**เป้าหมายการพัฒนากรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2564**

 **กทม.๖๔**

 **ด้านที่ 6 มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้**

**มิติ 6.1 เมืองแห่งโอกาสทางธุรกิจและการลงทุน**

**เป้าหมาย 6.1.1 กรุงเทพมหานครมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ**

**เป้าประสงค์ 6.1.1.1 กรุงเทพมหานครมีการสนับสนุนธุรกิจและการลงทุน**

| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการงบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. ร้อยละของข้อมูลที่ได้รับการเชื่อมโยงและเผยแพร่ | ร้อยละ 25 ของข้อมูลที่กำหนด | มีความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลการประกอบธุรกิจและการลงทุน การเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน การท่องเที่ยววัฒนธรรมและการบริการ |   |   |   |
| แต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของกรุงเทพมหานคร |  |  |  |
| จัดทำข้อมูลบทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ และจัดทำแผนการส่งเสริมการลงทุน |   |   |   |
| มีช่องทางการเผยแพร่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจให้แก่หน่วยงานของกรุงเทพมหานครและภาคเอกชนทราบ |   |   |   |
| ปรับปรุงข้อมูลการลงทุนเพื่อผู้ประกอบการให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ |   |   |   |
| 2. กรุงเทพมหานครมีการปรับปรุงพัฒนา และคงไว้ซึ่งคุณภาพ และมาตรฐานของตลาด | ครบ 12 แห่ง | พัฒนาและขยายตลาดของกรุงเทพมหานครให้เหมาะสมกับสภาพชุมชนปรับปรุงให้ถูกสุขลักษณะ และทันสมัย |   |   |   |
|  |  | ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลตลาดในกรุงเทพมหานคร |   |   |   |
| 3. จำนวนผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมการค้าระดับนานาชาติ | 5 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2563 | ส่งเสริมด้านการตลาดและการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ |   |   |   |

**เป้าประสงค์ที่** **๖.๑.๑.2 ยกระดับ/พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ**

| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการงบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. ร้อยละของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับกรุงเทพมหานครและประสงค์จะเข้าอบรมผ่านการฝึกอบรมและสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ | ร้อยละ 90 | พัฒนาทักษะองค์ความรู้ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ผลิตได้และขายเป็น โดยมุ่งเน้นความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยี/ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อการประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้า |   |   |   |
| 2. ร้อยละของผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาคุณภาพผลผลิต และการส่งเสริมการขาย | ร้อยละ 100  | ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อยกระดับสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม  |   |   |   |
| เสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ สถาบันการศึกษา ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม |  |  |  |
| 3. จำนวนครั้งของการจัดกิจกรรมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน | ไม่น้อยกว่า 7 ครั้ง | ส่งเสริมด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน  |   |   |   |
| จัดทำระบบข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนา/เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ |  |  |  |
| 4. จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรุงเทพมหานครที่นำไปประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ | 12 ผลิตภัณฑ์ | ส่งเสริมด้านการตลาดและการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ |   |   |   |

**เป้าประสงค์ที่ ๖.๑.๑.3 พัฒนาระบบการผลิตภาคการเกษตรของกรุงเทพมหานคร เพื่อสินค้าเกษตรได้มาตรฐานปลอดภัย และเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น**

| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการงบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. ร้อยละของเกษตรกร/ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรที่ผ่านการฝึกอบรม และสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติได้  | ร้อยละ 80 | สนับสนุนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยี/ เครื่องมือทางการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด ฯลฯ รวมทั้งสนับสนุนให้เกษตรกรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต  |   |   |   |
| ส่งเสริมและขยายผลแนวคิด การทำการ เกษตรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง |  |  |  |
| ส่งเสริมให้เกิดบุคลากรด้านการเกษตรรุ่นใหม่ |  |  |  |
| 2. ร้อยละของสินค้า/ ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรที่ได้รับมาตรฐานปลอดภัย – - ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - ได้รับการรับรองมาตรฐานปลอดภัยจากกรุงเทพมหานคร  | - ร้อยละ 15- ร้อยละ 80 | ส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีในการผลิตตามแนวทางเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งส่งเสริมให้ ทำการเกษตรที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่ ปริมาณน้ำ และความต้องการของตลาดในพื้นที่  |  |  |  |
| สร้างมาตรฐานสินค้าเกษตรของกรุงเทพ มหานคร เพื่อให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน |  |   |   |
| 3. จำนวนสินค้าเกษตรที่สามารถพัฒนาให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น | 30 ผลิตภัณฑ์ | พัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่ม |   |   |   |
| 4. จำนวนช่องทางการตลาดที่จำหน่ายสินค้าเกษตร | 3 ช่องทาง | เพิ่มช่องทางการตลาด แหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรและสนับสนุนให้หน่วยงานต่างๆ ใช้ผลผลิตการเกษตรที่ปลูกในกรุงเทพมหานคร  |   |   |   |
| 5. จำนวนแหล่งผลิตสินค้าเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร | เพิ่มขึ้น 1 แหล่ง | ส่งเสริมแหล่งผลิตสินค้าเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร |  |   |   |

**มิติที่ ๖.๒ เมืองแห่งนักท่องเที่ยวระดับโลก**

**เป้าหมายที่ ๖.๒.๑ กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวระดับโลก**

**เป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๑.1 นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการ****งบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| ๑. จำนวนช่องทางในการประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว  | ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทาง/ปี | ประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้นักท่องเที่ยวเพื่อระมัดระวังตัวจากมิจฉาชีพและแจ้งขอความช่วยเหลือผ่านช่องทางที่เพิ่มขึ้นใหม่ |   |   |   |

**เป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๑.2 จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการ****งบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| 1. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม | 6 แหล่ง (กลุ่มเขตละ 1 แหล่ง) | สร้างความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวในการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม |   |   |   |

**เป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๑.3 กรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการดำเนินงานการท่องเที่ยวทั้งด้านองค์กร บุคลากร การบริการข้อมูลข่าวสารและการส่งเสริมการตลาด เป็นองค์กรที่รู้จักของสาธารณชนสามารถแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียได้อย่างภาคภูมิ**

| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการ****งบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ๑. แผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2565 – 2569) | แผนแม่บท (ระยะ 5 ปี) ๑ แผน  | จัดทำแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวทุกรอบ 5 ปี  |   |   |   |

**เป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๑.4 แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ของกรุงเทพมหานครได้รับการส่งเสริม อนุรักษ์ และฟื้นฟูให้มีศักยภาพพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ**

| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการ****งบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ๑. จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนา | ทรัพยากรการท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า1. แห่ง/ปี
 | ศึกษาและสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร |   |   |   |
| อนุรักษ์ ฟื้นฟู ปรับปรุงพัฒนาและปรับภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวให้ปลอดภัย สะดวก สวยงาม เข้าถึงได้สะดวก และได้มาตรฐาน |  |  |  |

**มิติที่ ๖.๓ เมืองแห่งการจัดประชุม นิทรรศการ และการจัดงานนานาชาติ**

**เป้าหมายที่ ๖.๓.๑ กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการในอันดับแรกของภูมิภาคอาเซียน**

**เป้าประสงค์ที่ ๖.๓.๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนิทรรศการ การแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงบันดาลใจหรือการให้รางวัลแก่พนักงาน (MICE)**

| **ตัวชี้วัด** | **เป้าหมาย** | **มาตรการ** | **โครงการสำคัญ****(Flagship Project)** | **ประมาณการ****งบประมาณ** | **หน่วยงานรับผิดชอบ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ๑. จำนวนโครงการที่สนับสนุนให้กรุงเทพมหานครเป็นสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ และการจัดงานนานาชาติ | ๑ โครงการ  | จัดงบประมาณแบบเงินก้อนเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน |   |   |  |
| ๒. จำนวนกิจกรรม/ช่องทางสนับสนุนและเผยแพร่บทบาทของกรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งการจัดประชุม นิทรรศการ และการจัดงานนานาชาติ  | ๓ ช่องทาง/กิจกรรม/ปี | สนับสนุนและเผยแพร่บทบาทของกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) |   |   |   |