

ชื่อโครงการ

มหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๘

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม

ปีงบประมาณ

๒๕๖๑

๑. หลักการและเหตุผล

กรุงเทพมหานครมีนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ท้องถิ่น ธุรกิจครัวเรือน และธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) โดยหนึ่งในมาตรการที่สำคัญตามแผนพัฒนา กรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ - ๒๕๗๕) คือ การเผยแพร่และพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพสู่ผลิตภัณฑ์ Bangkok Brand ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้วยคุณภาพที่ กรุงเทพมหานครการันตี ว่าได้มาตรฐานระดับสากล

กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม ได้ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยการทำตราเครื่องหมาย “Bangkok Brand” สำหรับใช้เป็นเครื่องหมายแสดงถึงคุณภาพ มาตรฐาน คุณค่า อัตลักษณ์ (Identity) ใช้ในการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ดังนั้น เพื่อให้การส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครเป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม จึงได้จัดทำโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๘ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการได้มีสถานที่จำหน่ายและแสดง สินค้าและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๒.๑ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ได้มีสถานที่จำหน่ายและแสดงสินค้า มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดเงินทุนหมุนเวียนและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

๒.๓ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความสนใจและมีการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มมากขึ้น

๓. เป้าหมาย

ดำเนินการจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๘ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อจำหน่ายและแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยใช้สถานที่ราชการหรือเอกชนที่มีชื่อเสียง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กิจกรรมประกอบด้วย การจำหน่ายและแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และผลิตภัณฑ์ชุมชน การจำหน่ายอาหารอร่อยชวนชิมและของดีกรุงเทพมหานคร การสาธิตการผลิต ผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และผลิตภัณฑ์ชุมชน นิทรรศการเทิดพระเกียรติ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย อื่นๆ และการจัดทำและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หนังสือทำเนียบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๔. ลักษณะโครงการ

เป็นโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ - ๒๕๗๕) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ มหานครสำหรับทุกคน ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๓.๒ เมืองแห่งโอกาส ทางเศรษฐกิจ เป้าประสงค์ ๓.๒.๑ พัฒนาระบบข้อมูลของผู้ค้าโอกาสทางเศรษฐกิจและแรงงานนอกระบบ อย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ ๓.๒.๑.๔ ยกระดับ /พัฒนาคุณภาพผลผลิตและบริการ

๕. แนวทาง...

๕. แนวทางการดำเนินงาน

- ๕.๑ จัดทำโครงการและขออนุมัติงบประมาณ
- ๕.๒ ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเรื่องสถานที่จำหน่าย การประสานงานผู้ผลิตผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยเน้นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) อาหารอร่อยชวนชิม และสินค้าของดีในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- ๕.๓ ดำเนินการตามขั้นตอนของระเบียบ กฎหมาย และหนังสือสั่งการที่เกี่ยวข้อง
- ๕.๔ ดำเนินโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๘ ตามแผนที่กำหนด
- ๕.๕ ติดตามและประเมินผลโครงการ
- ๕.๖ รายงานผลการดำเนินโครงการ

๖. ระยะเวลาและสถานที่ดำเนินการ

- ๖.๑ ดำเนินการจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๘ จำนวน ๕ วัน ในเดือนมีนาคม ๒๕๖๑ จำนวน ๑ ครั้ง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (วัน เวลาและสถานที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม)
- ๖.๒ จัดทำหนังสือทำเนียบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ภายในปีงบประมาณ ๒๕๖๑

๗. งบประมาณ

- เบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๑ แผนงานส่งเสริมอาชีพ งานส่งเสริมอาชีพ หมวดรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๘ เป็นเงิน ๑๒,๖๐๐,๐๐๐ บาท (สิบสองล้านบาทถ้วน) โดยแบ่งเป็น ๒ กิจกรรม ประกอบด้วย
- ๗.๑ จัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) จำนวน ๑ ครั้ง
 - ๗.๒ จัดทำหนังสือทำเนียบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๘. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ๘.๑ ผลผลิต (OUTPUTS)
 - ๘.๑.๑ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างโอกาสและความเติบโตในธุรกิจ ตลอดจนการพัฒนาฝีมือแรงงาน
 - ๘.๑.๒ ประชาชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศได้รู้จักและยอมรับในคุณภาพผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)
 - ๘.๑.๓ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีการขยายกิจการ พัฒนาธุรกิจ เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือขนาดย่อม
 - ๘.๑.๔ ประชาชนผู้บริโภคมีความสนใจและบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มมากขึ้น
 - ๘.๑.๕ มีช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มขึ้น โดยการจัดทำหนังสือทำเนียบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๘.๒ ผลลัพธ์ (OUTCOMES)

๘.๒.๑ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสู่ความเป็นมืออาชีพ

๘.๒.๒ สินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีการพัฒนาคุณภาพตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภคไปสู่มาตรฐานสากล สามารถแข่งขันทางการค้าได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

๘.๒.๓ ประชาชนให้ความเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของสินค้าภายใต้ตราเครื่องหมายผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๘.๒.๔ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่กรุงเทพมหานครในการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ของประชาชน นำไปสู่ชื่อเสียงของกรุงเทพมหานครและประเทศไทย

๘.๒.๕ หนังสือทำเนียบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ทำให้ประชาชนรับรู้ รับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ และช่องทางการติดต่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มขึ้น

๙. การติดตามและประเมินผล

๙.๑ กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม เป็นผู้ดำเนินการติดตามและประเมินผลและรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามลำดับขั้นต่อไป

๙.๒ ติดตามและประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นและแบบสำรวจความพึงพอใจผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ประชาชนผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป โดยมีตัวชี้วัดการดำเนินงาน ดังนี้

๙.๒.๑ ร้อยละ ๘๐ ของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมากที่สุด

๙.๒.๒ ร้อยละ ๘๐ ของกลุ่มเป้าหมายประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมากที่สุด

ลงชื่อ ผู้เสนอโครงการ
(นายสุรพล พุกลานนท์)
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมอาชีพ
สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ ผู้อนุมัติโครงการ
(นางวิภารัตน์ ไชยานุกิจ)
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม