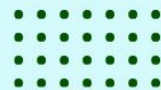


แผนปฏิบัติการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2569



องค์การตลาด
กระทรวงมหาดไทย



0 2 024 9270 - 4

www.market-organization.or.th



สารบัญ

หลักการและเหตุผล.....	2 - 3
วัตถุประสงค์	4
ยุทธศาสตร์/เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินงาน.....	4 - 5
หลักเกณฑ์การกำหนดชุมชนที่สำคัญ	5 - 6
ขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน.....	6
ระยะเวลาในการดำเนินงาน	6
งบประมาณและค่าใช้จ่าย.....	6
ผู้รับผิดชอบ.....	6
ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงานโครงการ	7
นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	8
(CSR In Process ขององค์การตลาด (อต.)	
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
การติดตามประเมินผล	9

รายละเอียดแผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม.....	10 - 24
--	---------

และสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2569

ภาคผนวก	25
---------------	----

แผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) องค์การตลาด ประจำปี 2569

1. หลักการและเหตุผล

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึงการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควบคู่ไปกับการแสวงหาผลกำไร โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนของกิจการและสังคมโดยรวม

การดำเนินกิจกรรม CSR ในองค์กรมีประโยชน์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible)

ประโยชน์ที่เป็นธรรม องค์กรจะมีความเสถียรภาพ จะมีความเสถียรภาพ เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ในแง่ของพนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกัน ก็สามารถที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้ และองค์กรมีโอกาสรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นได้จากการที่ถูกค่าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม องค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ปรากฏต่อสาธารณชนในเชิงบวกเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไป การดำเนินการด้าน CSR เป็นกระแสที่เรียกร้องให้หน่วยงานหรือธุรกิจสามารถดำเนินการอย่างจริงจังและเป็นเรื่องจำเป็นที่ทุกหน่วยงานจะต้องกระทำให้กลมกลืนควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม

CSR In Process หมายถึงกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เช่นการดูแลสวัสดิการของพนักงาน การผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อลูกค้าในการดำเนินการ CSR In Process ประกอบด้วย 7 หลักการ (Principles) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่

- 1) ความรับผิดชอบ (Accountability)
- 2) ความโปร่งใส (Transparency)
- 3) การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)
- 4) การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder interests)
- 5) การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law)
- 6) การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล (Respect for International Norms of Behavior)
- 7) การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights)

และมี 7 หลักการแนวปฏิบัติ (Core Subjects) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

- 1) ธรรมาภิบาล (Organizational governance)
- 2) สิทธิมนุษยชน (Human rights)



- 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor practices)
- 4) สิ่งแวดล้อม (The environment)
- 5) การปฏิบัติที่เป็นธรรม (Fair Operating practices)
- 6) ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer issues)
- 7) การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน (Community involvement and development)

องค์การตลาด (อต.) เป็นรัฐวิสาหกิจอยู่ในกลุ่มพาณิชย์และบริการ ดำเนินธุรกิจและให้บริการได้ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการนำหลัก CSR In Process มาดำเนินการ โดยอ้างอิงหลักมาตรฐานสากล ISO 26000 จึงได้มีนโยบายให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ที่ยึดหลักยุทธศาสตร์ตามแผนแม่บทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาดตลอดจนแผนวิสาหกิจองค์การตลาด เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ องค์การตลาด ได้ทบทวนแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2567 - 2571) ทบทวนประจำปี 2569 ให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจองค์การตลาด ตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ “กลยุทธ์ที่ S03 “เพื่อยกระดับการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ” กลยุทธ์ระดับองค์กร “เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม”

โดยได้เชิญผู้รับผิดชอบแผนในแต่ละโครงการและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการวิเคราะห์และกำหนดทิศทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ขององค์กร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประสิทธิผลสูงสุด ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก

ลำดับขั้นตอนของการทบทวนโครงการฯ ตั้งแต่การกำหนดข้อมูลปัจจัยนำเข้า และการประเมินผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการวิเคราะห์ SWOT Analysis การใช้เครื่องมือ TOWS Matrix เพื่อหากรอบยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้าง สนับสนุน การพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การจัดการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างกลไกที่ดีในการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

จนได้มุมมองในภาพรวมของโครงการ CSR ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน เพื่อใช้ในการสร้างการรับรู้ จัดจำ และยอมรับ โดยมีแนวคิดสำคัญเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมที่ยั่งยืนในการดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด ในแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 – 2570) ครอบคลุมตามกรอบยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์



2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อเป็นการพัฒนา CSR In Process เสริมสร้างภาพลักษณ์และบทบาทองค์กร ให้เป็นที่ยอมรับของสังคมทั้งภายในและภายนอก
3. เพื่อส่งเสริมให้องค์การตลาด (อต.) มีสัมพันธภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของ อต.
4. เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแนวทางระบบการประเมินผลรัฐวิสาหกิจ

3. ยุทธศาสตร์/เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้าง สนับสนุน การพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสภาพแวดล้อมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชนให้เข้มแข็งเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายด้วยกระบวนการเรียนรู้และการจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ทำให้เกิดการ การพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนบนฐานของการพึ่งตนเองและการพึ่งพาซึ่งกันและกัน

แนวทางการดำเนินการ

- การจัดการองค์ความรู้
- การสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีสำนึกของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน
- การตัดสินใจบนพื้นฐานความต้องการของประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การจัดการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับระบบนิเวศได้อย่างเกื้อกูล สามารถอนุรักษ์ฟื้นฟู เข้าถึงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน นำไปสู่สังคมที่น่าอยู่สงบสุขและสมานฉันท์

แนวทางการดำเนินการ

- การส่งเสริมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- การบริหารสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

เป้าหมาย เพื่อมุ่งเน้นการตลาดอย่างเป็นธรรม การปกป้องดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การบริโภคอย่างยั่งยืน การบริการ การสนับสนุน และการแก้ไขข้อร้องเรียนและข้อพิพาทจากผู้บริโภค การปกป้องข้อมูลและการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค โดยยึดหลักมาตรฐานสากลด้านคุณภาพ และสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินการ

- การมุ่งเน้นตลาดที่เป็นธรรม
- การบริหารตลาดโดยอ้างอิงมาตรฐานสากล เช่น ISO 9000, ISO 14000 เป็นต้น
- การวัดความเชื่อมั่น/ความพึงพอใจของผู้บริโภค



ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างกลไกที่ดีในการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์กร ให้กับผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงคู่ค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก

แนวทางการดำเนินการ

- จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์กร (สื่อสารภายใน) Intranet, Line Group, (สื่อสารภายนอก) ข่าวประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ (Online Community)

4. หลักเกณฑ์การกำหนดชุมชนที่สำคัญ

องค์การตลาด (อต.) เป็นหน่วยงานที่มุ่งดำเนินงานตรวการกิจหลักขององค์กรควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำความสามารถพิเศษขององค์กรมาเป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงานและ สนับสนุนชุมชนเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดชุมชนที่สำคัญ ดังนี้

หลักเกณฑ์การคัดเลือกชุมชน

1. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบอาณาเขตที่ตั้งสำนักงานขององค์การตลาดสำนักงานใหญ่และตลาดสาขาในกำกับดูแล ซึ่งอยู่ในระยะทางที่สะดวกต่อการดำเนินกิจกรรม/โครงการ
2. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์การตลาด
3. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่มีความเต็มใจ และพร้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกัน
4. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่มีการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามนโยบายรัฐบาลร่วมกัน
5. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบโดยมีเป้าหมายวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความสามัคคี ความพร้อมและศักยภาพที่จะพัฒนาหรือร่วมกิจกรรม
6. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายของหน่วยงาน ภาครัฐ เอกชน และที่เป็นหน่วยงานพันธมิตรขององค์การตลาด
7. กลุ่มคน ชุมชน ที่ต้องการความช่วยเหลือจากภัยพิบัติต่างๆ หรือต้องการความช่วยเหลือเป็นกรณีเร่งด่วน



หลักเกณฑ์ความพร้อมของ อด.

1. ความเหมาะสมของงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินโครงการ หรือกิจกรรมในแต่ละครั้ง
2. ความพร้อมด้านบุคลากร พนักงาน เจ้าหน้าที่ และอุปกรณ์สถานที่
 - 2.1 ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ CSR In Process
 - 2.2 ความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการตลาด
 - 2.3 มีพื้นที่สนับสนุนในการกระจายสินค้าเกษตร สินค้าชุมชน
3. ความพร้อมด้านความร่วมมือของหน่วยงานเครือข่ายพันธมิตร
4. ความพร้อมด้านปัจจัยอื่นๆ เช่น สภาพะณุกเงินต่างๆ สถานการณ์ภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ การเกิดโรคระบาด เป็นต้น

5. ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน

1. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ร่วมกับสำนักงานตลาดสาขাজัดทำแผนปฏิบัติงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) เสนอผู้อำนวยการองค์การตลาดพิจารณาเห็นชอบและอนุมัติ
2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเพื่อดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด
3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ รายงานผลการดำเนินกิจกรรมโครงการตามแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมประจำปี ต่อผู้อำนวยการองค์การตลาดและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทราบ
4. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจการดำเนินกิจกรรมโครงการตามแผนปฏิบัติงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) เพื่อนำผลการประเมินความพึงพอใจ ไปเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานจัดทำแผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ในปีต่อไป ให้ดียิ่งขึ้น

6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตุลาคม 2568 – กันยายน 2569

7. งบประมาณและค่าใช้จ่าย

งบประมาณ CSR In Process ขององค์การตลาด ประจำปี 2569 จำนวน 700,000.- (เจ็ดแสนบาทถ้วน)

8. ผู้รับผิดชอบ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ /สำนักงานตลาดสาขาในกำกับดูแลขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



9. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงานโครงการ

เชิงคุณภาพ ปี 2569 มีการดำเนินกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR In Process ดังนี้

1. เน้นสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำ CSR In Process ที่ถูกต้องและยั่งยืนแก่ผู้ปฏิบัติงาน โดยให้คำนึงถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในฐานะของหน่วยหนึ่งในสังคม
2. เน้นสร้างช่องทางการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ CSR In Process ระหว่างองค์กรหน่วยงานภาคส่วนอื่นๆ เพื่อให้เกิดการทำ CSR In Process ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลต่อสังคมในวงกว้างขึ้น
3. การกระตุ้นให้องค์กรเห็นว่าการดำเนิน CSR In Process เป็นเรื่องเดียวกับการดำเนินธุรกิจ ด้วยการนำเสนอรูปแบบการทำ CSR In Process อย่างสร้างสรรค์จากตัวอย่างองค์กรจริง สนับสนุนให้มีการประยุกต์การทำ CSR In Process ด้วยศักยภาพ และธุรกิจหลัก (Core Business) ขององค์กรด้วยการขับเคลื่อนจากทุกส่วนในองค์กร เพื่อความยั่งยืนที่แท้จริง

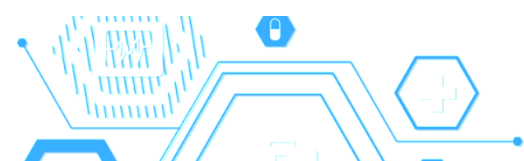
เชิงปริมาณ

1. ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR In Process สามารถดำเนินการได้ร้อยละ 100
2. ร้อยละความพึงพอใจในการดำเนินการตามแผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR In Process หลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ในทุกโครงการมีผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

ระดับความพึงพอใจ โดยวัดระดับความพึงพอใจจากค่าคะแนนที่ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจการดำเนินการตามแผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ดังนี้ ระดับ 1 พึงพอใจน้อยที่สุด ระดับ 2 พึงพอใจน้อย ระดับ 3 พึงพอใจปานกลาง ระดับ 4 พึงพอใจมาก และระดับ 5 พึงพอใจมากที่สุด

การแปลผลระดับความพึงพอใจ ในช่วงระดับคะแนน ดังนี้

ระดับ	คะแนน	ความหมาย
5	4.51-5.00	มากที่สุด
4	3.51-4.50	มาก
3	2.51-3.50	ปานกลาง
2	1.51-2.50	น้อย
1	1.00-1.50	น้อยที่สุด



10. นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ขององค์การตลาด

❖ นโยบาย

คณะกรรมการขององค์การตลาด (อต.) มีนโยบายให้ความสำคัญต่อการดำเนินงาน CSR การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยให้ อต. ยึดหลักบรรษัทภิบาล เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ซึ่งมีองค์ประกอบหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญที่ต้องยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

ลำดับ	หลักการ	แนวปฏิบัติ
1	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Accountability)	การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organizational Governance)
2	ความโปร่งใส (Transparency)	สิทธิมนุษยชน (Human Rights)
3	การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)	ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices)
4	การเคารพต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interests)	การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment)
5	การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law)	การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)
6	การเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางของสากล (Respect for International Norms of Behavior)	ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issues)
7	การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights)	การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development)

องค์การตลาด (อต.) รับนโยบายและแนวทางปฏิบัติดังกล่าวข้างต้น มากำหนดนโยบายในการประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านดังกล่าว ดังนี้

“ยึดมั่นคุณธรรม ดำเนินงานโปร่งใส อต.ใส่ใจ ห่วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อม”



11. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) อต. เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR In Process ที่เข้าไปตามแผนแม่บทด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) อต. มีการพัฒนา CSR In Process เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และบทบาทองค์กร ให้เป็นที่ยอมรับของสังคม
- 3) อต. มีสัมพันธภาพกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของ อต.
- 4) อต. มีผลการประเมินการพัฒนางานองค์กรของรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) หัวข้อ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร ในระดับคะแนนที่น่าพอใจ

12. การติดตามประเมินผล

การจัดทำแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อให้การดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร มีการติดตามผลการดำเนินงาน แผนงาน/โครงการของแต่ละฝ่าย ทุกไตรมาส เพื่อนำมาวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานและรายงานการประเมินผลโครงการ ซึ่งในส่วนของการติดตามผลการดำเนินงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม งานกิจกรรมเพื่อสังคม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ติดตาม รวบรวม สรุปผลการดำเนินงาน เสนอคณะกรรมการการติดตามผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเสนอผู้อำนวยการองค์การตลาด เป็นประจำทุกไตรมาส และ สรุปรวบรวมผลการดำเนินกิจกรรมโครงการตามแผนทุกโครงการรายงานต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องและเสนอผู้อำนวยการทราบก่อนสิ้นปีบัญชี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการติดตามผลไปดำเนินงานใช้เป็นข้อมูลประกอบการรายงานการพิจารณามอบรางวัลด้าน CSR จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่อไป



รายละเอียดแผนงาน/โครงการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ของ องค์การตลาด (อต.) ประจำปี 2569

ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1.	โครงการ “Talingchan Care – Together for Better Community”	1. เพื่อสร้างความสามัคคีภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย 2. เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย 3. เพื่อให้ตลาดสาขาท้องถิ่นมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี 4. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	1. ตลาดสาขาท้องถิ่นมีความสามัคคีกับผู้มีส่วนได้เสีย 2. ตลาดสาขาท้องถิ่นมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี 3. ตลาดสาขาท้องถิ่นมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น 4. ตลาดสาขาท้องถิ่นมีภาพลักษณ์ที่ดี	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	50,000	สำนักงานสาขาท้องถิ่น



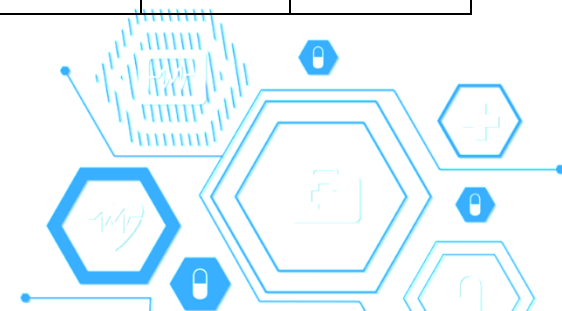
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
2.	โครงการ “Bangkhla Together - Connected in Care”	1. เพื่อสร้างความสามัคคีภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย 2. เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย 3. เพื่อให้ตลาดสาขาบางคล้ามีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี 4. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	1. สำนักงานตลาดสาขาบางคล้ามีความสามัคคีกับผู้มีส่วนได้เสีย 2. สำนักงานตลาดสาขาบางคล้ามีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี 3. สำนักงานตลาดสาขาบางคล้ามีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น 4. สำนักงานตลาดสาขาบางคล้ามีภาพลักษณ์ที่ดี	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	50,000	สาขา บางคล้า



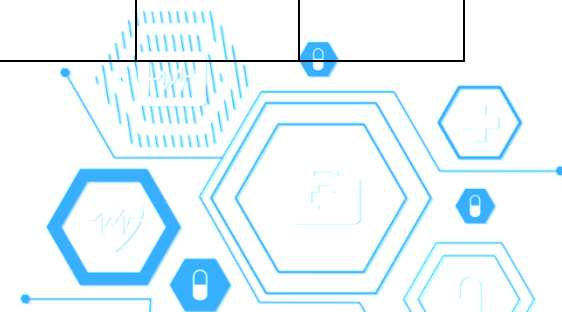
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
3.	"พัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย"	1. เพื่อปรับปรุง ยกระดับมาตรฐานด้านสุขลักษณะการจำหน่ายอาหารในสถานประกอบการอย่างถูกต้องและปลอดภัย 2. เพื่อตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพอาหารในสถานประกอบการอาหาร 3. เพื่อดำเนินการกิจกรรมสาธารณประโยชน์ที่เหมาะสม รณรงค์ประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านอาหารปลอดภัย 4. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และสร้างความมั่นใจในการบริโภคอาหารที่สะอาดปลอดภัย	1. สถานประกอบการสามารถพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานสถานประกอบการให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานอาหารปลอดภัย 2. ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุน รณรงค์ด้านอาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัยปลอดสารพิษ และสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค 3. องค์การตลาด ได้รับผลการประเมินเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานขององค์การตลาด 4. การรับรู้ข้อมูลด้านอาหารปลอดภัยที่ถูกต้อง เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดี	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	50,000	สำนักงานตลาดสาขาปากคลองตลาด



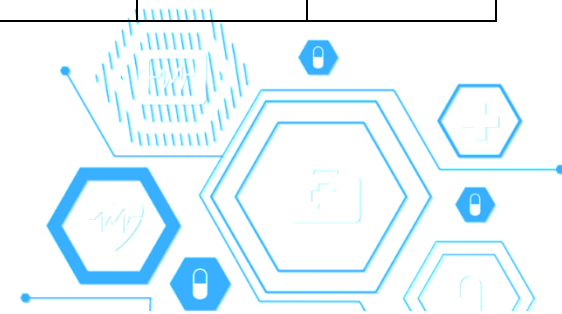
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
4.	ตลาดหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ	1. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของผู้ค้าและชุมชนในการ รักษาความสะอาดของตลาด 2. เพื่อรณรงค์การจัดการขยะ และสิ่งแวล้อมอย่างถูกวิธี ลดปัญหากลิ่นและน้ำเสีย 3. เพื่อสร้างบรรยากาศตลาด ที่น่าใช้บริการ สร้างความพึง พอใจแก่ผู้บริโภค	1. ตลาดมีสภาพแวดล้อมที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ ลดกลิ่นและแหล่ง เพาะเชื้อโรค 2. ร้านอาหาร/ร้านก๋วยเตี๋ยวเริ่มใช้ ถังดักไขมัน DIY ช่วยลดการอุดตัน ของท่อและน้ำเสีย 3. ผู้ค้าได้รับความรู้และสามารถ นำไปประยุกต์ใช้เพื่อจัดการขยะ และน้ำเสียด้วยตนเอง 4. ตลาดสาขาหนองม่วงได้รับการ ยอมรับว่าเป็นตลาดที่ใส่ใจ สิ่งแวดล้อมและสุขภาพชุมชน 5. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างตลาด ผู้ค้า และประชาชน 6. เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชน และสามารถใช้เป็นข้อมูลในการ ประชาสัมพันธ์	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	50,000	สาขา หนองม่วง



ลำดับ	ชื่อแผนงาน/ โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	รายละเอียด ขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
5.	โครงการผลิตภัณฑ์ สุขภาพ อาหาร ปลอดภัย ยกระดับ ตลาดสีเขียว เสริมสร้างเศรษฐกิจ ชุมชน (BCG Model)	1. ส่งเสริมสุขภาพของประชาชนให้เข้าถึงอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย 2. เพื่อเฝ้าระวัง เตือนภัยผลิตภัณฑ์สินค้า อาหารปลอดภัย และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ปลอดโฟม) 3. เพื่อสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายพลังชุมชนในการดูแลสุขภาพประชาชนได้ครอบคลุมทุกกลุ่มวัย 4. พัฒนาตลาดสีเขียวให้เป็นกลไกหลักในการกระจายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สุขภาพ 5. ขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทาง BCG Model ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ชุมชน	1. องค์การตลาดได้รับการพัฒนาระดับมาตรฐานตลาดสีเขียวให้เป็นกลไกหลักในการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 2. มีกลไกการเฝ้าระวัง เตือนภัยผลิตภัณฑ์สินค้า อาหารปลอดภัย และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ปลอดโฟม) 3. มีศูนย์เรียนรู้เฝ้าระวังสารปนเปื้อนอาหารปลอดภัย คัดกรองผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งองค์ความรู้สำหรับประชาชนทั่วไป 4. สร้างความเข้มแข็งเครือข่ายพลังชุมชนในการดูแลสุขภาพประชาชนได้ครอบคลุมทุกกลุ่มวัย 5. ขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทาง BCG Model ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ชุมชน	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผนจัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	100,000	สาขา ลำพูน



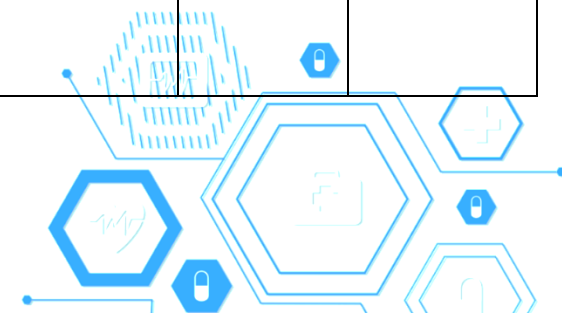
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
6.	โครงการตามนโยบายเร่งด่วน/กระทรวงต้นสังกัดและนโยบายรัฐบาล (กิจกรรมนี้จะดำเนินการเมื่อมีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน ชุมชน หรือนโยบายเร่งด่วนต่างๆ ซึ่งอาจมีการดำเนินงานหรือไม่ก็ได้)	เพื่อแก้ไขปัญหาสำคัญของประเทศ, พัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน, ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ, สร้างเสถียรภาพทางการเงิน, และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การแก้ปัญหาวิกฤตและภัยพิบัติ	ประชาชน กลุ่มคน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้ โดยผลลัพธ์จะแตกต่างกันไปตามแต่ละนโยบายและโครงการ ซึ่งอาจครอบคลุมถึงการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การยกระดับคุณภาพชีวิต หรือการกระตุ้นการเติบโตของประเทศ	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	250,000	สำนักงานใหญ่/ สำนักงานตลาด สาขา



ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
7.	การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงลูกค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เช่น (สื่อสารภายใน) Intranet, Line Group, (สื่อสารภายนอก) ข่าวประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ Social media หรือการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ (Online Community) เป็นต้น	ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงลูกค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางสื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์การตลาด	1. ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์องค์การตลาดทุกเดือน 2. สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	20,000	สำนักงานใหญ่



ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
8	รายงานประจำปี 2568	เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ ภารกิจ อำนาจหน้าที่ ผลการดำเนินงานขององค์การตลาด ทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงินต่อ สาธารณชนได้รับทราบ ให้สอดคล้อง และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ การ ประเมินผลของสำนักงาน คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ ด้านการเปิดเผยข้อมูลรัฐวิสาหกิจ ผ่านรายงานประจำปีเพื่อให้องค์กรมี ฐานข้อมูลการดำเนินงานในรอบปี ใน การนำมาใช้พัฒนาคุณภาพการ บริหารจัดการและข้อจำกัดมาเป็น ฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบาย ทิศทาง ปรับปรุงพัฒนาองค์กร	1.องค์กรมีข้อมูลสารสนเทศเชิง ประจักษ์ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ ผู้เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การ ปฏิบัติงานเพื่อเป้าหมายที่กำหนด ไว้ร่วมกัน 2. ผู้บริหาร พนักงานองค์การตลาด หน่วยงานภายนอก ตลอดจนผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับทราบ ผลการดำเนินงานขององค์กร 3. ใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลและผลการ ดำเนินงาน ความคืบหน้า และผล การดำเนินงานรวมทั้ง งบประมาณ ให้แก่สาธารณชน ผู้รับบริการและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง รับทราบอย่างทั่วถึง สอดคล้องและ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของ สคร.	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ดำเนินงานตามแผน 5 สรุปรายงาน	ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	180,000	สำนักงานใหญ่



แผนปฏิบัติการงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2569

โครงการ “Talingchan Care – Together for Better Community”

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2568			พ.ศ.2569								
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
กิจกรรมหลักที่ 1 : นำเสนอโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.1 จัดประชุมพนักงานและลูกจ้างองค์การตลาด สำนักงานตลาดสาขาลิ่งชัน เพื่อหาแนวทางในการดำเนินโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.2 เสนออนุมัติจัดทำโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.3 ประสานงานกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมย่อยที่ 1.4 ทำหนังสือเชิญภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมหลักที่ 2 : ดำเนินกิจกรรมตามโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 2.1 Care for Health : “Healthy Space” – ลู่วิ่ง/ลู่วิ่งเดินเพื่อสุขภาพ												
กิจกรรมย่อยที่ 2.2 Care for food : “Plant • Share • Change” – ปลูก ปัน เปลี่ยน season 2												
กิจกรรมย่อยที่ 2.3 Care for Green : Green Space – เพิ่มพื้นที่สีเขียว season 2												
กิจกรรมย่อยที่ 2.4 Care for Energy : “Solar for All” – ติดตั้งโซลาร์เซลล์ season 2												
กิจกรรมย่อยที่ 2.5 Care for Future : “Waste to Value” – จัดการขยะครบวงจร, “Zero Plastic Market” – ลดพลาสติกในตลาด												
กิจกรรมหลักที่ 3 : สรุปและรายงาน ผลการดำเนินโครงการ												



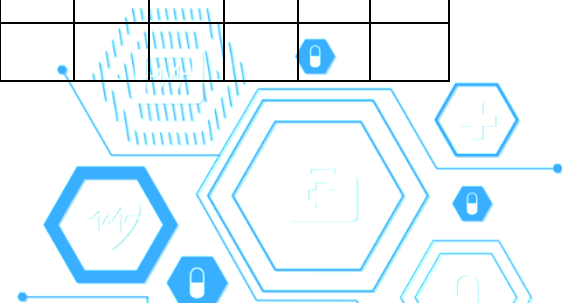
โครงการ “Bangkhla Together - Connected in Care”

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2568			พ.ศ.2569								
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
กิจกรรมหลักที่ 1 : นำเสนอโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.1 จัดประชุมพนักงานและลูกจ้างองค์การตลาด สำนักงานตลาดสาขาบางคล้า เพื่อหาแนวทางในการดำเนินโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.2 เสนออนุมัติจัดทำโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.3 ประสานงานกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมย่อยที่ 1.4 ทำหนังสือเชิญภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมหลักที่ 2 : ดำเนินกิจกรรมตามโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 2.1 Clean Together – ล้างทำความสะอาดตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า												
กิจกรรมย่อยที่ 2.2 Green Together - ปลุกผัก ปันรัก เพื่อชุมชน season 2												
กิจกรรมย่อยที่ 2.3 Bright Together – ติดตั้งโซลาเซลล์												
กิจกรรมย่อยที่ 2.4 Safe Together – ทาสีตีเส้นจราจร												
กิจกรรมย่อยที่ 2.5 Eco Together - รณรงค์รักษัโลกร้อน												
กิจกรรมหลักที่ 3 : สรุปและรายงาน ผลการดำเนินโครงการ												



โครงการ พัฒนาลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2568			พ.ศ.2569								
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย	พ.ค	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค	ก.ย.
กิจกรรมหลักที่ 1 ประชุมปรึกษาหารือส่วนที่เกี่ยวข้อง												
1.1 วางแผนและกำหนดแนวทางในการดำเนินโครงการ												
1.2 เสนอขออนุมัติโครงการและแผนการดำเนินโครงการ												
1.3 ประสานงานจัดทำหนังสือเชิญวิทยากร												
กิจกรรมหลักที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินงาน												
2.1 ประชาสัมพันธ์โครงการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ												
2.2 ฝึกอบรมในภาคทฤษฎีของผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้และหลักการและมาตรฐาน การสุขาภิบาลอาหารในสถานประกอบกิจการด้านอาหารสุวิทยาส่วนบุคคลของผู้สัมผัสอาหาร/กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้สัมผัสอาหาร												
2.3 ฝึกอบรมในภาคการสาธิตและฝึกปฏิบัติหลักการล้างทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์และการทดสอบความสะอาด ของภาชนะอุปกรณ์ หลักการทำงานและดูแลรักษาบ่อดักไขมัน สาธิตการล้างผักอย่างถูกวิธี หลักการเลือกวัตถุดิบอาหารและการดูฉลากอาหาร												
กิจกรรมหลักที่ 3 ทำแบบทดสอบประเมินผลความรู้												
3.1 ทำแบบทดสอบประเมินผลความรู้ (Pre-Test)												
3.2 ทำแบบทดสอบประเมินผลความรู้ (Post-Test)												
กิจกรรมหลักที่ 4 รายงานผลการดำเนินงาน												



โครงการตลาดหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2568			พ.ศ.2569								
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
กิจกรรมหลักที่ 1: โครงการตลาดหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ												
1. เสนอขออนุมัติโครงการและแผนการดำเนินโครงการ												
2. ติดต่อประสานงานภาคีเครือข่ายโดยรอบเข้าร่วมกิจกรรม												
3. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมในโครงการให้ประชาชนบริเวณโดยรอบทราบ												
4. Big cleaning day จิตอาสา รักษาตลาด รักษาชุมชน												
5. กิจกรรมทำถังดักไขมัน DIY												
6. อบรมการจัดการขยะ หัวข้อ “ลดกลิ่น ลดขยะง่าย ๆ ที่ร้านของคุณ”												
7. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ												
8. รายงานผลการดำเนินกิจกรรม												
กิจกรรมหลักที่ 2 : สรุปและรายงานผลการดำเนินโครงการ												



โครงการผลิตภัณธ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยกระดับตลาดสี่เหลี่ยมเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน (BCG Model)

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2568			พ.ศ.2569								
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
กิจกรรมหลักที่ 1 : ประชุมวางแผนการดำเนินงานระหว่างองค์การตลาดสาขาลำพูนร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์,เทศบาลตำบลอุโมงค์,สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมืองลำพูน,โรงพยาบาลลำพูน, คณะกรรมการชุมชนพื้นที่เป้าหมายเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานและเป้าหมายในการจัดทำโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.1 : เสนออนุมัติจัดทำโครงการ												
กิจกรรมหลักที่ 2 : จัดทำโครงการมาตรฐานตลาดสี่เหลี่ยม สินค้าคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัยสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG Model)												
กิจกรรมหลักที่ 3 : ดำเนินการจัดเตรียมกำหนดการหลักสูตรอบรม และกิจกรรม												
(1) อบรมเชิงปฏิบัติการ "ยกระดับมาตรฐานตลาดสี่เหลี่ยม BCG Model ลดการใช้โฟม เพิ่มทางเลือกสุขภาพแก่ผู้ประกอบการตลาดร้านค้า แผงลอย พนักงานและลูกค้า องค์การตลาด กลุ่มผู้นำชุมชนแกนนำสุขภาพภายในตลาด และภาคีเครือข่ายในชุมชน												
(2) อบรมเชิงปฏิบัติการ มาตราตลาด SAN & SAN PLUS ตลาดมาตรฐาน อาหารปลอดภัยใส่ใจผู้บริโภค												
(3) อบรมเชิงปฏิบัติการ เศรษฐกิจหมุนเวียน สร้างรากฐานชุมชน ผลิตภัณธ์ทางเลือกสุขภาพ (BCG Model)												
กิจกรรมย่อย 3.1 : ติดต่อประสานงานวิทยากร จัดเตรียมเอกสาร รายละเอียด เกี่ยวกับหลักสูตรเพื่อจัดฝึกอบรมและกิจกรรมรณรงค์												
กิจกรรมย่อยที่ 3.2 : ประชาสัมพันธ์การจัดอบรมและกิจกรรมรณรงค์												
กิจกรรมย่อย 3.3 : จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดอบรมและกิจกรรมรณรงค์												
กิจกรรมหลักที่ 4 : ดำเนินการตามแผนการอบรมและกิจกรรมตามกิจกรรมหลักที่ 2												
กิจกรรมหลักที่ 5 : ดำเนินการตามแผนการอบรมและกิจกรรมตามกิจกรรมหลักที่ 3												
กิจกรรมหลักที่ 6 : ประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ												
กิจกรรมหลักที่ 7 : รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ												



โครงการจัดทำรายงานประจำปี 2568

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน						
	พ.ศ.2568			พ.ศ.2569			
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. นำเสนอโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการและงบประมาณในการดำเนินงาน							
2. แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรายงานประจำปี 2.1 ประชุมคณะทำงานเพื่อศึกษาแนวทาง การจัดทำรายงานประจำปี ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์การวัดผล ตัวชี้วัด - รวบรวม/สังเคราะห์ข้อมูล - จัดทำ (ร่าง) รายงานประจำปีตามตัวชี้วัด - คณะทำงานฯประชุมพิจารณา (ร่าง) รายงานประจำปีตามตัวชี้วัด - ปรับปรุง/แก้ไขและจัดทำรายงานประจำปีฉบับร่าง							
3. นำเสนอผู้อำนวยการพิจารณาให้ความเห็นชอบฉบับร่างรายงานประจำปี							
4. จัดทำรูปเล่มรายงานประจำปี หรือ E-Books							
5. รายงานและเปิดเผยต่อผู้เกี่ยวข้อง/เผยแพร่รายงาน - แจ้งให้บุคลากรในหน่วยงานรับทราบ - เผยแพร่บนเว็บไซต์ - เผยแพร่ให้หน่วยงานภายนอก							
6. รายงานผลการดำเนินโครงการต่อผู้อำนวยการองค์การตลาด							

แผนปฏิบัติงาน โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปี ๒๕๖๙																			
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพภาพลักษณ์ (Re-inventing,Re-image)																			
๑. หลักการและเหตุผล:		องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (อต.) มีความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าขององค์กรร่วมกับการพัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต การศึกษา สิ่งแวดล้อม และสภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างสมดุลด้วยหลักการพัฒนายั่งยืนกลยุทธ์การสร้างสมดุลด้วยการพัฒนายั่งยืน ประกอบด้วย๓ แนวทาง ได้แก่ ๑.คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม ๒.คุณค่าด้านเศรษฐกิจ และ ๓.คุณค่าด้านสังคม เพื่อดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนพร้อมสร้างคุณค่าร่วมกัน																	
๒. ชื่อแผน:		โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)												ภายใต้เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ :					
๓. วัตถุประสงค์แผน/โครงการ:		๑. เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม												มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม					
		๒. เพื่อพัฒนาระบบนิเวศให้ยั่งยืน																	
		๓. เพื่อแบ่งปันองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญให้กับสังคม และสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ												ระยะเวลาดำเนินการ :					
		๔. เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย												๑ ตุลาคม ๒๕๖๘ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๙					
		๕. เพื่อให้พนักงาน ลูกค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียขององค์การตลาดมีส่วนร่วมในการเป็นจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคม												ตัวชี้วัดโครงการ (KPI) :		ระดับเป้าหมาย :			
		๖. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร												-					
														ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ		ร้อยละ ๘๕			

ภาคผนวก

แนวทางการดำเนินงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (AORTOR CSR)

