



แผนและความก้าวหน้าในการดำเนินงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปี 2568

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

แผนและความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี ๒๕๖๘

รอบ ๖ เดือน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๘)

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	ค่าชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era) จำนวน ๑๐ โครงการ								
๑	โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green bG	เป้าหมาย : ยกระดับตลาดเป็นตลาดต้นแบบ Go Green bG เพื่อมุ่งสู่การเป็น Zero food waste และ Neutrality carbon ตัวชี้วัด : ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green bG จำนวน ๕ แห่ง	การดำเนินงานพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green bG โดยมีหลักเกณฑ์ตามเงื่อนไข ซึ่งได้มีการดำเนินงาน ดังนี้ มิติที่ ๑. สินค้าปลอดภัย (G๑) - ดำเนินการจัดทำแผนการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน้ำซื่อ ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งกำหนดไว้ ๓ ด้าน ได้แก่ ๑. มาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ๒. มาตรฐานด้านความปลอดภัย อาหารและจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์การตรวจสอบสารปนเปื้อน และ๓.มาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค - ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดตามข้อ ๒.มาตรฐานด้านความปลอดภัย มีแผนการตรวจสอบสารปนเปื้อนเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งมีผลการตรวจสอบสารปนเปื้อนไม่พบสารปนเปื้อน มิติที่ ๒. ราคาเป็นธรรม (G๒) - ปฏิบัติตามนโยบายกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการกำหนดสินค้าและบริการควบคุม กำหนดสินค้าควบคุม ๔๖ รายการ - บริการควบคุม ๕ รายการ เพื่อดูแลป้องกัน การกำหนดราคาซื้อราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไข และวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม - ตลาดสาขาทั้ง ๕ แห่งขององค์การตลาด ได้ดำเนินการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมิน โดยมีการติดป้ายราคาสินค้า และจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภค จำนวน ๑ จุด มิติที่ ๓ สถานที่พร้อมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (G๓) - ตลาดสาขาทั้ง ๕ แห่งได้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำการรณรงค์คัดแยกขยะตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ Go Green b G ติดป้ายประชาสัมพันธ์ ภายในพื้นที่จัดให้มีจุดคัดแยกขยะ - ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ และการรณรงค์ ลด ละ เลิก การใช้โฟมสัมผัสอาหาร มิติที่ ๔ บริหารจัดการด้วยเทคโนโลยี (G๔) - กำหนดให้มีการชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้เป็นไป ตามนโยบายสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) การจ่ายเงินทุกประเภทผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ Krungthai Corporate Online - นำแอปพลิเคชัน Traffy Fondue และ LINE Official Account ระบบบริหารจัดการพื้นที่ตลาดสาขาขององค์การตลาด มิติที่ ๕ ใช้พลังงานคุ้มค่า (G๕) Green Power - ตลาดสาขาทั้ง ๕ ขององค์การตลาด ได้มีการกำหนดให้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้ แนวทางสำนักงานสีเขียว Green Office การปรับเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED เพื่อเป็นการประหยัดพลังงาน มีสติ๊กเกอร์เตือนเปิด - ปิด ไฟ และ น้ำ ทุกครั้งที่เลิกใช้งาน มิติที่ ๖ สร้างเครือข่ายชุมชนให้เข้มแข็ง (G๖)	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	ค่าชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
			-ตลาดสาขาทั้ง ๕ สาขา ได้ดำเนินการวางแผนจัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่ายในการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ ทั้งด้านให้ความรู้ความเข้าใจเรื่อง เกี่ยวกับมาตรฐานถูกสุขลักษณะ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และมาตรฐาน BCG MODEL พร้อมทั้งให้ความรู้ในเรื่องการข้อมต้นเพลิง					
๒	โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖ G (ภายนอก)	เป้าหมาย : ยกระดับตลาดเป็นตลาดต้นแบบ Go Green ๖G เพื่อมุ่งสู่การเป็น Zero food waste และ Neutrality carbon ตัวชี้วัด : ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green ๖G ในแต่ละภูมิภาค จำนวน ๖ ภูมิภาค ๑. ภาคเหนือ ๒. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓. ภาคตะวันตก ๔. ภาคกลาง ๕. ภาคตะวันออก ๖. ภาคใต้	- ดำเนินการทบทวนโครงการตลาดต้นแบบGo Green ๖ G เพื่อให้สอดคล้องกับบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานขององค์การตลาดประจำปีบัญชี ๒๕๖๘	๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๓	โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย	เป้าหมาย : องค์การตลาดมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามภารกิจขององค์การตลาด ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า	- ผลจากการดำเนินโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย ดำเนินการนำเสนอสินค้าเกษตรที่ขึ้นทะเบียนสินค้า OTOP สินค้าชุมชน หรือสินค้าเกษตร ซึ่งองค์การตลาด ได้มีการจัดส่งสินค้ากลุ่มสินค้าชุมชน (ไม้กวาดดอกหญ้า) และกลุ่มสินค้าเกษตรประเภทประมง	๙,๗๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๔	โครงการบริหารจัดการพื้นที่เขตลาดสาขาขององค์การตลาด	เป้าหมาย : องค์การตลาดมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามภารกิจขององค์การตลาด ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า	- ตลาดสาขาขององค์การตลาด จัดทำ layout เพื่อแบ่งโซนประเภทของพื้นที่ในการทำธุรกิจอย่างชัดเจนแล้ว - ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่นช่องทางออนไลน์ เสียงตามสาย การติดป้ายประชาสัมพันธ์หรือช่องทางอื่นๆ	๑๐๕,๐๐๐.๐๐	๑๑๗,๓๘๐.๐๐	ยังไม่ใช้งบประมาณ	๑๑๗,๓๘๐.๐๐	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๕	โครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค	เป้าหมาย : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า	ผลการดำเนินงานโครงการสร้างรักษาฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค ได้มีการดำเนินการ ดังนี้ ๑. การจัดทำเอกสารเพื่อยืนยันเสนอราคาต่อหน่วยงานต่างๆ ๒. ดำเนินการยืนยันเสนอราคาต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ๓. ติดตามผลการประกาศผู้ชนะการเสนอราคา ๔. ดำเนินการทำสัญญาในกรณีที่องค์การตลาดเป็นผู้ชนะการเสนอราคา ๕. ดำเนินการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการขององค์การตลาด ๖. เสนอลงนามประกาศการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการค้าขององค์การตลาด เพื่อบำบัดสินค้าให้แก่ หน่วยงานภาครัฐขององค์การตลาด ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘ ครั้งที่ ๑ จำนวน ๗๐ ราย ๗. ดำเนินการทำสัญญาสำหรับการจัดส่งสินค้าขององค์การตลาดให้แก่คู่ค้าขององค์การตลาด ๘. การบริหารสัญญาระหว่างองค์การตลาดกับคู่ค้าขององค์การตลาด ดำเนินการแล้วเสร็จ ๑๖.๖๖%	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๖	โครงการ E-Commerce	เป้าหมาย : องค์การตลาดมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามภารกิจขององค์การตลาด ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น *รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า	- ดำเนินการนำเสนอโครงการ E-Commerce เพื่อลงนามอนุมัติจัดทำโครงการ E-commerce	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๗	โครงการ Life DD Market Roadshow by อต.	เป้าหมาย : องค์การตลาดมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามภารกิจขององค์การตลาด	- จากการดำเนินงานโครงการ Life DD Market Roadshow by อต. มีการจัดกิจกรรมมีร้านค้าเข้าร่วมโครงการ ๑๑๓ ร้านค้า มีร้านค้า	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	ค่าชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
		ตัวชี้วัด : รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ %	ได้รับรางวัล หัวใจสีเขียวขององค์การตลาด ได้แก่ "ร้านเตียนน้ำตก" และ "ร้านใจโอรสเด็ด" มีเงินทุนเวียนภายในงาน ๕,๕๓๘,๐๐๐.-บาท องค์การตลาดมีรายได้ ๑๕๐,๐๐๐.- บาท ร้อยละของเป้าหมาย ๗.๗๓					๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๘	โครงการมทรมลีนค้าปลอดภัย	เป้าหมาย : รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑. รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐%	- ผลการดำเนินงานโครงการมทรมลีนค้าปลอดภัย ได้มีการกำหนดขอบเขตงาน (Term of Reference : TOR) - จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ส่วนงานที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรม จำนวน ๖ แห่ง ดังนี้ ๑. ณ บริเวณลานทุ่งศรีเมือง จังหวัดอุดรธานี ๒. ณ บริเวณสวนเฉลิมพระเกียรติ (สวนใหม่) จังหวัดสุรินทร์ ๓. ณ บริเวณหน้าศาลากลาง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๔. ณ บริเวณหน้าศาลากลาง จังหวัดนครสวรรค์ ๕. ณ บริเวณหน้าศาลากลาง จังหวัดนครราชสีมา ๖. ณ บริเวณหน้าศาลากลาง จังหวัดชลบุรี	๒๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๙	โครงการศึกษาและกำหนดแนวทางในการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจขององค์การตลาด	เป้าหมาย : พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ตัวชี้วัด : ระดับความสำเร็จในการดำเนินงาน เพื่อระดับความสำเร็จในการดำเนินงาน เพื่อสร้างประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ	ผลการดำเนินงานโครงการศึกษาและกำหนดแนวทางในประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจขององค์การตลาด มีการทบทวนคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน และเสนอขออนุมัติลงนามแต่งตั้ง	๒๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๑๐	โครงการพัฒนาระบบจัดทำแจ้งหนี้แบบมี QR Code จากโปรแกรม Formula ERP	เป้าหมาย : มีแพลตฟอร์มทางธุรกิจและความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเป็นสื่อกลางเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและช่องทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร ตัวชี้วัด : ๑. ตลาดได้รับความพึงพอใจ ๒. ความสำเร็จในการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการให้แล้วเสร็จ	ผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาระบบจัดทำแจ้งหนี้แบบมี QR Code จากโปรแกรม Formula ERP ได้มีการจัดทำหนังสือแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อจัดทำร่างขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และกำหนดราคากลาง สำหรับการซื้อจัดจ้าง	ไม่มีงบประมาณ	๘๕,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re - inventing, Re - image) จำนวน ๔ โครงการ								
๑	โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	เป้าหมาย : องค์การตลาดมีภาพลักษณ์ด้านบริการที่รวดเร็วและมีสินค้าเกษตรปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตัวชี้วัด : ร้อยละความพึงพอใจของประชาชน ที่ได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ ๗๕	-ผลการดำเนินงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(CSR) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกิจกรรม การกิจ และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook fan page, Line OA, Line group, Intagram, X- วัตถุประสงค์ขององค์การตลาด และเว็บไซต์ขององค์การตลาด - มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้เกี่ยวกับการแยกประเภทขยะ และให้ความรู้เกี่ยวกับประหยัดพลังงาน	๗๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๒	โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรและการตลาด	เป้าหมาย : การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ ตัวชี้วัด : การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรในแต่ละช่องทาง จำนวน ๒๐ ครั้ง	-ผลการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร และการตลาด ได้มีการเผยแพร่ / ผลิตสื่อสร้างสรรค์ / ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ผ่าน - แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Application Facebook) - แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Application Instagram) - แอปพลิเคชันแอ็กซ์ (Application X)	๓,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๓	โครงการจัดหาคอมพิวเตอร์	เป้าหมาย : พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรด้านดิจิทัล (Digital Infasteuctuer and Literacy) ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์	- ผลการดำเนินงานโครงการจัดหาคอมพิวเตอร์ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับประกวดราคาซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาดด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์	ไม่มีงบประมาณ	๒,๒๕๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	ค่าชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
		องค์การตลาดใหม่ ได้มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ (พัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องเพื่อความทันสมัย)	(e-bidding)					
๔	โครงการกล่อวงจรปิดทดแทนกล้องอายุเกิน ๕ ปี	เป้าหมาย : พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรด้านดิจิทัล (Digital Infrastructuer and Literacy) ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผน	- ผลการดำเนินงานโครงการกล่อวงจรปิดทดแทนกล้องอายุเกิน ๕ ปี ดำเนินการเสนอลงนามขออนุมัติแผนงานโครงการประจำปีงบประมาณ ประจำปี ๒๕๖๘ เพื่อจัดได้ดำเนินการในขั้นตอนระเบียบว่าด้วยการ จัดซื้อจัดจ้างในขั้นตอนถัดไป	ไม่มีงบประมาณ	๔๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Startegic Partner) จำนวน ๓ โครงการ								
๑	โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม	เป้าหมาย : เศรษฐกิจได้รับการขับเคลื่อนผ่านพันธมิตร เครือข่ายและเกิดความร่วมมือในการตอบสนองนโยบาย ภาครัฐ ตัวชี้วัด : ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วม โครงการ ร้อยละ ๗๕	-ผลการดำเนินงานโครงการสานฝัน ปันรอยยิ้มคืนคนดีสู่สังคม อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๒	โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน	เป้าหมาย : เศรษฐกิจได้รับการขับเคลื่อนผ่านพันธมิตร เครือข่ายและเกิดความร่วมมือในการตอบสนองนโยบาย ภาครัฐ ตัวชี้วัด : ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ มีความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร้อยละ ๘๕	- ผลการดำเนินงานโครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘
๓	โครงการตรวจสอบมาตรฐาน และคุณภาพในการจัดส่งสินค้า	เป้าหมาย : พันธมิตรเพื่อถือไว้ว่าใจมาตรฐาน และคุณภาพสินค้า ตัวชี้วัด : ๑ สามารถตรวจสอบมาตรฐานการจัดส่งสินค้า ขององค์การตลาดได้ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี ๒ คู่สัญญามีความพึงพอใจ ร้อยละ ๘๐	- ผลการดำเนินงานโครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่ง สินค้า ดำเนินการจัดทำแผนกำหนดเป้าหมายในการลงพื้นที่สำหรับ การตรวจสอบมาตรฐานการจัดส่งสินค้า และกำหนดหลักเกณฑ์แนวทางใน การตรวจสอบมาตรฐานการจัดส่งสินค้า และคุณภาพสินค้า	๒๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ยังไม่ใช้งบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘