

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาภัยแล้งและภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากปัญหาค่าครองชีพและปัญหาการว่างงาน ซึ่งกรุงเทพมหานครได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวและได้ดำเนินโครงการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก โดยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมอบนโยบายให้ สำนักพัฒนาสังคม จัดตลาดนัดชุมชนในลักษณะเดียวกับ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษมตามนโยบายนายกรัฐมนตรี โดยใช้ชื่อ “ตลาดขานกรุง” เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) สินค้าที่มีชื่อเสียงในเขตต่างๆ ผลผลิตทางการเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค ในราคาประหยัดจากชุมชน ผู้ผลิตและเกษตรกรในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งได้ดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคม ๒๕๕๘ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๕๙ แล้ว จำนวน ๕ แห่ง คือ

๑. ตลาดขานกรุงถนนอุทัย เขตทวีวัฒนา เมื่อวันที่ ๒๑ สิงหาคม ถึง ๒๗ กันยายน ๒๕๕๘
๒. ตลาดขานกรุงหน้าห้างไอที สแควร์ เขตหลักสี่ เมื่อวันที่ ๙ ตุลาคม ถึง ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘
๓. ตลาดขานกรุงศูนย์กีฬาเฉลิมพระเกียรติ เขตทุ่งครุ เมื่อวันที่ ๖ ถึง ๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘
๔. ตลาดขานกรุงกรมอุตสาหกรรมวิทยา เขตบางนา เมื่อวันที่ ๔ ถึง ๑๓ ธันวาคม ๒๕๕๘
๕. ตลาดขานกรุงหน้าห้างธัญญาพาร์ค เขตสวนหลวง เมื่อวันที่ ๑๑ ถึง ๒๐ มีนาคม ๒๕๕๙

จากการดำเนินการดังกล่าวปรากฏว่าประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการโดยได้ใช้สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในราคาถูก เกษตรกรและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน ต่อเนื่อง สามารถจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพสู่ผู้บริโภคโดยตรง ช่วยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้และบรรเทาปัญหาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนซึ่งการดำเนินโครงการดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร

ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของกองส่งเสริมอาชีพในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ประสานการจัดหาแหล่งเงินทุน ดำเนินการและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด ฯลฯ ตามมติ ก.ก. ครั้งที่ ๕/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๘ จึงได้จัดทำโครงการตลาดขานกรุงในพื้นที่เขตชั้นนอกกรุงเทพมหานครขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และเกษตรกรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าที่แน่นอน และมีระยะเวลาที่ต่อเนื่อง สามารถจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพสู่ผู้บริโภคได้โดยตรง

๒.๒ เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสซื้อหาสินค้าอุปโภค บริโภค และสินค้าอื่นๆ ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตในราคาประหยัด

๒.๓ เพื่อกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการตลาดในประเทศ พร้อมทั้งส่งเสริมรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอันนำไปสู่การพัฒนากรุงเทพมหานครที่ยั่งยืน

๓. เป้าหมาย

จัดตลาดชานกรุงสับเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามพื้นที่เขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร จำนวน ๓ ครั้ง (๑๐ วัน/ครั้ง)

๔. ลักษณะโครงการ

เป็นโครงการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ - ๒๕๗๕) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ มหานครสำหรับทุกคน ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๓.๒ เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ เป้าประสงค์ ๓.๒.๑ พัฒนากฎหมายข้อมูลของผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและแรงงานนอกระบบอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ ๓.๒.๑.๔ ยกระดับ /พัฒนาคุณภาพผลผลิตและบริการ และแผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ.๒๕๖๐ ด้านที่ ๕ เมืองที่มีศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ มิติที่ ๕.๓ ส่งเสริมธุรกิจ การค้า การเกษตร และการลงทุน เป้าประสงค์ที่ ๕.๓.๑ สนับสนุนการประกอบธุรกิจและการลงทุน มาตรการที่ ๕.๓.๑.๔ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) และผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- จัดทำโครงการและขออนุมัติโครงการ
- จัดประชุมคณะทำงาน เพื่อวางแผนการดำเนินงาน และกำหนดกิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อส่งเสริมการขาย กิจกรรมเสริมที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตลอดจนกิจกรรมนันทนาการ เพื่อสร้างความสุขแก่ประชาชนและเพิ่มความน่าสนใจ
- ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก ดำเนินการเรื่องสถานที่จำหน่าย การประสานงานกับผู้มาจำหน่าย โดยเน้นให้ ผู้ค้าที่ได้รับผลกระทบจากการจัดระเบียบของกรุงเทพมหานคร เกษตรกรและผู้ผลิตสินค้า นำสินค้ามาจำหน่ายด้วยตนเองร่วมกับสินค้าอุปโภค บริโภคอื่นๆ ของหน่วยงานต่างๆ การประชาสัมพันธ์ การอำนวยความสะดวก การจราจร เป็นต้น อาจเสริมกิจกรรมด้านวิชาการ/ภารกิจของหน่วยงาน การเจรจาจับคู่ธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อสร้างโอกาส สร้างทางเลือก และเอื้อต่อการเข้าถึงบริการของรัฐ
- จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนด
- ประเมินผลการดำเนินงาน
- รายงานผลการดำเนินงาน

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

ดำเนินการจัดงานตลาดชานกรุงสับเปลี่ยนหมุนเวียนจัดไปตามพื้นที่เขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร จำนวน ๓ ครั้ง (๑๐ วัน/ครั้ง) ระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๐

๗. งบประมาณ

เบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๐ แผนงานส่งเสริมอาชีพ งานส่งเสริมอาชีพ รายการค่าใช้จ่ายโครงการตลาดชานกรุงในพื้นที่เขตชั้นนอกกรุงเทพมหานคร เพื่อโอนให้สำนักงานเขตที่ได้รับมอบภารกิจ จำนวน ๓,๖๐๐,๐๐๐.-บาท (สามล้านหกแสนบาทถ้วน) รายละเอียดปรากฏตามประมาณการค่าใช้จ่ายแนบท้าย

๘. ผลที่คาดว่าจะ...

๘. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๘.๑ เกษตรกรและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ผลิตผลทางการเกษตร มีสถานที่จำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรงและต่อเนื่อง ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
- ๘.๒ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาถูก สามารถลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน
- ๘.๓ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

๙. การติดตามและประเมินผล

- ๙.๑ การดำเนินงานแล้วเสร็จถูกล่วง บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
- ๙.๒ ประเมินผลจากจำนวนและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ลงชื่อ.....ผู้เสนอโครงการ
(นางนันทวัน อัครสกุลเพ็ญ)
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมอาชีพ
สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติโครงการ
(นางวิภารัตน์ ไชยานุกิจ)
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม