

องค์การตลาด (อต.) กระทรวงมหาดไทย



แผนปฏิบัติการ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

28 พฤษภาคม 2561 (ฉบับทบทวน)

บทนำ

ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. 2496 ประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2496 ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทย โดยมีพันธกิจ ส่งเสริมตลาดสาขาขององค์การตลาดให้เป็นศูนย์รวมและการกระจายสินค้า ผลผลิตทางการเกษตรและสินค้าชุมชนของพื้นที่ และเชื่อมโยงกับท้องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการตลาดให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ตลอดจนสามารถบริหารจัดการการกระจายสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยรวมถึงการสร้างพันธมิตรเครือข่าย และพัฒนาการบริหารจัดการภายในให้มีประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนองค์การตลาดสู่วิสัยทัศน์ “องค์การตลาดเป็นกลไกหลักของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายตลาดที่ได้มาตรฐานในการกระจายและจำหน่ายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การตลาด เป็นไปตามแผนวิสาหกิจขององค์การตลาดในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) และตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ประจำปีบัญชี 2561 จึงได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ 2561 สำหรับในการดำเนินงานขององค์การตลาด

สารบัญ

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2561	1
วิสัยทัศน์.....	1
พันธกิจ.....	1
เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	1
วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	2
กรอบยุทธศาสตร์	2
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามกรอบการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2561.....	3
แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561.....	5
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	9
โครงการพัฒนาลาดดั้งเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย.....	10
โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย.....	12
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ.....	13
โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP	14
โครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วน กระทรวงมหาดไทย.....	15
โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงาน มหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย (Green Market By AORTOR)	15
โครงการ การเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจจัดส่งอาหารดิบ	17
ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ	19
โครงการพัฒนาลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขา	20
โครงการพัฒนารายได้ตลาดสาขาที่องค์กรตลาดบริหารจัดการเอง	23
ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การตลาด 4.0	24
โครงการขยายเครือข่ายความร่วมมือขององค์การตลาด	25
ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน	27
โครงการพัฒนาระบบ EIS	28
โครงการพัฒนาบุคลากรตามสายอาชีพของ อด.....	29
โครงการสร้างภาพลักษณ์องค์กร	30
โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธรรมาภิบาล	31
โครงการ การบริหารจัดการองค์กร	33
โครงการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการดำเนินงานภายในองค์กร	33

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2561

แผนปฏิบัติการขององค์การตลาดประจำปีงบประมาณ 2561 และในระยะ 5 ปีของ อต. (พ.ศ. 2561 - 2565) มุ่งเน้นสู่การเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในสร้างกลไกหลักของในการพัฒนาตลาดสู่เศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายตลาดที่ได้มาตรฐานในการกระจายและจำหน่ายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน และมีการทำงานเชิงการประสานงานและบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหมายถึงหน่วยงานภาครัฐ เอกชน เกษตรกร รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินของตลาดให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์

“องค์การตลาดเป็นกลไกหลักของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายตลาดที่ได้มาตรฐานในการกระจายและจำหน่ายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน”

พันธกิจ

1. ส่งเสริมให้ตลาดสาขาขององค์การตลาดเป็น "ศูนย์กลาง" การกระจายสินค้าเกษตร และสินค้าชุมชนของพื้นที่ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว
2. เป็นผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการตลาดให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้
3. บริหารจัดการการกระจายสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยรวมถึงการสร้างพันธมิตรเครือข่าย
4. พัฒนาการบริหารจัดการภายในให้มีประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนองค์การตลาดสู่วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. บุคลากรขององค์การตลาดสามารถขับเคลื่อนองค์การเข้าสู่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์
2. มีการนำฐานข้อมูลและทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลักดันเศรษฐกิจฐานราก และสร้างรายได้แก่องค์กร
3. เสริมสร้างตลาดสาขาขององค์การตลาด และตลาดชุมชนตามท้องถิ่นต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน สามารถดึงดูดผู้ซื้อผู้ขาย และนักท่องเที่ยว โดยเป็นที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการตลาด พร้อมกับพัฒนาศูนย์การเรียนรู้
4. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับภาครัฐและเอกชน เพื่อก่อให้เกิดการร่วมมือในการพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่อง ใช้เครือข่ายทั่วประเทศของกระทรวงมหาดไทยให้เป็นประโยชน์ทางด้านข้อมูล และโลจิสติกส์
5. องค์การตลาดเพิ่มช่องทางการค้าขายทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มช่องทางการค้าขายออนไลน์

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

1. จัดสร้างตลาดสาธารณะให้เพียงพอแก่ความต้องการ
2. ปรับปรุงตลาดสาธารณะที่มีอยู่แล้วให้ถูกสุขลักษณะและทันสมัย
3. ส่งเสริมตลาดเอกชน
4. จัดและส่งเสริมการผลิตโคกภักดิ์ให้พอแก่ความต้องการของตลาด
5. จัดการขนส่งโคกภักดิ์ไปสู่ตลาดให้เป็นไปโดยสะดวก
6. จัดดำเนินการ ควบคุมและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับตลาดขององค์การ

กรอบยุทธศาสตร์

เพื่อให้สามารถดำเนินการบรรลุตาม วัตถุประสงค์ พันธกิจ ของการดำเนินงานขององค์การตลาด โดยให้มีความสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2560-2564 และแผนวิสาหกิจขององค์การตลาดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) จึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 5 ข้อ คือ

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย
- ยุทธศาสตร์ที่ 2. เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ
- ยุทธศาสตร์ที่ 3. สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ
- ยุทธศาสตร์ที่ 4. สร้างองค์การตลาด 4.0
- ยุทธศาสตร์ที่ 5. ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามกรอบการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2561

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
1. พัฒนาการตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย ผ่านตลาดสาขาขององค์การตลาด	1.1 ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	อย่างน้อย 1 ตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
2. สร้างกลไกผ่านกระบวนการเครือข่ายประชารัฐ เพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก	2.1 ระดับความสำเร็จในการเป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก	ดำเนินการ 2 โครงการตามแผนงาน ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ร้อยละ 100

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
3. ตลาดได้รับการพัฒนาตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถขับเคลื่อนตลาดให้เป็นแหล่งการเรียนรู้	3.1 จำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย 3.2 กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน (EBITDA)	- ระดับดีมาก ตลาดสาขาหนองม่วง และลำพูน - ระดับเพชร ตลาดสาขาปากคลองตลาด และตลิ่งชัน - ระดับผ่าน ตลาดสาขาบางคล้า - มีรายได้ไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การตลาด 4.0

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
4. องค์การตลาดเกิดการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม จนเป็นองค์กรต้นแบบของการพัฒนาสู่ Market 4.0	4.1 ระดับความสำเร็จในการขยายตลาดเครือข่ายความร่วมมือของกระทรวงมหาดไทย	- จำนวนตลาดที่เป็นเครือข่ายความร่วมมือกับกรมพัฒนาชุมชน และกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จำนวน 15 แห่ง

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
5. พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในให้เกิดประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนมีธรรมาภิบาล และมีระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินขององค์กรและบุคลากร	ระดับความสำเร็จในการบริหารจัดการภายในองค์กร	คะแนนการประเมินภาพรวมการบริหารจัดการองค์กร ไม่น้อยกว่าระดับ 3
	5.1 บทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ (องค์การตลาด)	
	5.2 การบริหารความเสี่ยง	
	5.3 การควบคุมภายใน	
	5.4 การตรวจสอบภายใน	
	5.5 การบริหารจัดการสารสนเทศ	
	5.6 การบริหารทรัพยากรบุคคล	

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย (งบประมาณ 99,994,000 บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
1. พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย ผ่านตลาดสาขาขององค์การตลาด	ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	อย่างน้อย 1 ตลาด	1.1 เร่งพัฒนาจากตลาดดั้งเดิมเพื่อให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย และมีการซื้อขายผ่านตลาดสาขาองค์การตลาด	1. โครงการพัฒนาตลาดเดิมให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย
				1.1 โครงการศูนย์กระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย กรุงเทพมหานคร สาขาตลิ่งชัน งบประมาณ 42,411,000 บาท (ตลาดสาขาตลิ่งชัน)
				1.2 โครงการศูนย์กระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยภาคตะวันออก ตลาดสาขาบางคล้า จังหวัด ฉะเชิงเทรา งบประมาณ 31,797,000 บาท (ตลาดสาขาบางคล้า)
				1.3 โครงการศูนย์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตลาดสาขาลำพูน จังหวัดลำพูน งบประมาณ 25,386,000 บาท (ตลาดสาขาลำพูน)
				2. โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย งบประมาณ 400,000 บาท (คณะทำงานบริหารตลาดสาขา) (ตลาดสาขาทั้ง 3 ตลาด)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ
(งบประมาณ 5,105,600 บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
2. สร้างกลไกผ่านกระบวนการเครือข่ายประชารัฐเพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก	ระดับความสำเร็จในการเป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก	ดำเนินการ 2 โครงการตามแผนงานที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ร้อยละ 100	2.1 เร่งสร้างกลไกการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก	1. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP งบประมาณ 3,105,600บาท (แผนกกิจการพิเศษ)
				2. โครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วน กระทรวงมหาดไทย งบประมาณ 2,000,000บาท (แผนกกิจการพิเศษ)
				3. โครงการมหกรรมสินค้าอาหารปลอดภัย Green Market By AORTOR งบประมาณ -ไม่มี- (แผนกตลาดและจัดส่งสินค้า)
				4. โครงการ การเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจจัดส่งอาหารดิบ งบประมาณ -ไม่มี- (แผนกตลาดและจัดส่งสินค้า)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ
(งบประมาณ 330,000 บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
3. ตลาดได้รับการพัฒนาตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถขับเคลื่อนตลาดให้เป็นแหล่งการเรียนรู้	-จำนวนตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานสุขอนามัย -กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน (EBITDA)	- ระดับดีมาก ตลาดสาขา หนองม่วง และ ลำพูน - ระดับเพชร ตลาดสาขา ปากคลองตลาด และตลิ่งชัน - ระดับผ่าน ตลาดสาขาบาง คล้า -มีรายได้ไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท	3.1 พัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐาน 3.2 สร้างระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ศูนย์การเรียนรู้ 3.3 รายได้จากตลาดสาขา	1.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขา งบประมาณ 330,000 บาท (คณะทำงานบริหารตลาดสาขา) (ตลาดสาขาทั้ง 5 สาขา)
				2. โครงการพัฒนารายได้ตลาดสาขา ที่องค์การตลาดบริหารจัดการเอง งบประมาณ -ไม่มี- (ตลาดสาขาทั้ง 3 สาขา)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การตลาด 4.0 (งบประมาณ 100,000 บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
4. องค์การตลาด เกิดการพัฒนาด้าน เทคโนโลยีและ นวัตกรรม จนเป็น องค์กรต้นแบบของ การพัฒนาสู่ Market 4.0	ระดับความสำเร็จใน การขยายตลาด เครือข่ายความ ร่วมมือของ กระทรวงมหาดไทย	จำนวนตลาดที่เป็น เครือข่ายความ ร่วมมือกับกรม พัฒนาชุมชน และ กรมส่งเสริมการ ปกครองท้องถิ่น จำนวน 15 แห่ง	4.1 พัฒนา องค์กรสู่ความ เป็นเลิศ ทางด้านการ สร้างเครือข่าย ตลาดอย่าง ยั่งยืน	1. โครงการขยายเครือข่ายความ ร่วมมือขององค์การตลาด งบประมาณ 100,000 บาท (คณะทำงานบริหารตลาดสาขา)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน (งบประมาณ 6,080,000 บาท)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
5. พัฒนาระบบ บริหารจัดการภายใน ให้เกิดประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืนมีธรรมา ภิบาล และมีระบบ การถ่ายทอดองค์ ความรู้ เพื่อใช้ ประโยชน์ในการ ดำเนินงานของ องค์กรและบุคลากร	ระดับความสำเร็จใน การบริหารจัดการ ภายในองค์กร 5.1 บทบาทของ คณะกรรมการ รัฐวิสาหกิจ (องค์การตลาด) 5.2 การบริหาร ความเสี่ยง 5.3 การควบคุม ภายใน 5.4 การตรวจสอบ ภายใน 5.5 การบริหาร จัดการสารสนเทศ 5.6 การบริหาร ทรัพยากรบุคคล	คะแนนการ ประเมินภาพรวม การบริหาร จัดการองค์กร ไม่ น้อยกว่าระดับ 3	5.1 พัฒนาระบบ การกำกับดูแล กิจการที่ดี 5.2 พัฒนาระบบ การบริหาร จัดการองค์กรให้ มีประสิทธิภาพ	1. โครงการพัฒนาระบบ EIS งบประมาณ -ไม่มี- (แผนกสารสนเทศ) 2. โครงการพัฒนาบุคลากร ตามสายอาชีพของ อด. งบประมาณ 800,000 บาท (แผนกบริหารบุคคล) 3. โครงการสร้างภาพลักษณ์ องค์กร งบประมาณ 2,000,000 บาท (แผนกประชาสัมพันธ์) 4. โครงการพัฒนาระบบการ บริหารจัดการธรรมาภิบาล งบประมาณ 400,000 บาท (แผนกบริหารบุคคล) 5. โครงการ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการบริหาร จัดการองค์กรตามแนวทาง สคร.งบประมาณ -ไม่มี- (แผนกประชุมและยานพาหนะ) (แผนกบริหารความเสี่ยง) (แผนกควบคุมภายใน) (แผนกตรวจสอบภายใน) (แผนกสารสนเทศ) (แผนกบริหารบุคคล)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ
				6. โครงการ การบริหารลด ค่าใช้จ่ายภายในองค์กร งบประมาณ-ไม่มี- (ทุกแผนก)

ยุทธศาสตร์ที่ 1

พัฒนาตลาดดั้งเดิมเป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

กลยุทธ์ 1.1

เร่งพัฒนาจากตลาดดั้งเดิม เพื่อให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย และมีการซื้อขายผ่าน
ตลาดสาขาองค์การตลาด

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย	พค	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงปริมาณ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในมาตรฐานตลาดขององค์การตลาด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 เชิงคุณภาพ : คณะกรรมการองค์การตลาดอนุมัติมาตรฐานขององค์การตลาด	กิจกรรมหลักที่ 4 : กำหนดแนวทางในการจัดทำมาตรฐานตลาดขององค์การตลาด	←													
2.โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	1. เพื่อเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงสินค้าและกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย และสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง 2. เพื่อให้เป็นตลาดที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของสินค้าเกษตรปลอดภัย	ตลาดสาขาตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพฯ ตลาดสาขา บางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดสาขา ลำพูน จังหวัดลำพูน	เชิงปริมาณ : มีจำนวนสินค้าเกษตรปลอดภัยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 50 เชิงคุณภาพ : สินค้าภายในตลาดเป็นสินค้าเกษตรปลอดภัย และมีคุณภาพ	กิจกรรมหลักที่ 1 : ดำเนินการพัฒนาส่งเสริมตลาดการเกษตรในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียง ให้สินค้าเกษตรมีความปลอดภัย 1.1 วางแผนการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	←											400,000 บาท	คณะทำงานบริหารตลาดสาขา ตลาดสาขาตลิ่งชัน ตลาดสาขา บางคล้า ตลาดสาขา ลำพูน	

ยุทธศาสตร์ที่ 2

เป็นกลไกผลักดันเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางตลาดกายภาพ

กลยุทธ์ 2.1

เร่งสร้างกลไกการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561)

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
1. โครงการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP	1.เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทยในการพัฒนาชุมชน 2.เพื่อให้การค้าของสินค้า OTOP มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน 3.เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือกับกรมการพัฒนาชุมชนและโมเดิร์นเทรด 4.เพื่อเพิ่มช่องทางในการหารายได้เข้าสู่องค์กร 5.เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น	ตลาดโมเดิร์นเทรด (เช่น Lotus, Foodland, Big C)	เชิงปริมาณ : จำนวนสินค้า OTOP ที่นำมาจำหน่ายไม่น้อยกว่า 28 รายการ เชิงคุณภาพ : เกษตรกรในชุมชนผู้ผลิตสินค้า OTOP สามารถมีช่องทางจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	กิจกรรมหลักที่ 1 : ดำเนินการจัดการสินค้า OTOP รายการใหม่ที่มาตรฐานตามหลักเกณฑ์ของตลาดโมเดิร์นเทรด 1.1 ติดต่อกับเทรดเดอร์จังหวัดเพื่อขออนุญาตอย่างสินค้ามาคัดเลือก 1.2 คัดเลือกสินค้าที่ได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์ของ Modern Trade ที่ได้กำหนดไว้ 1.3 นำสินค้าที่คัดเลือกและผ่านมาตรฐาน รายการใหม่ไปเสนอขาย Lotus ,Big C ,Foodland 1.4 ทำการตกลงตามเงื่อนไขในการทำ การซื้อขายร่วมกันและเริ่มดำเนินการซื้อขายระหว่างองค์การตลาดและ Lotus ,Big C ,Foodland													3,105,600 บาท	แผนก กิจการ พิเศษ

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
2. โครงการตอบสนองนโยบายเร่งด่วนกระทรวงมหาดไทย	1. เพื่อรองรับนโยบายจากกระทรวงมหาดไทยในการช่วยเหลือเกษตรกรประชาชนทุกสาขาอาชีพ 2. เพื่อให้องค์การตลาดกระทรวงมหาดไทยเป็นหน่วยงานที่แข็งแกร่งภายใต้สังกัดของกระทรวงมหาดไทย 3. เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน ประชาชนเกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย	องค์การตลาดสำนักงานใหญ่ ตลาดสาขา 3 สาขา	เชิงปริมาณ : จำนวนโครงการที่ อด.ช่วยระบายสินค้าล้นตลาดไม่น้อยกว่า 2 โครงการ เชิงคุณภาพ : เกษตรกร ประชาชนได้รับการช่วยเหลือจาก อด.	กิจกรรมหลักที่ 1 : รับนโยบายจากกระทรวงมหาดไทยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ประชาชน ทุกสาขาอาชีพในการระบายสินค้าล้นตลาด 1.1 ดำเนินโครงการตามนโยบายที่ได้รับจากกระทรวงมหาดไทย	←											2,000,000 บาท	แผนกกิจการพิเศษ	
			เชิงปริมาณ : สรุปผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของกระทรวงมหาดไทยครบทุกโครงการที่ได้รับมอบหมาย เชิงคุณภาพ : สามารถดำเนินการตามนโยบายเร่งด่วนได้ครบตามที่ได้รับมอบหมาย	กิจกรรมหลักที่ 2 : สรุปผลการช่วยเหลือโครงการตามนโยบาย	←													
3. โครงการมหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย (Green Market By AORTOR)	1. เพื่อให้ประชาชนทั่วไปในท้องถิ่นได้มีโอกาสเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคราคาถูก เป็นธรรม ช่วยลดภาระค่าครองชีพ	4 ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้หรือภาค	เชิงปริมาณ : ดำเนินการจัดทำเกณฑ์การคัดสรรหรือคัดเลือกผู้ดำเนินงาน 1 หลักเกณฑ์	กิจกรรมหลักที่ 1 : เกณฑ์การคัดเลือกผู้ดำเนินงาน (ตัวแทน) ในโครงการ โดยใช้วิธีการคัดสรรหรือคัดเลือกผู้ร่วมดำเนินการ Organize (ตัวแทน)				←								-	แผนตลาดและจัดส่งสินค้า	

ยุทธศาสตร์ที่ 3

สร้างมาตรฐานตลาดต้นแบบและเป็นศูนย์การเรียนรู้การสร้างตลาดกายภาพ

กลยุทธ์ 3.1

พัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ 3.2

สร้างระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ สู่ศูนย์การพัฒนาการเรียนรู้ทางการพัฒนาตลาด

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
1.โครงการพัฒนาตลาดสาขาและมาตรฐานตลาดสาขา	1. เพื่อให้ตลาดสาขาขององค์การตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดและได้รับการรับรองมาตรฐาน 2. เพื่อพัฒนาตลาดให้ถูกสุขอนามัย 3. เพื่อเป็นศูนย์การพัฒนาผู้ประกอบการเรียนรู้ทางการพัฒนาตลาด	ตลาดสาขาลี้ซัน จ.กรุงเทพมหานคร ตลาดสาขาบางลำภู จ.ฉะเชิงเทรา ตลาดสาขาลำพูน จ.ลำพูน ตลาดสาขาปากคลอง จ.กรุงเทพมหานคร ตลาดสาขาหนองม่วง จ.ลพบุรี	เชิงปริมาณ : จำนวนตลาดสาขาผ่านเกณฑ์มาตรฐาน 5 สาขา เชิงคุณภาพ : สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์มาตรฐานได้ครบถ้วน	กิจกรรมหลักที่ 1 : พัฒนาและปรับปรุง ตลาดสาขา ตามหลักเกณฑ์ประเมินมาตรฐาน ของแต่ละตลาด 1.1 วางแผนพัฒนาปรับปรุง ตลาดที่ยังไม่ผ่านคะแนน ตามเกณฑ์มาตรฐานในปี 2560 ตามข้อกำหนด ของแต่ละตลาด 1.2 วางแผนพัฒนาปรับปรุง ตลาดที่ต้องการเพิ่มคะแนน ตามเกณฑ์มาตรฐานในปี 2560 ตามข้อกำหนด ของแต่ละตลาด 1.3 วางแผนงบประมาณ ในส่วนการพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐาน	←												รวม 330,000 บาท กิจกรรมหลักที่ 1 งบประมาณ 120,000บาท กิจกรรมหลักที่ 4 งบประมาณ 50,000บาท กิจกรรมหลักที่ 5 งบประมาณ 160,000บาท	ตลาดสาขาลี้ซัน ตลาดสาขาบางลำภู ตลาดสาขาลำพูน ตลาดสาขาปากคลอง ตลาดสาขาหนองม่วง

ยุทธศาสตร์ที่ 4

สร้างองค์การตลาด 4.0

กลยุทธ์ 4.1

พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศทางด้านการสร้างเครือข่ายตลาดอย่างยั่งยืน

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561)

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
1.โครงการขยายเครือข่ายความร่วมมือขององค์การตลาด	1. ขยายความร่วมมือตลาดเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงทางธุรกิจแก่ตลาดเครือข่าย 2. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เป็นผู้ประกอบการที่แท้จริง	ตลาดในการดูแลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (องค์การตลาดร่วมมือกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและกรมการปกครองท้องถิ่น)	เชิงปริมาณ : องค์การตลาดมีเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความพร้อมตลาด อย่างน้อย 1 ด้าน เชิงคุณภาพ : องค์การตลาดมีเกณฑ์ในการประเมินตลาดที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการองค์การตลาด	กิจกรรมหลักที่ 1 : พัฒนาเกณฑ์การประเมินความพร้อมตลาดเครือข่ายความร่วมมือ	←											100,000 บาท	คณะกรรมการบริหารตลาดสาขา	
			เชิงปริมาณ : จำนวนตลาดที่เป็นเครือข่ายความร่วมมือทั้งหมด 15 แห่ง เชิงคุณภาพ : หน่วยงานทั้งสองฝ่ายร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง	กิจกรรมหลักที่ 2 : ดำเนินการสร้างความร่วมมือกับตลาดเครือข่าย				←										
			เชิงปริมาณ : ตลาดเครือข่ายความร่วมมือผ่านการประเมินความพร้อมอย่างน้อย 15 แห่ง	กิจกรรมหลักที่ 3 : ประเมินความพร้อมตลาดเครือข่ายและจัดทำแผนพัฒนา							←							

ยุทธศาสตร์ที่ 5

ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน

กลยุทธ์ 5.1

พัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กลยุทธ์ 5.2

พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561)
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			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.		
1.โครงการพัฒนาระบบ EIS	1.เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นรูปแบบ INTRANET SYSTEM 2.เพื่อให้องค์กรมีระบบการบริหารจัดการข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงกันทุกแผนก 3.เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบการนำเสนอข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจผู้บริหาร (EIS)	องค์การตลาด	เชิงปริมาณ : มีแผนงานในการดำเนินการปรับปรุงอย่างน้อย 1 แผนงาน เชิงคุณภาพ : สามารถบูรณาการระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นรูปแบบเดียวกัน	กิจกรรมหลักที่ 1 : กำหนดแผนการดำเนินงานในการพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กร 1.1 ด้านบริหารความเสี่ยง 1.2 ด้านควบคุมภายใน 1.3 ด้านติดตามและประเมินผล 1.4 ด้านบริหารบุคคล 1.5 ด้านการบริหารจัดการตลาดสาขา				←										- แผนสารสนเทศและแผนที่เกี่ยวข้อง
			เชิงปริมาณ : ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 เชิงคุณภาพ : ได้ระบบที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ได้จริง	กิจกรรมหลักที่ 2 : ศึกษา วิเคราะห์ และออกแบบระบบ ให้สอดคล้องกับดำเนินงานขององค์กร									↔					

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
2. โครงการพัฒนาบุคลากรตามสายอาชีพของ อต.	1. เพื่อพัฒนาบุคลากรของ อต. ตามสายอาชีพให้มีศักยภาพตามที่กำหนดไว้ในแต่ละตำแหน่ง 2. เพื่อให้บุคลากรได้มีทักษะเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงานตามภารกิจและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กร	องค์กรตลาด	เชิงปริมาณ : มีเส้นทางการฝึกอบรมบุคลากร (Individual Training Roadmap) ที่กำหนดไว้เป็นระบบแบบแผน โดยระบุบุคลากรในตำแหน่งแต่ละสายอาชีพ ควรได้รับการพัฒนาอย่างน้อยแผนกละ 1 หลักสูตร เชิงคุณภาพ : พนักงานในทุกส่วนงานได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง และมีความเข้าใจกลยุทธ์และทิศทางขององค์กรอย่างชัดเจน	กิจกรรมหลักที่ 1 : กำหนดเส้นทางการฝึกอบรมบุคลากร (Individual Training Roadmap)			←									1,000,000 บาท	แผนกบริหารบุคคล	
			เชิงปริมาณ : สามารถดำเนินการส่งบุคลากรเพื่อเข้าฝึกอบรม ได้อย่างน้อยแผนกละ 1 คน เชิงคุณภาพ : บุคลากรในแต่ละแผนกที่เข้ารับกรฝึกอบรมได้รับความรู้ และทักษะในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น	กิจกรรมหลักที่ 2 : ดำเนินการพัฒนาบุคลากรตามเส้นทางการฝึกอบรมบุคลากร (Individual Training Roadmap)					←									

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
			เชิงคุณภาพ : องค์การตลาดเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น															
			เชิงปริมาณ : รายงานผลการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์องค์กร 1 รายงาน	กิจกรรมหลักที่ 3 : สรุปลผลการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและรายงานผลการดำเนินต่อคณะกรรมการ											↔			
			เชิงคุณภาพ : สามารถนำสรุปลผลการดำเนินงานไปปรับแก้ได้ในดำเนินครั้งต่อไป															
4.โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธรรมาภิบาล	1. เพื่อรวบรวมวิเคราะห์ และประเมินผลการดำเนินงาน/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของ อด. ในงบประมาณปี 2559 และงบประมาณปี 2560 และนำแนวทางมาใช้ในการพัฒนาความรู้ให้ผู้บริหารและพนักงาน 2. เพื่อพัฒนาความรู้เพิ่มศักยภาพของ	องค์การตลาด	เชิงปริมาณ : ประเมินร้อยละความพึงพอใจในระบบธรรมาภิบาลร้อยละ 70	กิจกรรมหลักที่ 1 : อบรม/สัมมนา เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการดำเนินงาน/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของ อด. ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2560				↔									400,000 บาท	แผนกบริหารบุคคล

ชื่อโครงการ	วัตถุประสงค์	พื้นที่ดำเนินงาน	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	กิจกรรมหลัก/ขั้นตอนดำเนินงาน	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			จำนวนเงิน	ผู้รับผิดชอบ
					ตค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.		
5.โครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทางสศร.	1.เพื่อเป็นการบริหารจัดการภายในขององค์กรตลาดให้มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์การประเมินผลการทำงาน รัฐวิสาหกิจ 2.เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการพื้นฐานในการบริหารจัดการภายในองค์กร	องค์กรตลาด สำนักงานใหญ่	เชิงปริมาณ : การประเมินผลการดำเนินงานประจำปี บัญชี 2561 ได้คะแนนไม่น้อยกว่า 3.0 เชิงคุณภาพ : ทั้ง 6 แผนก มีแผนปฏิบัติการ Quick win ในปี 2561	กิจกรรมหลักที่ 1: การบริหารจัดการองค์กร 1.1 ด้านบทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ 1.2 ด้านบริหารความเสี่ยง 1.3 ด้านการควบคุมภายใน 1.4 การตรวจสอบภายใน 1.5 ด้านการบริหารจัดการสารสนเทศ 1.6 ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	←												-	แผนกประชุมและงานพิเศษ แผนกบริหารความเสี่ยง แผนกควบคุมภายใน แผนกตรวจสอบภายใน แผนกสารสนเทศ แผนกบริหารบุคคล
6.โครงการ การบริหารค่าใช้จ่ายภายในองค์กร	1.เพื่อลดงบประมาณในการบริหารงานภายในองค์กร 2.เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายภายในองค์กร	องค์กรตลาด	เชิงปริมาณ : เพื่อลดงบประมาณการดำเนินงานไม่น้อยกว่า ร้อยละ 6 เชิงคุณภาพ : เพื่อให้การบริหารภายใน	กิจกรรมหลักที่ 1 : สร้างความตระหนักให้พนักงานลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามแผนฯ เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์	←												-	ทุกแผนก

