

# โครงการตลาดประชารัฐ

## ๑. แผนงาน/โครงการ โครงการตลาดประชารัฐ

### ๒. รายละเอียดโครงการ

#### ๒.๑ เหตุผลความจำเป็น

รัฐบาลได้กำหนดวิสัยทัศน์ในกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม สร้างโอกาสให้ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงทรัพยากร แหล่งทุน ในการประกอบอาชีพ เพื่อยกระดับรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และเป็นการวางรากฐานไทยแลนด์ ๔.๐ เพื่อดูแลคนไทยทุกคนให้ก้าวไปพร้อมกันโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ประกอบกับนายกรัฐมนตรีมีข้อสั่งการ ในการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๖๐ ให้กระทรวงมหาดไทยพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมตลาดชุมชน เพื่อให้เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อยชุมชน รวมทั้งผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย มีพื้นที่ในการค้าขายรวมทั้งเป็นการยกระดับการค้าขายในชุมชน

กระทรวงมหาดไทย ได้จัดทำโครงการ “ตลาดประชารัฐ” เพื่อบูรณาการระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนในรูปแบบประชารัฐ ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (ประเทศไทย) วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (เชียงใหม่) วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด โดยการพัฒนาตลาดใหม่และขยายพื้นที่ตลาดที่มีอยู่เดิม ให้ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มประเภทสินค้าในแต่ละระดับมีที่ค้าขาย อันจะนำมาซึ่งรายได้เพื่อใช้ในการดำรงชีวิตต่อไป โดยบูรณาการโครงการที่ดำเนินการเกี่ยวกับตลาดที่อยู่ในความรับผิดชอบ โดยเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ด้วยวิธีการขยายพื้นที่ตลาดที่มีอยู่เดิมและตลาดที่มีการสร้างขึ้นใหม่ ให้แก่เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย และผู้ประกอบการรายใหม่ ภายใต้ชื่อโครงการตลาดประชารัฐ โดยมีรายละเอียดโครงการฯ ดังนี้

#### ๒.๒ กรอบแนวคิดของโครงการ

- ๑) ส่งเสริมให้มีพื้นที่การตลาดใหม่
- ๒) ส่งเสริมให้ประชาชนมีพื้นที่ค้าขายเพิ่มมากขึ้นโดยขยายผลพื้นที่เดิม
- ๓) ส่งเสริมผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มประเภทสินค้า (สินค้าเกษตร OTOP SMEs วิสาหกิจชุมชน ร้านอาหาร หาบเร่ แผงลอย)
- ๔) ส่งเสริมผู้ประกอบการแต่ละระดับ
- ๕) ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย
- ๖) ดำเนินการครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภูมิภาค
- ๗) เปิดโอกาสผู้ประกอบการในการพัฒนาและแข่งขัน

#### ๒.๓ หลักการของโครงการ

- ๑) ร่วมบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในรูปแบบตลาดประชารัฐ
- ๒) สร้างพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันอย่างเป็นธรรมชาติโดยรุกเข้าไปหาผู้ซื้อ
- ๓) ช่วยให้มีการลดต้นทุนทางการตลาดอย่างเหมาะสม
- ๔) ภาคเอกชนมีส่วนร่วมเปิดตลาดประชารัฐ โดยเฉพาะผู้ค้า Modern Trade
- ๕) ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการรายใหม่ ให้แยกจากผู้ประกอบการเดิมอย่างชัดเจน
- ๖) ยกระดับสินค้าทุกประเภทให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ปลอดภัย

**๒.๔ ตลาดประชารัฐภายใต้โครงการตลาดประชารัฐ** จำแนกออกเป็น ๙ ประเภท ตามความรับผิดชอบของหน่วยงาน ดังนี้

**๑) ตลาดประชารัฐ Green Market** ดำเนินการโดย องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

**แนวคิด :** เปิดพื้นที่ตลาดใหม่ ขยายพื้นที่ตลาดเดิม กระจายอยู่ในภูมิภาค ยกระดับมาตรฐานสินค้าทางการเกษตรและอาหารปลอดภัย

**พื้นที่ดำเนินการ :** ตลาดขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย จำนวน ๓ แห่ง ซึ่งมียังประมาณดำเนินการแล้ว และจะดำเนินการในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ได้แก่ (๑) ตลาดตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผู้เช่าเดิม ๑๖๓ แผง พื้นที่เช่าใหม่ ๑๒๖ แผง และพื้นที่ว่างหมุนเวียน ๑๑๑ แผง (๒) ตลาดบางค้อ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้เช่าเดิม ๑๖ แผง พื้นที่เช่าใหม่ ๑๕๔ แผง และพื้นที่ว่างหมุนเวียน ๑๕๐ แผง และ (๓) ตลาดลำพูน จังหวัดลำพูน ผู้เช่าเดิม ๑๐ แผง พื้นที่เช่าใหม่ ๒๔๔ แผง และพื้นที่ว่างหมุนเวียน ๕๘๖ แผง

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการอาหารรายใหม่ รวมตลาด ๓ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๘๔๗ ราย

**๒) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้** ดำเนินการโดย กรมการพัฒนาชุมชน

**แนวคิด :** บริหารจัดการพื้นที่เดิม เพิ่มผู้ประกอบการ โดยขยายพื้นที่และวันดำเนินการ โดยเพิ่มจากทุกวันจันทร์ พุธ และ ศุกร์ เป็นอีกอย่างน้อย ๑ วัน (วันอังคาร และ/หรือ พฤหัสบดี) เพื่อให้เกษตรกรนำผลผลิตมาขาย ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์

**พื้นที่ดำเนินการ :** ครอบคลุมพื้นที่จังหวัด และอำเภอ จำนวน ๒,๑๕๕ แห่ง

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกรนำผลผลิตมาขายเอง กลุ่มเครือข่าย OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร้านอาหาร หาบเร่แผงลอย เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๑๐-๒๐ รายต่อแห่ง รวมตลาด ๒,๑๕๕ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๒๑,๕๕๐ ราย

**๓) ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ** ดำเนินการโดย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

**แนวคิด :** (๑) บริหารจัดการเพิ่มพื้นที่การขายในตลาดเดิม ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารตลาดลดค่าธรรมเนียมการเช่า เปิดโอกาสให้เกษตรกรนำผลผลิตมาขายเอง (๒) เพิ่มวันทำการ โดยเฉพาะตลาดถนนคนเดินเดิม และ (๓) ยกเว้นค่าธรรมเนียมให้ผู้ค้ารายใหม่ โดยเฉพาะเกษตรกรที่นำผลผลิตมาค้าขายเอง

**พื้นที่ดำเนินการ :** ตลาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ จำนวน ๓,๘๒๒ แห่ง

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และกลุ่มประมงพื้นบ้านเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๑๐-๑๕ รายต่อแห่ง รวมตลาด ๓,๘๒๒ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๔๕,๘๖๔ ราย

**๔) ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข** ดำเนินการโดย กรุงเทพมหานคร

**แนวคิด :** ที่ทำการค้าเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย จำนวน ๑๑,๐๓๓ ราย รวมทั้งจัดจำหน่ายสินค้า OTOP ของทั้ง ๕๐ เขตในกรุงเทพมหานคร

**พื้นที่ดำเนินการ :** มีทั้งหมด ๑๔ แห่ง เปิดดำเนินการแล้ว ๕ แห่ง คือ (๑) ได้ทางด่วนพงษ์พระราม ๓๔๐ ราย (๒) หน้าภัตตาคารกุ่มหลวง ๓๐ ราย (๓) บริเวณใกล้สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน ๑๔๖ ราย (๔) ลานจอดรถข้างสวนลุมพินี ๑๓๗ ราย และ (๕) พื้นที่ตรงข้ามวัดสุทิวราราม (ช.เจริญกรุง ๖๐) ๔๔ ราย

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีที่ค้าขาย รวมตลาด ๑๔ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๑๑,๐๓๓ ราย

**๕) ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด** ดำเนินการโดย จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด

**แนวคิด :** (๑) การจำหน่ายสินค้าที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ สินค้าตามฤดูกาล สินค้าที่ล้นตลาด เช่น ตลาดปลา ผลไม้ ข้าวสาร (๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด และ (๓) การแลกเปลี่ยนการขายสินค้าระหว่างจังหวัด

**พื้นที่ดำเนินการ :** บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด หน้าท่าเรืออำเภอ และสถานที่ราชการที่มีศักยภาพ และสถานที่ท่องเที่ยว อย่างน้อยจังหวัดละ ๑ ครั้ง

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกร /SMEs ผู้มีรายได้น้อย เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๑๐๐-๒๐๐ ราย ต่อแห่ง รวมตลาด ๗๖ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๑๕,๒๐๐ ราย

**๖) ตลาดประชารัฐ Modern Trade** ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี จำกัด

**แนวคิด :** กระทรวงพาณิชย์ จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี จำกัด ขอความร่วมมือเอกชน และห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ที่ร่วมโครงการตลาดประชารัฐ ดำเนินการในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม (Creating Shared Value - CSV) เพื่อให้ผู้ประกอบการระดับชุมชน เกษตรกร ได้มีโอกาสค้าขายในห้างสรรพสินค้า โดยขอยกเว้นค่าสถานที่ และเป็นโอกาสเชิงรุกหาลูกค้า

**พื้นที่ดำเนินการ :** พื้นที่เอกชนและห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ที่ร่วมโครงการฯ อย่างน้อยจังหวัดละ ๑ แห่ง

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการทุกประเภทที่ผ่านการคัดเลือก เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๕๐-๑๐๐ รายต่อแห่ง (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นที่ห้างสรรพสินค้า) รวมตลาด ๗๖ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๓,๘๐๐ ราย

**๗) ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส.** ดำเนินการโดย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

**แนวคิด :** เพิ่มพื้นที่ทางการตลาดบริเวณหน้าธนาคาร สร้างมาตรฐานสินค้า เปิดพื้นที่ค้าขายสินค้า บริเวณปั้มน้ำมัน ปตท. และบางจาก การทำ Matching product กับ ธ.ก.ส. สาขาอื่น

**พื้นที่ดำเนินการ :** ดำเนินการบริเวณหน้า ธ.ก.ส. จำนวน ๑๔๖ แห่ง และบริเวณหน้าอาคาร ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ๑ แห่ง รวมผู้ประกอบการทั้งหมด ๑,๑๒๘ ราย

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย และชุมชน และลูกค้าของ ธ.ก.ส. เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๑๐-๒๐ รายต่อแห่ง รวมตลาด ๑๔๗ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๑,๔๗๐ ราย

**๘) ตลาดประชารัฐต้องชม** ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์

**แนวคิด :** ส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ในตลาดชุมชนที่มีความพร้อม มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชน กระตุ้นการค้าขาย ดำเนินการในปี ๒๕๕๙-๒๕๖๐ จำนวน ๑๕๔ แห่ง ปี ๒๕๖๑ คาดว่าจะเพิ่มเติม ๗๗ แห่ง (๗๗ จังหวัด)

**พื้นที่ดำเนินการ :** ตลาดน้ำ/ตลาดในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดละ ๑ แห่ง (๗๗ แห่ง)

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ค้ากับนักท่องเที่ยว กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๑๐-๒๐ รายต่อแห่ง รวมตลาด ๑๕๔ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๓,๐๘๐ ราย

๙) ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม ดำเนินการโดย กระทรวงวัฒนธรรม

**แนวคิด :** ส่งเสริมการตลาดสินค้าวัฒนธรรม เปิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้ประชาชนมีพื้นที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชน การแสดงและการสาธิตทางวัฒนธรรม และการบริการทางวัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนกินดีอยู่ดี สร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**พื้นที่ดำเนินการ :** ตั้งแต่ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ - ๒๕๖๐ ได้ดำเนินการเปิดถนนสายวัฒนธรรมแล้ว ๓๒ แห่ง ๒๘ จังหวัด และในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ให้ดำเนินการครอบคลุมทั่วประเทศ ๗๖ จังหวัด

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ค้ากับนักท่องเที่ยว กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ๑๐-๒๐ รายต่อแห่ง รวมตลาด ๗๖ แห่ง กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ ๕,๐๐๐ ราย

๓. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการ

๑ ตุลาคม ๒๕๖๐ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๑

๔. งบประมาณที่ใช้ในการดำเนิน

งบประมาณประจำปีของส่วนราชการ/หน่วยงาน

๕. หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

**หน่วยงานหลัก :** กระทรวงมหาดไทย

**หน่วยงานร่วม/สนับสนุน :** กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (ประเทศไทย) วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (ชื่อจังหวัด) วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๗.๑ เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ชุมชน ผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย กลุ่มเครือข่าย OTOP วิสาหกิจชุมชน ร้านอาหาร หาบเร่แผงลอย ที่ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ มีพื้นที่ทำการค้าขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๒,๘๔๔ ราย

๗.๒ มีการพัฒนาตลาดใหม่ ตลาดที่มีการขยายพื้นที่ค้าขายและวันทำการตลาดที่เดิม และเพิ่มสถานที่จำหน่ายสินค้า โดยมีตลาดเข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า ๖,๔๔๗ แห่ง

\*\*\*\*\*