



องค์การตลาด (อต.)
กระทรวงมหาดไทย

แผนปฏิบัติการงาน

ความรับผิดชอบต่อสังคม
และสิ่งแวดล้อม ประจำปี

2570



Prepared by:
**Public Relations
Department**

2027



www.market-organization.or.th

คำนำ

แผนปฏิบัติการประจำปีเป็นแผนที่เกี่ยวเนื่องมาจากการวางแผนที่มีการกำหนดจุดหมายระยะสั้น หรือ ประมาณหนึ่งปี ซึ่งถ่ายทอดมาจากแผนกลยุทธ์ในระดับกลยุทธ์แผนงานหรือโครงการ ออกเป็นรายการต่างๆ ที่เรียกว่า “กิจกรรม” สำหรับใช้ปฏิบัติการซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด เพราะแผนปฏิบัติการจะช่วยให้การปฏิบัติงานตรงกับทิศทางและเป้าหมาย ตลอดจนผลักดัน และขับเคลื่อนภารกิจขององค์การตลาดให้สนองต่อนโยบายของรัฐบาล และสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์การตลาด ประจำปี 2570 ยุทธศาสตร์ ที่ 2 เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพลักษณ์ (Re-inventing, Re-image) แผนปฏิบัติการประจำปีเล่มนี้ ได้วางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามโครงการ/กิจกรรม และงบประมาณที่ได้วางแผนไว้ เพื่อการดำเนินงานได้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนปฏิบัติการประจำปีเล่มนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และบุคลากรที่เกี่ยวข้องได้ใช้ประกอบการวางแผนพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานที่รับผิดชอบได้เป็นอย่างดี

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ องค์การตลาด
กันยายน 2569



สารบัญ

CONTENTS

3-4

หลักการและเหตุผล

5

วัตถุประสงค์

5-8

ยุทธศาสตร์/เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินงาน

8-9

หลักเกณฑ์การกำหนดชุมชนที่สำคัญ

9

ขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน/ระยะเวลาในการดำเนินงาน/งบประมาณและค่าใช้จ่าย/
ผู้รับผิดชอบ

10

ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงานโครงการ

11-12

นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์การตลาด

12

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

13-14

การติดตามประเมินผล

15-28

รายละเอียดแผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2570

29

ภาคผนวก

แผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) องค์การตลาด ประจำปี 2570

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 และองค์กรมีโอกาสรสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นได้จากการที่ถูกค่าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม องค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ปรากฏต่อสาธารณชนในเชิงบวกเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไป การดำเนินการด้าน CSR เป็นกระแสที่เรียกร้องให้หน่วยงานหรือธุรกิจสามารถดำเนินการอย่างจริงจังและเป็นเรื่องจำเป็นที่ทุกหน่วยงานจะต้องกระทำให้กลมกลืนควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม

CSR In Process หมายถึงกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เช่นการดูแลสวัสดิการของพนักงาน การผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อลูกค้าในการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 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 2570 ให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจองค์การตลาด ตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ที่ S02 “เพื่อยกระดับการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ” กลยุทธ์ระดับองค์กร “เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยผู้รับผิดชอบแผนในแต่ละโครงการและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการวิเคราะห์และกำหนดทิศทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก

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 การสร้างกลไกที่ดีในการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงาน

ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

จนได้มุมมองในภาพรวมของโครงการ CSR ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน เพื่อใช้ในการสร้างการรับรู้ จัดจำ และยอมรับ โดยมีแนวคิดสำคัญเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมที่ยั่งยืนในการดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ องค์การตลาด ในแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2567 – 2571) ประจำปี 2670 ครอบคลุมตามกรอบยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์



2. วัตถุประสงค์

การจัดทำแผนปฏิบัติการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR Action Plan) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแปลงนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กรให้กลายเป็นกิจกรรมหรือโครงการที่ปฏิบัติได้จริงและวัดผลได้ โดยแบ่งวัตถุประสงค์สำคัญออกเป็น 4 ด้านหลัก ดังนี้

1. ด้านการสร้างคุณค่าร่วมและยั่งยืน (Value Creation & Sustainability)

- **สร้างสมดุลทางธุรกิจ:** บูรณาการเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) เข้ากับกระบวนการทางธุรกิจหลัก (Core Business) เพื่อให้องค์กรเติบโตควบคู่ไปกับสังคม
- **บริหารความเสี่ยง:** ป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ เช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ข้อพิพาทกับชุมชน หรือข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- **ยกระดับคุณภาพชีวิต:** พัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้างและสังคมในวงกว้าง เพื่อสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจและสังคมที่เข้มแข็ง

2. ด้านภาพลักษณ์และความเชื่อมั่น (Brand Reputation & Trust)

- **สร้างความน่าเชื่อถือ:** สร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (Stakeholders) เช่น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และชุมชน
- **เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี:** สะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ (Brand Equity) ในระยะยาว
- **ดึงดูดและรักษามูลค่า:** สร้างความภาคภูมิใจให้แก่พนักงานในองค์กร ช่วยดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกให้อยากมาร่วมงานด้วย

3. ด้านการปฏิบัติงานและการวัดผล (Operational Efficiency & Accountability)

- **กำหนดทิศทางที่ชัดเจน:** มีกรอบการทำงาน งบประมาณ และตัวชี้วัด (KPIs) ที่แน่นอน ทำให้การดำเนินกิจกรรม CSR ไม่ใช่แค่การทำบุญตามวาระ แต่เป็นการพัฒนาที่มีทิศทาง
- **ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า:** บริหารจัดการทรัพยากร งบประมาณ และเวลาขององค์กรในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตรงจุด
- **เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแนวทางระบบการประเมินผลรัฐวิสาหกิจ**
- **ติดตามและประเมินผล:** เปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบ วัดผลความสำเร็จ และนำผลลัพธ์มาปรับปรุงพัฒนาแผนงานในปีถัดๆ ไป (Continuous Improvement)

3. ยุทธศาสตร์/เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้าง สนับสนุน การพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย การเสริมสร้างและสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อมมีเป้าหมายครอบคลุม 4 มิติสำคัญ ดังนี้



มิติเศรษฐกิจชุมชน

- สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก: ส่งเสริมอาชีพ เสริมสร้างรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำ โดยเน้นการพึ่งพาตนเองและใช้วัตถุดิบหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ยกระดับวิสาหกิจชุมชน: พัฒนาทักษะการประกอบการ นวัตกรรม และการเข้าถึงตลาด เพื่อให้ชุมชนแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

มิติสังคมและความเป็นอยู่

- ยกระดับคุณภาพชีวิต: พัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน สุขอนามัย และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- สร้างสังคมเรียนรู้และเข้มแข็ง: ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การศึกษาตลอดชีวิต และการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

มิติทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- พื้นฟูและอนุรักษ์ระบบนิเวศ: ดูแลรักษาป่าไม้ แหล่งน้ำ ดิน และความหลากหลายทางชีวภาพในท้องถิ่น
- ลดมลพิษและจัดการขยะ: ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การคัดแยกขยะ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

มิติการบริหารจัดการและความยั่งยืน

- สร้างความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลง (Climate Resilience): พัฒนาชุมชนให้สามารถปรับตัวและรับมือกับภัยธรรมชาติและ ความท้าทายใหม่ๆ
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างบูรณาการ: เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาของตนเอง

แนวทางการดำเนินการ

- การจัดการองค์ความรู้
- การสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีสำนึกของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน
- การตัดสินใจบนพื้นฐานความต้องการของประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การจัดการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย การจัดการ อนุรักษ์ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม คือการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและการปกป้องระบบนิเวศ เพื่อให้คนรุ่นปัจจุบันและรุ่นอนาคตสามารถดำรงชีวิตได้อย่างยั่งยืน โดยแบ่งออกเป็นเป้าหมายหลักได้ ดังนี้

1. การปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ (Protection & Restoration)

- รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ: ปกป้องป่าไม้ สัตว์ป่า แหล่งน้ำ และระบบนิเวศทางทะเลจากการถูกทำลาย



- **ฟื้นฟูธรรมชาติที่เสื่อมโทรม:** บำบัดและฟื้นฟูพื้นที่ป่า ดิน และแหล่งน้ำธรรมชาติที่ได้รับความเสียหายจากการมนุษย์

2. การควบคุมและลดปัญหามลพิษ (Pollution Control)

- **ลดมลพิษทางอากาศ น้ำ และดิน:** ควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ฝุ่น PM2.5 น้ำเสีย และสารเคมีตกค้าง
- **การจัดการขยะอย่างยั่งยืน:** ส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ลดการเกิดขยะ (Zero Waste) และเพิ่มอัตราการรีไซเคิล

3. การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน (Sustainable Resource Use)

- **เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน:** ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน (แสงอาทิตย์ ลม) และลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล
- **การบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ:** จัดสรรน้ำสะอาดให้เพียงพอต่อการอุปโภค บริโภค และการเกษตรโดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

4. การรับมือและลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action)

- **ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก:** มุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)
- **สร้างความสามารถในการปรับตัว:** เตรียมความพร้อมรับมือกับภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และสภาพอากาศแปรปรวน

5. การยกระดับคุณภาพชีวิตและการมีส่วนร่วม (Quality of Life & Governance)

- **สร้างสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย:** ยกระดับสภาพแวดล้อมในเมืองและชุมชนให้ถูกสุขลักษณะ มีพื้นที่สีเขียวเพียงพอ
- **ปลูกฝังจิตสำนึกและการมีส่วนร่วม:** ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

แนวทางการดำเนินการ

- การส่งเสริมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- การบริหารสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร

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.) เป็นหน่วยงานที่มุ่งดำเนินงานตรารากธุรกิจหลักขององค์กรควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำความสามารถพิเศษขององค์กรมาเป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงานและ สนับสนุนชุมชนเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดชุมชนที่สำคัญ ดังนี้

หลักเกณฑ์การคัดเลือกชุมชน

1. กลุ่มคน ชุมชน ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบอาณาเขตที่ตั้งสำนักงานขององค์การตลาดสำนักงานใหญ่และตลาดสาขาในกำกับดูแล ซึ่งอยู่ในระยะทางที่สะดวกต่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรม
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



หลักเกณฑ์ความพร้อมขององค์การตลาด

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

5. ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน

1. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ร่วมกับสำนักงานตลาดสาขาจัดทำแผนปฏิบัติงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (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 2569 – กันยายน 2570

7. งบประมาณและค่าใช้จ่าย

งบประมาณ CSR In Process ขององค์การตลาด ประจำปี 2570 จำนวน 700,000 บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน)

8. ผู้รับผิดชอบ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ /สำนักงานตลาดสาขาในกำกับดูแลขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



9. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงานโครงการ

เชิงคุณภาพ ปี 2570 มีการดำเนินกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR In Process ดังนี้

1. เน้นสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำ CSR In Process ที่ถูกต้องและยั่งยืนแก่ผู้ปฏิบัติงาน โดยให้คำนึงถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในฐานะของหน่วยหนึ่งในสังคม
2. เน้นสร้างช่องทางการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ CSR In Process ระหว่างองค์กร หน่วยงานภาคส่วนอื่นๆ 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

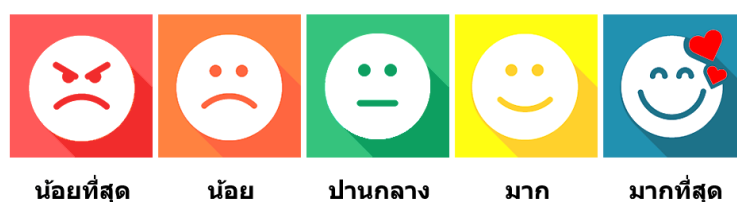
เชิงปริมาณ

1. ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR In Process สามารถดำเนินการได้ร้อยละ 100
2. ร้อยละความพึงพอใจในการดำเนินการตามแผนงานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม CSR In Process หลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ในทุกโครงการมีผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

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



น้อยที่สุด

น้อย

ปานกลาง

มาก

มากที่สุด



10. นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ขององค์การตลาด

❖ นโยบายด้าน CSR ขององค์การตลาด

องค์การตลาดดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน โดยรวบรวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีเจตนารมณ์ที่จะทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมุ่งสร้างและสืบสานความสัมพันธ์อันดีที่เกิดจากการยอมรับและไว้วางใจซึ่งกันและกัน คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะมีต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์การตลาด ทั้ง ๕ กลุ่ม เช่น หน่วยงานกำกับดูแล ลูกค้า, ผู้ส่งมอบ/ คู่ค้า, พนักงาน, ชุมชน/สังคม พร้อมทั้งสร้างทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ร่วมกัน โดยมีหลักการและแนวทางในการปฏิบัติตามหลักสากล ISO ๒๖๐๐๐ ซึ่งเป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ หรือ CSR in Process รวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยกำหนดเป็นนโยบายแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนที่มีสาระสำคัญ ดังนี้

- ❖ ยึดมั่นแนวปฏิบัติเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้ระบบการบริหารจัดการ ๗ หัวข้อหลัก ตามมาตรฐานสากล ISO ๒๖๐๐๐ ประกอบด้วย การกำกับดูแลองค์กร การต่อต้านทุจริต สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติอย่างเป็นธรรมด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคำนึงถึงการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร
- ❖ ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการทำงาน ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยการถ่ายทอดผ่านผู้บริหารองค์กรสู่พนักงานทุกระดับชั้น ให้มีความรู้ความเข้าใจ และปฏิบัติหน้าที่ การกิจ รวมทั้งการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยตระหนักถึงความสำคัญและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR in Mind) เพื่อปลูกฝังค่านิยมและสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นแบบอย่างที่ดี
- ❖ บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มาขับเคลื่อนแนวทางการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียและสังคมได้รับรู้และมีส่วนร่วมสนับสนุนการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การตลาดให้สามารถสร้างความสมดุลระหว่างองค์กร เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม
- ❖ สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีขององค์การตลาด ภายใต้รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) เพื่อบริหารจัดการ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Bio Economy) การใช้ทรัพยากรหมุนเวียน (Circular Economy) และการลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม (Green Economy) อันเกิดจากภารกิจขององค์การตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้งมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ❖ สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมระหว่าง องค์การตลาด และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการร่วมขับเคลื่อนและดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด เพื่อพัฒนาให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Value: CSV) และสามารถเติบโตพร้อมกันอย่างยั่งยืน



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

องค์ประกอบหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญที่ต้องยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ 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)

“ยึดมั่นคุณธรรม ดำเนินงานโปร่งใส อด.ใส่ใจ ห่วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อม”

11. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์การตลาดเป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR In Process ที่เป็นไปตามแผนแม่บทด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
2. องค์การตลาดมีการพัฒนา CSR In Process เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และบทบาทองค์กร ให้เป็นที่ยอมรับของสังคม
3. องค์การตลาดมีสัมพันธภาพกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญในการดำเนินงานขององค์การตลาด
4. องค์การตลาดมีผลการประเมินการพัฒนาองค์กรของรัฐวิสาหกิจ Core Business Enablers หัวข้อการกำกับดูแล ที่ดีและการนำองค์กร ในระดับคะแนนที่น่าพอใจ



12. การติดตามและการประเมินผล

การติดตาม (Monitoring) และการประเมิน (Evaluation) เป็นกระบวนการที่แตกต่างกันมีจุดหมาย ไม่เหมือนกัน แต่กระบวนการทั้งสองมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และเมื่อนำแนวคิดและหลักการติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) มาประสานใช้ด้วยกันอย่างเหมาะสมจะช่วยให้สามารถกำกับดูแล ทบทวน และพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การติดตาม และประเมินผลตามแผนปฏิบัติงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมองค์การตลาด จึงเป็นการติดตามผลที่สำคัญ ดังนี้ (1) ผลการปฏิบัติงานของผู้รับผิดชอบแต่ละแผนงาน โครงการเพื่อการพัฒนาองค์กรหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการหรือไม่ได้ดำเนินการตามแผนฯ งานที่กำหนดไว้ หรือไม่ รวมทั้งงบประมาณในการดำเนินงาน (2) ผลการใช้ปัจจัยหรือทรัพยากรต่าง ๆ ในการพัฒนาองค์กร ตรวจสอบดูว่าแผนงานโครงการเพื่อการพัฒนาได้รับปัจจัยหรือทรัพยากรทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพตาม ระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ (3) ผลการดำเนินงานตรวจสอบดูว่าได้ผลตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง (4) ความสำคัญของการติดตามและประเมินผล เป็นเครื่องมือสำคัญในการทดสอบผลการดำเนินงานตามภารกิจขององค์การตลาด ว่าดำเนินการได้ตามเป้าหมาย ตัวชี้วัดที่กำหนดไว้หรือไม่ ทำให้ทราบและกำหนดทิศทางการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดความชัดเจน ที่จะทำให้ทราบถึง จุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) ปัญหาหรืออุปสรรค (threats) ของปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมองค์การตลาด ประจำปี 2570 เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแผนงานโครงการ พัฒนาให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ สภาพแวดล้อมในสังคมภายใต้ความต้องการและความพึงพอใจ ของประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การตลาด

วัตถุประสงค์ของการติดตามและประเมินผล

1. เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมองค์การตลาดตอบสนองภารกิจตามอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน รวมทั้งปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. เพื่อให้ทราบความก้าวหน้าการดำเนินงานตามกรอบระยะเวลาและเป้าหมายที่กำหนดไว้ สภาพผลการดำเนินงานตลอดจนปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาองค์การตลาดตามภารกิจที่กำหนด
3. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเร่งรัด ปรับปรุง แก้ไข ขอบกพร่องของการดำเนินงาน/ โครงการ
4. เพื่อทราบถึงสถานภาพการบริหารการใช้จ่ายงบประมาณขององค์การตลาด
5. เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อทุกส่วนงานในการผลักดันให้การดำเนินงานตามแผนงาน โครงการต่างๆ เป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์กับให้เกิดประโยชน์กับผู้มีส่วนได้เสีย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือสังคมส่วนรวมมากที่สุด
6. เพื่อติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดร้อยละความสำเร็จของการปฏิบัติงาน ตามแผนงาน/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570



การจัดทำแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อให้การดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การตลาด มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร มีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนงานที่รับผิดชอบ ทุกไตรมาส เพื่อนำมาวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานและรายงานการประเมินผลโครงการ ซึ่งในส่วนของการติดตามผลการดำเนินงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ติดตาม รวบรวม สรุปผลการดำเนินงานเสนอผู้อำนวยการองค์การตลาด เป็นประจำทุกไตรมาส และ สรุปรวบรวมผลการดำเนินกิจกรรมโครงการตามแผนทุกโครงการรายงานต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องและเสนอผู้อำนวยการทราบก่อนสิ้นปีบัญชี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการติดตามผลไปดำเนินงานใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนางานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ต่อไป โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนงานที่รับผิดชอบ ตามกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การวางแผนและกำหนดกรอบการประเมิน (Planning & Design)

- **กำหนดวัตถุประสงค์ :** ระบุให้ชัดเจนว่าต้องการติดตามและประเมินผลเพื่ออะไร (เช่น เพื่อปรับปรุงงาน หรือเสนอผู้บริหาร)
- **สร้างตัวชี้วัด (KPIs) :** กำหนดตัวชี้วัดเชิงปริมาณและคุณภาพตามหลัก SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound)
- **กำหนดเกณฑ์และมาตรฐาน :** วางเกณฑ์การตัดสินผลสัมฤทธิ์ เช่น ร้อยละความสำเร็จ หรือระดับความพึงพอใจ

2. การเครื่องมือและจัดเก็บข้อมูล (Data Collection)

- **สร้างเครื่องมือ :** ออกแบบแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตการณ์ หรือแบบบันทึกข้อมูล
- **รวบรวมข้อมูล :** เก็บรวบรวมทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (ลงพื้นที่, แบบสอบถาม) และข้อมูลทุติยภูมิ (รายงาน, สถิติ)
- **กำหนดความถี่ :** วางระยะเวลาในการเก็บข้อมูล (เช่น รายสัปดาห์, รายเดือน, หรือตามไตรมาส)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

- **เปรียบเทียบข้อมูล :** นำข้อมูลที่จัดเก็บมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือค่ามาตรฐานที่วางไว้
- **หาสาเหตุและปัจจัย :** วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้งานประสบความสำเร็จหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน

4. การรายงานผล (Reporting)

- **สรุปเนื้อหา :** จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ข้อดี ข้อเสีย และแนวทางแก้ไข
- **นำเสนอผู้เกี่ยวข้อง :** จัดส่งรายงานให้ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปแบบที่เข้าใจง่าย (เช่น สรุปผู้บริหาร หรือ Infographic)

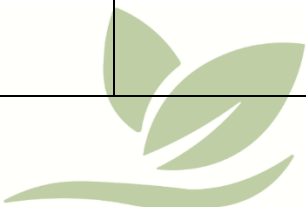
5. การนำผลไปปรับปรุงพัฒนา (Utilization)

- **นำข้อเสนอแนะและผลการประเมินไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานในระยะถัดไป หรือใช้เป็นข้อมูลฐานในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ครั้งใหม่**

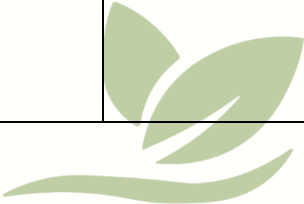


รายละเอียดแผนงาน/โครงการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR In Process) ของ องค์การตลาด (อต.) ประจำปี 2570

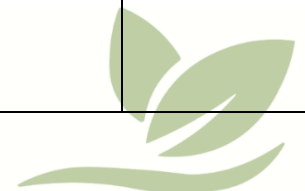
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	โครงการ “ตลิ่งชัน ตลาดน่าอยู่ สุขภาพดี มีสุขอนามัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570” (Talingchan Liveable, Healthy & Hygienic Market Project, FY2027)	1. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เช่าพื้นที่ทุกประเภทเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลและขับเคลื่อนพันธกิจ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาดอย่างเป็นรูปธรรม และยั่งยืน 2. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการขยะภายในตลาดอย่างครบวงจร 3. เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดด้วยระบบไฟส่องสว่างพลังงานแสงอาทิตย์ ช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าภายในตลาดและสนับสนุนความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม 4. เพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพอนามัยของผู้เช่าพื้นที่ทุกประเภทและผู้ใช้บริการตลอดจนชุมชนโดยรอบ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนโดยรอบ	องค์การตลาดสามารถขับเคลื่อนพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมมาตรฐานสากล ISO 26000 และแนวทาง BCG Economy อย่างยั่งยืน	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานตลาดสาขาทลิ่งชัน



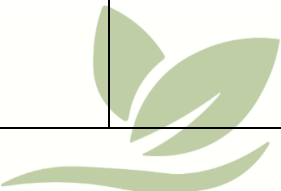
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบ ประมาณ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
2	โครงการตลาดบาง คล้าเคียงข้าง สร้างสุข สู่ชุมชน 2027	1. เพื่อยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยและ สิ่งแวดล้อมภายในตลาดกลางสัตว์น้ำ บางคล้า ผ่านการลอกท่อระบายน้ำ ล้าง ทำความสะอาดตลาด และใช้สารชีวภาพ บำบัดน้ำเสีย/กำจัดกลิ่น เพื่อลดปัญหา น้ำท่วมขัง ขยะอุดตัน และกลิ่นคาวสัตว์น้ำ 2. เพื่อส่งเสริมการลดขยะและการ บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการรณรงค์คัดแยกขยะ 3. เพื่อขับเคลื่อนการใช้พลังงานสะอาด และการอนุรักษ์พลังงานในองค์การ ผ่านการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงาน แสงอาทิตย์ (โซลาร์เซลล์) และการปลูก จิตสำนึกให้ผู้ค้าและผู้ให้บริการใช้ พลังงานอย่างคุ้มค่า 4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี การมี ส่วนร่วม ความสามัคคี ร่วมกันในชุมชน ผ่านกิจกรรมการปลูกผักสวนครัวปลอด สารพิษเพื่อนำผลผลิตมาแบ่งปันแก่คน ในชุมชน	1. ตลาดสาขาบางคล้ามีความสามัคคี กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. ตลาดสาขาบางคล้ามีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี 3. ตลาดสาขาบางคล้ามีสภาพแวดล้อม ที่ดีขึ้น 4. ตลาดสาขาบางคล้ามีภาพลักษณ์ที่ดี	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานตลาด สาขาบางคล้า



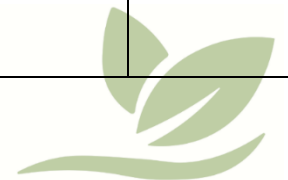
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบ ประมาณ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
3	ตลาดปลอดภัย ชุมชน เข้มแข็ง ร่วมใจป้องกัน อัคคีภัย” ประจำปี 2570	1. เพื่อส่งเสริมความรู้และทักษะด้าน การป้องกันและระงับอัคคีภัยให้แก่ บุคลากร ผู้ค้าผู้ประกอบการ ประชาชน และชุมชนโดยรอบ 2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถใช้ อุปกรณ์ดับเพลิงและปฏิบัติตนเมื่อเกิด เหตุเพลิงไหม้ได้อย่างถูกต้องและ ปลอดภัย 3. เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึก ด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วน เสียของหน่วยงาน 4. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ผู้ค้า ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน และชุมชนในการป้องกัน อัคคีภัย 5. เพื่อสร้างต้นแบบการบริหารจัดการ ตลาดที่มีความปลอดภัยและเอื้อต่อ คุณภาพชีวิตของประชาชน	1. บุคลากร ผู้ค้า ผู้ประกอบการ และ ประชาชนในพื้นที่ มีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการ ป้องกันและระงับอัคคีภัย 2. ผู้เข้าร่วมโครงการมีทักษะในการใช้ อุปกรณ์ดับเพลิงและสามารถปฏิบัติตน เมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ได้อย่างถูกต้องและ ปลอดภัย 3. บุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถปฏิบัติตามแผนอพยพหนีไฟ รู้เส้นทางหนีไฟ จุดรวมพล และขั้นตอน การแจ้งเหตุได้อย่างเป็นระบบ 4. หน่วยงานสามารถประเมินความพร้อม ในการป้องกันและระงับอัคคีภัย รวมทั้ง ค้นหาจุดบกพร่องของแผนและนำไป ปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 5. เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐ ผู้ค้า ผู้ประกอบการ ชุมชน และ ภาคีเครือข่าย ในการร่วมกันเฝ้าระวัง และป้องกันอัคคีภัย	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานตลาด สาขาปากคลอง ตลาด



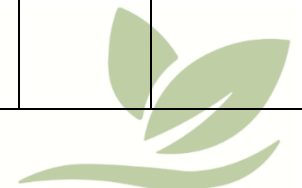
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบ ประมาณ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
4	โครงการ ตลาดหนอง ม่วงเต็มสุข PLUS	1. ตลาดสาขาหนองม่วงมีสภาพแวดล้อมที่สะอาด เป็นระเบียบ ปลอดภัย และมีสุขอนามัยที่เหมาะสมต่อผู้ประกอบการและประชาชนผู้มาใช้บริการ 2. ผู้ประกอบการมีความรู้และความตระหนักด้านสุขอนามัย การจัดการขยะ การรักษาความสะอาด 3. ผู้ประกอบการและชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาความสะอาดและพัฒนาตลาด เกิดความร่วมมือระหว่างองค์การตลาด หน่วยงานภาครัฐ ภาคีเครือข่าย และประชาชนในพื้นที่ 4. ตลาดมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น เป็นสถานที่ที่สะอาด น่าอยู่ น่าใช้บริการ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ค้า ผู้ซื้อ และประชาชนในชุมชน 5. ผู้ประกอบการได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะด้านอาชีพและการจำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและรายได้	1. ตลาดสาขาหนองม่วงมีสภาพแวดล้อมที่สะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัย เอื้อต่อการประกอบอาชีพของผู้ค้าและการใช้บริการของประชาชน 2. ผู้ประกอบการมีความตระหนักและใส่ใจในการดูแลสุขภาพของตนเอง สามารถนำความรู้ด้านสุขอนามัยไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม 3. ผู้ประกอบการและประชาชนในชุมชนได้รับการส่งเสริมทักษะด้านอาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและการใช้ช่องทางออนไลน์ สามารถนำไปต่อยอดเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ 4. การดำเนินโครงการก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างประโยชน์ร่วมกันแก่ผู้ประกอบการ ประชาชน ชุมชน และองค์การตลาด และนำไปสู่การพัฒนาตลาดอย่างยั่งยืน	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานตลาด สาขาหนองม่วง



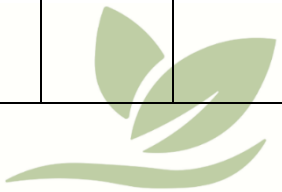
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบ ประมาณ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
5	โครงการตลาดสุขภาพ สีเขียว อาหารปลอดภัย สู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) ยกระดับต้นแบบตลาด คุณภาพ เสริมสร้าง เศรษฐกิจชุมชนตาม แนวทาง BCG Model	1. เพื่อยกระดับมาตรฐานตลาดและ ผู้ประกอบการด้านอาหารปลอดภัย สุขภาพอาหารและการคุ้มครอง ผู้บริโภค ให้มีคุณภาพและสร้างความ เชื่อมั่นแก่ประชาชนผู้ใช้บริการ 2. เพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการตลาด ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้ ทรัพยากร ลดปริมาณขยะและของเสีย ส่งเสริมการคัดแยกและนำกลับมาใช้ ประโยชน์ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนสู่ สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) 3. เพื่อพัฒนาตลาดให้เป็นต้นแบบ “ตลาดสุขภาพสีเขียว” ตามแนวทาง BCG Model โดยบูรณาการมิติด้าน สุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นรูปธรรม 4. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของ เศรษฐกิจฐานราก อาหารปลอดภัย ส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน	1. ตลาดและผู้ประกอบการมีมาตรฐาน ด้านอาหารปลอดภัย สุขภาพอาหาร และการคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสม สามารถสร้างความมั่นใจแก่ประชาชน ผู้ใช้บริการ 2. ตลาดมีระบบบริหารจัดการที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3. เกิดต้นแบบ “ตลาดสุขภาพสีเขียว” ตามแนวทาง BCG Model ที่บูรณาการ มิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม 4. สร้างความเข้มแข็งเครือข่ายพลัง ชุมชนในการดูแลสุขภาพประชาชนได้ ครอบคลุมทุกกลุ่มวัย 4. สินค้า อาหาร และผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้รับการยกระดับให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม เสริมความเข้มแข็ง ของเศรษฐกิจฐานราก และเกิดความ ร่วมมือของภาคีเครือข่ายในการพัฒนา ตลาดอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานตลาด สาขาลำพูน



ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบ ประมาณ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
6	โครงการตามนโยบาย เร่งด่วน/กระทรวงต้น สังกัดและนโยบาย รัฐบาล (กิจกรรมนี้จะดำเนินการ เมื่อมีเหตุการณ์ที่ส่งผล กระทบต่อประชาชน ชุมชน หรืองานนโยบาย เร่งด่วนต่างๆ ซึ่งอาจมี การดำเนินงานหรือไม่ ก็ได้)	เพื่อแก้ไขปัญหาสำคัญของประเทศ, พัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน, ส่งเสริม การเติบโตทางเศรษฐกิจ, สร้าง เสถียรภาพทางการเงิน, และยกระดับ ขีดความสามารถในการแข่งขันของ ประเทศ การแก้ปัญหาวิกฤตและภัย พิบัติ	ประชาชน กลุ่มคน ได้รับการสนับสนุน จากหน่วยงานภาครัฐมีคุณภาพชีวิตที่ดี ขึ้น สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และ เป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้ โดย ผลลัพธ์จะแตกต่างกันไปตามแต่ละ นโยบายและโครงการ ซึ่งอาจ ครอบคลุมถึงการแก้ไขปัญหาในด้าน ต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การ ยกระดับคุณภาพชีวิต หรือการกระตุ้น การเติบโตของประเทศ	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ประชาสัมพันธ์ 4. จัดกิจกรรม 5. สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานใหญ่



ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
7	การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงคู่ค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เช่น (สื่อสารภายใน Line Group, บอร์ดประชาสัมพันธ์ (สื่อสารภายนอก) ข่าวประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ Social media หรือการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ (Online Community) เป็นต้น	ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงคู่ค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางสื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์การตลาด	1. ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ องค์ การตลาดเป็นประจำ 2. สรุปรายงานผลการดำเนินงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	50,000	สำนักงานใหญ่



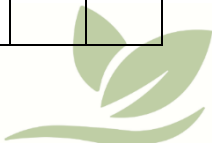
ลำดับ	ชื่อแผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	งบ ประมาณ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
8	รายงานประจำปี 2569	เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ภารกิจ อำนาจหน้าที่ ผลการดำเนินงานขององค์การตลาดทั้งด้านการเงินและไม่ใช่การเงินต่อสาธารณชนได้รับทราบให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจด้านการเปิดเผยข้อมูลรัฐวิสาหกิจผ่านรายงานประจำปี เพื่อให้องค์กรมีฐานข้อมูลการดำเนินงานในรอบปี ในการนำมาใช้พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและข้อจำกัดมาเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบาย ทิศทาง ปรับปรุงพัฒนาองค์กร	1.องค์กรมีข้อมูลสารสนเทศเชิงประจักษ์ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานเพื่อเป้าหมายที่กำหนดไว้ร่วมกัน 2. ผู้บริหาร พนักงานองค์การตลาด หน่วยงานภายนอก ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับทราบผลการดำเนินงานขององค์กร 3. ใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลและผลการดำเนินงาน ความคืบหน้า และผลการดำเนินงานรวมทั้ง งบการเงินให้แก่สาธารณชน ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึง สอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของ สคร.	1. นำเสนอโครงการ 2. วางแผน จัดเตรียม 3. ดำเนินงานตามแผน 5 สรุปรายงาน	ต.ค. 69 - 30 ก.ย. 70	180,000	สำนักงานใหญ่



แผนปฏิบัติการงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2570

โครงการ “ตลิ่งชัน ตลาดน่าอยู่ สุขภาพดี มีสุขอนามัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570” (Talingchan Liveable, Healthy & Hygienic Market Project, FY2027)

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ. 2569			พ.ศ. 2570								
	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 จัดประชุมพนักงานและลูกจ้างขององค์การตลาด สังกัดสำนักงานตลาดสาขา ตลิ่งชัน เพื่อหาแนวทางในการดำเนินโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.2 เสนออนุมัติดำเนินโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.3 ประสานงาน กับหน่วยงานภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมย่อยที่ 1.4 ทำหนังสือเชิญภาคีเครือข่าย, ผู้เช่าพื้นที่ทุกประเภท ผู้มาใช้บริการภายใน ตลาดและชุมชนโดยรอบ												
กิจกรรมหลักที่ 2 : ดำเนินกิจกรรมตามโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 2.1 คัดแยกขยะร่วมกับผู้เช่าพื้นที่ทุกประเภท												
กิจกรรมย่อยที่ 2.2 Big Cleaning Day รวบรวมและกำจัดขยะชิ้นใหญ่												
กิจกรรมย่อยที่ 2.3 ทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษอาหารร่วมกับผู้เช่าพื้นที่												
กิจกรรมย่อยที่ 2.4 ตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมเชิงรุก												
กิจกรรมย่อยที่ 2.5 พลังงานสะอาด สนับสนุนสิ่งแวดล้อมยั่งยืน												
กิจกรรมย่อยที่ 2.6 ตรวจสอบภาพ ประจำปี 2570												
กิจกรรมย่อยที่ 2.7 ประเมินความพึงพอใจ												
กิจกรรมหลักที่ 3 : สรุปและรายงาน ผลการดำเนินโครงการ												



โครงการตลาดบางคล้าเคียงข้าง สร้างสุข ชุมชน 2027

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2569				พ.ศ.2570							
	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 จัดประชุมเจ้าหน้าที่ตลาดสาขาบางคล้า เพื่อหาแนวทางในการดำเนินงาน												
กิจกรรมย่อยที่ 1.2 เสนออนุมัติจัดทำโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 1.3 ประสานงานกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมย่อยที่ 1.4 ทำหนังสือเชิญภาคีเครือข่าย												
กิจกรรมหลักที่ 2 : ดำเนินกิจกรรมตามโครงการ												
กิจกรรมย่อยที่ 2.1 ลอกท่อระบายน้ำภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้าสำนักงานตลาดสาขาบางคล้า												
กิจกรรมย่อยที่ 2.2 ล้างทำความสะอาดตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า สำนักงานตลาดสาขาบางคล้า												
กิจกรรมย่อยที่ 2.3 เทน้ำหมักชีวภาพกำจัดกลิ่นและบำบัดน้ำเสียภายในตลาด												
กิจกรรมย่อยที่ 2.4 ปลุกผัก ปันรัก เพื่อชุมชน												
กิจกรรมย่อยที่ 2.5 ติดตั้งโซลาเซลล์ บริเวณตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า												
กิจกรรมย่อยที่ 2.6 รณรงค์คัดแยกขยะ และลด ละ เลิก												
กิจกรรมย่อยที่ 2.7 รณรงค์การใช้พลังงานคุ้มค่า												
กิจกรรมหลักที่ 3 : สรุปและรายงานผลการดำเนินโครงการ												



โครงการ ตลาดปลอดภัย ชุมชนเข้มแข็ง ร่วมใจป้องกันอัคคีภัย” ประจำปี 2570

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2569			พ.ศ.2570								
	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 ฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะการป้องกันอัคคีภัย												
2.3 ฝึกอบรมในภาคการสาธิตและฝึกปฏิบัติ												
กิจกรรมหลักที่ 3 ทำแบบทดสอบประเมินผลความรู้												
3.1 ทำแบบทดสอบประเมินผลความรู้ (pre-test)												
3.2 ทำแบบทดสอบประเมินผลความรู้ (post-test)												
3.3 จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรม												
กิจกรรมหลักที่ 4 สรุปและรายงานผลการดำเนินโครงการ												



โครงการ ตลาดหนองม่วงเดิมสุข PLUS

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2569			พ.ศ.2570								
	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 : โครงการตลาดหนองม่วงเดิมสุข Puls												
1. เสนอขออนุมัติโครงการและแผนการดำเนินโครงการ												
2. ติดต่อประสานหน่วยงานภาคีเครือข่ายโดยรอบเข้าร่วมกิจกรรม												
3. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมในโครงการให้ประชาชนบริเวณโดยรอบทราบ												
4. กิจกรรมทำความสะอาดตลาด Big cleaning day												
5. กิจกรรมตรวจสอบสภาพผู้ประกอบการ												
6. กิจกรรมอบรมการจัดการขยะและสุขาภิบาลอาหาร												
7. กิจกรรมติดตั้งโคมไฟโซลาร์เซลล์ในพื้นที่สาธารณะ												
8. กิจกรรมอบรมสร้างอาชีพและการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ สร้างรายได้ยุคดิจิทัล												
9. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ												
10. รายงานผลการดำเนินกิจกรรม												



โครงการตลาดสุขภาพ สีเขียว อาหารปลอดภัย สู้สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) ยกระดับต้นแบบตลาดคุณภาพ เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทาง BCG Model

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	พ.ศ.2569			พ.ศ.2570								
	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, คณะกรรมการชุมชนพื้นที่เป้าหมาย เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานและเป้าหมายในการจัดทำโครงการ												
กิจกรรมหลักที่ 2 : จัดทำโครงการตลาดสุขภาพ สีเขียวอาหารปลอดภัย สู้สังคม คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) ยกระดับต้นแบบตลาดคุณภาพ เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน ตามแนวทาง BCG Model												
กิจกรรมย่อยที่ 2.1 : เสนออนุมัติจัดทำโครงการ												
กิจกรรมหลักที่ 3 : ดำเนินการจัดเตรียมกำหนดการหลักสูตรอบรม และกิจกรรม												
กิจกรรมหลักที่ 3 : ดำเนินการจัดเตรียมกำหนดการหลักสูตรอบรม และกิจกรรม												
(3.1) การอบรมเชิงปฏิบัติการ ““Green Market ลดขยะ ลดคาร์บอน” แก่ผู้ประกอบการตลาดร้านค้า แผงลอย พนักงานและลูกจ้าง องค์การตลาด กลุ่มผู้นำชุมชนแกนนำสุขภาพภายในตลาด และภาคีเครือข่ายในชุมชน												
(3.2) การอบรมเชิงปฏิบัติการ ยกระดับต้นแบบตลาดคุณภาพมาตรฐานตลาด SAN & SAN PLUS เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน ตามแนวทาง BCG Model												
(3.3) การอบรมเชิงปฏิบัติการ “ของดีชุมชน อาหารปลอดภัย สร้างรายได้ อัตลักษณ์ชุมชน”												
กิจกรรมหลักที่ 4 : ดำเนินการตามแผนการอบรมและกิจกรรมตามกิจกรรมหลักที่ 2												
กิจกรรมหลักที่ 5 : ดำเนินการตามแผนการอบรมและกิจกรรมตามกิจกรรมหลักที่ 3												
กิจกรรมหลักที่ 6 : สำรวจและประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ												
กิจกรรมหลักที่ 7 : รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ												



รายงานประจำปี 2569

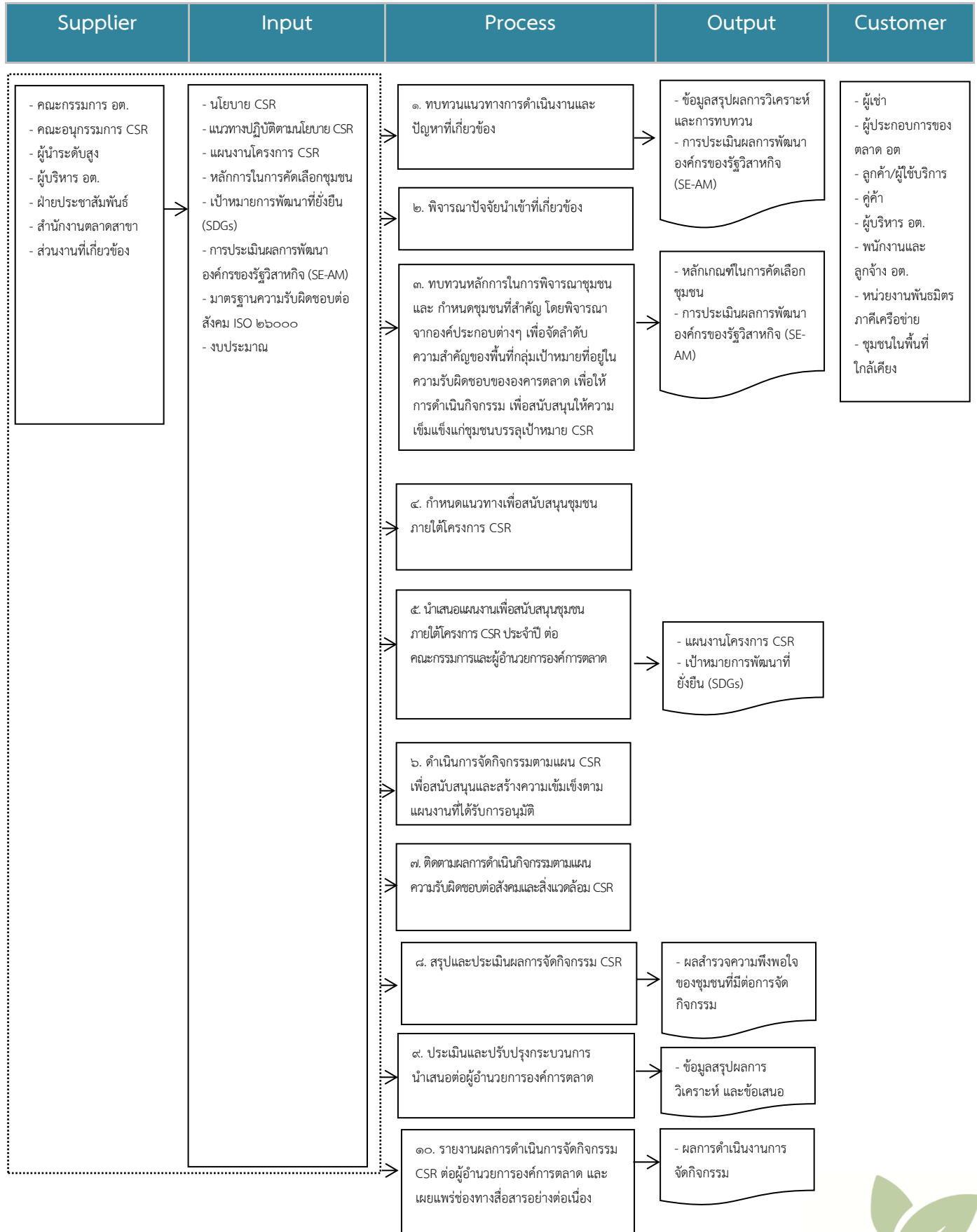
กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน						
	พ.ศ.2569			พ.ศ.2570			
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. นำเสนอโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการและงบประมาณในการดำเนินงาน							
2. แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรายงานประจำปี 2.1 ประชุมคณะทำงานเพื่อศึกษาแนวทาง การจัดทำรายงานประจำปี ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์การวัดผล ตัวชี้วัด - 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							



ภาคผนวก

แนวทางการดำเนินงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

(AORTOR CSR)





The Market Organization under the Ministry of the Interior (MO .)
51/47 SuanPhak Road, Soi 4, Talingchan Bangkok 10170 Thailand
Tel. 02 024 9270

