

ชื่อโครงการ ตลาดกลางกรุงในพื้นที่เขตชั้นในกรุงเทพมหานคร
หน่วยงานรับผิดชอบ กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม
ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้มอบนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ โดยมอบให้สำนักพัฒนาสังคมดำเนินโครงการตลาดกลางกรุงเพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และอาหารอร่อย ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนมากมีแหล่งผลิตอยู่ใน ชุมชนต่างๆ ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งสร้างงาน สร้างอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ก่อให้เกิด เงินทุนหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจระดับฐานราก โดยได้ดำเนินการนำร่อง ตลาดกลางกรุง ถนนดินสอ และตลาดกลางกรุง วังสวนผักกาด ผลปรากฏว่าประชาชนผู้ชมงานได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาประหยัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีสถานที่จำหน่าย ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และถึงมือผู้บริโภคโดยตรง ในส่วนของสถานที่จัดงานครั้งต่อไปได้พิจารณาสถานที่ ที่เหมาะสมไม่กระทบการจราจร

สำนักพัฒนาสังคมพิจารณาแล้วเพื่อเป็นการสนองนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก เป็นการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) อย่างต่อเนื่องให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของ สำนักพัฒนาสังคม ในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างครบวงจร ส่งเสริมและพัฒนากิจการ สร้าง ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ประสานการจัดหาแหล่งเงินทุนดำเนินการ และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด ฯลฯ ตามมติ ก.ก. ครั้งที่ ๕/๒๕๔๘ เมื่อวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๔๘ จึงได้จัดทำโครงการตลาดกลางกรุงในพื้นที่เขตชั้นในกรุงเทพมหานครขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้บริโภค

๒.๒ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ที่มีคุณภาพได้โดยตรง

๒.๓ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ได้มีสถานที่แสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง

๒.๔ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของพื้นที่ กรุงเทพมหานคร อันนำไปสู่การพัฒนากรุงเทพมหานครอย่างยั่งยืน

๓. เป้าหมาย

จัดตลาดกลางกรุงสับเปลี่ยนหมุนเวียนในพื้นที่เขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร จำนวน ๒ ครั้ง

๔. ลักษณะของโครงการ

เป็นโครงการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๖-๒๕๗๕) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ มหานครสำหรับทุกคน ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย ๓.๒ เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ เป้าประสงค์ ๓.๒.๑ พัฒนากฎหมายข้อมูลของผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและแรงงานนอกระบบอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ ๓.๒.๑.๔ ยกระดับ/พัฒนาคุณภาพผลผลิตและบริการ

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- จัดทำโครงการและขอจัดสรรงบประมาณ
- จัดประชุมคณะทำงาน เพื่อวางแผนการดำเนินงาน และกำหนดกิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อส่งเสริมการขาย กิจกรรมเสริมที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตลอดจนกิจกรรมนันทนาการ เพื่อสร้างความสุขแก่ประชาชนและเพิ่มความน่าสนใจ
- ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก ดำเนินการเรื่องสถานที่จำหน่าย การประสานงานกับผู้มาจำหน่าย โดยเน้นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และอาหารอร่อยชวนชิม
- จัดกิจกรรมตามแผนที่กำหนด
- ประเมินผลการดำเนินงาน
- รายงานผลการดำเนินงาน

๖. ระยะเวลาดำเนินการและสถานที่

ดำเนินการจัดงานตลาดกลางกรุงสับเปลี่ยนหมุนเวียนในพื้นที่เขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๕๙ ถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๐ จำนวน ๒ ครั้ง
ครั้งที่ ๑ วันที่ ๒๓ ธันวาคม ๒๕๕๙ - ๓ มกราคม ๒๕๖๐ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล อีสท์วิลล์
ครั้งที่ ๒ วันที่ ๙ - ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๐ ในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่ที่เหมาะสม
กำหนดการและสถานที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

๗. งบประมาณ

เบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๐ แผนงานส่งเสริมอาชีพ งานส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม หมวดรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายโครงการตลาดกลางกรุงในพื้นที่เขตชั้นในกรุงเทพมหานคร จำนวน ๒,๔๐๐,๐๐๐.-บาท (สองล้านสี่แสนบาทถ้วน) รายละเอียดปรากฏตามรายละเอียดค่าใช้จ่ายแนบท้าย

๘. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๘.๑ เกิดเงินทุนหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจฐานรากและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ
- ๘.๒ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีสถานที่จำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- ๘.๓ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศได้ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

๙. การติดตามและประเมินผล

๙.๑ ประเมินผลจากยอดจำหน่ายของผู้ประกอบการที่ร่วมกิจกรรม

๙.๒ ประเมินผลจากความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้แบบสอบถาม

๙.๒.๑ ร้อยละ ๘๐ ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจ

๙.๒.๒ ร้อยละ ๘๐ ของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจ



ลงชื่อ.....ผู้เสนอโครงการ

(นางนันทวัน ฉัตรสกุลเพ็ญ)
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมอาชีพ
สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติโครงการ

(นางวิภารัตน์ ไชยานุกิจ)
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม