



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

# คู่มือ

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  
(Corporate Social Responsibility in Process)

ประจำปี 2567



2024

# บทนำ

คู่มือการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility in Process) ฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักการและแนวปฏิบัติสากล ISO 26000 ซึ่งเป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ หรือ CSR in Process โดยมุ่งหวังให้การปฏิบัติดังกล่าวจะส่งเสริมให้องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ก้าวสู่ความยั่งยืนได้อย่างมั่นคงจากการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง นอกจากนี้จากการที่ภาครัฐ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลัง (สคร.) ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจโดยรวมของประเทศ คาดหวังให้รัฐวิสาหกิจต่างๆ ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน จึงได้ออกหลักปฏิบัติด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ โดยอ้างอิงหลักการและแนวปฏิบัติสากล ISO 26000 เผยแพร่ให้รัฐวิสาหกิจทุกแห่งนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย รวมถึงได้กำหนดเป็นหลักเกณฑ์ประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจประจำปี เพื่อขับเคลื่อนให้รัฐวิสาหกิจปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ด้วยความสำคัญดังกล่าวทำให้องค์การตลาดเล็งเห็นถึงความสำคัญและสนับสนุนให้มีการจัดทำคู่มือ CSR in Process เพื่อเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบให้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องกับ องค์การตลาด นำไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตั้งนั้นเพื่อขับเคลื่อนให้องค์กรก้าวสู่การเป็นรัฐวิสาหกิจต้นแบบด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ (CSR in Process) อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการก้าวสู่ความยั่งยืนได้อย่างแท้จริงในอนาคต จึงมุ่งหวังให้บุคลากรทุกระดับขององค์กร ให้ความสำคัญ เข้าร่วมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และนำคู่มือ CSR in Process ไปปฏิบัติในกิจการ ประจำวัน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่สำคัญยิ่งขององค์กร อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป



# สารบัญ

## เรื่อง

## หน้า

บทที่ 1. หลักการและแนวทางการปฏิบัติงานด้านแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR in Process)	3
1.1 หลักการ	3
■ ทิศทางการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด (อต.)	3
■ นโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ	3
■ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม	4
■ ความสามารถพิเศษขององค์การตลาด	4
■ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การตลาด ทั้งภายในและภายนอก	4-6
1.2 แนวทางปฏิบัติงานด้านแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	7
1.3 องค์ประกอบ CSR In Process ตามมาตรฐาน ISO 26000	8-16
บทที่ 2. โครงสร้างผู้รับผิดชอบ	16
■ หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง	16-17
■ หน้าที่ความรับผิดชอบ	17
บทที่ 3. ระบบการบริหารจัดการ	18-19
■ ผังกระบวนการบริหารจัดการ	20
บทที่ 4. ระบบการส่งเสริมการดำเนินงาน	21
บทที่ 5. ระบบติดตามและประเมินผล	21
บทที่ 6. ระบบรายงานผลการดำเนินงาน	22-23
บทที่ 7. ภาคผนวก	24
■ ภาคผนวก 1 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	25-27
■ ภาคผนวก 2 กฎบัตรคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม	28-31
■ ภาคผนวก 3 คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม	32-33
■ ภาคผนวก 4 ผลการดำเนินงานตามแผน CSR In Process	34-40



# บทที่ 1

## หลักการและแนวทางการปฏิบัติงานด้านแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR in Process)

### 1.1 หลักการ

องค์การตลาด (อต.) เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้สังกัดกระทรวงมหาดไทย ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีเจตนารมณ์ที่จะทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมุ่งสร้างและสืบสานความสัมพันธ์อันดีที่เกิดจากการยอมรับและไว้วางใจซึ่งกันและกัน คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะมีต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์การตลาด เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ผู้รับจ้าง ผู้รับสิทธิ ภาครัฐ เครือข่าย ผู้กำกับดูแล ผู้ปฏิบัติงาน หน่วยงานราชการ หน่วยงานส่วนท้องถิ่น คู่แข่งทางการค้า ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนสื่อมวลชน พร้อมทั้งสร้างทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ร่วมกัน โดยมีหลักการและแนวทางในการปฏิบัติตามหลักสากล ISO 26000 ซึ่งเป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ หรือ CSR in Process รวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals : SDGs)

#### ทิศทางการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์การตลาด (อต.)

##### 1.แนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (Statement of Directions: SOD)

กระทรวงการคลังได้กำหนดนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (Statement of Directions: SOD) สำหรับองค์การตลาด ที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแลและชี้ประเด็นที่องค์การตลาดควรให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการ รวมถึงการใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวชี้วัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของ องค์การตลาดต่อไป ซึ่ง SOD ขององค์การตลาดมี 3 ระดับดังนี้

- (1) **แนวนโยบายสำหรับรัฐวิสาหกิจในภาพรวม** เป็นกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศบนพื้นฐานการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- (2) **แนวนโยบายสำหรับรัฐวิสาหกิจในสาขาอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม** เพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- (3) **แนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐที่มีต่อองค์การตลาด** กำหนดทิศทางขององค์กรที่เหมาะสมตามนโยบายรัฐบาล และเร่งพัฒนาการบริหารจัดการทรัพย์สิน

## 2. วิสัยทัศน์

“องค์การตลาดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภคสมประสงค์ อย่างยั่งยืน”

## 3. พันธกิจ

องค์การตลาดมุ่งมั่นในการนำสินค้าสู่ผู้บริโภคอย่างมืออาชีพ

## 4. ค่านิยม (Core Values) ของ อต.

“Markets”		
I	Integrity	ซื่อตรง
M	Marketing Boldness	จริงใจ
A	Accountability	จิตสำนึกพร้อมรับการตรวจสอบ
R	Result oriented	มุ่งผลสัมฤทธิ์
K	Knowledge	รอบรู้
E	e-Commerce	เก่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
T	Trustworthy Advisory	เป็นที่ปรึกษาที่น่าเชื่อถือไว้ได้
S	Self-Discipline & Social responsibility	มีวินัย & รับผิดชอบต่อสังคม

5. ความสามารถพิเศษขององค์การตลาด เป็นที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ในการจัดตั้งพัฒนา และสร้างตลาดอย่างมีสุขลักษณะที่ดีได้มาตรฐาน รวมถึงเป็นตัวเชื่อมกลางเชื่อมโยงในการกระจายผลผลิต เกษตรกรสู่ผู้บริโภคทั่วประเทศ

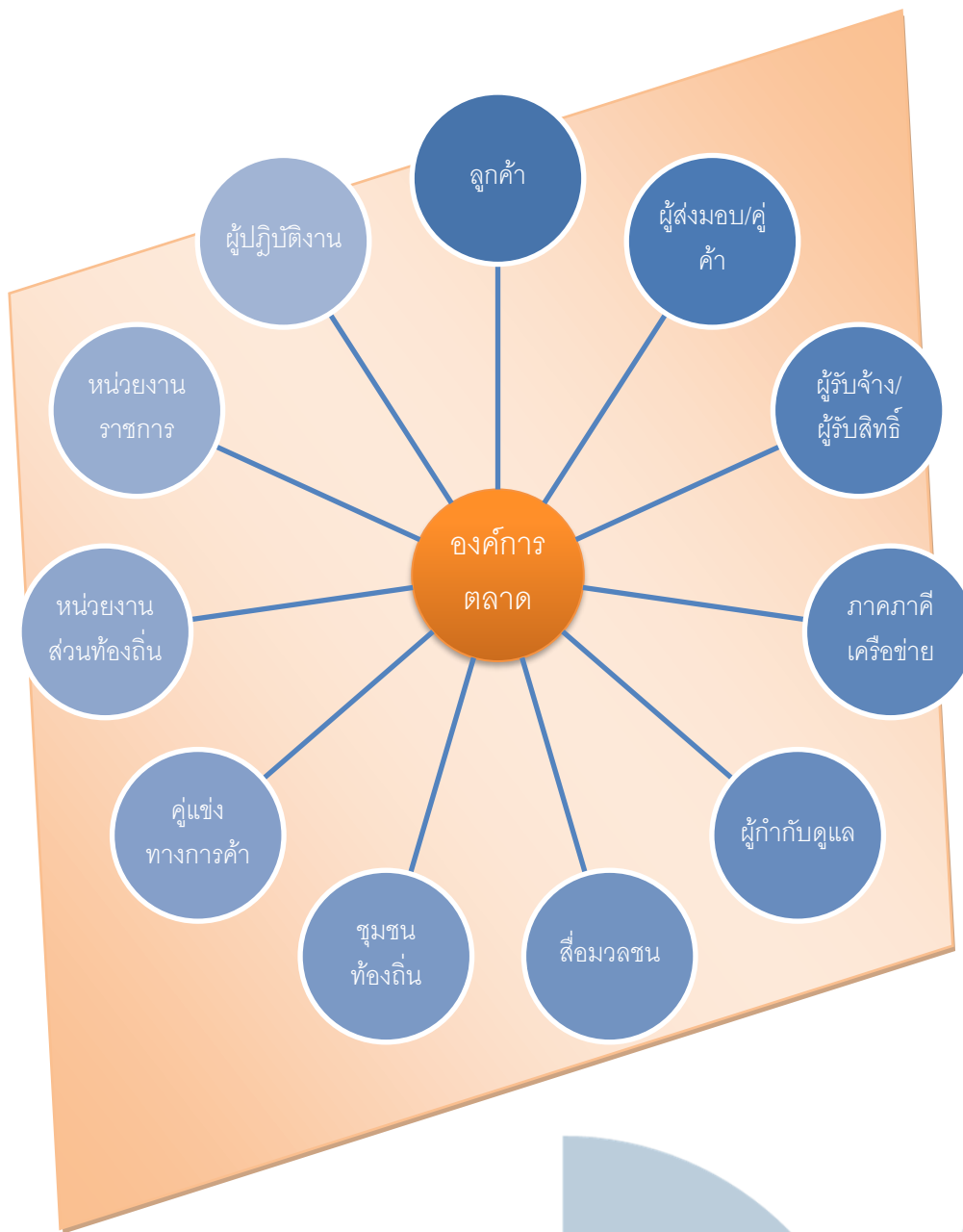
## 6. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การตลาด ทั้งภายในและภายนอก

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์การตลาด (อต.) มี 11 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ/คู่ค้า ผู้รับจ้าง/ผู้รับสิทธิ์ ภาคภาคีเครือข่าย ผู้กำกับดูแล ผู้ปฏิบัติงาน หน่วยงานราชการ หน่วยงานส่วนท้องถิ่น คู่แข่งทางการค้า ชุมชนท้องถิ่น สื่อมวลชน ซึ่งองค์การตลาดต้องแสดงความรับผิดชอบต่อทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับกฎหมาย และมาตรฐานที่ดีโดยทั่วไป รวมทั้ง อต.ควรตระหนักและให้ความมั่นใจว่าสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับการคุ้มครองและปฏิบัติด้วยดี ลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนำไปสู่ผลสำเร็จที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนของทั้งองค์กรและสังคม ต่อไป

## ผู้มีส่วนได้เสียขององค์การตลาด 11 กลุ่ม

- 1) **ลูกค้า** หมายถึง บุคคลธรรมดา ห้างร้าน นิติบุคคล หน่วยงานของรัฐและอื่นๆ ที่เป็นผู้ซื้อสินค้าหรือเข้าสถานที่โดยตรงจากองค์การตลาด หรือสินค้าและบริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ/พันธมิตรคู่ค้าขององค์การตลาด
- 2) **ผู้ส่งมอบ/คู่ค้า** หมายถึง องค์กรหรือบุคคล ทั้งเกษตรกร วิสาหกิจ บริษัทเอกชน ที่ตกลงทำงานร่วมกับองค์การตลาดเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร วัตถุดิบในการประกอบอาหารให้แก่ลูกค้าขององค์การตลาด
- 3) **ผู้รับจ้าง/ผู้รับสิทธิ์** หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่ลงนามเป็นคู่สัญญากับองค์การตลาดรวมถึงตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้ง หรือผู้รับจ้างช่วงหรือลูกจ้างที่อยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้างตามสัญญา เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างการดำเนินโครงการต่างๆ ขององค์การตลาด
- 4) **ภาคีเครือข่าย** หมายถึง พันธมิตรทั้งภาครัฐราชการ ภาคเอกชนที่มีการสร้างความร่วมมือ การถ่ายทอดความรู้ การให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงาน โครงการต่างๆ ร่วมกัน เช่น องค์การจัดการน้ำเสีย เป็นต้น
- 5) **ผู้กำกับดูแล** หมายถึง ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจการดำเนินงาน มั่นหน้าในการควบคุมดูแลการดำเนินงาน รวมถึงกำหนดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงานขององค์การตลาด ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) คณะกรรมการองค์การตลาด และผู้บริหารองค์การตลาด
- 6) **ผู้ปฏิบัติงาน** หมายถึง พนักงาน พนักงานสัญญาจ้าง พนักงานปฏิบัติการและพนักงานปฏิบัติการสัญญาจ้างภายใต้สังกัดขององค์การตลาด
- 7) **หน่วยงานราชการ** หมายถึง กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน กรมบัญชีกลาง สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กรมสรรพากรสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมธนารักษ์ กรมอนามัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์การตลาด
- 8) **หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น** หมายถึง สำนักงานเขต องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานราชการระดับท้องถิ่นที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์การตลาด
- 9) **คู่แข่งทางการค้า** หมายถึง หน่วยงานภาครัฐที่มีการกิจที่คล้ายคลึงกันกับองค์การตลาด และตลาดเอกชน ห้างสรรพสินค้า
- 10) **ชุมชนท้องถิ่น** หมายถึง ชุมชน ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่องค์การตลาดที่อาจเข้ามามีส่วนร่วมหรือได้รับผลกระทบในด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม จากการดำเนินกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การตลาด
- 11) **สื่อมวลชน** หมายถึง นิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดา ที่สนับสนุนข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์การตลาด ไม่ว่าจะเป็นผลการดำเนินงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

## ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียองค์การตลาด



“เติบโตอย่างยั่งยืน ร่วมกับชุมชน  
สังคมสิ่งแวดล้อมโดยให้ความรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการปฏิบัติงานประจำทั่วทั้งองค์กร”

## 1.2 แนวทางปฏิบัติงานด้านแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR in Process)

คู่มือการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ (Corporate Social Responsibility : CSR in Process) เพื่อความยั่งยืนขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (อต.) ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อถือเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบให้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และ ผู้เกี่ยวข้องกับ องค์การตลาด(อต.) นำไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยมีเนื้อหาสอดคล้องตามรายละเอียด หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในคู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามแบบประเมินใหม่ (Enablers) หัวข้อบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียตามองค์ประกอบ ได้แก่

1.2.1 ผู้รับผิดชอบ

1.2.1 ระบบการบริหารจัดการ

1.2.3 ระบบการส่งเสริมการดำเนินงาน

1.2.3 ระบบติดตามการประเมินและรายงานผลการดำเนินงานแก่ผู้บริหารระดับสูง

ในที่นี้จึงได้แสดงการเชื่อมโยงหลักการ CSR in Process สู่การปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างผลสำเร็จตามมาตรฐาน ISO 26000 ครอบคลุม 7 หลักการตามแนวทางการกำกับดูแลที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลัง และหลักการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล เช่น 7 หลักปฏิบัติ (7 Core Principles) ตามมาตรฐาน ISO 26000 เป็นต้น



### 1.3 องค์ประกอบ CSR In Process ตามมาตรฐาน ISO 26000

การแสดงความรักรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ ขององค์การตลาด เริ่มจากการพัฒนาให้บุคลากรทุกระดับของ องค์การตลาด(อต.) มีพฤติกรรมด้านจริยธรรมที่นำองค์กรสู่การรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยมีองค์ประกอบ CSR In Process หรือเทียบเท่า ISO 26000 ประกอบด้วย 7 หลักการ 7 แนวปฏิบัติ ดังนี้

#### 7 หลักการ (Principles) ด้านความรักรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่

1. ความรับผิดชอบ (Accountability) การรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ บริการและการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม
2. ความโปร่งใส (Transparency) ความโปร่งใสในการตัดสินใจและการดำเนินงานที่มีผลกระทบ ต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม
3. การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior) การยึดมั่นปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมทั้งความซื่อสัตย์ ไม่เลือกปฏิบัติ และยุติธรรม
4. การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interests) การเคารพ พิจารณาและตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียทุกกลุ่มขององค์กร
5. การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law) การยอมรับการปฏิบัติตามหลักนิติธรรมหรือการปฏิบัติตาม กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับองค์การตลาด
6. การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล (Respect for International Norms of Behavior) การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่สากลกำหนด ร่วมกับ การยึดมั่นการดำเนินงานตามหลักนิติธรรมที่รัฐบาลกำหนด อย่างเคร่งครัด
7. การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights) การให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และยอมรับถึงความสำคัญ และความเป็นสากลของหลักการ

#### 7 หัวข้อ (Core Subjects) ด้านความรักรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่

1. การกำกับดูแลองค์กร (ธรรมาภิบาล)
2. สิทธิมนุษยชน
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน
4. สิ่งแวดล้อม
5. การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค
7. การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน



# 7

## หัวข้อหลัก

# สู่ ความ ยั่งยืน

เติบโตอย่างยั่งยืน ร่วมกับชุมชน  
สังคม สิ่งแวดล้อม

โดยให้ความรับผิดชอบเป็นส่วน  
หนึ่งของการปฏิบัติงาน

### ประจำทั่วทั้งองค์กร

## อต.ดำเนินการ ประยุกต์ใช้ ทั่วทั้งองค์กร

# SR 26000

SOCIAL RESPONSIBILITY



การกำกับดูแลองค์กร  
Organizational Governance



สิทธิมนุษยชน  
Human Rights



การปฏิบัติด้านแรงงาน  
Labour Practices



สิ่งแวดล้อม  
The Environment



การปฏิบัติที่เป็นธรรม  
Fair Operating Practices



ประเด็นด้านผู้บริโภค  
Consumer Issues



การมีส่วนร่วม  
และการพัฒนาชุมชน  
Community Involvement  
and Development



# 7

# หลัก การกำกับดูแลกิจการที่ดี THE PRINCIPLES OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE

**1 หลักความรับผิดชอบ**  
**ACCOUNTABILITY**  
ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่



**2 หลักความสำนึกในหน้าที่**  
**RESPONSIBILITY**  
การตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความสำนึกต่อหน้าที่และตำแหน่งงาน

**3 หลักความเสมอภาค**  
**EQUITABLE TREATMENT**  
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริตอย่างเท่าเทียม



**4 หลักการสร้างมูลค่าเพิ่ม**  
**VALUE CREATION**  
การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มมูลค่าใด ๆ นั้น จะต้องเป็นการเพิ่มความสามารถในทุกด้านเพื่อการแข่งขัน

**5 หลักการมีส่วนร่วม**  
**PARTICIPATION**  
การมีส่วนร่วมเป็นการส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของชุมชนหรือท้องถิ่น



**6 หลักคุณธรรม**  
**ETHICS**  
การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแล และจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ

**7 หลักความโปร่งใส**  
**TRANSPARENCY**  
ความโปร่งใสในการดำเนินงานซึ่งสามารถตรวจสอบได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันมีประโยชน์สำหรับใช้ในการตัดสินใจ



ซึ่ง 7 พฤติกรรมจริยธรรมข้างต้น องค์การตลาด ได้กำหนดให้บุคลากรนำไปปฏิบัติร่วมกับ 7 กระบวนการ หลักด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นมาตรฐาน ได้แก่ 1) ธรรมาภิบาล 2) สิทธิมนุษยชน 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน 4) สิ่งแวดล้อม 5) การปฏิบัติที่เป็นธรรม 6) ประเด็นด้านผู้ใช้บริการ และ 7) การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน

### 1) ธรรมาภิบาล (Organizational Governance)

ธรรมาภิบาลเป็นกลไกขั้นต้นสำหรับการขับเคลื่อนให้ องค์การตลาดปฏิบัติงานด้วยความที่เป็นเลิศ ภายใต้ หลักการคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้ที่มีบทบาทหลักในการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จได้แก่ คณะกรรมการ อต. ในฐานะผู้แทนเจ้าของกิจการ/ผู้ถือหุ้นภาครัฐ ดังนั้น จึงมีความสำคัญที่ คณะกรรมการองค์การตลาด ต้องมีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำหลักการด้านธรรมาภิบาลไปสู่การปฏิบัติจริง ภายในองค์การตลาด จนเกิดผลสำเร็จโดยเป็นการปฏิบัติงานที่มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล และสอดคล้องกับ หลักการกำกับดูแลที่ดีในมิติบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามแนวทางที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กำหนด ได้แก่ การกำหนดทิศทางและค่านิยมด้านการกำกับดูแล เพื่อให้ ปฏิบัติงานโดยรับผิดชอบต่อผลจากการกระทำที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม การมีภาวะผู้นำด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการคำนึงถึงความยั่งยืน การตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสมดุล และการส่งเสริมให้เกิดระบบการกำกับดูแลที่ดีที่เพียงพอต่อการขับเคลื่อนให้ บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาความยั่งยืนได้ตามแนวทางที่เจ้าของกิจการ/ผู้ถือหุ้นภาครัฐกำหนด

#### แนวปฏิบัติ :

1. คณะกรรมการของ องค์การตลาดมุ่งมั่นขับเคลื่อนให้องค์กร ดำเนินการด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยผนวกเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานประจำวัน จึงกำหนดนำมาตรฐาน ISO 26000 ที่มีเป้าหมายสูงสุดรวมถึงหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีที่เป็นมาตรฐานกำหนดให้ถือปฏิบัติ

2. คณะกรรมการองค์การตลาด เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี จึงได้ กำหนดให้มีการจัดทำแผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมระยะยาวและ แผนประจำปี ที่มีสาระสำคัญครอบคลุมประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมกับสนับสนุนให้แผนยุทธศาสตร์และ แผนปฏิบัติการประจำปี ขององค์การตลาด บรรลุผลสำเร็จในเชิงบูรณาการ โดยแผนงานดังกล่าว คณะกรรมการ จะพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนเริ่มปีบัญชีและติดตามผล การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

3. คณะกรรมการองค์การตลาด ได้กำหนดให้นำ 7 แนวปฏิบัติที่ดีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (7 core principles) ตามมาตรฐาน ISO 26000 มาเป็นกรอบพื้นฐานสำหรับกำหนดค่านิยมองค์กรเพื่อให้มีพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติครบถ้วน

## 2) สิทธิมนุษยชน (Human Rights)

สิทธิมนุษยชนเป็นหลักการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล โดยเป็นการผนวกรวมหลักปฏิบัติเชิงพฤติกรรมจริยธรรมกับการจัดการเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและมาตรฐานสากล ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนให้บุคคลทุกระดับทั้งภายในและภายนอกองค์การตลาด เข้าถึงสิทธิที่พึงได้รับอย่าง ครบถ้วนสมบูรณ์ ทั้งสิทธิความเท่าเทียมกันทางกฎหมาย สิทธิในการแสดงความคิดเห็น สิทธิในการทำงาน สิทธิขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนได้รับการรับรองหรือคุ้มครองให้ไม่ถูกเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจากเชื้อชาติ เพศ การนับถือศาสนา เป็นต้น จึงนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เน้นหลักนิติธรรม ความยุติธรรม และการไม่เลือกปฏิบัติเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติงาน

### แนวปฏิบัติ :

1. การป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน คณะกรรมการองค์การตลาด คำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เป็นพื้นฐานการปฏิบัติงาน จึงได้มอบหมายให้ฝ่ายบริหารบุคคลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดพฤติกรรม จริยธรรมที่มุ่งเน้นการไม่เลือกปฏิบัติและสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐาน ตามกฎหมาย และมาตรฐานสากลระบุเป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจริยธรรมและ/หรือประมวลจริยธรรมของ องค์การตลาดพร้อมจัดให้มีหน่วยงาน **Compliance Unite** ที่ชัดเจน เพื่อกำกับดูแล ส่งเสริมให้พนักงานและ หน่วยงานภายใน องค์กร ปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานสากล อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ โดยให้ความสำคัญในการรับฟังและแก้ไขปัญหาความขัดแย้งด้านสิทธิมนุษยชน หากการดำเนินงาน ส่งผลกระทบต่อเชิงลบ หรือทำให้เกิดความขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยจัดให้มีช่องทางและขั้นตอนการรับเรื่องร้องเรียน (Inform and Complaint Channel) ด้านสิทธิ มนุษยชนของบุคคลตามช่องทางการร้องเรียน ดังนี้

1. ร้องเรียนด้วยตนเอง ณ องค์การตลาด สำนักงานใหญ่ และตลาดสาขาทั้ง 5 สาขา

2. ร้องเรียนทางโทรศัพท์

- องค์การตลาด สำนักงานใหญ่ 0 2 024 9270-4
- สาขาตลิ่งชัน 0 24353 112
- สาขาบางคล้า 038088-386,038-088-387
- สาขาลำพูน 053-982-473

3. ร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ [www.market-organization.or.th](http://www.market-organization.or.th)

4. ร้องเรียนผ่าน Facebook Fan page : องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

### 3) หลักการปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices)

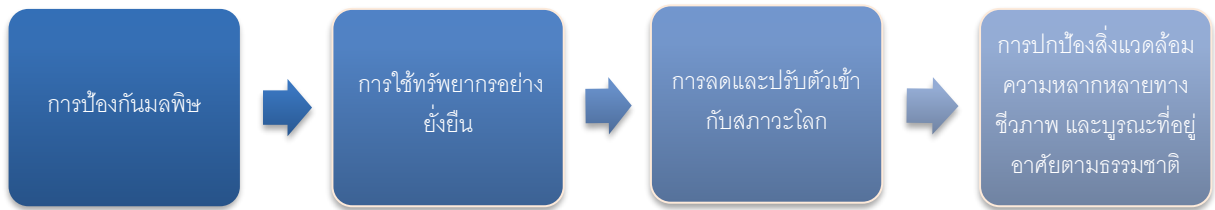


องค์การตลาดมุ่งเน้นการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคล อย่างเป็นระบบ ดูแลบุคลากรทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และส่งเสริมให้พนักงานทุกคนพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง ผ่านระบบพัฒนาขีดความสามารถของพนักงาน และมีระบบประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานสามารถ สร้างคุณค่าให้กับตนเอง องค์กร และสังคมได้ นอกจากนี้แนวทางในการเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรยังมุ่งเน้นการสื่อสารแบบสองทางเพื่อรับฟังและรวบรวมความคิดเห็นของพนักงานมาใช้ในการปรับปรุงระบบงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสวัสดิการสำหรับพนักงาน อย่างต่อเนื่อง

#### แนวปฏิบัติ :

องค์กรมีการกำกับดูแลให้อัตรากำลังอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและการจัดระเบียบองค์กรนั้นจะดำเนินการอย่างรับผิดชอบโดยอยู่ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายไทย มีสวัสดิการต่างๆ แก่พนักงาน และดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสุข มีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อสร้างหลักประกันให้พนักงาน และจัดให้มีคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนพนักงานจากฝ่ายหรือหน่วยต่างๆ ขององค์กรเพื่อร่วมหารือประเด็นด้านค่าตอบแทน สวัสดิการ รวมทั้งสิทธิแรงงานอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน

#### 4) สิ่งแวดล้อม (Environment)



การจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง กระบวนการใช้สิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบโดยการวางแผนดำเนินงาน ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแก้ไขพัฒนาให้ดีขึ้นโดยคำนึงถึงการใช้อย่างประหยัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดใช้ได้ยั่งยืน ยาวนานตลอดไป ในการดำเนินกิจกรรมทุกประเภทขององค์กรซึ่งรวมทั้งการบริหารงานสิ่งแวดล้อมจะต้องประกอบด้วยการจัดการเป็นกระบวนการที่สำคัญ เพราะการจัดการที่ดีจะช่วยลดปัญหาต่างๆลงได้

#### แนวปฏิบัติ:

องค์การตลาดมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ถือเป็นแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานทางด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมถึงจัดระบบภายในเพื่อควบคุมและป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม รณรงค์ให้พนักงานช่วยกันประหยัดทรัพยากรและพลังงาน การใช้วัสดุสำนักงานสิ้นเปลืองต่างๆ อย่างคุ้มค่า เช่น การนำกระดาษใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ (Re-used) การเปิด-ปิด เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศระหว่างช่วงพักกลางวัน การจัดสื่อแจกเป็น Soft files แทนที่จะใช้กระดาษจัดทำเป็นรูปเล่ม เน้นการสื่อสาร ประชุมผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล Video Conference System หรือระบบ Zoom Meeting ดำเนินธุรกรรมต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นและยังมีการจัดทำถุงผ้า ก่องข้าว และกระบอกน้ำจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมอบให้กับพนักงานและบุคคลภายนอกองค์กรเพื่อรณรงค์ลดการใช้พลาสติก

#### 5) การปฏิบัติที่เป็นธรรม (Fair Operating Practices)

การปฏิบัติที่เป็นธรรมในบริบทของ องค์การตลาด หมายถึง การประยุกต์ใช้หลักจริยธรรมในการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ทั้งกลุ่มลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ คู่แข่งขัน ชุมชน และสังคม รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ อย่างเท่าเทียมและปราศจากการเลือกปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนไม่ให้เกิดการผูกขาดทางการค้า การทุ่มตลาด และการจัดซื้อจัดจ้างที่ขาดความโปร่งใส ซึ่งเพื่อให้บรรลุได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด จึงนำแนวปฏิบัติที่ดีตามมาตรฐาน ISO 26000 มาเป็นกรอบการดำเนินงาน โดยครอบคลุม ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การต่อต้านการทุจริต

## แนวปฏิบัติ:

องค์การตลาด ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม จึงสนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำแนวการต่อต้านทุจริตไป ประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานประจำวัน โดยมอบหมายให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลกำหนดเป็นหลักสูตรหนึ่งของแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลทั้งระยะยาวและประจำปีโดยพนักงานทั่วไปขององค์กรในรูปแบบการอบรม ตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ และการอบรมกรณีพิเศษอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังได้จัดให้มี กิจกรรมเสริมสร้างบรรยากาศเพื่อยกระดับความตระหนักและการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการต่อต้านทุจริตทุกรูปแบบอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี ซึ่งครอบคลุมบุคลากรตั้งแต่ระดับคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานรวมถึงจัดให้มีนโยบายการต่อต้านทุจริตอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร นำเสนอให้ คณะกรรมการองค์การตลาดพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนประกาศเผยแพร่ให้บุคลากรรับทราบ และนำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร

## 6) ประเด็นด้านผู้ใช้บริการ (Consumer Issues)

องค์การตลาด ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยคำนึงถึงหลักการดังนี้

- การตลาดที่เป็นธรรม สารสนเทศ ที่เป็นจริงและไม่เบี่ยงเบนและการปฏิบัติตามข้อตกลงที่เป็นธรรม
- การคุ้มครองสุขภาพและ ความปลอดภัยของผู้บริโภค
- การบริโภคอย่างยั่งยืน
- การบริการ การสนับสนุน และการยุติ ข้อร้องเรียนและข้อโต้แย้งแก่ผู้บริโภค
- การปกป้องข้อมูลและความ เป็นส่วนตัวของผู้บริโภค
- การเข้าถึงบริการทางการเงินที่จำเป็น

### แนวปฏิบัติ:

ให้ความสำคัญกับสารสนเทศที่เป็นจริงและการปฏิบัติตามข้อตกลงที่เป็นธรรม ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเป็นข้อมูลสารสนเทศที่ครบถ้วน มีคุณภาพ ถูกต้อง ชัดเจน ไม่บิดเบือน คลุมเครือ หรือโฆษณาเกินจริง เข้าถึงข้อมูลสารสนเทศและสิทธิประโยชน์ได้โดยสะดวก และง่ายต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสาระสำคัญของข้อมูลต่างๆ จึงได้จัดให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์และฝ่ายสารสนเทศรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาช่องทางการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศที่หลากหลาย เช่น

1. เว็บไซต์
2. สื่อออนไลน์
3. ป้ายประชาสัมพันธ์
4. จัดทำข้อมูลสารสนเทศนำเสนอในรูปแบบมากกว่าหนึ่งภาษา ได้แก่ อาทิ ภาษาอังกฤษ เป็นต้น



## 7) การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development)

องค์การตลาดมุ่งมั่นที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการดูแลพื้นที่ ผู้คน และชุมชน ผู้ประกอบการค้าในตลาด ผู้เช่าพักอาศัยและและพนักงานในการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในกิจกรรมต่างๆ ที่จะตอบแทนชุมชนในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

**แนวปฏิบัติ :** องค์การตลาดมุ่งมั่นให้ชุมชนเกิดความเชื่อมั่นต่อการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการทำงานขององค์กร ที่คำนึงถึงชุมชนและสังคมอย่างแท้จริง จึงได้กำหนดแนวทางการกำกับดูแล และติดตาม นำเสนอผลการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนแก่คณะกรรมการองค์การตลาดอย่างสม่ำเสมอ พร้อมจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลผ่านรายงานประจำปีและรายงานการพัฒนาความยั่งยืนตามให้เกิดการรับรู้อย่างทั่วถึงเป็นประจำ

# บทที่ 2

## โครงสร้างผู้รับผิดชอบ

โครงสร้างผู้รับผิดชอบด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ (Corporate Social Responsibility in Process : CSR in Process) เชื่อมโยงสู่การปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างผลสำเร็จตามมาตรฐาน ISO 26000 โดยมีรายละเอียดดังนี้

### หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้าน CSR in Process ขององค์การตลาด สรุปได้ดังนี้

- **ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่มีบทบาท** โดยตรงต่อการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR in Process ทั้งระบบขององค์การตลาด โดยการปฏิบัติงานตามแผนภายใต้กรอบนโยบายและทิศทาง แผนยุทธศาสตร์องค์การตลาด

- **ฝ่ายวางแผนและงบประมาณ** ระบุทิศทาง ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายด้าน CSR ที่ชัดเจน และสามารถสนับสนุนให้ยุทธศาสตร์โดยรวมขององค์กรบรรลุผลสำเร็จได้ในที่สุด นอกจากนั้นจากการที่ ISO 26000 กำหนดเป้าหมายสูงสุดคือการใช้ CSR in Process เป็นกลไกขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

- **ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน** เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานภาพรวมด้าน CSR in Process ขององค์กร โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงหลักที่เกี่ยวข้องทั้งด้านสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติต่อแรงงาน ตลอดจนความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานต่างๆ

- **ฝ่ายกฎหมาย** เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญต่องานด้าน CSR in Process ในทุกมิติ ทั้งนี้การปฏิบัติงานขององค์กรตลาด เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก เช่น หน่วยงานภาครัฐ พนักงาน คู่ค้า ผู้ใช้บริการ และชุมชน ดังนั้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการปฏิบัติงานของ องค์กรตลาด ส่งผลกระทบต่อเชิงลบหรือละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม จึงมีความจำเป็นที่ฝ่ายกฎหมายจะต้องเข้าร่วมดำเนินงานและสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างครบถ้วนสมบูรณ์

- **ฝ่ายบริหารบุคคล** เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงต่อ**มติการปฏิบัติด้านแรงงาน** ตามมาตรฐาน ISO 26000 โดยต้องมีการจัดการและพัฒนางานด้านทรัพยากรบุคคลองค์กรตลาด อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งการจ้างงานและการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในที่ทำงานการจัดสภาพการทำงานและการคุ้มครองทางสังคมที่ดีอย่างเพียงพอ การเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นที่เป็น ประโยชน์อย่างเป็นอิสระ การจัดการด้านสุขภาพอนามัย และความปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้เติบโตในสายอาชีพอย่างเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ

- **ฝ่ายตรวจสอบภายใน** เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบตามแผนงานประจำปี เป็นกลไกเพื่อส่งเสริมให้องค์กรตลาด ปฏิบัติได้ตามแนวทางการกำกับดูแล ที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียจากสาเหตุที่เกี่ยวข้อง กับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) การประพฤติมิชอบ หรือการปฏิบัติงานที่ บกพร่องและเป็นความเสี่ยงต่อการบรรลุผลสำเร็จขององค์กร

- **ฝ่ายการประชุมและยานพาหนะ** เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ**ระบบธรรมาภิบาลและการปฏิบัติที่เป็นธรรม** มีบทบาทสนับสนุนงานด้าน CSR in Process ในภาพรวม เนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับคณะกรรมการองค์กรตลาดที่มีบทบาทในด้านการกำกับดูแลและผลักดันให้การดำเนินงานโดยรวม ด้าน CSR in Process ขององค์กรตลาดเกิดประสิทธิผล มีกระบวนการ ปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืน

- **สำนักงานตลาดสาขาในการกำกับดูแลขององค์กรตลาด** ประกอบด้วย สำนักงานตลาดสาขาลิ่งชั้น กรุงเทพมหานคร สำนักงานตลาดสาขาปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร สำนักงานสาขาบางลำภู จ.ฉะเชิงเทรา สำนักงานตลาดสาขาหนองม่วง จ.ลพบุรี และสำนักงานตลาดสาขาลำพูน จ.ลำพูน เกี่ยวข้องโดยตรงกับ**ระบบสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ประเด็นผู้ให้บริการและการมีส่วนร่วม** ครอบคลุมทั้งการดำเนินงานด้าน การตลาดอย่างมีจริยธรรม และให้ข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นแก่ผู้ให้บริการอย่างครบถ้วนและ ถูกต้องเพื่อประกอบการตัดสินใจใช้บริการ การคุ้มครองสุขภาพ อนามัย และความปลอดภัย การรับและยุติข้อร้องเรียน การป้องกันข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ รวมถึง การสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการ ประ กอบ รุ กิจ อย่าง ยั่งยืน แก่ ผู้ใช้ บริการ

# บทที่ 3

## ระบบการบริหารจัดการ

ระบบการบริหารจัดการกระบวนการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมองค์การตลาด ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ กำหนดนโยบายจัดทำแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม โดยผ่านการพิจารณาจากผู้อำนวยการองค์การตลาดและเสนอคณะกรรมการองค์การตลาดเพื่อให้เห็นชอบการนำแผนไปปฏิบัติ หลังจากนั้นเป็นการนำแผนสู่การปฏิบัติซึ่งจะมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้อำนวยการ เป็นรายไตรมาส เมื่อปฏิบัติตามแผนดังกล่าวแล้ว จะมีการประเมินความสำเร็จของแผนงานหากการปฏิบัติตามแผนฯ ยังไม่แล้วเสร็จ หรือมีปัญหา/อุปสรรค ต้องนำแผนมาปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานตามความเหมาะสมของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมองค์การตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพแสดงระบบการบริหารจัดการ

**1. กำหนดนโยบายการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม** ศึกษาวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ภารกิจ ของหน่วยงาน ปัจจัยด้านต่างๆ นำมาวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง ผลผลิตต่อการดำเนินการ ผู้มีส่วนได้เสีย จำแนกได้ 7 ด้าน ดังนี้ การกำกับดูแลองค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นผู้บริโภค การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ยึดหลักปฏิบัติมาตรฐาน ISO 26000 นำมาพิจารณากำหนดเป็นกลยุทธ์และแผน/กิจกรรม รองรับที่สำคัญ และกิจกรรมสนับสนุนในการดำเนินงานของหน่วยงาน

**2. เสนอแผนงานต่อคณะกรรมการ/ผู้อำนวยการองค์การตลาด** เพื่อให้ความเห็นชอบนำไปปฏิบัติ และพิจารณาให้ความเห็นส่งเสริมและสนับสนุนการเสริมสร้างองค์ความรู้ แนวทางปฏิบัติ สำหรับการบริหารจัดการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR) ควบคุมกำกับ ดูแล ให้การดำเนินการด้านการจัดทำแผนแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมระยะสั้น และระยะยาว ดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

**3. การปฏิบัติตามแผนและการติดตามประเมินผล** นำแผนสู่การปฏิบัติให้หน่วยรับผิดชอบตามมาตรการจัดทำแผนงาน ตามกรอบ ระยะเวลา วิธีการดำเนินงาน การประเมินผล หรือสิ้นสุดการดำเนินงานพร้อมทั้งให้มีการทบทวนมาตรการ/วิธีการ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ปรับปรุง พัฒนาในปีถัดไป

**5. สรุปผลการดำเนินงาน** หลังจากที่ได้ดำเนินการตามแผน ระยะเวลาที่กำหนดแล้ว รายงานผลการดำเนินงาน ข้อขัดข้อง ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ดีขึ้น ประกอบด้วย ผลการดำเนินงาน ปัญหา/อุปสรรคพร้อมข้อเสนอแนะ





ลำดับ	ผังกระบวนการงาน	รายละเอียดงาน
๑	<pre> graph TD     A([กำหนดนโยบาย การจัดทำแผน]) -- อนุมัติ --&gt; B[เสนอคณะกรรมการรองคณบดี/ ผู้อำนวยการรองคณบดี]     B -- อนุมัติ --&gt; C[พิจารณา]     B -- ไม่อนุมัติ --&gt; A     C -- อนุมัติ --&gt; D{มอบหมาย ผู้รับผิดชอบ}     C -- ไม่อนุมัติ --&gt; B     D --&gt; E[ปฏิบัติตามแผนและการติดตามประเมินผล]     E --&gt; F[สรุปผลการดำเนินงาน]     F --&gt; G([สิ้นสุด])           </pre>	<p><b>๑. กำหนดนโยบายการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</b></p> <p>ศึกษาวิจัยทัศน ทัศนกิจ ค่านิยม ภารกิจ ของหน่วยงาน ปัจจัยด้านต่างๆ นำมาวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง ผลผลิตต่อการดำเนินการ ผู้มีส่วนได้เสียจำแนกได้ ๗ ด้าน ดังนี้ การกำกับดูแลองค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นผู้บริโภค การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ยึดหลักปฏิบัติมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ นำมาพิจารณากำหนดเป็นกลยุทธ์และแผน/กิจกรรม รองรับที่สำคัญ และกิจกรรมสนับสนุนในการดำเนินงานของหน่วยงาน</p>
๒		<p><b>๒. เสนอแผนงานต่อคณะกรรมการ/ผู้อำนวยการรองคณบดี</b> เพื่อให้ความเห็นชอบนำไปปฏิบัติเพื่อพิจารณาให้ความเห็นส่งเสริมสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ แนวทางปฏิบัติ สำหรับการบริหารจัดการการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR) ควบคุม กำกับ ดูแล ให้การดำเนินการด้านการจัดทำแผนแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมระยะสั้น และระยะยาว ดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ</p>
๓		<p><b>๓. การปฏิบัติตามแผนและการติดตามประเมินผล</b></p> <p>นำแผนสู่การปฏิบัติให้หน่วยรับผิดชอบตามมาตรการจัดทำแผนงาน กำหนดกรอบ ระยะเวลา วิธีการดำเนินงาน การประเมินผล หรือสิ้นสุดการดำเนินงานพร้อมทั้งให้มีการทบทวนมาตรการ/วิธีการ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ปรับปรุง พัฒนาในปีถัดไป</p>
๔		<p><b>๔. สรุปผลการดำเนินงาน</b></p> <p>หลังจากที่ได้ดำเนินการตามแผน ระยะเวลาที่กำหนดแล้ว รายงานผลการดำเนินงาน ข้อขัดข้อง ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ดีขึ้น ประกอบด้วย ผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรคพร้อมข้อเสนอแนะ ผลการทบทวนมาตรการ/วิธีการ</p>

# บทที่ 4

## ระบบส่งเสริมการดำเนินงาน

องค์การตลาด (อต.) มีนโยบายดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญในการสนับสนุนการ ส่งเสริมการดำเนินกิจกรรม เพื่อสังคมและชุมชนรวมทั้งใส่ใจและดูแลสิ่งแวดล้อมโดยรอบเพื่อให้เกิดชุมชนเข้มแข็งมีการรวมกลุ่มสร้าง เครือข่าย สนับสนุนการดำเนินงานแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกัน ในเรื่องที่สำคัญ ดังนี้

1. การมีอุดมการณ์ที่ชัดเจน คือ การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมในชุมชน
2. การบริหารจัดการที่ทำให้เกิดความมั่นคง โดยมีการวางแผนงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงาน
3. การจัดกิจกรรมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนและเป็นกิจกรรมต่อเนื่อง
4. มีระบบสนับสนุนในการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย
  - การมีพี่เลี้ยง คือ มีที่ปรึกษาในการบริหารจัดการ การจัดกิจกรรม
  - การมีรางวัลสนับสนุนการดำเนินโครงการ เช่น การจัดประกวดการประกอบอาหาร ปลอดภัย ในโครงการ ยกย่องคุณภาพชีวิต อาหารและอาชีพชาวอุโมงค์ จังหวัดลำพูน
  - การมีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน
  - การสร้างความร่วมมือกับเครือข่าย ทั้งภายในพื้นที่และนอกพื้นที่ เชิญเครือข่ายมา เข้าร่วมกิจกรรม ดำเนินการในลักษณะ สนับสนุนวิทยากร เอกสารเผยแพร่ วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ หรือการประสานร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในรูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการร่วมแรงร่วมใจทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานและชุมชน
  - มีการเขียนโครงการเพื่อสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน

### เครือข่าย

- ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพิบาลสำนักงานเขตพระนคร
- สาธารสุขตำบลอุโมงค์
- โรงพยาบาลชุมชนอุโมงค์
- สำนักงานเขตตลิ่งชัน
- สาธารณสุขหนองม่วง

### การสนับสนุน

- การให้ความรู้ โดยการตรวจสอบเคมีกำจัดศัตรูพืชในผัก
- การให้คู่มือ แผ่นพับ ความรู้เกี่ยวกับอันตรายที่เกิดจากสารเคมีตกค้าง
- ให้การสนับสนุนวิทยากรให้ความรู้
- ให้การสนับสนุนอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆในการดำเนินกิจกรรม

งบประมาณสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) 500,000 บาท/ปี

# บทที่ 5

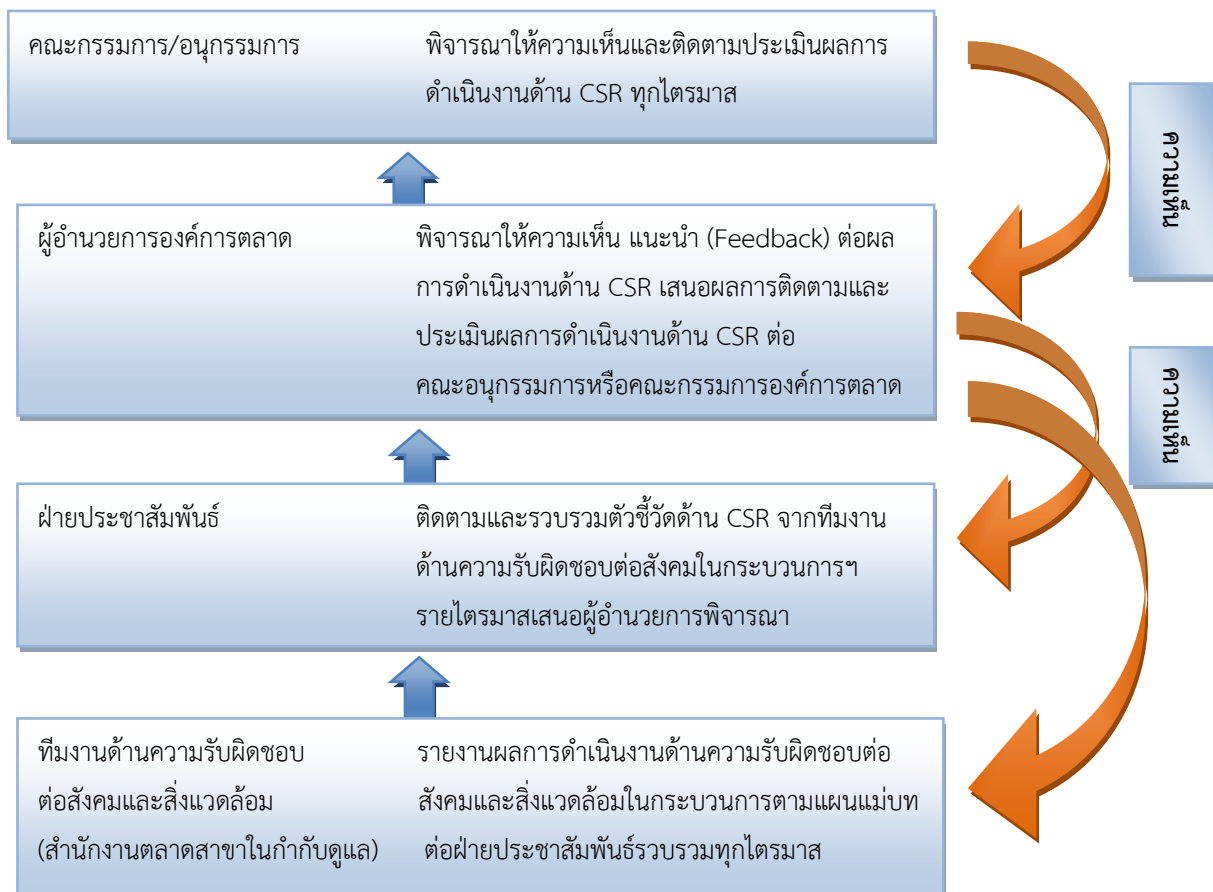
## ระบบติดตามประเมินผล

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยให้มีข้อมูลและข้อเสนอแนะจากผลการประเมินในการทำหน้าที่กำกับ ดูแล ส่งเสริมและ สนับสนุนการบริหารและการจัดการขององค์กรต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมีการพัฒนาอย่างทันการและต่อเนื่องสำหรับวัตถุประสงค์เฉพาะมีดังนี้

1. เพื่อติดตามการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ ตามมติ/ข้อสั่งเกต/ ข้อเสนอแนะจากการประชุมคณะกรรมการองค์การตลาด หรือคณะผู้บริหาร และข้อเสนอแนะจากการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลงานในรอบปีของหน่วยตรวจสอบภายใน
2. การดำเนินงานตามตัวชี้วัดหลักที่ระบุในแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณเพื่อประเมินสัมฤทธิ์ผลของการปฏิบัติตามแผนงาน



เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามแผนแม่บทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงต้องมีการตรวจวัดและติดตามผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดังนี้

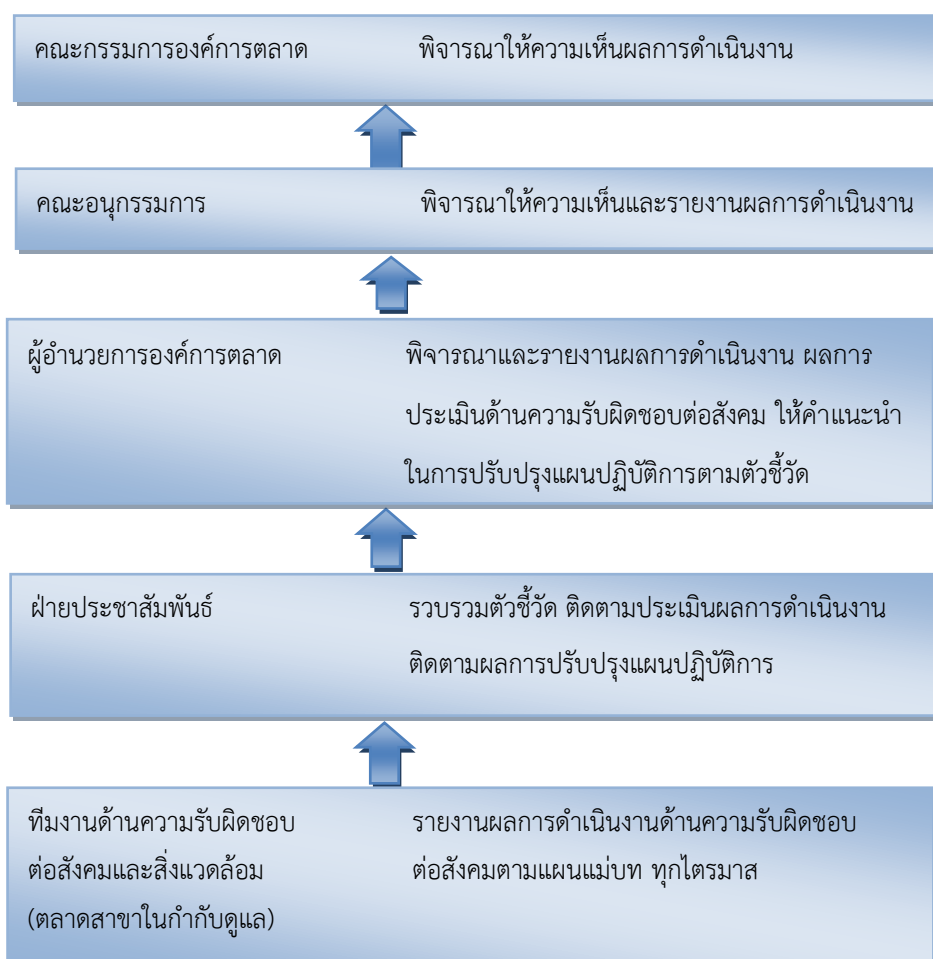




# บทที่ 6

## ระบบรายงานผลการดำเนินงาน

การรายงานผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลงานเพื่อมุ่งให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยการรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส เสนอรายงานในลักษณะการประเมินความก้าวหน้า โดยทีมงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (สำนักตลาดสาขา) จะรายงานผลการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามตัวชี้วัดในแผนแม่บท มายังฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อรวบรวมผลการดำเนินงานและรายงานต่อผู้บริหารระดับสูงขึ้นไปตามสายบังคับบัญชาเพื่อเสนอคณะกรรมการ/คณะกรรมการ พิจารณาให้ความเห็นในการปรับปรุงแผนฯ ให้การสนับสนุนเพื่อให้บรรลุผลตามตัวชี้วัด จากนั้นรายงานผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการองค์การตลาดผ่านคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี



# ภาคผนวก

## นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)



### นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

#### องค์การตลาด

องค์การตลาด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงมหาดไทย มีนโยบายดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรอบ รวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย พนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า หน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงสังคมและประเทศชาติ

ดำเนินงานควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม มีนโยบายและแนวปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมาย หรือข้อกำหนดอื่นๆ รวมทั้งแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาสร้างรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน เสริมสร้างให้องค์กรมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการปฏิบัติงาน (CSR in Process) ที่เป็นระบบ มีประสิทธิผล โดยสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO ๒๖๐๐๐ ที่ครอบคลุมทุกด้าน ดังนี้

#### ๑. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

องค์การตลาด มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานอย่างเป็นธรรมและมีจริยธรรม ใส่ใจในการปฏิบัติตามกฎหมาย เคารพกฎระเบียบของสังคม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ในการมุ่งมั่นนำสินค้าสู่ผู้บริโภค อย่างมีอาชีพ เป็นแหล่งสร้างรายได้ของผู้ผลิต ผู้บริโภค สมประสงค์ อย่างยั่งยืน สร้างฐานรากทั้งด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงาน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร รวมถึงการบริหารจัดการตามหลักการที่ดี อันเป็นสากลและเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและดำรงรักษาความเป็นเลิศในคุณธรรม อันเป็นคุณค่าพื้นฐานขององค์กร

#### ๒. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

องค์การตลาด มีนโยบายต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบภายในองค์กร ภายใต้กรอบความคิด การทุจริตคอร์รัปชันได้งอกเงยและเติบโตขึ้นในสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ทั้งในภาครัฐ และ ภาคเอกชน หรือ องค์กรต่างๆ ก็ยังมีการประพฤติมิชอบเช่นที่ว่่านี้อยู่ ดังนั้นในฐานะผู้บริหาร และหัวหน้าฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ในหน่วยงานจึงแสดงความร่วมมือกันในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบภายในองค์กร โดย ผู้อำนวยการ ผู้บริหารระดับสูง รวมถึงพนักงาน องค์การตลาด ได้ร่วมลงนามแสดงเจตนารมณ์ในการร่วมกัน เป็นประจำทุกปี โดยล่าสุดเมื่อวันที่ ๒๐ ม.ค. ๒๕๖๓ เวลา ๑๑.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ชั้น ๓ องค์การตลาด สำนักงานใหญ่

องค์การตลาดได้ จัดทำนโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน พร้อมทั้งกำหนดมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันโดยสื่อสารให้พนักงานรับทราบและเผยแพร่บนเว็บไซต์ ขององค์การตลาด ติดประกาศบอร์ดประชาสัมพันธ์ และแจ้งเวียนไปยังกระทรวง กรม จังหวัด หน่วยงานต่างๆทราบโดยทั่วกัน

/ต. การเคารพ...

### ๓. การเคารพสิทธิมนุษยชน

องค์การตลาด ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมการเคารพต่อสิทธิและเสรีภาพ ด้วยการไม่เลือกปฏิบัติ ส่งเสริมความเสมอภาค ไม่แบ่งแยกเพศและชนชั้น โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานขององค์กรทุกคนเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน ดังนี้

อด. ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนด้วยความเคารพในเกียรติและศักดิ์ศรี

อด. เปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางสื่อสาร เสนอแนะร้องทุกข์ในเรื่องคับข้องใจเกี่ยวกับการทำงาน ซึ่งข้อเสนอต่างๆ จะได้รับการพิจารณาอย่างจริงจัง และกำหนดวิธีการแก้ไข เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน

อด. สนับสนุนให้พนักงานใช้สิทธิของตนในฐานะพลเมืองโดยชอบธรรมตามรัฐธรรมนูญและตามกฎหมาย

อด. รักษาข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน เช่น ชีวประวัติ ประวัติสุขภาพ ประวัติการทำงาน ฯลฯ การเปิดเผยหรือการถ่ายโอนข้อมูลส่วนตัวของพนักงานสู่สาธารณะจะทำให้ต่อเมื่อได้รับความเห็นชอบจากพนักงานผู้นั้น ทั้งนี้ การล่วงละเมิดถือเป็นความผิดทางวินัย เว้นแต่ได้กระทำไปตามระเบียบขององค์กรหรือตามกฎหมาย

อด. ไม่สนับสนุนกิจการที่ละเมิดหลักสิทธิมนุษยชนสากล และการทุจริต พนักงานทุกคนต้องไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดหรือคุกคามไม่ว่าจะเป็นทางวาจาหรือการกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานของเชื้อชาติ เพศ ศาสนา อายุ ความพิการทางร่างกายและจิตใจ

### ๔. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

องค์การตลาด มีการกำกับดูแลให้ค่าจ้างอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการจัดระเบียบองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพกับการดำเนินงานในปัจจุบันอย่างรับผิดชอบ โดยอยู่ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายไทย มีสวัสดิการต่างๆแก่พนักงาน และดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุข จัดให้มีกองทุนสวัสดิการพนักงานและลูกจ้าง รวมทั้งมีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เพื่อสร้างหลักประกันให้พนักงาน

### ๕. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

องค์การตลาด มุ่งเน้นการบริการที่ดีเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้ามีความจริงใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า รวมทั้งพยายามที่จะแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการผลิต และ/หรือการบริการ ในขณะเดียวกัน องค์การตลาดมีความคาดหวังที่จะได้รับสินค้าและบริการในลักษณะเดียวกันนี้จากองค์กรหรือผู้จัดหาสินค้า (ตัวแทนอาหารดิบ) โดยมุ่งเน้นที่จะคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าและผู้จัดหา

### ๖. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

องค์การตลาด มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ถือเป็นแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานทางด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมถึงจัดระบบภายในเพื่อควบคุมและป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม รณรงค์ให้พนักงานช่วยกันประหยัดทรัพยากรและพลังงาน การใช้วัสดุสำนักงาน วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆอย่างคุ้มค่า เช่น การนำกระดาษใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ (Re-used) การเปิด-ปิด เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศระหว่างช่วงพักกลางวัน การแจ้งเวียนบันทึกหรือข่าวสารผ่านคิวอาร์โค้ด QR Code หรือ Soft files แทนที่จะใช้กระดาษจัดทำเป็นรูปเล่ม เน้นการสื่อสาร ประชุมผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล (Video Conference System) การจัดระบบเอกสารและไฟล์ข้อมูลผ่านระบบสารบัญญัตินิเทศหรือนิกส์ รวมถึงจัดทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ (Online Banking หรือ Internet Banking)

/๗. การร่วม...

**๗. การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม**

องค์การตลาด ให้ความช่วยเหลือตามกำลังแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงานอาสาสมัครและกิจกรรมสาธารณประโยชน์ร่วมกับชุมชน

โดยให้ผู้บริหารทุกส่วนงาน ให้ความร่วมมือ และส่งเสริมให้พนักงานร่วมกันดำเนินงานตามนโยบายแนวทางปฏิบัติ ทั้ง ๗ ข้อ ตามที่กล่าวมา และนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้อย่างบูรณาการโดยคำนึงถึงการดำเนินงานบนทางสายกลาง กล่าวคือ มีความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการมีความรอบรู้ รอบคอบ ระมัดระวัง และการมีคุณธรรม ซื่อสัตย์ สุจริต ขยัน อดทน มีสติปัญญาและการแบ่งปัน ซึ่งจะสามารถนำไปสู่ความสมดุลในการดำเนินงานสู่การบรรลุแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามนิยาม CSR ขององค์การตลาด “เติบโตอย่างยั่งยืน ร่วมกับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยให้ความรับผิดชอบต่อเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานประจำทั่วทั้งองค์กร”



(นายวิทยา ทรัพย์เย็น)

รองผู้อำนวยการองค์การตลาด ทำการแทน

ผู้อำนวยการองค์การตลาด

ประกาศ เมื่อวันที่ ๑๕ เดือน มีนาคม พ.ศ.๒๕๖๔

## กฎบัตรคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม



### กฎบัตร คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

#### ๑. หลักการและเหตุผล

คณะกรรมการองค์การตลาด (อต.) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานขององค์กร ในการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางในการปฏิบัติ องค์กรประกอบหน้าที่ความรับผิดชอบ และนโยบายในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการธุรกิจต้องพัฒนาตนเอง พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สร้างชุมชนน่าอยู่และสังคมเข้มแข็ง เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน ให้เป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางด้านการบริหารจัดการ มีคุณธรรม โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ จึงได้จัดทำกฎบัตรของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาดขึ้น เพื่อระบุถึงขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ และแนวทางในการปฏิบัติที่ดี เพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การตลาดต่อไป

#### ๒. วัตถุประสงค์

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด มีวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- ๑) เพื่อวางหลักเกณฑ์ในการเสริมสร้างให้องค์การตลาดมีแบบแผนและมาตรฐานในการปฏิบัติกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม
- ๒) เพื่อเสริมสร้างให้องค์การตลาดมีการดำเนินงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยมีความโปร่งใส น่าเชื่อถือ และตรวจสอบได้
- ๓) เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้างขององค์การตลาดและผู้มีส่วนได้เสีย สร้างจิตสำนึกและตระหนักถึงความสำคัญ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ดีและมีประสิทธิภาพ

#### ๓. องค์กรประกอบ

- ๑) คณะกรรมการองค์การตลาด เป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม
- ๒) คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย

/๒.๑) ประธาน.....

๒.๑) ประธานอนุกรรมการและอนุกรรมการ แต่งตั้งจากคณะกรรมการองค์การตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน และแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก จำนวนไม่เกิน ๒ คน ร่วมเป็นคณะอนุกรรมการ

๒.๒) เลขานุการคณะอนุกรรมการ คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ให้แต่งตั้งจากพนักงานองค์การตลาด ทั้งนี้ หากจะมีความจำเป็นให้แต่งตั้งพนักงานองค์การตลาด เป็นผู้ช่วยเลขานุการ

#### **๔. คุณสมบัติ**

มีภาวะผู้นำ มีวิสัยทัศน์ มีความเป็นอิสระ มีความรู้ความสามารถ รวมทั้งสามารถ อุทิศเวลาในการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่องค์การตลาด

#### **๕. วาระการดำรงตำแหน่ง**

๑) คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม จะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

๑.๑) ตาย

๑.๒) ลาออก

๑.๓) พ้นจากการเป็นกรรมการองค์การตลาด หรือเมื่อคณะกรรมการองค์การตลาดเห็นควรให้มีการเปลี่ยนแปลงคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม

๒) เมื่ออนุกรรมการคนใดคนหนึ่งพ้นจากตำแหน่ง ให้คณะกรรมการองค์การตลาด แต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมแทนบุคคลที่พ้นจากตำแหน่ง

#### **๖. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อ**

คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมมีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการองค์การตลาด โดยให้มีอำนาจและหน้าที่ดำเนินการในเรื่องต่างๆ ดังนี้

๑) คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องอุทิศเวลาและสามารถใช้ดุลพินิจของตนได้อย่างอิสระ และมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์สูงสุดในการเสริมสร้างให้องค์การตลาดมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี

๒) พิจารณาจัดทำแผนระยะยาวการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย นโยบาย กลยุทธ์และเป้าหมายหลัก และแผนระยะสั้น รวมถึงคู่มือการดำเนินงานที่มีความชัดเจน มีคุณภาพ สอดคล้องกับภารกิจขององค์การตลาด

๓) ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ให้คณะกรรมการองค์การตลาดและองค์การตลาดทราบ

๔) กำกับดูแลและส่งเสริมให้ผู้บริหาร พนักงานองค์การตลาด และบุคคลภายนอกได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม

๕) เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เมื่อมีโอกาสดตามความเหมาะสม

๖) ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการองค์การตลาดมอบหมาย

### ๗. การประชุม

๑) คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์การตลาด กำหนดการประชุมไว้ ดังนี้

๑.๑) ต้องมีการกำหนดการประชุมอย่างน้อย ๒ เดือน/ครั้ง โดยประธานอนุกรรมการ เป็นผู้กำหนดวัน เวลา และสถานที่ประชุม ทั้งนี้ ประธานในที่ประชุมอาจกำหนดเป็นสถานที่ประชุมอื่น นอกเหนือจากห้องที่อันเป็นที่ตั้งขององค์การตลาด สำนักงานใหญ่ ก็ได้ และหากมีเหตุผลความจำเป็น คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม อาจกำหนดให้มีการประชุมได้ตาม ความเหมาะสม และรายงานให้คณะกรรมการองค์การตลาดทราบ

๑.๒) ในการประชุมคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์การตลาด ต้องมีอนุกรรมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนอนุกรรมการทั้งหมด จึงจะครบองค์ประชุม

๑.๓) ในกรณีที่ประธานอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์การตลาด ไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มาประชุมเลือกอนุกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

๑.๔) การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธาน ในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด

๑.๕) ให้ฝ่ายเลขานุการคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม จัดทำวาระการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ล่วงหน้า พร้อมจัดส่งเอกสารให้คณะอนุกรรมการล่วงหน้าก่อนการ ประชุม อย่างน้อย ๓ วัน ทำการ

### ๘. ค่าตอบแทน

ค่าเบี้ยประชุมให้จ่ายตามหลักเกณฑ์และไม่เกินอัตราสูงสุดตามที่คณะรัฐมนตรีกำหนด ซึ่งเป็นอัตราได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการองค์การตลาด

### ๙. การรายงาน

ให้คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์การตลาด รายงานผลการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ให้คณะกรรมการองค์การตลาดทราบ ทุกครั้งที่มีการประชุม และเผยแพร่รายงานผลการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ขององค์การตลาด โดยผ่านช่องทางต่างๆอย่างน้อย ดังนี้

- ๑) ข่าวประชาสัมพันธ์องค์การตลาด
- ๒) เว็บไซต์ (website) ขององค์การตลาด
- ๓) แจ้งเวียนให้พนักงานทราบโดยทั่วกัน
- ๔) บรรจุไว้ในศูนย์ข้อมูลข่าวสารขององค์การตลาด

/๑๐. การทบทวน...

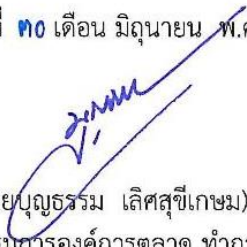
**๑๐. การทบทวนกฎบัตร**

ตามหลักเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติงานการจัดทำบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ (MoU Report) ประจำปี กับ องค์การตลาด กำหนดให้คณะกรรมการจัดให้มีการจัดทำ การทบทวนกฎบัตรที่ระบุหน้าที่ความรับผิดชอบและแนวปฏิบัติที่ดีได้มาตรฐานสำหรับคณะกรรมการ ก่อนสิ้นปีบัญชี

**๑๑. หลักเกณฑ์อื่นๆ**

กรณีอื่นใดไม่ได้กำหนดไว้ในกฎบัตรฉบับนี้ ให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด ใช้ดุลยพินิจในการกำหนดแนวปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์ สูงสุด แก่องค์กร ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๐ เดือน มิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๓

  
(นายบุญธรรม เลิศสุขีเกษม)

ประธานกรรมการองค์การตลาด ทำการแทน

ผู้อำนวยการองค์การตลาด



## คำสั่งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อ



### คำสั่งคณะกรรมการองค์การตลาด

ที่ ๑๒ /๒๕๖๓

### เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม

เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ให้เป็นไปตามตัวชี้วัดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานองค์การตลาดที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจกำหนด ตลอดจนแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๕ แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ.๒๕๖๒ ข้อ ๑๒ แห่งข้อบังคับองค์การตลาดว่าด้วยการประชุมของคณะกรรมการองค์การตลาด และคณะกรรมการองค์การตลาด พ.ศ.๒๕๖๐ ประกอบกับมติคณะกรรมการองค์การตลาด ครั้งที่ ๓/๒๕๖๓ เมื่อวันที่ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๓ คณะกรรมการองค์การตลาดจึงให้ยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการองค์การตลาด ที่ ๔/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓ และแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด ดังนี้

๑. นางสาวกอบกุล โมทนา	ประธานอนุกรรมการ
๒. นายทศพล สังขทรัพย์	อนุกรรมการ
๓. นายสมศักดิ์ วรวิจิตร	อนุกรรมการ
๔. นางปานจิต จินดากุล	อนุกรรมการ
๕. นางอุบลทิพย์ งามวิบูลย์	อนุกรรมการ
๖. หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ (นางขวัญใจ วรรณปานไพร)	เลขานุการ
๗. หัวหน้าแผนกบริหารบุคคล (นายปริญญา ตลาโสรั)	ผู้ช่วยเลขานุการ

โดยให้คณะกรรมการฯ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

(๑) พิจารณาแผนระยะยาวเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย นโยบาย กลยุทธ์และเป้าหมายหลัก และแผนระยะสั้น รวมถึงคู่มือการดำเนินงานที่มีความชัดเจน มีคุณภาพสอดคล้องกับภารกิจขององค์การตลาด

(๒) ติดตามรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมให้คณะกรรมการองค์การตลาดและองค์การตลาดทราบ

/ (๓) กำกับ...

(๓) กำกับดูแลส่งเสริมให้ผู้บริหาร พนักงานองค์การตลาด และบุคคลภายนอกที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือที่เป็นคู่สัญญา ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม

(๔) ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการองค์การตลาดมอบหมาย

คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม อาจเชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่เกี่ยวข้องตามจำเป็นร่วมประชุม โดยให้ได้รับค่าเบี้ยประชุมเท่ากับอนุกรรมการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๖ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๓ เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๕ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๖๓

(นายบุญธรรม เลิศสุขีเกษม)  
ประธานกรรมการองค์การตลาด



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย  
Market Organization Ministry Of the Interior

# ชาวประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด สาขาลำพูน จัดพิธีเปิดศูนย์เรียนรู้ เดือนภัย/เฝ้าระวัง ผลิตภัณฑ์สุขภาพ



อาหารปลอดภัย คู่มิตรสุขภาพชุมชน



วันที่ 19 พฤษภาคม 2566 เวลา 10.30 น. ณ องค์การตลาด สาขาลำพูน บริเวณชั้น 2 นายภาณุพล รัตนกาญจนภัทร รองประธานกรรมการองค์การตลาด ทำการแทนผู้อำนวยการองค์การตลาด ร่วมด้วยนายชาติ กิตติอนติตต์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดลำพูน ร่วมกันตัดริบบิ้นเปิดศูนย์เรียนรู้ เดือนภัย/เฝ้าระวัง ผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย คู่มิตรสุขภาพชุมชน โดยมีภาคีเครือข่ายต่างๆ ร่วมกันในการให้การสนับสนุนและให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร การทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร และแนะนำแนวทางปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหาร ให้ห่างไกลจากโรค ลด หวาน มัน เค็ม เพื่อเป็นสถานที่ให้ประชาชนทั่วไปได้เข้ามาศึกษาหาความรู้ในศูนย์เรียนรู้แห่งนี้อีกด้วย



ประชาสัมพันธ์ อด.  
ครั้งที่ 105/2566

เลขที่ 51/47 หมู่ที่ 5 ซอยสวนผัก 4  
ถนนสวนผัก แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน  
กรุงเทพมหานคร 10170

[www.market-Organization.or.th](http://www.market-Organization.or.th)

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

AORTOROfficial



# ข่าวประชาสัมพันธ์

## NEWSLETTER

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ได้จัดการ “โครงการดั่งลิ้นร่วมใจ สร้างสุขสู่ชุมชน”

เมื่อวันที่ 10/10/2566 ณ เมืองสุพรรณบุรี



วันพฤหัสบดีที่ 10 สิงหาคม 2566 เวลา 17.00 น. ณ บริเวณลานจอดรถชั้น 2 อาคาร 6 ชั้น องค์การตลาดสำนักงานใหญ่ โดยองค์การตลาด สาขาดั่งลิ้น ได้จัดกิจกรรม CSR ขึ้นชื่อ “โครงการดั่งลิ้นร่วมใจ สร้างสุขสู่ชุมชน” แอโรบิก (AEROBIC) เป้าหมายเพื่อให้ชุมชนระแวกใกล้เคียง และผู้ที่รักในสุขภาพ ได้มาทำกิจกรรมออกกำลังกายร่วมกัน เป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ท่างไกลโรค และยังเป็นการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีอีกด้วย โดยกิจกรรมนี้จะจัดขึ้นทุกวันพฤหัสบดีระหว่างวันที่ 10 สิงหาคม ถึงวันที่ 21 กันยายน 2566 เวลา 17.00 น. เป็นต้นไป

ประชาสัมพันธ์ อด.  
ครั้งที่ 171/2566

เลขที่ 51/47 ซอยสวนศึก 4 ถนนสวนศึก แขวงตลิ่งชัน  
เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170



www.market-Organization.or.th  
องค์การตลาด กระทรวง  
AORTOROM.มหาดไทย



# ข่าวประชาสัมพันธ์

## NEWSLETTER

องค์การตลาด สาขาตลิ่งชัน จัดกิจกรรม (CSR In Process) ขึ้นภายใต้ชื่อโครงการ  
"เปลี่ยนขยะเป็นกองทุน ไม่มีทุนก็ทำบุญได้" ประจำปี 2566



องค์การตลาด สาขาหนองม่วง ได้เริ่มโครงการ "เปลี่ยนขยะเป็นกองทุน ไม่มีทุนก็ทำบุญได้" เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น และเพื่อให้ผู้ประกอบการ, ประชาชนผู้ที่พักอาศัยในพื้นที่ชุมชนตลาดสาขาหนองม่วงมีความรู้ความเข้าใจตระหนัก และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน ให้ความสำคัญกับปัญหาเรื่อง การจัดการขยะมูลฝอย เกิดการแก้ไขปัญหายั่งยืน ควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชน เพื่อลดปริมาณขยะในพื้นที่ชุมชนของตลาดสาขาหนองม่วง และขยายออกไปยังพื้นที่ใกล้เคียง โดยสำนักงานตลาดสาขาหนองม่วง จะส่งมอบขยะให้กับเทศบาลตำบลหนองม่วง เพื่อนำไปขายสมทบทุนร่วมทำบุญถวายเทียนพรรษาให้แก่วัดในวันเข้าพรรษา เพื่อสืบสานประเพณี และทำนุบำรุงพุทธศาสนาต่อไป



ประชาสัมพันธ์ อต.  
ครั้งที่ 192/2566

เลขที่ 51/47 ซอยสวนผัก 4 ถนนสวนผัก แขวงดลิ่งชัน  
เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170

[www.market-Organization.or.th](http://www.market-Organization.or.th)  
องค์การตลาด กระทรวง  
AORTDROI/มททไทย



# ข่าวประชาสัมพันธ์

## NEWSLETTER

องค์การตลาด สาขาบางคล้า จัดกิจกรรม (CSR In process)



“โครงการตลาดบางคล้าห่วงใยใส่ใจชุมชน ๒๐๒๓”



องค์การตลาด สาขาบางคล้า จัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR in Process) นำโดยนางพัฒนา สังข์ทรัพย์ กรรมการองค์การตลาด นายวิทยา ทรัพย์เย็น รองผู้อำนวยการองค์การตลาด นายศุภาโชติ มะหะลีแก้ว เลขานุการองค์การตลาด ภายใต้ชื่อโครงการ “ตลาดบางคล้าห่วงใยใส่ใจชุมชน ๒๐๒๓” ตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2566 ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพลักษณ์ (Re-inventing, Re-image) ตัวชี้วัด : องค์การตลาดมีภาพลักษณ์ด้านการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรอบ โดยได้ประสานกับภาคีเครือข่าย Go Green 6G (Green Partnership) ของสำนักงานตลาดสาขาบางคล้า ได้แก่ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อจัดอบรมและจัดทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษชิ้นส่วนปลาน้ำจืดและขยะอินทรีย์ภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า สำหรับใช้ในการบำบัดน้ำเสีย และกำจัดกลิ่น ภายใต้ตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และเพื่อให้คนในชุมชนได้นำความรู้ที่ได้จากการอบรม สามารถนำไปทำน้ำหมักชีวภาพเองเพื่อใช้ในการเกษตร ในครัวเรือน และเพื่อเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งด้วย



ประชาสัมพันธ์ อต.  
ครั้งที่ 193/2566

เลขที่ 51/47 ออฮสวนผัก 4 ถนนสวนผัก แขวงดลิ่งฮัน  
เขตดลิ่งฮัน กรุงเทพมหานคร 10170

[www.market-Organization.or.th](http://www.market-Organization.or.th)  
องค์การตลาด กระทรวง  
AORTOROM.มหาดไทย



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย  
The Market Organization Under the Ministry Of the Interior

# ข่าวประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด สาขาปากคลองตลาด จัดกิจกรรม (CSR In process)  
“กิจกรรมพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย”



เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 27 มิถุนายน 2566 สำนักงานตลาดสาขาปากคลองตลาด ร่วมกับสำนักงานเขตพระนคร บริษัท ปากคลองตลาด (2552) จำกัด ดำเนินการจัดทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี 2566 “กิจกรรมอบรมพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัยตามโครงการกรุงเทพฯ เมืองอาหารปลอดภัย” ได้ตระหนักกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ในการดูแลอาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัย ปลอดภัย บริโภคได้อย่างมั่นใจ และใส่ใจสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญประชาชนในชุมชน และร่วมรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านอาหารปลอดภัย โดยคาดหวังว่าจะช่วยนำไปสู่การปรับเปลี่ยนของชุมชนให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น และยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนให้ดียิ่งขึ้น โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน ตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ 3 ยุทธศาสตร์



ประชาสัมพันธ์ อด.  
ครั้งที่ 112/2566

เลขที่ 51/47 ซอยสวนผัก 4 ถนนสวนผัก แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170



[www.market-Organization.or.th](http://www.market-Organization.or.th)



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



AORTOROfficial



02 0249270-4



# ข่าวประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด จัดกิจกรรมอบรมจิตภาวนา หลักสูตร “Format จิต Delete อารมณ์” ฉลองพระชนมายุ ๘ รอบ สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก

วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2566 เวลา 8.30 น. ณ อาคารธรรมสถานเฉลิมพระเกียรติ รัชกาลที่ 9 วัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร โดยมีนายภาณุพล รัตน์กาญจนภัทร รองประธานกรรมการองค์การตลาด ทำการแทนผู้อำนวยการองค์การตลาด ได้กล่าวให้โอวาทแก่ผู้บริหารเจ้าหน้าที่และพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยการอบรมจิตภาวนาในช่วงเช้าจะมีพิธีไหว้พระ-รับศีล-ฟังธรรมบรรยาย โดยท่านปิยโสภณ เติณจกรรม นิ่งสมาธิ และคีตสมาธิ ช่วงบ่ายทำโยคะสมาธิ นิ่งสมาธิ เติณจกรรม และร่วมกันอธิษฐานจิตภาวนาร่วมกัน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว จัดขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสฉลองพระชนมายุ ๘ รอบ สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก



ประชาสัมพันธ์ อด.  
ครั้งที่ 83/2566



# ข่าวประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย  
Market Organization Ministry Of the Interior



องค์การตลาด ร่วมประกอบพิธีเจริญพุทธมนต์บำเพ็ญกุศลถวายแด่สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทีราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา ให้ทรงหายจากพระอาการประชวรและทรงมีพระพลานามัยแข็งแรงในเร็ววัน



วันที่ 20 เมษายน 2566 เวลา 17.00 น. ณ วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม ราชวรวิหาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร นำโดยนายภาณุพล รัตนกาญจนภัทร รองประธานกรรมการองค์การตลาด ทำการแทนผู้อำนวยการองค์การตลาด นายวิทยา ทรัพย์เย็น รองผู้อำนวยการองค์การตลาด ร่วมด้วยนายวรงค์ แสงเมือง รองอธิบดีกรมพัฒนาชุมชน นางปวงพร ศุภการ รองผู้อำนวยการฝ่ายงานผู้ว่าราชการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค นายพรศักดิ์ อุดมทรัพย์กุล ผู้ช่วยผู้ว่าการการไฟฟ้านครหลวง นายสุวิทย์ เกื้อน้อย ผู้ตรวจราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง ข้าราชการและเจ้าหน้าที่การประปาส่วนภูมิภาค กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรมที่ดิน การประปานครหลวง องค์การจัดการน้ำเสีย พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและบุคลากรในสังกัดองค์การตลาด ร่วมประกอบพิธีเจริญพุทธมนต์และเจริญจิตตภาวนา เพื่อถวายพระราชกุศลถวายพระพรชัยมงคลแด่สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทีราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา ให้ทรงหายจากพระอาการประชวรและทรงมีพระพลานามัยสมบูรณ์แข็งแรงในเร็ววัน



02 0249370



AORTOROfficial



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



www.market-Organization.or.th



ประชาสัมพันธ์ อด.  
ครั้งที่ 82/2566

เลขที่ 51/47 หมู่ที่ 5 ซอยสวนผัก 4 ถนนสวนผัก  
แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170

# Contact Us

## องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

The Market Organization under the Ministry of the Interior ( MO . )

 สถานที่ตั้ง :  
51/47 สวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขต  
ตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170

 Tel. +66 024 9270-74  
Fax. +66 024 9277

 [www.market-organization.or.th](http://www.market-organization.or.th)



“เติบโตอย่างยั่งยืน  
ร่วมกับชุมชน  
สังคมสิ่งแวดล้อมโดยให้  
ความรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการปฏิบัติงานประจำ  
ทั่วทั้งองค์กร ”