



รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปี 2566

องค์การตลาด
กระทรวงมหาดไทย



รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๑ ปี ๒๕๖๖

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๑.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G) ตลาดสาขาขององค์การ ตลาด จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการต่อเนื่อง	๑๐๐	๑๗
๒.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G)ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาค ตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก และ ๖. ภาคใต้ ** ในปี ๒๕๖๖ ดำเนินการตลาดสาขาขององค์การตลาดให้เป็นตลาดต้นแบบให้สำเร็จก่อนและจะเริ่มดำเนินงานพัฒนาในแต่ละภูมิภาคในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	๑๕
๓.โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย	รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 10 % จากฐานปีก่อนหน้า	๑๐๐	๑๐
๔.โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาขององค์การตลาด		๑๐๐	๔
๕.โครงการสร้างรักษารฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		๑๐๐	๒๕

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๖.โครงการ E-Commerce		๑๐๐	๔
๗.โครงการ Life DD Market Roadshow by อด.	รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น	๑๐๐	๙
๘.โครงการมหรหรรรมสินค้า	*รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	๑๐๐	๑๐
๙.โครงการ “Demand Driven by Data : DDD”	มีฐานข้อมูลความต้องการสินค้าและ สามารถนำข้อมูลไปใช้ส่งเสริมเกษตรกร ในการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงตามความ ต้องการ ความสำเร็จของฐานข้อมูล ร้อย ละ ๗๐	๑๐๐	๗
๑๐.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับ ดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการ ต่อเนื่อง)	๑๐๐	๑๐
๑๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		๑๐๐	๑๐
๑๒.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาหนอง ม่วง		๑๐๐	๙
๑๓.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		๑๐๐	๑๐
๑๔.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขา ปากคลองตลาด		๑๐๐	๑๐
๑๕.โครงการพัฒนาทักษะการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล		๑๐๐	-

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์
(Re -inventing ,Re-image)

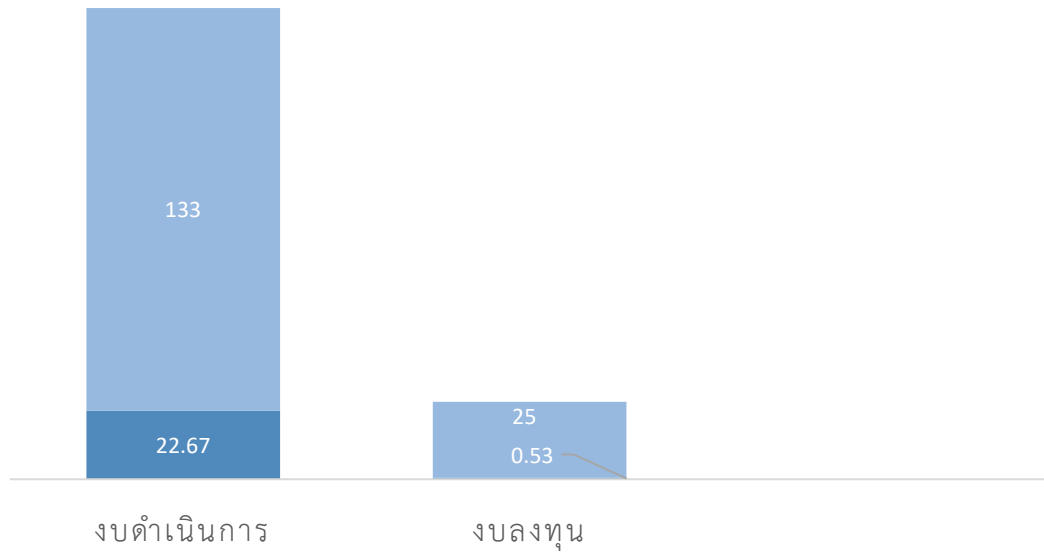
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๑. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR)	ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่ ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๑๐
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ องค์กรและการตลาด	การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๑๕ ครั้ง	๑๐๐	๑๐
๓. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลไทยทำ ๔.๐	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม อยู่ในระดับ"ดีมาก" ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๕
๔. โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาด ใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์ องค์การตลาดใหม่ให้ได้มาตรฐานเว็บไซต์ ภาครัฐ ร้อยละ ๑๐๐	๑๐๐	๕

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)
จำนวน ๕ โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๑. โครงการของถูกขายฟรี ของดีพา ส่งออก	จำนวนเครือข่ายและหุ้นส่วนที่ร่วม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๒๐ ราย	๑๐๐	๑๑
๒. โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคน ดีสู่สังคม	ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วม โครงการ ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	-
๓. โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อ ชุมชน	ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความ เข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๐	๑๐๐	-
๔. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและ คุณภาพในการจัดส่งสินค้า	๑.สามารถตรวจมาตรฐานการจัดส่งสินค้า ขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒. จำนวนการติดตั้งระบบติดตาม GPS การ ส่งสินค้าขององค์การตลาด จำนวน ๑๐ คัน/ปี	๑๐๐	๑๑
๕. โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์ม ดิจิทัลรองรับ New Normal	จำนวนหน่วยงานภายใน มีระบบเทคโนโลยี สารสนเทศสนับสนุนกระบวนการปฏิบัติงาน ที่เพียงพอและทันสมัย จำนวน ๖ ระบบ * พัฒนาระบบแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	-

ผลการเบิกจ่ายงบประมาณสิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๑ ปี ๒๕๖๖

■ จ่ายจริง ณ สิ้นไตรมาส ๑ ■ งบประมาณที่จัดสรร





รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๒ ปี ๒๕๖๖

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G) ตลาดสาขาขององค์การ ตลาด จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการต่อเนื่อง	๑๐๐	๔๔
๒.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G)ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาคตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก และ ๖. ภาคใต้ ** ในปี ๒๕๖๖ ดำเนินการตลาดสาขาขององค์การตลาดให้เป็นตลาดต้นแบบให้สำเร็จก่อนและจะเริ่มดำเนินงานพัฒนาในแต่ละภูมิภาคในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	๑๕
๓.โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย	รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 10 % จากฐานปีก่อนหน้า	๑๐๐	๑๘
๔.โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาขององค์การตลาด		๑๐๐	๒๕
๕.โครงการสร้างรักษารฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		๑๐๐	๔๓

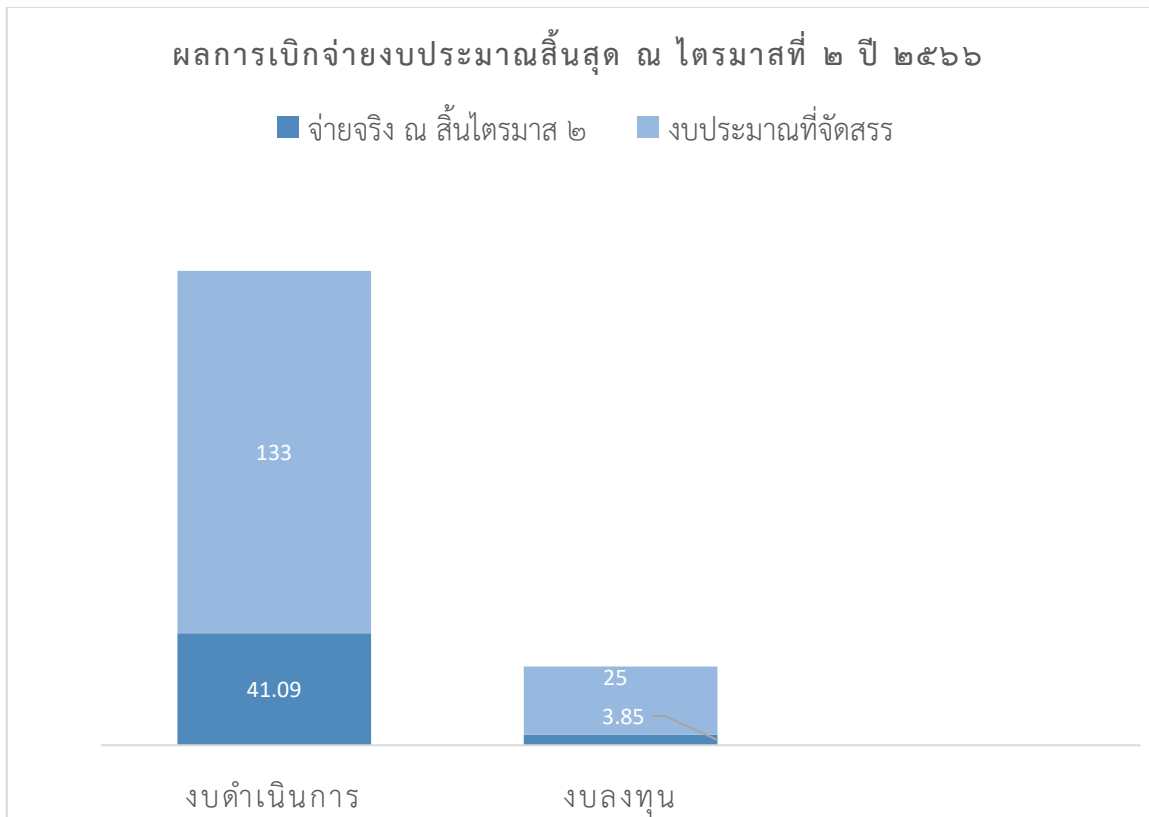
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ร้อยละ
๖.โครงการ E-Commerce		๑๐๐	๑๕
๗.โครงการ Life DD Market Roadshow by อด.	รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น	๑๐๐	๑๙
๘.โครงการมหกรรมสินค้า	*รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	๑๐๐	๓๐
๙.โครงการ “Demand Driven by Data : DDD”	มีฐานข้อมูลความต้องการสินค้าและ สามารถนำข้อมูลไปใช้ส่งเสริมเกษตรกร ในการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงตามความ ต้องการ ความสำเร็จของฐานข้อมูล ร้อย ละ ๗๐	๑๐๐	๓๐
๑๐.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับ ดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการ ต่อเนื่อง)	๑๐๐	๒๐
๑๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		๑๐๐	๔๙
๑๒.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาหนอง ม่วง		๑๐๐	๖๑
๑๓.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		๑๐๐	๖๒
๑๔.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขา ปากคลองตลาด		๑๐๐	๔๐
๑๕.โครงการพัฒนาทักษะการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล		๑๐๐	-

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์
(Re -inventing ,Re-image)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR)	ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่ ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๓๕
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ องค์กรและการตลาด	การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๑๕ ครั้ง	๑๐๐	๔๙
๓. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลไทยทำ ๔.๐	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม อยู่ในระดับ"ดีมาก" ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๕
๔. โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาด ใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์ องค์การตลาดใหม่ให้ได้มาตรฐานเว็บไซต์ ภาครัฐ ร้อยละ ๑๐๐	๑๐๐	๕

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)
จำนวน ๕ โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการของถูกขายฟรี ของดีพา ส่งออก	จำนวนเครือข่ายและหุ้นส่วนที่ร่วม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๒๐ ราย	๑๐๐	๒๕
๒. โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคน ดีสู่สังคม	ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วม โครงการ ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	-
๓. โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อ ชุมชน	ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความ เข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๐	๑๐๐	-
๔. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและ คุณภาพในการจัดส่งสินค้า	๑.สามารถตรวจมาตรฐานการจัดส่งสินค้า ขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒. จำนวนการติดตั้งระบบติดตาม GPS การ ส่งสินค้าขององค์การตลาด จำนวน ๑๐ คัน/ปี	๑๐๐	๔๐
๕. โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์ม ดิจิทัลรองรับ New Normal	จำนวนหน่วยงานภายใน มีระบบเทคโนโลยี สารสนเทศสนับสนุนกระบวนการปฏิบัติงาน ที่เพียงพอและทันสมัย จำนวน ๖ ระบบ * พัฒนาระบบแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	-



๓. ปัญหาและอุปสรรค :

- อยู่ระหว่างดำเนินการตามแผน

๔. ข้อเสนอแนะ

- ควรเร่งดำเนินการตามแผนปฏิบัติการเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

.....



รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๓ ปี ๒๕๖๖

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G) ตลาดสาขาขององค์การ ตลาด จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการ ต่อเนื่อง	๑๐๐	๗๑
๒.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G)ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาค ตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก และ ๖. ภาคใต้ ** ในปี ๒๕๖๖ ดำเนินการตลาดสาขา ขององค์การตลาดให้เป็นตลาดต้นแบบให้ สำเร็จก่อนและจะเริ่มดำเนินงานพัฒนา ในแต่ละภูมิภาคในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	๑๕
๓.โครงการสนับสนุนและส่งเสริม การตลาดให้แก่สินค้าไทย	รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 10 % จากฐานปีก่อนหน้า	๑๐๐	๒๖
๔.โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่า ตลาดสาขาขององค์การตลาด		๑๐๐	๕๕
๕.โครงการสร้างรักษาฐานรายได้ จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		๑๐๐	๖๑

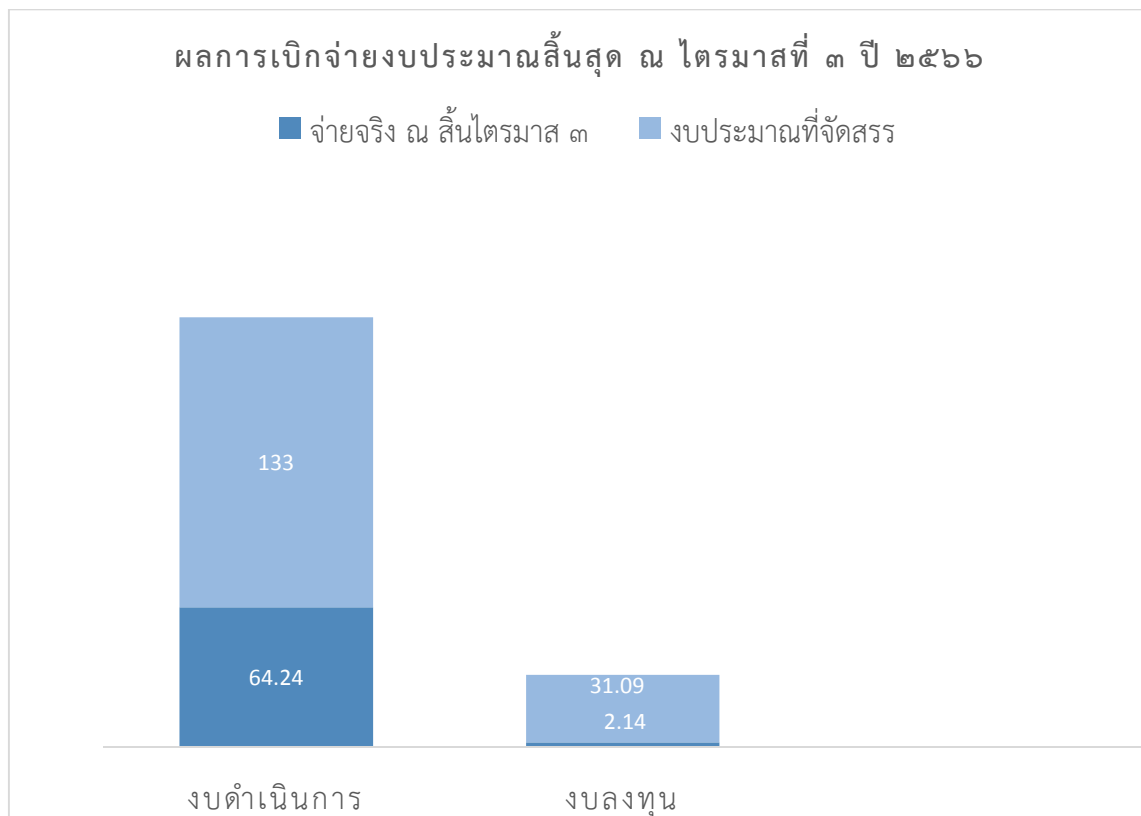
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๖.โครงการ E-Commerce		๑๐๐	๓๖
๗.โครงการ Life DD Market Roadshow by อต.	รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น	๑๐๐	๔๕
๘.โครงการมหรหรรณสินค้า	*รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	๑๐๐	๖๐
๙.โครงการ “Demand Driven by Data : DDD”	มีฐานข้อมูลความต้องการสินค้าและสามารถนำข้อมูลไปใช้ส่งเสริมเกษตรกรในการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงตามความต้องการ ความสำเร็จของฐานข้อมูล ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๔๘
๑๐.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง)	๑๐๐	๓๐
๑๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		๑๐๐	๘๑
๑๒.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		๑๐๐	๘๒
๑๓.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		๑๐๐	๘๐
๑๔.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขapakคลองตลาด		๑๐๐	๖๐
๑๕.โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	จำนวนพนักงานที่ผ่านการทดสอบความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวนพนักงาน ๕๐ ราย	๑๐๐	-

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์
(Re -inventing ,Re-image)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR)	ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่ ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๖๕
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ องค์กรและการตลาด	การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๑๕ ครั้ง	๑๐๐	๘๙
๓. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลไทยทำ ๔.๐	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม อยู่ในระดับ"ดีมาก" ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๕
๔. โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาด ใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์ องค์การตลาดใหม่ให้ได้มาตรฐานเว็บไซต์ ภาครัฐ ร้อยละ ๑๐๐	๑๐๐	๕

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)
จำนวน ๕ โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการของถูกขายฟรี ของดีพาส่งออก	จำนวนเครือข่ายและหุ้นส่วนที่ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๒๐ ราย	๑๐๐	๓๕
๒. โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม	ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	-
๓. โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน	ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๐	๑๐๐	-
๔. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า	๑.สามารถตรวจสอบมาตรฐานการจัดส่งสินค้าขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒. จำนวนการติดตั้งระบบติดตาม GPS การส่งสินค้าขององค์การตลาด จำนวน ๑๐ คัน/ปี	๑๐๐	๗๑
๕. โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal	จำนวนหน่วยงานภายใน มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนกระบวนการปฏิบัติงานที่เพียงพอและทันสมัย จำนวน ๖ ระบบ * พัฒนาระบบแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	-



๓. ปัญหาและอุปสรรค :

- อยู่ระหว่างดำเนินการตามแผน

๔. ข้อเสนอแนะ

- ควรเร่งดำเนินการตามแผนปฏิบัติการเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

.....



รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๔ ปี ๒๕๖๖

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G) ตลาดสาขาขององค์การ ตลาด จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการต่อเนื่อง	๑๐๐	๑๐๐
๒.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G)ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาคตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก และ ๖. ภาคใต้ ** ในปี ๒๕๖๖ ดำเนินการตลาดสาขาขององค์การตลาดให้เป็นตลาดต้นแบบให้สำเร็จก่อนและจะเริ่มดำเนินงานพัฒนาในแต่ละภูมิภาคในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	๑๐๐
๓.โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย	รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 10 % จากฐานปีก่อนหน้า	๑๐๐	๑๐๐
๔.โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาขององค์การตลาด		๑๐๐	๑๐๐
๕.โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		๑๐๐	๑๐๐

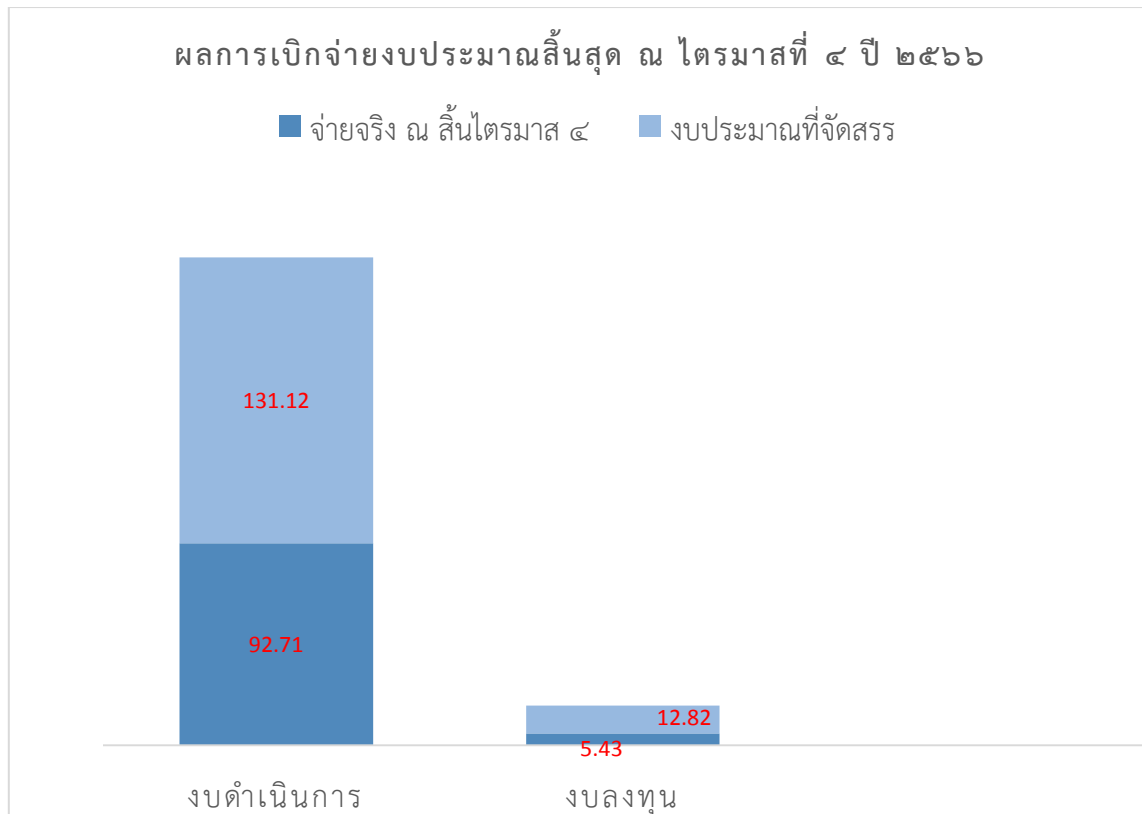
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๖.โครงการ E-Commerce		๑๐๐	๑๐๐
๗.โครงการ Life DD Market Roadshow by อต.	รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น	๑๐๐	๑๐๐
๘.โครงการมหรหรรณสินค้า	*รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	๑๐๐	๑๐๐
๙.โครงการ “Demand Driven by Data : DDD”	มีฐานข้อมูลความต้องการสินค้าและสามารถนำข้อมูลไปใช้ส่งเสริมเกษตรกรในการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงตามความต้องการ ความสำเร็จของฐานข้อมูล ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๑๐๐
๑๐.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง)	๑๐๐	๑๐๐
๑๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		๑๐๐	๑๐๐
๑๒.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		๑๐๐	๑๐๐
๑๓.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		๑๐๐	๑๐๐
๑๔.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขapakคลองตลาด		๑๐๐	๑๐๐
๑๕.โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	จำนวนพนักงานที่ผ่านการทดสอบความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวนพนักงาน ๕๐ ราย	๑๐๐	-

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์
(Re -inventing ,Re-image)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR)	ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่ ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๑๐๐
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ องค์กรและการตลาด	การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๑๕ ครั้ง	๑๐๐	๑๐๐
๓. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลไทยทำ ๔.๐	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม อยู่ในระดับ"ดีมาก" ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๕
๔. โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาด ใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์ องค์การตลาดใหม่ให้ได้มาตรฐานเว็บไซต์ ภาครัฐ ร้อยละ ๑๐๐	๑๐๐	๕

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)
จำนวน ๕ โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการของถูกขายฟรี ของดีพาส่งออก	จำนวนเครือข่ายและหุ้นส่วนที่ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๒๐ ราย	๑๐๐	๑๐๐
๒. โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม	ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๑๐๐
๓. โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน	ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๐	๑๐๐	๑๐๐
๔. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า	๑.สามารถตรวจมาตรฐานการจัดส่งสินค้าขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒. จำนวนการติดตั้งระบบติดตาม GPS การส่งสินค้าขององค์การตลาด จำนวน ๑๐ คัน/ปี	๑๐๐	๑๐๐
๕. โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal	จำนวนหน่วยงานภายใน มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนกระบวนการปฏิบัติงานที่เพียงพอและทันสมัย จำนวน ๖ ระบบ * พัฒนาระบบแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	-



๓. ปัญหาและอุปสรรค :

- งานโครงการต่างๆที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนงาน อาจเกิดจากจำนวนอัตรากำลังที่มีน้อย และความรู้ความสามารถของพนักงานที่ยังไม่เพียงพอกับระบบงาน- อยู่ระหว่างดำเนินการตามแผน

๔. ข้อเสนอแนะ

- องค์การตลาดได้เร่งดำเนินการโดยมีแนวทางการขับเคลื่อน โดยได้ดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตลาดสาขาที่ยังคงขาดทุน เช่น จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์หาผู้ประกอบการเข้ามาเช่าแผงค้าเพิ่ม จัดกิจกรรมต่างๆ ภายในตลาด จัดหาสินค้าใหม่ๆ เพื่อนำเสนอในช่องทางการจำหน่ายต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการหารายได้อีกด้วย

- พัฒนาระบบการทำงานที่ได้มาตรฐาน มีระบบการ Training ที่ให้พนักงานสามารถเรียนรู้งานได้ง่าย จะทำให้พนักงานเรียนรู้ได้ไว มีความเข้าใจในกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และระบบงานที่ดีจะช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีมาตรฐาน เต็มประสิทธิภาพ