รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี
สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๑ ปี ๒๕๖๖

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๑.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G) ตลาดสาขาขององค์การตลาด จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการต่อเนื่อง	๑๐๐	๑๗
๒.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G)ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาคตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก และ๖. ภาคใต้ ** ในปี ๒๕๖๖ ดำเนินการตลาดสาขาขององค์การตลาดให้เป็นตลาดต้นแบบให้สำเร็จก่อนและจะเริ่มดำเนินงานพัฒนาในแต่ละภูมิภาคในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	๑๕
๓.โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย	รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 10 % จากฐานปีก่อนหน้า	๑๐๐	๑๐
๔.โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาขององค์การตลาด		๑๐๐	๔
๕.โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		๑๐๐	๒๕

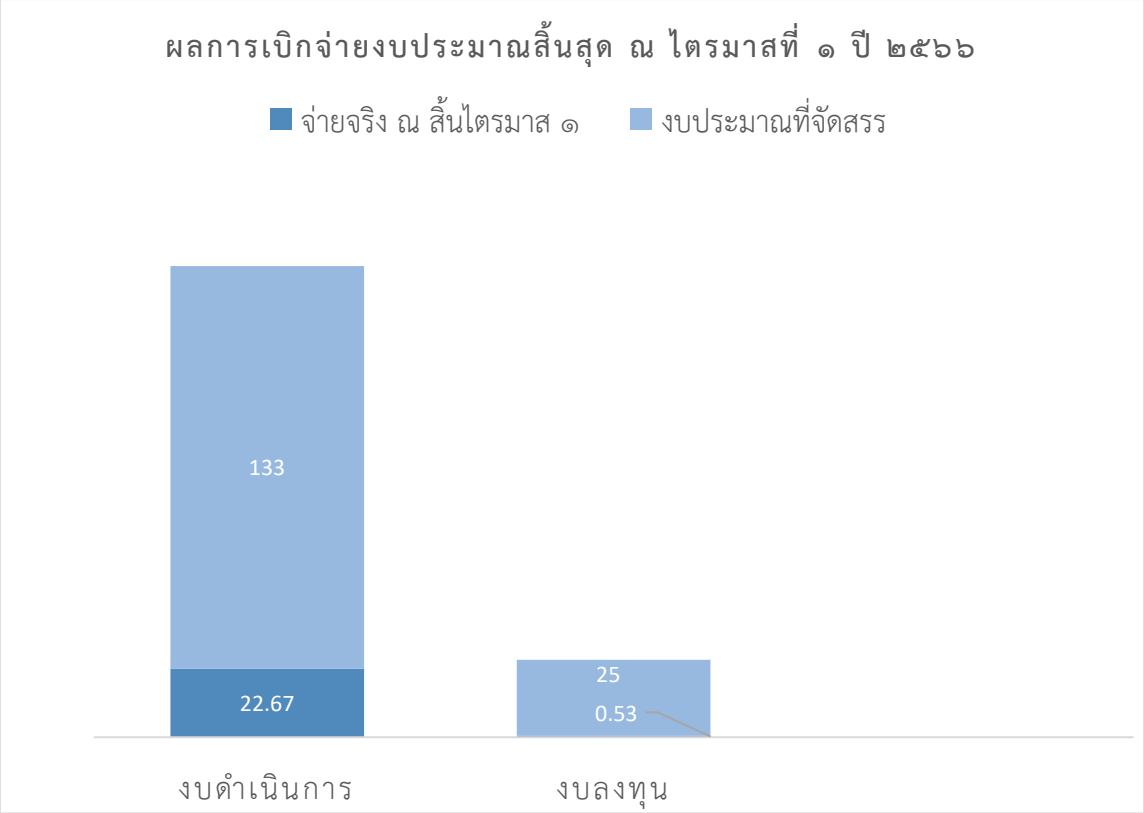
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๖.โครงการ E-Commerce		๑๐๐	๔
๗.โครงการ Life DD Market Roadshow by อต.	รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	๑๐๐	๙
๘.โครงการมหกรรมสินค้า		๑๐๐	๑๐
๙.โครงการ “Demand Driven by Data : DDD”	มีฐานข้อมูลความต้องการสินค้าและสามารถนำข้อมูลไปใช้ส่งเสริมเกษตรกรในการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงตามความต้องการ ความสำเร็จของฐานข้อมูล ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๗
๑๐.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาตลิ่งชัน	ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง)	๑๐๐	๑๐
๑๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		๑๐๐	๑๐
๑๒.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		๑๐๐	๙
๑๓.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		๑๐๐	๑๐
๑๔.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาปากคลองตลาด		๑๐๐	๑๐
๑๕.โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	จำนวนพนักงานที่ผ่านการทดสอบความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวนพนักงาน ๕๐ ราย	๑๐๐	-

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์
(Re -inventing ,Re-image)

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๑. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๑๐
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรและการตลาด	การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๑๕ ครั้ง	๑๐๐	๑๐
๓. โครงการพัฒนาแพตฟอร์มดิจิทัลไทยทำ ๔.๐	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มอยู่ในระดับ"ดีมาก" ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๕
๔. โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาดใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาดใหม่ให้ได้มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ ร้อยละ ๑๐๐	๑๐๐	๕

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)
จำนวน ๕ โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ ร้อยละ
๑. โครงการของถูกขายฟรี ของดีพาส่งออก	จำนวนเครือข่ายและหุ้นส่วนที่ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๒๐ ราย	๑๐๐	๑๑
๒. โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม	ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	-
๓. โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน	ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๐	๑๐๐	-
๔. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า	๑.สามารถตรวจมาตรฐานการจัดส่งสินค้าขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒. จำนวนการติดตั้งระบบติดตาม GPS การส่งสินค้าขององค์การตลาด จำนวน ๑๐ คัน/ปี	๑๐๐	๑๑
๕. โครงการเช่าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal	จำนวนหน่วยงานภายใน มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนกระบวนการปฏิบัติงานที่เพียงพอและทันสมัย จำนวน ๖ ระบบ * พัฒนาระบบแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	-


ผลการเบิกจ่ายงบประมาณสิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๑ ปี ๒๕๖๖
จ่ายจริง ณ สิ้นไตรมาส ๑
งบประมาณที่จัดสรร
133
22.67
25
0.53
งบดำเนินการ
งบลงทุน