ชื่อโครงการ มหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๙

หน่วยงานที่รับผิดชอบ กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม

ปีงบประมาณ ๒๕๖๒

---

๑. หลักการและเหตุผล

กรุงเทพมหานครมีนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น ธุรกิจครัวเรือน และธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) โดยหนึ่งในมาตรการที่สำคัญตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ - ๒๕๗๕) คือ การเผยแพร่และพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสู่ผลิตภัณฑ์ Bangkok Brand ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้วยคุณภาพที่กรุงเทพมหานครการันตี ว่าได้มาตรฐานระดับสากล

กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม ได้ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยการทำตราเครื่องหมาย “Bangkok Brand” สำหรับใช้เป็นเครื่องหมายแสดงถึงความมีคุณภาพมาตรฐาน คุณค่า อัตลักษณ์ (Identity) ใช้ในการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ดังนั้น เพื่อให้การส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม จึงได้จัดทำโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๙ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการได้มีสถานที่จำหน่ายและแสดงสินค้าและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๒.๑ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ได้มีสถานที่จำหน่ายและแสดงสินค้า มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดเงินทุนหมุนเวียนและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

๒.๓ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความสนใจและมีการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มมากขึ้น

๓. เป้าหมาย

ดำเนินการจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๙ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อจำหน่ายและแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้สถานที่ราชการหรือเอกชนที่มีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เหมาะสม กิจกรรมประกอบด้วย การจำหน่ายและแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และการจำหน่ายอาหารอร่อยชวนชิมและของดีกรุงเทพมหานคร การสาธิตการผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) นิทรรศการ และกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายอื่นๆ

๔.ลักษณะ...

๔. ลักษณะโครงการ

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

๕. แนวทางการดำเนินงาน

๕.๑ จัดทำโครงการและขออนุมัติงบประมาณ

๕.๒ ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเรื่องสถานที่จำหน่าย การประสานงานผู้ผลิตผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยเน้นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) อาหารอร่อยชวนชิมและสินค้าของดีในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

๕.๓ ดำเนินการตามขั้นตอนของระเบียบ กฎหมาย และหนังสือสั่งการที่เกี่ยวข้อง

๕.๔ ดำเนินโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๕๖๑๘ ตามแผนที่กำหนด

๕.๕ ติดตามและประเมินผลโครงการ

๕.๖ รายงานผลการดำเนินโครงการ

๖. ระยะเวลาและสถานที่ดำเนินการ

ดำเนินการจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๙ จำนวน ๕ วัน ระหว่างวันที่ ๖ - ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๒ ณ ศูนย์สรรพสินค้าซีคอน บางแค เขตภาษีเจริญ (วัน เวลาและสถานที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม)

๗. งบประมาณ

เบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๒ แผนงานส่งเสริมอาชีพ งานส่งเสริมอาชีพ หมวดรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๙ เป็นเงิน ๑๒,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (สิบสองล้านบาทถ้วน)

๘. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๘.๑ <u>ผลผลิต (OUTPUTS)</u>

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

๘.๒ <u>ผลลัพธ์</u>..

๘.๒ ผลลัพธ์ (OUTCOMES)

๘.๑ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสู่ความเป็นมืออาชีพ

๘.๒ สินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีการพัฒนาคุณภาพตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภคไปสู่มาตรฐานสากล สามารถแข่งขันทางการค้าได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

๘.๓ ประชาชนให้ความเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของสินค้าภายใต้ตราเครื่องหมายผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๘.๔ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่กรุงเทพมหานครในการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ของประชาชน นำไปสู่ชื่อเสียงของกรุงเทพมหานครและประเทศไทย

๙. การติดตามประเมินผล

๙.๑ กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม เป็นผู้ดำเนินการติดตามและประเมินผลและรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามลำดับชั้นต่อไป

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

๙.๒.๑ ร้อยละ ๘๐ ของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมากที่สุด

๙.๒.๒ ร้อยละ ๘๐ ของกลุ่มเป้าหมายประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมากที่สุด

ลงชื่อ ..... ผู้เสนอโครงการ
(นายสุรพล พฤกุลานนท์)
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมอาชีพ
สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ ..... ผู้อนุมัติโครงการ
(นายเฉลิมพล โชติบุชิต)
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม