

แนวทางการดำเนินงาน

“ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา”

๑. หลักการและเหตุผล

ตามที่นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย นายอนุทิน ชาญวีรกูล ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๖๘ โดยรัฐบาลได้กำหนดนโยบายสำคัญเร่งด่วนในการสร้างรายได้ลดรายจ่าย สร้างโอกาสในการแข่งขันแก่ผู้ค้ารายย่อยผู้ประกอบการ รวมถึงเกษตรกรและชุมชนในท้องถิ่น

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจึงได้จัดทำแนวทาง “ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา” เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถตอบสนองนโยบายดังกล่าว โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถนำเสนอ “ของดีบ้านเรา” อันได้แก่ สินค้า บริการ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน งานหัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น อันสะท้อนถึงอัตลักษณ์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งได้รับการยอมรับจากคนในพื้นที่และสามารถสร้างโอกาสในการสร้างรายได้แก่ประชาชน ตลอดจนมีศักยภาพในการพัฒนาและขยายผลสู่ตลาดในระดับกว้าง ทั้งในและนอกพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทั้งในและนอกพื้นที่ อีกทั้งยังช่วยสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวท้องถิ่น ซึ่งสามารถขยายผลเป็นการเพิ่มรายได้แก่ประชาชน สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยและเกษตรกรให้สามารถจำหน่ายสินค้าและผลผลิตทางการเกษตรผ่านสื่อสังคมออนไลน์

๒.๒ เพื่อสนับสนุนบทบาทของ อปท. ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและเพิ่มรายได้ประชาชน โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์

๒.๓ เพื่อสร้างเครือข่าย “ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์” เชื่อมโยงของดีบ้านเราจากทุกภูมิภาค

๒.๔ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในการกระจายผลผลิตทางการเกษตร ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์

๒.๕ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่สาธารณชน

๓. กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

๓.๑ พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. ๒๕๓๗ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

- มาตรา ๖๖ และ มาตรา ๖๘ (๗) กำหนดให้องค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ส่งเสริมการพาณิชย์การประกอบอาชีพของราษฎร

๓.๒ พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. ๒๔๙๖ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

- มาตรา ๕๑ (๕) และ มาตรา ๕๔ (๓) กำหนดให้เทศบาลมีหน้าที่ในการส่งเสริมการพาณิชย์ การลงทุน และการประกอบอาชีพของราษฎร

๔. นโยบาย/แผนที่เกี่ยวข้อง

๔.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

๔.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและดิจิทัล

๔.๓ นโยบายรัฐบาลด้านเศรษฐกิจชุมชน ลดรายจ่าย ค่าครองชีพ ค่าพลังงาน ค่าเดินทาง-ขนส่ง แก้ปัญหาหนี้สินเกษตรกร และผู้มีรายได้น้อย สร้างรายได้ ให้แก่ประชาชนและชุมชนท้องถิ่น

/๕. ขั้นตอน...

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

๕.๑ ระดับจังหวัด

- ๑) แจ้างอำเภอ และ อบท. ดำเนินการจัดทำ “ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา” โดยให้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content) เชิงเล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น เรื่องราวภูมิปัญญา ความเป็นมาของสินค้า คลิปสั้นแนะนำสินค้า แหล่งท่องเที่ยว เผยแพร่ลงสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งใช้แฮชแท็กกลาง **#ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์เครือข่ายของดีบ้านเรา #ของดีบ้านเรา #เที่ยวท้องถิ่น**
- ๒) บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- ๓) ประชาสัมพันธ์ “ของดีบ้านเรา” ไปยังผู้บริโภคทั้งในและนอกพื้นที่
- ๔) สนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ผลผลิตและของดีในจังหวัด เช่น ประสานงานร่วมกับบริษัทขนส่ง/ไปรษณีย์/โลจิสติกส์ในพื้นที่ เพื่อให้เกษตรกรสามารถจัดส่งสินค้าได้สะดวกและต้นทุนต่ำ
- ๕) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของอำเภอและ อบท. โดยติดตามรายงานผลการดำเนินงานเชิงสถิติ ได้แก่ จำนวนครั้งขายที่ได้ผ่านออนไลน์ รายรับ และจำนวนผู้ได้รับประโยชน์ ระดับจังหวัด และสรุปรายงานต่อกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ผ่าน Google Sheet

๕.๒ ระดับอำเภอ

- ๑) ทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานกลางเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด อบท. และชุมชน
- ๒) รวบรวมข้อมูล “ของดีบ้านเรา” ในแต่ละตำบล/อบท. ภายใต้อำเภอ
- ๓) ประชาสัมพันธ์กิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ สนับสนุนผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรให้สามารถใช้สื่อออนไลน์และแฮชแท็กเพื่อส่งเสริมการขาย
- ๔) กำกับดูแลการจัดกิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา ของแต่ละ อบท. ให้สอดคล้องกับแนวทางและใช้แฮชแท็กกลาง
- ๕) อาจจัดทำ “ปฏิทินผลผลิตเกษตร” ของอำเภอ เพื่อใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้บริโภคทั้งในและนอกพื้นที่ว่ามีผลผลิตสดตามฤดูกาลจำหน่ายออนไลน์ ในลักษณะของการพรีออเดอร์ (Pre-Order)
- ๖) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ อบท. โดยจัดเก็บรายงานผลการดำเนินงานเชิงสถิติ ได้แก่ จำนวนครั้งที่ขายได้ผ่านออนไลน์ รายรับ และจำนวนคนที่ได้รับประโยชน์ ระดับอำเภอ

๕.๓ ระดับ อบท.

- ๑) สร้างสรรค์เนื้อหา (Content) เชิงเล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น เรื่องราวภูมิปัญญา ความเป็นมาของสินค้า คลิปสั้นแนะนำสินค้าและผลผลิตการเกษตรเผยแพร่ลงสื่อออนไลน์ เช่น Facebook TikTok ของ อบท. ประกอบด้วย ภาพสินค้า/คลิปวิดีโอ + คำบรรยาย + ราคา/ช่องทางติดต่อ/+ รีวิวจากผู้บริโภค **พร้อมทั้งใช้แฮชแท็ก (Hashtag) #ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์เครือข่ายของดีบ้านเรา #ของดีบ้านเรา #เที่ยวท้องถิ่น #จังหวัด..... #อำเภอ..... #อบท....**
- ๒) ประชาสัมพันธ์กิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา โดยสนับสนุนผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรให้สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านการใช้สื่อออนไลน์และสร้างเครือข่ายผ่านแฮชแท็ก
- ๓) สนับสนุนผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรให้สามารถจัดทำคอนเทนต์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การถ่ายภาพสินค้า การทำคลิปสั้นแนะนำสินค้า การเล่าเรื่องราววิถีเกษตร การไลฟ์ขายผลไม้ตามฤดูกาล เป็นต้น
- ๔) สนับสนุนการจัดทำ ระบบพรีออเดอร์ (Pre-Order) สำหรับผลผลิตเกษตรที่มีระยะเก็บเกี่ยวชัดเจน เพื่อให้เกษตรกรมีตลาดรองรับล่วงหน้า
- ๕) รายงานผลการดำเนินงาน พร้อมข้อมูลจำนวนครั้งที่ขายได้ผ่านออนไลน์ รายรับ และจำนวนคนที่ได้รับประโยชน์ ผ่าน Google Sheet

๖. ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ)

๖.๑ ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ :

ระยะ ๖ เดือน (ต.ค. ๖๘ - มี.ค. ๖๙) ร้อยละ ๕๐ ของ อปท. รายงานผลการดำเนินงานกิจกรรม “ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา”

ระยะ ๑๒ เดือน (เม.ย. ๖๙ -ก.ย. ๖๙) ร้อยละ ๘๐ ของ อปท. รายงานผลการดำเนินงานกิจกรรม “ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา”

๖.๒ ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : จังหวัด อำเภอ และ อปท. สามารถสร้างเครือข่าย ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เชื่อมโยงของดีบ้านเราจากทุกภูมิภาคได้

๗. การติดตามประเมินผล

๗.๑ อำเภอและจังหวัดติดตามผลการดำเนินงานกิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายของดีบ้านเรา ของ อปท. ดังนี้

๑) ตรวจสอบโพสต์จากแพลตฟอร์มออนไลน์ ของ อปท. ให้มีการใช้แฮชแท็ก #ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์เครือข่ายของดีบ้านเรา #ของดีบ้านเรา #เที่ยวท้องถิ่น #จังหวัด..... #อำเภอ..... #อปท....

๒) มีการรวบรวมลิงก์ (Link) เนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ไว้บน Google Sheet

๓) มีการจัดเก็บข้อมูลสถิติจำนวนครั้งที่ขายได้ผ่านออนไลน์ รายรับ และจำนวนคนที่ได้รับประโยชน์ ผ่านแบบรายงาน Google Sheet

๗.๒ สถ. ติดตามผลการดำเนินงานรายจังหวัดผ่าน Google Sheet และตรวจสอบจากลิงก์ (Link) และแฮชแท็ก (Hashtag) #ตลาดนัดท้องถิ่นออนไลน์เครือข่ายของดีบ้านเรา #เที่ยวท้องถิ่น #ของดีบ้านเรา #จังหวัด... #อำเภอ... #อปท....

๘. ผู้รับผิดชอบโครงการ

๘.๑ นายบุญประสงค์ นวลสายย์ ผู้อำนวยการกองพัฒนาและส่งเสริมการบริหารงานท้องถิ่น

๘.๒ นายธีระวัฒน์ แสงทองล้วน ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต

๘.๓ นางสาวธัญญา งามฉ้วน หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ