

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 : ๖.๓ - เมืองแห่งการประชุม นิทรรศการ และการจัดงานนานาชาติ

เป้าประสงค์ที่ : ๖.๓.๑ กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการในอันดับแรกของภูมิภาคอาเซียน

3. คำนิยาม :

:: 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 :

:: นับจำนวนครั้งของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนฯ

5. เป้าหมาย : 2 (ครั้ง)

: ผลงานที่ทำได้ = 4.00 (ครั้ง)

6. รายงานผลการดำเนินงาน (รายไตรมาส) :

(6.1) ไตรมาสที่ 1 : จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เขตจำนวน 2 ครั้ง ณ วัดสุนทรธรรมทาน และวงเวียน 22 กรกฎาคม

(6.2) ไตรมาสที่ 2 : จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เขต ครั้งที่ 3 ในวันที่ 26 - 30 มีนาคม 2564

โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ถนนคนเดิน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ณ วงเวียน 22 กรกฎาคม

(6.3) ไตรมาสที่ 3 : จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เขต โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ถนนคนเดิน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งหมด 4 ครั้ง

(6.4) ไตรมาสที่ 4 : มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนฯ ระดับเขต ทั้งสิ้น 4 ครั้ง และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครั้งละไม่น้อยกว่า 50 ราย โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ทั้ง 4 ครั้ง มีความพึงพอใจเฉลี่ย ร้อยละ 94.77

(6.5) สรุปผลการดำเนินงาน (ปลายปีงบประมาณ) :

:: มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนฯ ระดับเขต ทั้งสิ้น 4 ครั้ง และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครั้งละไม่น้อยกว่า 50 ราย โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ทั้ง 4 ครั้ง มีความพึงพอใจเฉลี่ย ร้อยละ 94.77

7. ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน :

:: หลังจากเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ส่งผลต่อผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายโดยตรง โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน OTOP และของดีของอร่อยในพื้นที่เขต เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติลดน้อยลง

เป็นปัจจัยให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

โดยเฉพาะการผลักดันการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไป

เน้นการท่องเที่ยวระยะใกล้และใช้โครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาลเป็นเครื่องมือในการกระตุ้น เช่น

โครงการคนละครึ่งในการจำหน่ายสินค้าของชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะผลักดันให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

และจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนของผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่บรรลุเป้าหมาย

8. อุปสรรคต่อการดำเนินงาน :

:: พื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เป็นพื้นที่ชั้นในของกรุงเทพมหานครและเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

ซึ่งหนาแน่นไปด้วยอาคารพาณิชย์และสถานที่ราชการทั่วทั้งพื้นที่ จึงประสบปัญหาในเรื่องของการหาสถานที่จอดรถ

หากประชาชนที่เดินทางเข้าพื้นที่นั้นเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว



9. หลักฐานอ้างอิง :

- :: 1) รายงานการประชุมการจัดงานท่องเที่ยวในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
- 2) ใบลงทะเบียนรายชื่อผู้เข้าร่วมงาน
- 3) ภาพถ่าย
- 4) บันทึกรายงานผลการจัดกิจกรรม
- 5) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 6) สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ลงชื่อ.....(ผู้รับผิดชอบโครงการ)

ตำแหน่ง

.....

