

รายงานส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การจัดทำแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย
ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษานโยบาย
“ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์
กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”

จัดทำโดย นางสาวมณฑนา เดชเจริญ
ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
สังกัดกลุ่มงานยุทธศาสตร์คุณภาพชีวิต
กองยุทธศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์และสังคม
สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๔๓
สถาบันพัฒนาทรัพยากรบุคคลกรุงเทพมหานคร
สำนักงาน ก.ก.

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

๑. หัวข้อ

การจัดทำแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”

๒. ความสำคัญของการศึกษา/ ที่มาของการนำเสนอ

ที่ผ่านมาการทำงานของหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานครที่ผ่านมาจะเป็นการปฏิบัติราชการลักษณะการแยกส่วนตามภารกิจและอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน (Functional) หรือลักษณะการทำงานแบบไซโล (Silo) เนื่องจากความคุ้นเคยกับการดำเนินงานตามบทบาทและอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานครที่กำหนดไว้ในประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง การแบ่งราชการภายในหน่วยงานและการกำหนดอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการแบ่งการทำงานเป็นส่วนๆ แยกภารกิจและอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ในขณะที่นโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์) ที่ได้กำหนดไว้หลายนโยบายมีลักษณะการทำงานบูรณาการระหว่างหลายหน่วยงานโดยเฉพาะการประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐ และเอกชน ทำให้การขับเคลื่อนนโยบายเป็นไปอย่างล่าช้า ดังนั้น การขับเคลื่อนนโยบายแต่ละนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Objective) จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการทำงานให้มีการบูรณาการสอดประสานการทำงานระหว่างหน่วยงานหลายหน่วยงานทั้งหน่วยงานที่เป็นหน่วยงานหลัก (Host: H) และหน่วยงานสนับสนุน (Relatives: R) อย่างไรก็ตาม ในเบื้องต้นสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผลได้ผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินการตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอย่างบูรณาการโดยได้กำหนดหน่วยงานหลัก (Host: H) หน่วยงานสนับสนุน (Relatives: R) และได้ขอความเห็นชอบจากปลัดกรุงเทพมหานครเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแต่ละนโยบายได้มีการกำหนดหน่วยงานร่วมในการดำเนินการตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแล้ว แต่การปฏิบัติราชการยังดำเนินการในลักษณะแยกส่วนตามภารกิจและอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน (Functional) ผู้จัดทำรายงานจึงมีแนวคิดว่าการดำเนินงานตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครควรมีการผลักดันขับเคลื่อนในการทำงานอย่างบูรณาการให้มีการสอดประสานการทำงานร่วมกัน และมีการทบทวนแล้วกำหนดเป้าหมายร่วมอย่างสม่ำเสมอเพื่อบ่งชี้เป้าหมายที่ผู้บริหารได้วางไว้ โดยผู้จัดทำรายงานมีแนวคิดนำนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” มาจัดทำเป็นแผนบูรณาการในการขับเคลื่อนเพื่อเสนอแนวทางหรือเป็นกรอบการดำเนินงานให้หน่วยงานหลักและที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานมีการดำเนินงานร่วมกันในภาพรวม มีทิศทาง การดำเนินงานมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันมีการมอบหมายภารกิจอย่างชัดเจนบรรลุผลตามนโยบายตามที่ผู้บริหารกำหนด เกิดเอกภาพในการดำเนินงานและในอนาคตสามารถเสนอขอจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประเภทบูรณาการได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการขอจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการได้กำหนดไว้ในข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครเรื่อง วิธีการงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ข้อ ๑๔ ว่างบประมาณรายจ่ายบูรณาการ ให้ตั้งไว้สำหรับแผนงานบูรณาการตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกำหนดให้หน่วยรับงบประมาณตั้งแต่สองหน่วยงานขึ้นไปรับผิดชอบดำเนินการขอจัดสรรงบประมาณโดยร่วมกันวางแผนกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด แผนปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณร่วมกันเพื่อลดความซ้ำซ้อน มีความประหยัดและคุ้มค่าสามารถบรรลุเป้าหมายเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ (Objective)

คำว่า “บูรณาการ” เป็นแนวทางพื้นฐานที่สำคัญในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากยุทธศาสตร์หลายเรื่องมักจะเป็นเรื่องใหญ่ที่มีความซับซ้อน ซึ่งต้องอาศัยหลายหน่วยงานดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลตามกำหนด การบูรณาการนโยบายและงบประมาณเพื่อไม่ให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองทรัพยากรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

งบประมาณเชิงบูรณาการนี้หมายถึง “งบประมาณที่จัดสรรให้กับแผนงาน/โครงการที่หลายหน่วยทำร่วมกัน โดยอาจเป็นงานตามมติดุทธศาสตร์มีการบูรณาการภารกิจเชิงกระบวนการทำงานร่วมหรือมีดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในระดับพื้นที่ซึ่งผลลัพธ์มีคุณค่าหรือมูลค่ามากกว่าการที่ต่างหน่วยต่างทำ”

๕.๑.๓ นโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์) ได้กำหนดแนวทางนโยบาย P๑๒๙ “ขยายโอกาส ขยายช่องทาง ให้กับสินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” ว่า ปัจจุบัน Bangkok Brand ตราสัญลักษณ์สินค้าสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นในกรุงเทพฯ ยังมีช่องทางจัดจำหน่ายที่จำกัด มีหมวดหมู่ของสินค้าที่จำกัด และไม่มีการจัดทำและเผยแพร่ฐานข้อมูลของผู้ผลิตเพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ รวมทั้งผู้ผลิตยังไม่ได้ขึ้นเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม และระบบ e-GP เพื่อต่อยอดการประมูลงานจากภาครัฐ ซึ่งมีการดำเนินการขับเคลื่อนการดำเนินงานโดยสำนักพัฒนาสังคมซึ่งเป็นหน่วยงานหลัก (H) ซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายด้านเศรษฐกิจดี โดยนโยบายนี้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะที่ ๓ ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การต่อยอดความเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๖.๑ เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจและการลงทุน

แนวทางการดำเนินงานตามแผนการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามนโยบาย P๑๒๙ “ขยายโอกาส ขยายช่องทาง ให้กับสินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผลได้จัดกลุ่มนโยบายจากนโยบายจำนวน ๒๒๖ ข้อ (ข้อมูล ณ เดือน กรกฎาคม ๒๕๖๖) เป็นประเด็นนโยบายหลัก ๒๘ ประเด็น ซึ่งนโยบายนี้ได้ถูกจัดให้อยู่ในประเด็นพัฒนาที่ ๗.๓ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) และเศรษฐกิจระดับย่าน ซึ่งได้กำหนดสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับเมืองหรือเป้าหมายหลัก (Objective) และกำหนดผลลัพธ์หลัก (Key Results) คือ สินค้า/บริการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือ MIB ได้รับการส่งเสริมให้มีช่องทางการจัดจำหน่าย

๕.๑.๔ สำนักงบประมาณกรุงเทพมหานครได้วางหลักเกณฑ์การจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีและกำหนดแผนงานบูรณาการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗ ดังนี้

๕.๑.๔.๑. เป็นการดำเนินการแก้ไขปัญหาและพัฒนากรุงเทพมหานครภายใต้แผนพัฒนากรุงเทพ ๒๐ ปี ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

๕.๑.๔.๒ เป็นการดำเนินการรองรับนโยบาย/ประเด็นที่ผู้บริหารกรุงเทพมหานครจำเป็นต้องมีการวางแผนและบริหารจัดการในภาพรวมร่วมกัน ทั้งระดับพื้นที่และกรุงเทพมหานคร ซึ่งกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญระดับสูงโดยอาศัยแผนงานบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงการทำงานอย่างเป็นระบบ

๕.๑.๔.๓ มีหน่วยงานรับงบประมาณตั้งแต่สองหน่วยงานขึ้นไป โดยระบุหน่วยงานเจ้าภาพแผนงานบูรณาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามแผนงานบูรณาการ

๕.๑.๔.๔ การจัดทำแผนงานบูรณาการต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ผู้รับผิดชอบ งบประมาณรายจ่ายที่จะต้องใช้จ่ายดำเนินการ และระยะเวลาดำเนินแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน กำหนดตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลสัมฤทธิ์ได้ รวมทั้งภารกิจของหน่วยงานเจ้าภาพ แผนงานบูรณาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๕.๑.๔.๕ มีการกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และโครงการ/กิจกรรม ดังนี้

(๑) กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดในภาพรวมของแผนงานบูรณาการ ให้สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินการของแผนบูรณาการ รวมทั้งแสดงเป้าหมายและตัวชี้วัดรายปีให้ชัดเจน

(๒) ภายใต้เป้าหมายแผนงานบูรณาการแต่ละแผนงานต้องกำหนดหน่วยรับงบประมาณที่เป็นเจ้าภาพของแต่ละแผนงาน และแต่ละเป้าหมาย

(๓) การกำหนดเป้าหมายแต่ละตัวชี้วัดของแผนงานบูรณาการ ต้องมีการกำหนดตัวชี้วัดร่วมระหว่างหน่วยงานที่มีเป้าหมายร่วมกัน และแสดงความสอดคล้องและเชื่อมโยงกันในลักษณะห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

(๔) โครงการ/กิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนงานบูรณาการต้องเป็นภารกิจและหน้าที่ตามกฎหมายของกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร สหกรณ์และส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายของแผนงานบูรณาการนั้น ๆ อย่างแท้จริง

(๕) งบประมาณรายจ่ายที่ใช้ในการดำเนินโครงการ/รายการของแผนงานบูรณาการต้องเป็นงบประมาณที่ส่งผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมายของแผนงานบูรณาการ และต้องแสดงข้อมูลแหล่งที่มาของงบประมาณให้ครอบคลุมทุกแหล่งเงิน กรณีที่มีงานประจำหรือภารกิจพื้นฐานที่สนับสนุนแผนงานบูรณาการจะไม่แสดงค่าใช้จ่ายของงานประจำหรือภารกิจพื้นฐานไว้ในแผนงานบูรณาการ

(๖) สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผลร่วมกับหน่วยงานเจ้าภาพหลักของแผนงานบูรณาการและหน่วยงานเจ้าภาพในแต่ละเป้าหมาย จัดทำรายงานผลการดำเนินการและผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายและตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในแต่ละปีงบประมาณ เพื่อใช้ในการประกอบการทบทวนและวางแผนจัดทำงบประมาณรายจ่ายบูรณาการในปีงบประมาณต่อไป และจัดทำรายงานเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผนงานบูรณาการนั้น ๆ

๕.๒ หลักการที่ใช้ในการศึกษา

๕.๒.๑ การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management: RBM) ^๓

ระบบการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์มักจะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป เช่น การบริหารงานโดยยึดวัตถุประสงค์ (Management by Objective : MBO) หรือการบริหารผลการดำเนินงาน (Performance Management) ซึ่งมีแนวความคิดหลักเหมือนกัน แม้ว่าจะแตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียดการบริหารแบบมุ่งสัมฤทธิ์ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

Canadian International Development Agency; CIDA (๑๙๙๙) กล่าวว่า การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ เป็นวิธีการในการปรับปรุงการบริหารให้เกิดประสิทธิผล (Effectiveness) และโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ (Accountability) โดยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ประเมินความเสี่ยง กำกับติดตามกระบวนการดำเนินงานเพื่อการบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางบริหารและการรายงานผลการปฏิบัติงาน

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (๒๕๔๓ : ๑๔๖) กล่าวว่า การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ เป็นการบริหารที่เน้นการวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม ผู้บริหารในแต่ละระดับขององค์กรต้องยอมรับและคำนึงถึงผลงาน รวมทั้งต้องให้ความสำคัญกับการจัดวางระบบการตรวจสอบผลงานและการให้รางวัลตอบแทนผลงาน (Performance Related)

ทิพาวดี เมฆสุวรรณ (๒๕๔๓ : ๑๒) ได้ให้ความหมายของการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ว่าเป็นการบริหารโดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์หรือความสัมฤทธิ์ผลเป็นหลัก ใช้ระบบการประเมินผลงานที่อาศัยตัว

^๓ <http://www.lertchaimaster.com/forum/index.php?topic=๑๐๓๖.๐>

บ่งชี้เป็นตัวสะท้อนผลงานให้ออกมาเป็นรูปธรรมเพื่อการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้นและแสดงผลงานต่อสาธารณะ

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management : RBM) เป็นการบริหารที่ให้ความสำคัญต่อผลการดำเนินงานและการตรวจวัดผลสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิตและผลลัพธ์ซึ่งจะต้องมีการกำหนดตัวบ่งชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPIs) รวมทั้งการกำหนดเป้าหมาย (Targets) และวัตถุประสงค์ (Objectives) ไว้ล่วงหน้า โดยอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหาร สมาชิกขององค์กร และตลอดถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานขององค์กร

การบริหารงานของภาครัฐในอดีตจะเน้นที่การบริหารปัจจัยนำเข้า (Inputs) ซึ่งได้แก่ทรัพยากรต่าง ๆ ที่รัฐจะนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน คือ เงิน คน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเน้นการทำงานตามกฎ ระเบียบ และความถูกต้องตามกฎหมายและมาตรฐาน แต่การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์จะเน้นที่ผลลัพธ์ (Outcomes) ของงาน โดยจะให้ความสำคัญที่การกำหนดพันธกิจและวัตถุประสงค์ของโครงการ/งาน เป้าหมายที่ชัดเจน การกำหนดผลผลิตและผลลัพธ์ที่ต้องการของทุกโครงการในองค์กรให้สอดคล้องเป็นไปในทางเดียวกับภารกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการกำหนดตัวบ่งชี้วัดผลการทำงานหลัก (Key Performance Indicators - KPI) ไว้อย่างชัดเจน เป็นที่เข้าใจของทุกคนในองค์กร การวัดความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานโดยใช้ตัวบ่งชี้วัดดังกล่าว การยืดหยุ่นทางการบริหารและสนับสนุนทรัพยากรแก่ผู้บริหารระดับล่างอย่างเหมาะสม การประเมินผลการปฏิบัติงานและการให้ค่าตอบแทนตามผลงาน ตลอดจนการปรับปรุงพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น เพื่อให้สามารถสนองตอบต่อปัญหาและความต้องการของประชาชนในฐานะผู้รับบริการจากองค์กรของรัฐได้เป็นอย่างดี

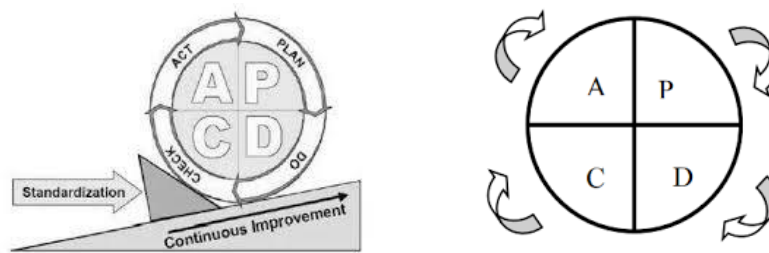
ปัจจัยหลักพื้นฐานที่ทำให้การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ประสบความสำเร็จคือ การมีระบบข้อมูลที่เที่ยงตรงเชื่อถือได้ ไม่ว่าจะเป็นระบบข้อมูลตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานเพื่อให้ทราบความคืบหน้าของการปฏิบัติงาน หรือระบบการเงินและบัญชีที่สามารถให้ข้อมูลแยกรายโครงการเพื่อให้ทราบต้นทุนค่าใช้จ่ายในแต่ละงาน การได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจะช่วยให้ผู้บริหารทุกระดับตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง

สรุปได้ว่าการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management: RBM) จึงเป็นการบริหารเพื่อการจัดหาให้ได้ทรัพยากรการบริหารมาอย่างประหยัด (Economy) เน้นใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และการได้ผลงานที่บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Effectiveness)

๕.๒.๒ วงจรการบริหารแบบเดมิง (Deming Cycle) หรือวงจรคุณภาพ (PDCA)^๔
การพัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพบุคลากรทุกคนต้องพัฒนาและปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง หรือเรียกอีกนัยหนึ่งว่าการบริหารระบบคุณภาพ ซึ่งได้รับแนวคิดและหลักการของการพัฒนาองค์กร (Organization Development) กระบวนการบริหาร PDCA ประกอบด้วย Plan (วางแผน) Do (ปฏิบัติ) Check (ตรวจสอบ) และ Act (การปรับปรุงแก้ไข) เป็นกระบวนการบริหารที่ได้เผยแพร่อย่างกว้างขวางในปี๑๙๕๐ โดย Edwards W. Deming นักบริหารส่วนใหญ่ได้เรียกวงจรนี้ว่า “วงจร Deming” โดยวงจร Deming เป็นวงจรการบริหารที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย นับตั้งแต่การบริหาร

^๔ <https://soo๑.tci-thaijo.org/index.php/JAPDEAT/article/download/๒๕๐๘๔๖/๑๗๐๓๘๖/๘๘๘๑๓๘>

กิจการต่างๆ การดำเนินชีวิตของบุคคลให้ประสบความสำเร็จ การทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการบริหารงานในองค์กรของรัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ



แผนภาพที่ ๒ แสดงวงจรการบริหารแบบเดมิ่ง (Deming Cycle) หรือวงจรคุณภาพ (PDCA)

ขั้นตอนการวางแผน (Planning): เป็นการกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานวิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย การวางแผนจะต้องทำความเข้าใจกับเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เป้าหมายที่กำหนดต้องเป็นไปตามนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

ขั้นตอนการปฏิบัติ (Doing): เป็นการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใดๆ จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขต่างๆ ของสภาพงานที่จะลงมือปฏิบัติให้ถ่องแท้ก่อน ในกรณีที่เป็นงานประจำที่เคยปฏิบัติหรือเป็นงานเล็กรอาจใช้วิธีการเรียนรู้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แต่ถ้าเป็นงานใหม่หรืองานใหญ่ที่ต้องใช้บุคลากรจำนวนมากอาจต้องจัดให้มีการฝึกอบรมก่อนที่จะปฏิบัติจริง

ขั้นตอนการตรวจสอบ (Checking): เป็นขั้นตอนการเพื่อประเมินผลว่ามีการปฏิบัติงานตามแผนหรือไม่มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานหรือไม่ ขั้นตอนนี้มีความสำคัญ เนื่องจากในการดำเนินงานใดๆ มักจะเกิดปัญหาแทรกซ้อนที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนอยู่เสมอ ซึ่งเป็นอุปสรรค ต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน การติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินปัญหาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกระทำควบคู่ไปกับการดำเนินงานเพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของการดำเนินงานต่อไป

ขั้นตอนการปรับปรุง (Action): เป็นขั้นตอนการของการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากได้ทำการตรวจสอบแล้ว การปรับปรุงอาจเป็นการแก้ไขแบบเร่งด่วนเฉพาะหน้า หรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำรอยเดิม การปรับปรุงอาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของวิธีการทำงานที่ต่างจากเดิมเมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ข้อมูลที่ได้เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานต่างๆ ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น นับเป็นสิ่งที่สำคัญและมีความจำเป็นเพื่อสร้างความก้าวหน้าขององค์กร โดยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในองค์กรจำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานระดับบัญชาาร่วมกันปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง

๕.๒.๓ ห่วงโซ่คุณค่า (value chain) ^๕ หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค และกระบวนการบริการหลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น อาจจะเป็นการกระทำโดยบริษัทเดียวหรือหลายบริษัท ด้วยการแบ่งขอบเขตของกิจกรรมแล้วส่งต่อคุณค่าในแต่ละช่วงต่อเนื่องกันไป หรือห่วงโซ่คุณค่า

หมายถึง การสร้างคุณค่าหรือประโยชน์อื่น ๆ มาประกอบกันให้เป็นประโยชน์สุดท้ายที่ลูกค้าต้องการ โดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอด ๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์

ในแง่ของการจัดทำแผน ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) คือ องค์กรประกอบ (อาจรวมไปถึงกิจกรรม และกระบวนการต่าง ๆ) ที่มีความสอดคล้องและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกระบวนการดำเนินงาน (ต้นทาง) ไปจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการดำเนินงาน (ปลายทาง) ที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายแผนนั้น ๆ ได้ตามที่กำหนด

สำหรับห่วงโซ่คุณค่าของประเทศไทย (Final Value Chain Thailand) (ฉบับแก้ไข) (พ.ศ.๒๕๖๗-๒๕๗๐)^๖ ของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย ๒๓ ประเด็น คือ (๑) ความมั่นคง (๒) การต่างประเทศ (๓) การเกษตร (๔) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (๕) การท่องเที่ยว (๖) พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ (๗) โครงสร้างพื้นฐานระบบโลจิสติกส์และดิจิทัล (๘) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ (๙) เขตเศรษฐกิจพิเศษ (๑๐) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม (๑๑) การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต (๑๒) การพัฒนาการเรียนรู้ (๑๓) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี (๑๔) ศักยภาพการกีฬา (๑๕) พลังทางสังคม (๑๖) เศรษฐกิจฐานราก (๑๗) ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม (๑๘) การเติบโตอย่างยั่งยืน (๑๙) การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ (๒๑) การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ ๒๒. กฎหมายและกระบวนการยุติธรรม ๒๓. การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

๖. แนวทางการดำเนินการ/ ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

๖.๑ แนวทางการดำเนินการ/ ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การจัดทำแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษานโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” มีแนวทางการดำเนินการ ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามแผนปฏิบัติงาน ดังนี้

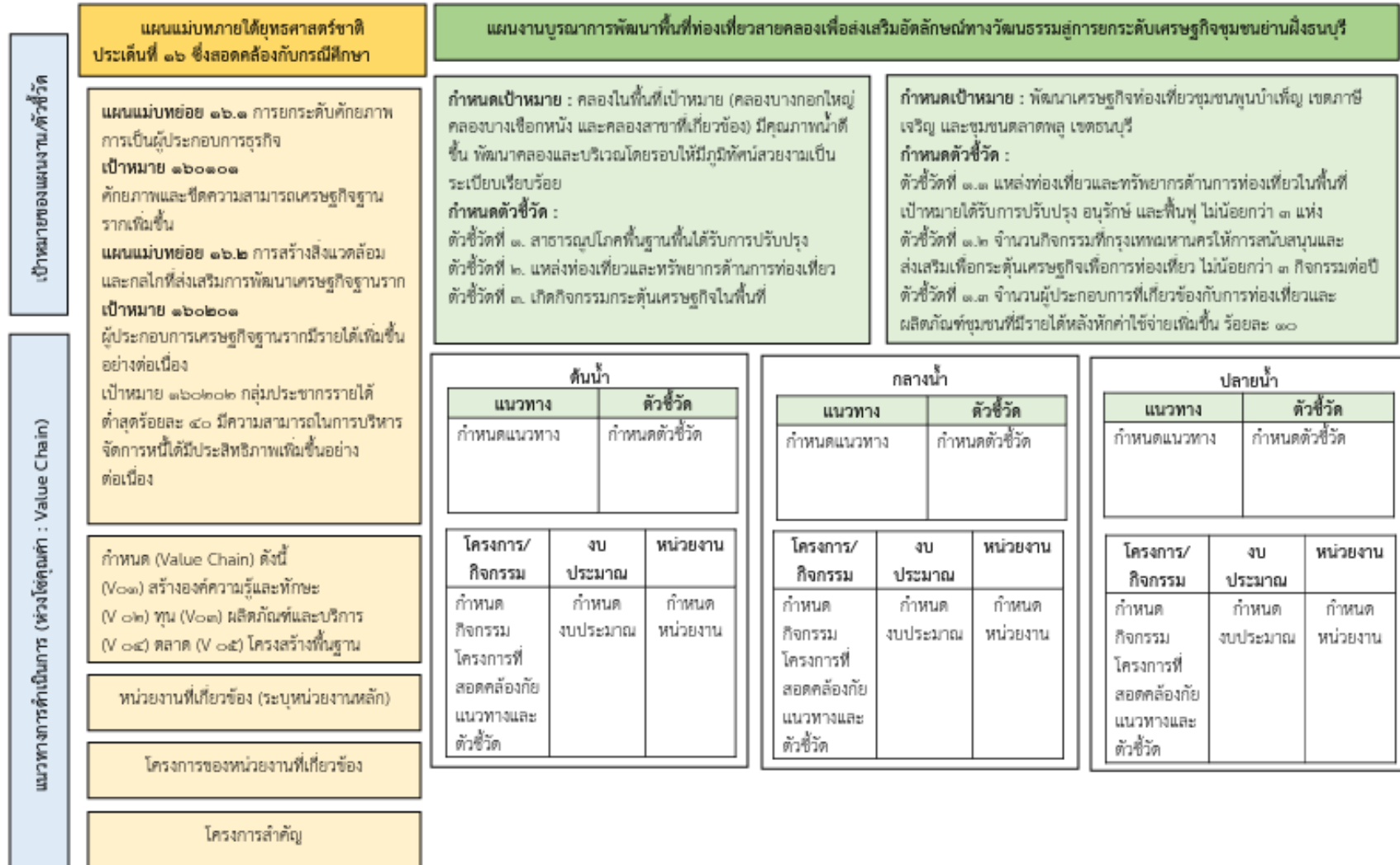
แนวทางการดำเนินการ	ระยะเวลา												ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
	ปี ๒๕๖๖					ปี ๒๕๖๗							
	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	
๑ : ศึกษากระบวนการกำหนดแผนงาน โดยวิเคราะห์การกำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ๑.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ (๑๖) เศรษฐกิจฐานราก ๑.๒ แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวสายคลองเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนย่านฝั่งธนบุรี													สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ดำเนินการเพื่อศึกษาการกำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
๒. จัดทำร่างแบบ (Template) กำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์ กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” จากการศึกษาถอดแบบกระบวนการกำหนดแผนงานในข้อ ๑													สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ให้กับหน่วยงานหลัก

^๖ <http://nscr.nesdc.go.th/summary-fvct๖๘/>

(ต่อ)

แนวทางดำเนินการ	ระยะเวลา												ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	
๓. จัดทำร่างแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับสินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” จากร่างแบบ (Template)													สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล จัดทำร่างแผนบูรณาการร่วมกับ หน่วยงานเจ้าภาพหลัก (สำนักพัฒนาสังคม) เพื่อเป็นแนวทางเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของนโยบาย
๓. จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาจัดทำร่างแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกรณีศึกษาขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” หาแนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วยโครงการงบประมาณ และหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการแต่ละขั้นตอนเชิงบูรณาการตามแนวทางที่สำนักงานงบประมาณกำหนดเพื่อขอจัดสรรงบประมาณบูรณาการ													หน่วยงานเจ้าภาพหลักของนโยบาย (สำนักพัฒนาสังคม) จัดประชุมชี้แจงการกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัดและห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของนโยบายเพื่อให้หน่วยงานสนับสนุนได้กำหนดกิจกรรม/โครงการเพื่อบรรลุเป้าหมายของนโยบาย
๔. เมื่อได้รับการจัดสรรงบประมาณให้ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ พร้อมติดตามประเมินผลการดำเนินการเพื่อทบทวนและปรับปรุงต่อไปจนบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบาย													สำนักพัฒนาสังคม ในฐานะเจ้าภาพหลัก (H) และหน่วยงานสนับสนุน (R) ดำเนินกิจกรรม/โครงการตามแผนสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผลติดตามความคืบหน้า

ตารางการวิเคราะห์เปรียบเทียบการกำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ ๑๖ และแผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวสายคลองเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนย่านฝั่งธนบุรี



ระยะที่ ๒ กำหนดร่างแบบ (Template) แผนบูรณาการ

จัดทำร่างแบบ (Template) แผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” รายละเอียดในภาคผนวก ๑

ระยะที่ ๓ การนำไปใช้และติดตามผล

จัดทำร่างแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” จากร่างแบบ (Template) และนำเสนอร่างแผนบูรณาการเพื่อนำไปใช้และติดตามผล

๑. จัดประชุมร่วมกันพิจารณาร่างแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” หาแนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วยโครงการงบประมาณ และหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการแต่ละขั้นตอนเชิงบูรณาการตามแนวทางที่สำนักงบประมาณกำหนด

๒. ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ติดตามประเมินผลการดำเนินการเพื่อทบทวนและปรับปรุงการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายของนโยบายตามที่ผู้บริหารได้วางไว้โดยการใช้วงจรการบริหารแบบเดมมิง (Deming Cycle) หรือวงจรคุณภาพ (PDCA)

๗. ประโยชน์จากการศึกษา

๗.๑ หน่วยงานหลักได้แผนบูรณาการและเป้าหมายหลัก (Objective) ที่ต้องร่วมกันทำให้สำเร็จ มีทิศทางการทำงานและตัววัดผลที่ชัดเจนสามารถจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับ Objectives and key results (OKR) เพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” สามารถติดตามการดำเนินงาน ตลอดจนกำกับดูแลเพื่อให้ นโยบายประสบความสำเร็จ

๗.๒ หน่วยงานกรุงเทพมหานครเกิดการทำงานแบบบูรณาการ ลดการทำงานซ้ำซ้อนจากการทำงานแยกส่วนและแก้ปัญหาการทำงานของหน่วยงานที่ทำงานตามภารกิจ (Functional) ในลักษณะแบบไซโล (Silo) เพียงอย่างเดียว ทำให้ประหยัดทั้งเวลาและทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ

๗.๓ หน่วยงานของกรุงเทพมหานครมีแนวทางในการจัดทำแผนงานบูรณาการจากร่างแบบ (Template) แผนบูรณาการที่ได้ศึกษา เพื่อขอจัดสรรงบประมาณายจ่ายบูรณาการ

๘. งบประมาณ

ไม่ใช้งบประมาณ

๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ระดับผลผลิต (Output) และหรือระดับผลลัพธ์ (Outcome)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ประเภทตัวชี้วัด	วิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผล	ระยะเวลา
๑. ผลวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของแผนงานของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและของแผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวสายคลองเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนย่านฝั่งธนบุรี	๑ ชิ้นงาน	ผลผลิต (Output)	เอกสารสรุปผลการวิเคราะห์(Value Chain)	ภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๖

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ประเภทตัวชี้วัด	วิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผล	ระยะเวลา
๒. จัดทำร่างแบบ (Template) กำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” จากการศึกษาถอดแบบกระบวนการกำหนดแผนงานต้นแบบ	๑ ร่างแบบ	ผลผลิต (Output)	ร่างแบบ (Template) กำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”	ภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๖
๓. จัดการประชุมกับหน่วยงานหลัก (สำนักพัฒนาสังคม) นำเสนอร่างแบบ (Template) เพื่อร่วมกันจัดทำร่างแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”	๑ ครั้ง	ผลผลิต (Output)	เอกสารหลักฐาน เช่น หนังสือเชิญ ภาพถ่าย รายงานการประชุม	ภายในเดือนตุลาคม ๒๕๖๖
๔. หน่วยงานหลัก (Host: H) หน่วยงานสนับสนุน (Relatives: R) สามารถจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับ Objectives and key results (OKR) เพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”	ไม่น้อยกว่า ๕ แผนงาน/กิจกรรม/โครงการ	ผลลัพธ์ (Outcome)	มีแผนงาน/กิจกรรม/โครงการ ที่ตอบเป้าหมายร่วมของนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”	ภายในปีงบประมาณ ๒๕๖๗ - ๒๕๖๘
๕. บรรลุ Objectives and key results (OKR) นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”	ร้อยละ ๑๐๐	ผลลัพธ์ (Outcome)	การรายงานความก้าวหน้า ผลการดำเนินการ	ภายในปีงบประมาณ ๒๕๗๐

๙.๒ วิธีการ/ เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและประเมินผล (สำเร็จ)

มีการรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินการเป็นรายเดือน และรายผลการดำเนินการตามตัวชี้วัดเป็นรายไตรมาส

๙.๓ การประเมินผล

๙.๓.๑ ผลผลิต (Output)

๑. รายงานสรุปผลการวิเคราะห์การแปลงนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” ไปสู่การปฏิบัติจากการศึกษาการกำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จำนวน ๑ รายงาน

๒. จำนวนแผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา นโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)” จำนวน ๑ แผน

๙.๓.๒ ผลลัพธ์ (Outcome)

๑. ดำเนินการตามตัวชี้วัดเพื่อบรรลุ Objectives and key results (OKR) ได้สำเร็จร้อยละ ๑๐๐

๒. ร้อยละความสำเร็จของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำแผนบูรณาการไปสู่การปฏิบัติตามที่กำหนด Objectives and key results (OKR) ค่าเป้าหมายร้อยละ ๑๐๐

๑๐. ข้อเสนอแนะ

๑๐.๑ กรุงเทพมหานครควรพิจารณานำแผนงานบูรณาการนำเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติราชการเพื่อเป็นการส่งเสริมให้หน่วยงานของกรุงเทพมหานครมีการทำงานแบบบูรณาการให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากภารกิจตามในการดำเนินแผนบูรณาการของหน่วยงานต้องมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการและผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายและตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในแต่ละปีงบประมาณ เพื่อใช้ในการประกอบการทบทวนและวางแผนจัดทำงบประมาณรายจ่ายบูรณาการในปีงบประมาณต่อไป และจัดทำรายงานเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผนงานบูรณาการนั้น ๆ

๑๐.๒ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผลควรจัดให้มีการอบรมแนวทางการจัดทำแผนบูรณาการแก่เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องทุกสำนักและสำนักงานเขตทุกระดับ สร้างความเข้าใจแนวทางการดำเนินงานในลักษณะบูรณาการและประโยชน์ของการทำงานเชิงบูรณาการเพื่อผลักดันให้กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรชั้นนำในการทำงานแบบบูรณาการ

๑๐.๓ ผู้บริหารหน่วยงานหลัก (Host: H) นโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครควรพิจารณาการขับเคลื่อนการดำเนินการโดยใช้แผนงานบูรณาการในการขับเคลื่อนนโยบายอย่างจริงจัง

๑๐.๔ สำนักงบประมาณควรพิจารณาให้ความสำคัญในการจัดสรรงบประมาณสำหรับกิจกรรม/โครงการที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมในกรณีมีหน่วยงานมากกว่าสองหน่วยงานขึ้นไป เพื่อสร้างความคุ้นชินกับการทำงานเชิงบูรณาการ แม้จะไม่ใช้โครงการตามแผนบูรณาการประจำปีงบประมาณ ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการทำงานในรูปแบบบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก

ภาคผนวก ๑. ร่างแบบ (Template) แผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”

ร่างแบบ (Template) แผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฯ ยุทธศาสตร์ที่ ๖ แผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานครประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘

๗. ด้านเศรษฐกิจดี ประเด็นการพัฒนา ๗.๓ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) และเศรษฐกิจระดับย่าน

เป้าหมาย (Objective): กรุงเทพมหานครเป็น เมืองแห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจระดับย่าน

Key Results ปี ๖๘: KR๔ กรุงเทพมหานครมีรายได้ จากสินค้าเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น KR๕ สินค้า/บริการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือ MIB ได้รับการส่งเสริมให้มีช่องทางการจัดจำหน่าย

กำหนด (Value Chain)	แนวทางการดำเนินงาน หมายเหตุ ร่วมพิจารณาแนวทางตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงาน)	ตัวชี้วัด
(V๐๑) พัฒนา ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ต้นน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความรู้และฝึกทักษะเทคนิคและความเชี่ยวชาญเพื่อ ต่อยอดสินค้าและบริการผู้ประกอบการ - ส่งเสริมการรวมตัวกันของผู้ผลิตสินค้าในชุมชน - ส่งเสริมให้ผู้ผลิตขึ้นเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม - เปิดหลักสูตรให้ผู้ประกอบการนำสินค้าเข้าแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ต่าง ๆ - ให้ความองค์ความรู้เพื่อพัฒนาสินค้าที่ยังพัฒนาศักยภาพไม่เต็มที่ - สนับสนุนและให้ข้อมูลในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าสร้างสรรค์ MIB 	สยป. ร่วมกับ สพส. กำหนด ตัวชี้วัด

โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หน่วยงาน
กำหนดกิจกรรม โครงการที่ สอดคล้องกับ แนวทางและ ตัวชี้วัด	ประมาณ การงบประมาณ	กำหนด หน่วยงาน

กำหนด (Value Chain)	แนวทางการดำเนินงาน หมายเหตุ ร่วมพิจารณาแนวทางตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงาน)	ตัวชี้วัด
(V๐๒) พัฒนา ผลิตภัณฑ์ กลางน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - ต่อยอดผลิตภัณฑ์สินค้าในกรุงเทพมหานครและสินค้า Bangkok Brand สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok) - จับคู่ผู้ประกอบการต่างประเภทมาออกแบบสร้างสรรค์งานร่วมกัน เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ - จัดเวิร์กช็อปด้านผลิตภัณฑ์จากความร่วมมือของกทม. และภาคเอกชน เพื่อนำไปต่อยอดและขยายช่องทางการหารายได้จากภูมิปัญญาที่มีอยู่ - จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการสร้างสรรค์ภายในกรุงเทพฯ ให้ผู้ที่สนใจต่อยอดธุรกิจสามารถติดต่อกันได้ - พัฒนาให้สินค้าที่ผลิตในกรุงเทพฯ มีความสร้างสรรค์ในทุกมิติ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการสื่อสาร การเล่าเรื่องเพื่อนำเข้าสู่ตลาดพร้อมกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ - ประเมินผลตอบรับของสินค้าทั้งจากฝั่งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ เพื่อนำไปต่อยอดและปรับปรุงในการผลิต และจำหน่ายในอนาคต 	สยป. ร่วมกับ สพส. กำหนด ตัวชี้วัด

โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หน่วยงาน
- กำหนดกิจกรรม โครงการที่ สอดคล้องกับ แนวทางและ ตัวชี้วัด - โครงการพัฒนา สินค้า Made in Bangkok	ประมาณ การงบประมาณ ๒๐ ล้าน	กำหนด หน่วยงาน สพส.

ร่างแบบ (Template) แผนบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฯ ยุทธศาสตร์ที่ ๖ แผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานครประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘

๗. ด้านเศรษฐกิจดี ประเด็นการพัฒนา ๗.๓ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) และเศรษฐกิจระดับย่าน

เป้าหมาย (Objective): กรุงเทพมหานครเป็น เมืองแห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจระดับย่าน

Key Results ปี ๖๘: KR๔ กรุงเทพมหานครมีรายได้ จากสินค้าเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น KR๕ สินค้า/บริการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือ MIB ได้รับการส่งเสริมให้มีช่องทางการจัดจำหน่าย

กำหนด (Value Chain)	แนวทางการดำเนินงาน หมายเหตุ ร่วมพิจารณาแนวทางตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงาน)	ตัวชี้วัด
(V๐๓) ส่งเสริมช่องทาง การตลาด ปลายน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มเติม ทั้งการจัดกิจกรรมใน-นอกรุงเทพฯ และต่างประเทศ ร่วมมือกับเครือข่ายร้านค้าห้างร้าน เพื่อเปิดพื้นที่วางจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติม - สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อร้านค้าในแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ระดับโลกเพื่อนำสินค้า MIB จำหน่ายในตลาดต่างประเทศ - จัดงานนิทรรศการและงานจัดแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมสินค้าสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้เรียนรู้จากความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ 	สยป. ร่วมกับ สพส. กำหนด ตัวชี้วัด

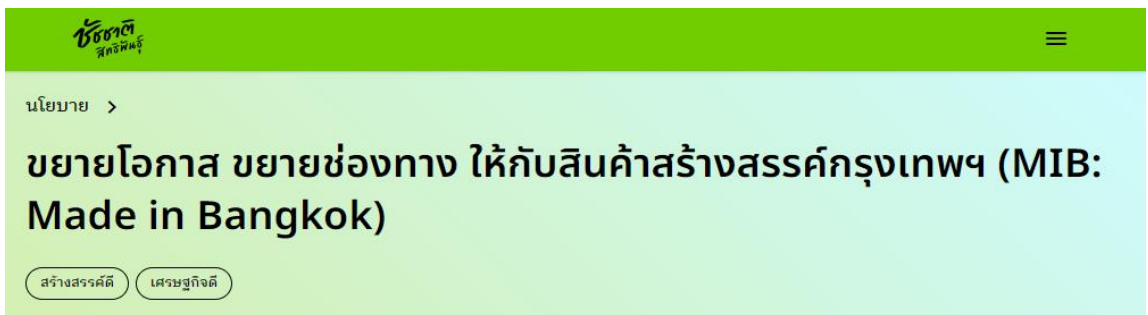
โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หน่วยงาน
กำหนดกิจกรรม โครงการที่ สอดคล้องกับ แนวทางและ ตัวชี้วัด	ประมาณ การงบประมาณ	กำหนด หน่วยงาน

ภาคผนวก ๒.

นโยบายขยายโอกาส ขยายช่องทาง ให้กับสินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)



สิ่งที่ผมอยากเห็น คือ กรุงเทพฯ เป็นเมืองน่าอยู่ "สำหรับทุกคน"



คนกรุงเทพฯ ได้อะไร

- ได้สนับสนุนสินค้าสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นในพื้นที่กรุงเทพฯ
- ได้ขายสินค้ามากขึ้นในหลากหลายช่องทาง
- ได้พัฒนาสินค้าให้ไปสู่สินค้าสร้างสรรค์

ที่มา: <https://www.chadchart.com/policy/>

รายละเอียดนโยบาย “ขยายโอกาส ขยายช่องทางให้กับ สินค้าสร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok)”

ปัจจุบัน Bangkok Brand ตราสัญลักษณ์สินค้าสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นในกรุงเทพฯ ยังมีช่องทางจัดจำหน่ายที่จำกัด มีหมวดหมู่ของสินค้าที่จำกัด และไม่มีการจัดทำและเผยแพร่ฐานข้อมูลของผู้ผลิตเพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ รวมทั้งผู้ผลิตยังไม่ได้ขึ้นเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม และระบบ e-GP เพื่อต่อยอดการประมูลงานจากภาครัฐ ดังนั้น กทม.จะนำเอาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ต่อยอดสู่

ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์กรุงเทพฯ (MIB: Made in Bangkok) โดยการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใน กรุงเทพฯ ที่มีหลากหลายของหมวดหมู่สินค้าให้ครบถ้วนทุกมิติความสร้างสรรค์ เช่น ศิลปะการแสดง ศิลปะการออกแบบ สิ่งพิมพ์ ผ้าและเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ งานฝีมือ ของเล่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน เครื่องเขียน เครื่องหนัง เครื่องปรุง เครื่องครัว เป็นต้น และพร้อมกับสนับสนุน ผู้ผลิต เช่น

๑. ออกแบบช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มเติม ทั้งการจัดกิจกรรมใน-นอกรุงเทพฯ และต่างประเทศ ร่วมมือกับเครือข่ายร้านค้าห้างร้าน เพื่อเปิดพื้นที่วางจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติม โดยกทม. จะศึกษา ตลาดสำหรับสินค้าสร้างสรรค์ คัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพ
๒. เปิดหลักสูตรให้ผู้ประกอบการนำสินค้าเข้าแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ต่าง ๆ ผ่านการช่วยเหลือจากอาสาสมัครเทคโนโลยี (อสท.)
๓. จับคู่ผู้ประกอบการต่างประเภทมาออกแบบสร้างสรรค์งานร่วมกัน เช่น สิ่งพิมพ์กับเครื่องครัว เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ หรือของเล่นกับศิลปะการแสดง เพื่อนำตัวละครมาเป็นของเล่น เป็นต้น
๔. จัดเวิร์กช็อปด้านผลิตภัณฑ์จากความร่วมมือของกทม. และภาคเอกชน เพื่อนำไปต่อยอดและ ขยายช่องทางการหารายได้จากภูมิปัญญาที่มีอยู่ และให้ความองค์ความรู้เพื่อพัฒนาสินค้าที่ยัง พัฒนาศักยภาพไม่เต็มที่
๕. จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการสร้างสรรค์ภายในกรุงเทพฯ ให้ผู้ที่สนใจต่อยอดธุรกิจสามารถ ติดต่อกันได้
๖. สนับสนุนให้ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจและ e-GP เพื่อโอกาสในการจัดซื้อจัดจ้างจากภาครัฐและ กทม.
๗. สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อเปิดห้างหรือร้านค้าในแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ระดับโลกเพื่อนำ สินค้า MIB โกอินเตอร์
๘. ร่วมกันพัฒนาให้สินค้าที่ผลิตในกรุงเทพฯ มีความสร้างสรรค์ในทุกมิติ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ไปจนถึง การสื่อสาร การเล่าเรื่องเพื่อนำเข้าสู่ตลาดพร้อมกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
๙. จัดงานนิทรรศการและงานจัดแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมสินค้าสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้เรียนรู้จากความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มี ศักยภาพ
๑๐. สนับสนุนและให้ข้อมูลในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้า สร้างสรรค์ MIB
๑๑. ประเมินผลตอบรับของสินค้าทั้งจากผู้บริโภคและผู้ประกอบการ เพื่อนำไปต่อยอดและ ปรับปรุงในการผลิตและจำหน่ายในอนาคต *อัปเดตล่าสุดวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๕

ภาคผนวก ๓.

หลักเกณฑ์การจัดทำงบประมาณรายจ่ายบูรณาการ

