

1. ชื่อตัวชี้วัด : กรุงเทพมหานครมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนของผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ระดับความสำเร็จ :  ผลผลิต (Output)  ผลลัพธ์ (Outcome)

**\*\* สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)**

ประเด็นยุทธศาสตร์ : ด้านที่ ๖ ? มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้ : Bangkok as an Economic and Learning Centre

----- ย่อย : ๖.๑ - เมืองแห่งโอกาสทางธุรกิจและการลงทุน

เป้าประสงค์ที่ : ๖.๑.๑ กรุงเทพมหานครมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

3. คำนิยาม :

:: นิยาม

กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีการประชาสัมพันธ์หรือจัดแสดงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นในพื้นที่เขตให้แก่ประชาชนทั่วไป

สินค้าชุมชน หมายถึง สินค้า OTOP, Bangkok Brand, หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยคนในชุมชน หรือ กลุ่มวิสาหกิจในชุมชน

ผู้ประกอบการชุมชน หมายถึง ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้า OTOP, Bangkok Brand, หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในโดยคนในชุมชน หรือ

กลุ่มวิสาหกิจในชุมชน

4. วิธีการคำนวณ :

:: วิธีคำนวณ

นับจำนวนครั้งของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนฯ

5. เป้าหมาย : 2 (จำนวนครั้ง)

: ผลงานที่ทำได้ = 8.00 (จำนวนครั้ง)

6. รายงานผลการดำเนินงาน (รายไตรมาส) :

(6.1) ไตรมาสที่ 1 : ครั้งที่ 1 - 2

1.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 1 วันที่ 31 ตุลาคม 2563 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 59 คน

2.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 2 วันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 176 คน

3.จำหน่ายอาหารฮาลาล และผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยประชาชนในชุมชน จำนวน 80 ร้าน

4.ประชาสัมพันธ์แจกแผ่นพับ ครั้งที่1,2 จำนวน 250 แผ่น ,เสียงตามสายในชุมชน ,Facebook และLine ชุมชน

ครั้งที่ 3-4

1.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 3 วันที่ 5 ธันวาคม 2563 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 59 คน

2.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 4 วันที่ 6 ธันวาคม 2563 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 80 คน

3.จำหน่ายอาหารฮาลาล และผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยประชาชนในชุมชน จำนวน 80 ร้าน

4.ประชาสัมพันธ์แจกแผ่นพับ ครั้งที่3,4 จำนวน 250 แผ่น ,เสียงตามสายในชุมชน ,Facebook และLine ชุมชน

(6.2) ไตรมาสที่ 2 : ครั้งที่ 5-6

1.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 5 วันที่ 6 มีนาคม 2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 61 คน

2.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 6 วันที่ 7 มีนาคม 2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 85 คน

3.จำหน่ายอาหารฮาลาล และผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยประชาชนในชุมชน จำนวน 80 ร้าน

4.ประชาสัมพันธ์แจกแผ่นพับ ครั้งที่3,4 จำนวน 200 แผ่น ,เสียงตามสายในชุมชน ,Facebook และLine ชุมชน

(6.3) ไตรมาสที่ 3 : ครั้งที่ 7-8

1.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 7 วันที่ 3 เมษายน 2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 65 คน

2.ดำเนินการจัดกิจกรรมตลาดริมคลองเจริญกรุง 103 ณ ชุมชนสวนหลวง 1 ครั้งที่ 8 วันที่ 4 เมษายน 2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 92 คน

3.จำหน่ายอาหารฮาลาล และผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยประชาชนในชุมชน จำนวน 80 ร้าน

4.ประชาสัมพันธ์แจกแผ่นพับ ครั้งที่ 7,8 จำนวน 150 แผ่น ,เสียงตามสายในชุมชน ,Facebook และLine ชุมชน

(6.4) ไตรมาสที่ 4 : จัดจัดกิจกรรม เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

และดำเนินกิจกรรมครบถ้วนตามเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว

(6.5) สรุปผลการดำเนินงาน (ปลายปีงบประมาณ) :

:: ดำเนินการแล้วเสร็จ



7. ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน :

- :: 1. การประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เสียงตามสายในชุมชน Line Facebook และแผนพับประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยว
- 2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน

8. อุปสรรคต่อการดำเนินงาน :

- :: การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19)

9. หลักฐานอ้างอิง :

- 1. ภาพถ่าย
- 2. รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 3. แบบประเมินผล

ลงชื่อ.....(ผู้รับผิดชอบโครงการ)

ตำแหน่ง .....

.....

