



1. ชื่อตัวชี้วัด : ร้อยละของยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้น

2. ระดับความสำเร็จ : ผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome)

**** สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)**

ประเด็นยุทธศา : ด้านที่ ๖ ? มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้ : Bangkok as an Economic and Learning Centre

----- ย่อย : มิติที่ ๖.๑ - เมืองแห่งโอกาสทางธุรกิจและการลงทุน

เป้าประสงค์ที่ : เป้าหมายที่ ๖.๑.๑ กรุงเทพมหานครมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

3. คำนิยาม :

:: 1. ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

2. ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ยอดรวมของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในงาน/ กิจกรรมที่สำนักพัฒนาสังคมดำเนินการหรือสนับสนุน

4. วิธีการคำนวณ :

:: (ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนปีงบประมาณปัจจุบัน ? ปีงบประมาณที่ผ่านมา) คูณ 100 หารด้วย

ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนปีงบประมาณที่ผ่านมา

5. เป้าหมาย : 10 (ร้อยละ)

: ผลงานที่ทำได้ = 0 (ร้อยละ)

6. รายงานผลการดำเนินงาน (รายไตรมาส) :

(6.1) ไตรมาสที่ 1 : 1.อยู่ระหว่างการแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดรายละเอียดคุณลักษณะ (TOR) และราคากลาง

2.อยู่ระหว่างการสำรวจสถานที่ดำเนินโครงการและกำหนดรายละเอียดคุณลักษณะ (TOR) และราคากลาง

(6.2) ไตรมาสที่ 2 : -

(6.3) ไตรมาสที่ 3 : -

(6.4) ไตรมาสที่ 4 : -

(6.5) สรุปผลการดำเนินงาน (ปลายปีงบประมาณ) :

::

7. ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน :

:: -

8. อุปสรรคต่อการดำเนินงาน :

:: ----

9. หลักฐานอ้างอิง :

:: -

ขอรับรองว่า ข้อความที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ หน่วยงานได้จัดพิมพ์จากระบบงานจริง เพื่อเป็นหลักฐานไว้ตรวจสอบ

ลงชื่อ.....(ผู้รายงานข้อมูล)

(.....)

ตำแหน่ง

