

รายงานผลการดำเนินงานโครงการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประจำปี 2569



จัดทำโดย

ฝ่ายประชาสัมพันธ์



บทสรุปเสนอผู้บริหาร

การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย อนุมัติให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสำนักงานตลาดสาขาในการกำกับดูแลดำเนินโครงการตามแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปี ๒๕๖๙ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พัฒนาระบบนิเวศให้ยั่งยืน แบ่งปันองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญให้กับสังคม และสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ เพื่อสังคมและชุมชนที่เข้มแข็ง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และเพื่อให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์กร ดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องตามหลักเกณฑ์การประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ การกำกับดูแลที่ดีด้านบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียในการกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR เป็นไปตามยุทธศาสตร์องค์การตลาด ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์ Re-inventing เพื่อองค์การตลาดมีภาพลักษณ์ด้านการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม

ในปี ๒๕๖๙ กำหนดกิจกรรมตามแผนปฏิบัติงานประจำปีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ดังนี้ ๑. โครงการ Talingchan Care - Together for Better Community ๒. โครงการ Bangkokla Together-Connected in Care ๓. โครงการผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยุกระดับตลาดสีเขียวเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน (BCG Model) ๔. โครงการหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ ๕. โครงการพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย ๖. การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ๗. โครงการอื่นๆ ตามนโยบายรัฐบาล ๘. รายงานประจำปี ๒๕๖๘ โดยมีการดำเนินกิจกรรมแล้วเสร็จตามแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมประจำปี ๒๕๖๘

โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี ๒๕๖๙

ยุทธศาสตร์องค์การตลาด ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์ Re-inventing

หลักการและเหตุผล

องค์การตลาด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงมหาดไทย เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทภารกิจสำคัญในการช่วยเหลือเกษตรกรไทยในการกระจายสินค้าเกษตรผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรส่งเสริมการผลิตที่มีมาตรฐานให้ตรงตามความต้องการของตลาดอีกทั้งการดำเนินงานตามภารกิจที่สนองต่อนโยบายรัฐบาลโดยมุ่งเน้นการสร้างตลาดมาตรฐานเพื่อยกระดับประสิทธิภาพของตลาดสาขาและตลาดภาคีเครือข่ายภายใต้หลักธรรมาภิบาลส่งเสริมให้เกิดโอกาสทางการตลาดพร้อมสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน รวมถึงการให้ความสำคัญกับสังคม สิ่งแวดล้อมและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมรวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องโดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชนตามแนวปฏิบัติมาตรฐานสากล ISO ๒๖๐๐๐ ซึ่งเป็นมาตรฐานระหว่างประเทศที่กำหนดเพื่อพัฒนาสร้างรากฐานคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม สร้างความสมดุลด้วยหลักการพัฒนายั่งยืนและสอดคล้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียนเศรษฐกิจสีเขียว (BCG) เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์โครงการ

๑. เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
๒. เพื่อพัฒนาระบบนิเวศให้ยั่งยืน
๓. เพื่อแบ่งปันองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญให้กับสังคมและสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ
๔. เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย
๕. เพื่อให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี
๖. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร

แนวทางการดำเนินงาน

นโยบาย แผนงาน และกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

๗ หัวข้อ (Core Subjects) สู่ความยั่งยืน ISO ๒๖๐๐

๑. การกำกับดูแลองค์กร (ธรรมาภิบาล)
๒. สิทธิมนุษยชน
๓. การปฏิบัติด้านแรงงาน
๔. สิ่งแวดล้อม
๕. การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
๖. ประเด็นด้านผู้บริโภค
๗. การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน

นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด

ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรอบ รวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีเจตนารมณ์ที่จะทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมุ่งสร้างและสืบสานความสัมพันธ์อันดีที่เกิดจากการยอมรับและไว้วางใจซึ่งกันและกัน คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะมีต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์การตลาด ทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ 1.หน่วยงานกำกับดูแล 2. ลูกค้า 3. ผู้ส่งมอบ/คู่ค้า 4. พนักงาน 5. ชุมชน/สังคม พร้อมทั้งสร้างทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ร่วมกัน โดยมีหลักการและแนวทางในการปฏิบัติตามหลักสากล ISO 26000 ซึ่งเป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการหรือ CSR in Process รวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยกำหนดเป็นนโยบายแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนที่มีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ยึดมั่นแนวปฏิบัติเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้ระบบการบริหารจัดการ 7 หัวข้อหลัก ตามมาตรฐานสากล ISO 26000 ประกอบด้วย การกำกับดูแลองค์กร การต่อต้านทุจริต สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติอย่างเป็นธรรมด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคำนึงถึงการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร

2. ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการทำงานให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยการถ่ายทอดผ่านผู้บริหารองค์กรสู่พนักงานทุกระดับชั้น ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติหน้าที่ภารกิจ รวมทั้งการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยตระหนักถึงความสำคัญและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR in Mind) เพื่อปลูกฝังค่านิยมและสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นแบบอย่างที่ดี

3. บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มาขับเคลื่อน แนวทางการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียและสังคมได้รับรู้และมีส่วนร่วมสนับสนุนการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การตลาดให้สามารถสร้างความสมดุลระหว่างองค์กร เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีขององค์การตลาด ภายใต้รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) เพื่อบริหารจัดการ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Bio Economy) การใช้ทรัพยากรหมุนเวียน (Circular Economy) และการลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม (Green Economy) อันเกิดจากภารกิจขององค์การตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้งมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

5. สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมระหว่าง องค์การตลาด และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการร่วมขับเคลื่อนและดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด เพื่อพัฒนาให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Value: CSV) และสามารถเติบโตพร้อมกันอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บุคลากรขององค์การตลาดต้องยึดถือ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน เพื่อให้องค์การตลาดก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ดำเนินงาน ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นรากฐาน สำคัญในการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน (Sustainable Organization)

“เติบโตอย่างยั่งยืน ร่วมกับชุมชน สังคมสิ่งแวดล้อม โดยให้ความรับผิดชอบต่อ เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานประจำทั่วทั้งองค์กร”

ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ดำเนินงานตามพันธกิจในการพัฒนาและบริหารเครือข่ายตลาดภาครัฐควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและ (Corporate Social Responsibility : CSR) เพื่อรักษาสมดุลในการดำเนินงานและการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งเพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคม ที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร มุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าทางผลการดำเนินงานร่วมกับชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับหลากหลายภาคส่วน ผ่านโครงการและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน การพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของคนในชุมชนโดยรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและการจัดการขยะพลาสติกในพื้นที่ตลาดในกำกับดูแลและตลาดเครือข่าย พร้อมทั้งสนับสนุนสิ่งจำเป็นที่เร่งด่วนในภาวะวิกฤติแก่สังคม เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินงานบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดมา จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์การตลาดมีการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพและนำไปสู่การพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืน

มิติด้านเศรษฐกิจ

องค์การตลาด มุ่งก้าวสู่การเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่ช่วยพัฒนาและผลักดันให้องค์กรมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้จัดสรรพื้นที่สำหรับการใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป สามารถนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายภายในพื้นที่ของตลาดสาขาขององค์การตลาด และการจัดในรูปแบบของการจัดตลาดสัญจรภายใต้กิจกรรม Life DD Market Road Show และมหกรรมสินค้าอาหารปลอดภัย Green Market By AORTOR สนับสนุนสินค้าเกษตรไทย อาทิ ข้าวสารและผักมาตรฐาน GAP จากเครือข่ายเกษตรกรจากกลุ่มเปราะบาง ครอบคลุมทั่วประเทศ มีการบริหาร

จัดการความเสี่ยงรอบด้าน และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมเพื่อให้การดำเนินงานโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลของ องค์การตลาด การควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน

มิติด้านสังคม

องค์การตลาด ได้ดำเนินการส่งเสริมการสร้างรายได้และสนับสนุนให้ประชาชน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่าย ช่วยเหลือยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบาง พร้อมให้ความสำคัญและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดการด้านความปลอดภัย ชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลให้มีทักษะและความรู้ในการ ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการดูแลสิทธิประโยชน์และสวัสดิการพนักงาน มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและกองทุนสวัสดิการพนักงานและลูกจ้าง นอกจากนี้ยังปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร ในการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในสังคมให้อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน ยิ่งไปกว่านั้น องค์การตลาด ยังขยายผลการดูแลและให้ความช่วยเหลือไปถึงกลุ่มผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากภัยพิบัติต่างๆ ในระดับที่เหมาะสมอีกด้วย

มิติด้านสิ่งแวดล้อม

องค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสาขาทั้ง 5 สาขาขององค์การตลาด เพื่อยกระดับตลาดสดให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย และยั่งยืน สอดคล้องกับแนวทาง Bio-Circular-Green Economy เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนและมุ่งสู่ Net Zero Carbon และ Net Zero Food Waste ภายใต้แนวคิดตลาดต้นแบบ BCG model ของการพัฒนาให้เป็นตลาดรักโลก รมรณรงค์ ต่อยอดให้ใช้ภาชนะ หรือบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (No Foam) ยกระดับตลาดมาตรฐานเกษตรปลอดภัย เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ลดมลภาวะจากพลาสติกที่ย่อยสลายยาก สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ชุมชน วิสาหกิจชุมชน และสร้างสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้บริโภค มีการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติตลอดสามารถบริหารจัดการขยะ ของเสียภายในตลาด และมลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับการลดการใช้ การนำกลับไปใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล การปรับกระบวนการผลิต ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือโมเดลธุรกิจ และส่งเสริมให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้องตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่วยสร้างจิตสำนึกเพื่อมีส่วนร่วมในการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเข้มแข็ง มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืนบรรจุภัณฑ์ หรือโมเดลธุรกิจ และส่งเสริมให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้องตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่วยสร้างจิตสำนึกเพื่อมีส่วนร่วมในการ

สร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เลิกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย การกระทำเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนความรับผิดชอบต่อองค์กรในการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงานบริหารจัดการความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎระเบียบอีกด้วย เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจและสังคมโดยรวม



ยุทธศาสตร์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

องค์การตลาด กำหนดยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักการ ISO 26000 ในแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ อต.ปี ๒๕๖๗-๒๕๗๑ ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้าง สนับสนุน การพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การจัดการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างกลไกที่ดีในการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

กลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นมีความสอดคล้องกับมาตรฐาน มาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ กับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด ดังตารางต่อไปนี้

ISO ๒๖๐๐๐	นโยบาย	ยุทธศาสตร์
๑. การกำกับดูแลกิจการที่ดี ๒. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ๓. การต่อต้านการทุจริต ๔. การเคารพสิทธิมนุษยชน ๕. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ๖. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ๗. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม	๑. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ๒. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ๓. การเคารพสิทธิมนุษยชน ๔. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ๕. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ๖. การดูแลสิ่งแวดล้อม ๗. การมีส่วนร่วมของชุมชนและ พัฒนาชุมชน	ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้าง สนับสนุน การพัฒนาชุมชนและ สิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การจัดการอนุรักษ์ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อ ผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างกลไกที่ดี ในการสื่อสารและเผยแพร่การ ดำเนินงานด้านการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม

ยุทธศาสตร์/เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้าง สนับสนุน การพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสภาพแวดล้อมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชนให้เข้มแข็ง เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายด้วยกระบวนการเรียนรู้และการจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ทำให้เกิดการการพัฒนา และแก้ไขปัญหาของชุมชนบนฐานของการพึ่งตนเองและการพึ่งพาซึ่งกันและกัน

แนวทางการดำเนินการ

- การจัดการองค์ความรู้
- การสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีสำนึกของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน
- ตัดสินใจบนพื้นฐานความต้องการของประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การจัดการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับระบบนิเวศได้อย่างเกื้อกูล สามารถอนุรักษ์ ฟื้นฟู เข้าถึงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน นำไปสู่สังคมที่น่าอยู่สงบสุข และสมานฉันท์ เป็นกรอบการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และ ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เกิด การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

แนวทางการดำเนินการ

- การส่งเสริมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- การบริหารสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตลาด

- การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

เป้าหมาย เพื่อมุ่งเน้นการตลาดอย่างเป็นธรรม การปกป้องดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การบริโภคอย่างยั่งยืน การบริการ การสนับสนุน และการแก้ไขข้อร้องเรียนและข้อพิพาทจากผู้บริโภค การปกป้องข้อมูลและการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค โดยยึดหลักมาตรฐานสากลด้านคุณภาพ และสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินการ

- การมุ่งเน้นตลาดที่เป็นธรรม
- การบริหารตลาดโดยอ้างอิงมาตรฐานสากล เช่น ISO ๙๐๐๐ และ ISO ๑๔๐๐๐ ซึ่งเป็นมาตรฐานที่วัดด้วยระบบบริหารคุณภาพ และระบบบริหารสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- การวัดความเชื่อมั่น/ความพึงพอใจของผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างกลไกที่ดีในการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์กร ให้กับผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงคู่ค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไปได้รับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก

แนวทางการดำเนินการ

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



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 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันมีประโยชน์สำหรับการตัดสินใจ



7

หัวข้อหลัก สู่ ความ ยั่งยืน

เติบโตอย่างยั่งยืน ร่วมกับชุมชน
สังคม สิ่งแวดล้อม

โดยให้ความรับผิดชอบเป็นส่วน
หนึ่งของการปฏิบัติงาน

ประจำทั่วทั้งองค์กร

อต.ดำเนินการ ประยุกต์ใช้ ทั่วทั้งองค์กร

ร 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**

การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

(Stakeholder Engagement)

อต. ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายในระยะยาว จึงได้ทำการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในช่วงใช้คุณค่า โดยได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ดังนี้



ภาครัฐ/หน่วยงานกำกับ

อาทิ รัฐบาล กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการคลัง



ลูกค้า

อาทิ ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน (รายใหญ่ รายย่อย ชุมชนในพื้นที่ให้บริการ)



คู่ค้า

อาทิ ผู้รับจ้าง ผู้ผลิต-จำหน่ายวัตถุดิบ



ผู้บริหาร/พนักงาน

สังคม/ชุมชน



สังคม หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่นอกพื้นที่บริการจัดการโดยให้ความสำคัญกับพื้นที่ ที่ผู้มีส่วนได้เสียและพื้นที่ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ อต. เป็นอันดับแรก

ชุมชน หมายถึง ชุมชนในพื้นที่ให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการบริหารจัดการพื้นที่ของ อต.

วัตถุประสงค์ของการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

เพื่อรับฟังความคิดเห็น ความสนใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งระบุผลกระทบต่องานที่เกิดจากการดำเนินงานของ อต. นำไปสู่การสร้างควมไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างสมดุลระหว่างความสนใจที่แตกต่างกัน



เป้าหมายของการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

- ทำให้เข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจขององค์กร รวมถึงพัฒนาการตลาดและกำหนดโอกาสเชิงกลยุทธ์ใหม่ๆ
- ลดความเสี่ยงและสร้างโอกาสให้แก่องค์กร
- ได้เรียนรู้ถึงความต้องการและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการดำเนินงาน
- สร้างความเชื่อถือนระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย
- การพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

องค์การตลาด รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ได้แก่ลูกค้า ชุมชน คู่ค้า ภาครัฐ หน่วยงานราชการ และพนักงานของ อต.มาโดยตลอด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังความคิดเห็นความคาดหวัง และความกังวลของผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งเป็นกระบวนการเพื่อทำความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อรวบรวมประเด็น สำคัญ ตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจจากการรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะ แบ่งประเด็นออกเป็น ความต้องการ การสื่อสารและผลลัพธ์ ได้ ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ	การสื่อสาร/ช่องทาง
 ภาครัฐ /หน่วยงานกำกับ	• ตอบสนองยุทธศาสตร์ของกระทรวง • ดำเนินงานตามนโยบาย แผนงานของ กระทรวง • มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน • มีจรรยาบรรณในการดำเนินงาน • มีการจัดการความเสี่ยง	• ประชุม • เข้าร่วมกิจกรรม อาทิ เป็นคณะทำงาน • Website Promote กิจกรรม • E-mail • การอบรมให้ความรู้
 ลูกค้า	• มีความสามารถในการส่งมอบสินค้า และบริการทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน ให้ผลแก่องค์กร • เป็นองค์กรที่มีจริยธรรม โปร่งใส • มีบริการที่เป็นเลิศ	• การพบปะพูดคุยโดยตรง • ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ขององค์กร • การจัดทำแบบประเมิน แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ผ่านกิจกรรมขององค์กร • การประชุมร่วมกับภาครัฐและ เครือข่าย • การเยี่ยมลูกค้า • ให้สิทธิพิเศษลูกค้า
 คู่ค้า/ผู้รับจ้าง	• ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม • กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ตรวจสอบงาน ที่เป็นธรรมและโปร่งใส • สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะ ยาว • ชำระค่าสินค้าหรือบริการตามกำหนด เวลาที่ได้ตกลงกันไว้	• ประชุม / ชี้แจง • โทรศัพท์

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ	การสื่อสาร/ช่องทาง
 พนักงาน	• ทิศทางองค์กรและการปรับตัวในการดำเนินงาน • สวัสดิการและค่าตอบแทน • การยกย่องชมเชย • การพัฒนาทักษะความรู้ • ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ	• สื่อสารข้อมูลให้พนักงานทราบอย่างสม่ำเสมอ ผ่าน E-mail, Group Line, SMS, Facebook และการประชุมผู้บริหารระดับสูง • สำรวจความคิดเห็นอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ • สำรวจความพึงพอใจของพนักงาน • ทบทวนเรื่องการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานให้ตอบสนองการทำงานและการเติบโตขององค์กร
 สังคม/ชุมชน	• ข่าวสาร / การให้บริการ • กิจกรรมช่วยเหลือชุมชน	• Social Media • Website • จัดเสวนา อบรม • เข้าร่วมเป็นกรรมการคณะต่างๆ • เอกสารประชาสัมพันธ์ • สื่อสิ่งพิมพ์

บัญชีสรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re-inventing, Re-image)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๙ (ระหว่างวันที่ ๑ ต.ค.๖๘ - ๓๐ ก.ย.๖๙)

ลำดับ	โครงการ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณรวม (บาท) ๗๐๐,๐๐๐		คงเหลือ	ผลการดำเนินงาน		
			แผน งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย		ดำเนินการ แล้วเสร็จ	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	ยังไม่ได้ ดำเนินการ
๑	โครงการ “Talingchan Care – Together for Better Community”	ก.พ. ๖๙	๕๐,๐๐๐	๔๖,๖๑๘	๓,๓๘๒	/		
๒	โครงการ “Bangkhla Together - Connected in Care”	มี.ค. ๖๙	๕๐,๐๐๐	๔๐,๙๖๔	๙,๐๓๖	/		
๓	โครงการผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยกระดับตลาดสีเขียวเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน (BCG Model)	เม.ย. ๖๙	๙๙,๕๐๐	๙๙,๕๐๐	-	/		
๔	โครงการตลาดหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ	ก.ค. ๖๙	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	-	/		
๕	โครงการ พัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย	พ.ย. ๖๘	๕๐,๐๐๐	๓๙,๒๐๐	๑๐,๘๐๐	/		
๖	โครงการตามนโยบาย	ต.ค. ๖๘ - ก.ย. ๖๙	๒๐๐,๕๐๐	-	๒๐๐,๕๐๐	/		
๗	การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้	ต.ค. ๖๘ - ก.ย. ๖๙	๒๐,๐๐๐	-	๒๐,๐๐๐	/		
๘	รายงานประจำปี ๒๕๖๘	ธ.ค.๖๘ - พ.ค ๖๙	๑๘๐,๐๐๐	๑๗๕,๐๐๐	๕,๐๐๐	/		
รวมทั้งสิ้น			๗๐๐,๐๐๐	๔๕๑,๒๘๒	๒๔๘,๗๑๘			

แผนปฏิบัติงาน โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปี ๒๕๖๔																			
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพภาพลักษณ์ (Re-inventing,Re-image)																			
๑. หลักการและเหตุผล:		องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (อต.) มีความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าขององค์กรร่วมกับการพัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต การศึกษา สิ่งแวดล้อม และสภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ตามหลักการพัฒนายั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างผลดีด้วยหลักการพัฒนายั่งยืนกลยุทธ์การสร้างผลดีด้วยการพัฒนายั่งยืน ประกอบด้วย ๓ 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 ๒๕๖๔ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔							
		๕. เพื่อให้พนักงาน ลูกค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรตลาดมีส่วนร่วมในการเป็นจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคม										ตัวชี้วัดโครงการ (KPI) :		ระดับเป้าหมาย :					
		๖. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร										ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ		ร้อยละ ๘๐					
กิจกรรม		ร้อยละความสำเร็จของงาน	ช่วงเวลาปฏิบัติงาน																
			พ.ศ.๒๕๖๔		พ.ศ.๒๕๖๕														
			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 ๑ : ขออนุมัติโครงการ																ผู้รับผิดชอบหลัก :			
๑.๑ ประสานงานการดำเนินโครงการร่วมกับสำนักงานตลาดสาขาทั้ง ๕ สาขา		๕	๕													ฝ่ายประชาสัมพันธ์			
๑.๒ เสนอแผนโครงการต่อผู้มีอำนาจพิจารณาให้ความเห็นชอบแผนกิจกรรม		๕		๒.๕	๒.๕											ผู้รับผิดชอบรอง :			
กิจกรรมหลักที่ ๒ : ปฏิบัติงานตามแผน (CSR In Process/After Process/As Process)																สำนักงานตลาดสาขาที่เกี่ยวข้อง/ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง			
๒.๑ โครงการ “Talingchan Care Together for Better Community”		๕					๕									งบประมาณ : งบประมาณ CSR			
๒.๒ โครงการ “Bangkhla Together Connected in Care”		๕						๕								ในวงเงินไม่เกิน ๗๐๐,๐๐๐.- บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน)			
๒.๓ โครงการผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยกระดับตลาดสีเขียวเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน (BCG Model)		๕							๕							กิจกรรม CSR	งบประมาณ (บาท)		
๒.๔ โครงการตลาดหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ		๕											๕		ทั้งหมด		ใช้ไป	คงเหลือ	
๒.๕ โครงการ พัฒนาลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย		๕		๕											ตลาดสาขาลิ่งชัน		๕๐,๐๐๐	๔๖,๖๑๘	
๒.๖ โครงการอื่นๆ ตามนโยบาย															ตลาดสาขางดงาม		๕๐,๐๐๐	๔๐,๙๖๔	
๒.๗ โครงการอื่นๆ ตามนโยบาย															ตลาดสาขาลำพูน		๕๐,๐๐๐	๔๙,๕๐๐	
กิจกรรมหลักที่ ๓ การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม																	ตลาดสาขานองเมือง	๕๐,๐๐๐	
๓.๑ จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		๑๒															ตลาดสาขapaklongtalad	๕๐,๐๐๐	๓๙,๒๐๐
๓.๒ จัดทำรายงานประจำปี ๒๕๖๔		๒๐			๓	๓	๓	๓	๓	๕							โครงการอื่นๆตามนโยบาย	๒๕๐,๐๐๐	-
๓.๓ ทบทวนคู่มือนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		๔												๔					
กิจกรรมหลักที่ ๔ : การติดตามและการประเมินผล																			
๔.๑ รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานรายเดือน		๑๒		๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑		รายงานประจำปี	๑๘๐,๐๐๐	๑๗๕,๐๐๐
๔.๒ สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมประจำปี เสนอผู้บริหาร		๑๒													๖	๖	จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๒๐,๐๐๐	-
																	อิเล็กทรอนิกส์		
																	**หมายเหตุ		
																	งบประมาณสามารถดึงเอายืมได้		
รวม		๑๐๐															๗๐๐,๐๐๐	๕๐๑,๒๘๒	๒๐๘,๗๑๘
ร้อยละ (%) ความก้าวหน้างานตามแผน		ปริมาณงานรายเดือน	๗	๔.๕	๗.๕	๕	๑๐	๑๐	๑๐	๗	๒	๗	๑๗	๘	ความเสี่ยง :				
		ปริมาณงานสะสม	๗	๑๗	๒๔	๒๙	๓๙	๔๙	๕๙	๖๖	๖๘	๗๕	๙๒	๑๐๐	ผู้เข้าร่วมในแต่ละพื้นที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย				
ร้อยละ (%) ความก้าวหน้างานที่ปฏิบัติได้จริง		ปริมาณงานรายเดือน												ร้อยละการทำงานให้เป็นไปตามแผน					
		ปริมาณงานสะสม													๑๐๐.๐๐%				

รายละเอียดและผลการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี ๒๕๖๙

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
๑	โครงการ Talingchan Care - Together for Better Community <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันอังคาร ที่ ๒๔ ก.พ. ๖๙	- เพื่อสร้างความสามัคคีภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย - เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย - เพื่อให้ตลาดสาขาทลิงชันมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี - เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร - เพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้กับประชาชนในชุมชน พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือและกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมแห่งสุขภาวะ	สำนักงานตลาดสาขาทลิงชัน จัดโครงการ Talingchan Care – Together for Better Community ในวันอังคารที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ณ ตลาดน้ำสวนผักคลองสองนครา องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย โดยสำนักงานตลาดสาขาทลิงชัน ร่วมกับโรงพยาบาลราชพิพัฒน์ สำนักงานแพทย์ กรุงเทพมหานคร กลุ่มจิตอาสา บ้านเราทีวี วัฒนา -ตลิงชัน ร้านแว่นตา KNT วิชั่นออฟติค ร้าน Hair Wave by Anan ขับเคลื่อนโครงการฯ เพื่อส่งมอบความห่วงใยให้พนักงานองค์การตลาด ผู้พักอาศัย ผู้ประกอบการค้า และประชาชนทั่วไปที่ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ ภายใต้แนวคิด Care for well-being “สุขภาวะดี ชีวิตมีสุข เพื่อส่งเสริมสุขภาพและบริการเชิงรุกแก่ประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้กับประชาชนในชุมชน พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือและกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมแห่งสุขภาวะ ให้ประชาชนทุกกลุ่มวัยสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างชุมชนสุขภาวะอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมบริการด้านสุขภาพ อาทิ การตรวจสุขภาพด้วยรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ การตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูกเคลื่อนที่ การให้บริการวัดสายตาแจกแว่นสายตาฟรี การบริการตัดผมฟรีให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๒	โครงการ Bangkhla Together-Connected in Care <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันอังคาร ที่ ๓๑ มี.ค. ๖๙	- เพื่อลดปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ มลพิษ น้ำเสีย สร้างสุขอนามัยที่ดีและลดแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคต่าง - ตลาดสาขางค้ำมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี - ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่มีจิตความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น - เพื่อสร้างความสามัคคีภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย - เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย - เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้านการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรอบ	สำนักงานตลาดสาขางค้ำ จังหวัดฉะเชิงเทรา ดำเนินการจัดทำโครงการโครงการBangkhla Together-Connected in Care ในวันอังคาร ที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๙ ณ องค์การตลาดสาขางค้ำ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และชุมชนโดยรอบเป็นสำคัญ ซึ่งภายในงานจัดให้มีกิจกรรมมากมาย ได้แก่ กิจกรรม Clean Together ล้างทำความสะอาดตลาด กิจกรรมปลูกผักปันรัก เพื่อชุมชน Season ๒ กิจกรรมติดตั้งโซล่าเซลล์ กิจกรรม Safe Together ทาสีตีเส้นจราจร และกิจกรรม รณรงค์ รักษาโลกร้อน ซึ่งโครงการในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือ องค์การบริหารส่วนตำบลเสม็ดเหนือ พนักงานและลูกจ้างขององค์การตลาด ผู้เข้าพื้นที่ตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า ประชาชน ตำบลเสม็ดเหนือ,ตัวแทนจิตอาสา,ผู้ประกอบการแพปลาและผู้มีส่วนได้เสียองค์การตลาด และประชาชนบริเวณพื้นที่ตลาดสาขางค้ำ เข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๓	โครงการตลาดหนองม่วง สะอาด ชุมชนสุขใจ <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันพฤหัสบดี ที่ ๑๖ ก.ค. ๖๙	- เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและชุมชนในการรักษาความสะอาดของตลาด - เพื่อรณรงค์ การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมอย่างถูกวิธี ลดปัญหากลิ่นและน้ำเสีย - เพื่อสร้างบรรยากาศตลาดที่น่าใช้บริการ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค - เพื่อช่วยเหลือสังคมและเข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น - เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์การตลาด - เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ชุมชนหน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่าย	องค์การตลาดสาขาหนองม่วงจัดกิจกรรม/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี ๒๕๖๙ ภายใต้ภายใต้แนวคิด “หนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ” ณ สำนักงานตลาดสาขาหนองม่วง จังหวัดลพบุรี โดยบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับ โครงการจิตอาสา หน่วยพระราชทานและประชาชนจิตอาสา “เราทำความ ดี ด้วยหัวใจ” ร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมภายในตลาด สร้างความสะอาด ความเป็นระเบียบ และยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ขับเคลื่อนการดำเนินโครงการฯ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคีเครือข่าย ผู้ประกอบการ สถานศึกษา และประชาชนในพื้นที่ อำเภอหนองม่วง เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมุ่งยกระดับตลาดสาขาหนองม่วงให้เป็นตลาดที่สะอาด ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของชุมชนที่มีคุณภาพ ภายในงานมีกิจกรรมการรณรงค์ “ตลาดสีเขียว ลดพลาสติก ใช้พลังงานสะอาด” และกิจกรรม “Big Cleaning Day จิตอาสา รักษาตลาด รักษาชุมชน” ร่วมกันทำความสะอาดพื้นที่ตลาดสาขาหนองม่วงและบริเวณโดยรอบ ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สะอาด เป็นระเบียบ กิจกรรมการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านสุขาภิบาลอาหาร อาหารปลอดภัย สุขอนามัยสำหรับผู้สัมผัสอาหาร และการป้องกันโรคติดต่อ ควบคู่กับการให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ และจัดการขยะอย่างถูกวิธี การลดการใช้พลาสติก การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งจัดกิจกรรมอบรมสร้างอาชีพเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๔	โครงการ พัฒนาตลาด สะอาดได้มาตรฐาน อาหารปลอดภัย <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันพฤหัสบดีที่ ๒๐ พ.ย. ๖๘	- เพื่อปรับปรุง ยกระดับมาตรฐานด้านสุขลักษณะการจำหน่ายอาหารในสถานประกอบการอย่างถูกต้องและปลอดภัย - เพื่อตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพอาหารในสถานประกอบการอาหาร - เพื่อดำเนินการกิจกรรมสาธารณประโยชน์ที่เหมาะสม รณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านอาหารปลอดภัย - เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และสร้างความมั่นใจในการบริโภคอาหารที่ สะอาด ปลอดภัย	สำนักงานตลาดสาขapakคลองตลาด จัดกิจกรรมโครงการพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย ภายใต้โครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ในการให้ความรู้ถ่ายทอดการฝึกอบรม ทั้งภาควิชาการและภาคปฏิบัติ เพื่อให้ ความรู้ความเข้าใจในการดูแลอาหาร ปลอดภัยอาหารปลอดภัย ปลอดภัยสารพิษ บริโภคได้อย่างมั่นใจ และใส่สุขภาพของ ประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อ ผู้ประกอบการร้านค้า ประชาชน ชุมชน นักท่องเที่ยว ตลอดจนมีการตรวจประเมิน ตลาดเพื่อรับรองตลาดมาตรฐานอาหาร ปลอดภัยกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การ รับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยของ กรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังมีกิจกรรมในการ รณรงค์ ลด ละเลิก คนไทยไม่เอาบุหรี่ และ บุหรี่ไฟฟ้าเนื่องในวันงดสูบบุหรี่โลกที่กำลัง จะถึงนี้ด้วย ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหลาย ภาคส่วนทั้งฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ สำนักงานเขตพระนคร บริษัท ยอดพิมาน จำกัด บริษัท ปากคลองตลาด (๒๕๕๒) จำกัด และภาคีเครือข่าย ผู้ประกอบการค้า ภายในตลาด และประชาชนจิตอาสา ให้ ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม โครงการครั้งนี้เป็นอย่างดี

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๕	โครงการผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยกระดับตลาดสี่เขียว เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน (BCG Model) <u>ระยะเวลาดำเนินการ</u> เดือนมีนาคม - เดือนมิถุนายน ๒๕๖๔	- ส่งเสริมสุขภาพของประชาชนให้เข้าถึงอาหารปลอดภัยและผลิตภัณฑ์ปลอดภัย - เพื่อเฝ้าระวัง เตือนภัยผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารปลอดภัย และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ปลอดภัย) - เพื่อสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายพลังชุมชนในการดูแลสุขภาพประชาชนได้ครอบคลุมทุกกลุ่มวัย - พัฒนาตลาดสี่เขียวให้เป็นกลไกหลักในการกระจายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สุขภาพ - ขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทาง BCG Model ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ชุมชน - เพิ่มมาตรฐานศูนย์การเรียนรู้เฝ้าระวังสารปนเปื้อน อาหารปลอดภัย คุ่มครองผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับนักเรียน นักศึกษาและประชาชนในพื้นที่ ที่มีความสนใจเข้ามาศึกษาหาความรู้ และทดลองการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร - เพื่อสร้างกลไกความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนงานด้านสุขภาพอนามัย การให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต	องค์การตลาด สาขาลำพูน จัดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี ๒๕๖๔ ภายใต้แนวคิดผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยกระดับตลาดสี่เขียว เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน BCG model จับมือเครือข่ายสร้างพลังชุมชนเปิดเวทีอบรมเชิงปฏิบัติการ ยกระดับมาตรฐานตลาดสี่เขียว ลดการใช้โฟม เพิ่มทางเลือกสุขภาพ แก่ผู้ประกอบการตลาด ร้านค้าแผงลอย พนักงานและลูกจ้างองค์การตลาด กลุ่มผู้นำชุมชน แกนนำสุขภาพภายในตลาด และภาคีเครือข่ายในชุมชน อบรมเชิงปฏิบัติการมาตรฐานตลาด SAN & SAN PLUS ตลาดมาตรฐาน อาหารปลอดภัยใส่ใจผู้บริโภค อบรมเชิงปฏิบัติการเศรษฐกิจหมุนเวียน สร้างรากฐานชุมชน ผลิตภัณฑ์ทางเลือกสุขภาพ สร้างความรู้ด้านเลือกผลิตภัณฑ์ ฉลากโภชนา เมนูสุขภาพ ห่วงไกลโรค จัดกิจกรรมศูนย์เรียนรู้เฝ้าระวังสารปนเปื้อน อาหารปลอดภัย คุ่มครองผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้สนใจเข้ามาศึกษา เรียนรู้ จากความร่วมมือหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เทศบาลตำบลอุโมงค์ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน (อสม.) เครือข่ายชุมชน ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียง โดยการรวมกลุ่มขององค์กรและภาคส่วนต่างๆ นี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างสุขภาพที่ดี และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดให้มีความก้าวหน้า พร้อมทั้งดูแลใส่ใจผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดในการสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งในระดับชุมชนและท้องถิ่น

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๖	โครงการอื่นๆ ตามนโยบายรัฐบาลกระทรวงมหาดไทย และโครงการที่สำคัญขององค์การตลาด ระยะเวลาดำเนินการ เดือนตุลาคม ๖๘ - เดือนกันยายน ๖๙	- เพื่อสร้างจิตสำนึกในการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ให้คงอยู่กับประเทศชาติสืบไป - เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกัน - เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยติดเตียงและผู้ป่วยฟุ้งฟิง เพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยและครอบครัว - ผู้ป่วยติดเตียง/ผู้มีภาวะฟุ้งฟิง ให้ได้รับสนับสนุนด้านการดูแลสุขภาพ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามความเหมาะสมสามารถเข้าถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น ลดภาระญาติและผู้ดูแล - ยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง ผู้ป่วยติดเตียงและครอบครัว ผ่านการบูรณาการความร่วมมือจากหลายภาคส่วน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานสาธารณสุข องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และภาคเอกชน	โครงการแบ่งปันความสุขสู่ชุมชนเป็นส่วนหนึ่งในโครงการตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย สนับสนุนการพัฒนาระบบสาธารณสุขปฐมภูมิและการเตรียมความพร้อมท้องถิ่นรองรับสังคมผู้สูงอายุ โดยองค์การตลาดร่วมกับองค์การตลาดชวนเพิ่มบุญ โครงการขอให้หายดี หน่วยงานภาคีเครือข่าย จัดขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน มอบเครื่องอุปโภคบริโภค ดูแลผู้ป่วยติดเตียง ส่งเสริมสุขภาพ และสร้างอาชีพในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา กิจกรรมหลักของโครงการ มอบสิ่งของจำเป็น แจกจ่ายเครื่องอุปโภคบริโภคและเย็บเย็บนครวัดเรือนผู้ป่วยติดเตียงหรือผู้ยากไร้ดูแลสุขภาพ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพและถวายภัตตาหารเพื่อสุขภาพแก่พระภิกษุสงฆ์รวมถึงประชาชน พัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมการสร้างรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีให้คนในชุมชน โดยได้มอบสิ่งของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำดื่ม ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ และชุดดูแลแผลกดทับ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต และสร้างกำลังใจให้กับกลุ่มเปราะบาง ในชุมชนอย่างแท้จริง ยกย่องผลิตภัณฑ์การดูแลสุขภาพประชาชนทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัยอย่างยั่งยืน

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๗	การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่ การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงคู่ค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เช่น (สื่อสารภายใน) Intranet, Line Group, บอร์ดประชาสัมพันธ์ (สื่อสารภายนอก) ข่าวประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ Social media หรือการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ (Online Community) เป็นต้น	จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์อย่าง น้อย ๑ ชิ้นงาน / เดือน
๘	รายงานประจำปี ๒๕๖๘	เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ การกิจ อำนาจหน้าที่ ผลการดำเนินงาน ขององค์การตลาดทั้งด้านการเงินและไม่ใช้ การเงินต่อสาธารณชนได้รับทราบ ให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์การ ประเมิน ผล ของ สำนั ก งาน คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจด้านการ เปิดเผยข้อมูลรัฐวิสาหกิจผ่านรายงาน ประจำปีเพื่อให้องค์กรมีฐานข้อมูลการ ดำเนินงานในรอบปี ในการนำมาใช้พัฒนา คุณภาพการบริหารจัดการและข้อจำกัดมา เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบาย ทิศทาง ปรับปรุงพัฒนาองค์กร	จัดทำและเผยแพร่ข้อมูลรายงานประจำปี ต่อสาธารณชน ตามหลักเกณฑ์ประเมินที่ กำหนด ด้านการกำกับดูแลที่ดีและ การนำ องค์ กร (Corporate Governance & Leadership : CG & Leadership) หัวข้อ การเปิดเผยข้อมูลรัฐวิสาหกิจผ่านรายงาน ประจำปี เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจ แก่บุคคลทั่วไปภายในระยะเวลาที่กำหนด

คะแนนประเมินความพึงพอใจ

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ยุทธศาสตร์ ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re-inventing, Re-image) ตลอด ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๙ องค์การตลาด ดำเนินโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งสิ้น ๘ โครงการ ดำเนินการแล้วเสร็จ ๘ โครงการ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ จากกิจกรรมทั้งหมด โดยใช้งบประมาณรวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๔๕๑,๒๘๒ บาท (สี่แสนห้าหมื่นหนึ่งพันสองร้อยแปดสิบสองบาทถ้วน) คงเหลือ ๒๔๘,๗๑๘ บาท (สองแสนสี่หมื่นแปดพันเจ็ดร้อยสิบแปดบาทถ้วน) จากงบประมาณที่ได้รับอนุมัติทั้งสิ้น จำนวน ๗๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน) หลังจากการดำเนินกิจกรรม/โครงการ ตามแผนปฏิบัติการโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ เสร็จสิ้น ได้มีการติดตามและ รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้อำนวยการองค์การตลาดทราบ และประเมินผลความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน จำนวน ๖ โครงการ โดยใช้วิธีประเมินผลจากการสร้างแบบสอบถามและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ รวบรวมข้อมูล จำนวน ๖ โครงการ โดยข้อมูลที่ได้สรุปดังต่อไปนี้

ลำดับที่	กิจกรรม	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
๑	โครงการ Talingchan Care-Together for Better Community	๕.๐๐	มากที่สุด
๒	โครงการ Bangkhla Together-Connected in Care	๔.๕๔	มากที่สุด
๓	โครงการผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารปลอดภัย ยกย่องตลาดสีเขียว เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน BCG Model	๔.๘๙	มากที่สุด
๔	โครงการตลาดหนองม่วงสะอาด ชุมชนสุขใจ	๔.๙๐	มากที่สุด
๕	โครงการพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย	๔.๔๒	มาก
๖	รายงานประจำปี ๒๕๖๘	๔.๕๐	มาก
	ผลรวม	๔.๗๐	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ

การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ ใช้เกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับ	คะแนน	ความหมาย
๕	๔.๕๑ - ๕.๐๐	มากที่สุด
๔	๓.๕๑ - ๔.๕๐	มาก
๓	๒.๕๑ - ๓.๕๐	ปานกลาง
๒	๑.๕๑ - ๒.๕๐	น้อย
๑	๑.๐๐ - ๑.๕๐	น้อยที่สุด

ปัญหาและอุปสรรค

โครงการ/กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙ มีการเปลี่ยนแปลงวัน เวลา ในการจัดกิจกรรมเนื่องจากเนื่องจากความไม่พร้อมทางสถานที่และปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆ ในพื้นที่นั้นจึงไม่สามารถจัดกิจกรรมได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินการจริงไม่ตรงตามแผนปฏิบัติการที่ระบุไว้ตั้งแต่แรกแต่ยังสามารถดำเนินการให้อยู่ในกรอบระยะเวลาที่กำหนดได้

ข้อเสนอแนะ

การกำกับติดตามผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรม ควรมีการติดตามเป็นประจำทุกไตรมาสเพื่อให้การดำเนินกิจกรรม/โครงการ เป็นไปตามขอบเขตระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ

เอกสารแนบท้ายโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์การตลาด



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 36/2569

อต.ตลิ่งชัน บันรอยยิ้ม พลิกกำลังภาคีเครือข่าย เดินหน้าโครงการ CSR

“Talingchan Care – Together for Better Community”

องค์การตลาด สำนักงานตลาดสาขาทลิ่งชัน เดินหน้าพันธกิจสร้างสังคมแห่งการแบ่งปันและมีส่วนร่วม นำโดย องค์การตลาด ร่วมกับ โรงพยาบาลราชพิพัฒน์ สำนักงานแพทย์ กรุงเทพมหานคร กลุ่มจิตอาสา บ้านเราทวิวัฒนา -ตลิ่งชัน ร้านแว่นตา KNT วิชั่นออฟติค ร้าน Hair Wave by Anan ขับเคลื่อนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR “Talingchan Care – Together for Better Community” เพื่อส่งมอบความหวังให้พนักงานองค์การตลาด ผู้พักอาศัย ผู้ประกอบการค้า และประชาชนทั่วไปที่ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม



อต.ตลิ่งชัน

บันรอยยิ้ม พลิกกำลังภาคีเครือข่าย เดินหน้าโครงการ CSR
“Talingchan Care – Together for Better Community”

วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2569 ณ ตลาดน้ำสวนผักคลองสองนครา องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย สำนักงานตลาดสาขาทลิ่งชัน นายบุญนิติ ยุกตะนันท์ ผู้อำนวยการองค์การตลาด พร้อมด้วยคณะผู้บริหารระดับสูง พนักงานองค์การตลาด ผู้พักอาศัย ผู้ประกอบการค้า และประชาชนทั่วไปเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ซึ่งบรรยายภาคในงานมีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก



ด้านนายศิริชัย แสงศรี ผู้จัดการองค์การตลาด สำนักงานตลาดสาขาทลิ่งชัน กล่าวว่า การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ ภายใต้แนวคิด **Care for well-being สุขภาวะดี ชีวิตมีสุข** เพื่อส่งเสริมสุขภาพและบริการเชิงรุกแก่ประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้กับประชาชนในชุมชน พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือและกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมแห่งสุขภาวะ ให้ประชาชนทุกกลุ่มวัยสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างชุมชนสุขภาวะอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมบริการด้านสุขภาพ อาทิ การตรวจสุขภาพด้วยรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ การตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูกเคลื่อนที่ การให้บริการวัดสายตาแจกแว่นสายตาฟรี การบริการตัดผมฟรี

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

www.market-organization.or.th



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 72/2569

องค์การตลาดบางคล้า

ขับเคลื่อนโครงการ CSR “Bangkla Together - Connected in Care”

มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และชุมชนโดยรอบ

วันอังคารที่ 31 มีนาคม 2569 นายวิทยา ทรัพย์เย็น รองผู้อำนวยการองค์การตลาด เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปีงบประมาณ 2569 ภายใต้ชื่อ “โครงการ Bangkla Together - Connected in Care” โดยมี นางวิภาภรณ์ โกศิริ รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเสม็ดเหนือ, นายศรี ธรรมเสน เลขานุการองค์การบริหารส่วนตำบลเสม็ดเหนือ พนักงานและลูกจ้างขององค์การตลาด, ผู้เช่า ผู้ประกอบการค้า ในพื้นที่ตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และประชาชนทั่วไปที่สนใจ เข้าร่วมโครงการ ณ ตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า องค์การตลาด สำนักงานตลาดสาขาบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา



ด้าน ด้านนางสาวศรีสุดา อะนันท์ รักษาการในตำแหน่งผู้จัดการตลาดสาขาบางคล้า กล่าวว่า โครงการนี้ จัดขึ้นเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในสังคมร่วมกัน ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ซึ่งคาดว่าจะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และชุมชนโดยรอบให้ดีขึ้น

- กิจกรรมล้างทำความสะอาด
- การปลูกผัก ปันรัก เพื่อชุมชน
- เทน้ำหมักชีวภาพกำจัดกลิ่นและบำบัดน้ำเสียภายในตลาด
- ติดตั้งโซล่าเซลล์
- ทาสีดีเอ็นเอจราจร



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย
www.market-organization.or.th
AORTOROfficial
0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 154/2569

องค์การตลาด

เดินนำกิจกรรม CSR พัฒนาตลาดสาขาลำพูน ยกย่องตลาด
สีเขียว สร้างชุมชนสุขภาพดีตามแนวทาง BCG Model

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย โดยสำนักงาน
ตลาดสาขาลำพูน ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อ
สังคม (CSR) ประจำปีงบประมาณ 2569 ภายใต้
โครงการ **“ผลิตภัณฑ์สุขภาพอาหารปลอดภัย
ยกระดับตลาดสีเขียว เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน
(BCG Model)”** เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของ
ประชาชน ส่งเสริมความปลอดภัยด้านอาหาร และ
สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน



ภายในโครงการได้จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจำนวน 3 กิจกรรม
ประกอบด้วย การอบรม “ยกระดับมาตรฐานตลาดสีเขียว BCG Model” เพื่อ
ส่งเสริมการลดการใช้โฟมและเพิ่มทางเลือกเพื่อสุขภาพแก่ผู้ประกอบการ
พนักงานและเครือข่ายชุมชนการอบรม “มาตรฐานตลาด SAN & SAN PLUS
ตลาดมาตรฐานอาหารปลอดภัยใส่ใจผู้บริโภค” เพื่อพัฒนาตลาดให้ได้
มาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงการอบรม “เศรษฐกิจ
หมุนเวียนสร้างรากฐานชุมชนผลิตภัณฑ์ทางเลือกสุขภาพ (BCG Model)”
เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในพื้นที่



นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมรณรงค์และให้ความรู้ด้านการเฝ้าระวังสารปนเปื้อนในอาหาร พร้อมเปิดโอกาสให้ประชาชน นักเรียน
นักศึกษาและผู้ประกอบการ ได้เรียนรู้การตรวจสอบความปลอดภัยของอาหารด้วยตนเอง ผ่านความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ
ภาคีเครือข่าย และองค์กรด้านสาธารณสุขในจังหวัดลำพูน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค และยกระดับมาตรฐานตลาดให้เป็น
แหล่งจำหน่ายสินค้าที่สะอาด ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินโครงการครั้งนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์การ
ตลาดในการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาตลาดควบคู่กับการดูแลสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG สร้างความ
มั่นคงทางอาหาร เพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างยั่งยืน



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย
www.market-organization.or.th
AORTOR Official
0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กรุงเทพมหานคร

ครั้งที่ 80/2569

ผนึกกำลังบึกคลินนิ่ง! **อต.ลำพูน** จับมือภาคีเครือข่าย ปูพรมล้างตลาดอุโมงค์
รับสงกรานต์ปี 69 สร้างความเชื่อมั่น "สะอาด ปลอดภัย ไร้กังวล"



องค์การตลาดสาขาลำพูน เตรียมพร้อมรับเทศกาลแห่งความสุขอย่างมั่นใจ! จัดกิจกรรมรณรงค์ความสะอาดครั้งใหญ่ ผนึกกำลังเทศบาลตำบลอุโมงค์ และหน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่ ระดมพลขัดล้างตลาดสดให้สะอาดหมดจด พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวและประชาชนช่วงสงกรานต์นี้ ร่วมแรงร่วมใจ เพื่อสุขอนามัยของชุมชนภายในตลาด

เมื่อช่วงเช้าวันที่ 9 เมษายน 2569 นางนรมน ใจการณ ผู้จัดการตลาดสาขาลำพูน นำทีมเจ้าหน้าที่ร่วมกับ ภาคีเครือข่ายความเข้มแข็ง ประกอบด้วย เทศบาลตำบลอุโมงค์: รพ.สต.อุโมงค์ และกลุ่ม อสม. ผู้ประกอบการค้าขาย: พร้อมใจกันจัดระเบียบแผงค้าและทำความสะอาดพื้นที่จำหน่ายสินค้าของตนเอง

องค์การตลาดสาขาลำพูน "เราให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่ง ตลาดต้องไม่ใช่แค่ที่ขายของ แต่ต้องเป็นพื้นที่สะอาดที่ทุกคนมั่นใจได้ว่า **สินค้าที่ซื้อไปนั้นถูกสุขลักษณะอย่างแน่นอน**"

กิจกรรม "Big Cleaning Day" ในครั้งนี้ ไม่ใช่เพียงแค่การปิดกวาดเช็ดถูทั่วไป แต่เป็นการฉีดล้างด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อทั่วทุกจุดสัมผัส ตั้งแต่แผงจำหน่ายอาหารสด ทางเดิน ไปจนถึงระบบระบายน้ำ เพื่อกำจัดสิ่งสกปรกสะสมและป้องกันแหล่งเพาะพันธุ์พาหะนำโรค ยกระดับความเชื่อมั่น "ผู้ซื้ออุ่นใจ ผู้ขายแฮปปี้" การดำเนินการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ช่วงเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งจะมีประชาชนและนักท่องเที่ยวเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยหนาแน่นกว่าปกติ



องค์การตลาด กรุงเทพมหานคร



www.market-organization.or.th



AORTOROfficial



0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลาดชั้น เขตตลาดชั้น กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 205/2569

องค์การตลาด (อท.)

จัดโครงการ CSR ผสานพลังจิตอาสา พัฒนา
ตลาดหนองม่วงสู่ชุมชนสะอาด น่าอยู่ และยั่งยืน



Facebook: องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย
Website: www.market-organization.or.th
Instagram: AORTOfficial
Phone: 0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 304/2568

»»»» องค์การตลาดสาขาปากคลองตลาด
จัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2569
วันพฤหัสบดีที่ 20 พฤศจิกายน 2568
เวลา 08.30 น. – 16.30 น.
ณ ตลาดสาขาปากคลองตลาด

องค์การตลาดสาขาปากคลองตลาด จัดโครงการพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย ตามโครงการกรุงเทพฯ เมืองอาหารปลอดภัย” ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2569 ร่วมกับฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตพระนคร โดยได้ตระหนักถึงกิจกรรมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรในการดูแลอาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัย ปลอดภัยสารพิษ บริโภคได้อย่างมั่นใจ และใส่สุขภาพของประชาชนในพื้นที่ซึ่งมุ่งเน้นให้ความสำคัญประชาชนในชุมชนโดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน ในการส่งเสริมให้ประชาชนให้มีภาวะโภชนาการที่ดี ด้วยการให้ความรู้แก่ประชาชน และให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มในระดับย่อย ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัย พัฒนาคุณภาพระบบงานสุขาภิบาลอาหารให้ได้มาตรฐาน



กิจกรรมเพื่อให้ความรู้



Facebook: องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย
Website: www.market-organization.or.th
Instagram: AORTOROfficial
Phone: 0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลาดล่าง เขตตลาดใหม่ กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงพาณิชย์

โครงการอื่นๆ ตามนโยบายรัฐบาลกระทรวงมหาดไทย และโครงการที่สำคัญขององค์การตลาด

โครงการแบ่งปันความสุขสู่ชุมชนเป็นส่วนหนึ่งในโครงการตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย สนับสนุนการพัฒนากระบวนการสุขาภิบาลชุมชน และการเตรียมความพร้อมท้องถิ่นรองรับสังคมผู้สูงอายุ โดยองค์การตลาดร่วมกับองค์การตลาดชวนเพิ่มบุญ โครงการขอให้หายดี หน่วยงานภาคีเครือข่าย จัดขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน มอบเครื่องอุปโภคบริโภค ดูแลผู้ป่วยติดเตียง ส่งเสริมสุขภาพ และสร้างอาชีพในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา กิจกรรมหลักของโครงการมอบสิ่งของจำเป็น แจกจ่ายเครื่องอุปโภคบริโภคและเยี่ยมเยียนครัวเรือนผู้ป่วยติดเตียง หรือผู้ยากไร้ดูแลสุขภาพ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพและถวายภัตตาหาร เพื่อสุขภาพแก่พระภิกษุสงฆ์รวมถึงประชาชนพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมการสร้างรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีให้คนในชุมชน โดยได้มอบสิ่งของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำดื่ม ผ้าอ้อมผู้ใหญ่และชุดดูแลแผลกดทับ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างกำลังใจให้กับกลุ่มเปราะบาง ในชุมชนอย่างแท้จริง ยกกระดับผลิตภัณฑ์การดูแลประชาชนทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัยอย่างยั่งยืน



คุณณรงค์กร ศรีงาม อมาตยา อ.พระนครศรีอยุธยา



อ.โดกทอง อ.ผไท จ.พระนครศรีอยุธยา



อ.โพนทอง จ.อำนาจทอง



สว.ส.ท. กำนันแดง จ.พระนครศรีอยุธยา (อ.นงนันทน์แดง)



องค์การตลาด กระทรวงพาณิชย์



www.market-organization.or.th



AORTOfficial



0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170

เอกสารแนบท้ายโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์การตลาด

ส่วนที่ ๒ คิวอาร์โค้ดแสดงรายละเอียดกิจกรรม/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี ๒๕๖๙



สำนักงานตลาดสาขาท่งชัน



สำนักงานใหญ่



สำนักงานตลาดสาขาบางคล้า



สำนักงานตลาดสาขาปากคลองตลาด



สำนักงานตลาดสาขาหนองม่วง



สำนักงานตลาดสาขาลำพูน



**องค์การตลาด ทั่วประเทศไทย
47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร**