



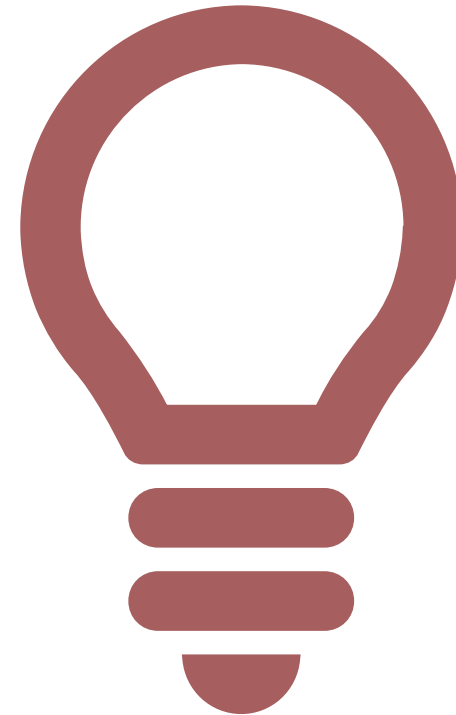
แผนยุทธศาสตร์ ปี 2564-2568 (ปรับปรุง)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565



# วิสัยทัศน์ (VISION)

“องค์การตลาดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของผู้ผลิต  
ผู้บริโภคสมประสงค์ อย่างยั่งยืน”





## พันธกิจ (MISSION)

องค์การตลาดมุ่งมั่นในการ  
นำสินค้าสู่ผู้บริโภค อย่างมีอาชีพ





# ค่านิยมหลัก (CORE VALUES)

I Markets :

I = Integrity

M = Marketing Boldness

A = Accountability

R = Result oriented

K = Knowledge

E = e-Commerce

T = Trustworthy Advisory

S = Self-Discipline & Social responsibility

ซื่อตรง

จริงใจ

จิตสำนึกพร้อมรับการตรวจสอบ

มุ่งผลสัมฤทธิ์

รอบรู้

เก่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นที่ปรึกษาที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

มีวินัย&รับผิดชอบต่อสังคม



# ประเด็นยุทธศาสตร์ (STRATEGIC THEMES)



ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e – Commerce/Digital Market (องค์การตลาด  
สนับสนุนการทำตลาดดิจิทัลให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน))



ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด



ยุทธศาสตร์ที่ 3 แลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner





# ภารกิจหลักขององค์การตลาด

## 1. กิจการด้านการบริหารจัดการพื้นที่ขององค์การตลาด

**1.1 การบริหารจัดการพื้นที่ตลาด** จำนวน 5 สาขา ได้แก่ ตลาดสาขาลำพูน, ตลาดสาขาบางคล้า, ตลาดสาขาหนองม่วง, ตลาดสาขาตลิ่งชัน และตลาดสาขาปากคลองตลาด



**1.2 การจัดตลาดสัญญา** การจัดพื้นที่ตลาดจำหน่ายสินค้าเคลื่อนที่ โดยการจัดโครงการมหกรรมสินค้าปลอดภัยสำหรับการแสดง และจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น สินค้าและผลผลิตทางการเกษตรต่างๆ ไปยังทั่วประเทศ





# ภารกิจหลักขององค์การตลาด



## 2. กิจการด้านการค้าและการพาณิชย์

**2.1 การจำหน่ายสินค้าไปยังส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐต่างๆ** ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าประเภทข้าวสารและสินค้าอุปโภคบริโภคไปยัง กรมราชทัณฑ์ กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โรงเรียน โรงพยาบาล ตลอดจนหน่วยงานของรัฐอื่นๆ

**2.2 การจำหน่ายสินค้าไปยังองค์กรเอกชน** ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าโอท็อป (OTOP) ของเกษตรกร ชุมชนวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ต่างๆ และสินค้าอื่นๆ ไปยัง Modern Trade และ Chain Restaurant ได้แก่ Lotus's, Big C และ MK Restaurant





# GO GREEN 6G

**G1**

**Green Product**

สินค้าชุมชนที่มีคุณภาพปลอดภัยตรงความต้องการของผู้บริโภค

**G2**

**Green Price**

ราคายุติธรรมสมประสงค์ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

**G3**

**Green Process**

บริหารด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม

**G4**

**Green Power**

พลังงานหมุนเวียนอย่างคุ้มค่า

**G5**

**Green Place**

เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**G6**

**Green Partner Ship**

เครือข่ายชุมชนที่ทรงพลัง







## โครงการที่สำคัญปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e - Commerce/Digital Market (องค์การตลาด สนับสนุนการทำตลาดดิจิทัลให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน))

โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

โครงการอบรมสัมมนา “การบริหารสร้างความเข้าใจหลักความเสี่ยง และการควบคุม ภายในขององค์การตลาด”

โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP

โครงการร้านนายประหยัด (Mr. SAVE Shop)



## โครงการที่สำคัญปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด

โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน (สาขาลิ่งชั้น,สาขาลำพูน,สาขาหนองม่วง)

โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ

โครงการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน

โครงการมหกรรมสินค้า

โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น,สาขาบางคล้า,สาขาหนองม่วง,สาขาลำพูน, สาขาปากคลองตลาด

โครงการพัฒนาทุนมนุษย์



## โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด (ต่อ)

โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2564

โครงการจัดเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลขององค์การตลาด

โครงการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดประจำปี  
งบประมาณ พ.ศ. 2565

โครงการพัฒนาหารายได้เพิ่มให้ตลาดสาขาตลิ่งชัน

โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์การตลาดกระทรวงมหาดไทย ระยะ 5  
ปี (พ.ศ.2566-2570)



# โครงการที่สำคัญปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 3 แปลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner

โครงการจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

โครงการตรวจ สอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า

โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค

โครงการ Farm to factory



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e-Commerce/ Digital Market (องค์การตลาดสนับสนุนการทำตลาดดิจิทัล  
ให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน)



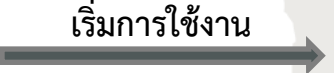

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<p>1. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) งบประมาณ ใช้งบประมาณ ร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร ตัวชี้วัด : คะแนนการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่มีความ พึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 งบประมาณ : 500,000.-บาท</p>	<p>ปฏิบัติงานตามแผน CSR In process ตลาดสาขา 5 สาขา</p> <p>ประเมินผลกิจกรรมและทบทวนแผนปฏิบัติการ</p> <p>ทบทวนกฎบัตร กฎบัตรอนุมัติจากคณะกรรมการฯ</p> <p>จัดทำรายงานประจำปี</p>			
<p>2. โครงการอบรมสัมมนา “การสร้างความเข้าใจหลักการบริหาร ความเสี่ยงและการควบคุมภายในขององค์การตลาด” ตัวชี้วัด : 1. จำนวนพนักงานที่เข้าอบรมไม่ น้อยกว่า ร้อยละ100 2. ส่งเสริมการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในเป็น วัฒนธรรมองค์กร งบประมาณ : 500,000.-บาท</p>	<p>อบรมสัมมนา การสร้าง ความเข้าใจหลักการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในขององค์การตลาด</p> <p>ทดสอบองค์ความรู้ ด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน</p>			





# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e-Commerce/ Digital Market (องค์การตลาดสนับสนุนการทำตลาดดิจิทัล  
ให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน)

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>3. โครงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายในองค์กร (Smart Office)</b> ตัวชี้วัด : 1. จำนวนระบบบริหารจัดการอย่างน้อย 3 ระบบ 2. เป็นระบบบริหารจัดการที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลขององค์การตลาด ได้ตามวัตถุประสงค์ งบประมาณ : 1,000,000.-บาท	ขออนุมัติโครงการ 	จัดซื้อจัดจ้าง 	เริ่มการใช้งาน 	
<b>4. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP</b> ตัวชี้วัด : 1. รายได้จากการดำเนินโครงการไม่น้อยกว่า 15.45 ล้านบาท 2 จำนวนผู้ใช้บริการช่องทางตลาดออนไลน์ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 3 จำนวนช่องทางใหม่ๆ ในการทำธุรกรรมซื้อขายไม่น้อยกว่า 1 ช่องทาง งบประมาณ : 15,000,000.-บาท	ขออนุมัติแผน 	มีสินค้าเกษตรชุมชนหรือOTOP ที่ผ่านการคัดเลือก 	สามารถเสนอสินค้าได้ครบทุกช่องทาง 	



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การตลาดดิจิทัล (e-Commerce/ Digital Market (องค์การตลาดสนับสนุนการทำตลาดดิจิทัล  
ให้เกิดรายได้ต่อชุมชนผ่านกลไกภาครัฐและภาคเอกชน)

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>5 โครงการร้านนายประหยัด (Mr. SAVE Shop)</b> ตัวชี้วัด : 1 จำนวนผู้ใช้บริการที่ร่วมกับ อด. มีร้านค้าไม่น้อยกว่า 10ราย 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 งบประมาณ : 1,000,000.-บาท	ขออนุมัติโครงการ →		จัดหาผู้ประกอบการ →	



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

## ยุทธศาสตร์ที่ 2. เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>1.โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน</b> <b>ตลาดสาขาลิ่งชั้น</b> ตัวชี้วัด : มีกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรชุมชน งบประมาณ : 3,050,000.-บาท	การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) → บริหารจัดการตลาด			
<b>2. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรชุมชน</b> <b>ตลาดสาขาลำพูน</b> ตัวชี้วัด : มีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้าเกษตรอย่างต่อเนื่อง งบประมาณ : 50,000.-บาท  <b>ตลาดสาขาหนองม่วง</b> ตัวชี้วัด : มีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้าเกษตรอย่างต่อเนื่อง งบประมาณ : 226,408.-บาท	พัฒนาปรับปรุงตลาด บริหารจัดการตลาด			
<b>3.โครงการตอบ สนองนโยบายเร่งด่วนภาครัฐ</b> ตัวชี้วัด : จำนวนพันธมิตรที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย (ปี 64 : ระดับความสำเร็จ ในการดำเนินงานพัฒนาสินค้าเกษตรชุมชน) งบประมาณ : 1,000,000.-บาท	วางแผนการดำเนินงาน → ดำเนินงานตามแผนงาน ระบายสินค้าและลงพื้นที่			



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

## ยุทธศาสตร์ที่ 2. เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด ต่อ

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<p><b>4. โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาด</b>            สาขาตลิ่งชัน,สาขาบางคล้า,สาขาลำพูน,สาขาหนองม่วง,สาขาปากคลองตลาด</p> <p>ตัวชี้วัด : ระดับการดำเนินงานด้านมาตรฐานสุขอนามัยของตลาด</p> <p>งบประมาณ : สาขาตลิ่งชัน 200,000.-บาท            สาขาบางคล้า 148,000.-บาท            สาขาลำพูน 80,000.-บาท            สาขาหนองม่วง 50,000.-บาท            สาขาปากคลองตลาด ไม่มีงบประมาณ</p>	<p>พัฒนาและปรับ ปรับตลาดตามหลักเกณฑ์การประเมินมาตรฐานตลาด</p> <p>ดำเนินการตรวจมาตรฐานตลาดสดนำซื้อของกรมอนามัย</p>			
<p><b>5. โครงการพัฒนาทุนมนุษย์</b></p> <p>ตัวชี้วัด : 1. ได้คะแนนการประเมินการบริหารทุนมนุษย์ไม่น้อยกว่า 2.0            2. ร้อยละ 80 ของความก้าวหน้างานที่ปฏิบัติได้จริง (Actual) ตามแผน ปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564ตามแผน ปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564</p> <p>งบประมาณ : 3,350,000.-บาท</p>	<p>การพัฒนาทุนมนุษย์</p> <p>ยกระดับธรรมาภิบาลองค์กรพนักงาน</p> <p>กระบวนการสนับสนุน HCM คู่มืออาชีพอนามัย</p> <p>การติดตามและประเมินผล องค์การตลาดมี KPI ระดับพนักงาน</p>			



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 2. เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด ต่อ

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>6. โครงการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565</b> ตัวชี้วัด : ระยะเวลาการดำเนินงานโครงการเป็นไปตามแผนงาน ร้อยละ 90 งบประมาณ : 3,000,000.-บาท		พัฒนาการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ บุคลากรภายในองค์กร		
		พัฒนาการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร		
		เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้านการประชาสัมพันธ์		
		ของที่ระลึกเพื่อการประชาสัมพันธ์		
<b>7. โครงการจัดเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลขององค์การตลาด</b> ตัวชี้วัด : ระยะเวลาการดำเนินงานโครงการเป็นไปตามแผนงาน ร้อยละ 90 งบประมาณ : 409,320.-บาท	ขออนุมัติงบประมาณในหลักการ			
		แต่งตั้งคณะกรรมการร่าง TOR		
		ดำเนินการตามขั้นตอนว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง		





# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 2. เร่งรัดการปรับ Business Model และ Brand Image ขององค์การตลาด ต่อ

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>8.โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี 2564</b> ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ใช้บริการของตลาดดิจิทัลขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น งบประมาณ : 4,000,000.-บาท	พัฒนาการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ บุคลากรภายในองค์กร			
	พัฒนาการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร			
	เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้านการประชาสัมพันธ์			
	ของที่ระลึกเพื่อการประชาสัมพันธ์			
<b>9. โครงการพัฒนาหารายได้เพิ่มให้ตลาดสาขาลิ่งชั้น</b> ตัวชี้วัด : จำนวนตลาดมีกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรชุมชน งบประมาณ : 34,400,000.-บาท	ขออนุมัติโครงการ	พัฒนาปรับปรุงอาคารที่อยู่อาศัย		
<b>10. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์การตลาดกระทรวงมหาดไทย ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)</b> ตัวชี้วัด : ระดับองค์กรเปี่ยมสุข : Happy Workplace งบประมาณ : 355,000.-บาท	จัดทำแผนปฏิบัติการ	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ		



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

ยุทธศาสตร์ที่ 3 แปลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>1. โครงการ Farm to factory</b> ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น งบประมาณ : 100,000,000.-บาท		ขออนุมัติดำเนินโครงการ	ประกาศเชิญชวนรับสมัครเกษตรกร คัดเลือกเกษตรกรแหล่งผลิต คัดเลือกผู้รับซื้อผลผลิต	ดำเนินการซื้อขายผลผลิต
<b>2. โครงการจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์</b> ตัวชี้วัด : ระดับการพัฒนาดิจิทัลของ อต. งบประมาณ : 1,600,000.-บาท	สำรวจจำนวนการใช้งาน	จัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปตาม พรบ. และระเบียบ		



# โครงการที่สำคัญ ปี 2565

## ยุทธศาสตร์ที่ 3 แปลงโฉมองค์การตลาดเพื่อสร้าง Strategic Partner

โครงการ	ระยะเวลา			
	ไตรมาส1 ต.ค.-ธ.ค.64	ไตรมาส2 ม.ค.-มี.ค.65	ไตรมาส3 เม.ย.-มิ.ย.65	ไตรมาส4 ก.ค.-ก.ย.65
<b>3. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า</b> ตัวชี้วัด : ระดับการพัฒนาการตลาดดิจิทัล (ปี 64 : ระดับการพัฒนาตลาด 4.0) งบประมาณ : 200,000.-บาท	จัดทำแผนตรวจสอบมาตรฐานการจัดส่งสินค้าให้กับกรมราชทัณฑ์	ลงพื้นที่		
		ติดตั้งระบบ GPS ติดตามรถขนส่งอาหารดิบ		
<b>4 โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค</b> ตัวชี้วัด : รายได้รวมจากการดำเนินงานจากพันธมิตรเครือข่าย งบประมาณ : -	เสนอราคาได้ทุกช่องทาง	ปฏิบัติตามสัญญา		