

แนวทางการจัดทำตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยนายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบาย ต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๖ โดยมีนโยบายการเติมเงิน ๑๐,๐๐๐ บาท ผ่าน Digital Wallet เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกระดับ คุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ กอปรกับ นายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ได้มอบนโยบายให้แก่บุคลากรกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ เมื่อวันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๖ ว่า ขอให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นเป็นองค์กรที่ยึดหลัก “ทันโลก ทันสมัย ทันทั่วถึง” รู้เท่าทันความเป็นไปของโลกให้มากเพียงพอที่จะเปลี่ยนวิกฤติและสร้างโอกาส ต้องมีความทันสมัย เข้าใจความเปลี่ยนแปลงในสังคม สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน อีกทั้งต้องมีความคล่องตัวไว ตอบสนองต่อความต้องการของพี่น้องประชาชนได้อย่างทันทั่วถึง โดยได้เน้นย้ำ ให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมขับเคลื่อนการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย และขอให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดกิจกรรมตลาดนัด ชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้คนในชุมชนสามารถนำสินค้ามาจำหน่าย และแสวงหาช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพิ่มโอกาสการจัดจำหน่าย

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจึงได้จัดทำแนวทางการดำเนินการ “ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว” ภายใต้องค์ประกอบการท่องเที่ยวสีเขียวใน ๓ มิติ ได้แก่ การท่องเที่ยวไร้ขยะ (Zero Waste Tourism) อัตลักษณ์ท้องถิ่น (Soft Power) และ แหล่งผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Go Green) เพื่อเป็นหลักการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย และสร้างรายได้แก่ชุมชน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย ก่อให้เกิดแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และแหล่งกระจายสินค้าและบริการของชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสอดคล้องการพัฒนาอย่างยั่งยืน

๒.๒ เพื่อจัดเตรียมแหล่งจำหน่ายสินค้ารองรับนโยบายการเติมเงิน ๑๐,๐๐๐ บาท ผ่าน Digital Wallet

๒.๓ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นภายใต้องค์ประกอบการท่องเที่ยวสีเขียวใน ๓ มิติ ได้แก่ การท่องเที่ยวไร้ขยะ (Zero Waste Tourism) อัตลักษณ์ท้องถิ่น (Soft Power) และ แหล่งผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Go Green) และก่อให้เกิดแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่แสดงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น

๓. การดำเนินงาน

๓.๑ ระดับจังหวัด

๓.๑.๑ จัดประชุมซักซ้อมแนวทางการดำเนินงานให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๓.๑.๒ ประสานความร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดในการจัดหาสินค้าสินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลผลิตการเกษตรในชุมชนมาจำหน่าย

๓.๑.๓ ให้คำปรึกษาและติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๓.๑.๔ รวบรวมและรายงานผลการดำเนินโครงการฯ ให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นทราบ ตามแบบรายงานที่กำหนด พร้อมภาพถ่าย ทางระบบข้อมูลกลางองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (INFO)

/๓.๒ ระดับอำเภอ...

๓.๒ ระดับอำเภอ

๓.๒.๑ ให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษาและติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๓.๒.๒ รวบรวมและรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้จังหวัดทราบ

๓.๓ ระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๓.๓.๑ การวางแผนและจัดทำยุทธศาสตร์ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำหนดแนวทางการดำเนินงานของตลาดนัดให้สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการของชุมชน โดยพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

(๑) สถานที่และรูปแบบตลาดนัด โดยพิจารณาสถานที่ที่จะใช้ในการจัดตลาดนัดตามบริบทของพื้นที่ให้เหมาะสมและสะดวกต่อการเดินทางของประชาชนและนักท่องเที่ยว เช่น จัดตลาดนัดบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว หรือตลาดนัดริมทางที่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวใช้สัญจรไปมาหรือตลาดนัดถนนคนเดิน เป็นต้น

(๒) ประเภทของสินค้าและบริการ โดยพิจารณา ดังนี้

- ควรมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและนักท่องเที่ยว เช่น ผัก ผลไม้ อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าหัตถกรรม สินค้า OTOP สินค้าที่ระลึก เสื้อผ้า หรือพันธุ์ไม้พันธุ์ไม้ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติ สินค้ารักษ์โลก สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าเกษตรที่ผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีหรือสารสังเคราะห์ใดๆ ในกระบวนการผลิต

- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษหรือวัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ ใบตอง ผักตบชวา เป็นต้น

(๓) การจัดหาผู้ประกอบการ โดยให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการรายย่อยและคนในชุมชนเป็นอันดับแรก รวมทั้งคัดเลือกผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

(๔) วันและเวลาเปิดตลาดนัด โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยอาจจัดกิจกรรมสัปดาห์ละ ๑ – ๒ ครั้ง ในช่วงสุดสัปดาห์ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหรือจัดในช่วงเวลาเย็นซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คนในชุมชนว่างจากการทำงาน เป็นต้น

๓.๓.๒ การจัดการตลาดนัด โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะอาดสบาย และการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังนี้

(๑) ความปลอดภัย ตลาดนัดควรมีระบบดูแลความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และนักท่องเที่ยว ได้แก่ มีไฟฟ้าส่องสว่างเพียงพอ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยโดยใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) มีการจัดระบบการจราจร มีการจัดระเบียบร้านค้า มีการจัดจุดบริการสาธารณสุข เป็นต้น รวมทั้ง ควรมีการเตรียมความพร้อมบุคลากร เครื่องมือ ยานพาหนะ วัสดุ อุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น อพพร. อาสาสมัครจราจร อุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น อุปกรณ์กู้ชีพ รถบริการการแพทย์ฉุกเฉิน รถยนต์บรรทุกน้ำ ถังดับเพลิง รถดับเพลิง อุปกรณ์แสงสว่าง อุปกรณ์สัญญาณเตือนภัย เป็นต้น

(๒) ความสะอาดสบาย ตลาดนัดควรมีความสะอาดสบายแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีสาธารณูปโภคที่จำเป็นให้เพียงพอ เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง การจัดระเบียบการเดินรถ เป็นต้น

/ (๓) การดูแลรักษา...

(๓) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยให้มีการจัดการขยะและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม
ดังนี้

- การจัดการขยะ โดยจัดให้มีถังขยะแยกประเภทรองรับขยะประเภทต่าง ๆ อย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้แยกขยะก่อนทิ้ง และมีการนำขยะไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี

- การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยอาจติดตั้งระบบประหยัดน้ำและไฟฟ้า ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค ประหยัดน้ำและไฟฟ้า เป็นต้น

- การรักษาความสะอาด โดยรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคช่วยกัน รักษาความสะอาดบริเวณตลาดนัดและจัดกิจกรรมทำความสะอาดตลาดนัดเป็นประจำ เพื่อให้ตลาดนัดมี สภาพแวดล้อมที่ดีอยู่เสมอ

๓.๓.๓ การเสริมสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดนัด และแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพิจารณาดำเนินการ
ดังนี้

(๑) ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย รถกระจายเสียง การประชุมหมู่บ้าน เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น

(๒) จัดโปรโมชั่นและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดโปรโมชั่นลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม เมื่อผู้ซื้อนำกล่องอาหาร แก้วน้ำ/ขวดน้ำ ถุงผ้า มาเอง เพื่อเป็นการลดการสร้างขยะพลาสติก

(๓) การจัดกิจกรรมการแสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น โดยอาจจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ร่วมกับการจัดตลาดนัด เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และเผยแพร่อัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแสดง ดนตรีพื้นบ้าน การแสดงท้องถิ่น เทศกาลหรือประเพณีท้องถิ่น การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น การถ่ายทอด ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน เป็นต้น

๔. สถานที่ดำเนินการ

พื้นที่สาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น บริเวณด้านหน้าของสำนักงาน บริเวณ สวนสาธารณะ ลานกีฬา ลานจอดรถ ถนนสาธารณะ ริมแม่น้ำ ที่ว่างเปล่าริมทางที่เป็นเส้นทางสัญจรไปมาของ คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว เป็นต้น

๕. ระยะเวลาดำเนินการ ตุลาคม ๒๕๖๖ – กันยายน ๒๕๖๗

๖. งบประมาณดำเนินการ

งบประมาณองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ได้ตั้งงบประมาณไว้ ให้พิจารณาโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณรายจ่าย รายการที่เหลือจ่ายซึ่งหมดความจำเป็นมาตั้งจ่ายเป็นรายการใหม่ โดยปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยวิธีการงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และหากไม่สามารถโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณมาตั้งเป็นรายการใหม่ได้ สามารถขอ อนุมัติสภาพท้องถิ่นนำเงินสะสมมาใช้ได้ โดยปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการรับเงิน การเบิกจ่ายเงิน การฝากเงิน การเก็บรักษาเงินและการตรวจเงินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๗ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

๗. ตัวชี้วัดผลสำเร็จของโครงการ

๗.๑ ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ร้อยละ ๑๐๐ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริมการจัดกิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว

๗.๒ ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถส่งเสริมการจัดกิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน

๘. การติดตามประเมินผล

๘.๑ จังหวัดรวบรวมผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และรายงานผลการดำเนินงานให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นทราบ ทางระบบข้อมูลกลางองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (INFO)

๘.๒ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นติดตามผลการดำเนินงานของจังหวัด และรายงานผลการดำเนินงานให้กระทรวงมหาดไทยทราบ

๙. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียวจะเป็นแหล่งสร้างงานและช่วยเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน

๙.๒ ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียวจะเป็นแหล่งกระจายสินค้าและบริการของชุมชน

๙.๓ ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียวจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แสดงอัตลักษณ์ของชุมชน

๙.๔ ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียวจะส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องการพัฒนาอย่างยั่งยืน

๑๐. ชื่อผู้ประสานงาน

๑๐.๑ นางสาวธัญญา งามถ้วน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต

กองพัฒนาและส่งเสริมการบริหารงานท้องถิ่น

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๑ ๐๔๖ ๙๕๕๙

๑๐.๒ นายสมชาย จันทร์ฉิม นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ

กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต

กองพัฒนาและส่งเสริมการบริหารงานท้องถิ่น

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑ ๓๘๔ ๘๙๐๙



“ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว”

เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย

1 ที่มา

เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2566 นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายการเติมเงิน 10,000 บาท ผ่าน Digital Wallet ต่อรัฐสภา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ครอบคลุมทุกพื้นที่ ยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ

นายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและ รมว.มท. ได้มอบนโยบายให้แก่บุคลากร สก. สกจ. และ อปท. เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2566

ขอให้จังหวัดและ อปท. ดำเนินการ

- ร่วมขับเคลื่อนการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย
- สนับสนุนการจัดกิจกรรมตลาดนัดชุมชน เปิดพื้นที่จำหน่าย และสร้างรายได้



2 แนวทางการสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาล



การท่องเที่ยว
ไร้ขยะ
(Zero Waste
Tourism)



อัตลักษณ์
ท้องถิ่น
(Soft Power)



เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม
(Go Green)



3 หลักการ

เป้าหมาย อปท. ทุกแห่ง

- จัดเตรียมแหล่งจำหน่ายสินค้าเพื่อรองรับนโยบาย การเติมเงิน 10,000 บาท ผ่าน Digital Wallet ให้มีความหลากหลาย เข้าถึงง่าย
- จัดกิจกรรมตลาดนัดชุมชน เพื่อสร้างรายได้และ ส่งเสริมการท่องเที่ยว
- จัดกิจกรรมแสดงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น





“ตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว”

เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย

3 กิจกรรมการดำเนินการ

- จังหวัดชักชวนแนวทางให้แก่ อปท.
- ประสานความร่วมมือกับ พช. จังหวัด ในการจัดหาสินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลผลิตการเกษตร ในชุมชนมาจำหน่าย



อปท. วางแผนจัดทำตลาดนัด

- สถานที่
- วัน เวลา
- สินค้า
- ผู้ประกอบการ



อปท. จัดตลาดนัด โดยคำนึงถึง

- ความปลอดภัย
 - ความสะดวกสบาย
 - การรักษาสิ่งแวดล้อม
 - ความสะอาด
 - การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
- แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว



- ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ ให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ
- จัดกิจกรรมแสดงอัตลักษณ์ วัฒนธรรมท้องถิ่นในตลาดนัด

4 การรายงานผลการดำเนินงาน

สรุป.

รวบรวมผลการดำเนินงานของ อปท. และรายงานผลการดำเนินงานให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นทราบ ทางระบบข้อมูลกลางองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (INFO)

