



**\*\* ผลการดำเนินงานส่วนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี แยกรายตัวชี้วัด \*\***

1. ชื่อตัวชี้วัด : 2.  
ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนงานเพื่อส่งเสริมความสามารถและศักยภาพทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand หรือ OTOP หรือ SMEs) ไปสู่ระดับสากล

2. ระดับความสำเร็จ :  ผลผลิต (Output)  ผลลัพธ์ (Outcome)  
\*\* สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)  
ประเด็นยุทธศาสตร์ : -  
----- ย่อย : \*\*\*\* การดำเนินงานประจำของหน่วยงาน \*\*\*\*  
เป้าประสงค์ที่ : \*\*\*\* การดำเนินงานประจำของหน่วยงาน \*\*\*\*

3. คำนิยาม :  
:: กิจกรรมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้จากหน่วยงานต่างประเทศ หรือที่กรุงเทพมหานครเป็นสมาชิก เช่น UNESCO, UN-Habitat, CityNet, WeGO, ASEAN ผ่านการประชุม ฝึกรอบม หรือการถอดบทเรียน เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากร และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

4. วิธีการคำนวณ :  
:: มีการจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนและนำองค์ความรู้จากหน่วยงานต่างประเทศ หรือที่กรุงเทพมหานครเป็นสมาชิก ผ่านการประชุม ฝึกรอบม หรือการถอดบทเรียน เพื่อนำมาใช้พัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถบุคลากรกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ครั้ง

5. เป้าหมาย : 5 (ระดับ)  
: ผลงานที่ทำได้ = 5.00 (ระดับ)

6. รายงานผลการดำเนินงาน (รายไตรมาส) :  
(6.1) ไตรมาสที่ 1 : อยู่ระหว่างการหารือการดำเนินโครงการกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ JETRO และจังหวัดไอจิ ประเทศญี่ปุ่น  
(6.2) ไตรมาสที่ 2 : ได้รับความเห็นชอบให้ดำเนินการตามแผนงานฯ แล้ว และได้หารือแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามแผนพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมต่างๆ ของหน่วยงานภายนอกให้ผู้ประกอบการทราบและเข้าร่วมการอบรมดังกล่าวตามวันและเวลาที่กำหนด  
อยู่ระหว่างการขออนุมัติเพื่อนำผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการฯ ที่มีศักยภาพไปประชาสัมพันธ์และจำหน่ายบนช่องทางออนไลน์ขององค์การระหว่างประเทศต่อไป  
(6.3) ไตรมาสที่ 3 : อยู่ระหว่างการประสานงานกับบริษัทผู้รับจ้างและผู้ประกอบการเพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นสู่แพลตฟอร์มออนไลน์  
(6.4) ไตรมาสที่ 4 :  
ได้ดำเนินการจัดทำแผนงานเพื่อส่งเสริมความสามารถและศักยภาพทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand หรือ OTOP หรือ SMEs) ไปสู่ระดับสากล และส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 ราย ที่ได้รับการคัดเลือกตามแผนงานฯ  
พร้อมทั้งนำผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการกรุงเทพมหานครขึ้นสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ขององค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDCC) เป็นเวลา 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2564 - 14 กรกฎาคม 2565)  
  
(6.5) สรุปผลการดำเนินงาน (ปลายปีงบประมาณ) :  
::

7. ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน :  
:: 1.  
ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสำนักพัฒนาสังคมในการประสานและให้ข้อมูลเพื่อกำหนดผู้ประกอบการกรุงเทพมหานครเข้าร่วมโครงการ  
2. การคิดสรรผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) 2020 มีการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก (ระดับ Premium) และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลอย่างชัดเจน  
3. สำนักงานการต่างประเทศมีความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDCC) ทำให้ได้รับความร่วมมือในจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ  
4.





**\*\* ผลการดำเนินงานส่วนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี แยกรายตัวชี้วัด \*\***

กระทรวงพาณิชย์มีสื่อการเรียนการสอนและหลักสูตรอบรมสำหรับการพัฒนาศักยภาพเพื่อการขยายตลาดสู่ต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและสามารถเขาเรียนได้ตามเวลาที่สะดวก

8. อุปสรรคต่อการดำเนินงาน :

:: การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ทำให้ต้องประสานงานและจัดการอบรมออนไลน์

9. หลักฐานอ้างอิง :

::

ลงชื่อ.....(ผู้รับผิดชอบโครงการ)

ตำแหน่ง .....

.....

