



อ.ก.ก.

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร
WWW.ORTOKOR.COM

แผนการดำเนินงาน
ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
(CG - CSR)
องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร
ปี 2560 - 2564



คณะกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

คำนำ

ด้วยรัฐบาลได้กำหนดกรอบแนวทางกำกับดูแลในรัฐวิสาหกิจ (GOOD GOVERNANCE) โดยพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจได้เสนอ “หลักการและแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ปี ๒๕๕๒ ” ต่อคณะรัฐมนตรี ซึ่งมีมติเห็นชอบ เมื่อวันที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๒ และกำหนดให้รัฐวิสาหกิจนำกรอบนโยบายดังกล่าวถือปฏิบัติต่อไป

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ตระหนักถึงความสำคัญของหลักการดังกล่าวข้างต้น จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งคณะกรรมการองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรในการประชุมเมื่อวันที่ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๒ ได้มีมติเห็นชอบแนวนโยบายดังกล่าว และให้ อ.ต.ก. ดำเนินการเปลี่ยนนโยบายสู่การปฏิบัติและใช้เป็นกลไกสำคัญ ในการเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลการบริหารจัดการองค์การ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย และมุ่งสู่ประโยชน์ต่อเกษตรกร ประชาชน ผู้ใช้บริการ

เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามแนวนโยบายดังกล่าว และเพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลบทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) อ.ต.ก. จึงได้จัดทำแผนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ปี ๒๕๖๐-๒๕๖๔ ของ อ.ต.ก. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของ อ.ต.ก. ปี ๒๕๖๐-๒๕๖๔ โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์แก่สังคม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อไป

คณะทำงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	๓
บทที่ ๑ บทนำ	๕
- ความเป็นมา	๕
- วัตถุประสงค์การจัดทำแผน	๖
- เป้าประสงค์การดำเนินการ	๖
บทที่ ๒ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	๗
- นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)	๗
- นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	๘
บทที่ ๓ ข้อมูลองค์กร	๑๐
- วิสัยทัศน์	๑๐
- พันธกิจ	๑๑
- ยุทธศาสตร์องค์กร	๑๑
- โครงสร้างของหน่วยงาน	๑๓
บทที่ ๔ การวิเคราะห์สถานภาพองค์กร	๑๔
- การวิเคราะห์ SWOT	๑๔
บทที่ ๕ ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	๒๕
บทที่ ๖ รายละเอียดแผนการดำเนินงาน	๓๑

บทสรุปผู้บริหาร

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งคณะกรรมการองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรในการประชุมเมื่อวันที่ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๒ ได้มีมติเห็นชอบแนวนโยบายดังกล่าว และให้อ.ต.ก. ดำเนินการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติและใช้เป็นกลไกสำคัญ ในการเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลการบริหารจัดการองค์การ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย และมุ่งสู่ประโยชน์ต่อเกษตรกร ประชาชน ผู้ใช้บริการ และประชาชนทั่วไป จึงได้จัดทำแผนแม่บทด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

๑. เพื่อเป็นแผนงานและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับส่งเสริมการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์กรและสามารถนำไปปฏิบัติและติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
๒. เพื่อใช้เป็นแนวทางตรวจสอบธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานภายในองค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
๓. เพื่อสร้างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ประชาชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

เป้าประสงค์การดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าประสงค์ที่ ๑ องค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีการดำเนินงานมีคุณภาพและประสิทธิภาพโดยยึดหลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ที่ ๒ เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ที่ ๓ ภาพลักษณ์องค์กรเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือของผู้รับบริการ ประชาชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสีย

บทที่ ๑ บทนำ

บทที่ ๒ ข้อมูลองค์กร

บทที่ ๓ การวิเคราะห์สถานภาพองค์กร

บทที่ ๔ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

บทที่ ๕ ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

บทที่ ๖ รายละเอียดแผนการดำเนินงาน

กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ไว้เป็นประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑

พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรทุกด้านโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพคุณธรรมและจริยธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒

ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศและความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓

สร้างมาตรการ แนวทางในการจัดการและการจัดการทุจริตประพฤติมิชอบเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔

ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ยุทธศาสตร์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑

ส่งเสริมกิจกรรมลดภาวะโลกร้อน รักษาสิ่งแวดล้อม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒

ส่งเสริมกิจกรรมด้านการสร้างช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓

ส่งเสริมกิจกรรมการให้พื้นที่ผู้ด้อยโอกาสได้ประกอบอาชีพ และงานบริการคืนสู่สังคม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔

ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยประเด็นยุทธศาสตร์ดังกล่าว ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดไว้เพื่อให้เกิดการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้แผนดังกล่าว จะสอดคล้องกับการดำเนินงานปัจจุบันขององค์กรเนื่องจากการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในทุกกิจกรรม

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมา

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร พ.ศ. ๒๕๑๗ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือเกษตรกรในการสร้างช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งกำกับดูแลโดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.)

ดังนั้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างและจัดการระบบบริหารจัดการองค์กร เพื่อตอบสนองนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ จึงใช้หลักการและแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ปี ๒๕๕๒ ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบ เมื่อวันที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๒ เพื่อใช้เป็นกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดความโปร่งใสในกิจการรัฐวิสาหกิจ นอกจากนั้น ยังมุ่งมั่นพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการและการบริการขององค์กรให้ตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ โดยเน้นพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ดำเนินการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติและใช้เป็นกลไกสำคัญ ในการเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลการบริหารจัดการองค์กร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย และมุ่งสู่ประโยชน์ต่อเกษตรกร ประชาชน ผู้ใช้บริการ

ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าว และเพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลบทบาทของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) จึงได้จัดทำแผนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CG-CSR) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มีความสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของ อ.ต.ก. ปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ และช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานไปสู่ความสำเร็จสร้างความมั่นคง ยั่งยืนแก่องค์กร ต่อไป

วัตถุประสงค์การจัดทำแผน

เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์การ การจัดทำแผนด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้ยึดหลักการที่สำคัญเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อเป็นแผนงานและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน สำหรับส่งเสริมการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์กรและสามารถนำไปปฏิบัติ และติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
๒. เพื่อใช้เป็นแนวทางตรวจสอบธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานภายในองค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
๓. เพื่อสร้างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ประชาชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

เป้าประสงค์การดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

- | | |
|------------------|--|
| เป้าประสงค์ที่ ๑ | องค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีการดำเนินงานมีคุณภาพและประสิทธิภาพโดยยึดหลักธรรมาภิบาล |
| เป้าประสงค์ที่ ๒ | เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม |
| เป้าประสงค์ที่ ๓ | ภาพลักษณ์องค์กรเป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือของผู้รับบริการ ประชาชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสีย |

บทที่ ๒

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

คณะกรรมการองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร เห็นชอบให้องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ อ.ต.ก. ทุกคนยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ และเป็นพื้นฐานสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพประสิทธิผลในการดำเนินงาน การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้และเป็นธรรม ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับทุกภาคส่วน และเพื่อให้การดำเนินงานของ อ.ต.ก. มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เป็นองค์กรในระดับที่ได้มาตรฐาน จึงกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีรวม ๔ ด้าน ประกอบด้วย

๑. นโยบายด้านบทบาทและความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ อ.ต.ก.

มุ่งมั่นบริหารงานและกำกับดูแลให้องค์กรมีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตและคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรและประชาชนเป็นหลัก โดยยึดมั่นในหลักเกณฑ์แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจและหลักสำคัญของ

การกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจตามมาตรฐานสากล ๗ ประการ ได้แก่

๑. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ (Accountability)

๒. มีความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถ และประสิทธิภาพที่เพียงพอ

(Responsibility)

๓. มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียโดยสุจริตและเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment)

๔. มีความโปร่งใส ทั้งในด้านดำเนินงานและเปิดเผยข้อมูล (Transparency)

๕. มีการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการและ ความสามารถในการแข่งขัน (Value Creation)

๖. มีการส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแล และจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ

(Ethics)

๗. การมีส่วนร่วม (Participation)

๒. นโยบายด้านการบริหารจัดการองค์กร

คณะกรรมการ อ.ต.ก. มุ่งมั่นที่จะให้มีการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพเต็มขีดความสามารถ โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรในระยะยาวอย่างยั่งยืน สร้างภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือที่ดีต่อองค์กร

๓. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการ อ.ต.ก. มุ่งมั่นให้ อ.ต.ก. ดำเนินงานโดยคำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม และสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ พนักงานตลอดจนสังคมส่วนรวม ปฏิบัติต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างยุติธรรมและเสมอภาค เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและการประสานประโยชน์ระหว่าง อ.ต.ก. กับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่นคงสร้างงานและสร้างกิจการให้มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง อย่างยั่งยืน

๔. นโยบายด้านบุคลากรและการเรียนรู้

คณะกรรมการ อ.ต.ก. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่องโดยตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญขององค์กร ด้วยการส่งเสริมให้มีการใช้คุณธรรมในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ ตามกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลและมุ่งเน้นในการสร้างจิตสำนึกของบุคลากร ในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ มุ่งเน้น ทุ่มีเทและรับผิดชอบในการรายงานผลการปฏิบัติงานทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยมุ่งเน้นผลประโยชน์สูงสุดขององค์กร

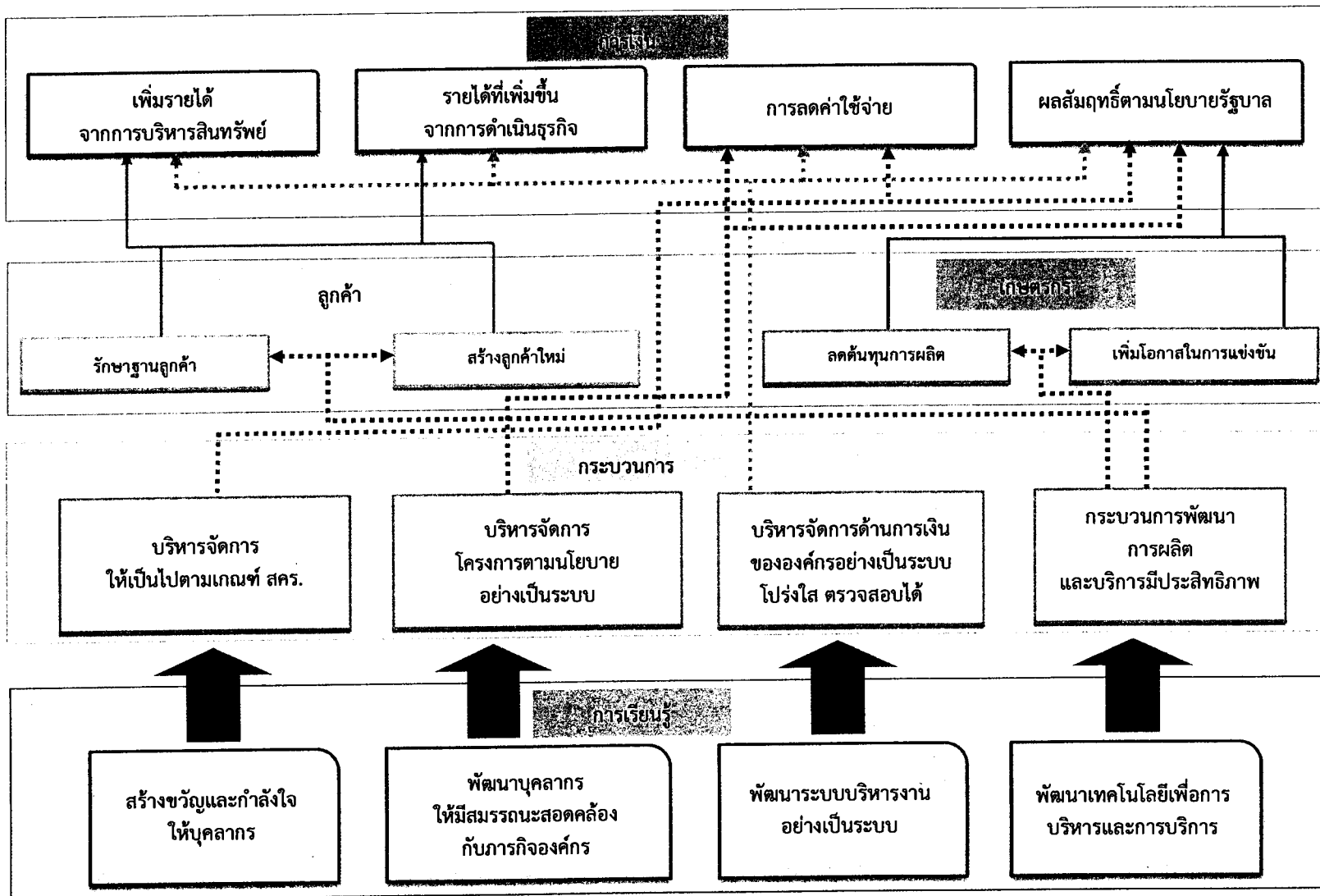
นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

อ.ต.ก. ตระหนักถึงภารกิจหลักในการช่วยเหลือเกษตรกรด้านการตลาดสินค้าเกษตร และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เกษตรกรควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมชุมชนและการใส่ใจดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็งและการเติบโตที่ยั่งยืนขององค์กรและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ และการประสานประโยชน์กับผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ อ.ต.ก. ได้วางแนวนโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือเกษตรกรการบริหารตลาดโดยมีกลุ่มเป้าหมายภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้าง และกลุ่มเป้าหมายภายนอก ได้แก่ เกษตรกรผู้มาใช้บริการตลาด อ.ต.ก.

โดยมีการแบ่งกิจกรรมด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น ๔ ด้านหลัก ได้แก่

- ๑) ด้านสิ่งแวดล้อม
- ๒) ด้านเกษตรกร
- ๓) ด้านสังคม
- ๔) ด้านบุคลากร

แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)



การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์

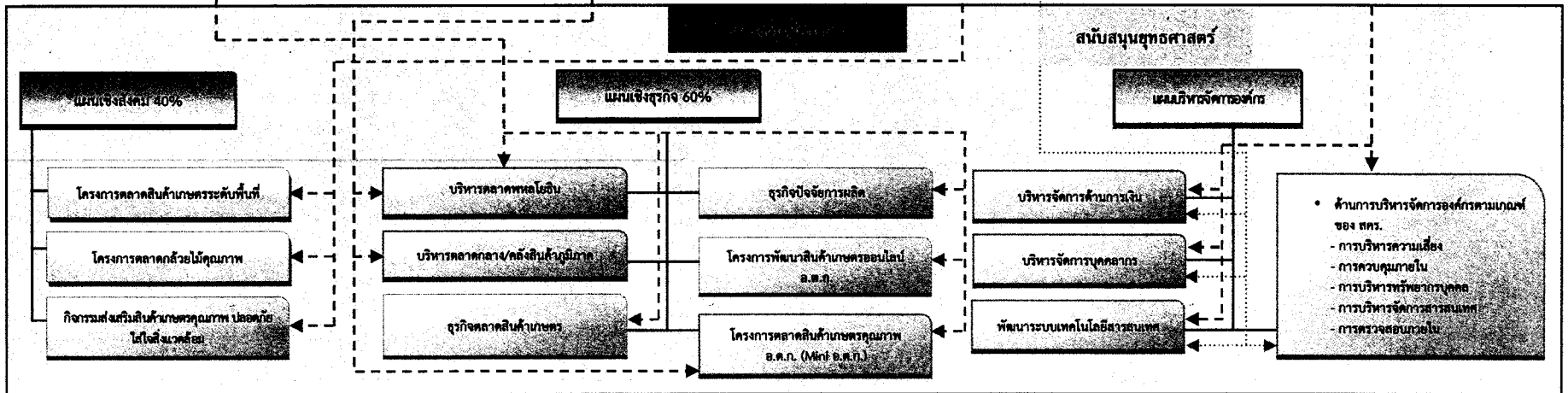
วิสัยทัศน์ : อ.ต.ก.เป็นตลาดสินค้าเกษตรที่มูลค่าไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี ภายในปี ๒๕๖๔

พันธกิจองค์กร

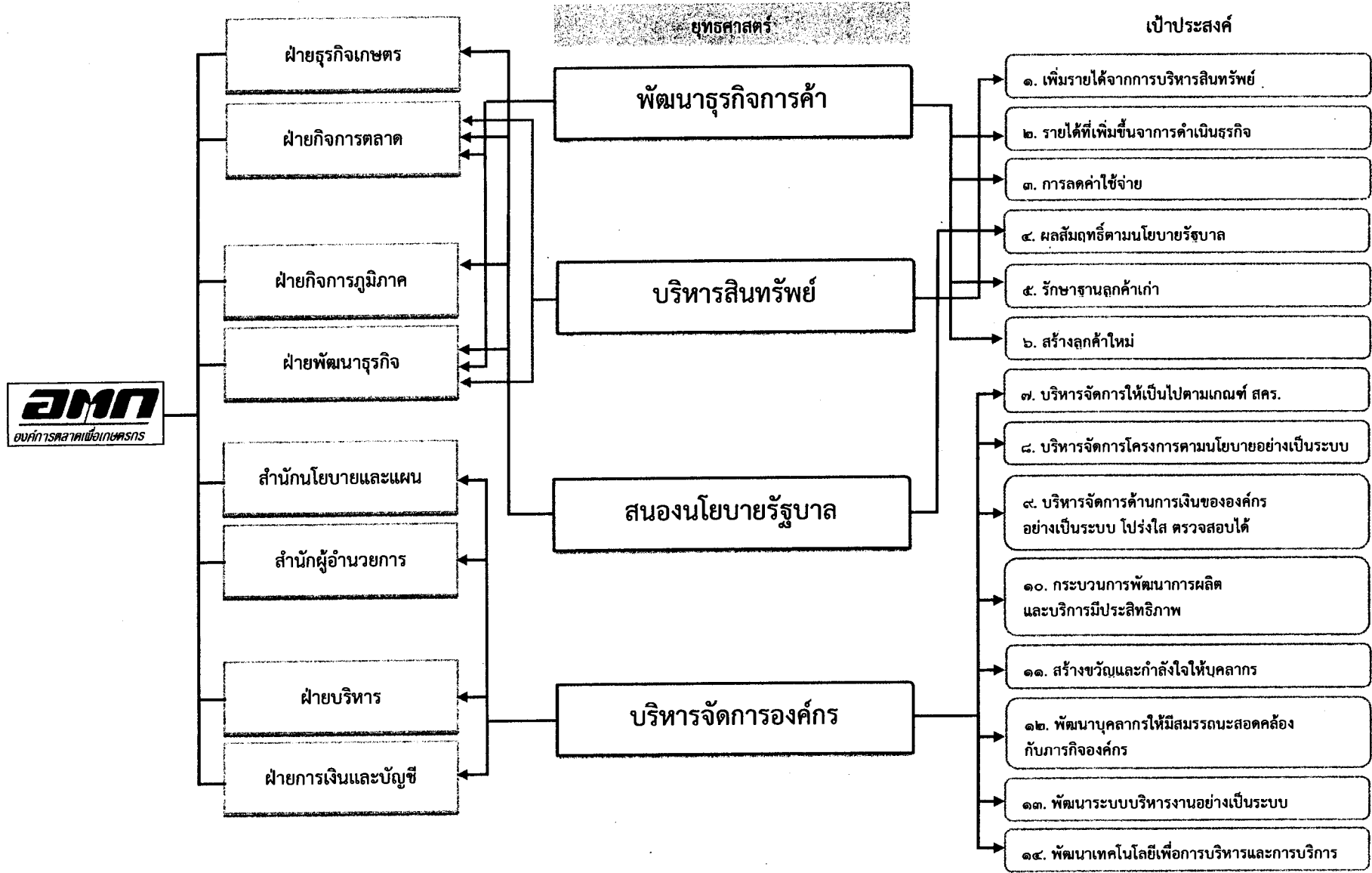
๑. สร้างตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ โดยส่งเสริมการซื้อขายสินค้าบนระบบออนไลน์ จัดตั้งตลาด อ.ต.ก. ในภูมิภาค และจัดตั้งตลาดน้ำ

สร้างมูลค่าสินค้าเกษตรในรูปแบบ ๑ จังหวัด ๑ อุตสาหกรรม คัดสรร Best of ortokor สร้าง Brand อ.ต.ก. และจัดงาน อ.ต.ก. Fair

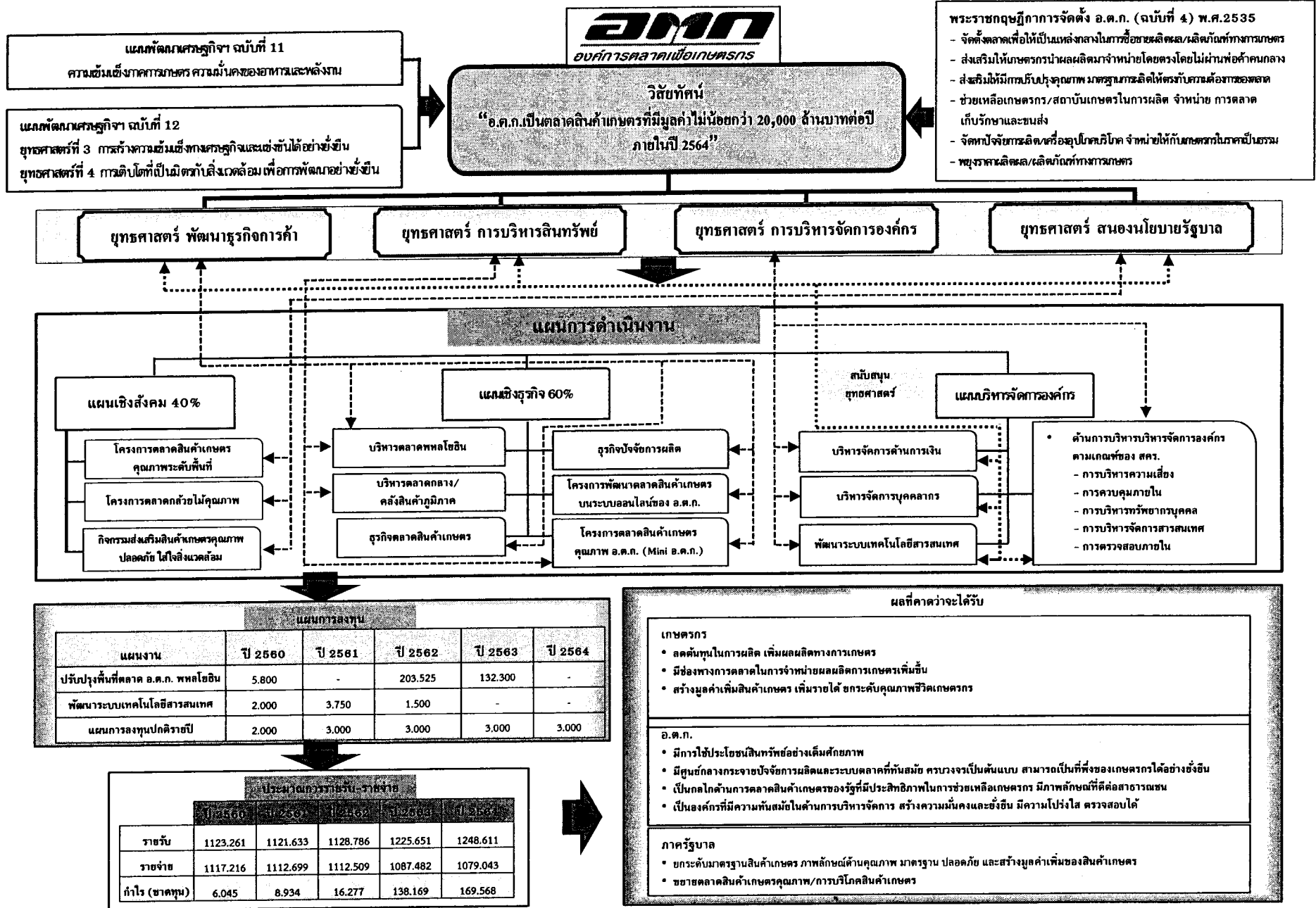
ส่งเสริมเกษตรกรพันธสัญญา และจัดหาตลาดสินค้าเกษตรในต่างประเทศให้เกษตรกร



ผังแสดงความรับผิดชอบยุทธศาสตร์ตามแผนการดำเนินงาน ปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔



แผนการดำเนินงาน อ.ต.ก. ปี 2560 - 2564



บทที่ ๓

ข้อมูลองค์กร

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร พ.ศ. ๒๕๑๗ เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยรัฐบาลช่วยให้เป็นทุนประเดิมห้าสิบล้านบาท และมีวัตถุประสงค์หลัก คือ

๑. จัดตั้งตลาดเพื่อให้เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และสินค้า อื่นๆ
๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร และสถาบันเกษตรกร ส่งผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาจำหน่ายโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง
๓. ซื้อและจัดให้มีการซื้อผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรือสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือน รวมทั้งเครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อจำหน่าย
๔. ดำเนินการพยุหราคาผลิตผล หรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
๕. ช่วยเหลือเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรในการผลิต การจำหน่าย การตลาด การเก็บรักษา และการขนส่ง ซึ่งผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ของการเกษตร
๖. ดำเนินการหรือส่งเสริมให้สถาบันเกษตรกร ดำเนินการค้าขนส่ง และรับฝากซึ่งผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ปัจจัยในการผลิต วัสดุการเกษตร เครื่องมือ เครื่องใช้ในการเกษตรหรือเครื่องอุปโภคบริโภค
๗. ส่งเสริมให้มีการปรับปรุงคุณภาพ มาตรฐาน และการผลิตผลทางการเกษตรให้ตรงกับความต้องการของตลาด
๘. ดำเนินการในฐานะตัวแทนของรัฐบาล และกระทรวง ทบวง กรม เพื่อจัดหาปัจจัยในการผลิต และเครื่องอุปโภคบริโภค จำหน่ายให้แก่เกษตรกรในราคาอันสมควร

วิสัยทัศน์ (Vision)

อ.ต.ก. เป็นตลาดสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี ภายในปี ๒๕๖๔

พันธกิจ (Mission)

๑. สร้างตลาดปัจจัยการผลิตและตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ โดยส่งเสริมการซื้อขายสินค้าบนระบบออนไลน์ จัดตั้งตลาด อ.ต.ก.ในภูมิภาค (Mini อ.ต.ก.) และจัดตั้งตลาดน้ำ อ.ต.ก.
๒. สร้างมูลค่าสินค้าเกษตรในรูปแบบ ๑ จังหวัด ๑ อุตสาหกรรม คัดสรร Best of อ.ต.ก. สร้าง Brand อ.ต.ก. และจัดงาน อ.ต.ก. Fair
๓. ส่งเสริมเกษตรกรพันธสัญญา และจัดหาตลาดสินค้าเกษตรในต่างประเทศให้เกษตรกร

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

๕.๑ ยุทธศาสตร์พัฒนาธุรกิจการค้า

พัฒนาธุรกิจของ อ.ต.ก. ให้มีความพร้อมต่อการแข่งขัน โดยดำเนินธุรกิจเชิงสังคม (Social Business) ภายใต้การบูรณาการร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชน ทั้งในการจัดหา/จำหน่ายปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้เกษตรกร ขยายบทบาทด้านการตลาดของ อ.ต.ก. ให้มีความหลากหลาย พัฒนาตราสินค้าของ อ.ต.ก. ทั้งในส่วนของการตลาดและผลิตภัณฑ์ (ตรา อ.ต.ก./อ.ต.ก. selected) ด้วยการเน้นคุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัย ส่งเสริมให้เกษตรกรแปรรูป/พัฒนาผลิตภัณฑ์ (Packaging) ให้ตรงกับความต้องการของตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร สร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกร เพิ่มช่องทางจำหน่ายให้มีความหลากหลายทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้โอกาสจากการดำเนินงานเชิงสังคมบูรณาการสู่เชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มส่วนครองตลาดและตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ขยายตลาดต้นแบบด้านคุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัย พัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพของ อ.ต.ก. สู่ Smart Market และ Digital Market เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการจัดตั้งหน่วยธุรกิจ (Business Unit) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

๕.๒ ยุทธศาสตร์การบริหารสินทรัพย์

พัฒนาการใช้ประโยชน์พื้นที่ อ.ต.ก. ย่านพหลโยธิน ให้เกิดความคุ้มค่าการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่รองรับเกษตรกร การพัฒนาพื้นที่ส่วนที่เหลือตามแผนแม่บทการพัฒนาพื้นที่ของ อ.ต.ก. (ตลาดขายส่ง ตลาดเครื่องปั้นดินเผา) โดยก่อสร้างอาคารไม้ดอกไม้ประดับ ตลาดปลาสวยงาม พัฒนาพื้นที่ตลาดเครื่องปั้นดินเผาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารตลาดกลาง/คลังสินค้าภูมิภาคให้เกิดความคุ้มค่าในเชิงสังคมและเชิงธุรกิจ พัฒนาพื้นที่เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการผลิต/การตลาดและเป็นจุดรวบรวม/จำหน่ายปัจจัยการผลิต

ในภูมิภาคอาเซียน (Global House) จุดรวบรวม กระจายและเชื่อมโยงสินค้าเกษตรคุณภาพ ระหว่างภูมิภาคภายใต้ร้านค้าสินค้าเกษตรคุณภาพ (ร้านค้า Mini อ.ต.ก.)

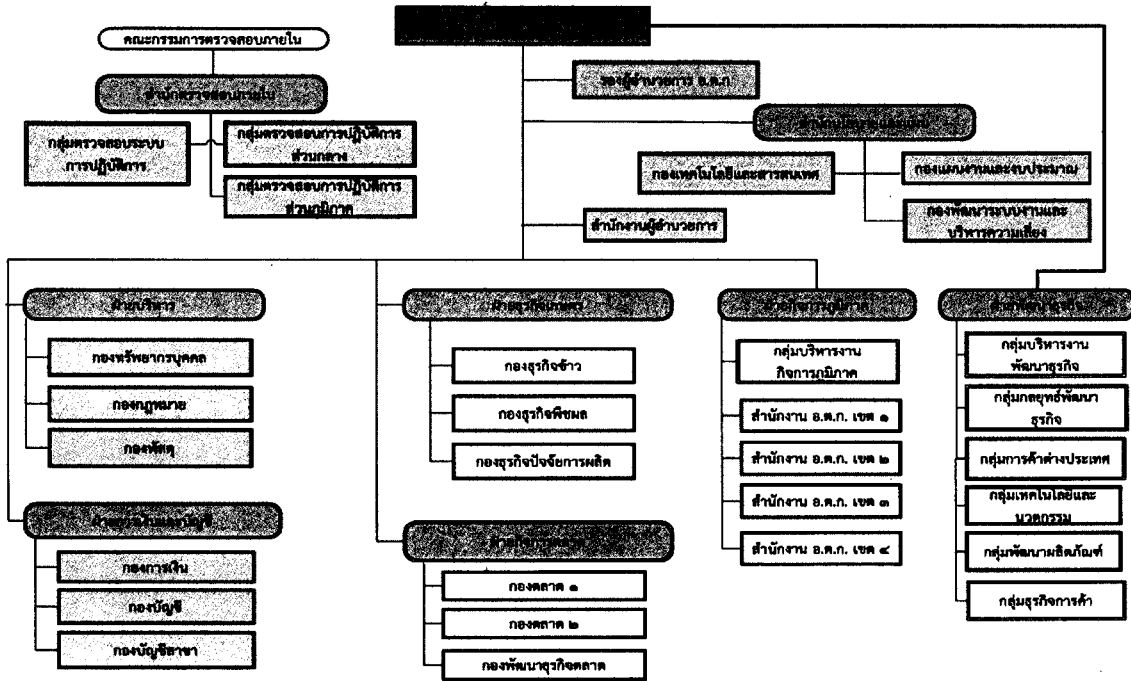
๕.๓ ยุทธศาสตร์สนองนโยบายรัฐบาล

เน้นการเป็นองค์กรที่มีความโปร่งใสในการเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย รัฐบาลสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชน ด้วยการเตรียมความพร้อมในด้าน บุคลากรรองรับภารกิจบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชน ควบคู่กับ การจัดจ้างภายนอก (Outsource) สนับสนุนการดำเนินงานนโยบายรัฐ เพื่อให้ การดำเนินงานทั้งเชิงนโยบายและธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้ง เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการอย่างเป็นระบบด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาสนับสนุนการดำเนินงานและกำหนดกรอบ/แนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้เกิด ความโปร่งใสตรวจสอบได้ อันส่งผลต่อภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้องค์กร

๕.๔ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กร

มุ่งเน้นให้เป็นองค์กรที่มีมาตรฐานสากล มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนภารกิจ องค์กร โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรทุกด้านให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับ ภารกิจ พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคลทั้งในส่วนของพัฒนาขีดความสามารถบุคลากร การสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งเพื่อรองรับ/ ทดแทนตำแหน่งสำคัญ พัฒนาระบบบริหารผลงาน (KPI) ด้วยการจัดทำตัวชี้วัดและถ่ายทอดลงสู่ บุคคลเพื่อใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานและสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากร บริหารจัดการ ด้านการเงินขององค์กรอย่างเป็นระบบ บริหารจัดการหนี้ทั้งในส่วนเจ้าหนี้และลูกหนี้เจรจาขอต่อ สัญญาเช่าที่ดินบริเวณพหลโยธินจากการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็น ๓๐ ปี ตลอดจนการนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือในการปรับปรุงระบบงานภายในเพื่อให้พร้อมต่อการ ดำเนินงาน รวมทั้งการนำหลักกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิด ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ตามหลักธรรมาภิบาล

โครงสร้างองค์กร



บทที่ ๔

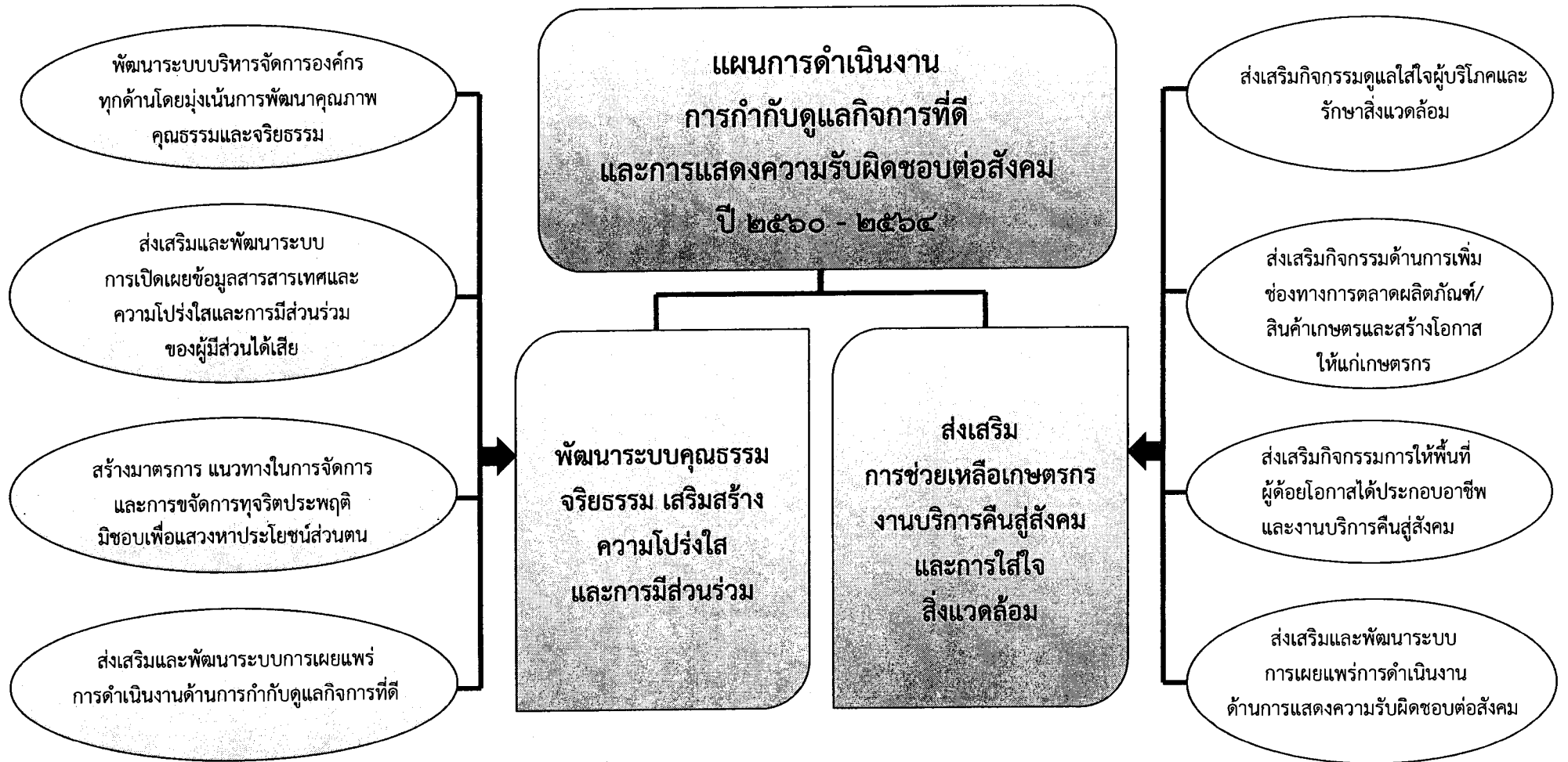
การวิเคราะห์สถานภาพองค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

การวิเคราะห์สถานภาพองค์กร

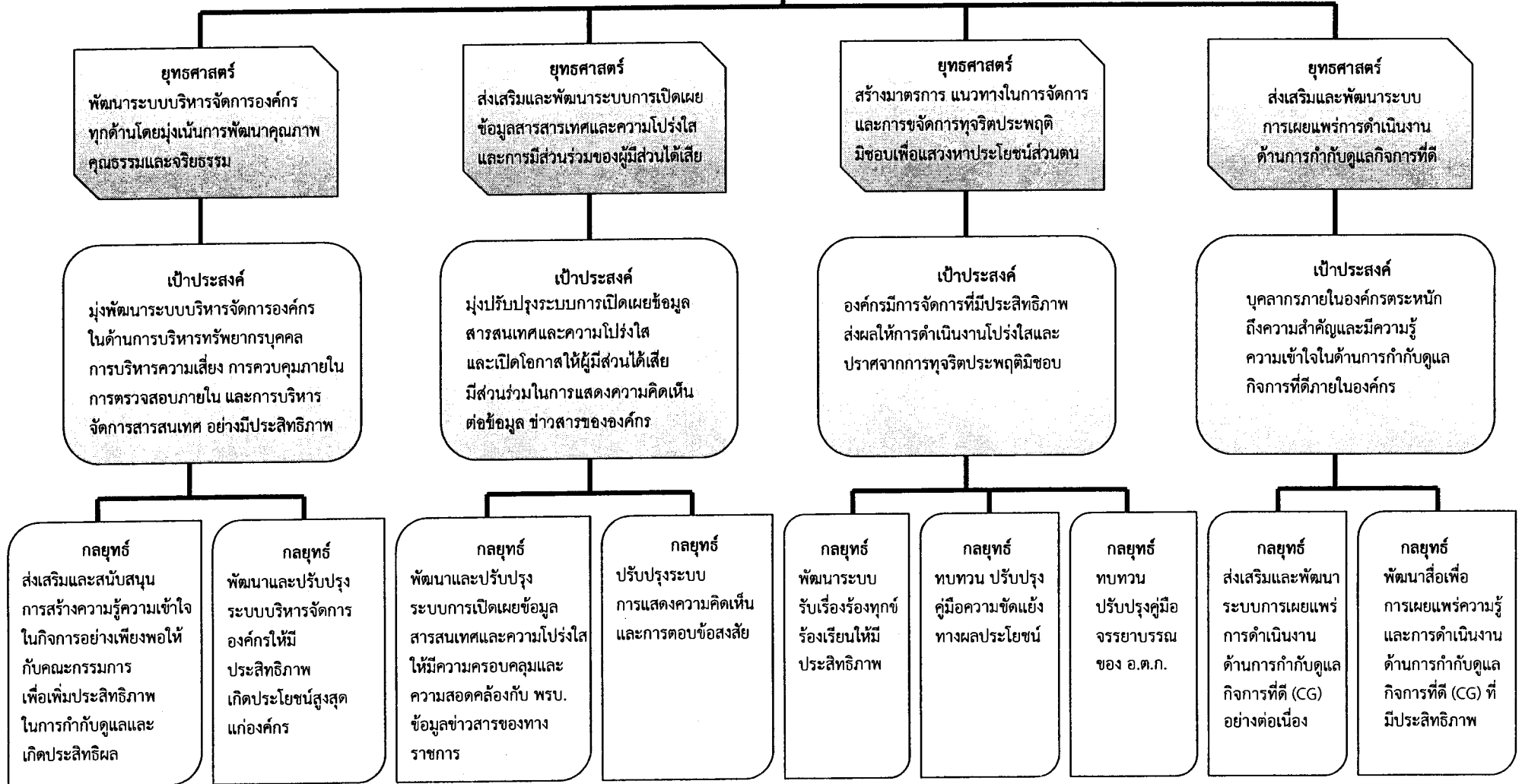
องค์กรได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนดำเนินงาน ดังนี้

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>๑. อ.ต.ก. เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหลักในการช่วยเหลือเกษตรกรด้านการตลาดสินค้าเกษตรและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร</p> <p>๒. อ.ต.ก. มีช่องทางการตลาดที่สามารถช่วยเหลือเกษตรกร เพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตร และช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้เกษตรกร</p> <p>๓. อ.ต.ก. เป็นหน่วยงานตลาดสดต้นแบบที่มีมาตรฐาน อาหารปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านสินค้าเกษตรคุณภาพ</p> <p>๔. ผู้บริหารให้ความสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>๕. มีแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน</p>	<p>๑. ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน</p> <p>๒. บุคลากรภายในยังไม่เข้าใจแนวทางด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>๓. วัฒนธรรมองค์กรไม่ตอบสนองด้านการดำเนินงาน ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม</p>
โอกาส	อุปสรรค
<p>๑. รัฐบาลและหน่วยงานระดับนโยบายให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>๒. การบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาตลาด อ.ต.ก. ให้เป็นตลาดเกษตรท่องเที่ยว</p>	<p>๑. งบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมยังไม่เพียงพอ</p> <p>๒. ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ประชาชนทั่วไปขาดความรู้ความเข้าใจด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม</p>

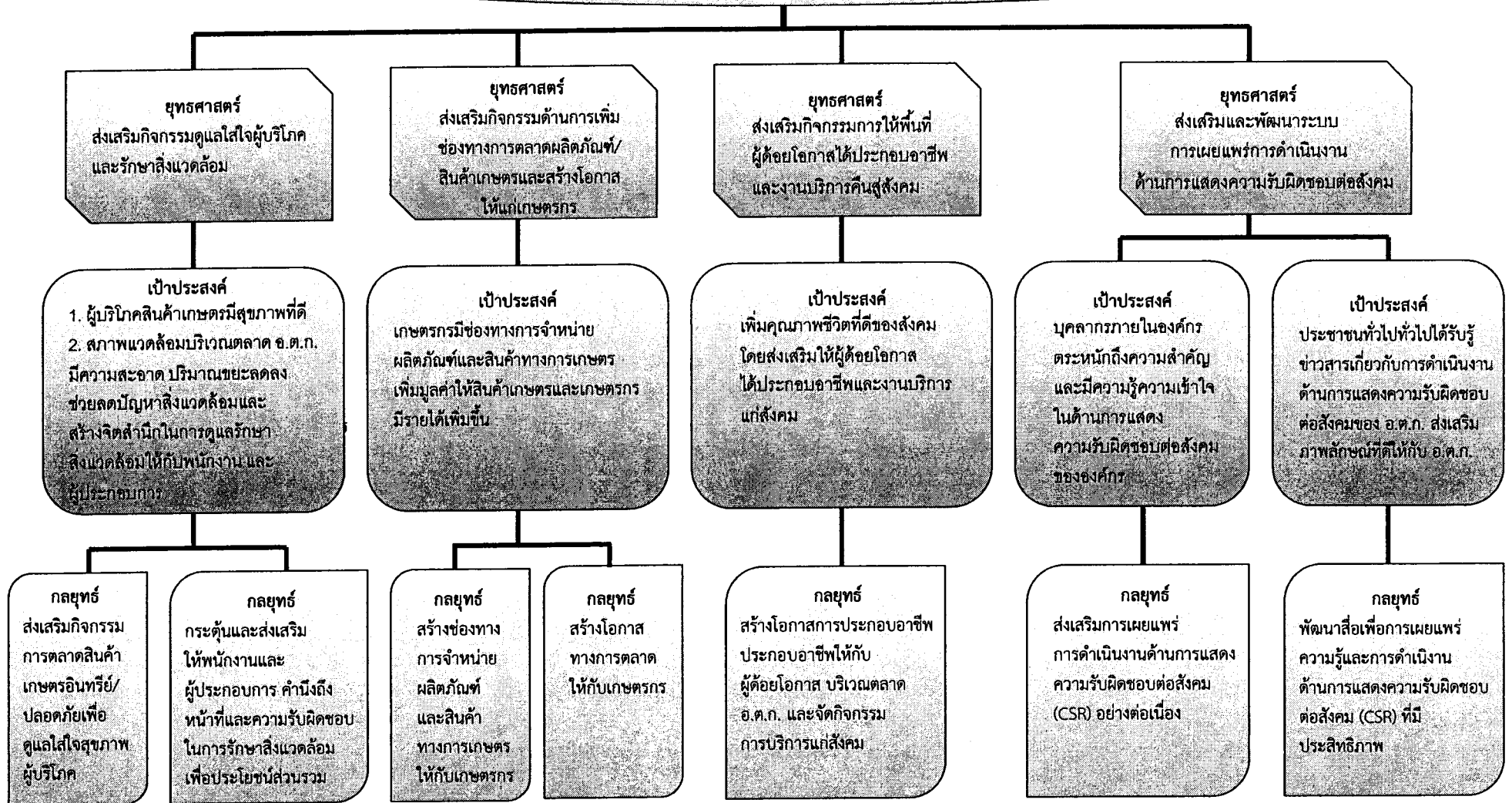
กรอบแนวคิดและแผนที่ยุทธศาสตร์
การกำกับดูแลกิจการที่ดี
และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร



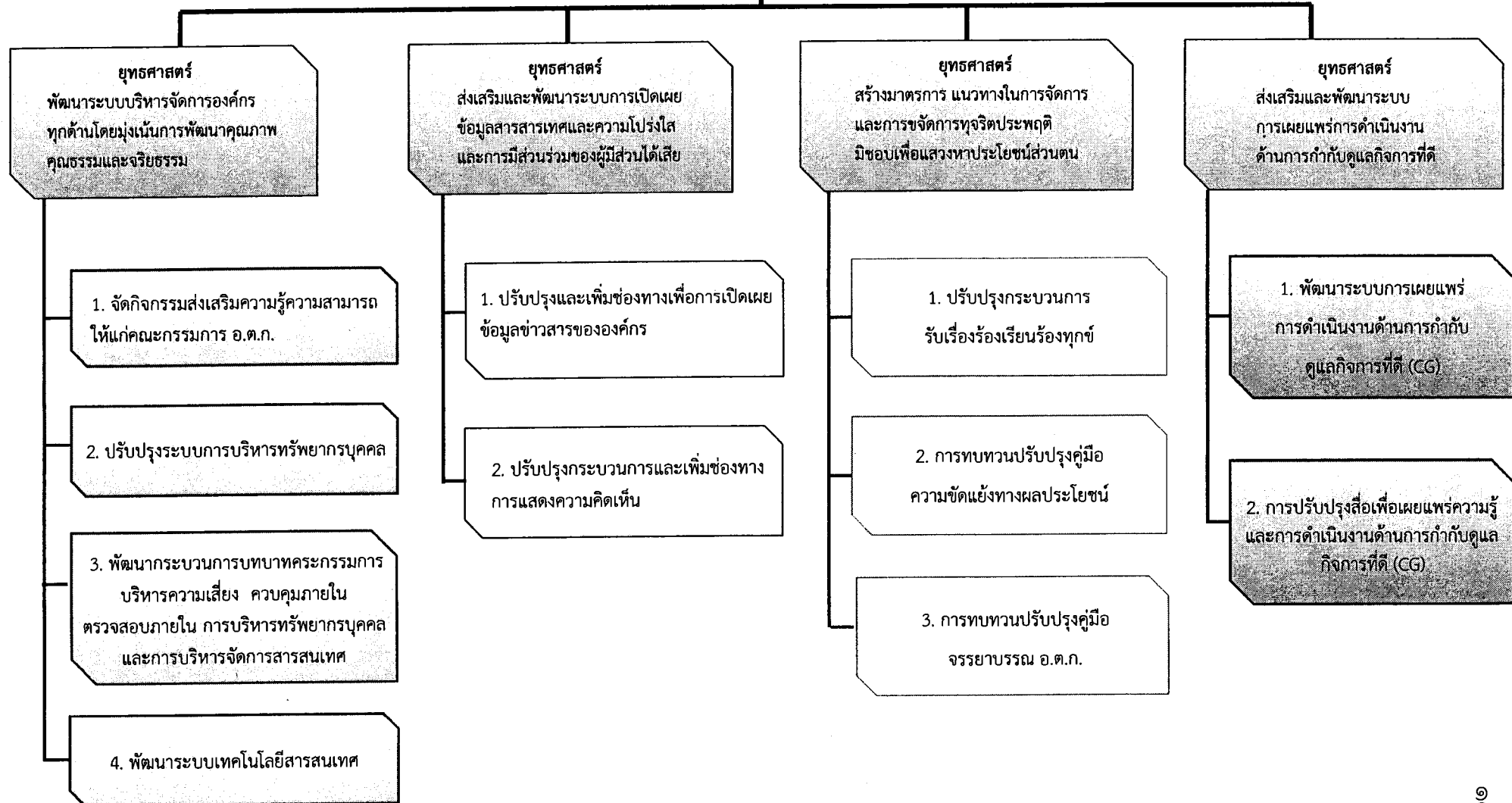
ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการที่ดีของ อ.ต.ก.



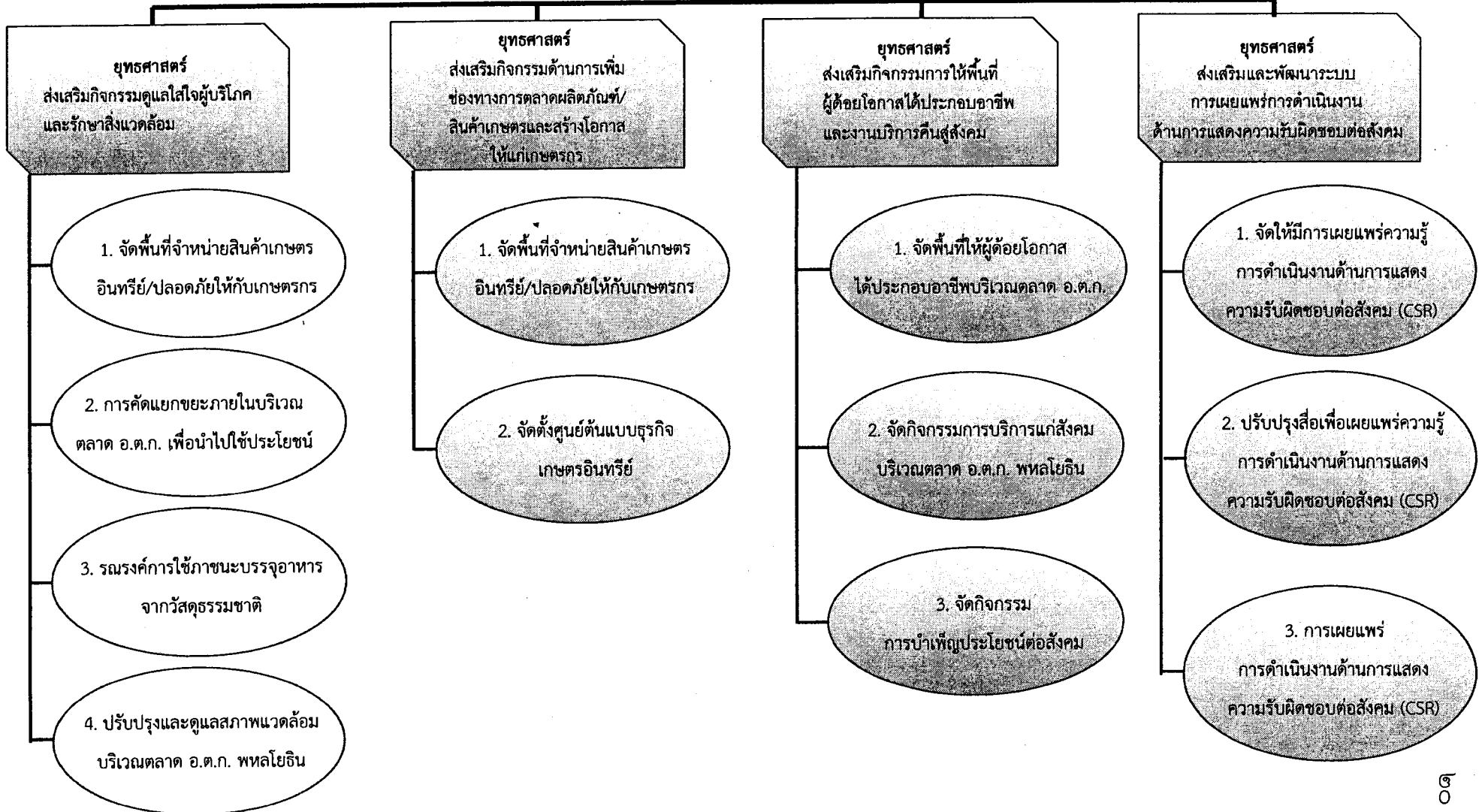
ยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ อ.ต.ก.



แผนงานตามยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการที่ดีของ อ.ต.ก. ปี 2560-2564



แผนงานตามยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ อ.ต.ก.
ของ อ.ต.ก. ปี 2560-2564



บทที่ ๕

ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ได้ทำการวิเคราะห์สถานภาพองค์กรและนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการจัดยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการพัฒนาไว้เป็นประเด็นยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑

พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรทุกด้านโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพคุณธรรมและจริยธรรม
เป้าประสงค์

มุ่งพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรในด้านการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน การบริหารทรัพยากรบุคคล และการบริหารจัดการสารสนเทศ อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

๑. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ความเข้าใจในกิจการอย่างเพียงพอให้กับคณะกรรมการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและเกิดประสิทธิผล

๒. พัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒

ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศและความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าประสงค์

มุ่งปรับปรุงระบบการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศและความโปร่งใสและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูล ข่าวสารขององค์กร

กลยุทธ์

๑. พัฒนาและปรับปรุงระบบการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศและความโปร่งใสให้มีความครอบคลุมและความสอดคล้องกับ พรบ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ
๒. ปรับปรุงระบบการแสดงความคิดเห็นและการตอบข้อสงสัย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓

สร้างมาตรการ แนวทางในการจัดการและการขจัดการทุจริตประพฤติมิชอบเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตน

เป้าประสงค์

องค์กรมีการดำเนินงานที่โปร่งใสและปราศจากการทุจริตประพฤติมิชอบ

กลยุทธ์

๑. พัฒนาระบบรับเรื่องร้องทุกข์ร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ
๒. ทบทวน ปรับปรุงคู่มือความขัดแย้งทางผลประโยชน์
๓. ทบทวน ปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณของ อ.ต.ก.

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔

ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เป้าประสงค์

บุคลากรภายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและมีความรู้ความเข้าใจในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีภายในองค์กร

กลยุทธ์

๑. ส่งเสริมการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) อย่างต่อเนื่อง
๒. พัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑

ส่งเสริมกิจกรรมดูแลใส่ใจผู้บริโภครักษาสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์

สภาพแวดล้อมบริเวณตลาด อ.ต.ก. มีความสะอาด ปริมาณขยะลดลง ช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน และผู้ประกอบการ

กลยุทธ์

๑. สร้างความรู้ความเข้าใจกับพนักงาน และผู้ประกอบการในเรื่องของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

๒. กระตุ้นและส่งเสริม เน้นย้ำให้พนักงานและผู้ประกอบการ คำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อประโยชน์ส่วนรวม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒

ส่งเสริมกิจกรรมด้านการสร้างช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร

เป้าประสงค์

เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสินค้าทางการเกษตร เพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตรและเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

กลยุทธ์

สร้างช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสินค้าทางการเกษตรให้กับเกษตรกร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓

ส่งเสริมกิจกรรมการให้พื้นที่ผู้ด้อยโอกาสได้ประกอบอาชีพ และงานบริการคืนสู่สังคม

เป้าประสงค์

เพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคมโดยส่งเสริมให้ผู้ด้อยโอกาสได้ประกอบอาชีพและงานบริการแก่สังคม

กลยุทธ์

จัดพื้นที่ประกอบอาชีพให้กับผู้ด้อยโอกาส บริเวณตลาด อ.ต.ก. และจัดกิจกรรม
การบริการแก่สังคม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔

ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าประสงค์

๑. บุคลากรภายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและมีความรู้ความเข้าใจใน
ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

๒. ประชาชนทั่วไปทั่วไปได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการแสดง
ความรับผิดชอบต่อสังคมของ อ.ต.ก. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ อ.ต.ก.

กลยุทธ์

๑. ส่งเสริมการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)
อย่างต่อเนื่อง

๒. พัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคม (CSR) ที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
<p>๑. พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรทุกด้าน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพคุณธรรมและจริยธรรม</p>	<p>มุ่งพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และการบริหารจัดการสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>๑) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ความเข้าใจในกิจการอย่างเพียงพอให้กับคณะกรรมการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและเกิดประสิทธิผล ๒) พัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร</p>	<p>๑) มีกิจกรรมอบรมพัฒนาความรู้ให้แก่คณะกรรมการ อ.ต.ก. ๒) ค่าคะแนนประเมินด้านการบริหารจัดการเพิ่มขึ้น</p>	<p>๑) คณะกรรมการ อ.ต.ก. เข้าร่วมการอบรม อย่างน้อยจำนวน ๒ คน ๒) ค่าคะแนน เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๐.๕ ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ๒.๑) การบริหารทรัพยากรบุคคล ๒.๒) การบริหารความเสี่ยง ๒.๓) การควบคุมภายใน ๒.๔) การตรวจสอบภายใน ๒.๕) การบริหารจัดการสารสนเทศ</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๒. ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการเปิดเผยข้อมูล สารสนเทศและ ความโปร่งใสและ การมีส่วนร่วมของ ผู้มีส่วนได้เสีย	มุ่งปรับปรุงระบบการเปิดเผย ข้อมูลสารสนเทศและ ความโปร่งใสและเปิดโอกาส ให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็น ต่อข้อมูล ข่าวสารขององค์กร	๑) พัฒนาและปรับปรุงระบบ การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศ และความโปร่งใสให้มี ความครอบคลุมและ ความสอดคล้องกับ พรบ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ ๒) ปรับปรุงระบบการแสดง ความคิดเห็นและการตอบ ข้อสงสัย	๑) จำนวนข้อมูลข่าวสารที่มี การเผยแพร่ ๒.๑) จำนวนครั้งการแสดง ความคิดเห็นที่มีต่อองค์กร ๒.๒) จำนวนครั้งในการตอบ ข้อซักถามและข้อสงสัย	๑) จำนวนข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ ๒๐ ๒.๑) จำนวนครั้งในการแสดง ความคิดเห็นเพิ่มจากปีก่อนร้อยละ ๑๐ ๒.๒) ร้อยละ ๑๐๐ ของ การตอบ ข้อซักถามและข้อสงสัย
๓. สร้างมาตรการ แนวทางในการจัดการ และการขจัดการทุจริต ประพฤติมิชอบเพื่อ แสวงหาประโยชน์ ส่วนตน	องค์กรมีการจัดการที่มี ประสิทธิภาพ ส่งผลให้ การดำเนินงานโปร่งใส และปราศจากการทุจริต ประพฤติมิชอบ	๑. พัฒนาระบบรับเรื่องร้อง ทุกข์ร้องเรียนให้มี ประสิทธิภาพ ๒. ทบทวน ปรับปรุงคู่มือ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ๓. ทบทวน ปรับปรุงคู่มือ จรรยาบรรณของ อ.ต.ก.	๑) ร้อยละเรื่องร้องทุกข์ ร้องเรียนที่ดำเนินการ แล้วเสร็จ ๒) มีการทบทวนและ ปรับปรุงคู่มือความขัดแย้ง ทางผลประโยชน์ ๓) มีการทบทวนและ ปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณ อ.ต.ก.	๑) เรื่องร้องทุกข์ร้องเรียนดำเนินการ แล้วเสร็จมากกว่าปีก่อน ร้อยละ ๒๐ ๒) คู่มือความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (ฉบับปรับปรุง) ๓) คู่มือจรรยาบรรณ อ.ต.ก. (ฉบับปรับปรุง)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
<p>๔. ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการเผยแพร่ การดำเนินงาน ด้านการกำกับดูแล กิจการที่ดี</p>	<p>บุคลากรภายในองค์กร ตระหนักถึงความสำคัญ และมีความรู้ความเข้าใจใน ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายในองค์กร</p>	<p>๑. ส่งเสริมและพัฒนาระบบ การเผยแพร่การดำเนินงาน ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) อย่างต่อเนื่อง ๒. พัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ ความรู้และการดำเนินงาน ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ที่มีประสิทธิภาพ</p>	<p>๑) ร้อยละการเผยแพร่ การดำเนินงานด้าน การกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (CG) ๒.๑) มีการปรับปรุงสื่อเพื่อ การเผยแพร่ความรู้ความ รู้และการดำเนินงานด้าน การกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ที่มีประสิทธิภาพ ๒.๒) จำนวนครั้งของ การเผยแพร่ความรู้และ การดำเนินงานด้าน การกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (CG)</p>	<p>๑) ร้อยละ ๑๐๐ ของกิจกรรมการเผยแพร่ การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (CG) ๒.๑) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การเผยแพร่ความรู้ความ รู้และการดำเนินงานด้าน การกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (CG) ขององค์กร ๒.๒) มีการเผยแพร่ความรู้และ การดำเนินงานด้านการกำกับดูแล กิจการที่ดี (CG) อย่างน้อย ๔ ครั้ง/ปี</p>

ยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๑. ส่งเสริมกิจกรรมดูแลใส่ใจผู้บริโภคและ รักษาสิ่งแวดล้อม	๑. ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์/ปลอดภัยมีสุขภาพที่ดี ๒. สภาพแวดล้อมบริเวณตลาด อ.ต.ก. มีความสะอาด ปริมาณขยะลดลง ช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน และผู้ประกอบการ	๑. ส่งเสริมกิจกรรมการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์/ปลอดภัย เพื่อดูแลใส่ใจสุขภาพผู้บริโภค ๒. กระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานและผู้ประกอบการ คำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมในการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม	๑) จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วมกิจกรรมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์/ปลอดภัย ๒.๑) ร้อยละของปริมาณขยะภายในบริเวณตลาด อ.ต.ก. ที่ลดลง ๒.๒) จำนวนผู้ประกอบการใช้ภาชนะบรรจุอาหารทำจากวัสดุธรรมชาติทดแทนกล่องโฟม ๒.๓) ร้อยละของความพึงพอใจ การดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณตลาด อ.ต.ก. พหุโยธิน	๑) จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย/ปี ๒.๑) ปริมาณขยะภายในบริเวณตลาด อ.ต.ก. ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ ๓๐ ๒.๒) ผู้ประกอบการใช้ภาชนะบรรจุอาหารทำจากวัสดุธรรมชาติทดแทนกล่องโฟมเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐ ๒.๓) ระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการ ผู้มาใช้บริการ และผู้มีส่วนได้เสีย เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ ๓๐

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๒. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์/สินค้าเกษตรและสร้างโอกาสให้แก่เกษตรกร	เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสินค้าทางการเกษตรเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตรและเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น	๑. สร้างช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์/สินค้าทางการเกษตรให้กับเกษตรกร ๒. สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับเกษตรกร	๑. จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วม ๒.๑ ความสำเร็จการจัดตั้งศูนย์ต้นแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ๒.๒ จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วมกิจกรรมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์/ปลอดภัย	๑. จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ราย/ปี ๒.๑ จัดตั้งศูนย์ต้นแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน ๒ แห่ง ๒.๒ จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย/ปี
๓. ส่งเสริมกิจกรรมการให้พื้นที่ผู้ด้อยโอกาสได้ประกอบอาชีพ และงานบริการคืนสู่สังคม	เพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคมโดยส่งเสริมให้ผู้ด้อยโอกาสได้ประกอบอาชีพและงานบริการแก่สังคม	สร้างโอกาสการประกอบอาชีพประกอบอาชีพให้กับผู้ด้อยโอกาส บริเวณตลาด อ.ต.ก. และจัดกิจกรรมการบริการแก่สังคม	๑) จำนวนผู้ด้อยโอกาสมีพื้นที่ประกอบอาชีพบริเวณตลาด อ.ต.ก. ๒) จำนวนกิจกรรมการบริการแก่สังคม ๓) จำนวนกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม	๑) ผู้ด้อยโอกาสมีพื้นที่ประกอบอาชีพบริเวณตลาด อ.ต.ก. ไม่น้อยกว่า ๓ ราย/ปี ๒) กิจกรรมการบริการแก่สังคม จำนวน ๒ กิจกรรม/ปี ๓) กิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม จำนวน ๒ กิจกรรม/ปี

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
<p>๔. ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการเผยแพร่ การดำเนินงาน ด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p>๑. บุคลากรภายในองค์กร ตระหนักถึงความสำคัญ และมีความรู้ความเข้าใจ ในด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร</p> <p>๒. ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับการ ดำเนินงานด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมของ อ.ต.ก. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับ อ.ต.ก.</p>	<p>๑. ส่งเสริมการเผยแพร่ การดำเนินงานด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง</p> <p>๒. พัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ ความรู้และการดำเนินงาน ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคม (CSR) ที่มี ประสิทธิภาพ</p>	<p>๑) จำนวนครั้งของ การเผยแพร่ความรู้และ การดำเนินงานด้าน การแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคม (CSR)</p> <p>๒.๑) จัดทำสื่อเพื่อ การเผยแพร่ความรู้ และการดำเนินงาน ด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๒.๒) จำนวนครั้ง การเผยแพร่ความรู้ และการดำเนินงาน ด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)</p>	<p>๑) ร้อยละ ๑๐๐ ของกิจกรรม การเผยแพร่การดำเนินงาน ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคม (CSR)</p> <p>๒.๑) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การเผยแพร่ความรู้ความรู้และ การดำเนินงานด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กร</p> <p>๒.๒) มีการเผยแพร่ความรู้และ การดำเนินงานด้านการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อย่างน้อย ๔ ครั้ง/ปี</p>

บทที่ ๒
รายละเอียดแผนการดำเนินงาน

ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงานรับผิดชอบ	ระยะเวลาการดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรทุกด้านโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพคุณธรรมและจริยธรรม						
๑	๑. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความรู้ความเข้าใจในกิจการอย่างเพียงพอให้กับคณะกรรมการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและเกิดประสิทธิผล ๒. พัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร	สผ. กท./กพร./ สนต./กส.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑) จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ความสามารถให้แก่คณะกรรมการ อ.ต.ก. ๒.๑) ปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพในด้านความรู้ ความสามารถสมรรถนะตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรม ๒.๒) พัฒนาบริหารความเสี่ยงควบคุมภายในและตรวจสอบภายในอย่างมีระบบ ๒.๓) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และจัดวางระบบสารสนเทศภายในองค์กร	๑) มีกิจกรรมอบรมพัฒนาความรู้ให้แก่คณะกรรมการ อ.ต.ก. ๒) ค่าคะแนนประเมินด้านการบริหารจัดการเพิ่มขึ้น	๑) อย่างน้อยจำนวน ๒ คน ๒) ค่าคะแนนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๐.๒๐๐๐ ในด้านต่างๆดังต่อไปนี้ ๒.๑) การบริหารทรัพยากรบุคคล ๒.๒) การบริหารความเสี่ยง ๒.๓) การควบคุมภายใน ๒.๔) การตรวจสอบภายใน ๒.๕) การบริหารจัดการสารสนเทศ

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ระยะเวลา การดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศและความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย						
๒	๑. พัฒนาและปรับปรุงระบบการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศและความโปร่งใสให้มีความครอบคลุมและความสอดคล้องกับ พรบ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑) ปรับปรุงและเพิ่มช่องทางเพื่อการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารขององค์กร	๑) จำนวนข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่	๑) จำนวนข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ ๒๐
	๒. ปรับปรุงระบบการแสดงความคิดเห็นและการตอบข้อสงสัย	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๒) ปรับปรุงกระบวนการและเพิ่มช่องทางการแสดงความคิดเห็น	๒.๑) จำนวนครั้งการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อองค์กร ๒.๒) จำนวนครั้งในการตอบข้อซักถามและข้อสงสัย	๒.๑) จำนวนครั้งในการแสดงความคิดเห็นเพิ่มจากปีก่อนร้อยละ ๑๐ ๒.๒) ร้อยละ ๑๐๐ ของการตอบข้อซักถามและข้อสงสัย

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ระยะเวลา การดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างมาตรการ แนวทางในการจัดการและการจัดการทุจริตประพฤติมิชอบเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตน						
๓	๑. พัฒนาระบบรับเรื่องร้องทุกข์ร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑) ปรับปรุงกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนร้องทุกข์	๑) ร้อยละเรื่องร้องทุกข์ร้องเรียนที่ดำเนินการแล้วเสร็จ	๑) เรื่องร้องทุกข์ร้องเรียนดำเนินการแล้วเสร็จมากกว่าปีก่อน ร้อยละ ๒๐
	๒. ทบทวน ปรับปรุงคู่มือความขัดแย้งทางผลประโยชน์	กท.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๒) จัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงคู่มือความขัดแย้งทางผลประโยชน์	๒) มีการทบทวนและปรับปรุงคู่มือความขัดแย้งทางผลประโยชน์	๒) คู่มือความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (ฉบับปรับปรุง)
	๓. ทบทวน ปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณของ อ.ต.ก.	กท.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๓) จัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณ อ.ต.ก.	๓) มีการทบทวนและปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณ อ.ต.ก.	๓) คู่มือจรรยาบรรณ อ.ต.ก.(ฉบับปรับปรุง)

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ระยะเวลา การดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี						
๔	๑. ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) อย่างต่อเนื่อง	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑) พัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)	๑) ร้อยละการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)	๑) ร้อยละ ๑๐๐ ของกิจกรรมการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)
	๒. พัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ที่มีประสิทธิภาพ	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๒) จัดให้มีการปรับปรุงสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)	๒.๑) มีการปรับปรุงสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ๒.๒) จำนวนครั้งของการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG)	๒.๑) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์การเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ขององค์กร ๒.๒) มีการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) อย่างน้อย ๔ ครั้ง/ปี

ยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ระยะเวลา การดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมกิจกรรมดูแลใส่ใจผู้บริโภคและ รักษาสิ่งแวดล้อม						
๑	๑. ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด สินค้าเกษตรอินทรีย์/ปลอดภัย เพื่อดูแลใส่ใจสุขภาพผู้บริโภค ๒. กระตุ้นและส่งเสริม เน้นย้ำให้พนักงานและ ผู้ประกอบการ คำนึงถึง หน้าที่และความรับผิดชอบต่อ เพื่อประโยชน์ส่วนรวม	ก.ตธ. กต.๑	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑. จัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตร อินทรีย์/ปลอดภัยให้กับเกษตรกร ๒.๑) จัดให้มีการคัดแยกขยะ ภายในบริเวณตลาด อ.ต.ก. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ๒.๒) รณรงค์การใช้ภาชนะบรรจุ อาหารทำจากวัสดุธรรมชาติ ทดแทนกล่องโฟม ๒.๓) ปรับปรุงและดูแล สภาพแวดล้อมบริเวณตลาด อ.ต.ก. พหลโยธิน ๒.๔) ดูแลบริเวณตลาด อ.ต.ก. ให้ปลอดภัย	๑) จำนวนเกษตรกรผู้เข้าร่วม กิจกรรมตลาดสินค้าเกษตร อินทรีย์/ปลอดภัย ๒.๑) ร้อยละของปริมาณ ขยะภายในบริเวณตลาด อ.ต.ก. ที่ลดลง ๒.๒) จำนวนผู้ประกอบการใช้ ภาชนะบรรจุอาหารจากวัสดุ ธรรมชาติทดแทนกล่องโฟม ๒.๓) ร้อยละของ ความพึงพอใจ การดูแล สภาพแวดล้อมบริเวณตลาด อ.ต.ก. พหลโยธิน	๑) จำนวนเกษตรกร ผู้เข้าร่วม ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย/ปี ๒.๑) ปริมาณขยะภายใน บริเวณตลาด อ.ต.ก. ลดลง จากปีก่อน ร้อยละ ๓๐ ๒.๒) ผู้ประกอบการใช้ ภาชนะบรรจุอาหารจากวัสดุ ธรรมชาติทดแทนกล่องโฟม ร้อยละ ๘๘ ของแผงค้าตลาด อ.ต.ก. ๒.๓) ระดับความพึงพอใจ ผู้ประกอบการ ผู้มาใช้ บริการ และผู้มีส่วนได้เสีย เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ ๓๐

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ระยะเวลา การดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมกิจกรรมด้านการเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์/สินค้าเกษตรและสร้างโอกาสให้แก่เกษตรกร						
๒	๑. สร้างช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์/สินค้าทาง การเกษตรให้กับเกษตรกร ๒. สร้างโอกาสทางการตลาด ให้กับเกษตรกร	กต.๑	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑. จัดพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์/ สินค้าทางการเกษตรให้กับ เกษตรกร ๒. จัดตั้งศูนย์ต้นแบบธุรกิจเกษตร อินทรีย์ ๓. ยกระดับมาตรฐานเกษตรกร ตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์	๑. จำนวนเกษตรกร ผู้เข้าร่วม ๒. ความสำเร็จการจัดตั้ง ศูนย์ต้นแบบธุรกิจเกษตร อินทรีย์ ๓. จำนวนเกษตรกร ผู้เข้ารับการอบรม	๑. จำนวนเกษตรกร ผู้เข้าร่วม ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ราย/ปี ๒. จัดตั้งศูนย์ต้นแบบ ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน ๒ แห่ง ๓. เกษตรกรเข้ารับ การอบรม จำนวน ๘๐๐ ราย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมกิจกรรมการให้พื้นที่ผู้ด้อยโอกาสได้ประกอบอาชีพ และงานบริการคืนสู่สังคม						
๓	สร้างโอกาสการประกอบ อาชีพให้กับผู้ด้อยโอกาส บริเวณตลาด อ.ต.ก. และจัด กิจกรรมการบริการแก่สังคม	กต.๑	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑) จัดพื้นที่ให้กับผู้ด้อยโอกาสได้ ประกอบอาชีพ บริเวณตลาด อ.ต.ก. พหลโยธิน ๒) จัดกิจกรรมการบริการแก่สังคม บริเวณตลาด อ.ต.ก. พหลโยธิน	๑) จำนวนผู้ด้อยโอกาส มีพื้นที่ประกอบอาชีพ บริเวณตลาด อ.ต.ก. ๒) จำนวนกิจกรรม การบริการแก่สังคม ๓) จำนวนกิจกรรม การบำเพ็ญประโยชน์ ต่อสังคม	๑) ผู้ด้อยโอกาสมีพื้นที่ ประกอบอาชีพบริเวณตลาด อ.ต.ก. ไม่น้อยกว่า ๓ ราย/ปี ๒) กิจกรรมการบริการ แก่สังคม จำนวน ๒ กิจกรรม/ปี ๓) กิจกรรมการบำเพ็ญ ประโยชน์ต่อสังคม จำนวน ๒ กิจกรรม/ปี

ลำดับ	กลยุทธ์	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ระยะเวลา การดำเนินงาน	แผนงาน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาระบบการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม						
๔	๑. ส่งเสริมการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๑) จัดให้มีการเผยแพร่ความรู้การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	๑) จำนวนครั้งของการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	๑) ร้อยละ ๑๐๐ ของกิจกรรมการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)
	๒. พัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีประสิทธิภาพ	สผ.	๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๒.๑) ปรับปรุงสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ๒.๒) การเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	๒.๑) จัดทำสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีประสิทธิภาพ ๒.๒) จำนวนครั้งของการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	๒.๑) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์การเผยแพร่ความรู้ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กร ๒.๒) มีการเผยแพร่ความรู้และการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อย่างน้อย ๔ ครั้งปี