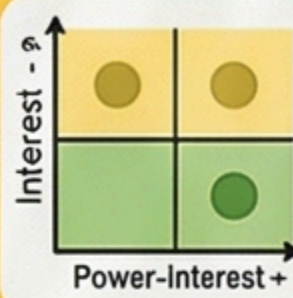




### 6 กระบวนการหลัก (The 6 Processes)

#### 1 การจำแนกและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

วิเคราะห์ระดับความสนใจและผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มโดยใช้แผนผัง (Power-interest matrix)



#### 2 การสร้างสรรค์การมีส่วนร่วม

เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียน รวมถึงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์



#### 3 การสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสาร

กำหนดรูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมครอบคลุมทุกจุดสัมผัส (Touch Point)



#### 4 การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

เปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ตรวจสอบได้ทั่วถึง และทันเหตุการณ์



#### 5 การบริหารความเสี่ยง

จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Contingency Plan) อย่างเป็นระบบ



#### 6 การรายงานผลการดำเนินงาน

ประเมินผลและรายงานผลการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้สธารณชนผ่านช่องทางต่าง ๆ



### 8 แนวปฏิบัติต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (The 8 Stakeholder Groups)



#### ผู้กำกับนโยบายและภาครัฐ

- ปฏิบัติตามนโยบายอย่างโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ
- บริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ



#### คณะกรรมการ

- สนับสนุนข้อมูลที่สำคัญและถูกต้องเพื่อการตัดสินใจได้อย่างทันกาล
- นำนโยบายและข้อสั่งการลงสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ



#### พันธมิตร

- ประสานความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่งตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- ปฏิบัติต่อกู้ค้าอย่างเท่าเทียม และจัดซื้อจัดจ้างด้วยความโปร่งใสตามกฎหมาย



#### ลูกค้า

- ผลิตสินค้ามาตรฐาน ให้บริการอย่างเท่าเทียมและกำหนดราคาที่เป็นธรรม
- รักษาความลับลูกค้า พัฒนาสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนำเทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวก



#### ชุมชนและสังคม

- ดำเนินกิจการโดยไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
- ช่วยเหลือสังคม สนับสนุนการพัฒนาอาชีพ และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็น



#### พนักงาน กยท.

- สรรหาอย่างเป็นธรรม บริหารผลตอบแทนอย่างเหมาะสม และดูแลความปลอดภัย
- เคารพสิทธิส่วนบุคคล มีระบบรับแจ้งเบาะแส และส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง



#### สื่อมวลชน

- เปิดเผยข้อมูลอย่างเท่าเทียม ถูกต้อง ชัดเจน และรวดเร็ว
- อำนวยความสะดวกและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เช่น การเปิดโอกาสให้พบผู้บริหาร และการเยี่ยมชมกิจการ



#### คู่แข่ง/คู่แข่ง

- แข่งขันอย่างเป็นธรรม ไม่แสวงหาความลับของคู่แข่งด้วยวิธีไม่สุจริต
- ไม่กล่าวร้ายคู่แข่ง และส่งเสริมให้พนักงานมองคู่แข่งในฐานะพันธมิตร

# การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อความยั่งยืนของการยางแห่งประเทศไทย (กยท.)

## กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีการสร้างความสัมพันธ์



กำกับนโยบาย  
และภาครัฐ



คณะกรรมการ



พันธมิตร  
คู่ค้า/คู่ความร่วมมือ



ลูกค้า



พนักงาน  
การยางแห่งประเทศไทย



ชุมชนและสังคม



สื่อมวลชน



คู่แข่ง/คู่แข่ง

## แนวทางและรูปแบบที่ใช้ในการการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สายงาน/ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ และความถี่ในการสร้างความสัมพันธ์

### 01 กำกับนโยบายและภาครัฐ (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ : ฝยศ./ฝพก./ฝสพ./ฝบท./ฝกค./ฝกม./ฝศย./ฝทส./สวย./ฝอย.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. ขับเคลื่อนนโยบายและมาตรการที่กำหนดโดยให้อำนาจในการตัดสินใจผ่านคณะกรรมการชุดต่าง ๆ
2. กำกับดูแลผลการดำเนินงานที่สำคัญของ กยท. ให้บรรลุเป้าหมาย
3. ให้ความร่วมมือ/ประสานข้อมูล/ข่าวสาร
4. คำนึงถึงประโยชน์ที่หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องได้รับตามประเด็นความร่วมมืออย่างเท่าเทียม

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- สร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของ กยท. ผ่านการประชุมอภิปราย (ปีละ 2 ครั้ง)
- จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์องค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
- จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมาย (ปีละ 1 ครั้ง)
- สื่อสารผลการดำเนินงานที่สำคัญผ่านการประชุมอภิปรายในคณะอนุกรรมการการจัดทำแผนวิสาหกิจฯ (ปีละ 4 ครั้ง)
- สื่อสารผลการดำเนินงานผ่านช่องทางออนไลน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เช่น หน้าเว็บไซต์ หรือ Social Media ต่าง ๆ (ปีละ 1 ครั้ง)

### 02 คณะกรรมการ (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ: ฝสพ.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. ขับเคลื่อนนโยบายและมาตรการที่กำหนดโดยให้อำนาจในการตัดสินใจผ่านคณะกรรมการชุดต่าง ๆ
2. กำกับดูแลผลการดำเนินงานที่สำคัญของ กยท. ให้บรรลุเป้าหมาย

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- จัดประชุมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในการพิจารณาอนุมัติแนวทางการดำเนินงาน และติดตามกำกับดูแลการดำเนินงานที่สำคัญตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย (ปีละ 12 ครั้ง)
- พัฒนาศักยภาพการดำเนินงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเชี่ยวชาญของคณะกรรมการ (ปีละ 1 ครั้ง)

### 03 พันธมิตร : คู่ค้า/คู่ความร่วมมือ (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ: ฝสพ./ฝพก./ฝบท./ฝทม./ฝทส./สวย./ฝอย.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. คำนึงถึงประโยชน์ที่หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องได้รับตามประเด็นความร่วมมืออย่างเท่าเทียม
2. เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมกับองค์กรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ และการบริหารจัดการทรัพยากร การพัฒนาทักษะ การเคารพสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา
3. ข้อมูล ข่าวสาร ทันต่อเหตุการณ์ ข้อมูลมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้
4. ปฏิบัติต่อคู่ค้าสัญญาและเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ตกลงไว้อย่างเคร่งครัด
5. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี/สร้างทักษะความรู้ โดยรับฟังเสียงของคู่ค้าเพื่อนำมาพัฒนางานบริการ
6. ดำเนินการจัดจ้างอย่างเสมอภาค เป็นธรรม และโปร่งใส

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- รับฟังความคิดเห็นในประเด็นสำคัญขององค์กรผ่านการประชุมคณะกรรมการชุดต่าง ๆ (ปีละ 2 ครั้ง)
- ร่วมกันสนับสนุนทรัพยากรในการดำเนินงานวิจัยหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยางพาราด้วยการลงนามในบันทึกข้อตกลงร่วมกัน (ปีละ 1 ครั้ง)
- สํารวจความพึงพอใจ ความต้องการ รวมถึงความคาดหวัง (ปีละ 1 ครั้ง)
- สื่อสารข้อมูล รวมถึงการประสานงาน ผ่านหนังสือราชการ หรือผ่านอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ (ปีละ 4 ครั้ง)
- พัฒนาช่องทางรับความคิดเห็นและข้อร้องเรียน
- ชี้แจงกฎระเบียบ เงื่อนไข หลักเกณฑ์ใหม่ ๆ ผ่านหนังสือ และโทรศัพท์ (ปีละ 1 ครั้ง)

04

### ลูกค้า (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ: ฝพก./ฝสผ./ฝศย./ฝอย./กยท.บ.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. ให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานร่วมกันแบบสื่อสารสองทาง อย่างเป็นธรรม โปร่งใส
2. มุ่งให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นมิตร การมีข้อมูลการบริหารที่ถูกต้องครบถ้วน ตรงต่อเวลา บริการหลังการขายที่ดี

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- จัดสัมมนาผู้บริหารพบปะผู้ปฏิบัติงาน (ปีละ 1 ครั้ง)
- จัดอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะตำแหน่ง (ปีละ 10 หลักสูตร)
- สื่อสารข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึง Social Media (ปีละ 4 ครั้ง)
- สำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี (ปีละ 1 ครั้ง)
- สร้างและพัฒนาช่องทางทางการรับข้อร้องเรียนและการตอบสนองข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ (ปีละ 1 ครั้ง)

05

### พนักงานการยางแห่งประเทศไทย (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ: ฝทม.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. ได้รับความตอบสนองและสวัสดิการที่เป็นธรรม
2. มีความมั่นคงในการจ้างงานซึ่งเป็นไปตามกฎหมายแรงงาน
3. ให้มีส่วนร่วมในการกำหนดหลักสูตรการพัฒนาความสามารถและการทำงานอย่างมืออาชีพอย่างเท่าเทียม

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- สร้างการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยการประชุมสัมมนารับฟังความคิดเห็น (ปีละ 1 ครั้ง)
- สร้างหรือพัฒนาช่องทางทางการให้บริการในแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม (ปีละ 1 ครั้ง)
- จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผูกพันของพนักงานภายในองค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
- การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี (ปีละ 1 ครั้ง)
- สื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และ Social Media (ปีละ 4 ครั้ง)

06

### ชุมชนและสังคม (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ: กยท.บ. ในพื้นที่)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. ส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม ดูแล และร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน
2. พัฒนาคุณภาพชีวิต เคารพต่อสิทธิชุมชน
3. จัดการสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย/ความปลอดภัย และบริหารการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
4. รับฟังความคิดเห็น การสื่อสารสองทาง การเสวนา การเปิดเผยข้อมูล

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- การประชุม เสวนา และกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์รอบพื้นที่ (ปีละ 1 ครั้ง)
- ส่งเสริมโครงการ CSR เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและลดผลกระทบจากการดำเนินกิจการ (ปีละ 10 โครงการ)
- สำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ รวมถึงความคาดหวังในแต่ละพื้นที่ (ปีละ 1 ครั้ง)
- พัฒนาช่องทางรับความคิดเห็น และข้อร้องเรียน (ปีละ 1 ครั้ง)
- สื่อสารข้อมูลผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนท้องถิ่น (ปีละ 1 ครั้ง)

07

### สื่อมวลชน (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ : สผว.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. แจกข้อมูลข่าวสารที่ทันท่วงทีและถูกต้อง

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- จัดแถลงการณ์ในโครงการที่สำคัญขององค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
- สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางทางการให้สัมภาษณ์เป็นกรณี (แล้วแต่กรณี)

08

### คู่แข่ง/คู่แข่ง (ส่วนงานผู้รับผิดชอบ: ฝยศ./สผว./ฝอย./สวย.)

#### แนวทางการสร้างความสัมพันธ์

1. รับฟังความคิดเห็น การสื่อสารสองทาง การเสวนา การเปิดเผยข้อมูล
2. มีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานกลาง
3. คำนึงถึงประโยชน์ที่หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องได้รับตามประเด็นความร่วมมืออย่างเท่าเทียม

#### รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- ยอมรับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนามาตรฐานสินค้า/ผลผลิต (แล้วแต่กรณี)
- จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ปีละ 1 ครั้ง)

# แผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กยท.



การยางแห่งประเทศไทย  
Rubber Authority of Thailand

## 1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายหลัก



### ● วิสัยทัศน์ (Vision):

“ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาค  
ใช้ความเชื่อมั่นในการเป็น  
หน่วยงานหลักที่บริหารจัดการ  
ยางพาราอย่างยั่งยืน”



### ○ พันธกิจ (Mission):

เป็นองค์กรหลักในการบริหารจัดการยางพาราทั้งระบบอย่างยั่งยืน โดย  
มุ่งเน้นการบริหารจัดการสร้างสัมพันธ์ และความร่วมมืออย่างบูรณาการ  
กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับ  
คุณภาพชีวิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



🏆 **เป้าหมายหลัก (Goal):**  
ระดับความผูกพันผู้มีส่วนได้  
ส่วนเสีย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

## 2. วัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงาน

### วัตถุประสงค์หลัก:



#### 💡 การตอบสนองประเด็นสำคัญ

มุ่งตอบสนอง Key Issue ผ่านการทบทวน  
นโยบาย ยุทธศาสตร์ การพัฒนาวัฒนธรรม  
ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการทำงาน และ  
กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์



#### 📈 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ติดตามการดำเนินงานด้านการบริหาร  
จัดการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการเรียนรู้  
และนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนา



#### 🌱 การสร้างความยั่งยืน

ยกระดับความพึงพอใจและพัฒนาสู่ความ  
ผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder  
Engagement) อย่างยั่งยืน



#### 👂 การรับฟังเสียงสะท้อน

รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง และ  
ความกังวลทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อนำ  
มาวิเคราะห์และกำหนดประเด็นสำคัญ

### ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย (Target Groups):

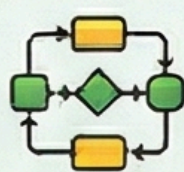


กลุ่มหน่วยงานกำกับและภาครัฐ | กลุ่มคณะกรรมการ | กลุ่มลูกค้า | กลุ่มพันธมิตร | กลุ่มสื่อมวลชน | กลุ่มชุมชนสังคม | กลุ่มพนักงาน | กลุ่มคู่เทียบคู่แข่ง

## 3. รายละเอียดของ แผนงาน/โครงการ แบ่งตามยุทธศาสตร์ (SO)

### ● SO1: พัฒนารอบการกำกับดูแลและ การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

มุ่งเน้นการสร้างรากฐานและมาตรฐานการทำงาน



1 📄 ทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้  
มีส่วนได้ส่วนเสีย

2 📖 ทบทวนคู่มือ นโยบาย แนวปฏิบัติ คู่มือ  
การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3 🏗️ ปิด GAP/OFI Enablers ด้าน SM  
ตามเกณฑ์ SE-AM

4 🏢 ปรับปรุงระบบงานและกระบวนการ  
ทำงานด้านการบริหารจัดการผู้  
มีส่วนได้ส่วนเสีย

### ● SO2: ยกระดับความเชื่อมั่นยอมรับและ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอก

มุ่งเน้นการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ และความผูกพัน



1 📢 การสื่อสาร สร้างความเข้าใจ ร่วม  
กันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2 📅 จัดงาน SM Day  
สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วน  
ได้ส่วนเสีย อย่างครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ  
และปลายน้ำ

3 📱 บริหารจัดการข้อมูล/Content ทั้ง  
สื่อออนไลน์ ออนไลน์ เชิงรุก

4 🏢 ทบทวนแผนแม่บทการแสดงความรับ  
ผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

5 🏢 หลอมรวมและบูรณาการหน่วยงาน  
ภายใน

6 📋 สำรองความพึงพอใจและความ  
ผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### ○ SO3: ยกระดับ ความรู้ ทักษะคน บุคลากรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย

มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรและการจัดการความรู้



1 🎓 พัฒนาระดับความรู้และทัศนคติ  
ด้าน SM

2 📁 จัดทำ KM ด้าน SM ภายใน

3 🌐 จัดทำ KM ด้าน SM ภายนอก

4 📁 พัฒนาระดับข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  
เพื่อสนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล  
ยางพาราตลอดห่วงโซ่อุปทาน

# ตัวชี้วัดและเป้าหมายของยุทธศาสตร์ของด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## แผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย

### 1.1 เป้าประสงค์: พัฒนาแนวทางการกำกับดูแล

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	เป้าหมาย ปี 2570	แผนงาน
1. ร้อยละความสำเร็จทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	1. แผนทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ร้อยละความสำเร็จ นโยบายด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคู่มือการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	2. แผนทบทวนคู่มือ นโยบาย แนวปฏิบัติ การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ระดับคะแนนประเมิน Enablers ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2.50	3.00	3. แผนงานนิต GAP/OFI Enablers ค้าบ SM ตามเกณฑ์ SEAM-

### 1.2 เป้าประสงค์: ออกแบบกระบวนการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ทั้งภายในและภายนอก

ตัวชี้วัด	ปี 2569	ปี 2570	แผนงาน
4. ร้อยละความสำเร็จ ปรับปรุงกระบวนการทำงานด้าน ก้าวอย่างบูรณาการ โดยระบุข้อกำหนดกระบวนการ ผู้รับผิดชอบ กลไกการควบคุมตรวจสอบ (ตามแผนปี)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	4. แผนปรับปรุงระบบงานและกระบวนการทำงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### 2.1 เป้าประสงค์: มุ่งเน้นการบริหารจัดการ Stakeholders ภายใน และภายนอก

ตัวชี้วัด	ปี 2569	ปี 2570	แผนงาน
2.1 ระดับการรับรู้ เข้าใจ การสื่อสารร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละ 75	ร้อยละ 80	1. แผนการสื่อสาร สร้างความเข้าใจร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. แผน SM Day
2.2 ร้อยละความสำเร็จการดำเนินงานตามแผน สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	3. แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
2.3 ร้อยละความสำเร็จการบริหารจัดการข้อมูล/Content ทั้งสื่อออนไลน์ ออมไลน์ เชิงรุก (ตามแผนปี)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	4. แผนงานบริหารจัดการข้อมูล/Content ทั้งสื่อออนไลน์ ออมไลน์ เชิงรุก
2.4 ร้อยละความสำเร็จการขับเคลื่อน Change Agent ระดับสายงาน/ฝ่ายงาน (ตามแผนปี)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	6. แผนงานหลอมรวมและบูรณาการหน่วยงานภายใน

### 2.2 เป้าประสงค์: สร้างความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด	ปี 2569	ปี 2570	แผนงาน
2.6.1 ร้อยละผลสำรวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	90	90	7. แผนสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2.6.2 ร้อยละของผลสำรวจความผูกพัน	Baseline	ร้อยละ B+2%	

### 3.1 เป้าประสงค์: พัฒนาความรู้ความสามารถและทัศนคติด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวชี้วัด	ปี 2569	ปี 2570	แผนงาน
3.1 ร้อยละความสำเร็จการพัฒนายกระดับความรู้และทัศนคติด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ตามแผนปี)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	1. แผนงานพัฒนายกระดับความรู้และทัศนคติด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### 3.2 เป้าประสงค์: จัดทำ KM ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวชี้วัด	ปี 2569	ปี 2570	แผนงาน
3.2 ร้อยละความสำเร็จการจัดทำ KM ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายในองค์กร (ตามแผนปี)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	2. แผนงานจัดทำ KM ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน
3.3 ร้อยละความสำเร็จการจัดทำ KM ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายนอกองค์กร (ตามแผนปี)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	3. แผนงานจัดทำ KM ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

### 3.3 เป้าประสงค์: การพัฒนาฐานข้อมูล Stakeholders

ตัวชี้วัด	ปี 2569	ปี 2570	แผนงาน
3.4 ระดับความสำเร็จการพัฒนา Stakeholders Profile ที่สำคัญ (ในระบบดิจิทัล)	รวบรวมฐานข้อมูลเสร็จ	ลอกแบบแนวทางการนำข้อมูลเข้าระบบ	4. แผนงานพัฒนาฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูลอย่างพหุจากตลอดห่วงโซ่มูลค่า