

ผลงานโดดเด่นที่สะท้อนถึงแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)

โครงการตลาดยะลา (Yala Market)

1. ที่มา/ความสำคัญ

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease Starting in 2019 : COVID-19) ตั้งแต่ปี 2563 ซึ่งในขณะนั้นจังหวัดยะลาเป็น 1 ใน 10 จังหวัดของประเทศไทยที่พบผู้ติดเชื้อมากที่สุด ประกอบกับคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดยะลา ได้ออกมาตรการเร่งด่วนในการเฝ้าระวัง ป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่ 1693/2563 ฉบับที่ 3 คือให้ร้านอาหารหรือเครื่องดื่มที่เปิดโล่งจำหน่ายเพื่อนำกลับไปบริโภคที่อื่นเท่านั้น ส่วนร้านอาหารหรือเครื่องดื่มบริเวณริมบาทวิถีให้หยุดบริการตั้งแต่วันที่ 24 มีนาคม 2563 พร้อมทั้งให้ปิดตลาดตลาดสด เว้นแต่ จำหน่ายอาหารสด อาหารแห้ง และให้ปิดสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด ซึ่งมาตรการเหล่านี้ทำให้ประชาชนในพื้นที่ ทั้งผู้ประกอบการพ่อค้าแม่ค้า ผู้มีอาชีพรับจ้างบริการต่างๆ ได้รับความเดือดร้อน นอกจากนั้นผู้ประกอบการบางส่วนหยุดกิจการ ทำให้มีผู้ตกงานเป็นจำนวนมาก จึงได้รับความเดือดร้อน ขาดรายได้ในการดำรงชีวิต

เทศบาลนครยะลาในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการทำให้มาหากินของราษฎร จึงมีแนวคิดในการดำเนินโครงการ “ตลาดยะลา (Yala Market)” เพื่อช่วยเหลือบรรดาพ่อค้าแม่ค้าผู้ประกอบการอาชีพค้าขาย หรืออาชีพบริการต่างๆ รวมทั้งผู้ตกงาน ได้ซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ ในขณะเดียวกันเป็นการเพิ่มช่องทางให้บริการจากทักษะอาชีพ ซึ่งช่วยตอบโจทย์พฤติกรรม New Normal ของผู้บริโภคและการใช้ชีวิตประจำวันของคนที่จะเปลี่ยนไป เช่น การทำงานที่บ้าน การส่งอาหารแบบ Delivery หรือการ Shopping Online เป็นต้น ทำให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และลดความเสี่ยงจากการเดินทางไปซื้อของตามตลาดหรือพื้นที่ที่มีคนเป็นจำนวนมาก

โครงการ “ตลาดยะลา” (Yala Market) เป็นโครงการที่นำเทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เข้ามาแก้ปัญหาการแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามมาตรการสร้างระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ผ่านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ ซึ่งรวบรวมร้านค้าและบริการต่างๆ ในพื้นที่ อาทิ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ร้านผ้ามือสอง ร้านขายของชำ วินมอเตอร์ไซค์ ช่างแอร์ ช่างประปา ช่างซ่อมทั่วไป ช่างไฟ โดยใช้เป็นสื่อกลางระหว่างผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบให้ได้รับความสะดวก แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ขัดต่อมาตรการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สำหรับแพลตฟอร์มตัวนี้ เทศบาลนครยะลาจะนำมาผนวกเข้ากับ Line OA เพื่อดึงดูดและขยายฐานลูกค้าให้เข้าถึงแพลตฟอร์ม และเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการในท้องถิ่นมากขึ้น โดยในอนาคตจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านี้มาใช้ฟื้นฟูทางด้านเศรษฐกิจ และพัฒนาเมืองต่อไป เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) อย่างแท้จริง

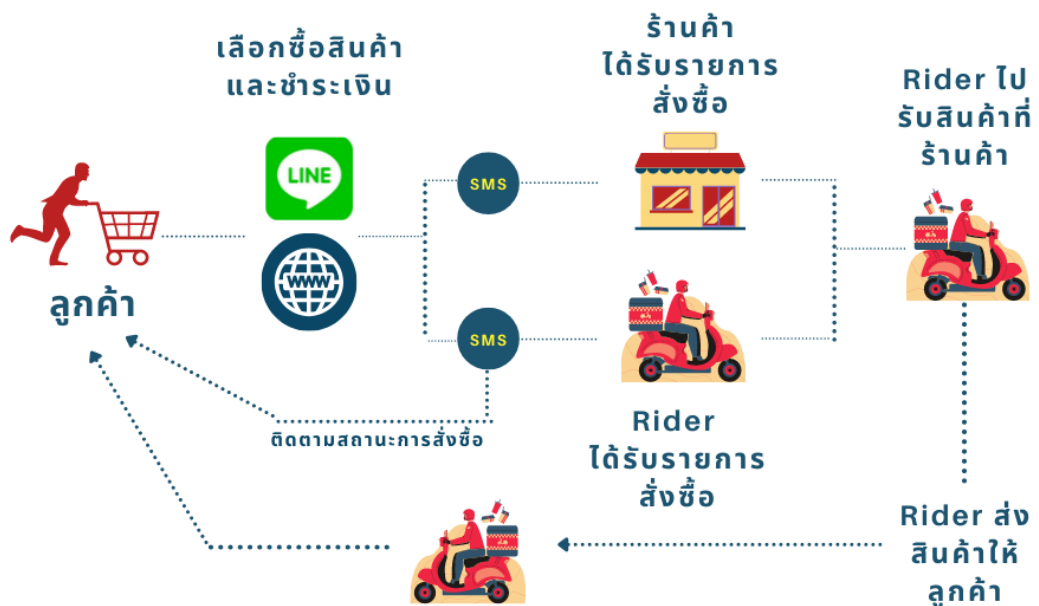
2. กระบวนการทำงาน

สำหรับการดำเนินโครงการตลาดระยะลานั้น แบ่งระบบการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ในส่วนของตลาดออนไลน์ และ 2) ในส่วนของบริการช่างต่าง ๆ

กระบวนการทำงานของระบบตลาดระยะลา

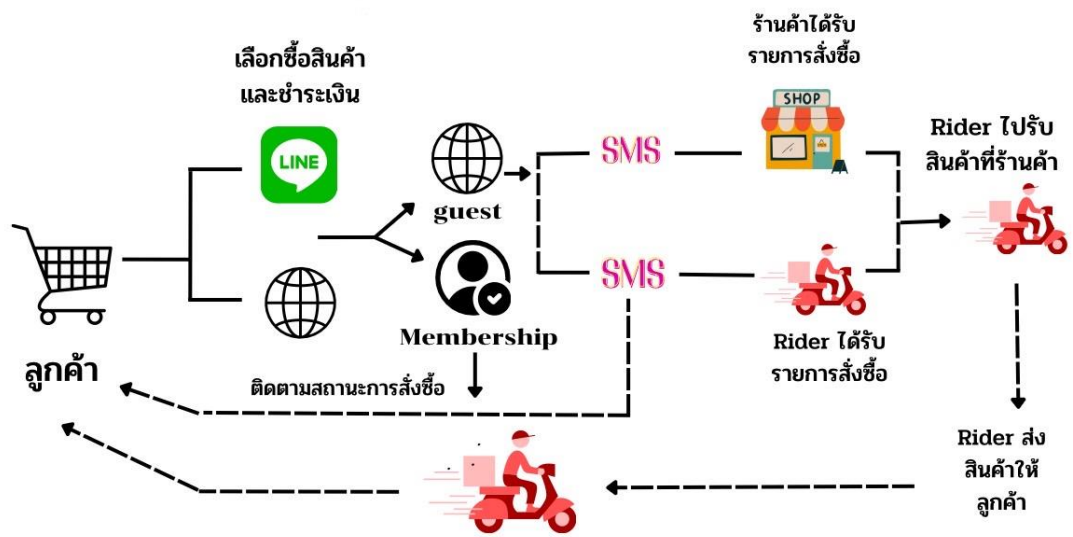
2.1 ตลาดออนไลน์ (แบบเดิม)

- 2.1.1 สามารถเข้าใช้งานได้ 2 ช่องทาง คือ 1) Line OA ของเทศบาล โดยเลือกที่ “ซื้อสินค้า-ตลาดระยะลา” 2) เว็บไซต์ : www.yalamarketplace.com
- 2.1.2 เลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ
- 2.1.3 กรอก ชื่อ ที่อยู่ พร้อมปกหมุดสถานที่ในการจัดส่ง
- 2.1.4 ชำระเงินตามช่องทางที่เลือก
- 2.1.5 เมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้ว
 - ลูกค้าจะได้รับ SMS เพื่อติดตามสถานะ Order สินค้าที่ส่งไปได้
 - ร้านค้าจะได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เพื่อจัดเตรียมและส่งมอบให้วินมอเตอร์ไซด์ผ่าน SMS เช่นกัน
 - ในขณะเดียวกันไรเดอร์จะได้รับข้อความแจ้งเตือนจากแอปพลิเคชันเพื่อไปรับ order สินค้าจากร้านค้า นำส่งลูกค้า โดยในระบบจะเผื่อเวลาจัดส่งจากเวลาที่ลูกค้าส่งไป 20 นาที



2.2 ตลาดออนไลน์ (หลังจากพัฒนาระบบเป็น Membership)

- 2.2.1 สามารถเข้าใช้งานได้ 2 ช่องทาง คือ 1) Line OA ของเทศบาล โดยเลือกที่ “ซื้อสินค้า-หลายยยะลา” 2) เว็บไซต์ : www.yalamarketplace.com
- 2.2.2 คลิกที่ “รูปคน” ด้านขวามือเพื่อเข้าสู่ระบบ
- 2.2.3 เลือกรูปแบบที่ต้องการ Log in “เบอร์โทร/โซเชียล/อีเมล”
- 2.2.4 Log in ด้วยเบอร์โทรศัพท์
 - กรอก “หมายเลขโทรศัพท์” แล้วกด “เข้าใช้งานด้วยเบอร์โทร”
 - ยืนยัน OTP
 - กรอกชื่อสกุล เบอร์โทร อีเมล สร้างโปรไฟล์ใหม่
 - กรอกที่อยู่ หรือเลือกที่อยู่ที่ต้องการแก้ไข เลือกแก้ไขชื่อสกุล ที่อยู่ ตำบล อำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ แล้วกด “OK” เพื่อบันทึก
- 2.2.5 Log in ด้วยโซเชียล
 - ให้เลือกเข้าใช้งานผ่านเฟซบุ๊ก หรือ ไลน์ แล้วล็อกอินด้วยบัญชี
 - กรอกชื่อสกุล เบอร์โทร อีเมล สร้างโปรไฟล์ใหม่
 - กรอกที่อยู่ หรือเลือกที่อยู่ที่ต้องการแก้ไข เลือกแก้ไขชื่อสกุล ที่อยู่ ตำบล อำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ แล้วกด “OK” เพื่อบันทึก
- 2.2.6 Log in ด้วยอีเมล
 - กรอกอีเมล แล้วกดเข้าใช้งานด้วยอีเมล ยืนยัน OTP > สมัครงานอีเมลสำเร็จ
 - กรอกชื่อสกุล เบอร์โทร อีเมล สร้างโปรไฟล์ใหม่
 - กรอกที่อยู่ หรือเลือกที่อยู่ที่ต้องการแก้ไข เลือกแก้ไขชื่อสกุล ที่อยู่ ตำบล อำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ แล้วกด “OK” เพื่อบันทึก
- 2.2.7 เลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ
- 2.2.8 ชำระเงินตามช่องทางที่เลือก
- 2.2.9 เมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้ว
 - ลูกค้าสามารถติดตามสถานะการสั่งได้ที่ประวัติการสั่งซื้อ
 - ร้านค้าจะได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เพื่อจัดเตรียมและส่งมอบให้ไรเดอร์ผ่าน SMS
 - ในขณะเดียวกันไรเดอร์จะได้รับข้อความแจ้งเตือนจากแอปพลิเคชันเพื่อไปรับ order สินค้าจากร้านค้า นำส่งลูกค้า โดยในระบบจะเมื่อเวลาจัดส่งจากเวลาที่ลูกค้าสั่งไป 20 นาที



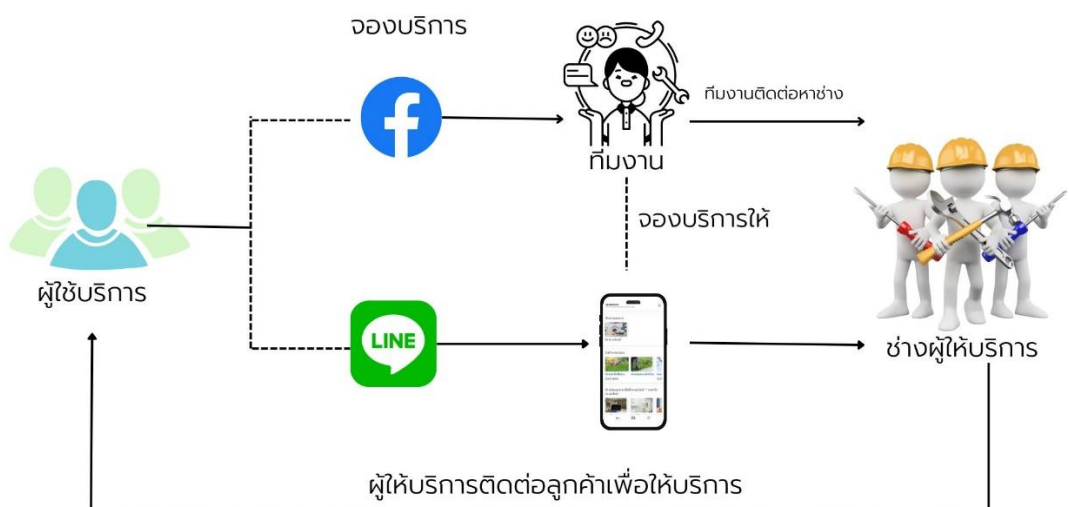
2.3 บริการต่างๆ

2.3.1 การจองเพื่อใช้บริการต่างๆ สามารถเข้าจองได้ 2 ช่องทาง คือ 1) ทัก Inbox ผ่านเพจ Facebook หลาดยะลา (<https://www.facebook.com/yalamarketofficial>) 2) เข้า Rich Menu หลาดยะลา ใน Line OA ของเทศบาล

2.3.2 ถ้าจองผ่าน Inbox ผ่านเพจ Facebook หลาดยะลา แอดมินจะเป็นผู้รับเรื่องและประสานกับช่างที่เกี่ยวข้อง

2.3.3 ถ้าจองผ่าน Rich Menu หลาดยะลา ใน Line OA ของเทศบาล

- เข้า Rich Menu “หลาดยะลา Yala Market”
- ไปที่ “จองบริการ”
- เลือกบริการที่ต้องการ
- กรอกข้อมูล เช่น วันที่จะรับบริการ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทร เป็นต้น
- งานจะเข้าไปยังแอปพลิเคชันของช่าง หลังจากนั้นช่างจะติดต่อลูกค้า เพื่อให้บริการ



3. แนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (เทคนิค/เครื่องมือ/นวัตกรรมที่ใช้การทำงาน ส่งผลให้ประสบความสำเร็จ)

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้โครงการตลาดยะลา (Yala Market) ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 2 ข้อ ดังนี้

3.1 Line OA : Yalacity ใช้เป็นช่องทางในการเข้าใช้งานระบบตลาดยะลา (E-commerce) โดยจัดทำเป็น Rich Menu หนึ่งในที่อยู่ใน Line OA ทำให้ง่ายต่อการใช้งานในทุกกลุ่มวัย ประกอบกับมีผู้ติดตามกว่า 3 หมื่นคน ซึ่งเป็นเสมือนฐานลูกค้าที่เราสามารถประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดให้เข้าใช้งานระบบได้

3.2 การประชาสัมพันธ์ที่มีความต่อเนื่อง เมื่อเทศบาลนครยะลาได้ดำเนินการจัดทำระบบตลาดยะลาเสร็จแล้ว สิ่งที่สำคัญมากที่สุด คือ การจะหาอย่างไรให้มีผู้เข้าใช้งานระบบ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุม ทั้งในส่วนของร้านค้า ช่างให้บริการต่างๆ รวมถึงลูกค้า โดยแนวทางการประชาสัมพันธ์ มีดังต่อไปนี้

3.2.1 การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการ โดยวิธีการนี้จะเป็นการลงพื้นที่เพื่อให้ประชาชนในภาคส่วนต่าง ๆ ได้เข้าใจ เข้าถึง ด้วยการอธิบายที่มา วัตถุประสงค์ ประโยชน์ของโครงการในเบื้องต้น พร้อมทั้งสอนวิธีการใช้งานโดยให้ทดลองใช้จริง ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้า และลูกค้า เพื่อให้รู้สึกว่ามันง่ายในการสั่งซื้อ และสามารถเป็นกระบอกเสียงในการแนะนำ หรือบอกต่อให้บุคคลอื่น ๆ ได้เข้าใช้ต่อไป

3.2.2 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการเข้าถึงข้อมูล โดยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง ดังต่อไปนี้

- เพจ Facebook เทศบาลนครยะลา (มีผู้ติดตามกว่า 1 แสนคน) และเพจ Facebook ตลาดยะลา
- Line OA เทศบาลนครยะลา (มีผู้ติดตามกว่า 3 หมื่นคน)
- ทำการยิง Ads. Facebook เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

3.2.3 Content ต่าง ๆ โดยการใช้ข้อมูลการตัดสินใจในการวางแผนและปรับแผนการประชาสัมพันธ์ เช่น การทำ Content ให้น่าสนใจ การคิดแคมเปญหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ เป็นต้น

3.3 การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้ใช้ โดยพัฒนาระบบตลาดยะลา เพื่อเพิ่มความสะดวก และการใช้งานที่ง่ายขึ้น ทั้งในส่วนของร้านค้าและลูกค้า อาทิ การปรับ Key word ติดตามสถานะการสั่งซื้อ การเพิ่มระบบ Membership การเพิ่มชื่อไรเดอร์ หมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น

4. ผลการดำเนินการ

4.1 เชิงปริมาณ (ข้อมูล ณ วันที่ 9 มิถุนายน 2566)

- 4.1.1 ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการตลาดยะลา (Yala Market) จำนวน 1,690 ร้าน โดยผ่านการตรวจสอบ จำนวน 680 ร้าน รอตตรวจสอบ จำนวน 527 ร้าน (ข้อมูลไม่ครบถ้วน อยู่นอกพื้นที่ให้บริการ) และระงับการใช้งาน จำนวน 483 ร้าน (ผิดกฎ เลิกขาย ร้านซ้ำ)
- 4.1.2 ผู้ที่เข้าใช้งานโครงการตลาดยะลา (Yala Market) 295,544 รายการ
- 4.1.3 จำนวนยอดเงินที่หมุนเวียนในระบบตลาดยะลา จำนวน 32,143,886.84 บาท

4.2 เชิงคุณภาพ

- 4.2.1 เกิดการหมุนเวียนของเม็ดเงินในพื้นที่
- 4.2.2 ประชาชนมีช่องทางในการหารายได้ที่เพิ่มขึ้น
- 4.2.3 ช่วยสร้างอาชีพให้แก่ประชาชนที่ว่างงาน

5. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- 5.1 ความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่จัดทำโดยหน่วยงานรัฐ
- 5.2 การเก็บค่าธรรมเนียมร้านค้าที่น้อย
- 5.3 สินค้ามีราคาถูกเสมือนไปซื้อเองที่หน้าร้าน
- 5.4 สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย
- 5.5 บริบทในปัจจุบันที่พฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของมนุษย์ที่หันมาใช้เทคโนโลยีกันมากขึ้น จึงทำให้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์สามารถเข้าไปรองรับไลฟ์สไตล์ดังกล่าวได้
- 5.6 การพัฒนาความรู้ ทั้งทักษะทางด้านเทคโนโลยี และการตลาดให้ร้านค้า ไรเดอร์ และแอดมิน

6. ข้อเสนอแนะ/ข้อเสนอ

- ไม่มี -