

ด่วนที่สุด

ที่ มท ๐๒๑๑.๑/๐๕๓๕๘



กระทรวงมหาดไทย

ถนนอัษฎางค์ กทม. ๑๐๒๐๐

๓ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง รายงานผลการบูรณาการขับเคลื่อนโครงการตลาดประชารัฐ ครั้งที่ ๒

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

- อ้างถึง ๑. หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๐/๓๔๕๕๓ ลงวันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๐
๒. หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๐/๓๔๖๗๘ ลงวันที่ ๗ ธันวาคม ๒๕๖๐
๓. หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๐/๔๑๐๕๐ ลงวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๐

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. หนังสือสำนักงานรองนายกรัฐมนตรี (พลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ) จำนวน ๑ ฉบับ
๒. CD ข้อมูล จำนวน ๑ แผ่น

ด้วยกระทรวงมหาดไทยขอเสนอ รายงานผลการบูรณาการขับเคลื่อนโครงการตลาดประชารัฐ ครั้งที่ ๒ มาให้เพื่อคณะรัฐมนตรีทราบ โดยเรื่องนี้เข้าข่ายที่จะต้องนำเสนอคณะรัฐมนตรีตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการเสนอเรื่องและการประชุมคณะรัฐมนตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ มาตรา ๔ (๑๑) ทั้งนี้ รองนายกรัฐมนตรี (พลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ) กำกับการบริหารราชการกระทรวงมหาดไทย ได้เห็นชอบให้นำเรื่องดังกล่าวเสนอคณะรัฐมนตรีด้วยแล้ว รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๑

ทั้งนี้ เรื่องดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

๑. เรื่องเดิม

๑.๑ คณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ ๑๗ ตุลาคม ๒๕๖๐ และวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ มีมติเห็นชอบให้ดำเนินโครงการตลาดประชารัฐ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การเคหะแห่งชาติ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด โดยบูรณาการตลาดประชารัฐ ทั้ง ๑๐ ประเภท ได้แก่ ๑. ตลาดประชารัฐ Green Market ๒. ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ๓. ตลาดประชารัฐห้องถิ่นสุขใจ ๔. ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข ๕. ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด ๖. ตลาดประชารัฐ Modern Trade ๗. ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. ๘. ตลาดประชารัฐต้องชม และ ๙. ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม ๑๐. ตลาดเคหะประชารัฐ เพื่อพัฒนาพื้นที่ตลาดใหม่ ขยายพื้นที่การตลาดเดิม และ/หรือ เพิ่มวันทำการเพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่ได้มีโอกาสค้าขายต่อไป ส่งเสริมให้เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย และผู้ประกอบการที่ได้รับความเดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขายให้มีพื้นที่การค้าขาย

๑.๒ คณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๐ มีมติรับทราบความก้าวหน้าการเปิดตลาดประชารัฐและการดำเนินงานก้าวต่อไปของตลาดประชารัฐ (ครั้งที่ ๑) ตามที่กระทรวงมหาดไทยเสนอ

๒. ผลการดำเนินการขับเคลื่อนโครงการตลาดประชารัฐ

กระทรวงมหาดไทยได้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการตลาดประชารัฐตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๐ ถึง ปัจจุบัน โดยได้สรุปผลการบูรณาการขับเคลื่อนโครงการตลาดประชารัฐ ดังต่อไปนี้

๒.๑ การเปิดตลาดประชารัฐ

กระทรวงมหาดไทยร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลตลาดประชารัฐ ทั้ง ๑๐ ประเภท จำนวนตลาดทั้งหมด ๖,๖๑๐ แห่ง ได้ดำเนินการเปิดตลาดประชารัฐ โดยส่วนใหญ่เป็นการขยายพื้นที่ค้าขายในตลาดที่เปิดทำการอยู่แล้ว และจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการโครงการตลาดประชารัฐทั่วประเทศและกรุงเทพมหานคร โดยในปัจจุบัน (ณ วันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๑) ได้มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการฯ แล้ว จำนวน ๕,๓๙๒ แห่ง โดยมีรายละเอียดในตลาดแต่ละประเภท ดังนี้

๑) ตลาดประชารัฐ Green Market ดำเนินการโดย องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๓ แห่ง ประกอบด้วย สาขาลิ่งชั้น กรุงเทพมหานคร สาขาลำพูน จังหวัดลำพูน และสาขางดงาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งได้มีการพัฒนาให้เป็นตลาดประชารัฐ โดยปรับปรุงพื้นที่เดิม เพิ่มวันทำการค้า ร่วมกิจกรรมในการออกร้านประชารัฐ Green Market สัญจร ร่วมกับตลาดประชารัฐอื่น ๆ หรือสัญจรไปยังหน่วยงานราชการ เพื่อเป็นการเชิญชวนและเผยแพร่ ให้ประชาชนและกลุ่มผู้บริโภคทราบถึงแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย

๒) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ดำเนินการโดย กรมการพัฒนาชุมชน มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๒,๒๓๗ แห่ง โดยแบ่งเป็นตลาดที่มีอยู่เดิม ๒,๑๕๕ แห่ง และเปิดเพิ่มใหม่ ๘๒ แห่ง ซึ่งได้ดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการและพัฒนาตลาดควบคู่กันไปด้วย อาทิ การสร้างอัตลักษณ์การแต่งกาย ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค และการจัดระเบียบจำหน่ายสินค้าให้มีความสวยงามน่าเข้ามาเยี่ยมชม

๓) ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ ดำเนินการโดย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๑,๔๘๘ แห่ง ซึ่งเป็นตลาดที่ได้ดำเนินการอยู่แล้วโดยได้ขยายพื้นที่การค้าขายให้กับผู้ประกอบการที่ลงทะเบียน ทั้งนี้ ได้ดำเนินการสำรวจตลาดในความรับผิดชอบของ อปท. และแจ้งให้ดำเนินการปรับปรุงตลาดในความรับผิดชอบให้ได้สุลักษณะของตลาดและให้ถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยสุลักษณะของตลาด พ.ศ.๒๕๕๑ โดยเฉพาะการจัดให้มีการคัดแยกขยะอินทรีย์ในตลาด รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชนในการให้พื้นที่เปิดตลาดใหม่ ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ และ ห้าง HomePro สาขาหัวหิน และจะดำเนินการเปิดอีก ๔ สาขา นาร่อง ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี สมุทรสงคราม สระบุรี และนครราชสีมา

๔) ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข ดำเนินการโดย กรุงเทพมหานคร มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการและกรุงเทพมหานครได้จัดสรรผู้ประกอบการลงพื้นที่ตลาดที่เปิดดำเนินการแล้ว จำนวน ๓๕ แห่ง ซึ่งได้รับความร่วมมือจากการประสานครหลวง เปิดตลาดประจำประชารัฐ จำนวน ๑ แห่ง ณ สำนักงานเขตหลักสี่ โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างการประสานงานเพื่อจัดสรรผู้ประกอบการลงพื้นที่ตลาดเคหะประชารัฐ ของการเคหะแห่งชาติ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ได้มีนโยบายในการพัฒนาความสะอาดตลาดประชารัฐ โดยสำนักงานเขตที่กำกับดูแลตลาดกำหนดให้มีวันหยุดทำการค้า สัปดาห์ละ ๑ วัน ให้ผู้ค้าร่วมกันล้างทำความสะอาดเพื่อให้ตลาดประชารัฐมีความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ

๕) ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด ดำเนินการโดย จังหวัด กรมการพัฒนาชุมชน และบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ดำเนินการแล้ว ๑๖๔ ครั้ง ใน ๖๓ จังหวัด ซึ่งได้ดำเนินการจัดตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าในงานประจำปีของจังหวัด อาทิ งานฤดูหนาว งานกาชาด งานส่งเสริมการท่องเที่ยว งานเทศกาลชวนชิมอาหาร/ผลผลิตการเกษตร ทั้งนี้ ในการเปิดตลาดประชารัฐนั้น ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาหรือตามเทศกาลต่างๆ

๖) ตลาดประชารัฐ Modern Trade ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ จังหวัด กรมการพัฒนาชุมชน และบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด โดยมีศูนย์การค้าที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย ๔ บริษัทใหญ่ รวม ๗๙๒ แห่ง คือ ๑) สยามแมคโคร จำนวน ๙๔ สาขา ๒) เทสโก้ โลตัส จำนวน ๒๐๐ สาขา ๓) บิ๊กซี จำนวน ๑๓๖ สาขา และ ๔) เซ็นทรัลกรุ๊ป ซึ่งประกอบด้วยห้างในเครือ

คือ เซ็นทรัล ๓๐ สาขา ท็อปส์ ซูเปอร์มาเก็ต ๒๗๖ สาขา (ให้เฉพาะชั้นวางขายสินค้าชุมชน) โรบินสัน ๔๖ สาขา และไทวัสดุ ๑๐ สาขา ซึ่งได้ดำเนินการคัดเลือกสินค้าคุณภาพและนำผู้ประกอบการไปร่วมจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า เพื่อได้มีโอกาสนำผลผลิตสินค้าดีของพื้นเมืองจากฝีมือคนไทยมาจำหน่ายในศูนย์การค้า ซึ่งถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตได้พบกับผู้บริโภคโดยตรง

๗) ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. ดำเนินการโดย ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๒๗๘ แห่ง โดยได้ดำเนินการตั้งแต่ปี ๒๕๕๘ จำนวน ๑๔๗ แห่ง ซึ่งเมื่อเข้าร่วมโครงการตลาดประชารัฐ มีจำนวนตลาดใหม่เข้าร่วมเพิ่มอีก จำนวน ๑๓๑ แห่ง ในการพัฒนาตลาด ธ.ก.ส. ได้กำหนดแนวทางการจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาด ๔ ชั้น โดยยกระดับจากตลาดชั้นที่เป็นการซื้อขายระหว่างสมาชิก ไปสู่ตลาดชั้นตลาดประชารัฐเชื่อมโยง ตลาดประชารัฐ Modern Trade และตลาดประชารัฐ E-Commerce ตามลำดับ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร รายคน วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ตามประเภท คุณภาพและปริมาณของสินค้า โดยสินค้าที่จำหน่ายในตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่จะมาจากเกษตรกรโดยตรง เมื่อเกษตรกร นำสินค้ามาจำหน่ายในตลาด ธ.ก.ส. จะมีความรู้ ในช่องทางการตลาด การพัฒนาสินค้า การสนับสนุนสินค้ามากขึ้น

๘) ตลาดประชารัฐต้องชม ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๑๗๙ แห่ง โดยดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานโครงการฯ จำนวน ๒๘ แห่ง และได้พัฒนาตลาดโดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งเสริมให้มีเอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน ส่งเสริมตลาดเดิมโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมและสร้างการรับรู้ เสริมสร้างและพัฒนาองค์ความรู้โดยจัดอบรมหรือศึกษาดูงานให้แก่ผู้ค้าและผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุนักท่องเที่ยว การคำนวณต้นทุน หรือการจัดทำบัญชีขั้นต้น จัดงานตลาดประชารัฐต้องชม Expo ๒๐๑๘ พร้อมจัดสรรพื้นที่ให้ผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนในโครงการฯ ได้มีพื้นที่จำหน่ายสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี รวมทั้ง จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” เมืองไทยมีดี วิถีชุมชน

๙) ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม ดำเนินการโดย กระทรวงวัฒนธรรม มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๑๒๓ แห่ง โดยดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๐ ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานโครงการฯ จำนวน ๖๖ แห่ง และได้ดำเนินการเปิดอย่างเป็นทางการแล้ว ๔๖ แห่ง โดยได้ขยายพื้นที่ตลาดวัฒนธรรม เปิดพื้นที่ให้แก่ศิลปินพื้นบ้าน และผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมได้แสดงออกทางวัฒนธรรม และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นำคุณค่าทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ และทำให้นักท่องเที่ยวมีความสุขกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดขึ้น

๑๐) ตลาดเคหะประชารัฐ ดำเนินการโดย การเคหะแห่งชาติ มีตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๙๓ แห่ง ใน ๑๔ จังหวัด และกรุงเทพมหานคร ซึ่งในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ได้ดำเนินการเปิดตลาดเคหะประชารัฐ จำนวน ๔ แห่ง แบ่งเป็นในกรุงเทพฯ ๓ แห่ง และ นนทบุรี ๑ แห่ง ในการพัฒนาตลาดเคหะประชารัฐ มีการปรับสินค้าและบริการให้ตอบกระแสการบริโภค มีภาคร่วมพัฒนาระดับตลาดโดย กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ สนับสนุนการเพิ่มยอดขายสินค้าธงฟ้าประชารัฐ ผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ในด้านกายภาพของตลาด ได้ขยายพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ เพิ่มมาตรการความปลอดภัยมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาและรักษามาตรฐานของตลาดอย่างต่อเนื่อง

๒.๒ การจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้า

กระทรวงมหาดไทยร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลตลาดประชารัฐทั้ง ๑๐ ประเภท ได้ดำเนินการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการโครงการ /ตลาดประชารัฐ...

ตลาดประชารัฐทั่วประเทศและกรุงเทพมหานคร โดยในปัจจุบัน (ณ วันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๑) ได้มีผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนได้รับการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้า จำนวน ๙๖,๖๗๕ ราย มากขึ้นจำนวน ๒๔,๗๒๙ ราย จากการรายงานคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ เมื่อวันที่ ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๐ จัดสรรแล้วคิดเป็นร้อยละ ๘๕.๓๔ ของผู้ประกอบการที่ลงทะเบียน จำนวน ๑๑๓,๒๗๘ ราย (จากเดิมที่ลงทะเบียนไว้ระหว่างวันที่ ๑๐-๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ จำนวน ๑๒๐,๖๗๕ ราย เนื่องจากมีผู้ลงทะเบียนสละสิทธิ์ จำนวน ๗,๓๙๗ ราย) เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากจากการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการตลาดประชารัฐ ตั้งแต่เดือนธันวาคม ๒๕๖๐ – มีนาคม ๒๕๖๑ เป็นเงิน ๙๖๙,๔๙๖,๐๐๑ บาท และมีจังหวัดที่ดำเนินการจัดสรรพื้นที่ให้ผู้ลงทะเบียนผู้ประกอบการเสร็จสิ้นแล้ว จำนวน ๓๘ จังหวัด รายละเอียด มีดังต่อไปนี้

๑) จำนวนการจัดสรรผู้ประกอบการแบ่งตามประเภทตลาดประชารัฐ (ร้อยละจากจำนวนผู้ลงทะเบียนที่สนใจในตลาดแต่ละประเภท)

๑.๑) ตลาดประชารัฐ Green Market	๘๓๗ ราย (ร้อยละ ๑๐๐)
๑.๒) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้	๕๑,๗๑๐ ราย (ร้อยละ ๙๔.๐๘)
๑.๓) ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ	๒๕,๕๗๘ ราย (ร้อยละ ๘๔.๑๖)
๑.๔) ตลาดประชารัฐ กทม. คืนความสุข	๑,๐๖๐ ราย (ร้อยละ ๑๗.๓๒)
๑.๕) ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด	๖,๗๑๖ ราย (ร้อยละ ๗๕.๔๙)
๑.๖) ตลาดประชารัฐ Modern Trade	๑,๖๒๘ ราย (ร้อยละ ๖๓.๔๐)
๑.๗) ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส.	๔,๐๖๗ ราย (ร้อยละ ๘๓.๑๑)
๑.๘) ตลาดประชารัฐต้องชม	๑,๘๙๒ ราย (ร้อยละ ๖๒.๕๕)
๑.๙) ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม	๓,๑๔๓ ราย (ร้อยละ ๘๕.๕๒)

๑.๑๐) ตลาดเคหะประชารัฐ ๔๔ ราย

๒) จำนวนการจัดสรรผู้ประกอบการแบ่งตามภูมิภาค (ร้อยละจากจำนวนผู้ลงทะเบียน)

๒.๑) ภาคเหนือ	๑๖,๙๗๒ ราย (ร้อยละ ๘๒.๒๘)
๒.๒) ภาคกลาง	๑๓,๙๓๙ ราย (ร้อยละ ๖๖.๗๗)
๒.๓) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๔๔,๙๒๙ ราย (ร้อยละ ๙๗.๐๑)
๒.๔) ภาคตะวันออก	๖,๒๙๕ ราย (ร้อยละ ๘๕.๗๓)
๒.๕) ภาคใต้	๑๑,๓๐๐ ราย (ร้อยละ ๘๑.๓๕)
๒.๖) ภาคใต้ชายแดน	๓,๒๔๐ ราย (ร้อยละ ๗๖.๖๙)

๓) รายได้ของผู้ประกอบการโครงการตลาดประชารัฐ (รายได้ใหม่ของตลาด) จำนวน ๙๖๙,๔๙๖,๐๐๑ บาท แบ่งตามประเภทตลาดประชารัฐ ยอดสะสม ตั้งแต่วันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๐ – ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๑

๓.๑) ตลาดประชารัฐ Green Market	๑,๗๔๕,๙๓๒ บาท
๓.๒) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้	๓๑๒,๕๐๕,๘๖๒ บาท
๓.๓) ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ	๔๗๗,๔๑๓,๗๔๓ บาท
๓.๔) ตลาดประชารัฐ กทม. คืนความสุข	๒,๔๗๑,๒๑๕ บาท
๓.๕) ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด	๘๑,๓๗๕,๘๓๔ บาท
๓.๖) ตลาดประชารัฐ Modern Trade	๑๗,๖๓๖,๒๕๔ บาท
๓.๗) ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส.	๒๒,๐๗๗,๖๕๑ บาท
๓.๘) ตลาดประชารัฐต้องชม	๒๓,๒๕๖,๔๐๕ บาท
๓.๙) ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม	๓๑,๐๑๓,๑๐๕ บาท

/ในส่วนผู้ประกอบการ...

ในส่วนผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ลงพื้นที่จัดจำหน่าย หน่วยงานที่กำกับดูแลตลาดแต่ละประเภทจะทยอยจัดสรรพื้นที่ให้กับผู้ประกอบการต่อไป

๒.๓ การปรับปรุงตลาดให้ได้มาตรฐานตลาดประชารัฐ

โครงการตลาดประชารัฐได้นำความสำเร็จการดำเนินงานตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ต้นแบบแห่งความสำเร็จ สู่ “ตลาดประชารัฐ” โดยนำเอาจุดเด่นในเรื่องของตลาดสะอาด ตลาดปลอดภัย และไม่ใช้ภาษาที่ทำจากโฟม ของตลาดคลองผดุงกรุงเกษมมาเป็นต้นแบบในการดำเนินงาน โดยได้กำหนดมาตรฐานตลาดประชารัฐขึ้น โดยพิจารณาตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุขและกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ๔ ด้าน ได้แก่

๒.๓.๑ ด้านสุขลักษณะทั่วไป : ความมั่นคงของโครงสร้าง เติ้นท์ ร่ม มีน้ำประปาหรือน้ำสะอาดบริการ จัดเก็บสินค้า สิ่งของ วัสดุอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย มีที่จอดรถอำนวยความสะดวกในระบบจราจร มีทะเบียนผู้ค้า ชื่อที่อยู่ ประเภทสินค้า

๒.๓.๒ ด้านการจัดการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม : มีที่รองรับมูลฝอยสาธารณะ ไม่มีน้ำขังเฉอะแฉะ รักษาความสะอาด มีความปลอดภัย มีห้องส้วมและที่ปัสสาวะที่เหมาะสมเปิดให้บริการ และควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้รบกวนและก่อความรำคาญ

๒.๓.๓ ด้านความปลอดภัยอาหารและการคุ้มครองผู้บริโภค : มีเครื่องชั่งที่ได้มาตรฐาน มีป้ายติดราคาสินค้าชัดเจน อาหารวางสูงจากพื้น อุปกรณ์เครื่องใช้สะอาดและปลอดภัย ใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนโฟมที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและย่อยสลายได้ และมีการทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

๒.๓.๔ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและผู้ซื้อ : ผู้ค้าแต่งกายสะอาดและสุภาพ มีการรับฟังความคิดเห็น มีการฝึกอบรมผู้ค้า มีประชุมชี้แจง และมีกิจกรรมภายในตลาด

กระทรวงมหาดไทยได้บูรณาการร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุกประเภท โดยผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (Chief Marketing Officer : CMO) กระทรวงสาธารณสุข กรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการตรวจประเมินตลาดให้ได้มาตรฐานตลาดประชารัฐแบ่งเป็น ๔ ระดับ คือ ระดับดีมาก (เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานอย่างดีเยี่ยม มีความพร้อม มีการบริหารจัดการที่ดี) ระดับดี (สูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด) ระดับพื้นฐาน(ผ่านการประเมินตามมาตรฐานที่กำหนด) และ ต้องปรับปรุง (อาจมีข้อจำกัดเรื่อง ความสะอาด ที่จอดรถ สุขอนามัย ฯลฯ ที่ต้องได้รับการพัฒนาให้ผ่านเกณฑ์) โดยได้ดำเนินการประเมินแล้วจำนวน ๙๖๙ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๓๓ ของจำนวนตลาดประชารัฐ ผลจากการประเมินพบว่า มีตลาดที่อยู่ในระดับดีมาก ๑๔๓ แห่ง (ร้อยละ ๑๔.๗๖) ระดับดี ๒๕๐ แห่ง (ร้อยละ ๒๕.๘๐) ระดับพอใช้ ๔๑๐ แห่ง (ร้อยละ ๔๒.๓๑) และต้องปรับปรุง ๑๖๖ แห่ง (ร้อยละ ๑๔.๗๖)

๒.๔ หลักสูตรและจัดการอบรมผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (CMO)

กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดให้จังหวัดแต่งตั้งผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (Chief Marketing Officer : CMO) เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการตลาดนำพาตลาดไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน โดยทำหน้าที่วิเคราะห์ผู้ประกอบการให้ลงค้าขายในแต่ละตลาดตามความเหมาะสม จัดทำแผนงานการตลาด วิเคราะห์การตลาด เพื่อยอดขาย พัฒนาสินค้า สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจรูปแบบใหม่ ปัจจุบันได้มีการแต่งตั้ง CMO ครบทุกจังหวัดแล้ว จำนวน ๓,๔๑๖ คน และให้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดดำเนินการจัดทำโครงการฝึกอบรมและเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับด้านการตลาดให้กับผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (Chief Marketing Officer : CMO) โดยบูรณาการความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ และ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด เพื่อจัดทำหลักสูตรการอบรม CMO และเป็นวิทยากรบรรยายความรู้ต่อไป

๒.๕ คลินิกผู้ประกอบการตลาดประชารัฐ

กระทรวงมหาดไทย โดยกรมการพัฒนาชุมชน ได้ประเมินผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการตลาดประชารัฐโดยแบ่งระดับผู้ประกอบการออกเป็น ๓ ระดับ คือ ในระดับ A จำนวน ๔๘,๙๔๑ ราย ซึ่งจัดเป็นผู้ที่มีความพร้อมในการจำหน่ายสินค้า และระดับ B จำนวน ๓๐,๑๗๓ ราย และระดับ C จำนวน ๓๒,๙๑๐ ราย ซึ่งจัดเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์การค้าขาย และได้จัดตั้งคลินิกผู้ประกอบการตลาดประชารัฐทุกประเภท จำนวน ๘๗๘ แห่ง ๗๖ จังหวัด เพื่อคัดกรองผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับ C ในทุกอำเภอ โดยจังหวัดได้ดำเนินการสำรวจคัดกรองเสร็จครบทุกจังหวัดแล้ว สามารถสรุปผลการคัดกรองผู้ประกอบการได้ดังนี้ (ข้อมูล ณ วันที่ ๑๔ มีนาคม ๒๕๖๑)

๒.๕.๑ การจัดสรรพื้นที่จำหน่าย จากจำนวนผู้ประกอบการระดับ C ได้รับการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายแล้ว ๒๗,๗๑๙ ราย ยังไม่ได้รับการจัดสรรพื้นที่ ๕,๑๙๑ ราย

๒.๕.๒ ผู้ประกอบการระดับ C ที่ได้รับการจัดสรรพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้าแล้ว ๒๗,๗๑๙ ราย มีความต้องการในการพัฒนา/สนับสนุนเพิ่มเติม ๑๑,๒๔๕ ราย จำแนกเป็น ๑) ต้องประสานหาแหล่งทุน ๓,๘๘๕ ราย ๒) พัฒนามาตรฐานสินค้า ๔,๒๖๘ ราย ๓) พัฒนาประสบการณ์ค้าขาย ๒,๔๓๘ ราย และ ๔) ด้านอื่น ๆ (พัฒนาบรรจุภัณฑ์/เทคนิคค้าขาย) ๖๕๔ ราย และไม่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม ๑๖,๔๗๔ ราย

๒.๕.๓ ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับการจัดสรรพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้า ๕,๑๙๑ ราย โดยแบ่งเป็นประเภทที่มีความพร้อม จำนวน ๒,๑๖๑ ราย แบ่งเป็นไม่ต้องพัฒนา ๑,๓๗๘ ราย และต้องพัฒนา ๗๘๓ ราย ประกอบด้วย ๑) ประสานหาแหล่งทุน ๒๕๒ ราย ๒) พัฒนามาตรฐานสินค้า ๒๙๒ ราย ๓) พัฒนาประสบการณ์ค้าขาย ๒๑๑ ราย และ ๔) ด้านอื่น ๆ (จำกัดแคลนวัตถุดิบ) ๒๘ ราย และประเภทที่ไม่มีความพร้อมควรรีตัดสิทธิ์ จำนวน ๓,๐๓๐ รายจำแนกเป็น ๑) ไม่มีสินค้า ๓๒๕ ราย ๒) มีที่จำหน่ายอยู่แล้ว ๑,๐๙๔ ราย ๓) ให้เช่าช่วงต่อ ๕ ราย ๔) ขอสละสิทธิ์ ๑,๔๓๓ ราย และ ๕) อื่นๆ (เปลี่ยนที่อยู่) ๑๗๓ ราย

๒.๖ การส่งเสริมตลาดประชารัฐเพื่อการท่องเที่ยว

กระทรวงมหาดไทยร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้จังหวัดดำเนินการคัดเลือกตลาดประชารัฐที่มีศักยภาพ (Best Practice) เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยในเดือนมกราคม ๒๕๖๑ จังหวัดได้ดำเนินการคัดเลือกตลาดประชารัฐที่มีศักยภาพเพื่อเสนอตลาดประชารัฐบรรจุในปฏิทิน “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน” แล้ว ๑๔๔ แห่ง จาก ๖๗ จังหวัด โดยแบ่งเป็นตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ๒๔ แห่ง ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ ๓๒ แห่ง ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข ๑ แห่ง ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด ๑๑ แห่ง ตลาดประชารัฐ Modern Trade ๑ แห่ง ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. ๘ แห่ง ตลาดประชารัฐต้องชม ๕๑ แห่ง (เป็นตลาดร่วมกับตลาดประชารัฐอื่น ๒๒ แห่ง) และตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม ๓๖ แห่ง (เป็นตลาดร่วมกับตลาดประชารัฐอื่น ๑๑ แห่ง) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รับข้อมูลตลาดประชารัฐเพื่อบรรจุในปฏิทินการท่องเที่ยว และขอให้ตราสัญลักษณ์ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน” แล้วจำนวน ๔๑ แห่ง จาก ๒๘ จังหวัด

๒.๗ การประเมินโครงการตลาดประชารัฐเพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จโครงการตลาดประชารัฐ

กระทรวงมหาดไทย โดยกรมการพัฒนาชุมชน ได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จโครงการตลาดประชารัฐ แบ่งเป็นแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน ๒ แบบ คือ ๑) แบบสอบถามออนไลน์เพื่อสำรวจติดตามผลประกอบการและความพึงพอใจของผู้ขาย และ ๒) แบบสอบถามออนไลน์เพื่อสำรวจข้อมูลและความคิดเห็นของผู้ซื้อ โดยขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการสำรวจแบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มผู้ขายและผู้ซื้อ โดยผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (Chief Marketing Officer : CMO) เพื่อนำมาประมวลผลต่อไป

๒.๘ ก้าวต่อไปของโครงการตลาดประชารัฐ

๒.๘.๑ พัฒนาผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (CMO) ที่ผ่านการฝึกอบรมให้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงตลาดประชารัฐให้เป็นช่องทางในการขับเคลื่อนนโยบาย โครงการแผนงานที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่

๒.๘.๒ สำรวจความต้องการของตลาดที่ได้รับการประเมินในระดับต้องปรับปรุงเพื่อการพัฒนาปรับปรุงให้ได้มาตรฐานตลาดประชารัฐ สะอาด ปลอดภัย

๒.๘.๓ สำรวจตลาดประชารัฐทุกแห่งให้ดำเนินการจัดการตลาดให้ถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่ส่วนราชการกำหนด

๒.๘.๔ ส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีความต้องการพัฒนาศักยภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ แหล่งทุน พัฒนามาตรฐานสินค้า และประสบการณ์ค้าขาย โดยกรมการพัฒนาชุมชน รวมทั้ง ประสานความร่วมมือกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสถาบันการเงินของรัฐ หรือกองทุนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนช่วยเหลือผู้ประกอบการต่อไป

๒.๘.๕ บูรณาการความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในการประชาสัมพันธ์ตลาดประชารัฐเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัดให้เชื่อมโยงตลาดประชารัฐร่วมกับ OTOP Village for Tourism ให้ครบวงจร “ชม ชิม ช้อป แชร์” เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดประชารัฐอย่างยั่งยืน

๒.๘.๖ ส่งเสริมตลาดประชารัฐให้เป็นแหล่งการระบายสินค้าทางการเกษตรที่ล้นตลาดตามฤดูกาล เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบภาวะสินค้าล้นตลาดและสินค้าราคาตกต่ำ ให้จำหน่ายสินค้าทางการเกษตรถึงผู้บริโภคโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรให้สามารถดำรงชีพได้ต่อไป

๓. ข้อเสนอของส่วนราชการ

กระทรวงมหาดไทยพิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้การดำเนินโครงการตลาดประชารัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ จึงขอเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อโปรดทราบรายงานผลการบูรณาการของทุกส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนโครงการตลาดประชารัฐ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำกราบเรียนนายกรัฐมนตรี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีทราบต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลเอก



(อนุพงษ์ เผ่าจินดา)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

สำนักงานปลัดกระทรวง

สำนักนโยบายและแผน

โทรศัพท์ ๐-๒๒๒๑-๘๐๙๕, ๕๐๐๓๕

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ moippb.4@gmail.com