



รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปี 2564

องค์การตลาด
กระทรวงมหาดไทย



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการเบิกจ่ายงบประมาณ สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 1 ปี 2564

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
1. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลิ่งชัน	ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรชุมชน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 23
2. โครงการพัฒนารายได้เพิ่มให้ตลาดสาขาลิ่งชัน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 22.5
3. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
4. โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน ตลาดสาขานองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 6
5. โครงการพัฒนาตลาดสาขางดละเป็นศูนย์สินค้าเกษตรชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
1 โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP	กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานตลาดก่อนหักค่าเสื่อมราคา รายจ่ายตัดบัญชี และดอกเบี้ยจ่าย (EBITDA)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 17.50
2 โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
3 โครงการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 16
4 โครงการมหกรรมสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 1.82
5 โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
6 โครงการสร้างรักษารฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
7 โครงการ Farm to factory		ร้อยละ 100	ร้อยละ 2.50

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
1 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	การดำเนินงานด้านมาตรฐานสุขอนามัยของตลาด	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
2 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 5.50
3 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 30
4 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 15
5 โครงการพัฒนาตลาดมาตรฐานตลาดต้นแบบ Premium Market สาขาปากคลองตลาด		ร้อยละ 100	ร้อยละ 7

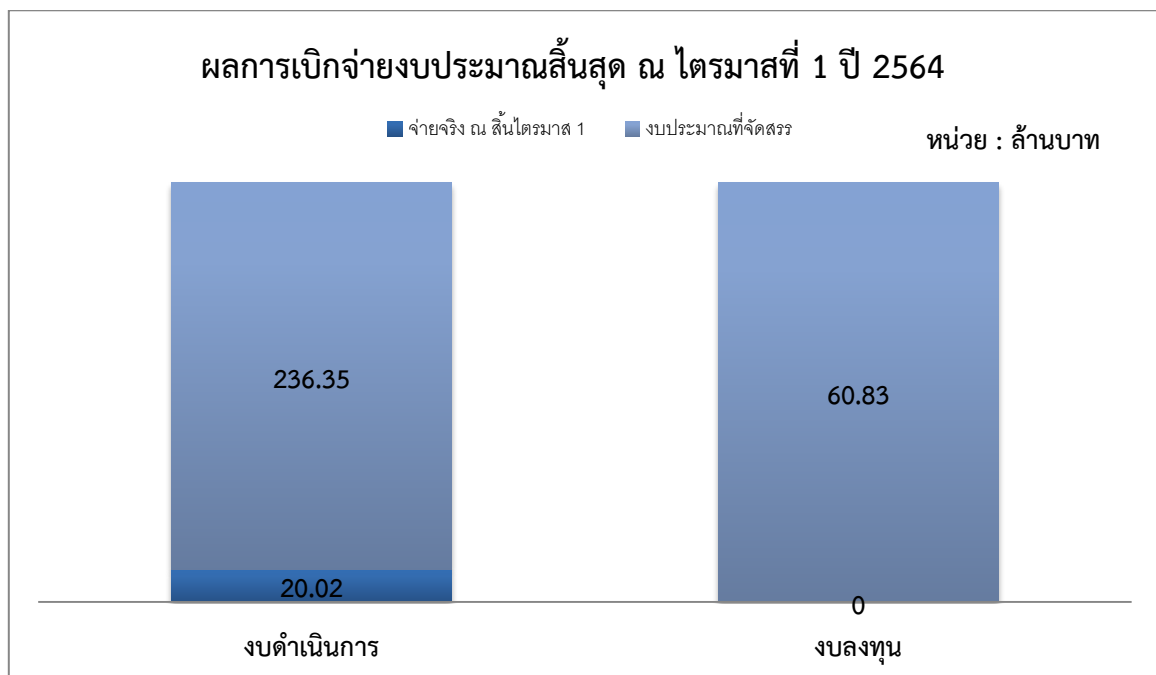
ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การตลาด 4.0

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
1.โครงการปรับปรุงระบบบัญชี (Smart Finance)	1. มีการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
2.โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายในองค์กร (Smart Office)	2. มีการบริหารจัดการองค์กรตลาดเป็นแบบ Smart Office ที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
1.โครงการพัฒนาทุนมนุษย์	1. ได้คะแนนการประเมินการบริหารทุนมนุษย์ไม่น้อยกว่า 2.0 2. ร้อยละ 80ของความก้าวหน้างานที่ปฏิบัติได้จริง (Actual) ตามแผน ปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564	ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
2.โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2564	1. ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง 2. ช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ 3. สามารถปฏิสัมพันธ์กลุ่มเป้าหมาย และภาคีเครือข่ายได้ตามที่กำหนด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 15
3.โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) งบประมาณใช้งบประมาณร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร	คะแนนการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ร้อยละ 100	ร้อยละ 10.64
4.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจหลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์การตลาด”	1.จำนวนพนักงานที่เข้าอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 100 2. ส่งเสริมการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายในเป็นวัฒนธรรมองค์กร	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
5.โครงการจัดหาคอมพิวเตอร์องค์กรตลาด กระทรวงมหาดไทย	1. ลดปริมาณการใช้กระดาษและใช้งานเครื่องถ่ายเอกสารลงได้อย่างน้อย 30% 2. เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและโน้ตบุ๊กมีเพียงพอต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร และการจัดหา	ร้อยละ 100	ร้อยละ 10

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
	Tablet เพื่อใช้ในการประชุม สามารถทดแทนการใช้กระดาษ		
6.โครงการจัดเช่ารถยนต์ส่วนบุคคล ขององค์กรตลาด	1. รถยนต์ส่วนบุคคลที่สามารถจัด เช่าได้ในปีงบประมาณ 2564 จำนวน 2 คัน 2. อต. มีรถยนต์เพียงพอต่อการ ปฏิบัติงาน	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
7.โครงการปรับปรุงระบบ โสตทัศนูปกรณ์และวัสดุภัณฑ์ห้อง ประชุมองค์กรตลาด	สามารถการเบิกจ่ายงบ ประมาณร้อยละ 100	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
8. โครงการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง สคร. Core Business Enablers	คะแนนการประเมิน ภาพรวมการบริหารจัดการ องค์กร ไม่น้อยกว่า ระดับ 2.5	ร้อยละ 100	N/A





ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการเบิกจ่ายงบประมาณ

สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2564

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลิ่งชั้น	ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรชุมชน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 33
2. โครงการพัฒนารายได้เพิ่มให้ตลาดสาขาลิ่งชั้น		ร้อยละ 100	ร้อยละ 22.50
3. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 25
4. โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน ตลาดสาขานองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 22
5. โครงการพัฒนาตลาดสาขางลำไยเป็นศูนย์สินค้าเกษตรชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 37

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1 โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ในชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP	กำไร (ขาดทุน) จากการ ดำเนินงานตลาดก่อนหักค่า เสื่อมราคา รายจ่ายตัดบัญชี และดอกเบี้ยจ่าย (EBITDA)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 52
2. โครงการตอบ สนองนโยบาย เร่งด่วนภาครัฐ		ร้อยละ 100	ร้อยละ 24
3. โครงการส่งเสริมการตลาด และ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร อินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
4. โครงการมหรรมสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
5. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและ คุณภาพในการจัดส่งสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 23
6. โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จาก การจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
7. โครงการ Farm to factory		ร้อยละ 100	ร้อยละ 2.50

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและ มาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	การดำเนินงานด้านมาตรฐาน สุขอนามัยของตลาด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
2 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและ มาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 45.50
3 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและ มาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 34
4 โครงการพัฒนาตลาดสาขาและ มาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 68
5 โครงการพัฒนาตลาดมาตรฐาน ตลาดต้นแบบ Premium Market สาขาปากคลองตลาด		ร้อยละ 100	ร้อยละ 37

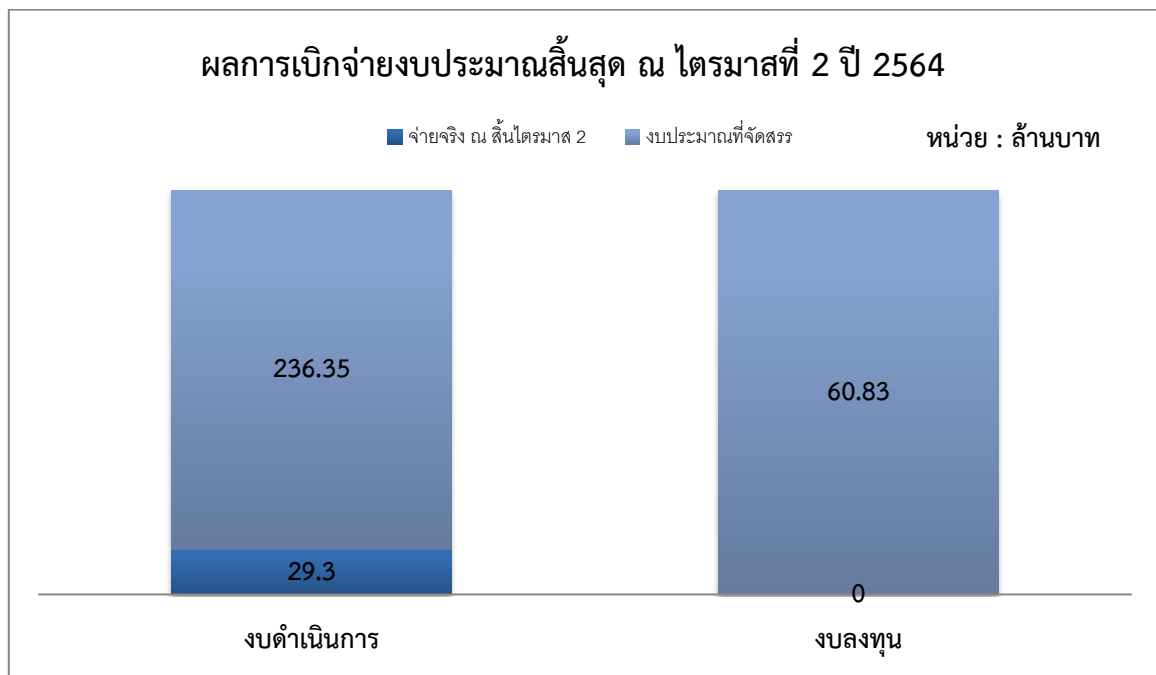
ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การตลาด 4.0

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1.โครงการปรับปรุงระบบบัญชี (Smart Finance)	1. มีการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
2.โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายในองค์กร (Smart Office)	2. มีการบริหารจัดการองค์กรตลาดเป็นแบบ Smart Office ที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1.โครงการพัฒนาทุนมนุษย์	1. ได้คะแนนการประเมินการบริหารทุนมนุษย์ไม่น้อยกว่า 2.0 2. ร้อยละ 80ของความก้าวหน้างานที่ปฏิบัติได้จริง (Actual) ตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564	ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
2.โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2564	1.ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง 2. ช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ 3. สามารถปฏิสัมพันธ์กลุ่มเป้าหมาย และภาคีเครือข่ายได้ตามที่กำหนด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
3.โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) งบประมาณใช้งบประมาณร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร	คะแนนการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ร้อยละ 100	ร้อยละ 38.96
4.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจหลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์การตลาด”	1.จำนวนพนักงานที่เข้าอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ100 2.ส่งเสริมการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในเป็นวัฒนธรรมองค์กร	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
5.โครงการจัดหาคอมพิวเตอร์องค์กรตลาด กระทรวงมหาดไทย	1. ลดปริมาณการใช้กระดาษและการใช้งานเครื่องถ่ายเอกสารลงได้ อย่างน้อย 30% 2. เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและโน้ตบุ๊กมีเพียงพอต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร และการจัดหา Tablet เพื่อใช้ในการประชุม สามารถทดแทนการใช้กระดาษ	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
6.โครงการจัดเช่ารถยนต์ส่วนบุคคล ขององค์การตลาด	1. รถยนต์ส่วนบุคคลที่สามารถจัดเช่าได้ใน ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 2 คัน 2. อต. มีรถยนต์เพียงพอต่อการ ปฏิบัติงาน	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
7.โครงการปรับปรุงระบบ สารสนเทศและวัสดุภัณฑ์ห้อง ประชุมองค์การตลาด	สามารถการเบิกจ่ายงบ ประมาณร้อยละ 100	ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
8. โครงการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง สคร. Core Business Enablers	คะแนนการประเมิน ภาพรวมการบริหารจัดการองค์กร ไม่ น้อยกว่า ระดับ 2.5	ร้อยละ 100	N/A



หมายเหตุ : งบลงทุนอยู่ระหว่างการขออนุมัติงบประมาณจากสำนักงานสภาพัฒนาฯ จึงยังไม่มี
การเบิกจ่ายงบประมาณ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2564



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการเบิกจ่ายงบประมาณ

สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 (ฉบับทบทวนยุทธศาสตร์ใหม่)

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

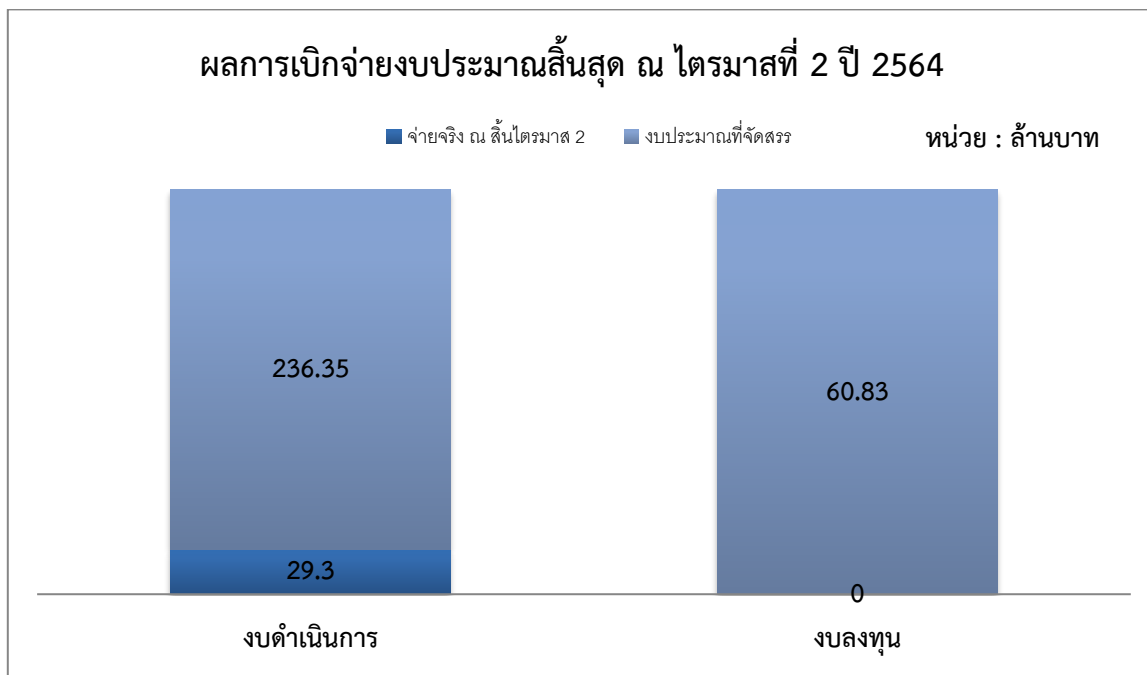
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(CSR) งบประมาณใช้งบ ประมาณร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร	1.1 มีการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ 1.2 มีการบริหารจัดการองค์การตลาดเป็นแบบ Smart Office ที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 38.96
2.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจหลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์การตลาด”		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
3. โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายในองค์กร (Smart Office)		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
4. โครงการศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (SOC)		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
5.โครงการจ้างบริหารจัดการธุรกิจออนไลน์		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
6.โครงการ Smart Market		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
7. โครงการปรับปรุงระบบบัญชี(Smart Finance)		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
8 โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP		ร้อยละ 100	ร้อยละ 52

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1 โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชนตลาดสาขาลิ่งชั้น	2.1 มีกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรชุมชนในตลาดทั้ง 4 ที่องค์การ ตลาด บริหารจัดการเอง 2.2 จำนวนตลาดที่ได้รับรอง มาตรฐานสุขอนามัย 5 ตลาด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 33
2. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 25
3 โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้า เกษตรชุมชน ตลาดสาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 22
4. โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ		ร้อยละ 100	ร้อยละ 24
5. โครงการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการ จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
6. โครงการมหรรมสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 20
7. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาลิ่งชั้น		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
8. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาบางคล้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 45.50
9. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด สาขาหนองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 34
10. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐาน ตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 68
11.โครงการพัฒนาตลาดมาตรฐาน ตลาดต้นแบบ Premium Market สาขาปากคลอง ตลาด			ร้อยละ 37
12. โครงการพัฒนาทุนมนุษย์		ร้อยละ 100	ร้อยละ 10
13. โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ องค์กรประจำปี 2564		ร้อยละ 100	ร้อยละ 40
14. โครงการจัดเข้ารถยนต์ส่วนบุคคลขององค์การ ตลาด		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 แปลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2564
1. โครงการ Farm to factory	3.1 รายได้รวมจากการดำเนินโครงการจำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย 3.2 การออกมาตรฐานรับรองตามเกณฑ์สากล	ร้อยละ 100	ร้อยละ 2.50
2. โครงการจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ
3. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 23
4. โครงการสร้างรักษฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
5.โครงการพัฒนามาตรฐานการเป็น Co-Regulator		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ



หมายเหตุ : งบลงทุนอยู่ระหว่างการขออนุมัติงบประมาณจากสำนักงานสภาพัฒนาฯ จึงยังไม่มี
การเบิกจ่ายงบประมาณ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2564



ผลการดำเนินงานตามแผนฯ และการเบิกจ่ายงบประมาณ

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. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม(CSR) งบประมาณใช้งบ ประมาณ ร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้าง ภาพลักษณ์องค์กร	1.1 มีการบริหารจัดการ องค์กรที่มีประสิทธิภาพ 1.2 มีการบริหารจัดการ องค์การตลาดเป็นแบบ Smart Office ที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 68
2.โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจ หลักความเสี่ยง และการควบคุมภายในขององค์การ 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

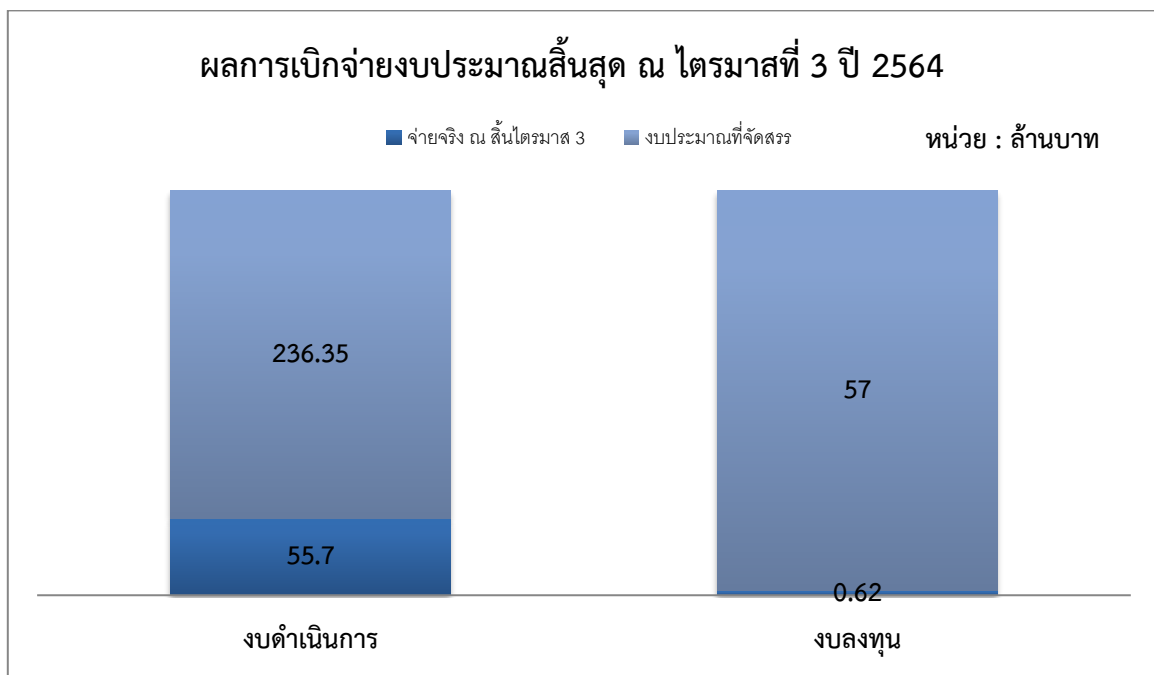
ปัญหาอุปสรรค : เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ๑๙ ทำให้การดำเนินงาน
ล่าช้าลง ซึ่งไม่สามารถจัดกิจกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

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. โครงการสร้างรักษฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
5.โครงการพัฒนามาตรฐานการเป็น Co-Regulator		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ





ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการเบิกจ่ายงบประมาณ

สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ 4 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 ที่องค์การ ตลาดบริหารจัดการเอง 2.2 จำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย 5 ตลาด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 37
2. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชนตลาดสาขาลำพูน		ร้อยละ 100	ร้อยละ 59
3 โครงการพัฒนาตลาดเดิม ให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน ตลาดสาขานองม่วง		ร้อยละ 100	ร้อยละ 49
4. โครงการพัฒนาตลาดสาขางด้าเป็นศูนย์สินค้าเกษตรชุมชน		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. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขางด้า		ร้อยละ 100	ร้อยละ 51
10. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขานองม่วง		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. โครงการสร้างรักษามาตรฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		ร้อยละ 100	ร้อยละ 80
5.โครงการพัฒนามาตรฐานการเป็น Co-Regulator		ร้อยละ 100	อยู่ระหว่างดำเนินการ

