



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการเบิกจ่ายงบประมาณ
สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 4 ปี 2564 (ฉบับทบทวนยุทธศาสตร์ใหม่)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e-Commerce/ Digital Market (องค์การตลาดสนับสนุนการทำตลาด
ดิจิทัลให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน))

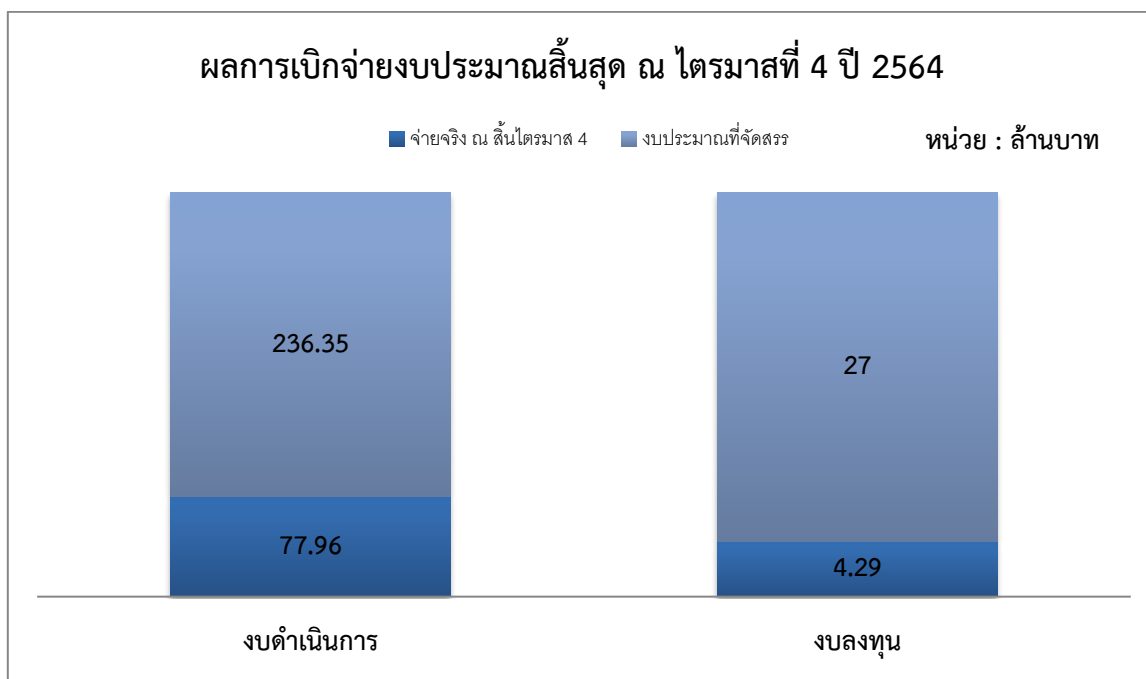
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 30 มิถุนายน 2564
1. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม(CSR) งบประมาณใช้งบ งบประมาณ ร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้าง ภาพลักษณ์องค์กร	1.1 มีการบริหารจัดการ องค์กรที่มีประสิทธิภาพ 1.2 มีการบริหารจัดการ องค์การตลาดเป็นแบบ Smart Office ที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 68
2.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจ หลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์กร ตลาด”		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
3. โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายใน องค์กร (Smart Office)		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
4. โครงการปรับปรุงระบบบัญชี (Smart Finance)		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
5. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและ ผู้ผลิตสินค้า OTOP		ร้อยละ 100	ร้อยละ 75

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 30 มิถุนายน 2564	
1. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชนตลาดสาขาลิ่งชั้น	2.1 มีกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยน สินค้าเกษตรชุมชนในตลาดทั้ง 4 ที่องค์การ ตลาดบริหารจัดการเอง 2.2 จำนวนตลาดที่ได้รับรอง มาตรฐานสุขอนามัย 5 ตลาด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 37	
2. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 59	
3. โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชน ตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 49	
4. โครงการพัฒนาตลาดสาขาบางคล้าเป็นศูนย์สินค้า เกษตรชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 47	
5. โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ		ร้อยละ 100	ร้อยละ 28	
6. โครงการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการ จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 68	
7. โครงการมหกรรมสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 53	
8. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาลิ่งชั้น		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10	
9. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาบางคล้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 51	
10. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐาน ตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 60	
11. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐาน ตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 70	
12.โครงการพัฒนาตลาดมาตรฐาน ตลาดต้นแบบ Premium Market สาขาปากคลอง ตลาด				ร้อยละ 37
13. โครงการพัฒนาทุนมนุษย์		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40	
14. โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ องค์กรประจำปี 2564		ร้อยละ 100	ร้อยละ 65	
15. โครงการจัดเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลขององค์การ ตลาด		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. โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
5.โครงการพัฒนามาตรฐานการเป็น Co-Regulator		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ



ปัญหาอุปสรรค : ตลาดสาขาขององค์การตลาดทุกสาขาประสบกับปัญหาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด - 19 ที่ต่อเนื่อง ทำให้ส่งผลกระทบต่อสภาพทางเศรษฐกิจของตลาด ทำให้รายได้ของผู้เช่า ผู้ประกอบการภายในตลาดสาขาลดน้อยลง กรณีดังกล่าวทำให้องค์การตลาดไม่สามารถที่จะปรับอัตราค่าเช่าของสำนักงานตลาดสาขาขององค์การตลาดตามแผนการปรับอัตราค่าเช่าขององค์การตลาดตามที่ได้เสนอต่อคณะกรรมการองค์การตลาดได้เนื่องจากเมื่อมีประกาศปรับอัตราขึ้นค่าเช่าทั้งผู้เช่า ผู้ประกอบการ ได้มีการร้องเรียนเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว องค์การตลาดจึงจำเป็นต้องชะลอการปรับอัตราค่าเช่าตามแผนไปก่อนจนกว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด - 19 จะดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ : -