

๑. หลักการและเหตุผล

กรุงเทพมหานครยังมีพื้นที่การเกษตรอยู่ประมาณ ๑๐๗,๐๒๗.๒๘ ไร่ จำนวนครัวเรือนเกษตรกร ๑๒,๙๐๔ ครัวเรือน ประเภทของการทำเกษตร แบ่งเป็น นาข้าว สวนผลไม้ สวนผัก ไม้ดอกไม้ประดับ และหญ้าสนาม เป็นต้น กระจายอยู่ในพื้นที่ ๒๖ เขตชั้นนอก และปัจจุบันมีการส่งเสริมการทำเกษตรในเขตชั้นในด้วย ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ถือว่าการเกษตรของกรุงเทพมหานครไม่เป็นที่รู้จักเท่าใดนัก หากเทียบกับจังหวัดอื่นของประเทศ และจากข้อมูลการส่งเสริมด้านการเกษตรของกรุงเทพมหานคร เกษตรกรต้องการยกระดับผลผลิตการเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นที่รู้จักและมีตลาดรองรับ ซึ่งโครงการหลักคือการจัดหาตลาด จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ นำผลผลิตออกจำหน่าย สร้างรายได้ เป็นการสร้างขวัญกำลังใจและทำให้อาชีพเกษตรกรรวมอยู่คู่กับเกษตรกรและคนไทย และเกิดการพัฒนาคุณภาพ เพิ่มมูลค่า เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป และช่วยสร้างขวัญกำลังใจให้เกษตรกรสืบไป สำนักพัฒนาสังคมเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวข้างต้น จึงได้จัดทำโครงการจัดงานตลาด Farmer Market ของกรุงเทพมหานครขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร ให้แก่ผู้บริโภค นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ สินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ ให้เป็นที่รู้จัก สร้างการรับรู้ถึงแหล่งผลิต ให้ผู้บริโภค ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป เพิ่มความเชื่อมั่นสามารถเข้าถึงตลาดเชื่อมโยงกับผู้ผลิตได้ และตรงตามความต้องการ

๒.๓ เพื่อสร้างโอกาสให้กับเกษตรกรในการเรียนรู้ด้านการตลาด และการบริหารจัดการสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

๒.๔ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการด้านการเกษตร

๒.๕ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสซื้อผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพโดยตรงจากเกษตรกรของกรุงเทพมหานคร

๒.๖ เพื่อกระตุ้นให้เกษตรกร ตระหนักถึงความสำคัญในการปรับปรุงผลผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด

๓. เป้าหมาย

ดำเนินการจัดงานตลาด Farmer Market ของกรุงเทพมหานคร ให้เกษตรกร ผู้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของเกษตรกร จำนวน ๑๐๐ บูธ ระหว่างเดือนธันวาคม ๒๕๖๙ - สิงหาคม ๒๕๗๐ จำนวน ๑ ครั้ง ระยะเวลา ๕ วันติดต่อกัน

๔. ลักษณะโครงการ

๔.๑ ประเภทโครงการ

เป็นโครงการตามยุทธศาสตร์ และเป็นโครงการใหม่

๔.๒ สอดคล้องกับแผนบริหารงานของกรุงเทพมหานคร ดังนี้

๔.๒.๑ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้าง

ความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ที่ ๕ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) แผนแม่บทประเด็นที่ ๓ การเกษตร และประเด็นที่ ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก

๔.๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง และหมายเหตุที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้

๔.๒.๓ แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การต่อยอดความเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๖.๑ เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจและการลงทุน เป้าประสงค์ ที่ ๖.๑.๑ กรุงเทพมหานครเกิดการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจและการลงทุน ด้านการเกษตร ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ด้านการบริการและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๒.๔ แผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ.๒๕๗๐ ยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจดี ประเด็นการพัฒนาที่ ๗.๓ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) และเศรษฐกิจ ระดับย่าน ตัววัดผลหลักระดับ ประเด็นการพัฒนา (Super OKRs) ๗.๓.๑ รายได้ของ ผู้ประกอบการจาก กิจกรรม ทาง เศรษฐกิจของ กทม. เพิ่มขึ้น

๔.๒.๕ นโยบายผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มิติเศรษฐกิจดี ประเด็นนโยบาย การขยายตลาด ในรูปแบบ Farmer Market ให้ ครอบคลุม ๕๐ เขต (P ๒๔๑)

๕. ระยะเวลาและสถานที่การดำเนินการ

จัดงานตลาด Farmer Market ของกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนธันวาคม ๒๕๖๙ - สิงหาคม ๒๕๗๐ จำนวน ๑ ครั้ง ระยะเวลา ๕ วันติดต่อกัน ณ สถานที่ราชการหรือเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (วัน เวลาและสถานที่อาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม)

๖. แผนปฏิบัติการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑.จัดทำโครงการ/จัดทำแผนการดำเนินงาน	↔											
๒.จัดทำรายละเอียดโครงการ TOR	↔											
๓.ดำเนินการประกาศหาผู้รับจ้าง		↔										
๔.ขออนุมัติเงินประจำงวดพร้อมทำสัญญา		↔										
๕.ดำเนินการตามโครงการ			←								→	
๖.ส่งมอบงาน/ประเมินผลการดำเนินงาน				←								→

๗. งบประมาณ

เบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐ สำนักพัฒนาสังคม แผนงานส่งเสริมอาชีพและการพาณิชย์ งบรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายในการจัดงานตลาด Farmer Market ของกรุงเทพมหานคร จำนวน ๓,๒๐๐,๐๐๐.- บาท (สามล้านสองแสนบาทถ้วน) โดยมีรายละเอียดค่าใช้จ่าย ดังนี้

การจัดงาน ...

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	กฎหมาย ระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง
การจัดงาน ตลาด Farmer Market ของ กรุงเทพมหานคร	๑. ค่าเช่าพื้นที่ การจัดงานและออกแบบก่อสร้างตกแต่งสถานที่	๑,๐๐๐,๐๐๐	-ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารวัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ -พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ -ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการจัดงานหรือกิจกรรมของหน่วยงานในสังกัด กรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๖๔
	๒. ค่าใช้จ่ายการจัดการแถลงข่าว	๑๔๘,๐๐๐	
	๓. ค่าใช้จ่ายการจัดพิธีเปิด	๓๐๐,๐๐๐	
	๔. ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์	๔๐๐,๐๐๐	
	๕. ค่าใช้จ่ายการจัดบูธสินค้าและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	๗๗๒,๐๐๐	
	๖. ค่าใช้จ่ายการจัดนิทรรศการแสดงผลงานด้านการเกษตรของกรุงเทพมหานคร	๓๐๐,๐๐๐	
	๗. ค่าใช้จ่ายการจัดกิจกรรม Workshop	๑๕๐,๐๐๐	
	๘. ค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการและอำนวยความสะดวก	๔๐,๐๐๐	
	๙. ค่าใช้จ่ายการประเมินผลการจัดงาน	๙๐,๐๐๐	
	รวมทั้งสิ้น	๓,๒๐๐,๐๐๐	

ทั้งนี้ ให้ตัวเลขได้ตามความเป็นจริง ในกรณีโดยยอดหนึ่งไม่เพียงพอ แต่ต้องไม่เกินวงเงินที่ได้รับอนุมัติ

๘. ความเสี่ยงของโครงการและแนวทางการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง	การประเมินความเสี่ยง			แนวทางการบริหารความเสี่ยง
	โอกาสที่จะเกิด	ผลกระทบ	ระดับของความเสี่ยง	
๑. บูธสินค้าไม่ได้รับความสนใจและไม่มียอดจำหน่าย	๒	ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ จึงไม่มียอดการจำหน่าย	น้อย	ดำเนินการประสานงานให้ความรู้ ส่งเสริมการขาย และการจัดบูธสินค้าให้ดึงดูด น่าสนใจ และกำหนดพื้นที่ตั้งร้านทำให้ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าจากผู้บริโภค
๒. สถานที่จัดงานที่อยู่ในทำเลใจกลางธุรกิจมีค่าใช้จ่ายสูง	๒	ทำให้สถานที่จัดงานไม่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป	น้อย	ดำเนินการการบูรณาการความร่วมมือสถานที่จัดงานและการประชาสัมพันธ์งานให้เป็นที่ทราบโดยทั่วไป และเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของทางราชการ

๙. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ สินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของเกษตรกรได้มีช่องทางจำหน่าย แก่ผู้บริโภค นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

๙.๒ ผู้บริโภค ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป ได้รู้จักแหล่งผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของเกษตรกร จนเกิดความเชื่อมั่น จนเกิดการเชื่อมโยงด้านการตลาดได้

๙.๓ เกษตรกร ผู้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของเกษตรกร ได้มีโอกาสเรียนรู้ด้านการตลาด และการบริหารจัดการสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

๙.๔ เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจฐานราก เกษตรกร ผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีรายได้มากขึ้น

๙.๕ ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของ เกษตรกรที่มีคุณภาพโดยตรง

๙.๖ เกษตรกร ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับปรุงคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร

๑๐. การติดตามประเมินผล

๑๐.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ประเภท ตัวชี้วัด	วิธีการคำนวณ/เครื่องมือ ในการใช้วัด	ระยะเวลา
๑. ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐	ผลลัพธ์	ยอดจำหน่าย	ภายใน ๓ เดือน
๒. เกษตรกร ผู้ผลิตสินค้าเกษตร ปลอดภัย สินค้าเกษตร Bangkok G สินค้าอัตลักษณ์ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อ รายได้ จากการเข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ ๘๐	ผลลัพธ์	ความพึงพอใจ	หลังจากสิ้นสุด โครงการ
๓. ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม มี ความพึงพอใจในโครงการ	ร้อยละ ๘๐	ผลลัพธ์	ความพึงพอใจ	

๑๐.๒ การติดตามความก้าวหน้า

รายงานความก้าวหน้า

๑๐.๓ การประเมินผลโครงการ

ส่วนส่งเสริมเกษตรกรรม สำนักงานการส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม ประเมินผล ตามตัวชี้วัดที่ได้กำหนดไว้ วิเคราะห์สรุปข้อมูล รายงานผลการดำเนินการให้แก่ผู้บริหารกรุงเทพมหานครทราบ หลังเสร็จสิ้นโครงการ

ลงชื่อ..........ผู้เสนอโครงการ
(นางสาวรุ่งภา ตรีแก้ว)
ผู้อำนวยการสำนักงานการส่งเสริมอาชีพ
สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติโครงการ

