



รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี

สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 1 ปี 2565

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

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2564
1. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	1.1 จำนวนระบบบริหารจัดการอย่างน้อย 3 ระบบ 1.2 เป็นระบบบริหารจัดการที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลของ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 13
2.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจหลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์การตลาด”	องค์การตลาด ได้ตาม วัตถุประสงค์	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างทบทวนหัวข้อ การอบรม
3. โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายใน องค์กร (Smart Office)		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
4. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและ ผู้ผลิตสินค้า OTOP		ร้อยละ 100	ร้อยละ 21.50

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2564
1 โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชนตลาดสาขาลิ่งชั้น	จำนวนตลาดมีกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตร ชุมชน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 15
2. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 7
3 โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชน ตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
4. โครงการพัฒนาตลาดสาขาบางคล้าเป็นศูนย์สินค้า เกษตรชุมชน		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
5. โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
6. โครงการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการ จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 21.50
7. โครงการมหกรรมสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 30
8. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาลิ่งชั้น		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
9. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาบางคล้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
10. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐาน ตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
11. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐาน ตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 15
12.โครงการพัฒนาตลาดมาตรฐาน ตลาดต้นแบบ Premium Market สาขาปากคลองตลาด			ร้อยละ 25
13. โครงการพัฒนาทุนมนุษย์		ร้อยละ 100	ร้อยละ 25
14. โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ องค์กรประจำปี 2565		ร้อยละ 100	ร้อยละ 31
15. โครงการพัฒนาหารายได้เพิ่มให้ตลาดสาขา ลิ่งชั้น		ร้อยละ 100	ร้อยละ 22
16.โครงการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้อง กับการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2565		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
17.โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการการบริหาร ทรัพยากรบุคคลขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)		ร้อยละ 100	ร้อยละ 25

ยุทธศาสตร์ที่ 3 แปลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2564
1. โครงการ Farm to factory	3.1 รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น 3.2 ระดับการพัฒนาดิจิทัลขององค์การตลาด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 15
2. โครงการจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์		ร้อยละ 100	ร้อยละ 90
3. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
4. โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 53

