



ผลการดำเนินงานตามแผน ภาระการเบิกจ่ายงบประมาณ

สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 (ฉบับทบทวนยุทธศาสตร์ใหม่)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e-Commerce/ Digital Market (องค์การตลาดสนับสนุนการทำตลาดดิจิทัลให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน))

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 30 มิถุนายน 2564
1. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(CSR) งบประมาณใช้งบ ประมาณ ร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร	1.1 มีการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ 1.2 มีการบริหารจัดการองค์การตลาดเป็นแบบ Smart Office ที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 68
2.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจหลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์การตลาด”		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
3. โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายในองค์กร (Smart Office)		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
4. โครงการปรับปรุงระบบบัญชี (Smart Finance)		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
5. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP		ร้อยละ 100	ร้อยละ 75

ปัญหาอุปสรรค : เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ๑๙ ทำให้การดำเนินงานล่าช้าลง ซึ่งไม่สามารถจัดกิจกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 30 มิถุนายน 2564
1 โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลิ่งชั้น	2.1 มีกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรชุมชนในตลาดทั้ง 4 ท้องค์การ ตลาดบริหารจัดการเอง 2.2 จำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย 5 ตลาด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 37
2. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 59
3 โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน ตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 49
4. โครงการพัฒนาตลาดสาขาบางคล้าเป็นศูนย์สินค้าเกษตรชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 47
5. โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ		ร้อยละ 100	ร้อยละ 28
6. โครงการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 68
7. โครงการมหกรรมสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 53
8. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
9. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 51
10. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 60
11. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 70
12.โครงการพัฒนาตลาดมาตรฐาน ตลาดต้นแบบ Premium Market สาขาปากคลอง ตลาด			ร้อยละ 37
13. โครงการพัฒนาทุนมนุษย์		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
14. โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2564		ร้อยละ 100	ร้อยละ 65
15. โครงการจัดเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลขององค์การตลาด		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 แปลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 30 มิถุนายน 2564
1. โครงการ Farm to factory	3.1 รายได้รวมจากการดำเนินโครงการจำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย 3.2 การออกมาตรฐานรับรองตามเกณฑ์สากล	ร้อยละ 100	ร้อยละ 66
2. โครงการจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
3. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 55
4. โครงการสร้างรักษารฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
5.โครงการพัฒนามาตรฐานการเป็น Co-Regulator		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

