แผนปฏิบัติการ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

บทนำ

ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. ๒๔๙๖ ประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๑๙ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๔๙๖ ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทย โดยมีพันธกิจ ส่งเสริมตลาดสาขาขององค์การตลาดให้เป็นศูนย์รวมและการกระจายสินค้า ผลผลิตทางการเกษตรและสินค้าชุมชนของพื้นที่ และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการตลาดให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ตลอดจนสามารถบริหารจัดการการกระจายสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยรวมถึงการสร้างพันธมิตรเครือข่าย และพัฒนาการบริหารจัดการภายในให้มีประสิทธิภาพ เพื่อขับเคลื่อนองค์การตลาดสู่วิสัยทัศน์ “องค์การตลาดเป็นกลไกหลักของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายตลาดที่ได้มาตรฐานในการกระจายและจำหน่ายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การตลาด เป็นไปตามแผนวิสาหกิจขององค์การตลาดในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) และตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ประจำปีบัญชี ๒๕๖๒ จึงได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒ สำหรับในการดำเนินงานขององค์การตลาด

สารบัญ

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2562 ..... **1**
วิสัยทัศน์ 1
พันธกิจ 1
เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 1
วัตถุประสงค์การจัดตั้ง 2
กรอบยุทธศาสตร์ 2
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามกรอบการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2562 3
แผนการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปี 2562 4
แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 4
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย 8
โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย 9
โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย 12
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ 11
โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP 12
โครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วน กระทรวงมหาดไทย 13
โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงาน มหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย (Green Market By AORTOR) 13
โครงการนำสินค้าเกษตรและอาหารดิบ จำหน่ายให้กับเครือข่ายพันธมิตร 14
ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ 15
โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขา 16
โครงการพัฒนารายได้ตลาดสาขาที่องค์การตลาดบริหารจัดการเอง 18
ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การตลาด 4.0 20
โครงการขยายเครือข่ายความร่วมมือขององค์การตลาดและพัฒนาตลาดให้เป็นตลาด Go Green Plus 21
โครงการจัดทำดัชนีราคาสินค้าตลาดสดขององค์การตลาด 21
ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน 23
โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธรรมาภิบาล 24
โครงการ การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร 27
โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) 30
โครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง สคร. 31

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒

แผนปฏิบัติการขององค์การตลาดประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒ และในระยะ ๕ ปีของ อต. (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕) มุ่งเน้นสู่การเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในสร้างกลไกหลักของในการพัฒนาตลาดสู่เศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายตลาดที่ได้มาตรฐานในการกระจายและจำหน่ายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน และมีการทำงานเชิงการประสานงานและบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหมายถึงหน่วยงานภาครัฐ เอกชน เกษตรกร รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินของตลาดให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์

"องค์การตลาดเป็นกลไกหลักของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายตลาดที่ได้มาตรฐาน"

พันธกิจ

(๑) ส่งเสริมให้ตลาดสาขาขององค์การตลาดเป็น "ศูนย์กลาง" การกระจายสินค้าเกษตร และสินค้าชุมชนของพื้นที่ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

(๒) เป็นผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการตลาดให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางเรียนรู้

(๓) พัฒนาการบริหารจัดการภายในให้มีประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนองค์การตลาดสู่วิสัยทัศน์ละพันธกิจ

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

๑. บุคลากรขององค์การตลาดสามารถขับเคลื่อนองค์การเข้าสู่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

๒. มีการนำฐานข้อมูลและทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลักดันเศรษฐกิจฐานรากและสร้างรายได้แก่องค์กร

๓. เสริมสร้างตลาดสาขาขององค์การตลาด และตลาดชุมชนตามท้องถิ่นต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน สามารถดึงดูดผู้ซื้อ ผู้ขาย และนักท่องเที่ยว โดยเป็นที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการตลาด พร้อมกับพัฒนาศูนย์การเรียนรู้

๔. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับภาครัฐและเอกชน เพื่อก่อให้เกิดการร่วมมือในการพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่อง ใช้เครือข่ายทั่วประเทศของกระทรวงมหาดไทยให้เป็นประโยชน์ทางด้านข้อมูล และโลจิสติกส์

๕. องค์การตลาดเพิ่มช่องทางการค้าขายทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มช่องทางการค้าขายออนไลน์

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

๑. จัดสร้างตลาดสาธารณะให้เพียงพอแก่ความต้องการ

๒. ปรับปรุงตลาดสาธารณะที่มีอยู่แล้วให้ถูกสุขลักษณะและทันสมัย

๓. ส่งเสริมตลาดเอกชน

๔. จัดและส่งเสริมการผลิตโภคภัณฑ์ให้พอแก่ความต้องการของตลาด

๕. จัดการขนส่งโภคภัณฑ์ไปสู่ตลาดให้เป็นไปโดยสะดวก

๖. จัดดำเนินการ ควบคุมและอำนวยบริการเกี่ยวกับตลาดขององค์การ

กรอบยุทธศาสตร์

เพื่อให้สามารถดำเนินการบรรลุตาม วัตถุประสงค์ พันธกิจ ของการดำเนินงานขององค์การตลาด โดยให้มีความสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ และแผนวิสาหกิจองค์การตลาดระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) จึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ ๕ ข้อ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓. สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔. สร้างองค์การตลาด ๔.๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๕. ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามกรอบการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๑. พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย ผ่านตลาดสาขาขององค์การตลาด	๑.๑ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ๓ ตลาดสาขา ๑.๒ จำนวนความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	๑. พัฒนาโครงสร้างเสร็จสมบูรณ์ตามแผน ๒. จำนวน ๓ ตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๒. สร้างกลไกผ่านกระบวนการเครือข่ายประชารัฐ เพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก	๒.๑ รายได้สุทธิจากการดำเนินโครงการ (หมายเหตุ : รายได้สุทธิจากการดำเนินโครงการมาจาก รายได้ – ต้นทุนของโครงการนั้นๆ)	ไม่น้อยกว่า ๒๕ ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๓. ตลาดได้รับการพัฒนาตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถขับเคลื่อนตลาดให้เป็นแหล่งการเรียนรู้	๓.๑ จำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย ๓.๒ กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานตลาด ก่อนหักค่าเสื่อมราคา รายจ่ายตัดบัญชีและดอกเบี้ยจ่าย (เฉพาะตลาดที่องค์การตลาดดำเนินการเอง)	๑. จำนวน ๕ ตลาด ที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย ๒. กำไร (ขาดทุน) ไม่น้อยกว่า -๐.๓ ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สร้างองค์การตลาด ๔.๐

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๔. องค์การตลาดเกิดการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม จนเป็นองค์กรต้นแบบของการพัฒนาสู่ Market ๔.๐	๔.๑ จำนวนความสำเร็จในการขยายตลาดเครือข่ายความร่วมของกระทรวงมหาดไทย ๔.๒ ร้อยละของความสำเร็จตามแผนการโครงการพัฒนาศูนย์จัดเก็บข้อมูล	๑.จำนวน ๓๕ แห่ง ๒.ร้อยละ ๘๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๕. พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในให้เกิดประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนมีธรรมาภิบาล และมีระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินขององค์กรและบุคลากร	คะแนนการประเมินภาพรวมการบริหารจัดการองค์กร ๕.๑ บทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ (องค์การตลาด)	คะแนนการประเมินภาพรวม ไม่น้อยกว่า ๓.๕
	๕.๒ การบริหารความเสี่ยง	
	๕.๓ การควบคุมภายใน	
	๕.๔ การตรวจสอบภายใน	
	๕.๕ การบริหารจัดการสารสนเทศ	
	๕.๖ การบริหารทรัพยากรบุคคล	

แผนการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒

	แผนการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒				
	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
งบลงทุน	๙,๙๖๖,๗๗๙.๕๕	๑๓,๑๗๐,๒๑๙.๓๓	๒๙,๙๙๑,๔๘๑.๘๙	๔๐,๒๓๑,๗๗๘.๙๑	๙๓,๓๖๐,๒๕๙.๖๘
งบดำเนินการ	๑๓,๘๒๕,๘๐๑.๓	๑๓,๘๕๕,๘๐๑.๓	๑๔,๐๘๕,๘๐๑.๓	๑๔,๐๒๕,๘๐๑.๓	๕๕,๗๙๓,๒๐๕.๒๐
รวม	๒๓,๗๙๒,๕๘๐.๘๕	๒๗,๐๒๖,๐๒๐.๖๓	๔๔,๐๗๗,๒๘๓.๑๙	๕๔,๒๕๗,๕๘๐.๒๑	๑๔๙,๑๕๓,๔๖๔.๘๘

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

งบดำเนินการ ๒,๔๐๐,๐๐๐.- บาท

งบลงทุน ๙๓,๓๖๐,๒๕๙.๖๘ บาท

รวมงบประมาณ ๙๕,๗๖๐,๒๕๙.๖๘ บาท

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
๑. พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย ผ่านตลาดสาขาขององค์การตลาด	๑.๑ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ๓ ตลาดสาขา ๑.๒ จำนวนความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	๑.๑ พัฒนาโครงสร้างเสร็จสมบูรณ์ตามแผน ๑.๒ จำนวน ๓ ตลาด	๑.๑ เร่งพัฒนาจากตลาดดั้งเดิมเพื่อให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย และมีการซื้อขายผ่านตลาดสาขาองค์การตลาด	๑.โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย ๑.๑ โครงการศูนย์กระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย กรุงเทพมหานคร สาขาตลิ่งชัน งบประมาณต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๑ (ตลาดสาขาตลิ่งชัน) ๑.๒ โครงการศูนย์กระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยภาคตะวันออก ตลาดสาขาบางคล้า จังหวัด ฉะเชิงเทรา งบประมาณ งบประมาณต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๑ (ตลาดสาขาบางคล้า) ๑.๓ โครงการศูนย์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตลาดสาขาลำพูน จังหวัดลำพูน งบประมาณต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๑ (ตลาดสาขาลำพูน)
				๒.โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย งบประมาณ ๒,๔๐๐,๐๐๐บาท (คณะทำงานบริหารตลาดสาขา) (ตลาดสาขาทั้ง ๓ ตลาด)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ (งบประมาณ ๘,๖๐๕,๖๐๐ บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
๒. สร้างกลไกผ่านกระบวนการเครือข่ายประชารัฐ เพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก	รายได้สุทธิจากการดำเนินโครงการ	ไม่น้อยกว่า ๒๕ ล้านบาท	๒.๑ เร่งสร้างกลไกการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก	๑. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP งบประมาณ ๓,๖๐๕,๖๐๐บาท (แผนกกิจการพิเศษ)
				๒. โครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วนรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย งบประมาณ ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แผนกกิจการพิเศษ)
				๓. โครงการมหกรรมสินค้า อาหารปลอดภัย Green Market By AORTOR งบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แผนกตลาดและจัดส่งสินค้า)
				๔. โครงการนำสินค้าเกษตรและอาหารดิบ จำหน่ายให้กับเครือข่ายพันธมิตร <u>งบประมาณ ใช้งบประมาณร่วมกับโครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วนกระทรวงมหาดไทย</u> (แผนกตลาดและจัดส่งสินค้า)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ (งบประมาณ ๓๘๐,๐๐๐ บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
๓. ตลาดได้รับการพัฒนาตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถขับเคลื่อนตลาดให้เป็นแหล่งการเรียนรู้	๓.๑ จำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย ๓.๒ กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานตลาด ก่อนหักค่าเสื่อมราคา รายจ่ายตัดบัญชี และดอกเบี้ยจ่าย (เฉพาะตลาดที่องค์การตลาดดำเนินการเอง)	๓.๑ จำนวน ๕ ตลาด ที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย ๓.๒ กำไร (ขาดทุน) ไม่น้อยกว่า -๐.๓ ล้านบาท	๓.๑ พัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐาน ๓.๒ สร้างระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ สู่ศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ทางด้านการพัฒนาตลาด ๓.๓. พัฒนารายได้ตลาดสาขาให้เป็นไปตามเป้าหมาย	๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขา งบประมาณ ๓๘๐,๐๐๐ บาท (คณะทำงานบริหารตลาดสาขา) (ตลาดสาขาทั้ง ๕ สาขา)
				๒. โครงการพัฒนารายได้ตลาดสาขาที่องค์การตลาดบริหารจัดการเอง งบประมาณ –ไม่มี- (ตลาดสาขาทั้ง ๓ สาขา)

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สร้างองค์การตลาด ๔.๐ (งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
๔. องค์การตลาดเกิดการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม จนเป็นองค์กรต้นแบบของการพัฒนาสู่ Market ๔.๐	๔.๑ จำนวนความสำเร็จในการขยายตลาดเครือข่ายความร่วมของกระทรวงมหาดไทย ๔.๒ ร้อยละของความสำเร็จตามแผนการโครงการพัฒนาศูนย์จัดเก็บข้อมูล	๔.๑ จำนวน ๓๕ แห่ง ๔.๒ ร้อยละ ๘๐	๔.๑ พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศทางด้านการสร้างเครือข่ายตลาดอย่างยั่งยืน ๔.๒ พัฒนาศูนย์จัดเก็บข้อมูลและเป็นศูนย์รวมด้านดัชนีราคาสินค้าตลาดสด	๑. โครงการขยายเครือข่ายความร่วมมือขององค์การตลาดและพัฒนาตลาดให้เป็นตลาด Go Green Plus งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท (คณะทำงานบริหารตลาดสาขา)
				๒. โครงการจัดทำดัชนีราคาสินค้าตลาดสดขององค์การตลาด งบประมาณ -ไม่มี- (แผนกสารสนเทศ)

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน (งบประมาณ ๓,๔๙๐,๐๐๐ บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
๕. พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในให้เกิดประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนมีธรรมาภิบาลและมีระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร	คะแนนการประเมินภาพรวมการบริหารจัดการองค์กร ๕.๑ บทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ (องค์การตลาด) ๕.๒ การบริหารความเสี่ยง ๕.๓ การควบคุมภายใน ๕.๔ การตรวจสอบภายใน ๕.๕ การบริหารจัดการสารสนเทศ ๕.๖ การบริหารทรัพยากรบุคคล	คะแนนการประเมินภาพรวมการบริหารจัดการองค์กร ไม่น้อยกว่าระดับ ๓.๕	๕.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ๕.๒ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ๕.๓ พัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มศักยภาพเพื่อยกระดับองค์กร	๑. โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธรรมาภิบาล งบประมาณ ๔๐๐,๐๐๐ บาท (แผนกบริหารบุคคล)
				๒. โครงการ การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร งบประมาณ ๒,๐๐๐,๐๐๐บาท (แผนกประชาสัมพันธ์)
				๓. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) <u>งบประมาณ ใช้งบประมาณร่วมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร</u> ๕๐๐,๐๐๐ บาท (แผนกประชาสัมพันธ์)
				๔. โครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง สคร. งบประมาณ แผนกบริหารบุคคล ๑,๐๙๐,๐๐๐บาท (แผนกประชุมและยานพาหนะ) (แผนกบริหารความเสี่ยง) (แผนกควบคุมภายใน) (แผนกตรวจสอบภายใน) (แผนกสารสนเทศ) (แผนกบริหารบุคคล)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑

พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

กลยุทธ์ ๑.๑

เร่งพัฒนาจากตลาดดั้งเดิม เพื่อให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย และมีการซื้อขายผ่านตลาดสาขาองค์การตลาด

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ (ตุลาคม ๒๕๖๑ – กันยายน ๒๕๖๒)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย	พค	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๑.โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย ๑.๑ ตลิ่งชัน ๑.๒ บางคล้า ๑.๓ ลำพูน	๑. เพื่อพัฒนาปรับปรุงพื้นที่ตลาดให้ได้มาตรฐานตลาดเหมาะแก่การเป็นพื้นที่ในการกระจายสินค้า ๒. เพื่อจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะแก่การจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า ๓. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ขึ้นให้แก่องค์กร ๔. เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่ชุมชนที่ประกอบอาชีพด้านเกษตรปลอดภัย และสินค้าแปรรูปทางการเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนเสริมสร้าง ความเข้มแข็งยั่งยืนให้แก่เศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทางของประชารัฐ	ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขาบางคล้า ตลาดสาขาลำพูน	เชิงปริมาณ : สามารถเบิกจ่ายได้ร้อยละ ๑๐๐ เชิงคุณภาพ : สามารถส่งมอบพื้นที่ ได้ตามกำหนด ระยะเวลา	กิจกรรมหลักที่ ๑ : ดำเนินการก่อสร้างให้แล้วเสร็จสมบูรณ์ตามแผน ๑.๑ ดำเนินการเซ็นสัญญาและส่งมอบพื้นที่ตามแผนการก่อนสร้างที่กำหนดไว้ ๑.๒ ควบคุมงาน ๑.๓ ตรวจรับงาน ๑.๔ เบิกจ่ายตามงวดงาน ๑.๕ รายงานเข้าระบบ GF-MIS ๑.๖ ผูกพันงบประมาณตามงวดงานในสัญญา หมายเหตุ งวดงานดังนี้ ๑.ลำพูน ๔๒๐ วัน ๒.ตลิ่งชัน ๔๒๐ วัน ๓.บางคล้า ๔๕๐วัน	←											→	-	ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขาบางคล้า ตลาดสาขาลำพูน

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย	พค	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๒. โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	๑. เพื่อเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงสินค้า และกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย และสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียง ๒. เพื่อให้เป็นตลาดที่ได้มาตรฐานและเป็นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย	ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขาบางคล้า ตลาดสาขาลำพูน	เชิงปริมาณ : มีจำนวนสินค้าเกษตรปลอดภัยเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕๐ จากปี ๒๕๖๑ เชิงคุณภาพ : สินค้าภายในตลาดเป็นสินค้าเกษตรปลอดภัยและผ่านการตรวจสารพิษตกค้างอย่างน้อย ๑ ครั้ง	กิจกรรมหลักที่ ๑ : ดำเนินการพัฒนา ส่งเสริมตลาดการเกษตรในพื้นที่ และ พื้นที่ใกล้เคียง ให้สินค้าเกษตรมีความ ปลอดภัย	←											→	๒,๔๐๐,๐๐๐.-	คณะทำงานบริหารตลาดสาขาตลาด ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขาบางคล้า ตลาดสาขาลำพูน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒

เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

กลยุทธ์ ๒.๑

เร่งสร้างกลไกการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ (ตุลาคม ๒๕๖๑ – กันยายน ๒๕๖๒)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๑. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนผู้ผลิตสินค้า OTOP	๑.เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทยในการพัฒนาชุมชน ๒.เพื่อให้การค้าของสินค้า OTOP มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ๓.เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือกับกรมการพัฒนาชุมชนและโมเดิร์นเทรด ๔.เพื่อเพิ่มช่องทางในการหารายได้เข้าสู่องค์กร ๕. เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น	๑.ตลาดโมเดิร์นเทรด (เช่น Lotus, Big C) ๒.หน่วยงานรัฐของสังกัดกระทรวงมหาดไทย ๓.มหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัยขององค์การตลาด ๔.มหกรรมสินค้าทั่วไป	เชิงปริมาณ : จำนวนรายได้จากการขายสินค้า OTOP ไม่น้อยกว่า ๓.๘๕ ล้านบาท เชิงคุณภาพ : จำนวนสินค้า OTOP ที่นำมาจำหน่ายภายใต้ความร่วมมือขององค์การตลาด ไม่น้อยกว่า ๕๐ รายการ	กิจกรรมหลักที่ ๑ : ดำเนินการจัดหาสินค้า OTOPรายการใหม่ที่ได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์เพื่อนำไปจำหน่ายยังช่องทางต่างๆ ๑.๑ ช่องทางตลาดโมเดิร์นเทรด เช่น Lotus , Big C ๑.๒ ช่องทางหน่วยงานรัฐของสังกัดกระทรวงมหาดไทย ๑.๓ ช่องทางมหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย (Green Market By AORTOR) ขององค์การตลาด , มหกรรมสินค้าทั่วไป เช่น งาน OTOP midyear	←											→	๓,๖๐๕,๖๐๐.-	แผนกกิจการพิเศษ

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๒. โครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วนรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย	๑. เพื่อรองรับนโยบายจากรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทยในการช่วยเหลือเกษตรกรประชาชนทุกสาขาอาชีพ ๒. เพื่อให้องค์การตลาดเป็นหน่วยงานที่แข็งแกร่งภายใต้สังกัดของกระทรวงมหาดไทย ๓. เพื่อสร้างงานสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนประชาชนเกษตรกรผู้มีรายได้น้อย	องค์การตลาด สำนักงานใหญ่	เชิงปริมาณ : สามารถตอบสนองนโยบายได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : สามารถตอบสนองนโยบายได้ตามกำหนดเวลา	กิจกรรมหลักที่ ๑ : รับนโยบายจากรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ประชาชน ทุกสายอาชีพในการ ระบายสินค้าล้นตลาด ๑.๑ ดำเนินโครงการตามนโยบายที่ได้รับจากรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย ๑.๒ สรุปผลการช่วยเหลือโครงการตามนโยบาย	←											→	๒,๐๐๐,๐๐๐.-	แผนกกิจการพิเศษ
๓. โครงการมหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย (Green Market By AORTOR)	๑. เพื่อให้ประชาชนทั่วไปในท้องถิ่นได้มีโอกาสเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคราคาเป็นธรรมช่วยลดภาระค่าครองชีพ ๒. เพื่อจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการผู้ผลิตสินค้า วิสาหกิจชุมชนสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์	๔ ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ หรือภาคตะวันออก	เชิงปริมาณ : รายได้จากการดำเนินงานมหกรรม สินค้าเกษตรปลอดภัย ไม่น้อยกว่า ๗ ล้านบาท เชิงคุณภาพ : ตัวแทนที่ถูกสรรหาผ่านหลักเกณฑ์และได้รับการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์การตลาด	กิจกรรมหลักที่ ๑ : เกณฑ์การ คัดเลือกผู้ดำเนินงาน (ตัวแทน) ในโครงการ โดยใช้วิธีการคัด สรรหรือคัดเลือกผู้ร่วมดำเนินการ Organize (ตัวแทน) ๑.๑ คัดเลือกพื้นที่จัดตลาดมหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัยในภูมิภาคต่างๆ ๑.๒ คัดเลือกพื้นที่จัดตลาดมหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย ๑.๓ ประสานองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นเพื่อขอใช้พื้นที่จัดตลาดมหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย ๑.๔ ประกาศหาผู้ค้ารายย่อยเข้าร่วมโครงการ	←											→	๓,๐๐๐,๐๐๐.-	แผนตลาดและจัดส่งสินค้า

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
	เกษตรชุมชน ๓. เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรปลอดภัยได้มีการรวมกลุ่มและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ ๔. สร้างรายได้ให้กับองค์การตลาดอย่างยั่งยืน			๑.๕ ดำเนินการ ประชาสัมพันธ์การจัดงานตลาด มหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย (Green Market By AORTOR) ๑.๖ ดำเนินการ เปิดทำ การค้าตามระยะเวลาที่ ขออนุญาตใช้พื้นที่														
๔. โครงการนำสินค้าเกษตรและอาหารดิบ จำหน่ายให้กับเครือข่ายพันธมิตร	๑. เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรที่ปลูกสินค้าเกษตรให้มีช่องทางในการจำหน่าย ๒. เพื่อเป็นการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรให้กับเครือข่ายพันธมิตร	๑. เรือนจำและทัณฑสถาน ๒. โรงเรียน ๓. โรงพยาบาล ๔. หน่วยงานทหาร ๕. หน่วยราชการทั่วไป	เชิงปริมาณ : รายได้ไม่น้อยกว่า ๑๘.๕ ล้านบาท เชิงคุณภาพ : สามารถดำเนินการหา ช่องทางใหม่ในการดำเนินกิจกรรมการ จัดส่งอาหารดิบได้ไม่ต่ำกว่า ๑๐ แห่ง	กิจกรรมหลักที่ ๑ : ดำเนินการติดต่อหาแหล่งสินค้าเกษตร อาหารดิบ เพื่อนำไปเสนอเพื่อจำหน่ายยังหน่วยงานราชการ ๑.๑ ดำเนินการ จัดทำใบเสนอราคาเพื่อเสนอ ราคาให้กับหน่วยงานราชการ ๑.๒ ดำเนินการ ตรวจสอบคุณภาพการจัดส่ง สินค้าเกษตรและอาหารดิบ ๑.๓ รายงานผลการปฏิบัติงานไปยังผู้อำนวยการ	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	งบประมาณใช้ร่วมกับโครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วนรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์	แผนกตลาดและจัดส่งสินค้า

ยุทธศาสตร์ที่ ๓

สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

กลยุทธ์ ๓.๑

พัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ ๓.๒

สร้างระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ สู่ศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ทางด้านการพัฒนาตลาด

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ (ตุลาคม ๒๕๖๑ – กันยายน ๒๕๖๒)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๑.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขา	๑. เพื่อให้ตลาดสาขาขององค์การตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดและได้รับการรับรองมาตรฐาน ๒. เพื่อพัฒนาตลาดให้ถูกสุขอนามัย ๓.เพื่อเป็นศูนย์การพัฒนาผู้ประกอบการเรียนรู้ทางด้านการพัฒนาตลาด	ตลาดสาขาตลิ่งชัน จ.กรุงเทพมหานคร ตลาดสาขาบางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา ตลาดสาขาลำพูน จ.ลำพูน ตลาดสาขาปากคลอง จ.กรุงเทพมหานคร ตลาดสาขาหนองม่วง จ.ลพบุรี	เชิงปริมาณ : จำนวนตลาดสาขาผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ๕ สาขา เชิงคุณภาพ : สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์มาตรฐานได้ครบถ้วน	กิจกรรมหลักที่ ๑ : พัฒนาและปรับปรุงตลาดสาขาตามหลักเกณฑ์ประเมินมาตรฐานของแต่ตลาด ๑.๑ วางแผนพัฒนาปรับปรุงตลาดที่ยังไม่ผ่านคะแนน ตามเกณฑ์มาตรฐานในปี ๒๕๖๒ ตามข้อกำหนดของแต่ละตลาด ๑.๒ วางแผนพัฒนาปรับปรุงตลาดที่ต้องการเพิ่มคะแนน ตามเกณฑ์มาตรฐานในปี ๒๕๖๒ ตามข้อกำหนดของแต่ละตลาด	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	กิจกรรมหลักที่ ๑ งบประมาณ ๑๒๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๔ งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๕ งบประมาณ ๑๖๐,๐๐๐ .- รวม ๓๘๐,๐๐๐ บาท	ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขาบางคล้า ตลาดสาขาลำพูน ตลาดสาขาปากคลอง ตลาดสาขาหนองม่วง
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบที่เข้ารับการพัฒนาไม่น้อยกว่า ๘๐ เชิงคุณภาพ : จำนวนผู้ประกอบการตลาดสาขาได้รับการพัฒนา อย่างน้อยตลาดสาขาละ ๑ ครั้ง	กิจกรรมหลักที่ ๒ : พัฒนาผู้ประกอบการด้านสุขอนามัย ๒.๑ วางแผนการอบรมด้านสุขอนามัยแก่ผู้ประกอบการภายในตลาด	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมด้านอาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการตลาดสาขามีการปรับปรุงการดำเนินงาน อาทิ บรรจุภัณฑ์ การจัดเรียงสินค้า การทำบัญชีรายรับรายจ่าย เป็นต้น	กิจกรรมหลักที่ ๓ : พัฒนาผู้ประกอบการด้านอาชีพ ๓.๑ วางแผนการอบรมด้านอาชีพแก่ผู้ประกอบการภายในตลาด	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		
			เชิงปริมาณ :ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ได้รับการอบรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : สารมารถจัดอบรมได้ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งต่อตลาด	กิจกรรมหลักที่ ๔ : จัดอบรมผู้ประกอบการในตลาด สู่ตลาดท่องเที่ยว (ตลาดสาขาลำพูน) ๔.๑ วางแผนการจัดอบรมการตลาด						←	—	—	—	—	→		

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความเข้าใจในการฝึกอบรมและซ้อมดับเพลิง ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : มีการจัดฝึกอบรมและซ้อมดับเพลิง อย่างน้อย ๑ ครั้งต่อปี	กิจกรรมหลักที่ ๕ : จัดฝึกอบรมและซ้อมดับเพลิงตลาดสาขา ๓ สาขา - ตลาดสาขาตลิ่งชัน - ตลาดสาขาบางคล้า - ตลาดสาขาลำพูน	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		
๒. โครงการพัฒนารายได้ตลาดสาขาที่องค์การตลาดบริหารจัดการเอง	๑. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐาน ๒.เพื่อให้ผู้ประกอบการของตลาด ๓ สาขา ตระหนักและสร้างตลาดให้เป็นตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนด	ตลาดสาขาตลิ่งชัน จ.กรุงเทพมหานคร ตลาดสาขาบางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา ตลาดสาขาลำพูน จ.ลำพูน ตลาดสาขาปากคลอง จ.กรุงเทพฯ ตลาดสาขาหนองม่วง จ.ลพบุรี	เชิงปริมาณ : จำนวนตลาดสาขาผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ๕ สาขา เชิงคุณภาพ : สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์มาตรฐานได้ครบถ้วน	กิจกรรมหลักที่ ๑: วางแผนการสร้างรายได้ ๑.๑ จัดทำวางแผนการปรับแก้ไขสัญญา ๑.๒ จัดทำการปรับปรุงค่าน้ำไฟให้สะท้อนความเป็นจริงและถูกกฎหมาย ๑.๓ จัดทำบัญชีคุมแผงค้า ห้องเช่า และ มิเตอร์น้ำไฟ ๑.๔จัดทำแผนการปรับค่าเช่า ๑.๕ จัดทำมาตรการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ๑.๖ จัดทำแผนการสร้างรายได้	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	-	ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขาบางคล้า ตลาดสาขาลำพูน

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลงไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ > ตามมาตรวัด เชิงคุณภาพ : มีแผนในการลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	กิจกรรมหลักที่ ๒ : วางแผนการลด ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ๒.๑ จัดทำงบประมาณการของสาขาให้ สอดคล้อง ๒.๒ วางแผนการควบคุมการลดงบดำเนินการ	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		

ยุทธศาสตร์ที่ ๔

สร้างองค์การตลาด ๔.๐

กลยุทธ์ ๔.๑

พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศทางด้านการสร้างเครือข่ายตลาดอย่างยั่งยืน

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ (ตุลาคม ๒๕๖๑ – กันยายน ๒๕๖๒)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๑. โครงการขยายเครือข่ายความร่วมมือขององค์การตลาดและพัฒนาตลาดให้เป็นตลาด Go Green Plus	๑. ขยายความร่วมมือ ตลาดเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงทางธุรกิจแก่ตลาดเครือข่าย ๒. เพื่อพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของชุมชน ให้เกิด การสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เป็น ผู้ประกอบการที่แท้จริง ๓. เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ตลาดไม่ใช้พาชนะที่ทำมาจากโฟมและถุงพลาสติก	ตลาดในการดูแลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (องค์การตลาดร่วมมือกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและกรมการปกครองท้องถิ่น)	เชิงปริมาณ : จำนวนตลาดที่เป็นเครือข่ายความร่วมมือทั้งหมด ๓๕ แห่ง เชิงคุณภาพ : หน่วยงานเป้าหมายทั้งสองฝ่ายร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง	กิจกรรมหลักที่ ๑ : พัฒนาเกณฑ์การประเมินความพร้อมตลาดเครือข่ายความร่วมมือ ๑.๑ ดำเนินการสร้างความร่วมมือกับตลาดเครือข่าย ๑.๒ ประเมินความพร้อมตลาดเครือข่ายและจัดทำแผนพัฒนา ๑.๓ ดำเนินการพัฒนาตามแผนพัฒนาตลาดเครือข่าย	←											→	๑๐๐,๐๐๐ บาท	คณะทำงานบริหารตลาดสาขา
			เชิงปริมาณ : ๑. ตลาดที่ร่วมพัฒนาต้องลดขยะจากพลาสติกลงได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๐ ๒.ตลาดที่ร่วมพัฒนาต้องปราศจากโฟมเทียบเท่าร้อยละ ๑๐๐ เชิงคุณภาพ : ๑. มีการเก็บข้อมูลก่อนและหลังเริ่มโครงการ	กิจกรรมหลักที่ ๒ : รณรงค์เลิกใช้โฟม และลดการใช้พลาสติกภายในตลาดที่อยู่ในตลาดเครือข่ายความร่วมมือ	←											→		

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ๑.จำนวนร้านค้า Green Shop ไม่ต่ำกว่า ๓๕ ร้าน ๒. จำนวนร้านค้า Organic Shop ไม่ต่ำกว่า ๑๐ ร้าน เชิงคุณภาพ : ๑.สินค้าที่อยู่ใน Green Shop ต้องมีมาตรฐานอย่างน้อย GAP หรือ Q Sign หรือมาตรฐานอื่นใดที่เทียบเท่า ๒. สินค้าที่อยู่ใน Organic Shop ต้องมีการรับรองมาตรฐานสินค้าออร์แกนิค อาทิ IFOAM, Organic Thailand, PGS หรือมาตรฐานอื่นใดที่เทียบเท่า	กิจกรรมหลักที่ ๓ : ดำเนินการส่งเสริมตลาดในเครือข่ายความร่วมมือให้มี Green Shop และ Organic Shop	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		
๒. โครงการจัดทำดัชนีราคาสินค้า ตลาดสดขององค์การตลาด	๑. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดทำดัชนี ๒. มีระบบฐานข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้าที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	สำนักงานใหญ่ องค์การตลาด	เชิงปริมาณ : ดำเนินการตามแผนได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ตามมาตรวัด เชิงคุณภาพ : จัดทำผังขั้นตอนแล้วเสร็จภายในไตรมาสแรก	กิจกรรมหลักที่ ๑ : จัดทำแผนผังขั้นตอนกระบวนการจัดทำดัชนีราคาสินค้าตลาดสด ๑.๑ พัฒนาหน้า website องค์การตลาดในการรายงานดัชนีราคาและประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานต่างๆ	←	—	→										-	แผนกสารสนเทศ

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
	ตลอดเวลา ๓. สามารถลดขั้นตอนการให้บริการข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการทั้งภาครัฐและเอกชน ๔. มีโปรแกรมตรวจสอบประมวลผล และรายงานดัชนีเศรษฐกิจการค้าที่ทันสมัยตามมาตรฐาน สากล			๑.๒ สรุปผลการปฏิบัติงานเสนอผู้อำนวยการองค์การตลาด														

ยุทธศาสตร์ที่ ๕

ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

กลยุทธ์ ๕.๑

พัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กลยุทธ์ ๕.๒

พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ (ตุลาคม ๒๕๖๑ – กันยายน ๒๕๖๒)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
๑. โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธรรมาภิบาล	๑. เพื่อพัฒนาความรู้เพิ่มศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานในการดำเนินงานที่มีคุณธรรมและความโปร่งใส จนสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนาจนเกิดเป็นกลไกที่นำไปสู่การยกระดับคุณธรรมและความโปร่งใสของ อต. ๒. เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างช่องทางให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการตรวจสอบดูแลการดำเนินงานขององค์การตลาด เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการสร้างคุณธรรมและความโปร่งใสร่วมกัน ๓. เพื่อส่งเสริมให้หลักธรรมาภิบาล คุณธรรม จริยธรรม และความโปร่งใส ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร	องค์การตลาด	เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานในการจัดกิจกรรมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : มีสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้านการกำกับกิจการที่ดีของ อต.	กิจกรรมหลักที่ ๑ : จัดกิจกรรมประกวดสื่อเพื่อเผยแพร่การกำกับกิจการที่ดีขององค์การตลาดด้านต่างๆอาทิ ด้านธรรมาภิบาล ด้านความโปร่งใส ด้านคุณธรรมจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อม	←	→											กิจกรรมหลักที่ ๑ งบประมาณ ๑๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๒ งบประมาณ ๓๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๓ งบประมาณ –ไม่มี- กิจกรรมหลักที่ ๔ งบประมาณ ๓๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๕ งบประมาณ ๕๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๖ งบประมาณ ๓๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๗ งบประมาณ ๒๕๐,๐๐๐.- รวมทั้งสิ้น ๔๐๐,๐๐๐ บาท	แผนกบริหารบุคคล

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานในการจัดกิจกรรมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : จัดกิจกรรมประกาศเจตนารมณ์ต้านการทุจริตในวันคล้ายวันสถาปนา อต.ประสบผลสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด	กิจกรรมหลักที่ ๒ : จัดกิจกรรมประกาศเจตนารมณ์ ต้านทุจริตในวันคล้ายวัน สถาปนา อต.		↔												
			เชิงปริมาณ : ร้อยละของการรับรู้คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประจำปี ๒๕๖๒ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : ดำเนินการเผยแพร่คู่มือภายในไตรมาสแรกปีงบประมาณ ๒๕๖๒	กิจกรรมหลักที่ ๓ : เผยแพร่คู่มือ และสื่อตามช่องทางขององค์การตลาด		↔	↔											
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานในการจัดกิจกรรม	กิจกรรมหลักที่ ๔ : จัดกิจกรรมตลาดสาขาทำบุญตักบาตรวันสำคัญทางศาสนา						↔		↔		↔				

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			โครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : จัดกิจกรรมตลาดสาขาทำบุญตักบาตรวันสำคัญทางศาสนาประสบผลสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด																
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานในการจัดกิจกรรมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : จัดกิจกรรมฟังเทศน์ฟังธรรม สนง. ใหญ่ในวันสำคัญทางศาสนา ประสบผลสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด	กิจกรรมหลักที่ ๕ : จัดกิจกรรมฟังเทศน์ ฟังธรรม สนง. ใหญ่ในวันสำคัญทางศาสนา						↔		↔		↔				
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการจัดกิจกรรมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐	กิจกรรมหลักที่ ๖ : จัดกิจกรรมอบรมพัสดุให้กับเจ้าหน้าที่พัสดุ และทุกแผนกในองค์กร			←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงคุณภาพ : จัดกิจกรรมอบรมพัสดุให้กับเจ้าหน้าที่พัสดุ และทุกแผนกในองค์กร ประสบผลสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด															
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการจัดกิจกรรมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : จัดกิจกรรมอบรมส่งเสริมธรรมาภิบาลและสร้างความรู้ความเข้าใจในการกำกับดูแลกิจการที่ดีแล้วเสร็จ ตามระยะเวลาที่กำหนด	กิจกรรมหลักที่ ๗ : จัดกิจกรรมอบรมส่งเสริมธรรมาภิบาล และสร้างความรู้ความเข้าใจในการกำกับดูแลกิจการที่ดี									↔					
๒. โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๑. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ด้านการตลาด อต. ที่ได้ดำเนินการมาระยะเวลา ๖๔ ปี ๒. เพื่อกระตุ้นการสร้างการรับรู้ จดจำภารกิจที่ อต. ดำเนินงาน ๓. เพื่อสร้างกระแส	องค์การตลาด สำนักงานใหญ่	เชิงปริมาณ : ร้อยละของบุคลากรที่รับรู้และเข้าใจทิศทางองค์กร ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : ผลิตบทความผู้บริหาร จำนวน ๑๒ ครั้ง	กิจกรรมหลักที่ ๑ : โครงการผลิตและเผยแพร่บทความจากผู้บริหาร	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	กิจกรรมหลักที่ ๑ งบประมาณ.-ไม่มี- กิจกรรมหลักที่ ๒ งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๓ งบประมาณ ๑,๐๐๐,๐๐๐.- กิจกรรมหลักที่ ๔ งบประมาณ ๗๐๐,๐๐๐.-	แผนกประชาสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
	การพัฒนาตลาด ๔.๐ ตลาดอาหารปลอดภัย และการพัฒนาตลาดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นภายในพื้นที่ตลาดสาขา ๔.เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรกับชุมชน และภาคีเครือข่ายการพัฒนาตลาด อต. สร้างการรับรู้ เข้าใจ และยอมรับองค์กรโดยเห็นความแตกต่างและเห็นความสำคัญในการพัฒนาตลาดสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง																กิจกรรมหลักที่ ๕ งบประมาณ ๑๕๐,๐๐๐.- งบสำรอง อื่นๆ งบประมาณ ๕๐,๐๐๐.- รวมทั้งสิ้น ๒,๐๐๐,๐๐๐.-	
			เชิงปริมาณ : จำนวนผู้รับชมโครงการ ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ครั้ง ตลอดระยะเวลา ต.ค.๖๑–ก.ย.๖๒ เชิงคุณภาพ : ร้อยละความสำเร็จในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ๑๒ บทความที่ครบถ้วนตรงตามเวลาที่กำหนด	กิจกรรมหลักที่ ๒ : โครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์ รายการรักใคร่ให้กินกรีน และผลิตบทความหรือภาพ Info graphic เกร็ดความรู้ต่างๆ ด้านตลาดอาหารปลอดภัย	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→			

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ร่วมโครงการจัดสื่อกิจกรรม Event “รักใครให้กินกรีน ออน ทัวร์” ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ เชิงคุณภาพ: จำนวนครั้งของการจัดกิจกรรม Event “รักใครให้กินกรีน ออน ทัวร์” อย่างน้อย ๖ ครั้ง	กิจกรรมหลักที่ ๓ : โครงการจัดสื่อกิจกรรม Event “รักใครให้กินกรีน ออน ทัวร์”	←	—	—	—	—	→							
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความร่วมมือของสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวสารไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐ เชิงคุณภาพ : จำนวนครั้งของการเข้าพบสื่อมวลชนภายใต้โครงการสื่อมวลชนสัญจร จำนวน ๓๐ สื่อ	กิจกรรมหลักที่ ๔ : โครงการสื่อมวลชนสัญจร	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→		
			เชิงปริมาณ :ร้อยละความพึงพอใจในหนังสือรายงานประจำปีของผู้มี	กิจกรรมหลักที่ ๕ : โครงการจัดทำรายงานประจำปี			←	—	—	—	→							

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			ส่วนเกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๗๐ เชิงคุณภาพ : สามารถเผยแพร่ได้ภายใน ไตรมาสสอง (งบการเงินก่อน สตง รับรอง)															
๓. โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	๑.เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ๒.เพื่อพัฒนาระบบนิเวศให้ยั่งยืน ๓.เพื่อแบ่งปันองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญให้กับสังคมและสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ ๔.เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย	องค์การตลาด	เชิงปริมาณ : คะแนนการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐ เชิงคุณภาพ: ดำเนินการตามโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สำเร็จภายในปี ๒๕๖๒	กิจกรรมหลักที่ ๑ : โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ๑.๑ โครงการฝึกอบรมวิชาชีพเสริมรายได้ชุมชนองค์การตลาด (ตลาดสาขาตลิ่งชัน) ๑.๒ โครงการตลาดบางคล้าฝึกอบรมการแปรรูปปลา (ตลาดสาขาบางคล้า) ๑.๓ โครงการอบรมการตลาดสู่ตลาดท่องเที่ยว (ตลาดสาขาลำพูน) ๑.๔ โครงการอาหารปลอดภัย(ตลาดสาขาหนองม่วง) ๑.๕ โครงการตรวจสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในผักสด (ปากคลองตลาด) ๑.๖ โครงการอื่นๆ ตามนโยบาย	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	ใช้งบประมาณรวมกับโครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร จำนวน ๕๐๐,๐๐๐.-	แผนกประชาสัมพันธ์
๔.โครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง สคร.	๑.เพื่อเป็นการบริหารจัดการภายในขององค์การตลาดให้มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์การประเมินผลการ	องค์การตลาด สำนักงานใหญ่	เชิงปริมาณ : การประเมินผลการดำเนินงานประจำปีบัญชี ๒๕๖๒ ได้คะแนนไม่น้อยกว่า ๓.๕	กิจกรรมหลักที่ ๑: การบริหารจัดการองค์กร ๑.๑ ด้านบทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ - การจัดประชุมคณะกรรมการและการปฏิบัติหน้าที่ของ	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	งบประมาณด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ๑,๐๙๐,๐๐๐.-	แผนกประชุมและยานพาหนะ แผนกบริหารความเสี่ยง แผนกควบคุมภายใน

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
	ดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ๒.เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการพื้นฐานในการบริหารจัดการภายในองค์กร		เชิงคุณภาพ : ทั้ง ๖ แผนก สามารถปฏิบัติการตามแผนสำเร็จในปี ๒๕๖๒	คณะกรรมการ - การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการ ๑.๒ ด้านบริหารความเสี่ยง - จัดทำ GRC อต. (Governance, Risk and Compliance) โดยมีองค์ประกอบดังนี้ IT,ITG,BCP,BCM , ความสอดคล้องกับ ISO ๒๗๐๐๑ - การเสริมสร้างการบริหารความเสี่ยงให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร (Risk Revise & Culture) ๑.๓ ด้านการควบคุมภายใน - การทบทวนการจัดวางระบบการควบคุมภายใน ๑.๔ การตรวจสอบภายใน (แผนปฏิบัติการของแผนกตรวจสอบภายในจะขึ้นตรงกับผู้อำนวยการและคณะกรรมการตรวจสอบ) ๑.๕ ด้านการบริหารจัดการสารสนเทศ - พัฒนามาตรฐานความปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นของระบบสารสนเทศ ๑.๖ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล - ทบทวนการปฏิบัติงานในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ที่ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย - การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ														แผนกตรวจสอบภายใน แผนกสารสนเทศ แผนกบริหารบุคคล

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
				พนักงาน อต. (Personal Value Added) - การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยค่านิยมหลักขององค์กร (Core Value) - การสร้างองค์กรแห่งความสุข ๘ ประการ (๘ Happy Workplace) - พัฒนาและนำมาใช้จริงของระบบสารสนเทศที่ใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคล (HRIS Development and Implementation)														