



รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี สิ้นสุด ณ ไตรมาสที่ ๓ ปี ๒๕๖๖

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

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G) ตลาดสาขาขององค์การ ตลาด จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการ ต่อเนื่อง	๑๐๐	๗๑
๒.โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green ๖G)ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาค ตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก และ ๖. ภาคใต้ ** ในปี ๒๕๖๖ ดำเนินการตลาดสาขา ขององค์การตลาดให้เป็นตลาดต้นแบบให้ สำเร็จก่อนและจะเริ่มดำเนินงานพัฒนา ในแต่ละภูมิภาคในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	๑๕
๓.โครงการสนับสนุนและส่งเสริม การตลาดให้แก่สินค้าไทย	รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 10 % จากฐานปีก่อนหน้า	๑๐๐	๒๖
๔.โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่า ตลาดสาขาขององค์การตลาด		๑๐๐	๕๕
๕.โครงการสร้างรักษาฐานรายได้ จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค		๑๐๐	๖๑

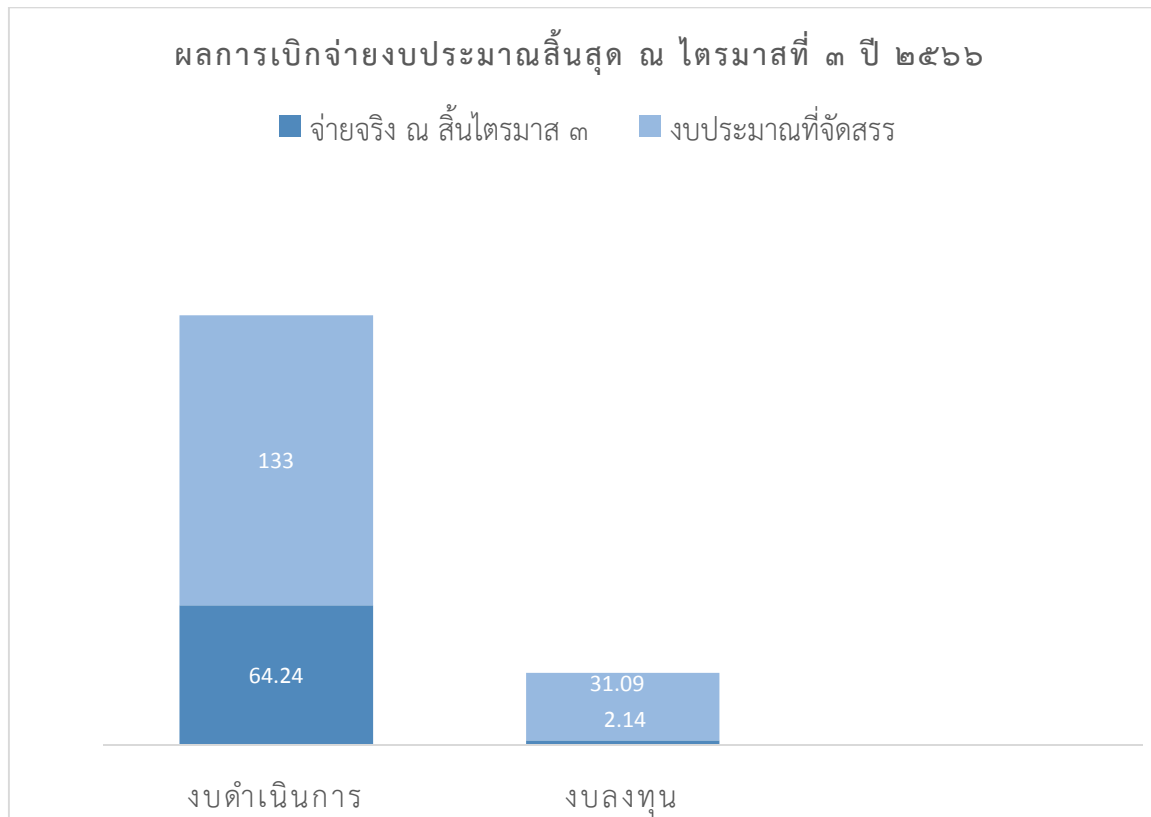
แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๖.โครงการ E-Commerce		๑๐๐	๓๖
๗.โครงการ Life DD Market Roadshow by อต.	รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น	๑๐๐	๔๕
๘.โครงการมหรหรรณสินค้า	*รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	๑๐๐	๖๐
๙.โครงการ “Demand Driven by Data : DDD”	มีฐานข้อมูลความต้องการสินค้าและสามารถนำข้อมูลไปใช้ส่งเสริมเกษตรกรในการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงตามความต้องการ ความสำเร็จของฐานข้อมูล ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๔๘
๑๐.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง)	๑๐๐	๓๐
๑๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาบางคล้า		๑๐๐	๘๑
๑๒.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาหนองม่วง		๑๐๐	๘๒
๑๓.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน		๑๐๐	๘๐
๑๔.โครงการพัฒนาตลาดสาขา และมาตรฐานตลาดสาขาปากคลองตลาด		๑๐๐	๖๐
๑๕.โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	จำนวนพนักงานที่ผ่านการทดสอบความรู้ และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวนพนักงาน ๕๐ ราย	๑๐๐	-

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

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR)	ร้อยละความพึงพอใจของประชาชนที่ ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๖๕
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ องค์กรและการตลาด	การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๑๕ ครั้ง	๑๐๐	๘๙
๓. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลไทยทำ ๔.๐	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม อยู่ในระดับ"ดีมาก" ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	๕
๔. โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาด ใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์ องค์การตลาดใหม่ให้ได้มาตรฐานเว็บไซต์ ภาครัฐ ร้อยละ ๑๐๐	๑๐๐	๕

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner)
จำนวน ๕ โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายร้อยละ	ผลการดำเนินงาน ณ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ร้อยละ
๑. โครงการของถูกขายฟรี ของดีพาส่งออก	จำนวนเครือข่ายและหุ้นส่วนที่ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๒๐ ราย	๑๐๐	๓๕
๒. โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม	ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๗๐	๑๐๐	-
๓. โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน	ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๐	๑๐๐	-
๔. โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า	๑.สามารถตรวจสอบมาตรฐานการจัดส่งสินค้าขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒. จำนวนการติดตั้งระบบติดตาม GPS การส่งสินค้าขององค์การตลาด จำนวน ๑๐ คัน/ปี	๑๐๐	๗๑
๕. โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal	จำนวนหน่วยงานภายใน มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนกระบวนการปฏิบัติงานที่เพียงพอและทันสมัย จำนวน ๖ ระบบ * พัฒนาระบบแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๗	๑๐๐	-



๓. ปัญหาและอุปสรรค :

- อยู่ระหว่างดำเนินการตามแผน

๔. ข้อเสนอแนะ

- ควรเร่งดำเนินการตามแผนปฏิบัติการเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

.....