



รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปี 2567

องค์การตลาด
กระทรวงมหาดไทย

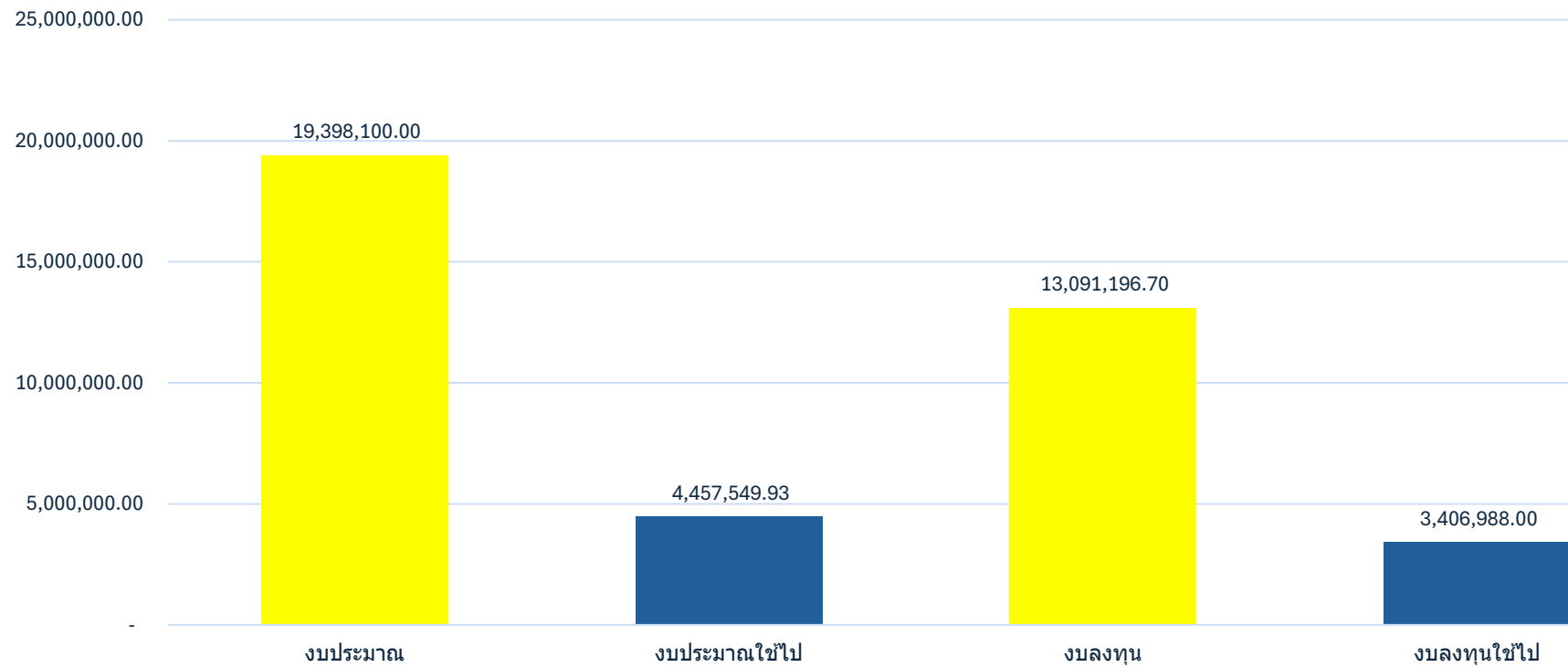
รายงานผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๗
รอบ ๑๒ เดือน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	ค่าชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์ "บ้านต๋อย บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era) จำนวน ๑๔ โครงการ								
๑	โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green b G	เป้าหมาย : ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green bG) ตลาดสาขาขององค์การตลาด "พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่งดำเนินการต่อเนื่อง" ตัวชี้วัด : จำนวน ๕ แห่ง	ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green bG) ตลาด ๕ สาขาขององค์การตลาด ดำเนินการตามหลักเกณฑ์/คุณสมบัติ/ตัวชี้วัด/เงื่อนไข ของตลาดต้นแบบ (Go Green bG) อย่างต่อเนื่อง ๑.สินค้าปลอดภัย (G๑) ๒.ราคาเป็นธรรม (G๒)๓.สถานที่พร้อมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม(G๓) ๔. บริหารจัดการด้วยเทคโนโลยี (G๔)๕. ใช้พลังงานคุ้มค่า (G๕) ๖. สร้างเครือข่ายชุมชนให้เข้มแข็ง (G๖) ตลาดสาขาทั้ง ๕ สาขาสามารถดำเนินงานเป็นไปตามเงื่อนไข ที่กำหนด ซึ่งมีผลการตรวจประเมินตลาดต้นแบบ ผ่านการประเมินทั้ง ๖ ข้อ และทั้ง ๕ สาขา มีการจัดการมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-๑๙) ที่มีความปลอดภัย เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๔๗,๗๖๓.๗๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๒	โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green b G (ภายนอก)	เป้าหมาย : ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดต้นแบบ (Go Green bG(ภายนอก) ตัวชี้วัด : จำนวนตลาดที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๖ ภูมิภาค ประกอบด้วย ๑ ภาคเหนือ ๒ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๓ ภาคตะวันตก ๔ ภาคกลาง ๕ ภาคตะวันออก ๖ ภาคใต้	องค์การตลาดได้มีการจัดงานแถลงข่าว โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบ Go Green b G (ภายนอก) ร่วมกับตลาดเครือข่ายภายนอก จำนวน ๓ กลุ่ม และได้มีการลงพื้นที่เพื่อตรวจประเมินตลาดต้นแบบ ได้แก่ ๑. ตลาด ตีติ มาร์เช่ ๒.ตลาดนายใหญ่ ๓. ตลาด ๘๘ นครชัยศรี ๔. ตลาดฟู้ด วิลล่าราชพฤกษ์ ซึ่งผลการตรวจประเมินตลาดดังกล่าว มีผลการตรวจประเมินที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	๔๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๓๙๖,๐๐๐.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๓	โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย	เป้าหมาย : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า" ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า"	รายได้สะสมโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย เป้าหมาย ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ยอดจำหน่าย ๘๐๔,๖๙๓.๕๐ บาท ร้อยละของเป้าหมาย ๘.๐๓	๙,๗๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๘๐๔,๖๙๓.๕๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๔	โครงการบริหารจัดการพื้นที่เข้าตลาดสาขาขององค์การตลาด	เป้าหมาย : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า" ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า"	- ตลาดสาขาขององค์การตลาด ๕ สาขาแห่งจัดทำ layout เพื่อแบ่งโซนประเภทของพื้นที่ในการทำธุรกิจอย่างชัดเจนแล้ว ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่นช่องทางออนไลน์เสียงตามสาย การติดป้ายประชาสัมพันธ์ รายได้ปี ๒๕๖๖ เป็นเงิน ๒,๖๓๐,๙๓๙.๖๐ รายได้ปี ๒๕๖๗ เป็นเงิน ๒,๔๕๓,๕๖๓.๖๒ รายได้ปี ๒๕๖๗ เพิ่ม ๑๒๒,๖๒๔.๐๒ คิดเป็น ๔.๖๖%	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	๖,๓๕๐,๙๐๐.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๕	โครงการสร้างรากฐานรายได้จากการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภค	เป้าหมาย : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า" ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า"	รายได้ปี ๒๕๖๖ เป็นเงิน ๑,๘๑๐,๐๘๖,๙๔๖.๓๔ รายได้ปี ๒๕๖๗ เป็นเงิน ๒,๒๑๔,๕๓๕,๙๔๕.๑๙ รายได้ปี ๒๕๖๗ เพิ่ม ๔๐๔,๔๔๗,๕๔๘.๘๕ คิดเป็น ๒๒.๓๔%	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีการเบิกจ่าย	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๖	โครงการ E-Commerce	เป้าหมาย : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า" ตัวชี้วัด : รายได้ขององค์การตลาดเพิ่มขึ้น "รายได้เพิ่มขึ้นปีละ ๑๐ % จากฐานปีก่อนหน้า"	ดำเนินการจัดหาฐานข้อมูลสินค้าที่น่าสนใจ เพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูล โดยให้ใช้ platform สามารถจำหน่ายสินค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นำเสนอสินค้าผ่านทาง Facebook Page โลโก้ตีติ มาร์เก็ต ตลาดสำหรับคนรักสุขภาพ จำนวน ๑๔ โฟส	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีการเบิกจ่าย	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๗	โครงการ Life DD Market Roadshow by อต.	เป้าหมาย : ๑.มีรายได้เข้าองค์การตลาด	องค์การตลาดมีรายได้ ๘๑๐,๐๐๐.-บาท มีร้านค้า กลุ่มเกษตรกรวิสาหกิจชุมชน ๑๗๕ ราย	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๙๗,๕๘๘.๕๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	คำชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
		๒. มีรายได้หมุนเวียนภายในงาน ๓. มีร้านค้าเข้าร่วมกิจกรรม Go Green ๖ G ผ่านมาตรฐาน Go Green ๖ G ตัวชี้วัด : ๑. รายได้รวมทั้งปี ๖๐๐,๐๐๐ บาท ๒. ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ๓. มีร้านค้าเข้าร่วมกิจกรรม Go Green ๖ G ไม่ต่ำกว่า ๑๕ ร้าน และมีร้านค้าที่ผ่านมาตรฐาน Go Green ๖ G จำนวน ๑ ร้าน	เข้าร่วมโครงการ มีเงินทุนเวียนจากการจัดกิจกรรม ๑๓,๗๐๐,๐๐๐.-บาท					ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๘	โครงการมหกรรมสินค้า	เป้าหมาย : รายได้ของประชาชน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑. องค์การตลาดสามารถจัดโครงการได้ จำนวน ๑๐ ครั้ง ๒. องค์การตลาดสามารถมีรายได้จากการจัดงานไม่น้อยกว่า ๑ ล้านบาท	ประสานงานกรมพัฒนาชุมชนในพื้นที่จัดงานเพื่อหากกลุ่มเกษตรกรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เพื่อนำสินค้ามาจำหน่ายเรียบร้อยแล้ว จำนวน ๑๐ แห่งและสามารถจัดงานครบ ๑๐ ครั้ง ในพื้นที่ร่วมกิจกรรมกับองค์การตลาด ดังนี้ จ.อุบลราชธานี จ.นครสวรรค์ จ.อุดรธานี จ.สระบุรี จ.สกลนคร จ.กาฬสินธุ์ จ.เลย จ.มุกดาหารจ.ชลบุรี และอุบลราชธานี มีรายได้จากการจัดงาน ๑,๒๖๐,๐๐๐.๐๐ บาท	๒๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๔๙,๘๑๕.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๙	โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลิ่งชั้น	เป้าหมาย : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง) ตัวชี้วัด : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก	สำนักงานเขตคลองเตย เข้ามาตรวจประเมินสุขาภิบาลอาหารตามโครงการกรุงเทพฯ เมืองอาหารปลอดภัยผลการตรวจประเมิน "ผ่านเกณฑ์"	๓๖,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๒๖,๓๑๕.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๑๐	โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาบางลำ	เป้าหมาย : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง) ตัวชี้วัด : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก	องค์การบริหารส่วนตำบลเสียดเหนือเข้ามาตรวจรับรองตลาดตามมาตรฐานสุขอนามัยตามหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖๗ ผลการตรวจสอบผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับ "ดีมาก"	๓๐,๐๐๐.๐๐	๒,๙๖๗,๒๙๖.๗๐	๓๒,๕๐๓.๒๓	๒,๙๓๒,๙๘๘.๐๐	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๑๑	โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาทองม่วง	เป้าหมาย : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง) ตัวชี้วัด : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก	การตรวจมาตรฐานตลาดสดนำซื้อของกรมอนามัย เข้าตรวจประเมินพัฒนาและยกระดับตลาดสดนำซื้อ (แบบตล.๑) ผ่านเกณฑ์ ระดับ ดีมาก	๔๖,๐๐๐.๐๐	๒,๗๗๓,๐๐๐.๐๐	๘,๙๐๓.๐๐	๔๗๔,๐๐๐.๐๐	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๑๒	โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขาลำพูน	เป้าหมาย : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง) ตัวชี้วัด : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก	โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ ร่วมกับกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชกรรมสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลำพูนและกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลลำพูน ได้ดำเนินการตรวจประเมินตลาดสดนำซื้ออาหารปลอดภัยขององค์การตลาดผลปรากฏว่า "ผ่านเกณฑ์ระดับดีมาก" และพัฒนาความร่วมมือในการดำเนินงานจังหวัดสะอาด อาหารปลอดภัย ใส่ใจผู้บริโภค	๘๑,๑๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ			๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๑๓	โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขাপากคลองตลาด	เป้าหมาย : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก จำนวน ๕ แห่ง *พัฒนาตลาดสาขา ๕ แห่ง (ดำเนินการต่อเนื่อง) ตัวชี้วัด : ตลาดที่ได้รับมาตรฐานสุขอนามัยในระดับดีมาก	สำนักงานเขตพระนคร ดำเนินการตรวจประเมินสุขลักษณะตลาด "ผ่านเกณฑ์ด้านสุขลักษณะ" ตามแบบตรวจสุขลักษณะตลาด ๑	๕,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ			๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๑๔	โครงการศึกษาและกำหนดแนวทางในการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจขององค์การตลาด	เป้าหมาย : สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด	องค์การตลาด ได้มีการกำหนดรายการที่จะทำการเก็บข้อมูลด้านกิจกรรม ได้มีการระบุลักษณะข้อมูลและระดับของข้อมูลแต่ละตลาดสาขา จำนวน ๒ กลุ่ม ได้แก่ ๑ กลุ่มกิจกรรมหลัก	๒๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๔๕,๐๐๐.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง

ลำดับที่	โครงการ/แผนงาน	คำชี้วัด(KPI)และเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร		ผลการใช้จ่ายงบประมาณ		ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม
				งบดำเนินการ	งบลงทุน	งบดำเนินการ	งบลงทุน	
		ตัวชี้วัด : ร้อยละความสามารถดำเนินงานตามแผนในการวัดและประเมินผล Eco-Efficiency ขององค์กรได้	Core Business (หน่วยงานกลุ่มขับเคลื่อนธุรกิจและสร้างรายได้) และ ๒ กลุ่มกิจกรรมสนับสนุน ผลการวิเคราะห์กระบวนการ (Flow Chart) หรือ Value Chain ได้มีการเปรียบเทียบกับการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ได้กำหนดแผนงานในการปรับปรุงผลการประเมินเป้าหมายปรับปรุงค่า Eco-Efficiency เทียบกับปีฐานทั้งระยะสั้นและระยะยาว และได้กำหนดเป้าหมายและขอบเขต จำนวน ๕ หมวดหมู่ ๑ การปล่อยและดูดกลับก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร ๒ การใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (การใช้พลังงานไฟฟ้า) ๓ การใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (การใช้น้ำ) ๔ ปริมาณขยะและการรีไซเคิลต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ ๕ ปริมาณวัสดุที่ไปใช้ต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (การใช้กระดาษ)					๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re -inventing ,Re-image) จำนวน ๓ โครงการ								
๑	โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	เป้าหมาย : คะแนนการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ตัวชี้วัด : มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๕	ร้อยละความพอใจของประชาชนที่ได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว - ตลาดสาขานอมม่วง มีความพึงพอใจร้อยละ ๗๘.๗๒ - ตลาดสาขาสลึงขึ้น มีความพึงพอใจร้อยละ ๗๔.๑ - ตลาดสาขางค้ำ มีความพึงพอใจร้อยละ ๘๙.๘๖ - ตลาดสาขาลำพูน มีความพึงพอใจร้อยละ ๕๘.๔ - ตลาดสาขapakคลองตลาด มีความพึงพอใจร้อยละ ๙๗.๙๒	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๔๘๔,๓๑๙.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๒	โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรและการตลาด	เป้าหมาย : การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรในแต่ละช่องทาง ตัวชี้วัด : จำนวน ๒๐ ครั้ง	เผยแพร่ / ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ / ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ - แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Application Facebook) - แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Application Instagram) - แอปพลิเคชันเอ็กซ์ (Application X) ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรการตลาด	๓,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	๒,๔๑๔,๖๕๐.๐๐	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) จำนวน ๓ โครงการ								
๑	โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม	เป้าหมาย : ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ ตัวชี้วัด : ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๕	โครงการสานฝัน ปันรอยยิ้ม คืนคนดีสู่สังคม ยังไม่ดำเนินการในปี ๒๕๖๗	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีการเบิกจ่าย	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๒	โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน	เป้าหมาย : ร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรมโครงการมีความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๘๕	โครงการปลูก ปัน เปลี่ยน เพื่อชุมชน ยังไม่ดำเนินการในปี ๒๕๖๗	๑๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีการเบิกจ่าย	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๓	โครงการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า	เป้าหมาย : จำนวนพื้นที่ในการสุ่มตรวจ ตัวชี้วัด : ไม่น้อยกว่า ๒๐ แห่ง/ปี	จากเป้าหมายในการลงพื้นที่ในการสุ่มตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า ผลการจากการลงพื้นที่ในการสุ่มตรวจ องค์การตลาดได้มีการลงพื้นที่ จำนวน ๒๐ แห่ง และได้มีการสรุปผลการสอบถาม ความพึงพอใจในการจัดส่งเครื่องอุปโภคบริโภคให้แก่เรือนจำ หักสถาน สถานกักขังในสังกัดกรมราชทัณฑ์ และหน่วยงานราชการ ประจำปี ๒๕๖๗ จำนวน ๘๘ แห่ง และหน่วยงานตอบรับแบบสอบถามกลับมา จำนวน ๘๑ แห่ง สรุปความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ๔.๗๔ จากค่าเฉลี่ยเต็ม ๕ คิดเป็นร้อยละ ๙๔.๘๑ของความพึงพอใจ จากค่าเต็ม ๑๐๐ และสรุปผลความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับน้อย โดยค่าเฉลี่ย ๑.๗๘ จากค่าเฉลี่ยเต็ม ๕ คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๕๖	๒๐๐,๐๐๐.๐๐	ไม่มีงบประมาณ	ไม่มีการเบิกจ่าย	ไม่มีการเบิกจ่าย	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗

ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ ประจำปี 2567



ปัญหา/อุปสรรค

ไม่มี

ข้อเสนอแนะ

ไม่มี