



รายงานผลการดำเนินโครงการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประจำปีงบประมาณ 2568

เดือนตุลาคม 2567-กันยายน 2568



บทสรุปเสนอผู้บริหาร

การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย อนุมัติให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสำนักงานตลาดสาขาในการกำกับดูแลดำเนินโครงการตามแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปี ๒๕๖๘ 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 ๒๕๖๘ กำหนดกิจกรรมตามแผนปฏิบัติงานประจำปีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ดังนี้ ๑. โครงการตลาดตลิ่งชันห่วงใยชุมชน (๒๐๒๕) ๒. โครงการตลาดบางค้อห่วงใยชุมชน (๒๐๒๕) ๓. โครงการเครือข่ายพลังชุมชน สร้างสุขภาพ องค์การตลาดก้าวไกล ใส่ใจผู้บริโภค ๔. โครงการหนองม่วงปันสุข ๕. โครงการพัฒนาตลาดสะอาด ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย ๖. การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ๗. โครงการอื่นๆ ตามนโยบายรัฐบาล จำนวน ๒ กิจกรรม/โครงการ ประกอบด้วย โครงการ แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันพระราชสมภพ ๒ เมษายน ๒๕๖๘ และกิจกรรมมอบเครื่องอุปโภคบริโภค ในโครงการ “แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน” ๘. รายงานประจำปี ๒๕๖๗ โดยมีการดำเนินกิจกรรมแล้วเสร็จตามแผนปฏิบัติงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี ๒๕๖๘

โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี ๒๕๖๘

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) ด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรอบรวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีเจตนารมณ์ที่จะทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมุ่งสร้างและสืบสานความสัมพันธ์อันดีที่เกิดจากการยอมรับและไว้วางใจซึ่งกันและกัน คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะมีต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์การตลาด ทั้ง 5 กลุ่ม เช่น หน่วยงานกำกับดูแล ลูกค้า ผู้ส่งมอบ/ คู่ค้า พนักงาน ชุมชน/สังคม พร้อมทั้งสร้างทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ร่วมกัน โดยมีหลักการและแนวทางในการปฏิบัติตามหลักสากล ISO 26000 ซึ่งเป็นมาตรฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ หรือ 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 การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลขององค์การตลาด การควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน

มิติด้านสังคม

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

มิติด้านสิ่งแวดล้อม

องค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสาขาทั้ง 5 สาขาขององค์การตลาด เพื่อยกระดับตลาดเกษตรปลอดภัย ให้มีมาตรฐาน BCG Model และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยโครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐาน BCG Model นี้ ครอบคลุมมาตรฐาน สุขลักษณะ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยนำเกณฑ์ประเมินพื้นฐาน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ด้านการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น การออกแบบพื้นที่และโครงสร้างการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน พร้อมการใช้พลังงานหมุนเวียนและ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการยกระดับตลาดมาตรฐานขององค์การตลาด ตลาดสีเขียว Green Market สร้างตลาดอาหารปลอดภัย ให้คนไทยอยู่ดีกินดี (Go Green 6 G) มุ่งการขับเคลื่อนสู่องค์การ Carbon Neutrality และ Zero food waste ภายใต้แนวคิดของการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ Green Product สินค้าชุมชนที่มีคุณภาพปลอดภัยตรงความต้องการของผู้บริโภค Green Price ราคายุติธรรมสมประสงค์ ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค Green Place สถานที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Green Process บริหารด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม Green Power การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและ Green Partnership เครือข่ายชุมชนที่ทรงพลัง พัฒนาให้เป็นตลาดรักษาสีโลก รณรงค์ ต่อยอดให้ใช้ภาชนะ หรือบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (No Foam) ยกระดับตลาดมาตรฐานเกษตรปลอดภัย เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมลดมลภาวะจากพลาสติกที่ย่อยสลายยาก สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ชุมชน วิสาหกิจชุมชน และสร้างสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้บริโภค มีการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติตลอดสามารถบริหารจัดการขยะ ของเสียภายในตลาด และมลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้

ความสำคัญกับการลดการใช้ การนำกลับไปใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล การปรับกระบวนการผลิต ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือโมเดลธุรกิจ และส่งเสริมให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้องตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่วยสร้างจิตสำนึกเพื่อมีส่วนร่วมในการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย การกระทำเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนความรับผิดชอบต่อองค์กรในการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงาน บริหารจัดการความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎระเบียบอีกด้วย เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจและสังคมโดยรวม



ยุทธศาสตร์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

องค์การตลาด กำหนดยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักการ ISO 26000 ในแผนแม่บทความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ อต.ปี ๒๕๖๔-๒๕๖๘ ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

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

กลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นมีความสอดคล้องกับมาตรฐาน มาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ กับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาด ดังตารางข้างล่างต่อไปนี้

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

แนวทางการดำเนินการ

- การส่งเสริมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- การบริหารสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

เป้าหมาย เพื่อยุติการตลาตอย่างเป็นธรรม 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) Intranet, 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

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.๒๕๖๘ (ระหว่างวันที่ ๑ ต.ค.๖๗ - ๓๐ ก.ย.๖๘)

ลำดับ	โครงการ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณรวม (บาท) ๕๐๐,๐๐๐		คงเหลือ	ผลการดำเนินงาน		
			แผน งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย		ดำเนินการ แล้วเสร็จ	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	ยังไม่ได้ ดำเนินการ
๑	โครงการ ตีลังขึ้น ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕	ก.ค. ๖๘	๕๐,๐๐๐	๔๕,๗๘๒.๔๐	๔,๒๑๗.๖๐	/		
๒	โครงการ บางคล้า ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕	ก.ค. ๖๘	๕๐,๐๐๐	๓๘,๔๗๕	๑๑,๕๒๕	/		
๓	โครงการเครือข่ายพลังชุมชน สร้างสุขภาพ องค์การตลาดก้าวไกล ใส่ใจผู้บริโภค	มิ.ย. ๖๘	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	-	/		
๔	โครงการหนองม่วงปันสุข	ก.ค. ๖๘	๕๐,๐๐๐	๑๑,๖๐๐	๓๘,๔๐๐	/		
๕	โครงการ พัฒนาตลาดสะอาด ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย	พ.ค. ๖๘	๕๐,๐๐๐	๔๕,๐๐๐	๕,๐๐๐	/		
๖	โครงการ แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสวันคล้ายวัน พระราชสมภพ ๒ เมษายน ๒๕๖๘	เม.ย. ๖๘	๑๕๐,๐๐๐	-	๑๕๐,๐๐๐	/		
๗	กิจกรรมมอบเครื่องอุปโภคบริโภค ในโครงการ “แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน”	ก.พ. - เม.ย. ๖๘	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	-	/		
๘	การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความรู้	ต.ค. ๖๗ - ก.ย. ๖๘	๒๐,๐๐๐	-	๒๐,๐๐๐	/		
๙	รายงานประจำปี ๒๕๖๘	ธ.ค.๖๗ - เม.ย.๖๘	๑๘๐,๐๐๐	๑๗๕,๐๐๐	๕,๐๐๐	/		
รวมทั้งสิ้น			๗๐๐,๐๐๐	๔๖๖,๘๕๗.๔	๒๓๔,๑๔๒.๖			

รายละเอียดและผลการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี ๒๕๖๘

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
๑	โครงการ ตีลังขึ้น ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕ (สำนักงานตลาดสาขาทีลังขึ้น กรุงเทพมหานคร) <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันจันทร์ ที่ ๒๑ ก.ค.๖๘ และวันพุธ ที่ ๒๓ ก.ค.๖๘ (รวม ๒ วัน)	- เพื่อเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - เพื่อสร้างความสามัคคีภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย - เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย - เพื่อให้ตลาดสาขาทีลังขึ้นมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี - เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	สำนักงานตลาดสาขาทีลังขึ้น จัดโครงการ ตีลังขึ้น ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕ ในวันจันทร์ ที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ และวันพุธ ที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๘ (รวม ๒ วัน) โดยในวันจันทร์ ที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ จัดกิจกรรม Big cleaning day ล้างทำความสะอาดตลาดสาขาทีลังขึ้นและบริเวณรอบรอบ ติดตั้งไฟฟ้าสว่านโซล่าเซลล์ รณรงค์คัดแยกขยะ ลด ละเลิกโฟมที่ใช้ในการสัมผัสอาหาร รณรงค์การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า กิจกรรมจิตอาสาบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๘ และในวันพุธที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๘ จัดกิจกรรม ปลุกปั้นเปลี่ยน เพิ่มพื้นที่สีเขียว ร่วมกันปลูก พืชผักสวนครัว บริเวณพื้นที่ว่างด้านข้างอาคารองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย โดยกิจกรรม "ปลุก ปัน เปลี่ยน" เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการส่งเสริมการปลูกผัก การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการสร้างรายได้ โดยมีเป้าหมายหลักคือการเปลี่ยนพื้นที่ว่างให้เป็นสวนผัก สร้างความมั่นคงทางอาหาร และสร้างอาชีพที่ยั่งยืน ส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ชุมชน โดยมุ่งเน้นการปลูกพืชปลอดสารพิษ การแบ่งปันองค์ความรู้ และการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตสู่ความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจชุมชนองค์การตลาดสาขาทีลังขึ้นร่วมกัน ซึ่งการจัดกิจกรรมครั้งนี้ มีพนักงานและผู้พักอาศัยรวมไปถึงประชาชนพื้นที่ใกล้เคียงเข้าให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นความร่วมมือกันในหลายภาคส่วนร่วมกันทั้งผู้ประกอบการ พ่อค้าแม่ค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ ประชาชน ชุมชนในการทำกิจกรรมร่วมกัน

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๒	โครงการ บางคล้า ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕ (สำนักงานตลาดสาขางบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา) <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันอังคาร ที่ ๒๒ ก.ค.๖๘	- เพื่อเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - เพื่อลดปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ มลพิษ น้ำเสีย สร้างสุขอนามัยที่ดีและลดแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคต่าง - ตลาดสาขางบางคล้ามีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีภูมิทัศน์ที่ดี - ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่มีจิตความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น - เพื่อสร้างความสามัคคีภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้เสีย - เพื่อสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย - เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้านการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนโดยรอบ	สำนักงานตลาดสาขางบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ดำเนินการจัดทำโครงการ ตลาดบางคล้าห่วงใย ใส่ใจชุมชน ๒๐๒๕ ในวันอังคาร ที่ ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๘ ณ องค์การ ตลาดสาขางบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และชุมชนโดยรอบเป็นสำคัญ ซึ่งภายในงานจัดให้มีกิจกรรมมากมาย ได้แก่ กิจกรรมล้างทำความสะอาดตลาด/ปลูก ถัด ร้อน ปลูกต้นไม้เพื่อลดภาวะโลกร้อน/เทน้ำหมักชีวภาพกำจัดกลิ่นและบำบัดน้ำเสียภายในตลาด/รณรงค์คัดแยกขยะ ลด ละ เลิก การใช้โฟม ในการสัมผัสอาหาร/กิจกรรมทาสีกำแพงรั้ว/บริการตัดผมฟรีกับผู้ร่วมงานที่สนใจ โดยโครงการบางคล้าห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕ ได้รับความร่วมมือองค์การบริหารส่วนตำบลเสม็ดเหนือ พนักงานและลูกจ้างขององค์การตลาด ผู้เช่าพื้นที่ตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า ประชาชนตำบลเสม็ดเหนือ,ตัวแทนจิตอาสา, ผู้ประกอบการแพปลาและประชาชนบริเวณพื้นที่ตลาดสาขางบางคล้า เข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๓	โครงการ หนองม่วง ปันสุข (สำนักงานตลาดสาขา หนองม่วง จังหวัดลพบุรี) <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันพฤหัสบดี ที่ ๑๗ ก.ค.๖๘	- เพื่อเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - เพื่อช่วยเหลือสังคมและเข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น - เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์การตลาด - เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่าย	องค์การตลาดสาขาหนองม่วงจัดกิจกรรม/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี ๒๕๖๘ ภายใต้ภายใต้แนวคิด “ตลาดหนองม่วง ปันสุข” เสริมสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม-สร้างตลาดปลอดภัย ร่วมจัดทำกิจกรรมจิตอาสาพัฒนา “Big Cleaning Day” ณ ตลาดสาขาหนองม่วง อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี ในวันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๘ เพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร เพื่อถวายเป็นความจงรักภักดี และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ร่วมกัน ให้ทุกคนในชุมชน หน่วยงานภาคีเครือข่ายได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและรักษาสิ่งแวดล้อม ให้แก่คนในสังคมจากความร่วมมือกันหลายภาคส่วน ได้แก่ สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม อำเภอหนองม่วง เทศบาลตำบลหนองม่วง โรงเรียนหนองม่วง โรงพยาบาล ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด รวมถึงประชาชนพื้นที่ใกล้เคียง ทำกิจกรรมร่วมกัน “Big cleaning day จิตอาสา รักษาตลาด รักษาชุมชน” ช่วยกันล้างตลาด และปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สะอาด เป็นระเบียบ และน่าใช้สอยมากยิ่งขึ้น /กิจกรรมอบรมให้ความรู้ด้านสุขอนามัยและอาหาร ภายใต้แนวคิด “ตลาดปลอดภัย ใส่ใจชุมชน” พัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่ปลอดภัย น่าซื้อ น่าเดิน และเป็นต้นแบบของชุมชนที่เข้มแข็งอย่างแท้จริง นอกจากนี้ภายในงานยังจัดกิจกรรมแจกกล้าไม้ ในแนวคิด “ปลูก ลด โลกร้อน” เพื่อรณรงค์การดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน พร้อมร่วมกันขับเคลื่อนนโยบาย “ลพบุรีจังหวัดสะอาด” ให้เกิดผลเป็นรูปธรรมในพื้นที่ตลาดและชุมชนโดยรอบ

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๔	โครงการพัฒนาตลาด สะอาดได้มาตรฐาน อาหารปลอดภัย (สำนักงานตลาดสาข ปากคลองตลาด) <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันพฤหัสบดีที่ ๒๙ พ.ค.๖๘	- เพื่อปรับปรุง ยกระดับมาตรฐานด้าน สุขลักษณะการจำหน่ายอาหารในสถาน ประกอบการอย่างถูกต้องและปลอดภัย - เพื่อตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพ อาหารในสถานประกอบการอาหาร - เพื่อดำเนินการกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ที่เหมาะสม รมรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านอาหาร ปลอดภัย - เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และสร้างความ มั่นใจในการบริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย	สำนักงานตลาดสาขปากคลองตลาด จัด กิจกรรมโครงการพัฒนาตลาดสะอาดได้ มาตรฐานอาหารปลอดภัย ภายใต้โครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ในการให้ความรู้ถ่ายทอดการฝึกอบรม ทั้งภาควิชาการและภาคปฏิบัติ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในการดูแลอาหารปลอดภัย อาหารปลอดโรค ปลอดภัยพิษ บริโภคได้ อย่างมั่นใจ และใส่สุขภาพของประชาชนใน พื้นที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน ชุมชน นักท่องเที่ยว ตลอดจนมีการตรวจประเมินตลาดเพื่อรับรอง ตลาดมาตรฐานอาหารปลอดภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อให้การรับรองมาตรฐาน อาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร อีกทั้ง ยังมีกิจกรรมในการรณรงค์ ลด ละเลิก คน ไทยไม่เอาบุหรี่ และบุหรี่ไฟฟ้าเนื่องในวันงด สูบบุหรี่โลกที่กำลังจะถึงนี้ด้วย ซึ่งได้รับความ ร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งฝ่ายสิ่งแวดล้อม และสุขภาพ สำนักงานเขตพระนคร บริษัท ยอดพิมาน จำกัด บริษัท ปากคตลองตลาด (๒๕๕๒) จำกัด และภาคี เครือข่าย ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด และประชาชน จิตอาสา ให้ความร่วมมือในการดำเนิน กิจกรรมโครงการครั้งนี้เป็นอย่างดี

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๕	โครงการเครือข่ายพลังชุมชนสร้างสุขภาพองค์การตลาดก้าวไกลใส่ใจผู้บริโภค (สำนักงานตลาดสาขาลำพูน) <u>วันที่ดำเนินการ</u> วันที่ ๒๔ - ๒๕ ก.ค. ๖๘	- เพื่อยกระดับมาตรฐานตลาดต้นแบบ BCG Model สินค้าปลอดภัย ลดการใช้โฟม ลดการใช้พลาสติก ลดเสี่ยงลดโรค - เพื่อเฝ้าระวัง เตือนภัยผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารปลอดภัย และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ปลอดภัยโฟม) - เพื่อสร้างความเข้มแข็ง เครือข่ายพลังชุมชนในการดูแลสุขภาพประชาชนได้ครอบคลุมทุกกลุ่มวัย - เพื่อเพิ่มมาตรฐานศูนย์การเรียนรู้เฝ้าระวังสารปนเปื้อน อาหารปลอดภัย คัดกรองผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับนักเรียน นักศึกษาและประชาชนในพื้นที่ ที่มีความสนใจเข้ามาศึกษาหาความรู้ และทดลองการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร - เพื่อสร้างกลไกความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนงานด้านสุขภาพอนามัย การให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต	องค์การตลาด สาขาลำพูนจับมือเครือข่ายสร้างพลังชุมชนสร้างสุขภาพองค์การตลาดก้าวไกลใส่ใจผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๘ เปิดเวทีอบรมเชิงปฏิบัติการ สร้างความรู้ด้านสุขภาพ เลือกผลิตภัณฑ์สุขภาพ ฉลากโภชนาการเมนูสุขภาพ ห่วงไกลโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการตลาด ร้านค้า แผงลอย พนักงานและลูกจ้างองค์การตลาด กลุ่มผู้นำชุมชน แกนนำสุขภาพในตลาด และภาคีเครือข่ายในชุมชน สร้างเครือข่าย บวร. เฝ้าระวังเตือนภัยอาหารปลอดภัย สินค้าคุณภาพ และเฝ้าคุ้มครองผู้บริโภคตลาดอยู่ดี กินดี ถอดบทเรียนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ ๓๐ ๒๕ ลดหวานมันเค็ม อาหารปลอดภัย สินค้าสุขภาพ จัดกิจกรรมศูนย์เรียนรู้เฝ้าระวังสารปนเปื้อน อาหารปลอดภัย คัดกรองผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งสำหรับนักเรียน นักศึกษา และประชาชนในพื้นที่ ที่มีความสนใจเข้ามาศึกษา เรียนรู้ จากความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เทศบาลตำบลอุโมงค์ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน (อสม) เครือข่ายชุมชน องค์กร ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด รวมถึงประชาชนที่อยู่พื้นที่ใกล้เคียงเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก โดยการรวมกลุ่มขององค์กรและภาคส่วนต่างๆ นี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างสุขภาพที่ดี และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดให้มีความก้าวหน้า พร้อมทั้งดูแลใส่ใจผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดในการสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งในระดับชุมชนและท้องถิ่น

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๖	โครงการแบ่งปันความสุขสู่ชุมชน (โครงการอื่นๆ ตามนโยบายรัฐบาล	- เพื่อสร้างจิตสำนึกในการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ให้คงอยู่กับประเทศชาติสืบไป - เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันพระราชสมภพ ๒ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๘ - เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกัน - เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยติดเตียงและผู้ป่วยฟุ้งฟิง เพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยและครอบครัว - ผู้ป่วยติดเตียง/ผู้มีภาวะฟุ้งฟิง จังหวัดปทุมธานีได้รับสนับสนุนด้านการดูแลสุขภาพ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามความเหมาะสมสามารถเข้าถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น ลดภาระญาติและผู้ดูแล - ยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง ผู้ป่วยติดเตียงและครอบครัว ผ่านการบูรณาการความร่วมมือจากหลายภาคส่วน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานสาธารณสุข องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และภาคเอกชน	องค์การตลาดร่วมพิธีเจริญพระพุทธรูปและลงพื้นที่แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน เพื่อเฉลิมพระเกียรติแด่สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพ ๒ เมษายน ๒๕๖๘ ในวันที่ ๒ เม.ย. ๖๘ เวลา ๐๗.๐๐ น. ณ วัดเทพสุทธรรามาราม จังหวัดปทุมธานี โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี เป็นประธานในพิธีเจริญพระพุทธรูปเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพ และผู้แทนจากองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย บริษัท อัครพจน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และเพิ่มบุญ พร้อมพสกนิกรเข้าร่วมพิธีอย่างเนืองแน่น จากนั้นองค์การตลาดพร้อมเครือข่ายจิตอาสา ลงพื้นที่เยี่ยมผู้ป่วยติดเตียงในเขตเมืองปทุมธานี จำนวน ๕ ราย จาก รพ.สต.บางชะแยง และ รพ.สต.บ้านฉาง โดยได้มอบสิ่งของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำดื่ม ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ และชุดดูแลแผลกดทับ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างกำลังใจให้กับกลุ่มเปราะบาง ในชุมชนอย่างแท้จริง นอกจากนี้แล้ว ยังมีกิจกรรมมอบเครื่องอุปโภคบริโภค ในโครงการ“แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน” โดยเมื่อวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๘ นางสาวธีรรัตน์ สำเร็จวานิช รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นประธาน Kick off โครงการแบ่งปันความสุขสู่ชุมชน ณ วัดปลุกศรัทธา เขตตลาดกระบัง กรุงเทพฯ แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน มหาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ยกระดับผลิตภัณฑ์การดูแลสุขภาพประชาชนทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัยอย่างยั่งยืน

ที่	แผนงาน/โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน
๗	การสร้างกลไกที่ดีด้านการสื่อสารและเผยแพร่ การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย รวมถึงคู่ค้า ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ได้ทราบข่าวสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เช่น (สื่อสารภายใน) Intranet, Line Group, (สื่อสารภายนอก) ข่าวประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ Social media หรือการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ (Online Community) เป็นต้น	จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ขององค์การตลาด อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน / เดือน
๘	รายงานประจำปี ๒๕๖๗	เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ การกิจ อำนาจหน้าที่ ผลการดำเนินงานขององค์การตลาดทั้งด้านการเงินและไม่ใช่การเงินต่อสาธารณชนได้รับทราบ ให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจด้านการเปิดเผยข้อมูลรัฐวิสาหกิจผ่านรายงานประจำปี เพื่อให้องค์กรมีฐานข้อมูลการดำเนินงานในรอบปี ในการนำมาใช้พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ และข้อจำกัดมาเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบาย ทิศทาง ปรับปรุงพัฒนาองค์กร	จัดทำและเผยแพร่ข้อมูลรายงานประจำปี ต่อสาธารณชน ตามหลักเกณฑ์ประเมินที่กำหนดด้านการกำกับดูแลที่ดีและ การนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership : CG & Leadership) หัวข้อการเปิดเผยข้อมูลรัฐวิสาหกิจผ่านรายงานประจำปี เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่บุคคลทั่วไป ภายในระยะเวลาที่กำหนด (๑ เดือน หลังจากสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินรับรองงบการเงินประจำปี)

คะแนนประเมินความพึงพอใจ

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ๒๕๖๘ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re-inventing, Re-image) ตลอดปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘ องค์การตลาด ดำเนินโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสิ้น ๘ โครงการ ดำเนินการแล้วเสร็จ ๘ โครงการ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ จากกิจกรรมทั้งหมด โดยใช้งบประมาณรวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๔๖๖,๘๕๗.๔๐ บาท (สี่แสนหกหมื่นหกพันแปดร้อยห้าสิบบาทสี่สิบบาทสี่สตางค์) คงเหลือ ๒๓๔,๑๔๒.๖๐ บาท (สองแสนสามหมื่นสี่พันหนึ่งร้อยสี่สิบบาทหกสิบบาทสี่สตางค์) จากงบประมาณที่ได้รับอนุมัติทั้งสิ้น จำนวน ๗๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน) หลังจากการดำเนินกิจกรรม/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปี ๒๕๖๘ เสร็จสิ้น ได้มีการประเมินผลความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการเสนอต่อผู้อำนวยการองค์การตลาด โดยใช้วิธีประเมินผลจากการสร้างแบบสอบถามและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จำนวน ๗ โครงการ โดยข้อมูลที่ได้สรุปดังต่อไปนี้

ลำดับที่	กิจกรรม	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
๑	โครงการ ตีลังก้า ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕	๔.๖๖	มากที่สุด
๒	โครงการ บางคล้า ห่วงใยชุมชน ๒๐๒๕	๔.๗๖	มากที่สุด
๓	โครงการ หนองม่วง ปันสุข	๔.๗๗	มากที่สุด
๔	โครงการพัฒนาตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย	๔.๕๕	มากที่สุด
๕	โครงการเครือข่ายพลังชุมชนสร้างสุขภาพ องค์การตลาดก้าวไกล ใส่ใจผู้บริโภค	๔.๙๘	มากที่สุด
๖	โครงการแบ่งปันความสุขสู่ชุมชน	๔.๔	มาก
๗	รายงานประจำปี ๒๕๖๗	๔.๓	มาก
	ผลรวม	๔.๖	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 ๒๕๖๘ มีการเปลี่ยนแปลงวัน เวลา ในการจัดกิจกรรมเนื่องจากเนื่องจากความไม่พร้อมทางสถานที่และปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆ ในพื้นที่นั้นจึงไม่สามารถจัดกิจกรรมได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินการจริงไม่ตรงตามแผนปฏิบัติการที่ระบุไว้ตั้งแต่แรกแต่ยังสามารถดำเนินการให้อยู่ในกรอบระยะเวลาที่กำหนดได้

ข้อเสนอแนะ

การกำกับติดตามผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรม ควรมีการติดตามเป็นประจำทุกไตรมาสเพื่อให้การดำเนินกิจกรรม/โครงการ เป็นไปตามขอบเขตระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ

ภาคผนวก

เอกสารแนบท้ายโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์การตลาด

ส่วนที่ ๑ ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ประจำปี ๒๕๖๘

องค์การตลาด (อต.) ————— (Corporate Social Responsibility : CSR)
กรุงเทพและปริมณฑล

โครงการ แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน



องค์การตลาด "แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน" ขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลของ
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยสู่การขับเคลื่อนภารกิจ "บำบัดทุกข์
บำรุงสุข" ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการสร้างรายได้



วันพุธที่ 23 เมษายน 2568 น.ส.ธีรรัตน์
สำเร็จวานิชย์ รองฯ.มหาดไทย เป็นประธาน
Kick off โครงการแบ่งปันความสุขสู่ชุมชน
ณ วัดปลูกศรัทธา เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ
โดยมี น.ส.กานต์กนิษฐ์ แห้วสันตติ ผู้ช่วยเลข
านุการรพ.มหาดไทย นายบุญเลิศ ยุคตะบันกั
ผู้ช่วยราชการองค์การตลาด ร่วมด้วย โดยได้
รับเมตตาจาก พระครูปลัดสุวัฒนวิสุทธิคุณ
เจ้าคณะแขวงลาดกระบัง เจ้าอาวาสวัดปลูก
ศรัทธา เป็นประธานสงฆ์ ทำพิธีเจริญพระพุทธ
มนต์

จากนั้น เวลา 11.00 น. น.ส.ธีรรัตน์ สำ
เร็จวานิชย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวง
มหาดไทย พร้อมด้วยนายสมคิด จันทมฤ
คผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี นายบุญเลิศ ยุค
ตะบันกั ผู้ช่วยราชการองค์การตลาด นาย
แพทย์ จุฑม อัครุตมางกูร สาธารณสุขนิเทศ
เขตสุขภาพที่ 4 และผู้บริหารบริษัท อัครพันธุ
คอร์ปอเรชั่น จำกัด นำคณะลงพื้นที่จังหวัด
ปทุมธานี เข้าเยี่ยมพร้อมมอบเครื่องอุป
โภคบริโภคแก่ครัวเรือนผู้ป่วยติดเตียง ในพื้นที่
ต.บ้านกลาง อ.เมืองปทุมธานี และ ต.คลอง
ควาย อ.สามโคก ตามโครงการแบ่งปันความ
สุขสู่ชุมชน โดยมีนายเอกเมืองปทุมธานี
นายอำเภอสามโคก กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และ
อสบ.ประจำตำบล ผู้นำชุมชน เข้าร่วมให้ข้อมูล
ในพื้นที่



www.market-organization.or.th

องค์การตลาด (อต.) (Corporate Social Responsibility : CSR)

กรุงเทพและปริมณฑล

โครงการ แบ่งปันความสุขสู่ชุมชน

มอบเครื่องอุปโภคบริโภคช่วยเหลือนักเรียน
ที่มีผลการเรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์



พื่อผู้ป่วยติดเตียง ผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือกลุ่มเปราะ
บางที่กระจายอยู่ทั่วพื้นที่ในการสนับสนุนชุดยาและวัสดุ
อุปกรณ์คลายทุกข์แก่ผู้ป่วยติดเตียงและผู้ป่วยพึ่งพิง



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ร่วมกับบริษัทบริษัท อัครพินธุ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่
บุญ ได้นำผลิตภัณฑ์สุขภาพภายใต้แบรนด์ Health Me ซึ่งเป็นอาหารที่ควบคุมแคลอรี มี
สารอาหารครบถ้วน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ HAIDEE สเปรย์ทำความสะอาดแผลและผิวหนัง รวม
ถึงผลิตภัณฑ์ข้าวสารอาหารแห้งตราเพิ่มบุญ และพวงหรีดต่อชีวิต ซึ่งเป็นพวงหรีดรักโลก
รายได้ส่วนหนึ่งจะนำไปสมทบเป็นค่าโซล่าเซลล์ ชุดยาสำหรับผู้ป่วยแผลกดทับ และเครื่อง
อุปโภคบริโภค นำมาช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางในชุมชน และมาร่วมดูแลเด็กนักเรียนที่อาจจะ
ขาดทุนทรัพย์ได้รับการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณภาพชีวิตดี มีที่อยู่อาศัย มีสภาพ
แวดล้อมที่เหมาะสมในการดำรงชีวิต ซึ่งกระทรวงมหาดไทยจะนำนโยบายของรัฐบาลมุ่งส่ง
เสริมสนับสนุนให้ประชาชนได้มีสุขภาพที่ดีอย่างสูงสุด

www.market-organization.or.th



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กรุงเทพมหานคร

ครั้งที่ 185/2568

**ตีสัญห้วงโยชมน 2025 Big cleaning day จิตอาสา
บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา
28 กรกฎาคม 2568**



วันนี้ (21 กรกฎาคม 2568) เวลา 09.00 น. ณ องค์การตลาด สำนักงานใหญ่ นายบุญเลิศ ยุทธะนันท์ ผู้อำนวยการองค์การตลาด มอบหมายให้นายวิทยา ทรัพย์เย็น รองผู้อำนวยการองค์การตลาด เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการตีสัญห้วงโยชมน 2025 Big cleaning day จิตอาสาบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 28 กรกฎาคม 2568 พร้อมด้วยนายศุภาโชติ มะหะลิแก้ว เลขานุการองค์การตลาด ผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่ และบุคลากรในสังกัดองค์การตลาด ประชาชนทั่วไป ใส่ชุดจิตอาสา เลือะเลื่อง ร่วมกิจกรรมโดยพร้อมเพรียง



องค์การตลาด กรุงเทพมหานคร
 www.market-organization.or.th
 AORTOfficial
 0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตีสัญห้วงโยชมน เขตตีสัญห้วงโยชมน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด ทั่วประเทศ

ครั้งที่ 190/2568

ปลูก บัน เเปลี่ยน โครงการเกษตรอินทรีย์ใน อต.ตลิ่งชัน



องค์การตลาด สาขาทลิ่งชัน จัดกิจกรรม "ปลูก บัน เเปลี่ยน" ภายใต้โครงการ CSR ประจำปี 2568

วันที่ 23 กรกฎาคม 2568 เวลา 09.00 น. นายบุญเลิศ ยุทธะนันท์ ผู้อำนวยการองค์การตลาด นำคณะผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่ องค์การตลาด

นำคณะผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่ องค์การตลาดร่วมกันปลูก พืช ผัก สวนครัว บริเวณพื้นที่ว่างด้านข้างอาคารองค์การตลาด โดยโครงการ "ปลูก บัน เเปลี่ยน" เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการส่งเสริมการปลูกผัก การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการสร้างรายได้ โดยมีเป้าหมายหลักคือการเปลี่ยนพื้นที่ว่างให้เป็นสวนผัก สร้างความมั่นคงทางอาหาร และสร้างอาชีพที่ยั่งยืน ส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ชุมชน โดยมุ่งเน้นการปลูกพืชปลอดสารพิษ การแบ่งปันองค์ความรู้ และการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตสู่ความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจชุมชนของตลาดสาขาทลิ่งชันร่วมกัน

แปลงผักเล็กๆ ที่เปลี่ยนโลกใบนี้ได้

ร่วมด้วยช่วยกันปลูกพืช ผัก สวนครัว

แปลงผักอยู่ในพื้นที่ขององค์การตลาด

แต่แบ่งปันผลผลิตร่วมกันของคนในชุมชน

ไม่ใช่สารเคมี ไม่ทำลายดิน

ผักสวนกินนำมาแบ่งแลกในตลาดนัดชุมชน



องค์การตลาด ทั่วประเทศ



www.market-organization.or.th



AORTORofficial



02 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 189/2568

องค์การตลาดบางคล้าขับเคลื่อนโครงการ CSR “บางคล้าห่วงใย
ใส่ใจชุมชน 2025” มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและ
สังคม ภายในตลาดกลางสัตว์น้ำบางคล้า และชุมชนโดยรอบ



วันอังคารที่ 22 กรกฎาคม 2568 นายบุญณิศ
ยุกตะนันท์ ผู้อำนวยการองค์การตลาด เป็น
ประธานในพิธีเปิดโครงการความรับผิดชอบต่อ
สังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี
งบประมาณ 2568 ภายใต้ชื่อ “โครงการตลาด
บางคล้าห่วงใยใส่ใจชุมชน 2025” โดยมี นาย
ศุภาโชติ มะหะลิแก้ว เลขานุการองค์การตลาด
นายทวี ตรีสวัสดิ์วงศ์ รองนายกองค์การบริหาร
ส่วนตำบลเสม็ดเหนือ พนักงานและลูกจ้างของ
องค์การตลาด ผู้เข้าพื้นที่ตลาดกลางสัตว์น้ำ
บางคล้า เข้าร่วมกิจกรรม ณ ตลาดกลางสัตว์
น้ำบางคล้า องค์การตลาด สำนักงานตลาด
สาขาบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

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 182/2568

“ตลาดหนองม่วง ปันสุข” เสริมสุขอนามัย – สิ่งแวดล้อม – สร้างตลาดปลอดภัย

เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2568 องค์การตลาดสาขาหนองม่วงจัดกิจกรรม “ตลาดหนองม่วง ปันสุข” ภายใต้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปีงบประมาณ 2568 เนื่องในโอกาสเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว 28 กรกฎาคม



“อ.ท. หนองม่วง ปันสุข”

เสริมสุขอนามัย – สิ่งแวดล้อม – สร้างตลาดปลอดภัย

ภายในงานจัดให้มีกิจกรรม “Big cleaning day จิตอาสา รักตลาด รักชุมชน” โดยได้รับเกียรติจากนายกิตติศักดิ์ วัฒนสิงห์ดำรง นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลหนองม่วง ร่วมกับเจ้าหน้าที่เทศบาล ประชาชน และพ่อค้าแม่ค้าในตลาด ช่วยกันล้างตลาดและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สะอาด เป็นระเบียบ และนำใช้สอยมากยิ่งขึ้น จากนั้นเป็นกิจกรรม มอบความรู้ด้านสุขอนามัยและอาหาร ภายใต้แนวคิด “ตลาดปลอดภัย ใส่ใจชุมชน”



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



www.market-organization.or.th



AORTOfficial



0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงพาณิชย์

ครั้งที่ 223/2568



“องค์การตลาด” ลำพูน

จับมือเครือข่ายสร้างพลังชุมชนสร้างสุขภาพ
องค์การตลาดก้าวไกลใส่ใจผู้บริโภค

องค์การตลาด สาขาลำพูนจับมือเครือข่ายสร้างพลังชุมชนสร้างสุขภาพองค์การตลาดก้าวไกลใส่ใจผู้บริโภค ประจำปี 2568 นำโดยนางนรมน ใจการณ์ ผู้จัดการตลาดสาขาลำพูน เปิดเวทีอบรมเชิงปฏิบัติการ สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ เลือกผลิตภัณฑ์สุขภาพ ฉลากโภชนา เมนูสุขภาพ ห่วงไกลโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการตลาดร้านค้า แผงลอย พนักงานและลูกจ้างองค์การตลาดกลุ่มผู้นำชุมชน แกนนำสุขภาพในตลาด และภาคีเครือข่ายในชุมชน สร้างเครือข่าย บวร. เฝ้าระวังเตือนภัยอาหารปลอดภัย สินค้าคุณภาพ และเฝ้าคุ้มครองผู้บริโภคตลาดอยู่ดี กินดี ถอดบทเรียนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 3อ 2ส ลดหวานมันเค็ม อาหารปลอดภัย สินค้าสุขภาพ



จัดกิจกรรมศูนย์เรียนรู้เฝ้าระวังสารปนเปื้อน อาหารปลอดภัย คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งสำหรับนักเรียน นักศึกษา และประชาชนในพื้นที่ ที่มีความสนใจเข้ามาศึกษา เรียนรู้ จากความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เทศบาลตำบลอุโมงค์ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน (อสม) เครือข่ายชุมชน องค์กร ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด รวมถึงประชาชนที่อยู่พื้นที่ใกล้เคียงเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก โดยการรวมกลุ่มขององค์กรและภาคส่วนต่างๆ นี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างสุขภาพที่ดี และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดให้มีความก้าวหน้า พร้อมทั้งดูแลใส่ใจผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดในการสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งในระดับชุมชน และท้องถิ่น



องค์การตลาด กระทรวงพาณิชย์



www.market-organization.or.th



AORTOROfficial



0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170



ประชาสัมพันธ์

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

ครั้งที่ 114 / 2568

อต. ปากคลองตลาด จัดกิจกรรม CSR พัฒนาลาดสะอาด

ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย



เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 29 พฤษภาคม 2568 สำนักงานตลาดสาขาปากคลองตลาด นำโดย โดยนางสาวพิชญามนต์ วงศ์ชาติ ผู้จัดการตลาดสาขาปากคลองตลาด จัดกิจกรรมโครงการพัฒนาลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย ภายใต้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR องค์การตลาด ในการให้ความรู้ถ่ายทอดการฝึกอบรมทั้งภาควิชาการและภาคปฏิบัติ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการดูแลอาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัยปลอดสารพิษ บริโภคได้อย่างมั่นใจ และสุขภาพของประชาชนในพื้นที่และเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าประชาชน ชุมชน นักท่องเที่ยว ตรวจจนมีการตรวจประเมินตลาดเพื่อรับรองตลาดมาตรฐานอาหารปลอดภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อให้การรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังมีกิจกรรมในการรณรงค์ ลด ละเลิก คนไทยไม่เอานูหรี และนูหรีไฟฟ้าเนื่องในวันงดสูบบุหรี่โลกที่กำลังจะถึงนี้ด้วย ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ สำนักงานเขตพระนคร บริษัท ยอดพิมาน จำกัด และภาคีเครือข่าย ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด และประชาชนจิตอาสา ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมโครงการครั้งนี้เป็นอย่างดี



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



www.market-organization.or.th



AORTOROfficial



0 2 024 9270-4

เลขที่ 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170

เอกสารแนบท้ายโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR ขององค์การตลาด

ส่วนที่ ๒ คิวอาร์โค้ดแสดงรายละเอียดกิจกรรม/โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี ๒๕๖๘



สำนักงานตลาดสาขาท่งชัน



สำนักงานใหญ่



สำนักงานตลาดสาขาบางคล้า



สำนักงานตลาดสาขาปากคลองตลาด



สำนักงานตลาดสาขาหนองม่วง



สำนักงานตลาดสาขาลำพูน



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (อต.)

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

สถานที่ตั้ง : 47 ถนนสวนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน

เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170

โทร 0 2024 9270

