



แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงาน  
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ  
(CSR in Process) ระยะยาว Roadmap 5 ปี  
(ปี 2564-2568) และแผนปฏิบัติงาน  
การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม  
ในกระบวนการ (CSR in Process) ประจำปี 2564

## สารบัญ

1	บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary).....	1
2	บทนำ.....	2
2.1	ความเป็นมา .....	2
2.2	วัตถุประสงค์การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process).....	3
2.3	ขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process).....	3
3	หลักการและแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐาน ISO 26000.....	4
3.1	หลักการและแนวคิดตามมาตรฐาน ISO 26000 .....	4
3.2	ประเด็นหลักของมาตรฐาน ISO 26000 (Core Subjects).....	7
4	การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ของ ปณท.....	21
4.1	วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร.....	21
4.2	แผนวิสาหกิจ ปณท ปี 2564-2568 .....	21
4.3	ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2564-2568.....	23
4.4	นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาย่างยั่งยืน .....	26
4.5	นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม .....	27
5	บทวิเคราะห์ .....	29
5.1	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) .....	29
5.2	การวิเคราะห์ TOWS Matrix.....	30
6	แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process).....	33
6.1	แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ระยะยาว Roadmap 5 ปี (ปี 2564-2568) .....	36
6.2	แผนปฏิบัติงานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ประจำปี 2564 .....	44
7	ภาคผนวก – ตัวอย่างโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในต่างประเทศ .....	75
7.1	ตัวอย่างโครงการที่มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านแรงงาน.....	75
7.2	ตัวอย่างโครงการที่มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านสังคม .....	82
7.3	ตัวอย่างโครงการที่มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม .....	89

## สารบัญญรูป

รูปที่ 1	ห่วงโซ่คุณค่า (Michael Porter's Value Chain Proposal, Competitive Advantage, 1985) .....	4
รูปที่ 2	หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคม .....	5
รูปที่ 3	ประเด็นหลักตามมาตรฐาน ISO 26000 .....	7
รูปที่ 4	ประเด็นการกำกับกิจการที่ดี.....	8
รูปที่ 6	ประเด็นการปฏิบัติด้านแรงงาน .....	11
รูปที่ 7	ประเด็นสิ่งแวดล้อม .....	13
รูปที่ 8	ประเด็นการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม.....	15
รูปที่ 9	ประเด็นด้านผู้บริโภค.....	17
รูปที่ 11	แผนวิสาหกิจ ปณท ปี 2564-2568 .....	22
รูปที่ 12	ลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย .....	23
รูปที่ 13	ประเด็นสำคัญ (Materiality) ด้านความยั่งยืน ของ ปณท.....	24
รูปที่ 14	แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2564-2568.....	25
รูปที่ 15	นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ ปณท.....	26
รูปที่ 16	แผนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน .....	27
รูปที่ 17	ยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ ปณท .....	33
รูปที่ 18	ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 4 (SO4) และยุทธศาสตร์ การดำเนินงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการระยะยาว (3Ps) .....	34
รูปที่ 19	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กร ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process).....	35

## 1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด มีวิสัยทัศน์องค์กร “เป็นกลุ่มผู้ให้บริการไปรษณีย์และ Logistics ครบวงจรอย่างยั่งยืนด้วยมาตรฐานสากล” และมีพันธกิจในการ “ให้บริการจัดส่งสิ่งของ ข่าวสาร ข้อมูล และโอนเงินทั่วโลกที่ลูกค้าเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ราคาสมเหตุสมผล และเชื่อถือได้ พัฒนาให้ไปรษณีย์ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไปรษณีย์และบริการ Logistics สำหรับธุรกิจ e-Commerce ของประเทศ บริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากข้อมูล การดำเนินงานในการสร้างฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจของลูกค้าให้เติบโตไปด้วยกัน ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน”

ปณท ตระหนักดีว่า ธุรกิจจะดำเนินอยู่ได้และเติบโต ต้องอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่ง ปณท ได้ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันสังคมได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ส่งผลให้มีการออกมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ในระดับสากล ISO 26000 เน้นถึงความรับผิดชอบต่อกระบวนการทำธุรกิจ หรือ CSR in Process ปณท จึงได้นำหลักการตามมาตรฐาน ISO 26000 มาพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการของ ปณท ให้ก้าวสู่ระดับสากล

เมื่อนำหลักการตามมาตรฐาน ISO 26000 มาวิเคราะห์ร่วมกับบริบท วิสัยทัศน์ พันธกิจ แผนวิสาหกิจ ยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปณท นโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืน นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ 7 ประเด็นหลัก (Core Subjects) ตามมาตรฐานฯ ของ ปณท ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร/พนักงาน เพื่อนำมาทำ SWOT พบว่า การดำเนินงานของ ปณท สอดคล้องและครอบคลุมในประเด็นหลัก (Core Subjects) ครบถ้วน และยังมีช่องทางการพัฒนาตามประเด็นย่อย (Issues) ของแต่ละประเด็นหลักได้อีกมาก นอกจากนี้ ปณท ยังได้นำผลจากการทำ SWOT มาวิเคราะห์ต่อยอดด้วย TOWS เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ด้านเศรษฐกิจ (SO1: เพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณภาพของกระบวนการทำงาน SO2: เพื่อขยายฐานรายได้ในกลุ่มธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ SO3: เพื่อสร้างสมดุลให้โครงสร้างธุรกิจในระยะยาว) ด้านสังคม ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านสิ่งแวดล้อม (SO4: เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทย) แผนวิสาหกิจ ปณท พ.ศ. 2564 – 2568

ยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ ได้แก่อยุทธศาสตร์ 3Ps ประกอบด้วย **People** , **Product**, **Planet** มีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้าน **People** เป็นการเสริมสร้างความสุขให้กับบุคลากรไปรษณีย์และผู้คนในสังคม กลยุทธ์ด้าน **Product** เป็นการผลักดันให้ไปรษณีย์ไทยเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนด้วยห่วงโซ่ธุรกิจที่แข็งแกร่งและนวัตกรรมที่ทันสมัย และกลยุทธ์ด้าน **Planet** เป็นการพัฒนาและจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้บริการ Logistics แบบยั่งยืน โดยมีแผนงานที่ตอบสนองกลยุทธ์ทั้งสิ้น 24 แผนงาน เริ่มตั้งแต่แผนงานที่เป็นการเรียนรู้ สร้างความตระหนักและพัฒนาพนักงานของ ปณท เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ ดำเนินการขยายเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการสู่ห่วงโซ่คุณค่า และยกระดับมาตรฐานงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการระดับสากลได้ต่อไป

## 2 บทนำ

### 2.1 ความเป็นมา

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด จากเดิมได้รับการจัดตั้งขึ้นในปี 2426 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเริ่มจากเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกรมไปรษณีย์ (ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข) จนถึงต้นปี 2520 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในนามการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ต่อมาในปี 2546 จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งผลให้ต้องมีการแปลงสภาพกิจการไปรษณีย์อีกครั้งเป็นรูปบริษัทจำกัด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเชิงธุรกิจและศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเองได้ ในขณะที่ยังคงรับภาระในการให้บริการเชิงสังคมเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน ปณท ได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารและการดำเนินการให้เป็นเชิงรุกมากขึ้น มีการแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ และกลุ่มบริการค้าปลีกและการเงิน โดยบริการด้านการจัดส่งเอกสารถึงผู้รับในประเทศ ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์เป็นเพียงบริการเดียวที่ ปณท ยังคงได้รับอำนาจสิทธิขาดในการให้บริการตาม พ.ร.บ. ไปรษณีย์ พ.ศ. 2477

ในอดีตการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จะทำได้เพื่อหวังผลกำไรสูงสุด จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจทั่วโลก เรื่องความไม่โปร่งใสในการบริหารงาน การทุจริตคอร์รัปชัน การละเมิดสิทธิมนุษยชน การประท้วงของพนักงาน เนื่องจากถูกเอาเปรียบ หรือแม้แต่ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และอุบัติเหตุร้ายแรง ล้วนส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงัก ภาพลักษณ์เสียหาย ตัวอย่างเช่น การประท้วงของพนักงานองค์กรระดับโลกเนื่องจากองค์กรฯ ปกป้องผู้บริหารที่มีพฤติกรรมคุกคามทางเพศพนักงานในที่ทำงาน การปนเปื้อนของสารเมลามีน ซึ่งเป็นสารพิษในนมผงยี่ห้อหนึ่ง ส่งผลให้มีทารกเสียชีวิต กรณีการปนเปื้อนสารตะกั่วจากโรงแต่งแร่ลงสู่แหล่งน้ำใน จังหวัดกาญจนบุรี ส่งผลให้ชาวบ้านกะเหรี่ยงในหมู่บ้านได้รับสารตะกั่วและสารพิษ จนชาวบ้านเจ็บป่วย เจ้าของธุรกิจต้องชดเชยความเสียหายให้แก่ชาวบ้านและฟื้นฟูสภาพสิ่งแวดล้อมให้กลับสู่สภาพปกติ เป็นเงินมหาศาล ธุรกิจจึงเริ่มตระหนักว่า การทำธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนได้ หากแต่ต้องดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

ธุรกิจไปรษณีย์ ถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่ในทุกขั้นตอนการให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นรับฝากจนถึงการนำจ่ายแก่ผู้รับ มีแนวโน้มที่จะเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมได้ ส่งผลให้การไปรษณีย์ทั่วโลกให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการทำงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปณท เอง แม้ได้ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมาในระดับหนึ่งภายใต้กฎข้อบังคับ ระเบียบของรัฐบาลวิสาหกิจ หน่วยงานกำกับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งมีหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อตามโครงสร้าง ปณท ในประเด็นข้างต้น มาอย่างต่อเนื่อง หากแต่ต้องการพัฒนาการดำเนินงานให้มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับที่สูงขึ้น จึงได้กำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามกรอบมาตรฐานสากลด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 และจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) โดยใช้ความสามารถพิเศษ (Core Competency) ของ ปณท เพื่อให้กระบวนการดำเนินงานภายในของ ปณท ได้คำนึงถึงผลกระทบทั้งในทางตรงและทางอ้อมที่เกิดขึ้นกับสังคม ชุมชน และ

สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างการเติบโตที่สมดุลระหว่างองค์กร เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้อย่างเป็นรูปธรรม

## 2.2 วัตถุประสงค์การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process)

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ของ ปณท นั้น ได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการดำเนินงานภายในองค์กรให้สามารถตอบสนองต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของ ปณท ที่ครอบคลุมในด้านหลักการกำกับกิจการที่ดี ด้านแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการสร้างสรรค์สินค้า บริการ ตลอดจนด้านการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน รวมไปถึงการส่งเสริมและมุ่งเน้นให้ผู้บริหารและบุคลากร ปณท มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ปี พ.ศ. 2564-2568 มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 2.2.1 เป็นกรอบในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ ปณท ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 26000
- 2.2.2 เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ ปณท ตามแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ของธุรกิจประเภทเดียวกัน

## 2.3 ขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process)

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

- 2.3.1 ศึกษาบริบทของ ปณท ทั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ของ ปณท เพื่อทราบถึงวัฒนธรรมและทิศทางขององค์กร
- 2.3.2 ศึกษาแผนยุทธศาสตร์องค์กร (แผนวิสาหกิจ) ปณท ปี 2564 – 2568
- 2.3.3 ศึกษายุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2564 – 2568
- 2.3.4 สัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ การดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อประเด็นสำคัญ (Core Subjects) ของมาตรฐาน ISO 26000
- 2.3.5 นำหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐาน ISO 26000 มาเป็นแนวทางเพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process)
- 2.3.6 จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) เพื่อนำไปสู่มาตรฐานสากล

### 3 หลักการและแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐาน ISO 26000

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ที่เป็นมาตรฐานและได้รับการยอมรับในระดับสากล มีหลักการและแนวคิดที่อ้างอิงตามมาตรฐาน ISO 26000 ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

#### 3.1 หลักการและแนวคิดตามมาตรฐาน ISO 26000

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ตามมาตรฐาน ISO 26000 นั้น ประกอบด้วยคำสำคัญ (Keyword) 2 คำ คือ คำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” และ “สังคม” ซึ่งคำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” หมายถึง ความรับผิดชอบต่อที่อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ หรือ CSR in Process ส่วนคำว่า “สังคม” หมายถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดขององค์กร มิใช่เพียงชุมชนหรือสังคมเท่านั้น พุดโดยรวมก็คือ การที่ธุรกิจดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งในเชิงบวกและเชิงลบตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ดังรูปที่ 1 โดยมีหลักการ (Principles) ของความรับผิดชอบต่อสังคม 7 หลักการ (รูปที่ 2)



รูปที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่า (Michael Porter's Value Chain Proposal, Competitive Advantage, 1985)

## 7 หลักการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม



รูปที่ 2 หลักการของความรับผิดชอบต่อสังคม

### 3.1.1 หลักการความรับผิดชอบต่อการทำและการตัดสินใจ (Accountability)

องค์กรควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในสิ่งที่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากองค์กร โดยองค์กรควรยอมรับการตรวจสอบ และพร้อมที่จะรับผิดชอบในผลการตรวจสอบนั้น ในกรณีที่เกิดการกระทำที่ผิดพลาดขึ้น ควรมีมาตรการที่เหมาะสมในการแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดนั้น และดำเนินการป้องกันมิให้เกิดซ้ำ

### 3.1.2 หลักการความโปร่งใส (Transparency)

องค์กรควรมีความโปร่งใสในการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่มีผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม องค์กรควรเปิดเผยนโยบาย การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่ออย่างชัดเจน ถูกต้อง และครบถ้วน มีการเตรียมข้อมูลดังกล่าวที่เป็นข้อเท็จจริง และชัดเจนให้พร้อมเพื่อให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมขององค์กรสามารถเข้าถึงได้ตามความเหมาะสมกับช่วงเวลา

### 3.1.3 หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)

องค์กรควรปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม โดยคำนึงถึงคน สัตว์ และสิ่งแวดล้อม และมุ่งเน้นไปที่ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์กรควรมีการพัฒนาโครงสร้างการกำกับกิจการที่ดีที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งมีกลไกในการควบคุมดูแลให้เกิดการปฏิบัติ การรายงานผลการปฏิบัติ การป้องกัน และการแก้ไขที่ไม่ก่อให้เกิดการขัดแย้งต่อผลประโยชน์ขององค์กรที่จะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรม



### 3.1.4 หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interests)

องค์กรควรมีการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เคารพต่อผลประโยชน์และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำนึกในสิทธิทางกฎหมายและผลประโยชน์ที่ชอบด้วยกฎหมาย คำนึงถึงความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการติดต่อและการเข้าไปดำเนินการร่วมกับองค์กร คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร นอกจากนี้ ควรพิจารณาผลกระทบจากการตัดสินใจหรือการดำเนินกิจกรรมขององค์กรในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### 3.1.5 หลักการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law)

องค์กรควรยอมรับในการปฏิบัติตามหลักนิติธรรม โดยดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย รวมทั้งสอดคล้องกับกฎข้อบังคับที่ออกด้วยอำนาจ กฎหมาย นโยบาย กฎระเบียบ และระเบียบปฏิบัติขององค์กรอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้งแจ้งข้อมูลตามภาระหน้าที่ตามกฎหมาย และทบทวนกฎหมายเป็นระยะ

### 3.1.6 หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior)

องค์กรควรเคารพและยึดมั่นต่อแนวปฏิบัติสากล หลีกเลี่ยงการเข้าร่วมกับองค์กรอื่นในการดำเนินกิจกรรมที่ผิดต่อแนวปฏิบัติสากล และในสถานการณ์ที่ขัดกับแนวปฏิบัติสากล องค์กรควรพิจารณาความเหมาะสม ทบทวนการดำเนินกิจกรรมและความสัมพันธ์ภายใต้ขอบเขตอำนาจของกฎหมาย ในกรณีที่ไม่มีความคุ้มครองทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศที่องค์กรตั้งอยู่ องค์กรควรพิจารณายึดหลักปฏิบัติตามสากล

### 3.1.7 หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Rights)

องค์กรควรเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในระดับสากลซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ได้ในทุกประเทศ ทุกวัฒนธรรม และทุกสถานการณ์ ในสถานการณ์ที่สิทธิมนุษยชนไม่ได้ถูกปกป้อง องค์กรควรจัดการให้เกิดการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้อง และหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ได้มาซึ่งผลประโยชน์ในสถานการณ์ที่กฎหมายในประเทศหรือการดำเนินงานไม่ได้มีการปกป้องสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม โดยให้ยึดถือหลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล

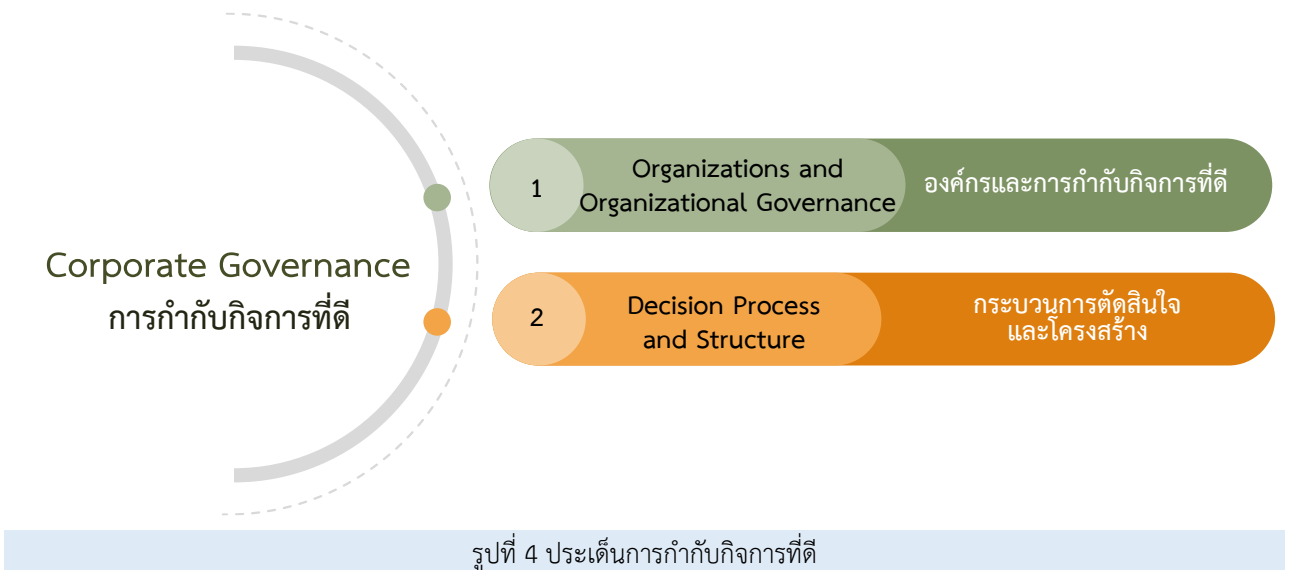
### 3.2 ประเด็นหลักของมาตรฐาน ISO 26000 (Core Subjects)

ประเด็นหลักตามมาตรฐาน ISO 26000 ครอบคลุมประเด็นสำคัญพื้นฐานที่องค์กรควรมีเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ประกอบด้วยประเด็นหลัก 7 ประเด็น (รูปที่ 3) ได้แก่



รูปที่ 3 ประเด็นหลักตามมาตรฐาน ISO 26000

### 3.2.1 ธรรมาภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organizational Governance)



ธรรมาภิบาลหรือการกำกับกิจการที่ดีขององค์กร ในความหมายของกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ หมายถึง การจัดทำมีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่าพร้อมรับการตรวจสอบได้ นั่นคือ มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นด้วย

หลักการด้านการกำกับกิจการที่ดีประกอบด้วยเรื่องสำคัญ (Issues) 5 เรื่อง ดังนี้

- **สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders)** ด้วยผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าขององค์กร โดยควบคุมองค์กรผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญขององค์กร องค์กรจึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน
- **การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment of Shareholders)** ผู้ถือหุ้นทุกรายควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยควรได้รับการปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเท่าเทียมกัน
- **บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Role of Stakeholders)** ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรได้รับการดูแลจากองค์กรตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงินและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ
- **การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)** คณะกรรมการควรดูแลให้องค์กรเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้

ทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกัน และน่าเชื่อถือ

- **ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ (Responsibilities of the Board)** คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงวิธีการ กระบวนการ และขั้นตอนในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังกล่าว อีกทั้งวิธีการติดตามวัดผลการดำเนินงานอันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้รับความเป็นธรรมเท่าเทียมกัน รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่การเติบโตและความมีเสถียรภาพของธุรกิจ พร้อมไปกับการดูแลชุมชน สิ่งแวดล้อม และผลประโยชน์ของสังคมที่ธุรกิจนั้นดำเนินกิจการอยู่

### 3.2.2 สิทธิมนุษยชน (Human Rights)



รูปที่ 5 ประเด็นสิทธิมนุษยชน

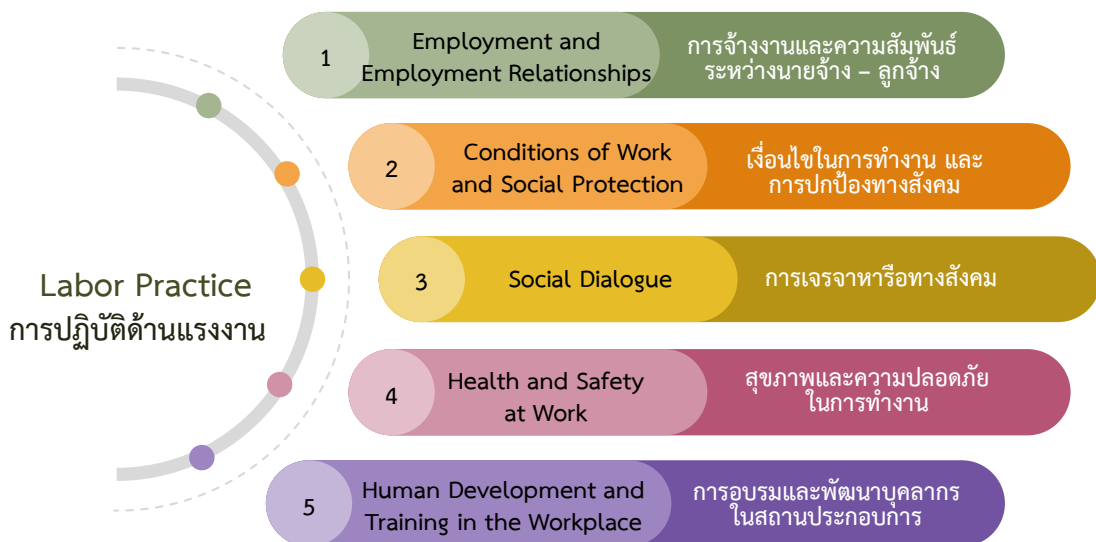
- **การตรวจสอบอย่างรอบด้าน (Due Diligence)** องค์กรควรมีการตรวจสอบและประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร ด้วยการชี้บ่ง ป้องกัน และประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และอาจเกิดขึ้นในอนาคตในทุกกระบวนการ

- **สถานการณ์ที่มีความเสี่ยงในเรื่องสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Situation)** องค์กรพึงต้องมีความระมัดระวังที่จะเข้าไปมีส่วนทำให้ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนรุนแรงขึ้นในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงในเรื่องสิทธิมนุษยชน ได้แก่ สถานการณ์ที่มี 1) ความขัดแย้งหรือขาดเสถียรภาพทางการเมืองอย่างรุนแรง 2) ภาวะความยากจน ภาวะแห้งแล้ง และการเรียกร้องหรือความต้องการบริการด้านสุขภาพ และภัยธรรมชาติ 3) การเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีการนำทรัพยากรมาดัดแปลงหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญ เช่น แหล่งน้ำ ป่าไม้ หรือชั้นบรรยากาศและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อชุมชน 4) การดำเนินงานอยู่ใกล้ชุมชนพื้นเมือง 5) กิจกรรมที่สามารถส่งผลกระทบต่อหรือเกี่ยวข้องกับเด็ก 6) วัฒนธรรมการคอร์รัปชันในองค์กร 7) ห่วงโซ่คุณค่าที่ซับซ้อน มีการใช้แรงงานที่ไม่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย และ 8) สถานการณ์ที่มีการใช้คนงานต่างด้าว
- **การหลีกเลี่ยงการสมรู้ร่วมคิด (Avoidance of Complicity)** องค์กรควรหลีกเลี่ยงที่จะสนับสนุน/ช่วยเหลือการกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือรับประโยชน์จากการได้มาซึ่งการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้อื่น หรือละเลยการใช้อำนาจที่มีอย่างเหมาะสมต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- **การแก้ไขปัญหาความคับข้องใจ (Resolving Grievances)** องค์กรควรกำหนดให้มีกลไกในการแก้ไขปัญหาความคับข้องใจอันเนื่องมาจากความเป็นธรรมสำหรับบุคลากรภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน ตั้งแต่วิธีการหรือช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียน กรอบเวลา ตลอดจนการแจ้งผลและการแก้ปัญหาตามหลักมาตรฐานสิทธิมนุษยชนที่สากลยอมรับแก่ผู้ร้องเรียน/ผู้เสียหาย โดยให้ผู้เสียหายสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล คำแนะนำ และผู้เชี่ยวชาญที่จำเป็น เพื่อเป็นส่วนทำให้กระบวนการเรียกร้องมีความเป็นธรรม
- **การเลือกปฏิบัติและกลุ่มผู้ที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ (Discrimination and Vulnerable Groups)** องค์กรเคารพสิทธิและไม่เลือกปฏิบัติต่อกลุ่มคนที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษอื่น ๆ ซึ่งครอบคลุมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้อพยพ คนยากจน ผู้ไม่รู้หนังสือ ผู้ติดเชื้อ HIV/AIDS ชนกลุ่มน้อย และกลุ่มทางศาสนา ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ ตลอดจนมีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตามความเหมาะสม มีแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการจ้างแรงงานเด็ก เคารพสิทธิส่วนบุคคลของชนพื้นเมืองเมื่อต้องมีการตัดสินใจและมีส่วนร่วมกับองค์กรในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องการจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดการทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและทางปัญญา
- **สิทธิการเป็นพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (Civil and Political Rights)** องค์กรควรเคารพต่อสิทธิส่วนบุคคลรวมถึงสิทธิการเป็นพลเมืองอื่น ๆ ได้แก่ สิทธิในการดำรงชีวิตอย่างมีเกียรติ สิทธิในการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออก สิทธิในการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน สิทธิในการเข้าถึงบริการสาธารณะ สิทธิในการเลือกตั้ง สิทธิที่จะเข้าถึงกระบวนการทางกฎหมายและการรับฟังคำชี้แจง ก่อนการพิจารณาโทษ เสรีภาพในการนับถือศาสนาและความเชื่อ เสรีภาพในการชุมนุมและสมาคมอย่างสงบ ตลอดจนเสรีภาพในการไม่ถูกแทรกแซงตามอำเภอใจ

- **สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Economic, Social and Cultural Rights)** ทุกคนในฐานะสมาชิกของสังคม ย่อมมีสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่จำเป็นในการพัฒนาตนเอง ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการศึกษา อยู่ในสถานที่ทำงานที่ดี (Favorable Condition) มีมาตรฐานทางสุขภาพที่เพียงพอทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ มีมาตรฐานการดำรงชีวิต (อาหารที่อยู่ และการรักษาพยาบาล) ที่ดีและเพียงพอ ตลอดจนมีการปกป้องทางสังคม เช่น การประกัน การว่างงาน การประกันการเจ็บป่วย เป็นต้น
- **สิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Fundamental Principles and Rights at Work)** สิทธิในข้อนี้เน้นประเด็นแรงงาน การให้เสรีภาพในการสมาคมและการรวมกลุ่มเพื่อเจรจาต่อรองของลูกจ้าง โดยอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร ไม่หาผลประโยชน์จากการใช้แรงงานบังคับ หรือทำงานโดยไม่สมัครใจ ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันและไม่เลือกปฏิบัติ และไม่ใช้แรงงานเด็ก

### 3.2.3 การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices)

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม คือ การเคารพและปฏิบัติต่อแรงงานสอดคล้องกับกฎหมายและหลักจริยธรรมเพื่อสร้างความยุติธรรม ความมั่นคงและความสงบสุขในสังคม อันรวมถึงการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรเอง เนื่องจากแรงงานเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงของธุรกิจ ซึ่งทำหน้าที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดขึ้น ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ได้แก่



รูปที่ 6 ประเด็นการปฏิบัติด้านแรงงาน

- **การจ้างงานและความสัมพันธ์ในการจ้างงาน (Employment and Employment Relationships)** องค์กรควรมีการจ้างงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และไม่หาช่องทางหลีกเลี่ยงภาระหน้าที่ของนายจ้าง ซึ่งครอบคลุมทั้งการจ้างงานของผู้รับเหมา ผู้รับจ้างช่วง มีการวางแผน

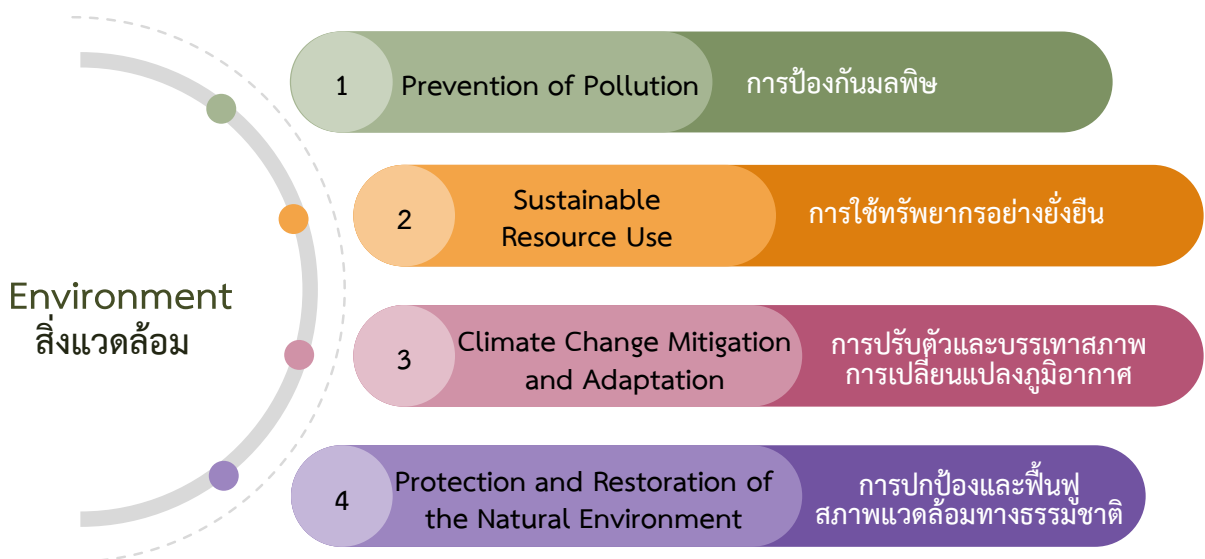
อัตรากำลังเพื่อหลีกเลี่ยงการจ้างงานบางเวลา เป็นบางครั้งบางคราว หรือการจ้างแรงงานชั่วคราว มากเกินไป ยกเว้นว่าลักษณะของงานนั้นเป็นงานระยะสั้น งานตามฤดูกาล หรืองานโครงการ ที่มีระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี มีการแจ้งและให้ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสภาพการจ้างงานภายในระยะเวลาที่เหมาะสม และให้ผู้แทนลูกจ้างมีส่วนร่วมในการหาแนวทางลดผลกระทบนั้น ไม่ปลดออก เลิกจ้าง และไล่ออกโดยไม่มีกฎเกณฑ์หรือเลือกปฏิบัติ ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของลูกจ้าง มีขั้นตอนที่มั่นใจได้ว่า ผู้รับเหมา ผู้รับจ้างช่วงที่ทำงานให้กับองค์กร ได้รับการยอมรับตามกฎหมายหรือแสดงความรับผิดชอบต่อในฐานะของนายจ้าง และได้รับการแสดงออกถึงความเท่าเทียมกัน ตลอดจนไม่หาผลประโยชน์จากความไม่เป็นธรรม เอาเปรียบ หรือกดขี่ด้านแรงงานจากคู่ธุรกิจ ผู้ส่งมอบ ผู้รับจ้างช่วง

- **สภาพการจ้างและการปกป้องทางสังคม (Conditions of Work and Social Protection)** สภาพการจ้างในที่นี้ครอบคลุมค่าจ้างและการชดเชยในทุกรูปแบบ ชั่วโมงการทำงาน วันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดพักผ่อนประจำปี วันหยุดตามประเพณี สุขภาพและความปลอดภัย การคุ้มครองความเป็นมารดา และสวัสดิการต่าง ๆ มีการปกป้องทางสังคมทั้งทางกฎหมายและเป็นนโยบายขององค์กรด้วยการมีหลักประกันการจ้างงานเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนกรณีถูกเลิกจ้าง ลดค่าจ้าง อันเนื่องจากการบาดเจ็บ พิการจากงาน การรักษาพยาบาล การเลี้ยงดูบุตร อีกทั้งการเกษียณอายุ
- **การสานเสวนาทางสังคม (Social Dialogue)** หมายถึง การปรึกษาหารือ ต่อรอง หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างตัวแทนนายจ้าง ลูกจ้าง และในบางกรณี มีตัวแทนภาครัฐ ร่วมด้วย องค์กรควรกำหนดโครงสร้างการเจรจาต่อรองระหว่างนายจ้างและลูกจ้างขององค์กร เพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกจ้าง ไม่ปลด หรือไล่ออก หรือการเลือกปฏิบัติต่อบุคคล หรือกลุ่มคนที่มีการจัดตั้งเพื่อการเจรจาต่อรอง รวมถึงไม่คุกคามทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยวิธีการข่มขู่ หรือสร้างให้เกิดความกลัว จัดให้มีการแจ้งไปยังตัวแทนภาครัฐและผู้แทนของลูกจ้าง เพื่อให้เกิดการตรวจสอบร่วมกันในการบรรเทาผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นเท่าที่เป็นไปได้มากที่สุด ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการจ้างงาน สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริงเกี่ยวกับสถานะการดำเนินธุรกิจ ผลประกอบการ และกิจกรรมขององค์กร
- **สุขภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน (Health and Safety at Work)** องค์กรควรส่งเสริมและป้องกันลูกจ้างจากอันตรายอันเกิดจากการทำงานทั้งทางกายและจิตใจ จัดให้มีการทำงานและสถานที่ที่ปลอดภัยบนหลักการของความปลอดภัยและมาตรฐานด้านสุขอนามัย และความเท่าเทียมกันทั้งลูกจ้าง ลูกจ้างชั่วคราว และผู้รับจ้างช่วง รวมถึงการจ้างงานนอกเวลา มีการวิเคราะห์และควบคุมความเสี่ยงต่อสุขภาพและความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมขององค์กร มีการกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงตามลำดับขั้น (การขจัด การทดแทน การควบคุมทางวิศวกรรม การบริหารจัดการ ขั้นตอนการทำงาน และอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล) รวมถึงการเตรียมความพร้อมในภาวะฉุกเฉิน ทั้งการซ้อม การทบทวน และการสื่อสารแผนดังกล่าว มีการบันทึกและสอบสวนอุบัติการณ์ด้านสุขภาพและความปลอดภัย ปัญหาที่ได้รับแจ้งจากลูกจ้างเพื่อทำการลด

หรือกำจัดปัญหาดังกล่าว ไม่ผลักภาระค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพและการตรวจวัดด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงานให้เป็นหน้าที่ของลูกจ้าง ตลอดจนมีการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องข้อกำหนดด้านความปลอดภัยเพื่อให้ลูกจ้างสามารถปฏิบัติได้ และให้มั่นใจว่าลูกจ้างได้ทำตามขั้นตอนที่ถูกต้อง นอกจากนี้ ยังให้ลูกจ้างสามารถปฏิเสธงานที่ได้รับได้ หากพิจารณาอย่างมีเหตุผลแล้วว่า อาจมีอันตรายหรือเกิดอันตรายร้ายแรงต่อชีวิต หรือสุขภาพของตนเองหรือชีวิตและสุขภาพของผู้อื่น

- **การพัฒนามนุษย์และการฝึกอบรมในสถานที่ปฏิบัติงาน (Human Development and Training in the Workplace)** องค์กรควรจัดให้ลูกจ้างทุกคน ทุกระดับ ได้รับการฝึกอบรม การพัฒนาทักษะ การฝึกงาน เพื่อเพิ่มความสามารถและปฏิบัติหน้าที่ได้ดีขึ้น ตลอดจนให้โอกาสก้าวหน้าทางอาชีพบนพื้นฐานความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ และให้มั่นใจว่าลูกจ้างที่เปลี่ยนหน้าที่จะได้รับการฝึกอบรมและคำแนะนำที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ใหม่

### 3.2.4 สิ่งแวดล้อม (Environment)



รูปที่ 7 ประเด็นสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันธุรกิจได้รับแรงกดดันจากสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในรูปแบบของปัญหามลพิษและมหันตภัยทางธรรมชาติต่าง ๆ องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงต้องจัดให้มีการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงในกระบวนการดำเนินงานขององค์กรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่องค์กรสามารถดำเนินการเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้แก่ธุรกิจ ได้แก่



- **การป้องกันมลภาวะ (Prevention of Pollution)** คือ การจัดการควบคุมมลภาวะต่าง ๆ เช่น มลพิษทางอากาศและน้ำ มลพิษจากกระบวนการจัดการของเสีย การใช้และการกำจัดสารเคมีที่เป็นพิษ เป็นต้น ด้วยการซึบประเด็นหรือผลกระทบสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากกิจกรรมขององค์กร มีมาตรการในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบนั้น ๆ มีการตรวจวัด บันทึกผลดำเนินการเพื่อใช้ในการปรับปรุงให้ดีขึ้น
- **การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Sustainable Resource Use)** เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด ธุรกิจจึงต้องใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในทุกกิจกรรม เช่น ลดการใช้พลังงาน น้ำ และทรัพยากรอื่น ๆ โดยการนำทรัพยากรทางเลือกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และมีผลกระทบต่อมาใช้ร่วมกันหรือทดแทนทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป ใช้วัสดุรีไซเคิล หรือนำกลับมาใช้ใหม่ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กำหนดแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และสร้างจิตสำนึกให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
- **การบรรเทาและปรับตัวให้เข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate Change Mitigation and Adaptation)** ในหัวข้อนี้มี 2 ประเด็น ที่องค์กรควรดำเนินการ คือ
  - การบรรเทาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ องค์กรควรซึบแหล่งกำเนิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อม ภายในขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีการตรวจวัด บันทึก และรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยใช้วิธีที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนดำเนินการทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้ขอบเขตที่องค์กรควบคุมได้
  - การปรับตัวให้เข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ องค์กรควรพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับโลกและระดับท้องถิ่น เพื่อซึบความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร และผนวกเรื่องการปรับตัวต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศเข้าไปในกระบวนการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อหลีกเลี่ยงและลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด และควรสร้างให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสามารถดังกล่าวนี้ด้วย
- **การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ (Protection of the Environment, Biodiversity and Restoration of Natural Habitats)** คือ การสร้างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อปกป้องสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ และช่วยบูรณะที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบนิเวศในสิ่งแวดล้อม

### 3.2.5 การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices)



รูปที่ 8 ประเด็นการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมเป็นการปฏิบัติ หรือการประกอบธุรกรรมในการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมขององค์กรหนึ่งต่อองค์กรอื่น การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมถือเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในสัมพันธภาพของธุรกิจและผู้เกี่ยวข้องในระยะยาว ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม จึงให้ความสำคัญและส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมต่าง ๆ ได้แก่

- การต่อต้านการทุจริต (Anti-corruption)** มี 2 มิติ คือ การต่อต้านการทุจริตภายในและภายนอกองค์กร เป็นการป้องกันและกำจัดการใช้อำนาจในทางที่ผิดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ส่วนตัวหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นหรือต่อส่วนรวม อันเป็นการทำลายประสิทธิภาพและชื่อเสียงทางจริยธรรมขององค์กร การทุจริตอาจเกิดได้ในหลายลักษณะ เช่น การติดสินบนเจ้าหน้าที่ด้วยการชักชวน การเสนอ การให้ หรือการรับเงิน และ/หรือสิ่งของ การมีผลประโยชน์ทับซ้อน การฉ้อฉล การฟอกเงิน การยกยอก การปกปิดข้อเท็จจริง การขัดขวางกระบวนการยุติธรรม การค้าภายใต้อิทธิพล เป็นต้น การทุจริตเป็นสิ่งที่ทำลายประสิทธิภาพและชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดผลเสียหายต่อธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันแล้ว ยังทำให้เกิดการฝ่าฝืนสิทธิมนุษยชน ทำลายกระบวนการทางกฎหมาย ทำให้สังคมเกิดความอ่อนแอ และทำลายสิ่งแวดล้อมอีกด้วย
- การเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Political Involvement)** องค์กรสามารถส่งเสริมกระบวนการการเมืองภาคมหาชน และสนับสนุนการพัฒนานโยบายสาธารณะซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคมในระดับมหภาคได้ แต่ต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดการใช้อำนาจ

กรอบงานที่ผิดจริยธรรม รวมถึงต้องควบคุมไม่ให้เกิดการใช้อำนาจในการบั่นทอนกระบวนการทางการเมืองด้วยการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการเคารพต่อกฎหมายหรือหลักนิติธรรม การยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรมและความถูกต้อง ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส เท่าเทียมกัน และความรับผิดชอบต่อที่สามารถยอมรับการตรวจสอบได้

- **การแข่งขันที่เป็นธรรม (Fair Competition)** มีส่วนกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุนของสินค้าและบริการ และสร้างมาตรฐานที่ดีในการจัดซื้อจัดจ้าง องค์กรควรมีกระบวนการหรือการป้องกันพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขัน สร้างความตระหนักแก่พนักงาน และไม่ใช้ประโยชน์จากสภาพทางสังคม เช่น ความยากจน มาทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่ยุติธรรม
- **การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่คุณค่า (Promoting Social Responsibility in the Value Chain)** องค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานขององค์กรหนึ่งๆ ไม่ได้เป็นผลมาจากการดำเนินงานของตัวองค์กรเองเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่เป็นผลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนั้น องค์กรควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการจัดซื้อจัดจ้างโดยการเป็นผู้นำและพี่เลี้ยง
- **การเคารพสิทธิในทรัพย์สิน (Respect for Property Rights)** สิทธิในทรัพย์สิน หมายถึง ทั้งทรัพย์สินที่เป็นสิ่งของและทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับทรัพย์สินดังกล่าว โดยสิทธิในการครอบครองทรัพย์สินถือเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน ดังนั้น ในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิในทรัพย์สินขององค์กรอื่น ซึ่งสามารถแสดงความมุ่งมั่นผ่านนโยบาย หลักปฏิบัติต่าง ๆ ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงการตรวจสอบการใช้หรือจำหน่ายทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

### 3.2.6 ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issues)



รูปที่ 9 ประเด็นด้านผู้บริโภค

หลักการสำคัญของความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือ สินค้าที่ปลอดภัย ข้อมูลของสินค้าและบริการ ที่ชัดเจน ตลอดจนการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค การลดความเสี่ยงจากการใช้สินค้าและบริการให้เหลือน้อยที่สุด รวมถึงการโฆษณาและการตลาดที่เป็นธรรม การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย การปกป้องข้อมูลและรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญหนึ่งเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือ การพัฒนาสินค้าและบริการให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้ รวมถึงผู้บริโภคที่ด้อยโอกาส ตลอดจนการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืนเพื่อเคารพและรักษาสิทธิของผู้บริโภคอย่างเพียงพอ

นอกจากนี้ เมื่อองค์กรตระหนักว่าสินค้าและบริการก่อให้เกิดผลกระทบในด้านสุขภาพหรือความปลอดภัยในลักษณะใด ๆ ต่อผู้บริโภค องค์กรต้องรีบเปิดเผยข้อมูล เรียกคืนสินค้าที่มีปัญหานั้น และจัดการแก้ไขเยียวยาโดยทันทีเพื่อให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคให้น้อยที่สุด

- การตลาดที่เป็นธรรม ข้อมูลที่เป็นจริงและไม่เบี่ยงเบน และการปฏิบัติทางสัญญาที่เป็นธรรม (Fair Marketing, Factual and Unbiased Information and Fair Contractual Practices) ธุรกิจต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่หลอกลวง ทำให้เข้าใจผิด ฉ้อโกงหรือไม่เป็นธรรม ไม่ชัดเจน หรือคลุมเครือ รวมทั้งปกปิดข้อมูลที่จำเป็น ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างโปร่งใส ถูกต้อง ครบถ้วน สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการเปรียบเทียบ

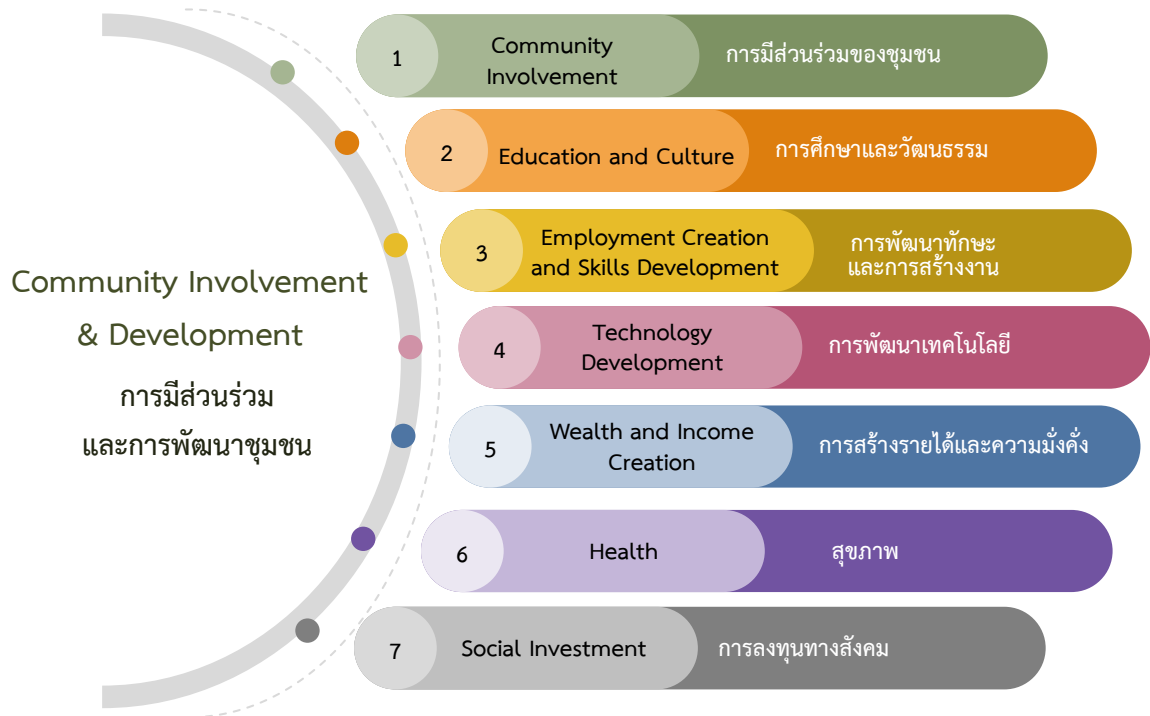
และตัดสินใจของผู้บริโภค แสดงหลักฐานข้อเท็จจริงตามที่กล่าวอ้างของผลิตภัณฑ์และบริการ เมื่อลูกค้าร้องขอ ไม่ใช่ข้อความ เสียง หรือสื่อรูปภาพ ที่เกี่ยวข้องกับเพศ ศาสนา เชื้อชาติ ความพิการ หรือความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อบิดเบือนข้อความที่สื่อสารให้ผู้บริโภค

- **การคุ้มครองด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค (Protecting Consumers' Health and Safety)** องค์กรควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคน้อยที่สุด โดยขึ้นกับกลุ่มผู้ใช้งาน และมีมาตรการป้องกันอันตราย เริ่มจากการออกแบบให้เกิดความปลอดภัยในการใช้งาน (Intended Use) และการใช้งานที่ผิดวัตถุประสงค์ (Foreseeable Misuse) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการ และปลอดภัยต่อความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นทุกขั้นตอน มีวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ตลอดจนมีกลไกที่เหมาะสมในการเรียกเก็บ หรือเรียกคืนผลิตภัณฑ์เมื่อพบว่าผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในท้องตลาดอาจเป็นอันตรายหรือมีข้อบกพร่องที่ร้ายแรงต่อผู้บริโภค
- **การบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption)** เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน องค์กรควรเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ง่ายต่อการนำกลับมาใช้ใหม่ ซ่อมได้ หรือนำกลับมาผลิตใหม่ เสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง คงทน ในราคาที่สมเหตุสมผล สามารถใช้ฉลากที่แสดงถึงการดูแลสิ่งแวดล้อม (Eco-label) ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- **การบริการ การสนับสนุน และการยุติข้อร้องเรียน ข้อโต้แย้งผู้บริโภค (Consumer Service, Support, and Complaint and Dispute Resolution)** องค์กรควรกำหนดมาตรการการป้องกันก่อนการเกิดข้อร้องเรียนของผู้บริโภค โดยการเสนอทางเลือกในการรับคืนผลิตภัณฑ์ภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือแนวทางอื่น ๆ ที่เหมาะสม เสนอการประกันสินค้าด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม ดีกว่ากฎหมายกำหนด เสนอการบำรุงรักษาหรือการซ่อมแซมในราคาที่สมเหตุสมผล และมีสถานที่ตั้งสะดวกต่อการให้บริการ มีการทบทวนข้อร้องเรียนและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน มีการสื่อสารเรื่องการสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งกลไกการระงับข้อพิพาท และการชดเชยให้ผู้บริโภคที่ชัดเจน โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายกับผู้บริโภค และไม่ขัดขวางการทวงสิทธิ์ตามกฎหมายผู้บริโภค
- **การปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค (Consumer Data Protection and Privacy)** องค์กรควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและป้องกันการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ขอข้อมูลเท่าที่จำเป็น กำหนดวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลอย่างชัดเจน ทั้งก่อนหรือในระหว่างการจัดเก็บข้อมูล กำหนดแนวปฏิบัติที่แสดงถึงและเคารพต่อข้อมูลส่วนบุคคลและการใช้ข้อมูล

ส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ครอบคลุมถึงการไม่ใช้ข้อมูลของผู้บริโภคเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยการให้ข้อเสนอพิเศษผูกพันในสัญญาโดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องการ การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคหรือนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ยกเว้นได้รับการยินยอมจากผู้บริโภค หรือเมื่อมีการร้องขอจากกระบวนการทางกฎหมาย การจัดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะทวนสอบข้อมูลของตนที่ให้ไว้ และมีสิทธิที่จะคัดค้านข้อมูลเหล่านี้ตามที่กฎหมายกำหนด หากการคัดค้านเป็นผล ข้อมูลต้องได้รับการลบทิ้ง หรือได้รับการแก้ไขตามความเหมาะสม การเปิดเผยรายชื่อและสถานที่ปฏิบัติงานของบุคคลที่มีหน้าที่ในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร (บางครั้งเรียกว่าผู้เก็บข้อมูล) และถือให้บุคคลนี้เป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติตามมาตรการข้างต้น

- **การเข้าถึงบริการที่จำเป็น (Access to Essential Services)** องค์กรไม่ควรตัดบริการที่จำเป็นในกรณี que ผู้บริโภคยังไม่ได้ชำระค่าใช้จ่า โดยไม่ให้โอกาสผู้บริโภคในการหาเงินมาชำระตามระยะเวลาที่เหมาะสม และไม่ตัดการให้บริการรวมทั้งจะกระทบต่อผู้บริโภครายอื่น ขยายพื้นที่และจัดเตรียม การให้บริการที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะกรณีที่มีการลดการผลิตหรือหยุดชั่วคราว ไม่ควรมีการเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งมีการบำรุงรักษาและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยป้องกันการหยุดชะงักในการให้บริการ
- **การให้ความรู้และการสร้างความตระหนัก (Education and Awareness)** องค์กรควรมุ่งเน้นการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย ความเสี่ยงและข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบ พลังงาน และน้ำ ข้อมูลเกี่ยวกับการกำจัดบรรจุภัณฑ์ ของเสียและผลิตภัณฑ์ ช่องทางที่จะได้รับการชดเชย ฉลากผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งข้อมูลที่จัดเตรียมไว้ในคู่มือและขั้นตอนการใช้งาน

### 3.2.7 การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development)



รูปที่ 10 ประเด็นการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

ชุมชนและสังคมนับเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ นอกจากการลดผลกระทบเชิงลบอันเกิดจากกระบวนการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสังคมแล้ว การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนถือว่าเป็นอีกความรับผิดชอบต่อหนึ่งของธุรกิจ ซึ่งสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนและสังคมได้ในหลากหลายรูปแบบ นับตั้งแต่การเคารพต่อกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติของชุมชน การส่งเสริมและให้คุณค่ากับศิลปะ วัฒนธรรม และจริยธรรมท้องถิ่น การร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน การสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการพัฒนาชุมชนในระยะยาว ตลอดจนการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของสมาชิกในชุมชนด้วยการช่วยเหลือด้านการเข้าถึงยาและการรักษาโรค รวมถึงการสนับสนุนวิถีชีวิตแบบส่งเสริมสุขภาพ

## 4 การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ของ ปณท

### 4.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

#### วิสัยทัศน์องค์กร

- “เป็นกลุ่มผู้ให้บริการไปรษณีย์และ Logistics ครบวงจรอย่างยั่งยืนด้วยมาตรฐานสากล”

#### พันธกิจองค์กร

1. ให้บริการจัดส่งสิ่งของ ข่าวสาร ข้อมูล และโอนเงินทั่วโลกที่ลูกค้าเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ราคาสมเหตุสมผล และเชื่อถือได้
2. พัฒนาให้ไปรษณีย์ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไปรษณีย์และบริการ Logistics สำหรับธุรกิจ e-Commerce ของประเทศ
3. บริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากข้อมูลการดำเนินงานในการสร้างฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจของลูกค้าให้เติบโตไปด้วยกัน
4. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม)

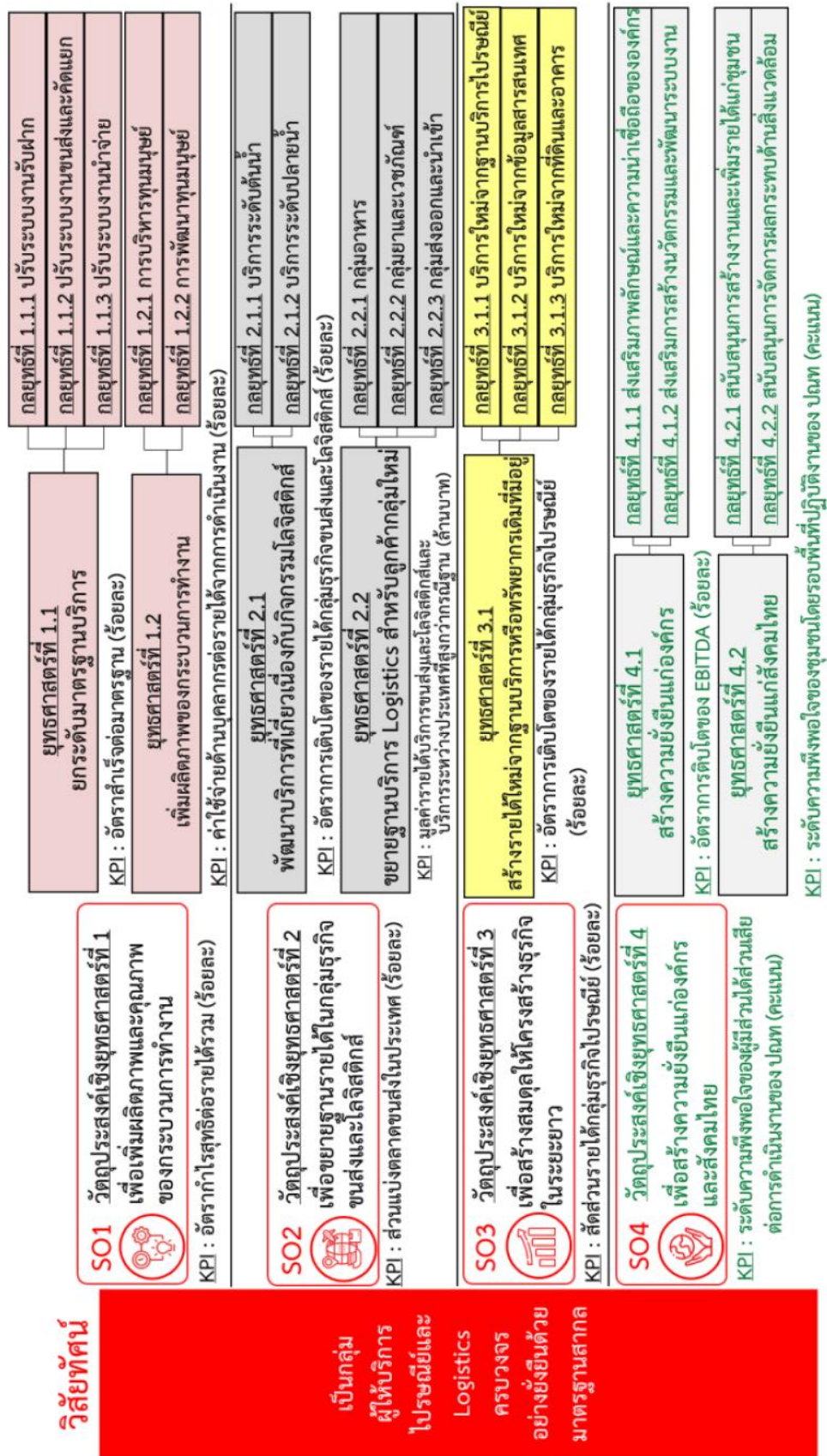
#### ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรของ ปณท คือ “I-SURE” ประกอบด้วย

- I ย่อมาจาก Integrity หมายถึง ความซื่อสัตย์  
S ย่อมาจาก Service Mind หมายถึง การมีใจรักในการให้บริการ  
U ย่อมาจาก Unity หมายถึง ความรักองค์กร  
R ย่อมาจาก Result Orientation หมายถึง การทำงานโดยมุ่งเน้นผลสำเร็จ  
E ย่อมาจาก Change Capability หมายถึง ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

### 4.2 แผนวิสาหกิจ ปณท ปี 2564-2568

ปณท ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร ปี 2564 -2568 มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การวิเคราะห์ SWOT ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์และความสามารถพิเศษขององค์กร การวิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) โดยการทบทวนวิสัยทัศน์และพันธกิจ การวิเคราะห์ Business Model การกำหนด Intelligent Risk และการกำหนดค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดระดับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective : SO) ยุทธศาสตร์ (Strategy : ST) และกลยุทธ์ ดังนี้ (รูปที่ 11)





### 4.3 ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2564-2568

ด้วยในปัจจุบัน ปณท เห็นว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถสร้างผลกระทบและ/หรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร จึงมีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการดำเนินธุรกิจได้ 6 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า หน่วยงาน/บุคลากรภายใน หน่วยงานกำกับ ผู้ส่งมอบ คู่ค้า/พันธมิตร และประชาชน/สังคม และมีการจัดลำดับความสำคัญผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังปรากฏในรูปที่ 12

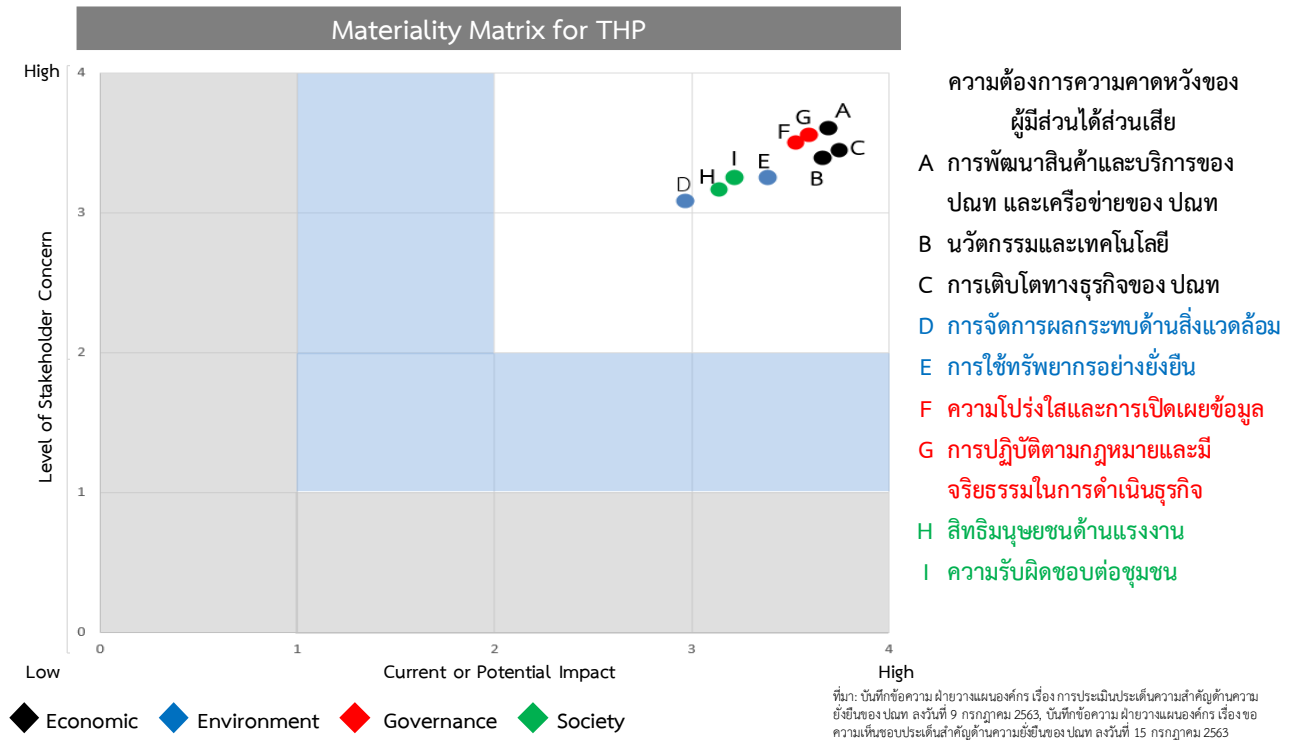
		ระดับปานกลาง		ระดับสูง	
อิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานขององค์กร	4		หน่วยงานกำกับ	ลูกค้า	
	3		ผู้ส่งมอบ	หน่วยงาน/ บุคลากรภายใน ประชาชน/สังคม	
	2			คู่ค้า/พันธมิตร	
	1				
		ระดับน้อย		ระดับปานกลาง	
		1	2	3	4
		ผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			

รูปที่ 12 ลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยิ่งกว่านั้น ปณท โดยผู้บริหารยังได้ร่วมกันนำข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อ ปณท และประเด็นที่ ปณท ให้ความสำคัญมาจัดทำเป็นประเด็นสำคัญ (Materiality) ที่เหมาะสมกับบริบทของ ปณท (มุมขวบนของ Matrix) ซึ่งครอบคลุมมิติด้านความยั่งยืนครบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนจัดทำแผนเพื่อสร้างความสัมพันธ์และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังรูปที่ 13 และ 14 ตามลำดับ ประกอบด้วยประเด็นด้านความยั่งยืน ได้แก่

ประเด็นด้านเศรษฐกิจ เป็นประเด็นมุ่งเน้นการตอบสนองต่อลูกค้าเพื่อให้มีรายได้และการเติบโตทางธุรกิจ ได้แก่ การพัฒนาสินค้าและบริการ มาตรฐานการบริการ การพัฒนาคุณภาพบริการ นวัตกรรมและเทคโนโลยี การเติบโตทางธุรกิจ และการเพิ่มศักยภาพ ปณอ. ปณร.

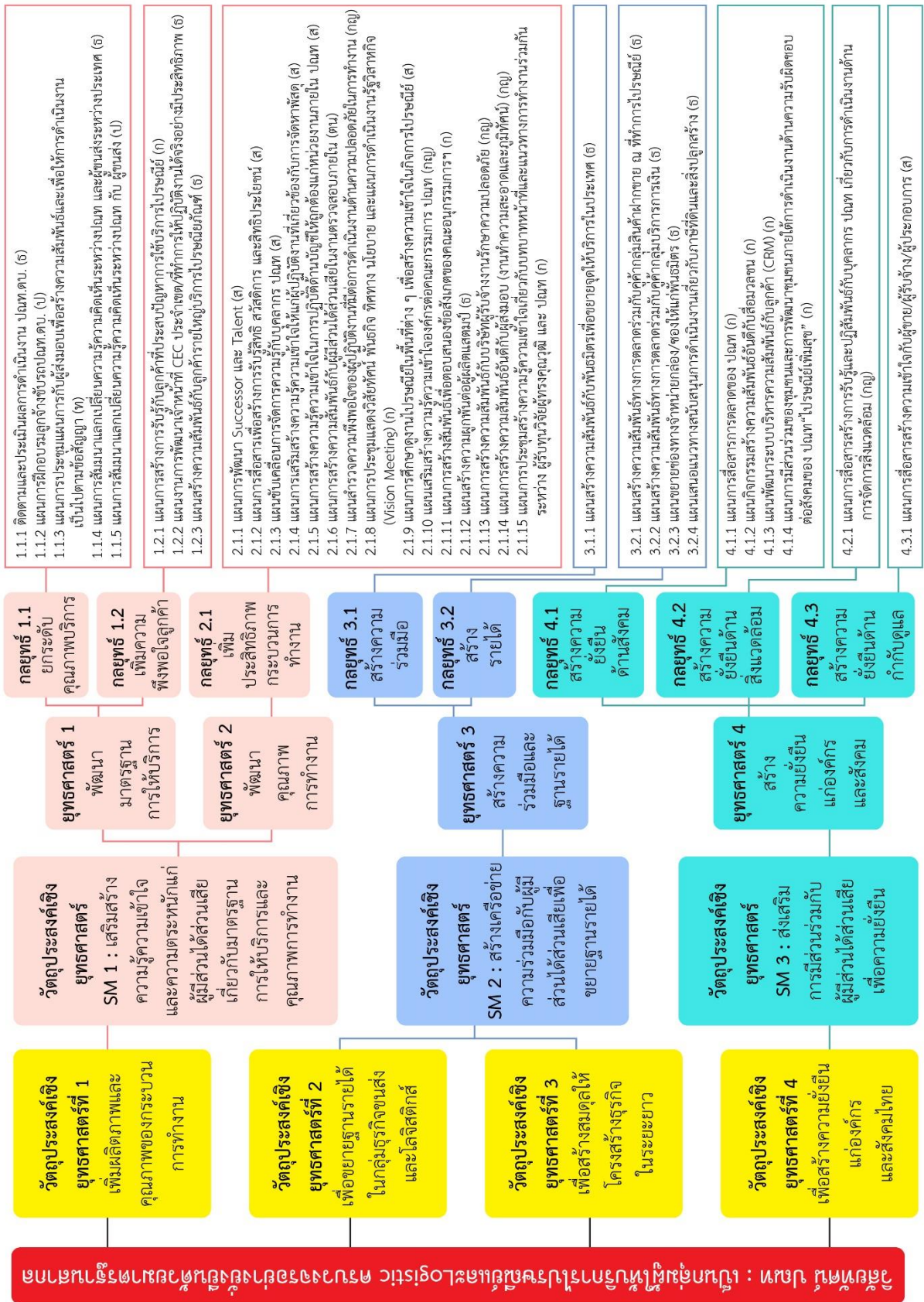
ประเด็นด้านสังคม เป็นการตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ การบริหารผลตอบแทน สิทธิประโยชน์ สวัสดิการจิตใจ เส้นทางก้าวหน้าในอาชีพและการพัฒนาบุคลากร อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน สิทธิมนุษยชนของแรงงาน และความรับผิดชอบต่อชุมชน



รูปที่ 13 ประเด็นสำคัญ (Materiality) ด้านความยั่งยืน ของ ปณท

ประเด็นด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส เป็นธรรม โดยมีการปฏิบัติตามกฎหมายเป็นพื้นฐาน มีจริยธรรมดำเนินธุรกิจ ปฏิบัติตามสัญญา/ข้อตกลง มีความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล และความเป็นธรรมในการจัดซื้อจัดจ้าง

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการร่วมดูแลสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับสภาพการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate Change) และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน



รูปที่ 14 แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2564-2568

#### 4.4 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืน

ปณท ได้กำหนดนโยบายการพัฒนายั่งยืนของ ปณท (รูปที่ 15) เป็นแนวทางในการถ่ายทอดวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน (รูปที่ 16) ซึ่งมีกลยุทธ์ “การขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ISO 26000)” ที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความยั่งยืนแก่องค์กร เป็นกลยุทธ์หนึ่งด้านความยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน ปณท	
เพื่อให้วิสัยทัศน์เรื่องความยั่งยืนได้รับการถ่ายทอดและสื่อสารอย่างทั่วถึง ปณท ได้ประกาศนโยบายการพัฒนายั่งยืน ที่ครอบคลุมหลักการด้านความยั่งยืนทั้ง 4 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และสิ่งแวดล้อม	
EC	1. <b>ด้านเศรษฐกิจ (Economics):</b> ปณท จะดำเนินธุรกิจและแสวงหาธุรกิจใหม่เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ปรับตัว และพัฒนาตนเองเพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
EN	2. <b>ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment):</b> ปณท จะดำเนินงานให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด จัดให้มีระบบการบริหารงานด้านการใช้ทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลพิษและของเสียที่มีประสิทธิภาพ
S	3. <b>ด้านสังคม (Social):</b> ปณท จะปฏิบัติต่อแรงงานทั้งพนักงานและลูกจ้างตามกฎหมายเป็นขั้นต่ำ เสนอสินค้าบริการที่มีคุณภาพ และราคาที่เป็นธรรมต่อลูกค้า เคารพต่อสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนให้บริการเชิงสังคม ร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เพื่อประโยชน์แก่ประชาชน
G	4. <b>ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance):</b> ปณท จะบริหารงานและดำเนินงานภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 5 ประการ ได้แก่ ความเป็นธรรม (Fairness) ความโปร่งใส (Transparency) การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม (Integrity) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsibility) และความรับผิดชอบต่อผลกระทบและการตัดสินใจ (Accountability) มีการบริหารจัดการความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทาน และนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน

รูปที่ 15 นโยบายการพัฒนายั่งยืนของ ปณท

วิสัยทัศน์องค์กร: เป็นกลุ่มผู้ให้บริการไปรษณีย์และ Logistics ครบวงจรอย่างยั่งยืนด้วยมาตรฐานสากล

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ SO4 : สร้างความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทย  
KPI : ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ ปณท (คะแนน)

**ยุทธศาสตร์ที่ 4.1 : สร้างความยั่งยืนแก่องค์กร**  
มุ่งเน้นการพัฒนาทั้งในด้านภาพลักษณ์และด้านนวัตกรรม

**กลยุทธ์ที่ 4.1.1 : ส่งเสริมภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร**  
การสื่อสารเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ ปณท ได้ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

**กลยุทธ์ที่ 4.1.2 : ส่งเสริมนวัตกรรมและพัฒนากระบวนการ**  
นวัตกรรมช่วยให้มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**กลยุทธ์ที่ 4.1.3 : ขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000)**  
ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลไกสำคัญที่นำธุรกิจสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

**กลยุทธ์ที่ 4.1.4 : สนับสนุนการตอบสนองความคาดหวังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม**  
การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีไปจนถึงเกิดความผูกพันกัน ซึ่งจะกลายเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีและให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน

**ยุทธศาสตร์ที่ 4.2 : สร้างความยั่งยืนแก่สังคมไทย**  
มุ่งเน้นการสร้างงานและสร้างรายได้แก่ชุมชน รวมถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการปฏิบัติงานของ ปณท

**กลยุทธ์ที่ 4.2.1 : สนับสนุนการสร้างงานและเพิ่มรายได้แก่ชุมชน**  
ช่วยบรรเทาความยากจน เป็นการทำประโยชน์ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติ อีกทั้งตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

**กลยุทธ์ที่ 4.2.2 : สนับสนุนการจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม**  
การลดผลกระทบจากการดำเนินงานของ ปณท ในด้านสิ่งแวดล้อม ถือเป็นความรับผิดชอบต่อพื้นฐานต่อชุมชนและสังคม และเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นทาง

**กลยุทธ์ที่ 4.2.3 : ดำเนินโครงการตอบสนองเป้าหมาย SDGs ที่ ปณท ให้ความสำคัญ (In Focus)**  
การตอบสนองต่อ SDGs ที่เป็นเป้าหมายระดับโลก หากสามารถบรรลุผลได้ก็จะเกิดความยั่งยืนแก่โลก ตลอดจนเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของ ปณท ด้วย

**กลยุทธ์ที่ 4.2.4 : สนับสนุนและส่งเสริมพนักงานให้มีจิตอาสา**  
การปลูกฝังและสนับสนุนให้พนักงานมีจิตอาสา ช่วยเหลือผู้อื่นจะช่วยสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและชุมชน ซึ่งสิ่งที่ ปณท จะได้รับคือ ผลกำไรที่ดีที่สุด (Optimize Profit)

รูปที่ 16 แผนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

## 4.5 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ปณท ได้นำเอาประเด็นหลักภายใต้มาตรฐาน ISO 26000 (Core Subjects) มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของ ปณท เพื่อให้การดำเนินงานในกระบวนการของ ปณท ที่สำคัญมีการคำนึงถึงประเด็นหลักตามมาตรฐาน รวมถึงผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในทุกส่วนมีความตระหนักและรับรู้ถึงการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ (CSR in Process) อย่างทั่วถึงทั้งองค์กร ดังนี้



ประกาศบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด  
เรื่อง นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นหน่วยงานการสื่อสารและขนส่งของชาติ ที่ตระหนัก และมุ่งเน้นดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibilities: CSR) มาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งมั่นสร้างความยั่งยืนให้สิ่งแวดล้อมและสังคม ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประโยชน์ รู้คุณค่า และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ จึงได้กำหนดเป็นนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนองค์กรสู่ความยั่งยืน ดังนี้

ข้อ 1 ดำเนินงานตามกรอบความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ในกระบวนการ CSR In Process ตามมาตรฐาน ISO26000 ในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม โดยใช้ความสามารถพิเศษ (Core Competency) ความเชี่ยวชาญของ ปณท เพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- (1) **ดำเนินการภายใต้หลักธรรมาภิบาล** และการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยความโปร่งใส มีจริยธรรม ตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม สิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน โดยคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร บุคลากร ปณท ทุกระดับ ยึดถือปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความเคารพ เป็นธรรม มีความเสมอภาคและไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน
- (2) **มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านแรงงาน** โดยการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม กำหนดสวัสดิการ สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน และดูแลบุคลากร ปณท และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับอย่างเท่าเทียม และเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ต่อต้านการผูกขาด การทุจริตและการรับสินบน
- (3) **บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม** และมีส่วนร่วม ป้องกัน พร้อมลดผลกระทบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ของประเทศ และโดยรอบพื้นที่ ปณท โดยการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างคุ้มค่า
- (4) **สร้างสรรค์สินค้า บริการ** ที่เป็นประโยชน์ ปลอดภัย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยความเป็นธรรม พร้อมให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนถูกต้อง มีบริการหลังการขายที่สะดวก รวดเร็ว และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค
- (5) **บริหารการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน** สร้างความสัมพันธ์ และมีส่วนร่วม และพัฒนาชุมชน สังคม ภาคีเครือข่าย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบุคลากร ของ ปณท เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยใช้ความสามารถพิเศษ และความเชี่ยวชาญ ของ ปณท ในการจัดทำแผนพัฒนาชุมชน สังคม ตามความเหมาะสม

ข้อ 2 ส่งเสริมให้ผู้บริหาร บุคลากร ปณท มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานตามภารกิจอย่างมีส่วนร่วม โดยตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมองค์กร/ ค่านิยมให้สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ ปณท

ประกาศ ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม 2563



(นายรัฐพล ภัคตีภูมิ)

ประธานกรรมการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

## 5 บทวิเคราะห์

### 5.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

จากบริบท ปณท แผนยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ และการสัมภาษณ์พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามประเด็นหลัก (Core Subjects) ของมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ISO 26000 สามารถสรุปจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ในการดำเนินงาน CSR ของ ปณท

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผู้บริหารแสดงความมุ่งมั่นด้วยการออกนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน ISO 26000</li> <li>2) มีการดำเนินงานตาม ISO 26000 ครอบคลุม 7 ประเด็นหลัก</li> <li>3) มีนโยบาย คู่มือ และกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับ</li> <li>4) มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001 Green Office และ Green Procurement</li> <li>5) มีความโดดเด่นในการดำเนินการด้านจริยธรรม และสิทธิมนุษยชน</li> <li>6) มียุทธศาสตร์และแผนงานเพื่อตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม</li> <li>7) มียุทธศาสตร์และแผนงานด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาบริการและระบบงาน</li> <li>8) ความสามารถในการบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ชนบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 26000 ของพนักงานยังอยู่ในวงจำกัด</li> <li>2) การประเมินความเสี่ยงยังไม่ครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>3) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมยังไม่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่มูลค่า</li> </ol>
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) กระแสการบริโภคที่ยั่งยืนทำให้มีความต้องการสินค้าและบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>2) การขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce ที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3) รูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนเป็นการสั่งซื้อออนไลน์มากขึ้น ทำให้ความต้องการใช้บริการจัดส่งพัสดุเพิ่มขึ้น</li> <li>4) ชุมชนมีความต้องการบริการด้านการขนส่งเพื่อส่งเสริมอาชีพในชุมชน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ด้วยความเป็นรัฐวิสาหกิจ ต้องปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานกำกับ ซึ่งออกมาเพื่อบังคับใช้ในวงกว้าง จึงขาดความยืดหยุ่น</li> <li>2) การแข่งขันจากภาคเอกชนในการให้บริการส่งพัสดุที่สูงขึ้น</li> <li>3) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเผยแพร่ผลกระทบเชิงลบได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง</li> <li>4) ประเด็นแรงงานข้ามชาติ กระตุ้นให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน</li> </ol>



## 5.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

นอกจาก SWOT แล้ว ปณท ยังได้จับคู่สภาวะภายในและภายนอก (TOWS Matrix) เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ และจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจับคู่ปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ (TOWS Matrix)

จุดแข็ง (Strength)	โอกาส (Opportunity)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผู้บริหารแสดงความมุ่งมั่นด้วยการออกนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน ISO 26000</li> <li>2) มีการดำเนินงานตาม ISO 26000 ครอบคลุม 7 ประเด็นหลัก</li> <li>3) มีนโยบาย คู่มือ และกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับ</li> <li>4) มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001 Green Office และ Green Procurement</li> <li>5) มีความโดดเด่นในการดำเนินการด้านจริยธรรม และสิทธิมนุษยชน</li> <li>6) มียุทธศาสตร์และแผนงานเพื่อตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม</li> <li>7) มียุทธศาสตร์และแผนงานด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาบริการและระบบงาน</li> <li>8) ความสามารถในการบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ชนบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) กระแสการบริโภคที่ยั่งยืนทำให้มีความต้องการสินค้าและบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>2) การขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce ที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3) รูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนเป็นการสั่งซื้อออนไลน์มากขึ้น ทำให้ความต้องการใช้บริการจัดส่งพัสดุเพิ่มขึ้น</li> <li>4) ชุมชนมีความต้องการบริการด้านการขนส่งเพื่อส่งเสริมอาชีพในชุมชน</li> </ol>
<p>สามารถสรุปประเด็นเพื่อจัดทำกลยุทธ์ด้าน SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ยกย่อง CSR สู่ความยั่งยืน ด้วยเครื่องมือต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>2) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>3) กระแสการบริโภคที่ยั่งยืน ช่วยส่งเสริมการสร้างความตระหนักต่อ Supply Chain ในเรื่องการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</li> <li>4) สร้างเครือข่ายนวัตกรรมเพื่อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>5) สร้างงาน CSR ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน</li> <li>6) สร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ด้านจริยธรรมและสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</li> </ol>	

จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 26000 ของพนักงานยังอยู่ในวงจำกัด</li> <li>2) การประเมินความเสี่ยงยังไม่ครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>3) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมยังไม่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) กระแสการบริโภคที่ยั่งยืนทำให้มีความต้องการสินค้าและบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>2) การขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce ที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3) รูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนเป็นการสั่งซื้อออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีความต้องการใช้บริการจัดส่งพัสดุเพิ่มขึ้น</li> <li>4) ชุมชนมีความต้องการบริการด้านการขนส่งเพื่อส่งเสริมอาชีพในชุมชน</li> </ol>
<p>สามารถสรุปประเด็นเพื่อจัดทำกลยุทธ์ด้าน WO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ปรับกระบวนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามหลักมาตรฐานสากลให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น</li> <li>2) ยกกระดับศักยภาพพนักงาน และตัวแทนในด้านความตระหนักรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>3) เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณะเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>4) เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้าในกระบวนการส่งมอบ และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่</li> </ol>	

จุดแข็ง (Strength)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผู้บริหารแสดงความมุ่งมั่นด้วยการออกนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน ISO 26000</li> <li>2) มีการดำเนินงานตาม ISO 26000ครอบคลุม 7 ประเด็นหลัก</li> <li>3) มีนโยบาย คู่มือ และกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับ</li> <li>4) มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001 Green Office และ Green Procurement</li> <li>5) มีความโดดเด่นในการดำเนินการด้านจริยธรรม และสิทธิมนุษยชน</li> <li>6) มียุทธศาสตร์และแผนงานเพื่อตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม</li> <li>7) มียุทธศาสตร์และแผนงานด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาบริการและระบบงาน</li> <li>8) ความสามารถในการบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ชนบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ด้วยความเป็นรัฐวิสาหกิจ ต้องปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานกำกับ ซึ่งออกมาเพื่อบังคับใช้ในวงกว้าง จึงขาดความยืดหยุ่น</li> <li>2) การแข่งขันจากภาคเอกชนในการให้บริการส่งพัสดุที่สูงขึ้น</li> <li>3) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเผยแพร่ผลกระทบเชิงลบได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง</li> <li>4) ประเด็นแรงงานข้ามชาติ กระตุ้นให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน</li> </ol>
<p>สามารถสรุปประเด็นเพื่อจัดทำกลยุทธ์ด้าน ST</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) รักษามาตรฐานการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้า ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ชนบท</li> <li>2) ยกกระดับมาตรการรับมือกับเทคโนโลยีการสื่อสาร และป้องกันผลกระทบเชิงลบของงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม</li> </ol>	

จุดอ่อน (Weakness)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 26000 ของพนักงานยังอยู่ในวงจำกัด</li> <li>2) การประเมินความเสี่ยงยังไม่ครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>3) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมยังไม่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ด้วยความเป็นรัฐวิสาหกิจ ต้องปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานกำกับ ซึ่งออกมาเพื่อบังคับใช้ในวงกว้าง จึงขาดความยืดหยุ่น</li> <li>2) การแข่งขันจากภาคเอกชนในการให้บริการส่งพัสดุที่สูงขึ้น</li> <li>3) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเผยแพร่ผลกระทบเชิงลบได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง</li> <li>4) ประเด็นแรงงานข้ามชาติ กระตุ้นให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน</li> </ol>
<p>สามารถสรุปประเด็นเพื่อจัดทำกลยุทธ์ด้าน WT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ยกระดับกระบวนการสื่อสารในด้านการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น</li> <li>2) ยกระดับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อป้องกันการส่งต่อและเผยแพร่ผลกระทบเชิงลบของงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>3) สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น</li> </ol>	

## 6 แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process)

แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ ของ ปณท ปี พ.ศ. 2564 – 2568 จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 4 (SO4) เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทยเป็นหลัก และบูรณาการกับยุทธศาสตร์ความยั่งยืน และยุทธศาสตร์ ของ ปณท (แผนวิสาหกิจ 2564 -2568) ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1-3 (SO1-SO3) ซึ่งมุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้ครบถ้วนใน 3 มิติของความยั่งยืน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเพื่อพัฒนาการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของ ปณท ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 26000 มากขึ้น เป็น 3Ps (รูปที่ 17) โดยมีแนวคิด คือ

**People:** พนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นกลไกสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนธุรกิจ ที่ ปณท ต้องให้การดูแลและพัฒนา เพื่อร่วมสร้างสรรค์สินค้าและบริการตอบสนองความต้องการลูกค้า ส่งผลให้ ปณท เติบโต ด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากพนักงานแล้ว คำว่า People ยังหมายถึงถึงลูกค้า พันธมิตร และชุมชน/สังคม ที่ ปณท ต้องรับผิดชอบต่อผ่านกระบวนการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส เป็นธรรม และเป็นประโยชน์

**Product:** ปณท ถูกตั้งขึ้นเพื่อสร้างคุณค่าให้สังคมด้วยการผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยได้รับเงินเป็นผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจเพื่อนำมาสร้างคุณค่าต่อ

**Planet:** ในการผลิตสินค้าและบริการมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ และมีการปล่อย/ทิ้งของเสียสู่สิ่งแวดล้อม ปณท เป็นรัฐวิสาหกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จึงต้องใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม



นอกจากนั้น ปณท ยังได้ทำการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 4 (SO4) และยุทธศาสตร์รวมถึงกลยุทธ์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ ระยะยาว (3Ps) ดังแสดงในรูปที่ 18 และทำการเชื่อมโยงระหว่างนโยบายความยั่งยืน วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ถึง 4 (SO1 - SO4) ที่เป็นยุทธศาสตร์ ปณท ยุทธศาสตร์รวมถึงกลยุทธ์ความยั่งยืน และยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ ดังรูปที่ 19

แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ระยะยาว



PEOPLE

ตัวชี้วัด :

ร้อยละความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการปรับปรุงการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ (หน่วย : %)

ความพึงพอใจของชุมชน (หน่วย : %)

กลยุทธ์ที่ 1 : เสริมสร้างความสุขให้กับบุคลากรไปรษณีย์และผู้คนในสังคม



PRODUCT

ตัวชี้วัด :

อัตรากำไรเติบโตของ EBITDA (หน่วย : %)

กลยุทธ์ที่ 2 : ผลักดันให้ไปรษณีย์ไทยเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนด้วยห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่งและนวัตกรรมที่ทันสมัย



PLANET

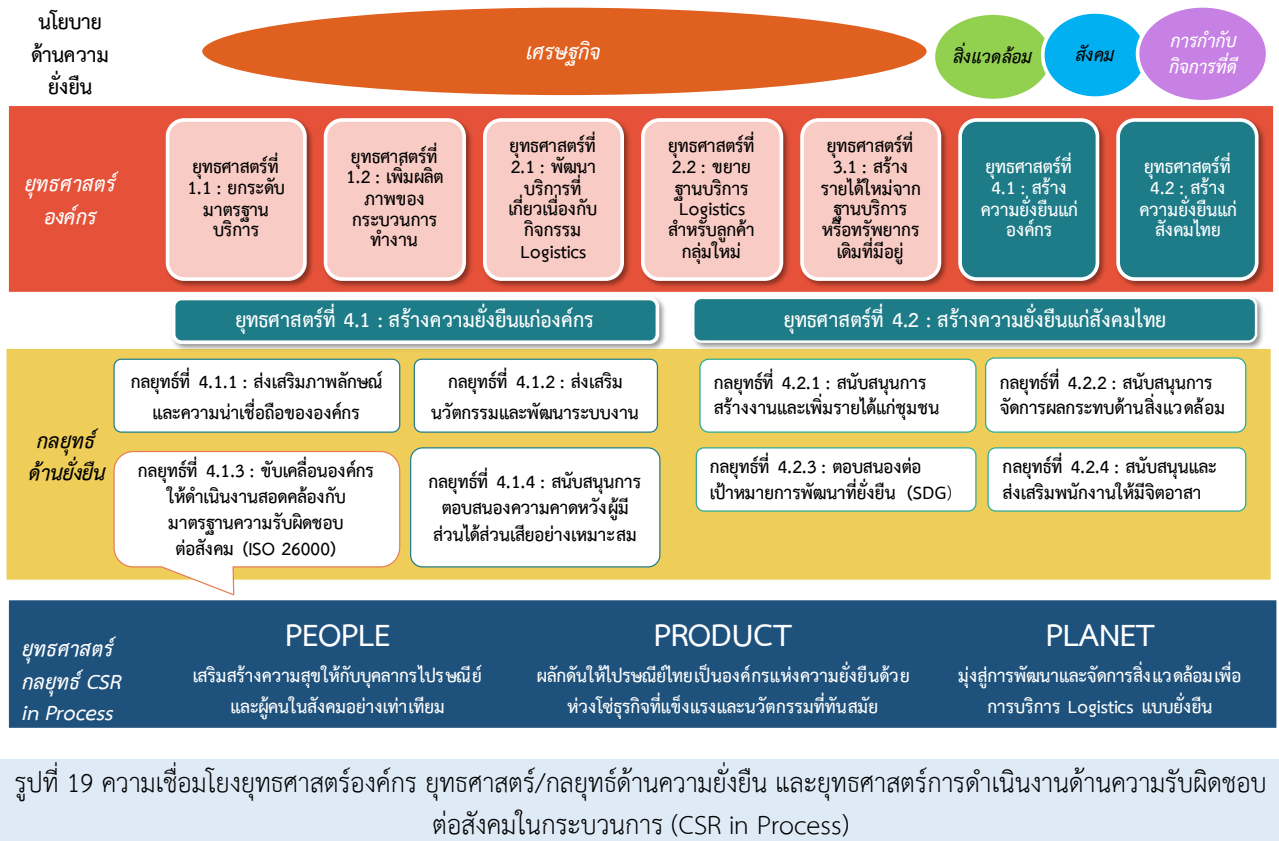
ตัวชี้วัด :

ข้อมูล GHG จากแผนพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของ ปณท (หน่วย : แห่ง)

น้ำหนักกล่องของที่ไม่ใช้แล้วที่เข้าร่วมโครงการ (หน่วย : ตันต่อปี)

กลยุทธ์ที่ 3 : มุ่งสู่การพัฒนาและจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการบริการ Logistics แบบยั่งยืน

รูปที่ 18 ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 4 (SO4) และยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการระยะยาว (3Ps)



## 6.1 แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ระยะยาว Roadmap 5 ปี (ปี 2564-2568)

แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) เพื่อให้ ปณท มีทิศทางระยะยาวในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และแนวปฏิบัติที่ดี สอดคล้องเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO4 ของ ปณท และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

### 6.1.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 : PEOPLE

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	SO4 เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทย				
ยุทธศาสตร์	People				
วัตถุประสงค์/เป้าประสงค์	เพื่อให้ ปณท เสริมสร้างความสุขให้กับบุคลากรไปรษณีย์และผู้คนในสังคม				
ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	2564	2565	2566	2567	2568
ร้อยละความพึงพอใจของ ผู้ปฏิบัติงานต่อการปรับปรุง การดำเนินงานด้านความ ปลอดภัยฯ (หน่วย : %)	≥80%	≥80%	≥80%	≥80%	≥80%
ความพึงพอใจของชุมชน (หน่วย : %)	≥80.5%	≥81%	≥81.5%	≥82%	≥82.5%

#### กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างความสุขให้กับบุคลากรไปรษณีย์และผู้คนในสังคม

ผลผลิต (Output)	1. บุคลากร ปณท มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติงานที่สอดคล้องตามมาตรฐาน ISO 26000 2. ปณท ดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างชุมชนที่สำคัญได้ตามเป้าหมาย
ผลลัพธ์ (Outcome)	บุคลากร ปณท และชุมชนมีความพึงพอใจและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อ ปณท

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(G) การปฏิบัติตามกฎหมายและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	1. แผนส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 26000 ให้กับพนักงาน ปณท	ผลการประเมินความรู้ความเข้าใจการดำเนินงาน CSR ของ ปณท หลัง การอบรม	ภก. พบ.	≥70	≥70	≥70	≥70	≥70

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(G) การปฏิบัติตาม กฎหมายและ มีจริยธรรม ในการดำเนิน ธุรกิจ	2. แผนการ ดำเนินงานด้าน CG	1. ความสำเร็จใน การกำหนดให้มี นโยบาย/ระบบ/ หลักการ CG ที่ ครบถ้วนตาม หลักเกณฑ์	กก.	100%	100%	100%	100%	100%
		2. ความสำเร็จใน การกำหนดให้มี นโยบาย/ระบบ/ หลักการ CG ที่ กำหนดอย่างมี คุณภาพ		50%	75%	100%	100%	100%
		3. ความสำเร็จใน การกำหนดให้มี นโยบาย/ระบบ/ หลักการ CG อย่างมีคุณภาพ สม่ำเสมอ และได้ ผลลัพธ์ตามที่ กำหนด		50%	75%	100%	100%	100%
		4. ความสำเร็จ ของการระบุ ความเชื่อมโยงกับ การดำเนินงานใน หัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		25%	50%	75%	100%	100%
		5. ความสำเร็จ ของการปรับปรุง นโยบาย/ระบบ/ หลักการที่กำหนด ไว้อย่างต่อเนื่อง		25%	50%	75%	100%	100%
	3. แผนประเมิน ความเชื่อมั่นของ ผู้ปฏิบัติงานที่มี ต่อการกำกับดูแล กิจการที่ดีของ ปณท	ระดับความเชื่อมั่น ของผู้ปฏิบัติงาน ที่มีต่อการกำกับ ดูแลกิจการที่ดี ของ ปณท	กก.	สูง (ระดับ คะแนน 3.51 – 4.50)	สูง (ระดับ คะแนน 3.51 – 4.50)	สูง (ระดับ คะแนน 3.51 – 4.50)	สูงที่สุด (ระดับ คะแนน 4.51 – 5.00)	สูงที่สุด (ระดับ คะแนน 4.51 – 5.00)



Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(G) การปฏิบัติตาม กฎหมายและ มีจริยธรรม ในการดำเนิน ธุรกิจ	4. ส่งเสริมความ ตระหนักในเรื่อง การต่อต้านทุจริต	ร้อยละของ จำนวนหนังสือ แสดงความจำนง ตามหลักการ คุณธรรม หรือ มาตรฐาน จริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนาม ตกลงที่จะปฏิบัติ ตาม*	กก. จท.	20	20	25	25	30
	5. เสริมสร้าง ความตระหนัก ด้านสิทธิ มนุษยชนในห่วง โซ่คุณค่า	ร้อยละของ จำนวนหนังสือ แสดงความจำนง ตามหลักการ คุณธรรม หรือ มาตรฐาน จริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนาม ตกลงที่จะปฏิบัติ ตาม*	กก. จท.	20	20	25	25	30
(I) ความ รับผิดชอบต่อ ชุมชน	6. แผนการ เสริมสร้างความ เข้มแข็งของ ชุมชนสำคัญตาม ความสามารถ พิเศษของ ปณท	ความพึงพอใจ ของชุมชน	กก.	≥80	≥80	≥80	≥80	≥80
	7. ไปรษณีย์เพิ่มสุข การมีส่วนร่วม ของชุมชนและ การพัฒนาชุมชน ภายใต้การดำเนิน งานด้านความ รับผิดชอบต่อ สังคมของ ปณท “ไปรษณีย์ เพิ่มสุข” (4.1.4 ของแผน ยุทธศาสตร์ด้านผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย)	ความพึงพอใจ ของชุมชน	กก.	≥80.5%	≥81%	≥81.5%	≥82%	≥82.5%

\* ปี 2564 เฉพาะการจัดซื้อจัดจ้างที่ดำเนินการโดย จท. และพิจารณาเพิ่มหน่วยงานในปีต่อไป

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(H) สิทธิมนุษยชน ด้านแรงงาน	8. แผนสอบทานและประเมินผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	ร้อยละความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการปรับปรุงการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ	คป.	≥80	≥80	≥80	≥80	≥80
	9. การควบคุมจำนวนอัตรากำลังทั้งในส่วนงานปฏิบัติการและงานสนับสนุน (LG12)	ความสำเร็จในการลดการจัดสรรอัตรากำลังทดแทนผู้เกษียณอายุ	ทป.	503 อัตราจากผู้เกษียณปี 2564 605 อัตรา	492 อัตราจากผู้เกษียณปี 2565 606 อัตรา	-	-	-
	10. การประเมินผลสมรรถนะเพื่อการพัฒนาบุคลากร (LG13)	ระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน	พป.	ประเมินผลสมรรถนะผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปแล้วเสร็จ	ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (IDP)	-	-	-
	11. ดำเนินการตามแผนแม่บทการพัฒนาบุคลากร (LG14)	จำนวนกลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาตามแผน	พป.	≥85%	≥88%	≥90%	≥93%	≥95%
	12. เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรของปณท* (LG15)	ค่าระดับการแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากร	ทป.	≥85%	≥85%	≥85%	≥85%	≥85%
	13. แผนการฝึกอบรมลูกจ้างชั่วคราว ปณท.ตบ. (1.1.2 ของแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	ระดับคะแนนประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ขนส่ง	ผป.	80% ของผู้ขนส่งที่เข้ารับการอบรมสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ปณท	85% ของผู้ขนส่งที่เข้ารับการอบรมสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ปณท	85% ของผู้ขนส่งที่เข้ารับการอบรมสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ปณท	85% ของผู้ขนส่งที่เข้ารับการอบรมสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ปณท	85% ของผู้ขนส่งที่เข้ารับการอบรมสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ปณท
	14. แผนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้สิทธิสวัสดิการและสิทธิประโยชน์	ผลสำรวจการรับรู้และเข้าใจต่อสวัสดิการและสิทธิประโยชน์	สส.	80%	80%	85%	85%	85%
	ผลประเมินความพึงพอใจต่อสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน ปณท	≥3.72		≥3.72	≥3.75	≥3.75	≥3.78	

### 6.1.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : PRODUCT

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	SO4 เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทย				
ยุทธศาสตร์	Product				
วัตถุประสงค์/เป้าประสงค์	เพื่อให้ ปณท เป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนด้วยห่วงโซ่ธุรกิจที่แข็งแกร่งและนวัตกรรมที่ทันสมัย				
ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	2564	2565	2566	2567	2568
อัตราการเติบโตของ EBITDA (หน่วย : %)	23.22%	13.39%	12.07%	8.21%	8.29%

#### กลยุทธ์ที่ 2 ผลักดันให้ไปรษณีย์ไทยเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนด้วยห่วงโซ่ธุรกิจที่แข็งแกร่งและนวัตกรรมที่ทันสมัย

ผลผลิต (Output)	1. แผนงานสามารถตอบสนองการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ปณท 2. ได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรในห่วงโซ่ธุรกิจในการดำเนินตามแผน
ผลลัพธ์ (Outcome)	ปณท มีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(A) การพัฒนาสินค้าและบริการของ ปณท และเครือข่ายของ ปณท/ (B) นวัตกรรมและเทคโนโลยี/ (C) การเติบโตทางธุรกิจ ของ ปณท	15. แผนส่งเสริมและเร่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพของการสร้างสรรค์นวัตกรรม	จำนวนนวัตกรรมต้นแบบซึ่งสอดคล้องตาม Innovation Theme - ที่เป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการงาน (ราย)	บก.	3	10	20	20	20
		- ที่เป็นนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ราย)	2	5	10	10	10	
		- ที่เป็นนวัตกรรมเชิงธุรกิจ (ราย)	-	3	6	6	6	
		- ที่ช่วยสร้างงานและเพิ่มรายได้แก่ชุมชน (ราย)	-	2	4	4	4	
	16. แผนเพิ่มขีดความสามารถในการกลั่นกรองบ่มเพาะและขยายผลนวัตกรรมต้นแบบ	ร้อยละของจำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่ได้รับการนำไปขยายผลเพื่อใช้งานจริง (ร้อยละ)	บก.	20%	30%	40%	50%	50%

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
	17. แผนมุ่งเน้นการนำ VOC/VOS และ Data Analytics มาใช้ในการจุดประกายและขับเคลื่อนนวัตกรรม	ร้อยละของจำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่พัฒนาขึ้นมาจากผลการวิเคราะห์ VOC/VOS และระบบ Data Analytics ของ ปณท (ร้อยละ)	บก.	50%	60%	70%	80%	80%
		ระดับความสำเร็จของการพัฒนา Executive Dashboard ตามเป้าหมาย		20%	100%	-	-	-
	18. Post Family พัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้าตลอดเส้นทางการใช้บริการ (CRM)	ระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน	สต.	ดำเนินกิจกรรมขยายฐานสมาชิก	สร้างระบบสะสมคะแนนและแลกของรางวัล	เชื่อมโยงการทำงานกับฐานลูกค้าอื่น	พัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับสมาชิกเฉพาะราย	ให้สิทธิประโยชน์และบริการที่เหมาะสมกับสมาชิกเฉพาะราย

### 6.1.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 : PLANET

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	SO4 เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทย				
ยุทธศาสตร์	Planet				
วัตถุประสงค์/เป้าประสงค์	เพื่อให้ ปณท ดำเนินการพัฒนาและจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการบริการ Logistics แบบยั่งยืน				
ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	2564	2565	2566	2567	2568
ข้อมูล GHG จากแผนพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของ ปณท (หน่วย : แห่ง)	ปช. ≥8 แห่ง	ศป. ≥4 แห่ง	ศป. ≥8 แห่ง	ศป. ≥7 แห่ง	ปจ./ ปณศ. รวม ≥25 แห่ง
น้ำหนักกล่องของที่ไม่ใช้แล้วที่เข้าร่วมโครงการ (หน่วย : ตันต่อปี)	75 ตัน	80 ตัน	85 ตัน	90 ตัน	100 ตัน

#### กลยุทธ์ที่ 3 มุ่งสู่การพัฒนาและจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการบริการ Logistics แบบยั่งยืน

ผลผลิต (Output)	1. ลดการใช้ทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ 2. สามารถลดมลพิษที่เกิดจากการให้บริการ Logistics 3. นำเอาของเสีย/ของที่ใช้งานแล้วกลับมาใช้ใหม่/เป็นวัตถุดิบ
ผลลัพธ์ (Outcome)	ปณท สามารถให้บริการโดยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อสังคมและชุมชน

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(D) การจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	19. แผนพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของ ปณท (1.3.1 ตามกรอบการดำเนินงาน ISO14001:2015) • Green Office เช่น ลดการเกิดขยะ ลดการใช้น้ำ	อัตราความสำเร็จตามกรอบการดำเนินงานมาตรฐาน ISO14001:2015	คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	≥80%	≥80%	≥80%	≥80%	≥80%
		จำนวน Green Office		ปช. ≥8 แห่ง	ศป. ≥4 แห่ง	ศป. ≥8 แห่ง	ศป. ≥7 แห่ง	ปจ./ ปณศ. รวม ≥25 แห่ง
	20. แผนบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ	คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	ปช. ≥8 แห่ง	ศป. ≥4 แห่ง	ศป. ≥8 แห่ง	ศป. ≥7 แห่ง	ปจ./ ปณศ. รวม ≥25 แห่ง	

Materiality Issues	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมายรายปี				
				2564	2565	2566	2567	2568
(B) นวัตกรรมและเทคโนโลยี/ (D) การจัดการผลกระทบ สิ่งแวดล้อม/ (E) การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน	21. Green Energy • แผนงาน Solar Rooftop	ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน	คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	≥80%	≥80%	≥80%	≥80%	≥80%
		จำนวนแห่งในการติดตั้ง Solar Rooftop		-	5	10	10	10
	22. Green Energy • นำยานยนต์ไฟฟ้ามาใช้ในระบบงานไปรษณีย์ (SU13)	ระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน	ผป.	ดำเนินการจัดการรถยนต์ไฟฟ้าจำนวน 250 คัน	จัดระบบและประเมินผลการใช้งาน	ขยายการดำเนินงานตามผลการประเมิน	-	-
	23. Postal Box Innovation แผนส่งเสริมการนำกล่องพัสดุที่ยังมีสภาพดีมาใช้ซ้ำ (สะสม)	จำนวนรูปแบบการพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ (สะสม)	ปป.	ศึกษารูปแบบความเป็นไปได้	1	2	3	4
24. ไปรษณีย์ reBOX ep. 2 เปิดรับกล่อง ซองที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อนำไปรีไซเคิล	น้ำหนักกล่องซองที่ใช้แล้วที่เข้าร่วมโครงการ	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ภก.	75 ตัน	80 ตัน	85 ตัน	90 ตัน	100 ตัน
				6 เดือน	6 เดือน	6 เดือน	6 เดือน	1 ปี

## 6.2 แผนปฏิบัติงานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in Process) ประจำปี 2564

### 6.2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 : PEOPLE

#### แผนปฏิบัติงานที่ 1 แผนส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 26000 ให้กับพนักงาน ปณท

วัตถุประสงค์	เพื่อพัฒนาบุคลากร (พนักงานทีมงาน CSR in Process) ของ ปณท ที่ดำเนินการในหัวข้อหลัก (Core) แต่ละหัวข้อ ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR ในบริบทของ ปณท ตามมาตรฐาน ISO 26000 และสามารถดำเนินงาน CSR ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
เป้าหมาย	พนักงานของ ปณท มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR มากขึ้น และสามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนางาน CSR ในบริบทของ ปณท ได้มากขึ้น
ตัวชี้วัด	ผลการประเมินความรู้ความเข้าใจการดำเนินงาน CSR ของ ปณท หลังการอบรม
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ภก. พบ.
หน่วยงานสนับสนุน	-
ขอบเขตการดำเนินงาน	พนักงานทีมงาน CSR in Process ที่ดำเนินการในหัวข้อหลัก (Core) แต่ละหัวข้อ

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																				
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.									
1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจหรือรับรู้เกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงาน CSR ของ ปณท ระบุบทบาทของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มในงาน CSR เพื่อใช้ในการกำหนดเนื้อหาการฝึกอบรม	ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงบทบาทหน้าที่ของกลุ่มเป้าหมาย																					
2. พัฒนาหลักสูตรด้าน CSR ขององค์กร ประกอบด้วย เนื้อหา เช่น ความสำคัญของงาน CSR หลักการ CSR ตามมาตรฐาน ISO 26000 แนวทางการดำเนินงานขององค์กร แนวปฏิบัติด้าน CSR ขององค์กรที่เหมาะสม โดยมีการเน้นเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม	หลักสูตรด้าน CSR ที่เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับใช้ในการส่งเสริมความรู้และเหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย																					
3. จัดทำตารางการฝึกอบรมที่มีความชัดเจนให้กับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม	ตารางการฝึกอบรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม																					
4. จัดเตรียมเอกสารประกอบการอบรม และ/หรือ ประสาน	ความพร้อมและเอกสารที่ใช้ในการฝึกอบรม																					

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ผู้เชี่ยวชาญด้าน CSR เพื่อทำการ อบรมทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ													
5. ดำเนินการฝึกอบรมตาม หลักสูตรภาคทฤษฎี	กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมการ ฝึกอบรมตามที่กำหนดไว้												
6. ประเมินผลความรู้ความเข้าใจใน การอบรม และกิจกรรมจาก หลักสูตรการอบรม (Pre-test, Post-test)	ผลการประเมินความรู้ความ เข้าใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้า รับการอบรม												
7. ทบทวนผลการฝึกอบรม และ พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	หลักสูตรและรูปแบบการอบรม มีการปรับปรุงและพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง												



แผนปฏิบัติงานที่ 2 แผนงานเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

วัตถุประสงค์	เพื่อให้พนักงานมีความตระหนักและเข้าใจการประยุกต์เรื่องการกำกับดูแลกิจการกับการทำงานของตนเอง
เป้าหมาย	คะแนนการรับรู้ด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีจริยธรรม
ตัวชี้วัด	คะแนนความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส และจริยธรรมของพนักงานที่มีต่อผู้บริหาร
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	กก.
หน่วยงานสนับสนุน	-
ขอบเขตการดำเนินงาน	พนักงานของ ปณท ทั้งองค์กร

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564															
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.				
1. จัดทำแบบประเมินความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีจริยธรรมของพนักงานที่มีต่อผู้บริหาร	แบบประเมินความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีจริยธรรมของพนักงานที่มีต่อผู้บริหาร																
2. ให้ความรู้เรื่องการกำกับดูแลที่เข้าใจได้ง่าย เพื่อให้พนักงานเข้าใจก่อนทำแบบประเมิน	พนักงานที่มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำแบบประเมิน																
3. พนักงานดำเนินการประเมินความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส และจริยธรรมที่มีต่อผู้บริหาร	พนักงานของ ปณท ทำการประเมินตามที่กำหนดครบถ้วน																
4. สรุปผลคะแนนความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส และจริยธรรมของพนักงานที่มีต่อผู้บริหาร	ผลคะแนนความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส และจริยธรรมของพนักงานที่มีต่อผู้บริหาร																

แผนปฏิบัติงานที่ 3      แผนการดำเนินงานด้าน CG

วัตถุประสงค์	เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการตามหลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี
เป้าหมาย	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามหลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ปี 2562
ตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสำเร็จในการกำหนดให้มโนนโยบาย/ระบบ/หลักการ CG ที่ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์</li> <li>2. ความสำเร็จในการกำหนดให้มโนนโยบาย/ระบบ/หลักการ CG ที่กำหนดอย่างมีคุณภาพ</li> <li>3. ความสำเร็จในการกำหนดให้มโนนโยบาย/ระบบ/หลักการ CG อย่างมีคุณภาพ สม่าเสมอ และได้ผลลัพธ์ตามที่กำหนด</li> <li>4. ความสำเร็จของการระบุความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานในหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>5. ความสำเร็จของการปรับปรุงนโยบาย/ระบบ/หลักการที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง</li> </ol>
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	กก.
หน่วยงานสนับสนุน	-
ขอบเขตการดำเนินงาน	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามหลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. การกำหนด ทบทวน ให้มีนโยบาย/ระบบ/หลักการ CG ที่กำหนดอย่างมีคุณภาพ สม่าเสมอ และได้ผลลัพธ์ตามที่กำหนด	นโยบาย/ระบบ/หลักการ CG ที่ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน												
2. การระบุความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานในหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ข้อมูลความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง												
3. การปรับปรุงนโยบาย/ระบบ/หลักการที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง	นโยบาย/ระบบ/หลักการ CG ที่มีคุณภาพและได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง												

แผนปฏิบัติงานที่ 4 ส่งเสริมความตระหนักในเรื่องการต่อต้านทุจริต

วัตถุประสงค์	เพื่อส่งเสริมให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าให้ความสำคัญกับเรื่องต่อต้านการทุจริตเช่นเดียวกับ ปณท
เป้าหมาย	กระตุ้นให้ผู้ส่งมอบให้ความสำคัญกับกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และจริยธรรมด้านการต่อต้านการทุจริต ของ ปณท
ตัวชี้วัด	ร้อยละของจำนวนหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนามตกลงที่จะปฏิบัติตาม*
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	กก. จท.
หน่วยงานสนับสนุน	หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
ขอบเขตการดำเนินงาน	ผู้ส่งมอบ

\* ปี 2564 เฉพาะการจัดซื้อจัดจ้างที่ดำเนินการโดย จท. และพิจารณาเพิ่มหน่วยงานในปีต่อไป

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																					
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.										
1. ทาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับเนื้อหาของหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct)	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct)																						
2. จัดทำกิจกรรมส่งเสริมความตระหนักในเรื่องการต่อต้านทุจริต	หน่วยงานกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกิจกรรมและมีความเข้าใจในเรื่องการต่อต้านการทุจริต																						
3. ทำการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพิจารณาขับเคลื่อนให้ <ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนร้อยละของจำนวนหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนามเพิ่มขึ้น</li> <li>เพิ่มจำนวนหน่วยงานที่ทำการเผยแพร่ และเก็บรวบรวมข้อมูล</li> </ul>	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล/สถิติของจำนวนหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนามเพิ่มขึ้น																						

แผนปฏิบัติงานที่ 5 เสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่คุณค่า

วัตถุประสงค์	เพื่อส่งเสริมให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าให้เคารพสิทธิมนุษยชนกับแรงงานของตน
เป้าหมาย	1. กระตุ้นให้ผู้ส่งมอบ ให้ความสำคัญกับเรื่องสิทธิมนุษยชน 2. เป็นภาพลักษณ์ ของ ปณท ในการเป็นต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน
ตัวชี้วัด	ร้อยละของจำนวนหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนามตกลงที่จะปฏิบัติตาม*
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	กก. จท.
หน่วยงานสนับสนุน	หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
ขอบเขตการดำเนินงาน	ผู้ส่งมอบ

\* ปี 2564 เฉพาะการจัดซื้อจัดจ้างที่ดำเนินการโดย จท. และพิจารณาเพิ่มหน่วยงานในปีต่อไป

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1. ทารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับเนื้อหาของหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct)	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct)															
2. จัดทำกิจกรรมส่งเสริมความตระหนักในเรื่องการต่อต้านทุจริต	หน่วยงานกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกิจกรรมและมีความเข้าใจในเรื่องการต่อต้านการทุจริต															
3. ทำการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพิจารณาขับเคลื่อนให้ <ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนร้อยละของจำนวนหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนามเพิ่มขึ้น</li> <li>เพิ่มจำนวนหน่วยงานที่ทำการเผยแพร่ และเก็บรวบรวมข้อมูล</li> </ul>	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล/สถิติของจำนวนหนังสือแสดงความจำนงตามหลักการคุณธรรม หรือมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ที่ผู้ส่งมอบลงนาม															

แผนปฏิบัติงานที่ 6 แผนการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนสำคัญตามความสามารถพิเศษของ ปณท

วัตถุประสงค์	เพื่อให้ ปณท ใช้ความสามารถพิเศษขององค์กร เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนสำคัญ
เป้าหมาย	คัดเลือกชุมชนสำคัญเพื่อจัดทำแผนพัฒนา (รายละเอียดในหลักเกณฑ์การคัดเลือกชุมชนและแผนเสริมสร้างความเข้มแข็ง)
ตัวชี้วัด	ความพึงพอใจของชุมชน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ภก.
หน่วยงานสนับสนุน	ฝ่ายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
ขอบเขตการดำเนินงาน	ชุมชนที่สำคัญตามเกณฑ์การคัดเลือกชุมชน

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564												
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. จัดทำเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่สำคัญ	เกณฑ์การคัดเลือกชุมชนที่สำคัญ													
2. บ่งชี้และคัดเลือกชุมชนเพื่อดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน	ชุมชนเป้าหมายที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก													
3. ศึกษาบริบทชุมชนที่สำคัญ	ข้อมูลบริบทของชุมชนเป้าหมาย													
4. ดำเนินงานและจัดกิจกรรมเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนสำคัญ	ดำเนินการโครงการในพื้นที่ชุมชนที่สำคัญ													

แผนปฏิบัติงานที่ 7 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชนภายใต้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ ปณท “ไปรษณีย์เพิ่มสุข”  
(4.1.4 ของแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

วัตถุประสงค์	เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยการสนับสนุนและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่สำคัญในการนำภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชน ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ผ่านการฝึกอบรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ
เป้าหมาย	1. สามารถสร้างความสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ของ ปณท 2. ต่อลูกค้า ประชาชน และชุมชนต่าง ๆ 3. สามารถส่งเสริมศักยภาพพนักงาน/ลูกจ้าง ปณท ให้เป็นจิตอาสา 4. เกิดการแบ่งปัน การเสียสละ เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม
ตัวชี้วัด	ความพึงพอใจของชุมชน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ภก.
หน่วยงานสนับสนุน	ฝ่ายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
ขอบเขตการดำเนินงาน	เข้าไปมีส่วนร่วมกับประชาชน สังคม และชุมชน

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																						
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.											
1. ประชุมวางแผนการดำเนินงานโครงการและการกำหนดกิจกรรมร่วมกับชุมชน หน่วยงานภาคีเครือข่ายภาครัฐ และเอกชน	- แผนการดำเนินงานโครงการ - แผนการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องและเหมาะสมกับชุมชน																							
2. การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน	- การดำเนินงานเป็นไปตามระยะเวลา ผู้รับผิดชอบแต่ละแผนสามารถผลักดันให้ลุล่วงตามกำหนด - แผนงานสำเร็จและบรรลุผลตาม KPIs - กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ ปณท																							
3. ติดตามตรวจสอบผลการจัดกิจกรรม และประเมินผลการดำเนินงาน	สามารถปรับแผนงานให้มีความเหมาะสมกับปัจจัยทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว																							
4. ทบทวนการดำเนินงาน การจัดกิจกรรมร่วมกัน ปรับปรุงแนวปฏิบัติ/กระบวนการปฏิบัติงานเพื่อเสนอแนะแนวทางการทำงานในปีต่อไป	ได้แผนงาน และแนวทางการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมในปีต่อไป																							

**แผนปฏิบัติงานที่ 8      แผนสอบทานและประเมินผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและ  
สภาพแวดล้อมในการทำงาน**

วัตถุประสงค์	เพื่อทราบความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการดำเนินงานด้านความปลอดภัยในการทำงานของ ปณท
เป้าหมาย	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานด้านความปลอดภัย ในการทำงานของ ปณท
ตัวชี้วัด	ร้อยละความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการปรับปรุงการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	คป.
หน่วยงานสนับสนุน	-
ขอบเขตการดำเนินงาน	แจ้งให้ทราบ ให้คำปรึกษา

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564															
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.				
1. พิจารณาข้อคำถามเพื่อจัดทำ แบบสำรวจความพึงพอใจ และ กำหนดวิธีการที่ใช้ในการสำรวจ/ จัดเก็บข้อมูล	พิจารณาข้อคำถามเพื่อจัดทำ แบบสำรวจความพึงพอใจ และ กำหนดวิธีการที่ใช้ในการ สำรวจ/จัดเก็บข้อมูล																
2. เสนอขออนุมัติแบบสำรวจและ บันทึกขอความอนุเคราะห์ให้ทุก หน่วยงานใน ปณท แจ้งเวียน ผู้ปฏิบัติงานในสังกัดตอบแบบ สำรวจ	เสนอขออนุมัติแบบสำรวจและ บันทึกขอความอนุเคราะห์ให้ ทุกหน่วยงานใน ปณท แจ้ง เวียนผู้ปฏิบัติงานในสังกัดตอบ แบบสำรวจ																
3. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลผล สำรวจความพึงพอใจ	ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลผล สำรวจความพึงพอใจ																
4. วิเคราะห์และสรุปผลที่ได้จาก การสำรวจความพึงพอใจ	วิเคราะห์และสรุปผลที่ได้จาก การสำรวจความพึงพอใจ																
5. จัดทำรายงานสรุปผลสำรวจ ความพึงพอใจเสนอ ปณท และแจ้ง เวียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนา/ ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป	จัดทำรายงานสรุปผลสำรวจ ความพึงพอใจเสนอ ปณท และ แจ้งเวียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลใน การพัฒนา/ปรับปรุงการ ดำเนินงานต่อไป																

แผนปฏิบัติงานที่ 9 การควบคุมจำนวนอัตรากำลังทั้งในส่วนงานปฏิบัติการและงานสนับสนุน

วัตถุประสงค์	เพื่อบริหารจัดการอัตรากำลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในระยะยาว
เป้าหมาย	ชะลอการเพิ่มอัตรากำลังและลดการทดแทนผู้เกษียณอายุ
ตัวชี้วัด	ความสำเร็จในการลดการจัดสรรอัตรากำลังทดแทนผู้เกษียณอายุ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ทบ.
หน่วยงานสนับสนุน	หน่วยงานภายใน ปณท
ขอบเขตการดำเนินงาน	ทราบผลการดำเนินงานด้านอัตรากำลังตามนโยบาย พร้อมปัญหา/อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปรับปรุง

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1. กำหนดนโยบายการดำเนินงานด้านอัตรากำลังของหน่วยงานภายใน ปณท	นโยบายการดำเนินงานด้านอัตรากำลังของหน่วยงานภายใน ปณท															
2. สื่อสารนโยบายการดำเนินงานด้านอัตรากำลังของหน่วยงานภายใน ปณท ให้ทุกหน่วยงานทราบและถือปฏิบัติ	ทุกหน่วยงานทราบและถือปฏิบัติตามนโยบายการดำเนินงานด้านอัตรากำลัง															
3. หน่วยงานภายใน ปณท ทราบและถือปฏิบัติ	ทุกหน่วยงานถือปฏิบัติตามนโยบายการดำเนินงานด้านอัตรากำลังอย่างเคร่งครัด															
4. ติดตามการดำเนินงานด้านอัตรากำลัง ของหน่วยงานภายใน ปณท	ทราบความคืบหน้าการดำเนินงานด้านอัตรากำลังของหน่วยงานภายใน ปณท															
5. ประเมินผลการดำเนินงานด้านอัตรากำลัง ของหน่วยงานภายใน ปณท และสรุปเสนอ ปณท	ทราบผลการดำเนินงานด้านอัตรากำลังตามนโยบาย พร้อมปัญหา/อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปรับปรุง															



แผนปฏิบัติงานที่ 10 การประเมินผลสมรรถนะเพื่อการพัฒนาบุคลากร

วัตถุประสงค์	เพื่อประเมินผลสมรรถนะผู้บริหาร ปณท ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปสำหรับวางแผนพัฒนาบุคลากรและกำหนดแผนพัฒนารายบุคคลตามสมรรถนะ เพื่อให้มีความสามารถในการบริหารและทักษะในการเป็นผู้นำ
เป้าหมาย	ผลการประเมินสมรรถนะเพื่อนำไปใช้ในแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (IDP)
ตัวชี้วัด	ระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	พบ.
หน่วยงานสนับสนุน	-
ขอบเขตการดำเนินงาน	ผู้บริหาร ปณท ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปได้รับการประเมินสมรรถนะ

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																				
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.									
1. กำหนดรายละเอียดสมรรถนะที่จะใช้ประเมินและออกแบบแบบฟอร์มการประเมินสมรรถนะ	จัดทำรายละเอียดสมรรถนะที่ใช้ประเมิน และแบบฟอร์มการประเมินแล้วเสร็จ																					
2. ขออนุมัติ ปณท เพื่อประเมินผลสมรรถนะของผู้บริหาร ปณท ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป	ปณท อนุมัติการประเมินผลสมรรถนะของผู้บริหาร ปณท ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป																					
3. ดำเนินการสื่อสารสมรรถนะให้ทุกหน่วยงานทราบและถือปฏิบัติ	ทุกหน่วยงานทราบและถือปฏิบัติ																					
4. ดำเนินการประเมินผลสมรรถนะเพื่อการพัฒนา	ผู้บริหาร ปณท ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปได้รับการประเมินสมรรถนะ																					
5. สรุปผลการประเมินสมรรถนะของผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป	จัดทำรายงานสรุปผลการประเมินสมรรถนะ และเสนอ ปณท เห็นชอบ																					
6. จัดส่งข้อมูลผลการประเมินให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบผลการประเมินสมรรถนะและนำไปใช้ในแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (IDP)																					

แผนปฏิบัติงานที่ 11 ดำเนินการตามแผนแม่บทการพัฒนาบุคลากร

วัตถุประสงค์	1. ดำเนินการพัฒนาบุคลากรตามแผนให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของ ปณท 2. ดำเนินการปรับโครงสร้างหลักสูตรโรงเรียนการไปรษณีย์ตาม HRD Master Plan
เป้าหมาย	1. พัฒนาบุคลากรตามที่กำหนดไว้ใน Training Roadmap 2. โครงสร้างหลักสูตรโรงเรียนการไปรษณีย์ที่ได้รับการปรับปรุงใหม่
ตัวชี้วัด	จำนวนกลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาตามแผน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ทบ.
หน่วยงานสนับสนุน	ทบ.
ขอบเขตการดำเนินงาน	กลุ่มเป้าหมายตามแผนที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
แผนพัฒนาบุคลากรตาม Training Roadmap													
1. ขออนุมัติแผนพัฒนาบุคลากรตาม Training Roadmap ต่อ ปณท	ได้แผนพัฒนาบุคลากร												
2. ดำเนินการพัฒนาบุคลากรตาม Training Roadmap	บุคลากรได้รับการพัฒนา												
3. ติดตามผลการดำเนินงานของ แผนฯ	สรุปผลการพัฒนา												
การปรับโครงสร้างหลักสูตรโรงเรียนการไปรษณีย์													
1. สอบถามความต้องการของผู้สอน โดยร่างโครงสร้างหลักสูตรพร้อมวัตถุประสงค์การเรียนการสอน	ร่างโครงสร้างหลักสูตร												
2. สรุปผลการสอบถามเสนอ จชป. พิจารณาให้ความเห็น	สรุปผลการพิจารณาโครงสร้างหลักสูตร												
3. สรุปโครงสร้างหลักสูตรตามความเห็นของ จชป.	ร่างโครงสร้างหลักสูตร												
4. เสนอคณะกรรมการโรงเรียนฯ ให้ความเห็นชอบ	ร่างโครงสร้างหลักสูตร												
5. เสนอขออนุมัติโครงสร้างหลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ต่อ ปณท	โครงสร้างหลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุงใหม่												
6. เริ่มใช้โครงสร้างหลักสูตรใหม่	โครงสร้างหลักสูตรใหม่												

แผนปฏิบัติงานที่ 12 เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรของ ปณท

วัตถุประสงค์	เพื่อเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรของ ปณท กระตุ้นให้บุคลากรรับรู้ เข้าใจ และแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรอย่างต่อเนื่อง
เป้าหมาย	บุคลากรแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร
ตัวชี้วัด	ค่าระดับการแสดงผลพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากร
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (ทบ.)
หน่วยงานสนับสนุน	ภก.
ขอบเขตการดำเนินงาน	บุคลากร ปณท

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1. สื่อสารค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ให้บุคลากรใน ปณท รับทราบ	บุคลากรรับรู้และเข้าใจค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร															
2. ดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร	เรื่องกิจกรรมที่ดำเนินการ โดยบุคลากรรับรู้ เข้าใจ และตระหนักในการแสดงพฤติกรรมตามค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร															
3. ติดตามและประเมินผลการแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร	ร้อยละระดับการแสดงผลพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร และร้อยละระดับการรับรู้สมรรถนะหลักใหม่ ไม่น้อยกว่า 85%															
4. รายงานสรุปเสนอ ปณท พิจารณา	ปณท รับทราบรายงานสรุปผลการดำเนินงาน															

แผนปฏิบัติงานที่ 13      แผนการฝึกอบรมลูกจ้างขับรถ ปณท.ดบ.  
(1.1.2 ของแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

วัตถุประสงค์	1. บรรยายถ่ายทอดความรู้เรื่องการทำงานขนส่งให้เป็นไปตามสัญญาจ้างขนส่งของไปรษณีย์ที่มีระหว่างกัน 2. ปรับปรุงคุณภาพการขนส่งให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กำหนดไว้
เป้าหมาย	1. มีความเข้าใจและการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นไปด้วยความเรียบร้อยอย่างถูกวิธีและสร้างศักยภาพของบุคลากร 2. การขนส่งได้รับการปรับปรุงให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานบริการที่ ปณท กำหนด 3. นำข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นมาปรับปรุงกระบวนการทำงาน/สร้างความเข้าใจให้ถูกต้องตรงกัน 4. มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างสองฝ่าย
ตัวชี้วัด	ระดับคะแนนประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ขนส่ง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ผป.
หน่วยงานสนับสนุน	ศน. ศป. กท. ศป. ลส. ศป. EMS ที่ทำการไปรษณีย์ในพื้นที่ กทม. และปริมณฑล
ขอบเขตการดำเนินงาน	ผู้ขนส่งที่เข้ารับการอบรมสามารถปฏิบัติได้ตามข้อกำหนดของ ปณท

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1. ประสานงานกับผู้ขนส่งเรื่องการสัมมนา	หนังสือเชิญจากผู้ขนส่งให้เข้าร่วมเป็นวิทยากรบรรยาย															
2. จัดทำข้อมูลนำเสนอในการสัมมนา	ข้อมูลนำเสนอในการสัมมนา															
3. เตรียมความพร้อมวิทยากรสำหรับการสัมมนา ครั้งที่ 1 (Presentation/เตรียมไฟล์ข้อมูลให้กับผู้ขนส่ง)	ผลการประเมินหลังการจัดสัมมนา															
4. เตรียมความพร้อมวิทยากรสำหรับการสัมมนา ครั้งที่ 2 (Presentation/เตรียมไฟล์ข้อมูลให้กับผู้ขนส่ง)	ผลการประเมินหลังการจัดสัมมนา															
5. ประเมินผลการสัมมนา	สรุปภาพรวมการประเมินจากการสัมมนา															

แผนปฏิบัติงานที่ 14 แผนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้สิทธิสวัสดิการและสิทธิประโยชน์

วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจให้แก่ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบในสิทธิสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของตนเองที่ถูกต้อง
เป้าหมาย	ผู้ปฏิบัติงานและบุคลากรที่ ปน. ปช. มีความรู้ความเข้าใจสิทธิสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่ถูกต้อง ตลอดจนขวัญกำลังใจในการทำงาน สามารถใช้ระบบเบิกจ่าย สวัสดิการได้ถูกต้อง
ตัวชี้วัด	1. ผลสำรวจการรับรู้และเข้าใจต่อสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ 2. ผลประเมินความพึงพอใจต่อสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน ปณท
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	สส.
หน่วยงานสนับสนุน	ฝ่ายภาพลักษณ์องค์กร ปน.1 - ปน.4 ปช.1-ปช.10 คน. และฝ่ายงานส่วนกลาง
ขอบเขตการดำเนินงาน	พนักงาน/ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้าง/ผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา) ผู้ปฏิบัติงานบุคคลประจำ ปน. ปช.

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																				
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.									
1. รวบรวมและทบทวนเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน	เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอินโฟกราฟิกที่ถูกต้องครบถ้วน																					
2. กำหนดลำดับเรื่องหรือเนื้อหาสวัสดิการฯ ที่จะสื่อสาร ให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบตามลำดับความสำคัญหรือความเร่งด่วน	ประเภทสวัสดิการที่จะประชาสัมพันธ์ในแต่ละเดือน																					
3. นำเสนอข้อมูลและรูปแบบสื่อให้ สส. พิจารณา	บันทึกขอความเห็นชอบสื่อประชาสัมพันธ์และเนื้อหาในรูปแบบอินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์สวัสดิการฯ																					
4. จัดส่งข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ให้ ภก. ออกแบบ หรือกรณีมีเนื้อหาหรือข่าวประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม	สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอินโฟกราฟิก																					
5. ภก. ออกแบบจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกและส่งให้ สส. พิจารณา	เนื้อหาและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สมบูรณ์																					
การออกพื้นที่ให้คำแนะนำความรู้สวัสดิการฯ และระบบเบิกจ่ายสวัสดิการกับ ปน. ปช.																						
6. สส. ประชุมกำหนดแนวทางการออกไปให้คำปรึกษาแนะนำในกระบวนการเบิกจ่ายสวัสดิการกับผู้ปฏิบัติงานบุคคลประจำเขต/ฝ่าย (เขต/ฝ่ายงานนำร่อง)	แนวทางและวิธีการให้คำแนะนำแก่ผู้ปฏิบัติงานที่เขต																					
7. ทำบันทึกแนวทางการให้คำปรึกษากับเจ้าหน้าที่บุคคลประจำเขต (เขต/ฝ่ายงานนำร่อง)	บันทึกแจ้งเขตเพื่อทราบแนวทางการเข้าให้คำปรึกษา																					

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
	แนะนำเกี่ยวกับระบบเบิกจ่าย สวัสดิการ												
8. ดำเนินการเข้าให้คำแนะนำกับ เขต/ฝ่ายนำร่องในเรื่องสวัสดิการ และระบบการเบิกจ่ายสวัสดิการ	ผู้ปฏิบัติงานเขตมีความเข้าใจ ระบบเบิกจ่ายสวัสดิการเพิ่ม มากขึ้น สส. ทราบปัญหาและ ข้อจำกัดการเบิกจ่ายสวัสดิการ												
9. ติดตามผล	ข้อเสนอแนะในการ ให้คำปรึกษาแนะนำ												

## 6.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : PRODUCT

### แผนปฏิบัติงานที่ 15 แผนส่งเสริมและเร่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพของการสร้างสรรค์นวัตกรรม (โครงการ Let's (TAN)Go Innovation)

วัตถุประสงค์	1. เพื่อมุ่งเน้นการสร้างให้เกิดกระบวนการคิดแบบใหม่ร่วมกันของบุคลากรระดับบริหาร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาบริการ ระบบงาน หรือรูปแบบธุรกิจใหม่ รวมถึงร่วมกันแก้ไขปัญหาพื้นฐาน (Fix Fundamental) และการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายให้กับองค์กร 2. เพื่อให้ภาพรวมการดำเนินงานสามารถขับเคลื่อนและปฏิรูปองค์กร (Transform) ได้ในระยะยาว
เป้าหมาย	กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร ด้วยการพัฒนากระบวนการคิด วิเคราะห์ กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเกิดการ ทำงานแบบ Cross Functional Team ทำให้เกิดการบูรณาการร่วมกันทั้งองค์กรต่อไป
ตัวชี้วัด	1. จำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่เป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องตาม Innovation Theme (ราย) 2. จำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่เป็นนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งสอดคล้องตาม Innovation Theme (ราย)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	สายงาน ก ด้าน กย. (บก.)
หน่วยงานสนับสนุน	สำนัก กย (อก.) สายงาน ก ด้าน กย. (ภก.) สายงาน ส ด้าน บบ. (พบ.)
ขอบเขตการดำเนินงาน	Workshop เพื่อระดมความคิดเห็นในการแก้ปัญหา Problem Statement/Pain Point ในด้านต่าง ๆ และ Transform แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารทุกสายงาน

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ โดยการบรรยายจากวิทยากรภายนอก	ได้องค์ความรู้จากวิทยากร															
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ โดยการบรรยายจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ได้ข้อคิดเห็นและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้															
3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ ผ่านการชมคลิปวิดีโอ	ได้ข้อคิดเห็นและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้															
4. ระดมความคิดเห็น เพื่อพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงาน	ได้หัวข้อ/โครงการ															
5. คัดเลือกโครงการที่เหมาะสมเพื่อมาดำเนินการ	ได้โครงการที่จะต้องดำเนินการต่อไป															
6. ติดตามการดำเนินงานของแต่ละโครงการ	โครงการที่ดำเนินการจะเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน															

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564												
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
7. สรุปผลการดำเนินงานของแต่ละโครงการ	ผลงานของแต่ละโครงการ													
8. รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ “Let’s (TAN)Go Innovation” และนำเสนอ กจป.	รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ “Let’s (TAN)Go Innovation”													
9. ประเมินผลการดำเนินงานตามแผนเพื่อนำมาปรับปรุงแผนงานในปีถัดไป	ได้แนวทางในการปรับปรุงการดำเนินโครงการ “Let’s (TAN)Go Innovation” ในปีถัดไป													



แผนปฏิบัติงานที่ 15 แผนส่งเสริมและเร่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพของการสร้างสรรค์นวัตกรรม  
(โครงการ Hackathon/Innovation Boot Camp ร่วมกับเครือข่ายภายนอก)

วัตถุประสงค์	1. เพื่อส่งเสริมและเร่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพของการสร้างสรรค์นวัตกรรมต้นแบบ 2. เพื่อยกระดับทักษะผู้ริการสร้างนวัตกรรมและเหล่านักนวัตกรรมได้พัฒนาความรู้ และฝึกทักษะการสร้างแนวความคิดใหม่ๆ นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม 3. เพื่อให้ได้นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อ ปณท ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร
เป้าหมาย	มองเห็นนวัตกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายองค์กร สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้อย่างยั่งยืนต่อไป
ตัวชี้วัด	1. จำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่เป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการงาน ซึ่งสอดคล้องตาม Innovation Theme (ราย) 2. จำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่เป็นนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งสอดคล้องตาม Innovation Theme (ราย)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	บก.
หน่วยงานสนับสนุน	พบ. ภก.
ขอบเขตการดำเนินงาน	ส่งเสริมให้บุคลากร ปณท มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม ทั้งยังสร้างบรรยากาศให้บุคลากร ปณท ทุกระดับมีความกล้าที่จะคิดนอกกรอบ กล้าทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564															
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.				
1. จัดทำรายละเอียดและขออนุมัติแผนงาน	รายละเอียดแผนงานและแผนงานได้รับอนุมัติ																
2. จัดเตรียมการประชาสัมพันธ์กิจกรรม	วิธีการประชาสัมพันธ์รูปแบบ Online/Offline																
3. ประกาศรับสมัครพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม	ประกาศรับสมัครผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบ Online/Offline																
4. คณะกรรมการคัดเลือกพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมและจัดทำคำสั่งให้พนักงานที่ผ่านการคัดเลือกมาเข้าร่วมกิจกรรม	คำสั่งพนักงานที่จะเข้าร่วมกิจกรรม																
5 จัดหาวิทยากรและเตรียมสถานที่ดำเนินกิจกรรม	รายชื่อวิทยากรและสถานที่ดำเนินกิจกรรม																
6. ดำเนินกิจกรรม Hackathon/Innovation Boot Camp ร่วมกับเครือข่ายภายนอก	นวัตกรรม ปณท ที่แต่ละกลุ่มนำเสนอ																
7. นำเสนอผลงานต่อผู้บริหาร	การนำเสนอผลงานต่อผู้บริหาร																

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
8. รายงานสรุปผลเสนอ ปณท เพื่อนำผลงานมาพัฒนาต่อในกระบวนการบ่มเพาะและขยายผลนวัตกรรมต้นแบบ	ผลงานได้รับการพัฒนาต่อในกระบวนการบ่มเพาะและขยายผลนวัตกรรมต้นแบบ												

**แผนปฏิบัติงานที่ 16      แผนเพิ่มขีดความสามารถในการกลั่นกรองบ่มเพาะและขยายผลนวัตกรรมต้นแบบ  
(โครงการบ่มเพาะ ต่อยอดและขยายผลนวัตกรรมต้นแบบ)**

<b>วัตถุประสงค์</b>	1. เพื่อคัดเลือกผลงานนวัตกรรมที่มีศักยภาพ มาวิเคราะห์ ประเมินความเป็นไปได้ในการขยายผล 2. เพื่อนำผลงานนวัตกรรมที่ผ่านการคัดเลือกมากำหนดรูปแบบธุรกิจ (Business Model) และนำไปสู่เชิงพาณิชย์ในรูปแบบบริการใหม่/ผลิตภัณฑ์ใหม่ 3. เพื่อนำผลงานนวัตกรรมที่ผ่านการคัดเลือกไปขยายผลสู่การใช้งานจริงทั่วทั้งองค์กร ในกรณีที่เป็นนวัตกรรมกระบวนการ
<b>เป้าหมาย</b>	มุ่งเน้นการบ่มเพาะ ต่อยอดและขยายผลนวัตกรรมต้นแบบที่มีศักยภาพในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อ ปณท ทั้งในด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงาน รายได้/ส่วนแบ่งการตลาด ไปสู่วงกว้าง/เชิงพาณิชย์ (Incubation & Scale Up) รวมทั้งการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน
<b>ตัวชี้วัด</b>	ร้อยละของจำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่ได้รับการนำไปขยายผลเพื่อใช้งานจริง (ร้อยละ)
<b>หน่วยงานรับผิดชอบหลัก</b>	บก.
<b>หน่วยงานสนับสนุน</b>	พบ. กม. ภก. สต.
<b>ขอบเขตการดำเนินงาน</b>	ทุกสายงานใน ปณท ในช่วง 1 ปี (ระหว่างปี 2564)

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564															
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.				
1. ประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการรวบรวมข้อมูลผลงาน/โครงการนวัตกรรมของ ปณท	ข้อมูลจำนวนโครงการ/นวัตกรรม ของ ปณท																
2. กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนวัตกรรมต้นแบบมาเพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการขยายผล (Scale)	หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกนวัตกรรม																
3. ขออนุมัติหลักการ แนวทางในการพิจารณาคัดเลือกโครงการเพื่อนำมาเป็น Pilot Project	ได้รับอนุมัติหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกนวัตกรรม																
4. วิเคราะห์และคัดเลือกโครงการเสนอ ปณท พิจารณานุมัติโครงการ Pilot Project	โครงการนวัตกรรมต้นแบบในการขยายผล																
5. ประสานงานสายงาน/ฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการวางแผนในการดำเนินงาน/บริหารโครงการ	แผนการบริหารโครงการขยายผลนวัตกรรม																
6. เริ่มดำเนินการ/บริหารโครงการที่ได้รับอนุมัติมาเป็น Pilot Project	ทดลอง และจัดทำนวัตกรรมไปสู่การใช้งานจริง																
7. บริหารโครงการ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินโครงการ	การทดลอง และจัดทำนวัตกรรมคืบหน้าตามแผนบริหารโครงการ																

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564												
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
8. รายงานสรุปผลเสนอ ปณท เพื่อ ขยายผลไปสู่การให้บริการเชิง พาณิชย์/ใช้งานจริง กรณีที่เป็น นวัตกรรมกระบวนการ	ได้รับอนุมัติให้ใช้งานจริง													
9. เริ่มให้บริการ/ใช้งานจริง	สามารถให้บริการ/นำนวัตกรรม ไปใช้งานจริง													

**แผนปฏิบัติงานที่ 17**      **แผนมุ่งเน้นการนำ VOC/VOS และ Data Analytics มาใช้ในการจัดประกาย และขับเคลื่อนนวัตกรรม (โครงการพัฒนา Executive Dashboard เพื่อการบริหาร นวัตกรรม)**

<b>วัตถุประสงค์</b>	1. เพื่อนำข้อมูลด้านการจัดการนวัตกรรมของ ปณท มาสรุปให้สามารถเห็นภาพได้ในหน้าเดียว และเป็นข้อมูลที่อัปเดตสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถรับทราบข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และเป็นปัจจุบัน 2. เพื่อช่วยสนับสนุนองค์กรในการติดตามผลงานการพัฒนา นวัตกรรม ตั้งแต่ในขั้นที่เป็นข้อมูล นำเข้า/ปัจจัยกระตุ้นนวัตกรรม (Innovation Trigger Gathering) ไปจนถึงขั้นที่เป็นนวัตกรรม (Innovation) ที่สามารถใช้งานได้จริง มีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและสังคม
<b>เป้าหมาย</b>	ดำเนินการพัฒนา Executive Dashboard ขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
<b>ตัวชี้วัด</b>	1. ร้อยละของจำนวนนวัตกรรมต้นแบบที่พัฒนาขึ้นมาจากผลการวิเคราะห์ VOC/VOS และระบบ Data Analytics ของ ปณท (ร้อยละ) 2. ระดับความสำเร็จของการพัฒนา Executive Dashboard ตามเป้าหมาย
<b>หน่วยงานรับผิดชอบหลัก</b>	บก.
<b>หน่วยงานสนับสนุน</b>	วอ. กม. จท.
<b>ขอบเขตการดำเนินงาน</b>	ผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษาพัฒนา Executive Dashboard ระหว่างปี 2564 (เสร็จสิ้นในปี 2565)

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																					
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.										
1. เสนอหลักการจัดจ้างที่ปรึกษา เพื่อพัฒนา Executive Dashboard เพื่อการบริหาร นวัตกรรมต่อผู้มีอำนาจอนุมัติ	ได้รับอนุมัติในหลักการให้ ดำเนินการจัดจ้างที่ปรึกษา																						
2. จัดทำ TOR และเสนอรายงาน ขอจัดจ้างที่ปรึกษาต่อผู้มีอำนาจ อนุมัติ	ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการ จัดจ้างที่ปรึกษา																						
3. คณะกรรมการจัดจ้างโดยวิธี คัดเลือก จัดส่งหนังสือเชิญชวน ให้ที่ปรึกษาที่มีคุณสมบัติตรงตาม TOR เข้าร่วมยื่นข้อเสนอ	มีที่ปรึกษายื่นข้อเสนอตรงตาม หลักเกณฑ์ที่กำหนด																						
4. คณะกรรมการจัดจ้างฯ พิจารณาคัดเลือกจัดทำรายงานผล การคัดเลือกและเสนอขออนุมัติ ส่งจ้าง	ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการ ว่าจ้างที่ปรึกษา																						
5. จัดทำและเสนอขออนุมัติร่าง สัญญาจากผู้มีอำนาจอนุมัติ	ได้รับอนุมัติรายละเอียดสัญญา จ้างที่ปรึกษา																						
6. ที่ปรึกษาลงนามสัญญาและ พัฒนาโครงการตามระยะเวลาที่ กำหนดในสัญญา	ที่ปรึกษาส่งมอบงานจ้างตรง ตามกรอบเวลาที่กำหนด																						

แผนปฏิบัติงานที่ 18

Post Family

พัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้าตลอดเส้นทางการใช้บริการ (Customer Relationship Management: CRM)

วัตถุประสงค์	1. เพื่อให้ ปณท มีฐานข้อมูลลูกค้าตลอดเส้นทางการใช้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และเกิดช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงเฉพาะบุคคล 2. เพื่อให้ ปณท สามารถนำฐานข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเพื่อพัฒนา รูปแบบสินค้าและบริการ และกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้ดียิ่งขึ้น
เป้าหมาย	1. เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ มาแนะนำเสนอสินค้า/บริการ โปรโมชัน ส่วนลด หรือสิทธิประโยชน์พิเศษที่เหมาะสมให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม
ตัวชี้วัด	1. ระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน 2. จำนวนลูกค้าที่ยืนยันตัวตนในระบบ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	สต.
หน่วยงานสนับสนุน	
ขอบเขตการดำเนินงาน	ลูกค้าภายนอก

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																					
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.										
1. สร้างการรับรู้ระบบสมาชิก ปณท กับ พนักงาน ปณท	พนักงาน ปณท รับรู้กิจกรรมของระบบสมาชิก และเข้าร่วมทดสอบระบบอย่างน้อย 1,000 ราย																						
2. สร้างการรับรู้ระบบสมาชิก ปณท กับลูกค้าภายนอก ผ่าน e-mail/sms จากระบบ CRM	ลูกค้าเปิด e-mail หรือคลิกลิงก์จาก SMS																						
3. จัดแคมเปญกระตุ้นให้ลูกค้าสมัครสมาชิก ปณท	จำนวนลูกค้าที่ยืนยันตัวตนสมัครสมาชิกในระบบ ไม่น้อยกว่า 100,000 ราย																						
4. ประเมินผลการจัดกิจกรรม	รายงานผลพฤติกรรมกรให้บริการของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม																						

### 6.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 : PLANET

#### แผนปฏิบัติงานที่ 19 แผนพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของ ปณท (1.3.1 ของตามกรอบการดำเนินงาน ISO14001:2015)

วัตถุประสงค์	เพื่อให้ ปณท มีการจัดการสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานสากล
เป้าหมาย	จัดการสิ่งแวดล้อมของ ปณท ให้สอดคล้องกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้น - การใช้ทรัพยากรและพลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด - ลดและป้องกันผลกระทบทางมลพิษที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ - ลดผลกระทบที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ตัวชี้วัด	1. อัตราความสำเร็จตามกรอบการดำเนินงานมาตรฐาน ISO14001:2015 2. จำนวน Green Office
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม
หน่วยงานสนับสนุน	อก. คป. ผป. คอ. กร. จท. บอ. ยส. พบ. จศ. กก. ภก. ศน. ปน./ปช.
ขอบเขตการดำเนินงาน	ทั่วทั้งองค์กร

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564																					
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.										
1. ปรับปรุง Environment Aspect Identification (EAI) ให้ครอบคลุมกิจกรรมดำเนินงานขององค์กรพร้อมทั้งปรับปรุงมาตรการดำเนินงานและการรายงานผล	EAI มีความครอบคลุมกิจกรรมดำเนินงานของ ปณท และมีมาตรการในการดำเนินงานและรายงานผล																						
2. การทบทวนและปรับปรุงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมประจำปี	ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมได้รับการปรับปรุง																						
3. ฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม																						
4. กิจกรรมการตรวจรับรองมาตรฐานสำนักงานสีเขียว ปณท	ดำเนินกิจกรรมแล้วเสร็จ																						
5. Implement Green Office ปช.1-10	ดำเนินการพัฒนา Green Office ตามจำนวนเป้าหมาย																						

แผนปฏิบัติงานที่ 20 แผนบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ

วัตถุประสงค์	เพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เรื่อง Climate Change
เป้าหมาย	เก็บข้อมูลการใช้พลังงาน เพื่อคำนวณ Greenhouse Gases (GHG) เพื่อใช้ในการบริหารและเผยแพร่ในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป
ตัวชี้วัด	ข้อมูล GHG จากแผนพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของ ปณท
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม
หน่วยงานสนับสนุน	อก. วอ.
ขอบเขตการดำเนินงาน	หน่วยงานที่ทำ Green Office หรือ ISO 14001 ตามแผน ปณท

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1. ศึกษา ทบทวนและวางแผนการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ GHGs	ผลการศึกษา และแผนในการจัดเก็บข้อมูล GHGs															
2. เก็บข้อมูลการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า น้ำมัน)	รายงานข้อมูลการใช้พลังงาน															
3. นำข้อมูลมาวิเคราะห์และคำนวณเป็น GHGs	ผลการวิเคราะห์และข้อมูล GHGs															
4. บริหารและเผยแพร่ข้อมูล Greenhouse Gases (GHGs) ในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป	มีการรายงานข้อมูล GHGs ในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน															



แผนปฏิบัติงานที่ 21      Green Energy  
แผนงาน Solar Rooftop

วัตถุประสงค์	เพื่อศึกษาและพัฒนาแนวทางการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อใช้ภายในสำนักงาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้เป็นแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในระยะยาว
เป้าหมาย	เพื่อติดตั้งใช้งาน Solar Rooftop ในการผลิตกระแสไฟฟ้าในอาคารสถานประกอบการของ ปณท ที่มีคุณสมบัติทางกายภาพที่เหมาะสม
ตัวชี้วัด	1. ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน 2. จำนวนแห่งในการติดตั้ง Solar Rooftop
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม
หน่วยงานสนับสนุน	อก. กร. ผป. ยส. คอ. สน. ปน./ปช.
ขอบเขตการดำเนินงาน	อาคาร ปณท สำนักงานใหญ่ ปน./ปช. ศป./ปณ. (ที่มีความเหมาะสมในการติดตั้งใช้งาน)

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564												
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. การจัดทำแผนงานและขออนุมัติ	แผนการดำเนินงานที่ได้รับการอนุมัติ													
2. การสำรวจรายละเอียดเพิ่มเติม	ข้อมูลรายละเอียดในการดำเนินงานเพิ่มเติม													
3. การจัดทำร่างข้อกำหนด (TOR)	ร่างข้อกำหนด (TOR)													
4. การนำเสนอขออนุมัติ TOR และงบประมาณ (ถ้ามี)	ข้อกำหนด (TOR) และงบประมาณ (ถ้ามี) ที่ได้รับการอนุมัติ													
5. การเตรียมความพร้อมสถานที่สำหรับติดตั้ง	สถานที่ที่ได้มีการวางแผนติดตั้งมีความพร้อม													
6. การดำเนินการติดตั้ง	ดำเนินการติดตั้งเสร็จสิ้นตามแผนการดำเนินงาน													

แผนปฏิบัติงานที่ 22      Green Energy  
นำยานยนต์ไฟฟ้ามาใช้ในระบบงานไปรษณีย์

วัตถุประสงค์	เพิ่มประสิทธิภาพในการนำจ่ายสิ่งของขนาดใหญ่ โดยใช้รถยนต์ไฟฟ้าให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล
เป้าหมาย	มีรถยนต์ไฟฟ้าสำหรับการนำจ่ายสิ่งของขนาดใหญ่ จำนวน 250 คัน
ตัวชี้วัด	ระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ผป.
หน่วยงานสนับสนุน	คอ. ยส. จท. ปน./ปช.
ขอบเขตการดำเนินงาน	ส่งมอบรถยนต์ไฟฟ้าไปยังหน่วยงานต่าง ๆ

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
0. จัดทำสัญญาเช่ารถยนต์ไฟฟ้า	ปณท ลงนามสัญญาเช่ารถยนต์ไฟฟ้าร่วมกับผู้รับจ้างแล้วเสร็จ															
1. ผู้รับจ้างดำเนินการจัดรถยนต์ไฟฟ้าตามข้อกำหนด	ผู้รับจ้างจัดหารถยนต์ไฟฟ้าได้ครบตามจำนวนที่ TOR กำหนด															
2. ส่งมอบรถยนต์ไฟฟ้า งวดที่ 1 ภายใน 120 วัน	รถยนต์ไฟฟ้าจำนวน 100 คัน															
3. ตรวจรับการเช่า งวดที่ 1	อนุมัติรับไว้ใช้งาน															
4. ส่งมอบรถยนต์ไฟฟ้า งวดที่ 2	รถยนต์ไฟฟ้าจำนวน 150 คัน															
5. ตรวจรับการเช่า งวดที่ 2	อนุมัติรับไว้ใช้งาน															
6. จัดสรรให้กับหน่วยงานที่ใช้งาน	ส่งมอบรถยนต์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ															

แผนปฏิบัติงานที่ 23

Postal box Innovation

แผนส่งเสริมการนำกล่องพัสดุที่ยังมีสภาพดีมาใช้ซ้ำ

วัตถุประสงค์	1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงด้วยวัสดุที่เหมาะสม สามารถใช้ซ้ำได้หลายครั้ง 2. เพื่อสร้างธุรกิจการเช่าซื้อบรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้าที่เป็นกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ ที่มีความจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ในการบรรจุสิ่งของส่งให้ลูกค้า แต่ไม่ยอมแบกรับต้นทุนการซื้อบรรจุภัณฑ์คุณภาพต่ำในปริมาณมาก ๆ 3. เพื่อลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) และค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFP)
เป้าหมาย	เพื่อลดปริมาณขยะจากบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่เกิดจากระบบขนส่ง และผลักดันให้ ปณท เป็น 1 ในรัฐวิสาหกิจที่แสดงถึงความใส่ใจสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ
ตัวชี้วัด	จำนวนรูปแบบการพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ (สะสม)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ปป.
หน่วยงานสนับสนุน	ขป. รป. ปณ./ปช.
ขอบเขตการดำเนินงาน	ปี 2564-2565

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564												
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. ศึกษารูปแบบการพัฒนา และ วัสดุในการผลิต	แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์													
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์	แบบร่าง 3D/ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์													
3. ประเมินความพึงพอใจลูกค้า	ความพึงพอใจ/การปรับปรุงตามความต้องการ													
4. ทารื้อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลความเป็นไปได้ ในการใช้งาน และจำหน่าย													
5. สรุปผลนำเสนอ ปณท พิจารณา	ผลการพิจารณา													

แผนปฏิบัติงานที่ 24 ไปรษณีย์ reBOX ep. 2 เปิดรับกล่อง ของที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อนำไปรีไซเคิล

วัตถุประสงค์	1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ลูกค้า/ประชาชน ตระหนักถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยวิธีการแปรรูปเป็นของใช้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ 2. เพื่อลดปัญหาขยะประเภทกระดาษ/กล่องพัสดุในประเทศไทย 3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นของ ปณท ที่ทันสมัยตบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ และประชาชนทั่วไปได้อย่างทั่วถึงและชัดเจนในการให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและการแบ่งปันทางสังคม เพื่อให้เป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจของลูกค้า/ ประชาชน
เป้าหมาย	เพื่อสร้างการรับรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนคนไทย ในการลดปริมาณขยะประเภทกล่อง ของ จากการเติบโตของตลาด e-commerce ของประเทศไทย ตามแนวทาง Circular Economy
ตัวชี้วัด	1. น้ำหนักกล่องที่ไม่ใช้แล้วที่เข้าร่วมโครงการ 2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	ภก.
หน่วยงานสนับสนุน	ผป. ยส. ศน. (ศป.ลส.) อก. ปน.1 – 4 ปช.1 - 14
ขอบเขตการดำเนินงาน	การเปิดจุดรับกล่อง ของไม่ใช้แล้ว ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ และหน่วยงานพันธมิตร

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564												ปี 2565		
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.		
1. ประสานงานกับหน่วยงานพันธมิตร SCGP, CPRAM และ Lotus's	แนวทางการดำเนินงานร่วมกันของพันธมิตร															
2. การขออนุมัติโครงการ “ไปรษณีย์ reBOX ep. 2”	ได้รับอนุมัติหลักการดำเนินงาน															
3. PRE PR การดำเนินการสร้างการรับรู้แก่พนักงาน/ลูกค้า/ประชาชน โดยการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออฟไลน์และออนไลน์	พนักงาน/ลูกค้า/ประชาชน ทราบรายละเอียดโครงการฯ เพื่อเตรียมกล่อง ของไม่ใช้แล้วในการเข้าร่วมโครงการ															
4. การดำเนินการติดตั้ง Roll Pallet/ULD เป็นจุดรับกล่อง ของไม่ใช้แล้ว ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ และหน่วยงานพันธมิตร	เตรียมพร้อมจุดรับกล่อง ของไม่ใช้แล้ว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า/ประชาชน															
5. PR แคมเปญฯ - ที่มาของแคมเปญฯ - ความร่วมมือของพันธมิตรเดิม และพันธมิตรใหม่ กิจกรรมส่งภาพถ่ายกล่อง Rebox ณ จุด Drop Point	ลูกค้า/ประชาชนเข้าร่วมโครงการฯ															
6. ประเด็นในการแถลงข่าวครบรอบองค์กร	ลูกค้า/ประชาชนทราบ และเข้าร่วมโครงการฯ															

ขั้นตอนงาน	ผลลัพธ์ของขั้นตอนงาน	ปี 2564											ปี 2565		
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	
7. Post PR แคมเปญฯ - สรุปรวมยอดกล่อง/ซองใน แคมเปญฯ การมอบของขวัญให้กับ กลุ่มเป้าหมาย ในปี 2565	ลูกค้า/ประชาชนทราบถึง จำนวนยอดกล่อง ซองไม่ใช้ แล้ว เพื่อต่อยุ่แคมเปญฯ และสร้างการตระหนักให้กับ ลูกค้า/ประชาชน เกี่ยวกับ เรื่องขยะประเภทกล่อง ซอง ไม่ใช้แล้ว														

ทั้งนี้ ปณท ได้มีการศึกษารวบรวม ตัวอย่างโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็น  
แนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในต่างประเทศ ไว้ใช้สำหรับพิจารณาเป็นตัวอย่างแนวทางในการดำเนินการนำ  
แผนไปสู่การปฏิบัติจริงไว้ในภาคผนวกอีกด้วย

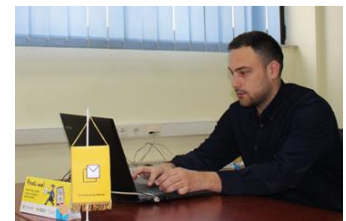
## 7 ภาคผนวก – ตัวอย่างโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในต่างประเทศ

### 7.1 ตัวอย่างโครงการที่มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านแรงงาน

#### Employee

Post Europ	Initiatives
Australian Post	Measures of Gender Balance
Croatian Post	Introducing E-learning platform
Finland	Smoke Free Posti
La Poste Monaco	Mobile bottom containers for parcels
Croatia Post	The Croatian Post Academy
Poczta Polska	Employment of Disabled Persons

#### POST EUROPE



## Introducing E-learning Platform (แนะนำแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์)

Hrvatska pošta d.o.o. Mostar ไปรษณีย์บอสเนีย เฮอร์เซโกวีนา ริเริ่มทำการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้  
ออนไลน์ (E-learning Platform) เพื่อบริหารจัดการระบบการจัดการฝึกอบรมภายในองค์กร ซึ่งโครงการนี้ได้ช่วย  
พัฒนาศักยภาพให้แก่พนักงานและสร้างแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Development  
of Performance)

Employee

Society

Environment



## Introducing E-learning Platform (แนะนำแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์)

Bosnia and Herzegovina

ไปรษณีย์บอสเนีย เฮอร์เซโกวีนา ริเริ่มทำการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์  
(E-learning Platform) เพื่อบริหารจัดการระบบการจัดการฝึกอบรมภายในองค์กร  
ให้แก่พนักงานในองค์กร



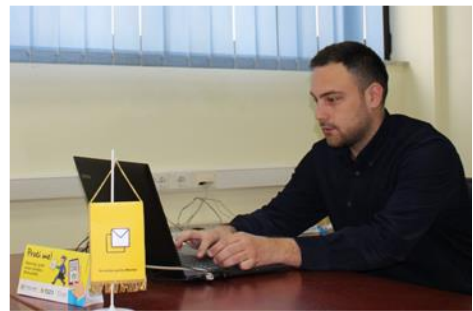
BOSNIA and HERZEGOVINA  
Hrvatska pošta d.o.o. Mostar



Tatjana Buhač  
Human Resources  
☎ +387 36445034  
✉ tatjana.buhac@post.ba

### กิจกรรม

- ไปรษณีย์บอสเนียตระหนักถึงความสำคัญของ  
ความรู้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้าง  
ความสามารถในการแข่งขันให้แก่พนักงาน
- ดังนั้น การฝึกอบรมเพิ่มทักษะ (Soft Skill) และ  
เสริมความรู้ (Hard Skill) อย่างต่อเนื่องจึงมี  
ความจำเป็นอย่างมาก
- พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึง Platform เพื่อ  
เรียนรู้ทั้งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง  
เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ (Process) และ  
เนื้อหาที่เสริมสร้างทักษะที่จำเป็น เช่น ทักษะ  
การสื่อสาร (Communication Skill) ทักษะ  
การนำเสนอ (Presentation Skill)

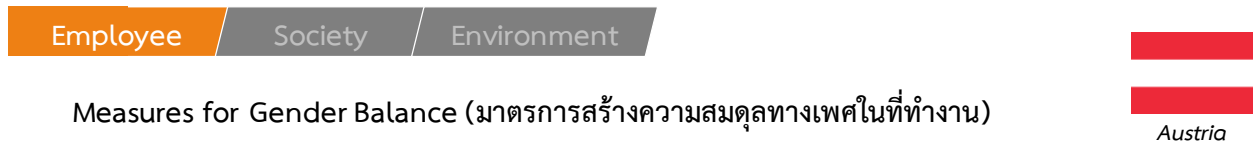


### ผลลัพธ์

- การริเริ่มโครงการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์  
(E-learning Platform) ของไปรษณีย์บอสเนีย จะช่วย  
พัฒนาศักยภาพให้แก่พนักงานและสร้างแรงผลักดันให้เกิด  
การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Development  
of Performance)

### Measures for Gender Balance (มาตรการสร้างความสมดุลทางเพศในที่ทำงาน)

Austrian Post ได้ริเริ่มผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีความหลากหลายทางเพศ การเสริมสร้างให้ผู้หญิงและผู้ชายได้มีบทบาทที่เท่าเทียมในที่ทำงาน ซึ่งมาตรการสร้างความหลากหลายทางเพศ และเสริมสร้างบทบาทที่เท่าเทียมในที่ทำงานได้ส่งผลดีต่อองค์กรมากมาย (Business-relevant Advantages) เช่น พนักงานทำงานกับองค์กรนานขึ้นเนื่องจากวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก



### Measures for Gender Balance (มาตรการสร้างความสมดุลทางเพศในที่ทำงาน)

ไปรษณีย์ออสเตรีย ริเริ่มผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีความหลากหลายทางเพศ การเสริมสร้างให้ผู้หญิงและผู้ชายได้มีบทบาทที่เท่าเทียมในที่ทำงาน



#### กิจกรรม

- ไปรษณีย์ออสเตรียตระหนักถึงความสำคัญต่อความหลากหลายและเท่าเทียมระหว่างเพศในที่ทำงาน
- อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้หญิงยังมีบทบาทน้อยกว่าผู้ชาย และมีพนักงานผู้หญิงจำนวนมากที่มีความสามารถแต่ยังไม่ได้รับโอกาสเท่าที่ควร
- ไปรษณีย์ออสเตรียดำเนินการวิเคราะห์โครงสร้างทรัพยากรบุคคลขององค์กร รวมถึงสถานการณ์ของตลาดแรงงาน แล้วจึงนำมากำหนดเป้าหมายด้านความหลากหลายของเพศของแต่ละหน่วยงานและระดับงาน



#### ผลลัพธ์

- มาตรการสร้างความหลากหลายทางเพศ และเสริมสร้างบทบาทที่เท่าเทียมในที่ทำงานส่งผลดีต่อองค์กรมากมาย (Business-relevant Advantages) เช่น พนักงานทำงานกับองค์กรนานขึ้นเนื่องจากวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก



## Smoke Free Posti (Posti องค์กรปลอดบุหรี่)

“Let’s quit smoking together!” เป็นโครงการผลักดันและให้การสนับสนุนเพื่อให้พนักงานของไปรษณีย์  
เลิกบุหรี่ นำไปสู่สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และสุขภาพที่ดีขึ้นของพนักงาน โครงการนี้เป็นการลงทุนในระยะ  
ยาว ซึ่งการเลิกบุหรีมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Productivity) นอกจากนี้ ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าการ  
เลิกบุหรีจะช่วยทำให้อัตราการลาป่วยของพนักงานลดลงด้วย

Employee

Society

Environment



Finland

## Smoke Free Posti (Posti องค์กรปลอดบุหรี)

“Let’s quit smoking together!” เป็นโครงการผลักดันและให้การสนับสนุนเพื่อให้  
พนักงานของไปรษณีย์เลิกบุหรี นำไปสู่สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และสุขภาพที่ดี  
ขึ้นของพนักงาน

posti

FINLAND  
Posti



Sanna Tiihonen  
Human Resources Solutions,  
Occupational Well-being  
☎ +358 469229256  
✉ sanna.tiihonen@posti.com

### กิจกรรม

- Posti ประกาศการเป็นองค์กรปลอดบุหรี (Smoke Free) ตั้งแต่ มกราคม ปี 2562 โดยกำหนด  
มาตรการการสูบบุหรีในที่ทำงาน เช่น อนุญาตให้  
พนักงานสูบบุหรีได้เฉพาะเวลาพักกลางวันและ  
ต้องสูบในบริเวณที่จัดไว้ให้เท่านั้น
- นอกจากนี้ Posti ยังให้การสนับสนุนแก่  
พนักงานที่ต้องการเลิกบุหรีผ่านโครงการ  
“Let’s quit smoking together!” โดยมี  
พยาบาลคอยให้คำแนะนำ รวมถึงให้งบประมาณ  
สนับสนุนการจัดซื้อยาเลิกบุหรี แก่พนักงานที่  
ประสงค์จะเลิกบุหรี



### ผลลัพธ์

- โครงการ Smoke Free Posti เป็นการลงทุนในระยะ  
ยาว ซึ่งการเลิกบุหรีมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ  
ทำงาน (Productivity) นอกจากนี้ ผลวิจัยยังชี้ให้เห็น  
ว่าการเลิกบุหรีจะช่วยทำให้อัตราการลาป่วยของ  
พนักงานลดลงด้วย
- การดำเนินโครงการได้รับการตอบรับอย่างดีจาก  
พนักงาน สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการ

## Mobile Bottom Containers for Parcels (รถเข็นพัสดุไปรษณีย์ที่สามารถเลื่อนฐานขึ้น-ลงได้)

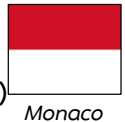
เพื่อพัฒนาคุณภาพการทำงานในด้านการยศาสตร์ (Ergonomic) แก่พนักงาน La Poste Monaco ได้นำรถเข็นรูปแบบใหม่ ที่สามารถปรับระดับฐานของรถเข็นขึ้น-ลงได้ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถหยิบพัสดุที่อยู่ต่ำได้ง่ายขึ้น ซึ่งส่งผลให้สามารถลดการเคลื่อนไหวร่างกายของพนักงาน ที่อาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บ/พิการจากการทำงาน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการคัดแยกและจัดส่งพัสดุ

Employee

Society

Environment

## Mobile Bottom Containers for Parcels (รถเข็นพัสดุไปรษณีย์ที่สามารถเลื่อนฐานขึ้น-ลงได้)



เพื่อพัฒนาคุณภาพการทำงานในด้านการยศาสตร์ (Ergonomic) แก่พนักงาน La Poste Monaco ได้นำรถเข็นรูปแบบใหม่ ที่สามารถปรับระดับฐานของรถเข็นขึ้น-ลงได้ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถหยิบพัสดุที่อยู่ต่ำได้ง่ายขึ้น



MONACO  
La Poste Monaco



Pierre-Yves Artigouha  
Sale  
☎ +377 99998077  
✉ pierre-yves.artigouha@laposte.fr

### กิจกรรม

- ในปี 2018 La Poste Monaco ได้พัฒนาระบบการคัดแยกพัสดุไปรษณีย์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นปีละ 20% ได้ติดต่อกัน 3 ปี ซึ่งได้มีการปรับตำแหน่งให้รถเข็นมาอยู่ใกล้กับเครื่องคัดแยก
- นอกจากนี้ ได้มีการปรับรูปแบบรถเข็นให้สามารถปรับระดับฐานของรถเข็นขึ้น-ลงได้ ซึ่งช่วยพัฒนาคุณภาพการทำงานในด้านการยศาสตร์ได้
  - ✓ ลดโอกาสการบาดเจ็บของพนักงานจากการยกของในที่ต่ำ
  - ✓ ลดโอกาสการเกิดของหลังคดงจากที่สูง



### ผลลัพธ์

- ลดการเคลื่อนไหวร่างกายของพนักงาน ที่อาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บ/พิการจากการทำงานได้
- เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการคัดแยกและจัดส่งพัสดุ

## The Croatian Post Academy (ศูนย์พัฒนาความรู้ของ Croatia Post)

The Croatian Post Academy เริ่มมีการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2560 โดยมีจุดประสงค์หลักในการพัฒนาต่อยอดความรู้ความสามารถ รวมไปถึงทักษะที่สำคัญของบุคลากรทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหาร

Employee

Society

Environment



Croatia

## The Croatian Post Academy (ศูนย์พัฒนาความรู้ของ Croatia Post)

The Croatian Post Academy เริ่มมีการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2560 โดยมีจุดประสงค์หลักในการพัฒนาต่อยอดความรู้ความสามารถ รวมไปถึงทักษะที่สำคัญของบุคลากรทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหาร



CROATIA  
Hrvatska Pošta



Katarina Lemeš  
Human Resources Management  
☎ +385 98476297  
✉ katarina.lemes@posta.hr

### กิจกรรม

- ศูนย์การเรียนรู้ The Croatian Post Academy พัฒนาและให้ความรู้ของบุคลากร รวมไปถึงทักษะทางด้านเทคโนโลยีและการบริหารจัดการ ด้วยทรัพยากรภายในขององค์กรเอง โดยแบ่งหลักสูตรออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ
  - ✓ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีทางไปรษณีย์ เช่น ระบบการขนส่ง เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง
  - ✓ ศักยภาพในการบริหารจัดการทั่วไป เช่น การตลาด การขาย การจัดซื้อ กลยุทธ์
- บุคลากรจะต้องเข้าร่วมหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 80% และมีการทดสอบเพื่อให้ได้รับการรับรอง โดยกลุ่มบุคลากรใน 3 รุ่นแรกมีจำนวนทั้งสิ้นกว่า 300 คน



### ผลลัพธ์

- ในปี 2561 มีบุคลากรในระดับผู้จัดการกว่า 130 คนที่เข้าร่วมการอบรม โดยผลลัพธ์และการประเมินแสดงให้เห็นถึงทักษะและความรู้ที่ได้รับสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงมีการทำงานและความเข้าใจที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

## Employment of Disabled Persons (การจ้างงานบุคลากรที่เป็นผู้พิการ)

วัตถุประสงค์ของโครงการ Employment of Disabled Persons มุ่งเน้นการลดความเสี่ยงของการเกิดประเด็นการแบ่งแยกทางสังคม โดยการสนับสนุนและให้โอกาสผู้พิการที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้องมีสิทธิและสามารถทำงานได้อย่างเท่าเทียม

Employee

Society

Environment



Poland

### Employment of Disabled Persons (การจ้างงานบุคลากรที่เป็นผู้พิการ)

วัตถุประสงค์ของโครงการ Employment of Disabled Persons มุ่งเน้นการลดความเสี่ยงของการเกิดประเด็นการแบ่งแยกทางสังคม โดยการสนับสนุนและให้โอกาสผู้พิการที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้องมีสิทธิและสามารถทำงานได้อย่างเท่าเทียม



POLAND  
Poczta Polska



Aldona Tyczynska  
International Relations  
+48 502019529  
aldona.tyczynska@poczta-polska.pl

#### กิจกรรม

- Poczta Polska ได้มีการจ้างงานผู้พิการในหลากหลายระดับมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยมีความร่วมมือกับองค์กร PFRON และสถาบัน Activation ภายใต้โครงการ Work – Integration
- มีการดำเนินการสื่อสารให้บุคลากรในระดับผู้จัดการมีความเข้าใจในการจ้างงานผู้พิการ รวมไปถึงส่งเสริมให้บุคลากรที่เป็นผู้พิการมีการขอใบรับรองผู้พิการอย่างถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน
- การสัมภาษณ์และรับฟังความคิดเห็นจากบุคลากรที่เป็นผู้พิการประจำปี และส่งเสริมการเล่นกีฬาผู้พิการในกลุ่มของบุคลากรผู้พิการ



#### ผลลัพธ์

- ในปี 2562 Poczta Polska มีบุคลากรที่เป็นผู้พิการทั้งหมด 1,810 คน ซึ่งคิดเป็นประมาณ 2.2% ของบุคลากรทั้งหมด
- โดยกว่า 1,000 คนจากจำนวนทั้งหมดมีอายุการทำงานใน Poczta Polska มากกว่า 5 ปี

## 7.2 ตัวอย่างโครงการที่มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านสังคม

### Society

Post Europ	Initiatives
Bulgarian Post	“Preventing labour exploitation through a national campaign”
Bosnia and Herzegovina	A stamp to support “DEBRA”
Post Nord (Denmark/Sweden)	Building a sustainable supply chain
Postitaliane (Italy)	Rediscovered values
Bulgarian Post	Payment of Pensions
Ireland An Post	Community Support Initiatives

### POST EUROPE



## Prevention against Blackmail over the Phone (ป้องกันการหลอกลวงและการ ฉ้อโกงทางโทรศัพท์)

ไปรษณีย์บัลแกเรีย ได้ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อดำเนินโครงการรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ เกี่ยวกับการป้องกันการหลอกลวงและการฉ้อโกงทางโทรศัพท์ในหมู่ผู้สูงอายุ ซึ่งช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถรู้เท่าทันการหลอกลวงและการฉ้อโกงผ่านทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ การรณรงค์ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ Bulgaria Post ในการมีส่วนร่วมในการกระจายข่าวสารที่สำคัญและมีประโยชน์ให้แก่สังคมได้

Employee

Society

Environment

### Prevention against Blackmail over the Phone (ป้องกันการหลอกลวงและ การฉ้อโกงทางโทรศัพท์)



BULGARIA

ไปรษณีย์บัลแกเรีย ร่วมมือกับพันธมิตร ดำเนินโครงการรณรงค์สร้างความตระหนักรู้  
เกี่ยวกับการป้องกันการหลอกลวงและการฉ้อโกงทางโทรศัพท์ในหมู่ผู้สูงอายุ



BULGARIA  
Bulgarian Posts Plc



Kalina Toteva  
International Affairs  
☎ +359 29493260  
✉ k.toteva@bgpost.bg

#### กิจกรรม

- Bulgaria Post Plc ร่วมกับองค์กรพันธมิตร Sofia Municipality Police Directorate ดำเนินโครงการรณรงค์การป้องกันการหลอกลวงและการฉ้อโกงทางโทรศัพท์ โดยมีกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการรณรงค์
- Bulgaria Post Plc มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารในรูปแบบแผ่นพับให้ความรู้
- ในแผ่นพับประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะและรูปแบบการฉ้อโกงที่เกิดขึ้นบ่อยและวิธีป้องกัน โดยแผ่นพับเหล่านี้ถูกวางอยู่ใน 58 สาขาของ Bulgaria Post



#### ผลลัพธ์

- การรณรงค์ช่วยสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถรู้เท่าทันการหลอกลวงและการฉ้อโกงผ่านทางโทรศัพท์เหล่านี้
- นอกจากนี้ การรณรงค์ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ Bulgaria Post ในการมีส่วนร่วมในการกระจายข่าวสารที่สำคัญและมีประโยชน์ให้แก่สังคมได้

## A Stamp to Support “DEBRA” (แสตมป์เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยโรคดักแด้)

BH Post หนึ่งในผู้ให้บริการไปรษณีย์ในบอสเนีย เฮอร์เซโกวีนา ได้ผลิตดวงตราไปรษณีย์ชุดพิเศษเพื่อจัดจำหน่ายในวันไปรษณีย์โลก เพื่อเป็นการสนับสนุนสมาคมผู้ป่วยโรคดักแด้ และสร้างความตระหนักถึงเด็กที่ป่วยเป็นโรคดักแด้และโรคร้ายแรงอื่น ๆ และสร้างกระแสให้เกิดความช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสังคมต่อไป

Employee

Society

Environment



## A Stamp to Support “DEBRA” (แสตมป์เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยโรคดักแด้)

Bosnia and Herzegovina

BH Post หนึ่งในผู้ให้บริการไปรษณีย์ในบอสเนีย เฮอร์เซโกวีนา ได้ผลิตดวงตราไปรษณีย์ชุดพิเศษเพื่อจัดจำหน่ายในวันไปรษณีย์โลก เพื่อเป็นการสนับสนุนสมาคมผู้ป่วยโรคดักแด้ และสร้างความตระหนักถึงเด็กที่ป่วยเป็นโรคดักแด้และโรคร้ายแรงอื่น ๆ และสร้างกระแสให้เกิดความช่วยเหลือทั้งด้านสุขภาพและสังคมต่อไป



BOSNIA and HERZEGOVINA  
JP BH Pošta



Branka Sumenic Bajic  
Stamp Department for philately  
and graphic design  
☎ +387 33252708  
✉ brankab@post.ba

### กิจกรรม:

- BH Post ได้ร่วมมือกับ Emira Žerić นักออกแบบแสตมป์ เพื่อออกแสตมป์ชุดพิเศษ “DEBRA”
- ได้มีการผลิตแสตมป์ทั้งหมด 10,000 ดวง โดยมีมูลค่าที่หน้าแสตมป์ที่ 0.90 KM. และจัดเป็นชุดเพื่อการจัดจำหน่ายทั้งหมด 150 ชุด โดยจำหน่ายที่ดวงละ 2.00 KM.
- โครงการนี้ จัดขึ้นเพื่อให้การสนับสนุนแก่สมาคมผู้ป่วยโรคดักแด้แห่งบอสเนีย เฮอร์เซโกวีนา และทำให้เกิดความตระหนักถึงความทรมานโดยเฉพาะผู้ป่วยเด็ก และสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความช่วยเหลือทั้งทางด้านสุขภาพและการสนับสนุนทางสังคมต่อไป



### ผลลัพธ์:

- การดำเนินกิจกรรมนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามอย่างต่อเนื่องของ BH Post ในการสนับสนุนต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านมนุษยธรรม
- จากการผลิตแสตมป์นี้ เป็นการช่วยเหลือ/สนับสนุนผู้ป่วยเด็กและผู้ปกครองที่ต้องทนทุกข์จากโรคร้ายแรง

## Building a Sustainable Supply Chain (การสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน)

PostNord เป็นผู้ให้บริการด้านการขนส่งและติดต่อสื่อสารในสวีเดน ทั้งนี้ ในแต่ละปีจะต้องซื้อสินค้า/บริการจาก Suppliers ไม่ต่ำกว่า 26,000 ราย ซึ่ง Suppliers บางรายต้องมีการติดต่อกับลูกค้าของ PostNord โดยตรงด้วย จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการจัดการด้านความสัมพันธ์กับ Suppliers เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ยั่งยืน

Employee

Society

Environment



Denmark/Sweden

## Building a Sustainable Supply Chain (การสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน)

PostNord เป็นผู้ให้บริการด้านการขนส่งและติดต่อสื่อสารในสวีเดน ทั้งนี้ ในแต่ละปีจะต้องซื้อสินค้า/บริการจาก Suppliers ไม่ต่ำกว่า 26,000 ราย ซึ่ง Suppliers บางรายต้องมีการติดต่อกับลูกค้าของ PostNord โดยตรงด้วย จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการจัดการด้านความสัมพันธ์กับ Suppliers เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ยั่งยืน

postnord

DENMARK/SWEDEN  
PostNord



Nanna Engqvist  
Supply Chain Sustainability  
☎ +46 104360512  
✉ nanna.engqvist@postnord.com

### กิจกรรม:

- PostNord ได้จัดทำ “Supplier Code of Conduct” ที่ผ่านกระบวนการที่เน้นความยั่งยืน เพื่อใช้ในการบริหารความสัมพันธ์และเป็นข้อตกลงในการดำเนินงานร่วมกัน
- ทั้งนี้ Supplier แต่ละรายจะต้องผ่านการประเมินคุณลักษณะที่สอดคล้องกับ Supplier Code of Conduct ผ่านแบบประเมิน Online และผู้ตรวจสอบทั้งจากภายในและผู้ตรวจสอบภายนอก
- เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ Supplier ได้มีการจัดทำ E-learning เกี่ยวกับ “Supplier Code of Conduct” อีกด้วย



### ผลลัพธ์:

- Supplier เข้าใจถึงความต้องการในการให้บริการและการดำเนินงานของ PostNord ซึ่งสะท้อนไปถึงผลการดำเนินงานของ Supplier เองด้วย
- PostNord สามารถดำเนินการตามแผนโดยในปี 2019 PostNord ซื้อสินค้าและบริการจาก Supplier ที่ผ่านการประเมิน “Supplier Code of Conduct” แล้วถึง 69%



## Rediscovered Values (การส่งต่อคุณค่าให้กับผู้อื่น)

“Rediscovered Values” เป็นโครงการเพื่อการจัดสรรพัสดุไปรษณีย์ที่ไม่สามารถหาผู้รับได้ไปสู่ครอบครัวยากไร้ผ่านช่องทางการจัดส่งขององค์กร เป็นตัวอย่างของการส่งต่อคุณค่าไปสู่ผู้ที่ต้องการ แทนที่จะนำไปทำลาย

Employee

Society

Environment



Italy

## Rediscovered Values (การส่งต่อคุณค่าให้กับผู้อื่น)

“Rediscovered Values” เป็นโครงการเพื่อการจัดสรรพัสดุไปรษณีย์ที่ไม่สามารถหาผู้รับได้ไปสู่ครอบครัวยากไร้ผ่านช่องทางการจัดส่งขององค์กร เป็นตัวอย่างของการส่งต่อคุณค่าไปสู่ผู้ที่ต้องการ แทนที่จะนำไปทำลาย

Posteitaliane

ITALY  
Poste Italiane



Massimiliano Monnanni  
Corporate Social Responsibility  
rsi@posteitaliane.it

### กิจกรรม:

- ในแต่ละปีมีพัสดุไปรษณีย์ที่ไม่สามารถส่งถึงมือผู้รับได้เป็นจำนวนมาก
- เพื่อเป็นการจัดการพัสดุไปรษณีย์เหล่านี้ให้เกิดคุณค่า Poste Italiane จึงนำไปจัดสรรให้กับครอบครัวผู้ยากไร้ ผ่านการจัดส่ง จัดเก็บ และแบ่งปันโดยความช่วยเหลือของอาสาสมัครในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้พัสดุไปถึงมือผู้ที่ต้องการได้เหมาะสมที่สุด



### ผลลัพธ์:

- พักไปรษณีย์กว่า 15,000 ชิ้น (0.016%) ของพัสดุไปรษณีย์ทั้งหมดที่เคยถูกส่งไปทำลายเพราะไม่สามารถส่งถึงมือผู้รับ ได้ถูกสร้างคุณค่า โดยการจัดจำหน่ายไปยังครอบครัวผู้ยากไร้

## Payment of Pensions (การจ่ายเงินบำนาญ)

ไปรษณีย์บัลแกเรีย เป็นหน่วยงานพันธมิตรเริ่มแรกของรัฐบาลบัลแกเรีย ในเรื่องของการให้บริการจ่ายบำนาญ\*

Employee

Society

Environment



Bulgaria

## Payment of Pensions (การจ่ายเงินบำนาญ)

ไปรษณีย์บัลแกเรีย เป็นหน่วยงานพันธมิตรเริ่มแรกของรัฐบาลบัลแกเรีย ในเรื่องของการให้บริการจ่ายบำนาญ\*



BULGARIA  
Bulgarian Posts Plc



Kalina Toteva  
International Affairs  
+359 2 949 3200  
k.toteva@bpost.bg

### กิจกรรม:

- เป็นการให้บริการจ่ายเงินบำนาญแก่ผู้สูงอายุ ที่ทำการไปรษณีย์
- นอกจากนี้ สำหรับคนพิการยังมีบริการนำส่งเงินบำนาญฟรีถึงบ้าน โดยบุรุษไปรษณีย์ อีกด้วย
- การให้บริการจ่ายบำนาญ ที่ทำการไปรษณีย์ เป็นบริการที่ถือเป็น Service of General Economic Interest (SGEI) ตามกฎหมาย และมีระบุให้รัฐบาลต้องจัดการให้บริการนี้ผ่านทางที่ทำการไปรษณีย์เป็นเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่ 1 ก.ค. 2016



### ผลลัพธ์:

- มีผู้เกษียณอายุชาวบัลแกเรียกว่า 800,000 คน (เกือบ 40% ของผู้เกษียณอายุทั้งหมด) มารับเงินบำนาญ ที่ทำการไปรษณีย์ เนื่องจากเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์ที่มีอยู่จำนวนมากทั่วประเทศ โดยเฉพาะในท้องที่ที่ห่างไกล ความเจริญ และไม่มีบริการด้านการเงินรูปแบบอื่น

\* ถือเป็น Service of General Economic Interest (SGEI) คือบริการที่ได้รับเงินสนับสนุนก้อนใหญ่จากรัฐบาล ซึ่งมีความเป็นไปได้สูงที่จะบิดเบือนสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน เช่น สาขาพลังงาน สาขาการขนส่ง จึงต้องมีการป้องกันมิให้มีการใช้จ่ายไปในทิศทางที่บิดเบือนการแข่งขันในตลาด

## Community Support Initiatives (โครงการให้บริการชุมชน)

ไปรษณีย์ไอร์แลนด์ ได้ดำเนินโครงการสนับสนุนรัฐบาลที่จะช่วยเหลือ ดูแลผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความเสี่ยง ที่อาศัยอยู่ตามลำพัง

Employee

Society

Environment



Ireland

## Community Support Initiatives (โครงการให้บริการชุมชน)

ไปรษณีย์ไอร์แลนด์ ได้ดำเนินโครงการสนับสนุนรัฐบาลที่จะช่วยเหลือ ดูแลผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความเสี่ยง ที่อาศัยอยู่ตามลำพัง



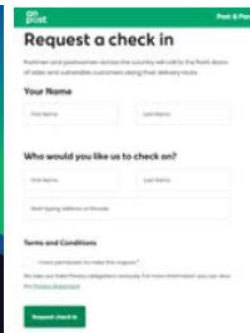
IRELAND  
An Post



Amy Cavanagh  
Mails and Parcels Marketing  
+353871172000  
amy.cavanagh@anpost.ie

### กิจกรรม:

- ไปรษณีย์ไอร์แลนด์ มีบริการให้คนในครอบครัว หรือเพื่อน สามารถแจ้งให้บุรุษไปรษณีย์ แวะไปเยี่ยมเช็ค (Check In) ผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความเสี่ยงที่อาศัยอยู่ตามลำพัง ผ่านทาง Web Site ของไปรษณีย์ไอร์แลนด์
- บริการรับ-ส่งจดหมาย/พัสดุฟรีให้กับผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความเสี่ยงที่อาศัยอยู่ตามลำพัง โดยผู้ที่ได้รับสิทธิจะได้รับป้าย “ I HAVE MAIL” เมื่อมีจดหมายที่ต้องการส่ง ก็แขวนป้ายไว้ที่หน้าต่าง เพื่อแจ้งให้บุรุษไปรษณีย์ทราบ
- นอกจากนี้ ยังมีบริการส่งหนังสือพิมพ์ฟรีให้กับผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความเสี่ยงที่อาศัยอยู่ตามลำพังอีกด้วย



### ผลลัพธ์:

- คนในครอบครัว หรือเพื่อน ของผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความเสี่ยงที่อาศัยมีความสบายใจ (Peace of Mind) ปัจจุบันมีผู้คนจำนวนหลายพันที่ใช้บริการนี้อยู่

\* ถือเป็น Service of General Economic Interest (SGEI) คือบริการที่ได้รับเงินสนับสนุนก่อนใหญ่จากรัฐบาล ซึ่งมีความเป็นไปได้สูงที่จะบิดเบือนสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน เช่น สาขาพลังงาน สาธารณชนสง จึงต้องมีการป้องกันมิให้มีการใช้จ่ายไปในทิศทางที่บิดเบือนการแข่งขันในตลาด

### 7.3 ตัวอย่างโครงการที่มุ่งเน้นการนำหลักปฏิบัติที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม

#### Environment



Post Europ	Initiatives
La Poste	<ul style="list-style-type: none"> <li>“AtmoTrack, monitoring environmental quality</li> </ul>
Aland post	Environmental programme 2018-2020 <ul style="list-style-type: none"> <li>Reduce number of hours lighting is switched on with no staff present</li> <li>Motion sensor, automate and streamline toilets, entrances and exterior lighting</li> <li>Reduce fuel consumption and CO2</li> </ul>
Austria	Support to the UN's Sustainable Development Goals (7) <ul style="list-style-type: none"> <li>Procure electricity from renewable sources</li> <li>Operate 3 photovoltaic plants</li> <li>Fleet of e-vehicles</li> </ul>
bPost (Belgium)	Green distribution center
Georgian Post	Green Box" initiative
Swiss Post	Three responsible regional parcel centers
Posti Finland	Climate Training Week
bPost (Belgium)	Making the Supply Chain Sustainable



## AtmoTrack, Monitoring Environmental Quality (ควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

ไปรษณีย์ฝรั่งเศส ร่วมมือกับบริษัท Start-up AtmoTrack เพื่อช่วยขับเคลื่อนการตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม

Employee

Society

Environment



France

## AtmoTrack, Monitoring Environmental Quality (ควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

ไปรษณีย์ฝรั่งเศส ร่วมมือกับบริษัท Start-up AtmoTrack เพื่อช่วยขับเคลื่อนการตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม



### กิจกรรม:

- La Poste (ไปรษณีย์ประเทศฝรั่งเศส) ร่วมมือกับ AtmoTrack ซึ่งเป็นบริษัท Start-up สัญชาติฝรั่งเศส พัฒนาเครือข่ายการควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- AtmoTrack เก็บข้อมูลคุณภาพของอากาศในบริเวณต่าง ๆ โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูข้อมูลคุณภาพอากาศในบริเวณต่าง ๆ ได้ และสามารถคลิกไปยังบริเวณที่อากาศเป็นพิษ พร้อมทั้งกระตุ้นให้ผู้คนตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อม
- La Poste สนับสนุนการทำงาน AtmoTrack โดยการใช้รถยนต์ของ La Poste พร้อมเซ็นเซอร์ (Sensors) ที่สามารถตรวจวัดคุณภาพของอากาศได้ ในการรวบรวมข้อมูลด้านคุณภาพอากาศในบริเวณต่าง ๆ



### ผลลัพธ์:

- การดำเนินงานร่วมกับ AtmoTrack นอกจากจะเป็นการนำรถยนต์ของ La Poste มาใช้ให้เกิดประโยชน์ La Poste ยังมีส่วนกระตุ้นให้สังคมเกิดความตระหนักถึงการพัฒนาสภาพแวดล้อม

## Environmental Programme 2018-2020 (โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ปี 2018 – 2020)

Åland Post ได้จัดทำโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่จะดำเนินการในช่วงปี 2018 – 2020 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการและติดตามผลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมตามแผนงานอย่างต่อเนื่อง

Employee

Society

Environment



Finland

### Environmental Programme 2018-2020 (โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ปี 2018 – 2020)

Åland Post ได้จัดทำโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่จะดำเนินการในช่วงปี 2018 – 2020 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการและติดตามผลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมตามแผนงานอย่างต่อเนื่อง



ÅLAND  
Åland Post



Monika Råstedt  
Environment  
☎ +358 18636688  
✉ monika.rastedt@alandpost.com

#### กิจกรรม:

- เพื่อสนับสนุนนโยบายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของ Åland Post จึงได้มีการจัดการด้านการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนที่ได้วางไว้อย่างเป็นระบบ
- Åland Post มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประเมินผลตามแผนงานที่ได้วางไว้ และทบทวนแผนงานทุกปีโดยทีมผู้บริหาร
- บางโครงการได้ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว เช่น โครงการลดการใช้ไฟฟ้าในการปฏิบัติงาน โดยการเปลี่ยนระบบไฟเป็น Motion Sensors ระบบเปิดปิดน้ำอัตโนมัติ
- นอกจากนี้ ยังมีโครงการที่อยู่ระหว่างการดำเนินการ เช่น โครงการลดการใช้น้ำมันและการปล่อย CO2 เป็นต้น



#### ผลลัพธ์:

- Åland Post สามารถติดตามผลการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามนโยบายขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง
- นอกจากนี้ ยังมีการทบทวนแผนการดำเนินงาน และปรับปรุงในทุก ๆ ปี ผ่านการประชุมของทีมผู้บริหาร เพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ และมีความเหมาะสมต่อไป

## Support to the United Nation's Sustainable Development Goals (การดำเนินการตามกรอบทิศทางการทำงาน “Sustainable Development Goals”)

ตามทื่องค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) ได้มีการกำหนดกรอบทิศทางการทำงาน “Sustainable Development Goals (SDGs)” ในปี 2016 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน Austrian Post ได้นำแนวทางนี้มาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย

Employee

Society

Environment

### Support to the United Nation's Sustainable Development Goals (การดำเนินการตามกรอบทิศทางการทำงาน “Sustainable Development Goals”)



ตามทื่องค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) ได้มีการกำหนดกรอบทิศทางการทำงาน “Sustainable Development Goals (SDGs)” ในปี 2016 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน Austrian Post ได้นำแนวทางนี้มาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย



Lisa Pum  
CSR & Environmental Management  
csr@post.at

#### กิจกรรม:

- Austrian Post ได้ดำเนินการเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายด้านที่ 7 “Affordable and Clean Energy” ด้วยหลากหลายโครงการ
- ตัวอย่างโครงการที่ Austrian Post ได้ดำเนินการแล้ว
  - ✓ การเปลี่ยนระบบพลังงานที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมดเป็นพลังงานหมุนเวียนในปี 2017
  - ✓ การสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ขึ้นอีก 3 โรง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 9,000 ตารางเมตร
  - ✓ การเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ที่ใช้พลังงานสะอาด เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซ CO2
- ทำให้ Austrian Post สามารถบรรลุเป้าหมายด้านที่ 13 “Climate Action” อีกด้วย



#### ผลลัพธ์:

- Austrian Post ได้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาความเป็นอยู่และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินการตามกรอบแนวทาง “Sustainable Development Goals (SDGs)” ได้ถึง 11 ด้าน จาก 17 ด้าน

## Green Distribution Center (ศูนย์กระจายพัสดุไปรษณีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม)

ในปี 2018 bpost ได้เปิดให้บริการศูนย์กระจายพัสดุไปรษณีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเมือง Mons ซึ่งช่วยลดการใช้ไฟฟ้าและแก๊สในการขนส่งได้เป็นอย่างมาก

Employee

Society

Environment



Belgium

## Green Distribution Center (ศูนย์กระจายพัสดุไปรษณีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม)

ในปี 2018 bpost ได้เปิดให้บริการศูนย์กระจายพัสดุไปรษณีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเมือง Mons ซึ่งช่วยลดการใช้ไฟฟ้าและแก๊สในการขนส่งได้เป็นอย่างมาก



Steve De Loor  
Corporate Communications  
☎ +32 22762677  
✉ steve.deloor@bpost.be

### กิจกรรม:

- bpost ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนระบบการใช้พลังงานขององค์กรให้เป็นระบบพลังงานแสงอาทิตย์ ไม่ว่าจะเป็น ไฟส่องสว่าง ระบบทำความร้อน เครื่องปรับอากาศ
- การดำเนินการนี้ได้ขยายไปถึงระบบการจัดส่งไปรษณีย์ในเมือง Mons โดยการเปลี่ยนจากการใช้รถที่ใช้แก๊ส เป็นรถที่ใช้พลังงานไฟฟ้า ซึ่งสามารถขนส่งกล่องไปรษณีย์ได้ถึงรอบละมากกว่า 100 กล่อง



### ผลลัพธ์:

- bpost สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ได้ถึง 18% และลดการใช้พลังงานจากแก๊สได้ถึง 55% เปรียบเทียบกับการใช้พลังงานของศูนย์กระจายพัสดุไปรษณีย์ตามปกติ
- การดำเนินการนี้ช่วยสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร ด้าน “The World’s Greenest Postal Operator”



## “Green Box” Initiative (ควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

ภายใต้โครงการ “Green Box” พนักงานของไปรษณีย์จอร์เจีย สามารถนำกระดาษที่ใช้แล้ว เหลือใช้ หรือไม่ได้ใช้แล้ว เพื่อนำไปรีไซเคิล

Employee

Society

Environment



Georgian

## “Green Box” Initiative (ควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

ภายใต้โครงการ “Green Box” พนักงานของไปรษณีย์จอร์เจีย สามารถนำกระดาษที่ใช้แล้ว เหลือใช้ หรือ ไม่ได้ใช้แล้ว เพื่อนำไปรีไซเคิล



GEORGIA  
Georgian Post



**Nona Baidurashvili**  
Public relations & Marketing  
☎ +995 577991910  
✉ n.baidurashvili@gpost.ge

### กิจกรรม:

- ไปรษณีย์จอร์เจีย มีความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน
- ซึ่งไปรษณีย์จอร์เจียได้มีหลากหลายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม โดย Green Box เป็นหนึ่งในโครงการเหล่านั้น
- ภายใต้โครงการ Green Box พนักงานสามารถนำกระดาษที่ใช้แล้ว หรือเหลือใช้ มาใส่ในกล่อง ซึ่งจะถูเก็บไปรีไซเคิล รวมถึงมอบให้สำนักพิมพ์เพื่อนำไปพิมพ์หนังสือ โดยใช้สโลแกน “Exchange the Waste Paper on Literature”



### ผลลัพธ์:

- ในระหว่างปี 2560-2561 โครงการ Green Box สามารถรวบรวมกระดาษได้กว่า 11 ตัน ซึ่งเทียบเท่าหนังสือ 500 เล่ม หรือ ต้นไม้ 187 ต้น

### Three Responsible Regional Parcel Centers (ศูนย์กระจายพัสดุใหม่)

Swiss Post หรือ ไปรษณีย์สวิตเซอร์แลนด์ตั้งเป้าที่จะสร้างศูนย์กระจายพัสดุใหม่ในเมือง Cadenazzo, Untervaz และ Vetroz

Employee

Society

Environment



Switzerland

### Three Responsible Regional Parcel Centers (ศูนย์กระจายพัสดุใหม่)

Swiss Post หรือ ไปรษณีย์สวิตเซอร์แลนด์ตั้งเป้าที่จะสร้างศูนย์กระจายพัสดุใหม่  
ในเมือง Cadenazzo Untervaz และ Vetroz



SWITZERLAND  
Swiss Post



**Brigitt Hausammann**  
Communication, Corporate  
Responsibility  
☎ +41 583412229  
✉ brigitt.hausammann@post.ch

#### กิจกรรม:

- ในปี 2564 ไปรษณีย์สวิตเซอร์แลนด์ ตั้งเป้าที่จะสร้างศูนย์กระจายพัสดุใหม่ในเมือง Cadenazzo (TI) Untervaz (GR) และ Vetroz (VS)
- การตั้งศูนย์กระจายสินค้าใหม่จะนำไปสู่การกระจายตัวของงานและรายได้สู่คนที่ท้องถิ่นในเมืองนั้น ๆ
- นอกจากนี้ ศูนย์กระจายสินค้าใหม่จะช่วยลดค่าขนส่งและจะมีการนำ E-vehicles หรือรถยนต์ไฟฟ้า มาใช้ในการขนส่งพัสดุ
- ศูนย์กระจายสินค้าใหม่ทั้งสามที่นี้ จะใช้กระแสไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์ (Photovoltaic : PV) ซึ่งเป็นการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและประหยัดค่าใช้จ่ายไปในตัว



#### ผลลัพธ์:

- ศูนย์กระจายสินค้าใหม่ทั้งสามที่คาดว่าจะผลิตกระแสไฟฟ้ารวมกันได้ 3 กิกะวัตต์ ซึ่งเป็นปริมาณที่ 860 เครื่องยนต์สามารถใช้ได้ โดยครึ่งหนึ่งของไฟฟ้าที่ผลิตได้จะถูกใช้ภายในศูนย์กระจายสินค้านั้นเอง

## Climate Training Week (สัปดาห์แห่งการฝึกอบรมเรื่องสภาพภูมิอากาศ)

Posti หรือไปรษณีย์ฟินแลนด์ ได้จัดสัปดาห์แห่งการฝึกอบรมเรื่องสภาพภูมิอากาศ เพื่อฝึกสร้างความเข้าใจ ฝึกปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ เช่น กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร การอยู่อาศัย และการบริโภคอื่น ๆ โดยมีพนักงานเข้าร่วมกว่า 2,000 คน

Employee

Society

Environment



Finland

## Climate Training Week (สัปดาห์แห่งการฝึกอบรมเรื่องสภาพภูมิอากาศ)

Posti หรือไปรษณีย์ฟินแลนด์ ได้จัดสัปดาห์แห่งการฝึกอบรมเรื่องสภาพภูมิอากาศ เพื่อฝึกสร้างความเข้าใจ ฝึกปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ เช่น กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร การอยู่อาศัย และการบริโภคอื่น ๆ โดยมีพนักงานเข้าร่วมกว่า 2,000 คน

posti

FINLAND  
Posti



Noomi Jägerhorn  
Operational Excellence  
Wellbeing  
+358 503886104  
noomi.jagerhorn@posti.com

### กิจกรรม:

- กิจกรรมระหว่าง สัปดาห์ ได้แก่ การแนะนำและสร้างแรงบันดาลใจ ให้ทำกิจกรรมง่ายๆ ในการช่วยกันฟื้นฟูสภาพภูมิอากาศของโลก ผ่านหลากหลายช่องทาง Online โดยพนักงานสามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมโดยตรงที่สำนักงานใหญ่ และ/หรือผ่าน Facebook สำหรับพนักงานไปรษณีย์ฟินแลนด์ก็ได้
- การจัดกิจกรรมนี้เป็นการดำเนินการร่วมกับหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมของฟินแลนด์ (Helsinki Region Environmental Service Authority HSY) โดยแบ่งเป็น 4 โปรแกรมคือเรื่องอาหาร บ้าน การเดินทาง และการบริโภค
- ตัวอย่างกิจกรรมระหว่างสัปดาห์ ได้แก่ การนำยานพาหนะที่ใช้รถไฟฟ้ามาแสดง นิทรรศการเกี่ยวกับพลังงานทดแทนเรื่องอาหาร มีการนำอาหารมาวางเรียงเป็นประมิต เพื่อแสดงให้เห็นผลกระทบของการผลิตอาหารต่อสภาพภูมิอากาศ



### ผลลัพธ์:

- บริษัท ไปรษณีย์ฟินแลนด์ ได้รับผลตอบรับเชิงบวกจากพนักงานอย่างมาก เอกสารแจก (Daily Fact Sheets and Tips) ของทั้ง 4 โปรแกรมคือเรื่องอาหาร บ้าน การเดินทาง และการบริโภค ให้ข้อมูลที่สำคัญ ช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเห็นถึงความสำคัญว่าการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน มีบทบาทที่สำคัญต่อการช่วยกันลดโลกร้อน

## Making the Supply Chain Sustainable (การสร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน)

bpost หรือ ไปรษณีย์เบลเยียม สร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อย่างยั่งยืน ไปยังกิจกรรมต้นน้ำ (Up Stream) โดยการช่วยส่งเสริม สนับสนุนผู้ส่งมอบ (Suppliers)

Employee

Society

Environment



Belgium

## Making the Supply Chain Sustainable (การสร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน)

bpost หรือ ไปรษณีย์เบลเยียม สร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อย่างยั่งยืน ไปยังกิจกรรมต้นน้ำ (Up Stream) โดยการช่วยส่งเสริม สนับสนุนผู้ส่งมอบ (Suppliers)



Philip Mol  
Head of Sustainability  
+32 494 567 209  
philip.mol@bpost.be

### กิจกรรม:

- นำแนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน มาใช้ในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง แสดงเจตจำนงที่จะทำให้กิจกรรมการขนส่งของบริษัทมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมีการซื้อจักรยานยนต์ไฟฟ้า รถพ่วงบรรทุก 2 ชั้น รถบรรทุกไฟฟ้า และใช้พลังงานทางเลือก
- นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำจริยธรรมทางธุรกิจ (Code of Conduct) เผยแพร่ให้ผู้ส่งมอบ และมีการทบทวนนโยบายในการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความยั่งยืน
- โดยการติดตามว่า ผู้ส่งมอบมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ (Code of Conduct) หรือแนวทางด้านความยั่งยืนหรือไม่นั้น ทางบริษัทใช้ผู้ตรวจสอบจากภายนอก คือ Ecovadis



### ผลลัพธ์:

- เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดซื้อจัดจ้างของ bpost กับเครือข่ายการพัฒนาอย่างยั่งยืน อาทิ Procura+ ซึ่งเป็นโครงการเครือข่ายที่ดำเนินการโดยรัฐบาลในกลุ่มประเทศยุโรป เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะให้เกิดนวัตกรรม การจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน สร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



ไปรษณีย์ไทย  
THAILAND POST