

จากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี 2547 ทำให้ปัจจุบันเขตเทศบาลนครยะลาประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่าง ๆ โดยอ้างอิงได้จากรายได้เฉลี่ยของประชาชนในจังหวัด

ยะลาที่นำมาจับจ่ายใช้สอยในเขตเทศบาลนครยะลาลดลง สาเหตุหนึ่งสืบเนื่องจากภาคการเกษตร ซึ่งเป็นโครงสร้างหลักทางเศรษฐกิจของจังหวัดยะลาลดลง จึงทำให้นโยบายของเทศบาลนครยะลาวันนี้ คือการหาหนทางอะไรให้ประชาชนในจังหวัดยะลามีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น มีความอยู่ดีกินดี คงต้องหันกลับไปมองว่าเรามีทุนท้องถิ่นอะไรบ้าง แน่นนอนหากคิดถึงชื่อจังหวัดยะลาเป็นที่รับรู้ในความอุดมสมบูรณ์ของผืนดิน และผืนป่าจึงเป็นที่มาของผลไม้หลากหลายชนิด ที่นิยมและขึ้นชื่อเป็นอย่างมาก เช่น กล้วยหิน ส้มโชกุน ทุเรียน ลองกอง เป็นต้น (เทศบาลนครยะลา, 2568)

ตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลนครยะลามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนรายย่อย คริวเรือน เกษตรกร และผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ไม่มีหน้าร้านถาวร ตลาดเหล่านี้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงช่องทางการค้าขายที่ต้นทุนต่ำ สร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับรากหญ้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ตลาดเมืองใหม่ยะลา ตลาดเก่ายะลา และตลาดนัดมะพร้าว ซึ่งรวมแล้วมีตลาดชุมชนหลักไม่น้อยกว่า 3 แห่งในเขตเทศบาลเมืองยะลา นอกจากการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและอาหารพื้นถิ่นแล้ว ตลาดเหล่านี้ยังเป็นพื้นที่กระจายสินค้าจากภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมคริวเรือนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอีกด้วย การดำรงอยู่ของตลาดนัดจึงเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจระดับจุลภาคกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ และยังช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในกลุ่มประชากรฐานล่างในเขตเมืองยะลา

ในประเทศไทย คนไทยให้ความสนใจกับการใช้เวลาในการเข้าถึงแพลตฟอร์มความบันเทิงออนไลน์มากขึ้น ทำให้จำนวนยอดผู้ใช้งานบนโซเชียลมีเดียอยู่ที่อันดับ 5 ของโลก ซึ่งแพลตฟอร์มที่คนไทยนิยมในการเข้ารับชมการสตรีม ประกอบไปด้วย ทวิตซ์ ยูทูบ และเฟซบุ๊ก ซึ่งความนิยมของแต่ละแพลตฟอร์มจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเนื้อหาการสตรีมและคุณลักษณะเฉพาะของสตรีมเมอร์ ที่จะส่งผลต่อการติดตามรับชมและการบริจาคของผู้ชม โดยคุณลักษณะเฉพาะของสตรีมเมอร์ ประกอบไปด้วยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน ความสามารถของสื่อ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม บุคลิกภาพของสตรีมเมอร์ การสร้างชุมชนออนไลน์ และความเพิลิตเพิลิน (วาริศา กลมทุกสิ่ง และ ชวิวิท ธรรมนนท์กุล, 2565)

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนของเทศบาลเมืองยะลา โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการค้าขายและขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค และการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายย่อยและประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ตลาดนัดชุมชนสามารถพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งผลให้เศรษฐกิจของเทศบาลเมืองยะลาฟื้นตัวภายใต้บริบทของสังคมดิจิทัล



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพของตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับส่งเสริมการค้าขายและประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

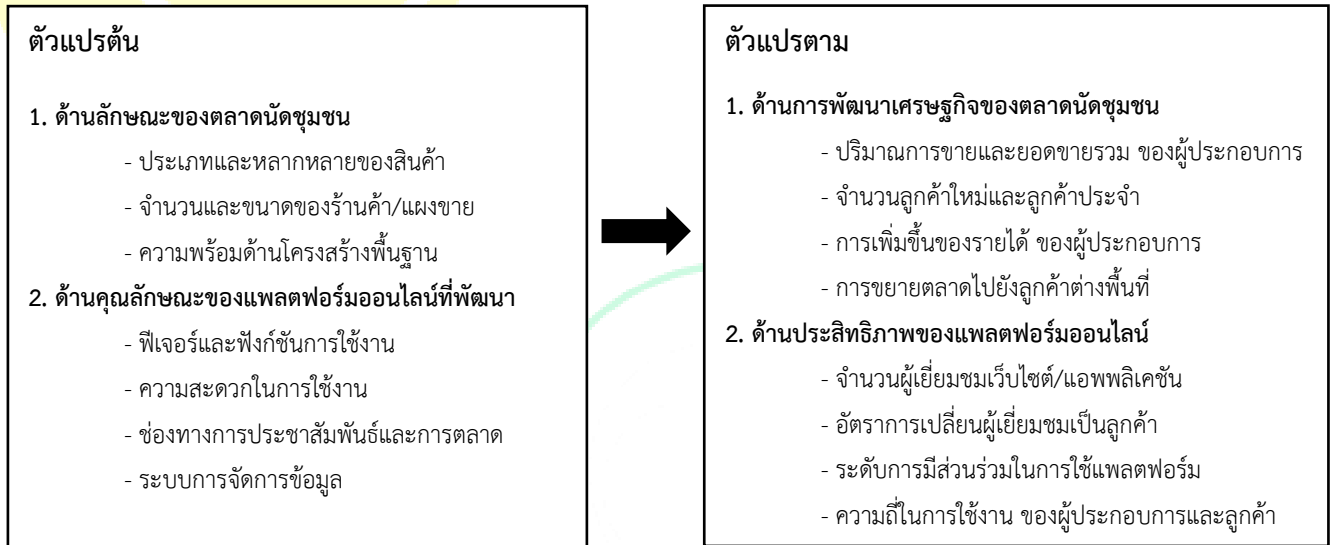
ประชากร คือ เจ้าหน้าที่ของเทศบาลเมืองยะลา ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในเขตเทศบาลเมืองยะลาและผู้ประกอบการภายในตลาดนัดชุมชนเทศบาลเมืองยะลา

กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองยะลาจำนวน 1 คนและผู้ประกอบการในตลาดนัดชุมชนจำนวน 150 คน โดยแบ่งออกเป็น 5 ตลาด ได้แก่ ตลาดพิมลชัย (ตลาดเช้า) จำนวน 30 คน ตลาดนัดมะพร้าวจำนวน 40 คน ตลาดเมืองใหม่จำนวน 30 คน ตลาดเปิดท้ายจำนวน 30 คน ตลาดประชาชนจำนวน 20 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 151 คน

2. ขอบเขตตัวแปร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดว่า ลักษณะของตลาดนัดชุมชน และคุณลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจของตลาดนัดชุมชน และประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มออนไลน์ ของผู้ประกอบการและลูกค้า โดยเชื่อมโยงผ่านการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นเครื่องมือกลางในการค้าขายและประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนิน

ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยมีลักษณะเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางในการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับส่งเสริมการค้าขายและประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูล
2. การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อสอบถามความคิดเห็นความต้องการการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดย (1) แบบสัมภาษณ์ ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากเจ้าหน้าที่เทศบาล เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับตลาดนัดชุมชน (2) แบบสอบถาม ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการในตลาดนัดชุมชน เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และศักยภาพของตลาดนัดในเขตเทศบาลเมืองยะลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพของตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา และการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับส่งเสริมการค้าขายและประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชน วิเคราะห์โดยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลผล

การแปลผลศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพของตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา และการแปลผลการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับส่งเสริมการค้าขายและประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชน ได้กำหนดเกณฑ์การแปลผล 5 ระดับ โดย 4.51-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 3.51-4.50 หมายถึง เห็นด้วย 2.51-3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 1.51-2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และ 1.00-1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพของตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลาจากการศึกษาตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 64.0 เปิดร้านทุกวัน แสดงถึงความตั้งใจและความพร้อมในการดำเนินธุรกิจอย่างจริงจัง ด้านลักษณะของตลาดนัดชุมชน พบว่ามีจุดเด่นในเรื่องความหลากหลายของสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.71) และมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมสำหรับการพัฒนา (ค่าเฉลี่ย 4.52) ทั้งด้านไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต และที่จอดรถ ขณะที่สินค้ามีคุณภาพดีและมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.45) ด้านศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ ตลาดนัดชุมชนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.48) พร้อมทั้งมีความสะดวกในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีศักยภาพในการรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.42) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเพิ่มรายได้และสามารถดึงดูดลูกค้าจากต่างพื้นที่ได้ ด้านความพร้อมในการพัฒนา พบว่ามีการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.64) และตลาดมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.50) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 4.37) และผู้บริโภคในพื้นที่มีความสนใจในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลเมืองยะลามีศักยภาพและความพร้อมสูงในการพัฒนาสู่การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 1 ผลความคิดเห็นความต้องการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านที่ 1 คุณลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ต้องการ			
1. แพลตฟอร์มควรมีฟีเจอร์การแสดงรายการสินค้าที่หลากหลาย	4.52	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. แพลตฟอร์มควรมีฟังก์ชันการค้นหาสินค้าที่ใช้งานง่ายและรวดเร็ว	4.56	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ความสะดวกในการใช้งานของแพลตฟอร์มเป็นสิ่งสำคัญมาก	4.41	0.62	เห็นด้วยมาก
4. แพลตฟอร์มควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ	4.54	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ระบบการจัดการข้อมูลลูกค้าและสินค้าควรมีความแม่นยำและทันสมัย	4.46	0.60	เห็นด้วยมาก
ด้านที่ 2 ประสิทธิภาพที่คาดหวังจากแพลตฟอร์มออนไลน์			
6. คาดหวังว่าแพลตฟอร์มจะช่วยเพิ่มจำนวนผู้เยี่ยมชมและซื้อสินค้า	4.42	0.68	เห็นด้วยมาก
7. แพลตฟอร์มควรมีอัตราผู้เยี่ยมชมเป็นลูกค้าที่สูงขึ้น	4.44	0.65	เห็นด้วยมาก
8. ผู้ใช้งานควรมีส่วนร่วมในการใช้แพลตฟอร์มอย่างสม่ำเสมอ	4.36	0.64	เห็นด้วยมาก
9. ผู้ประกอบการและลูกค้าควรใช้งานแพลตฟอร์มด้วยความถี่ที่สูง	4.38	0.63	เห็นด้วยมาก
10. แพลตฟอร์มควรสร้างเครือข่ายการค้าขายที่แข็งแกร่งและยั่งยืน	4.46	0.69	เห็นด้วยมาก
ด้านที่ 3 การใช้งานและการตลาดออนไลน์			
11. การมีแพลตฟอร์มออนไลน์จะช่วยเพิ่มยอดขายของผู้ประกอบการ	4.62	0.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12. แพลตฟอร์มจะช่วยขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่อื่น	4.42	0.71	เห็นด้วยมาก
13. การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์จะลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์	4.26	0.89	เห็นด้วยมาก
14. แพลตฟอร์มจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดนัดชุมชน	4.36	0.83	เห็นด้วยมาก
15. การใช้แพลตฟอร์มจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.49	0.85	เห็นด้วยมาก
รวมทั้งหมด	4.44	0.68	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 ผลความต้องการแพลตฟอร์มออนไลน์พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านคุณลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ต้องการพบว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยอย่างยิ่ง แพลตฟอร์มควรมีฟังก์ชันการค้นหาสินค้าที่ใช้งานง่ายและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ($\bar{X} = 4.56, SD = 0.59$) ด้านประสิทธิภาพที่คาดหวังจากแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้ประกอบการเห็นด้วย แพลตฟอร์มควรสร้างเครือข่ายการค้าขายที่แข็งแกร่งและยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ($\bar{X} = 4.46, SD$

=0.69) และด้านการใช้งานและการตลาดออนไลน์ ผู้ประกอบการเห็นด้วยอย่างยิ่ง การมีแพลตฟอร์มออนไลน์ จะช่วยเพิ่มยอดขายของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และมีค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ($\bar{X} = 4.62, SD = 0.73$)

ผลออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับส่งเสริมการค้าขายและประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชน



ภาพที่ 2 หน้าจอของผู้ใช้งานทั่วไป



ภาพที่ 3 แสดงหน้าจอหลักของเว็บไซต์ ตลาดนัดชุมชน



ภาพที่ 4 หน้าจอแสดงตำแหน่งตลาดนัดและพิกัดสถานที่



ภาพที่ 5 หน้าจอเมนู แสดงกิจกรรมของตลาดนัด



ภาพที่ 6 หน้าจอเมนูของกินของฝาก แสดงรายการสินค้าที่มีจำหน่ายภายใน

จากภาพที่ 2 แสดงหน้าจอของระบบ Line Official Account (Line OA) ของตลาดนัดชุมชน ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงได้เมื่อเพิ่มเพื่อน โดยหน้าจอดังกล่าวมีเมนูหลักให้เลือก ได้แก่

เกี่ยวกับตลาด กิจกรรม และโลเคชั่น ภาพที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับตลาดนัดชุมชนเทศบาลเมืองยะลา โดยมีเมนูหลัก ได้แก่ หน้าแรก ประวัติของตลาด ตลาดทั้งหมด กิจกรรม/ข่าวสาร และติดต่อเรา ภาพที่ 4 หน้าจอแสดงตำแหน่งตลาดและพิกัดสถานที่ โดยระบบได้แนบลิงก์เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่ตั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาเส้นทางและการเดินทางมายังตลาด ภาพที่ 5 หน้าจอเมนู กิจกรรมของตลาด แสดงข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในตลาด เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ภาพที่ 6 หน้าจอเมนู ของกินของฝาก แสดงรายการสินค้าที่มีจำหน่ายภายในตลาด พร้อมภาพประกอบเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้เข้าชม

อภิปรายผล

การวิจัยพบว่าตลาดนัดชุมชนใน เทศบาลเมืองยะลามีศักยภาพสูงในการพัฒนาสู่ดิจิทัล โดยผู้ประกอบการร้อยละ 64.0 เปิดร้านทุกวันแสดงความมุ่งมั่น ตลาดมีความหลากหลายของสินค้าสูง (ค่าเฉลี่ย 4.71) มีสินค้าที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.45) และโครงสร้างพื้นฐานพร้อม (ค่าเฉลี่ย 4.52) สอดคล้องกับแนวคิด Marketing Mix ของอิติรัตน์ เสามั่น และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (2567) แม้ตลาดจะมีชื่อเสียงในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.48) แต่การดึงดูดลูกค้าต่างพื้นที่ยังต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) จึงต้องใช้แพลตฟอร์มออนไลน์แก้ปัญหา ผู้ประกอบการมีความพร้อมใช้เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.37) และผู้บริโภคสนใจซื้อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ตามแนวคิดของรัตติกานัญญ์ ภูษิต (2567) พร้อมทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) ซึ่งสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ชายแดนใต้ตามที่เชาวน์เลิศ ล้อมลิ้ม (2557) ชี้ให้เห็น ผู้ประกอบการต้องการฟังก์ชันค้นหาสินค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.56) ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และคาดหวังว่าแพลตฟอร์มจะเพิ่มยอดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.62) สูงสุด แพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย Line Official Account และเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการทุกด้าน สอดคล้องกับแนวคิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ Digital CRM ของอิติรัตน์ เสามั่น และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (2567) ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้เติบโตอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

เชาวน์เลิศ ล้อมลิ้ม, (2557). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้ง. *วารสารกึ่งวิชาการ. ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2557*

เทศบาลนครยะลา, (2568). กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ เทศบาลนครยะลา. กongsawatikar.sangkom.sarawaj. ข้อมูล ณ วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, (Online)/ เข้าถึงได้จาก https://yala.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/85/2019/01/6-_2.pdf



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

วริศรา กลมทุกสิ่ง และชวินท์ ธรรมนันท์กุล, (2565). แพลตฟอร์มธุรกิจออนไลน์: อาชีพเกิดใหม่ในยุคดิจิทัล.

มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2565

รัตติกายจน์ ภูษิต, (2567). การวางแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอำเภอคีรีมาศ จังหวัดสุโขทัย ภายใต้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19.

วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 3(2), 107-122

ธิดารัตน์ เสามั่น และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล, (2567). การออกแบบรูปแบบธุรกิจร้านเกษตรช่างเหลิม

บนแพลตฟอร์มออนไลน์. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข.*17 (1) ม.ค. - มิ.ย. 2567