



แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์
ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers
หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
(Stakeholder and Customer Management : SCM)
ประจำปี 2567

สำนักธุรกิจการตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

โทรศัพท์ 0 2282 3243 ต่อ 1719

Email : Marketfio142@gmail.com

แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567

1. เหตุผลและความจำเป็น

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนาระบบ ประเมินผลเพื่อพัฒนาต่อยอดจากโครงการระบบประเมินผลเดิมที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจที่มีความเหมาะสม เป็นรูปธรรม และสามารถสะท้อนถึงควมมีประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง โดยได้พิจารณานำข้อดี/จุดแข็ง ของระบบปัจจุบันที่มีมาใช้ปรับปรุงข้อด้อย ของระบบปัจจุบัน รวมทั้งปรับปรุงเพิ่มเติมประเด็นของการจัดการสมัยใหม่และ Update ให้เป็นปัจจุบัน โดยได้กำหนดกรอบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model หรือ SE- AM แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงาน (Key Performance Area) ประกอบด้วย การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และผลการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Result) ส่วนที่ 2 ด้าน Core Business Enablers (หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ) ประกอบด้วย 8 ด้าน และได้ทำการประเมินผลการดำเนินงานของ อ.อ.ป. และวิเคราะห์ช่องว่าง (GAP Analysis)

สำนักธุรกิจการตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการ Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) การขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวทาง Core Business Enablers และมีผลการประเมินที่ดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา รวมถึงการปิดช่องว่าง GAP Analysis ในประเด็นที่ยังดำเนินการ ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น จึงดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 เพื่อให้ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ในภาพรวมขององค์กรต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้การดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า มีความสอดคล้องกับกรอบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ

2.2 เพื่อนำผลการดำเนินงานและผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (GAP Analysis) หัวข้อ การมุ่งเน้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าไปปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อยกระดับคะแนนการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยสามารถบูรณาการร่วมกับการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้ออื่น ๆ ได้ ตามที่องค์กรคาดหวัง

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 อ.อ.ป. มีการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) สอดคล้องกับกรอบการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ

3.2 อ.อ.ป. นำผลการดำเนินงานและผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (GAP Analysis) หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.3 เพื่อยกระดับคะแนนการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยสามารถบูรณาการร่วมกับการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้ออื่น ๆ ได้ตามที่องค์กรคาดหวัง

4. ผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome)

- ผลผลิต (Output) : ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้สำเร็จร้อยละ 100

- ผลลัพธ์ (Outcome) : การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า สอดคล้องกับกรอบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ และสามารถปิดช่องว่าง (GAP Analysis) หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้จำนวน 2 รายการขึ้นไป

5. ผู้รับผิดชอบ : สำนักธุรกิจการตลาด (หลัก) และทุกหน่วยงาน (สนับสนุน)

6. งบประมาณและแหล่งเงิน : งบประมาณ รายได้ - รายจ่าย ของสำนักธุรกิจการตลาด

7. เป้าหมาย :

การดำเนินการ Core Business Enablers หัวข้อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า มีความสอดคล้องกับกรอบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ โดยสามารถบูรณาการร่วมกับการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers หัวข้ออื่น ๆ รวมทั้งมีการนำประเด็นที่ยังดำเนินการไม่สมบูรณ์จากการวิเคราะห์ช่องว่าง (GAP Analysis) มาดำเนินการ โดยมีคะแนนการดำเนินการ Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพิ่มขึ้น

8. การวิเคราะห์ข้อสังเกตและผลการประเมินรัฐวิสาหกิจในปีที่ผ่านมา ๆ มา เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน

ผลการประเมินด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SCM) โดยเปรียบเทียบผลการดำเนินงานปี 2563, 2564 และปี 2565 แบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

หัวข้อการประเมิน	2563	2564	2565
Module 1 : การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
1. ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1.0000	1.0000	1.7500
2. วัตถุประสงค์ ขอบเขต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1.2000	1.3833	1.3833
3. กระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1.0000	1.1500	1.2357
คะแนน	1.0000	1.1817	1.3167
Module 2 : การมุ่งเน้นลูกค้า			
1. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	1.2500	1.2500	1.7500
2. การจำแนกลูกค้า	1.2000	1.2000	1.2000
3. การรับฟังลูกค้า	1.1750	1.3333	1.5000
4. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	1.6000	1.6000	2.0000
5. การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	1.3167	1.4750	1.6250
คะแนน	1.3200	1.3992	1.6575
คะแนนรวม	1.1800	1.2904	1.4871

• ในปี 2564 ประเด็นหลักที่ อ.อ.ป. สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

1. มีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ออกเป็น 14 กลุ่ม โดยวิเคราะห์จากหลักเกณฑ์ของมิติ Impact และ Influence อย่างมีมาตรฐาน
2. เริ่มมีการระบุประเด็น/ความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ในแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. มีแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2564-2568 ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญ
4. มีการจำแนกกลุ่มลูกค้าขององค์กรในปัจจุบัน รวมถึงลูกค้าในอนาคต โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจป่าไม้ ธุรกิจอุตสาหกรรมไม้ และธุรกิจท่องเที่ยวและอื่นๆ
5. มีการกำหนดช่องทาง และวิธีการรับฟังลูกค้า โดยส่วนใหญ่เป็นการรับฟังเสียงของลูกค้าปัจจุบันที่ใช้ผลิตภัณฑ์/บริการขององค์กร
6. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ผ่านการดำเนินโครงการ/แผนงาน/กิจกรรม
7. มีการกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน และระเบียบวิธีปฏิบัติที่เกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนสำหรับพนักงาน หรือผู้ปฏิบัติงาน

จากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน Core Business Enablers การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า มีผลการประเมินดีขึ้นตามลำดับ ปี 2563 อยู่ที่ระดับ 1.1800 คะแนน และปี 2564 อยู่ที่ระดับ 1.2904 คะแนน เพิ่มขึ้น 0.1104 คะแนน

- ในปี 2565 ประเด็นหลักที่ อ.อ.ป. สามารถดำเนินการได้ ดังนี้
 1. มีแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร
 2. มีการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรในภาพรวม
 3. มีแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดระยะยาว
 4. มีแนวทางการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐวิสาหกิจ
 5. มีกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเป็นระบบ
 6. เริ่มมีการกำหนดกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า
 7. มีการกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน และมีการดำเนินงานตามแนวทางการจัดการเรื่อง ร้องเรียนการปฏิบัติงานตามนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน

จากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน Core Business Enablers การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า มีผลการประเมินดีขึ้นตามลำดับ ปี 2564 อยู่ที่ระดับ 1.2904 คะแนน และปี 2565 อยู่ที่ระดับ 1.4871 คะแนน เพิ่มขึ้น 0.1967 คะแนน

9. การวิเคราะห์ผลการประเมินสถานการณ์ดำเนินงานรัฐวิสาหกิจส่วน Core Business Enablers (Baseline) เพื่อปิดช่องว่างจาก GAP Analysis

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และบริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้มีการประเมินผลการดำเนินงานของ อ.อ.ป. และวิเคราะห์ช่องว่าง (GAP Analysis) การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า มีประเด็นที่ยังดำเนินการได้ไม่สมบูรณ์มีช่องว่างในการดำเนินงาน (GAP Analysis) ดังนี้

• ปี 2564

- ควรมีแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ที่มีองค์ประกอบของข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญอย่างครบถ้วน และแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว อ.อ.ป. ต้องดำเนินการจัดทำ/ทบทวน อย่างสม่ำเสมอทุกปี โดยต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการ
- ควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ในภาพรวม ที่มีการวิเคราะห์จาก Value Chain ที่บูรณาการในระดับภาพรวม/ยุทธศาสตร์กับระดับระดับสำนัก/อ.อ.ป. ภาค อย่างเป็นระบบ ตามบริบท/การดำเนินงานในปัจจุบันและอนาคต
- ควรมีการจัดทำ Stakeholder Profile เพื่อบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ควรมีการจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ รวมถึงกำหนดวัตถุประสงค์และรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ตามแต่ละสำนัก/อ.อ.ป. ภาคและควรมีแนวทางการกำหนดทรัพยากรในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ควรมีการบริหารความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกำหนดแนวทาง การติดตามและประเมินผลตามแผนปฏิบัติการ รวมถึงการรายงานภาพรวมกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ควรมีกระบวนการในการนำ Big Data Analytic รวมถึงการนำเครื่องมือทางสถิติต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการจำแนกกลุ่มลูกค้า
- ควรมีการกำหนดช่องทางการรับฟังลูกค้าที่ครบถ้วนตามวงจรชีวิตลูกค้า หรือครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า
- ควรมีการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ทุกกลุ่มลูกค้า และครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน ภาพลักษณ์ ฯลฯ

• ปี 2565

- การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรที่สามารถตอบสนองตามความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบและโอกาสเชิงยุทธศาสตร์
- การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ ขอบเขต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่บูรณาการจากทั้งภาพระดับยุทธศาสตร์กับภาพระดับสำนัก/ภาค (Top down - Bottom up)
- การกำหนดระดับ (Levels) ที่คาดหวัง และวิธีการรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อตอบสนองระดับที่คาดหวัง ครอบคลุมทุกสำนัก/อ.อ.ป. ภาค
- การจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปีครอบคลุมทุกสำนัก/อ.อ.ป. ภาค หรืออย่างน้อยเทียบเท่าสำนัก/อ.อ.ป. ภาค
- การกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาดครอบคลุมทุกมิติทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดใหม่หรือธุรกิจใหม่ในแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดระยะยาว
- กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างเป็นระบบ
- การกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าครอบคลุมตามวงจรชีวิตลูกค้า
- การจัดทำมาตรฐานด้านบริการ ที่ครอบคลุมทุกช่องทางและวิธีการในการสนับสนุนลูกค้าที่สำคัญ หรือทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points)
- การวิเคราะห์เพื่อกำหนดความต้องการและความคาดหวัง การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อออกแบบแผนงานหรือกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ มาปรับใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ดังนั้น ในปี 2567 ได้วิเคราะห์ทั้งประเด็นที่ อ.อ.ป. ดำเนินการได้ไม่สมบูรณ์ (GAP Analysis) ซึ่งเกิดเป็นช่องว่าง และได้ให้ความสำคัญในการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ เพื่อยกระดับการดำเนินงาน และคะแนนการประเมิน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ให้มีประสิทธิภาพ ได้รับการประเมินในระดับคะแนนที่ดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ขับเคลื่อนและยกระดับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการดำเนินงานตามที่สำนักงานคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ และบริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด กำหนด จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร จึงนำประเด็นที่ดำเนินการได้ไม่สมบูรณ์ มาดำเนินการเพื่อปิดช่องว่าง (GAP Analysis) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นที่ดำเนินการในปี 2567	แผนงาน/กิจกรรม
<ul style="list-style-type: none"> • อ.อ.ป. มีการจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ รวมถึงกำหนดวัตถุประสงค์ และรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ตามแต่ละสำนัก/อ.อ.ป. ภาค และควรมีแนวทางการกำหนดทรัพยากรในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 	<p>มีการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจัดทำแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อ.อ.ป. ประจำปี 2567 จำนวน 3 แผนงาน คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. พัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. พัฒนาความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
<ul style="list-style-type: none"> • อ.อ.ป. มีการบริหารความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกำหนดแนวทางการติดตามและประเมินผลตามแผนปฏิบัติการ รวมถึงการรายงานภาพรวมกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 	<p>มีการบริหารความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีการติดตามและประเมินผลตามแผนปฏิบัติการ และรายงานผลการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

ประเด็นที่ดำเนินการในปี 2567	แผนงาน/กิจกรรม
<ul style="list-style-type: none"> • อ.อ.ป. มีการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรที่สามารถตอบสนองตามความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบและโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ 	<p>การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อ.อ.ป. ที่ตอบสนองความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบและโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการอนุกรรมการกลั่นกรองงาน/คณะกรรมการของ อ.อ.ป. ตามแผนงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2567-2571 และแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อ.อ.ป. ประจำปี 2567</p>
<ul style="list-style-type: none"> • อ.อ.ป. มีการกำหนดระดับ (Levels) ที่คาดหวัง และวิธีการรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อตอบสนองระดับที่คาดหวัง ครอบคลุมทุกสำนัก/อ.อ.ป. ภาค 	<p>มีการกำหนดระดับ และรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครอบคลุมทุก Stakeholders มีการกำหนดเป้าหมาย ช่องทางสื่อสาร ลักษณะการสร้างความสัมพันธ์ และแนวทางการมีส่วนร่วม โดยกำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.อ.ป. ประจำปี 2567 และแผนงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2567-2571 โดยบูรณาการร่วมกับทุกสำนัก /อ.อ.ป. ภาค</p>
<ul style="list-style-type: none"> • อ.อ.ป. มีการกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าครอบคลุมตามวงจรชีวิตลูกค้า 	<p>มีการกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าครอบคลุมตามวงจรชีวิตลูกค้า (แผนงานด้านลูกค้า และตลาดของ อ.อ.ป. ระยะยาว)</p>

ประเด็นที่ดำเนินการในปี 2567	แผนงาน/กิจกรรม
<p>• อ.อ.ป. มีการกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาดครอบคลุมทุกมิติทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดใหม่หรือธุรกิจใหม่ในแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดระยะยาว</p>	<p>มีการกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาด ครอบคลุมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจใหม่ ดังนี้</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</p> <p>แผนงาน/กิจกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม</p> <p>เป้าหมาย : พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตรงตามความต้องการลูกค้า</p> <p>ตัวชี้วัด : ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ (แผนงานด้านลูกค้าและตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2567-2571 และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2567)</p>
<p>• อ.อ.ป. มีการกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าครอบคลุมตามวงจรชีวิตลูกค้า</p>	<p>มีการกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าครอบคลุมตามวงจรชีวิตลูกค้า (แผนงานด้านลูกค้าและตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2567-2571)</p>

10. ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ - ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า ได้สำเร็จร้อยละ 100

เชิงคุณภาพ - การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า สอดคล้องกับกรอบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ และสามารถปิดช่องว่าง (GAP Analysis) หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้จำนวน 2 รายการขึ้นไป

11. ระยะเวลาดำเนินงาน มกราคม 2567 – มกราคม 2568

ระยะเวลาดำเนินงาน (Gantt Chart) ของแผนงานปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินงาน Core Business Enablers หัวข้อ SCM

ที่	แผนงาน/กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	
1	จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เสนอ อ.อ.ป. เพื่อพิจารณาเห็นชอบ	←————→														
2	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 3 แผนงาน/กิจกรรม															
	2.1 พัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	←————→														
	1) จัดทำแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 เสนอ อ.อ.ป. อนุมัติ/เห็นชอบ	←————→														
	2) แจกเวียนแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 ให้ทุกหน่วยงานเพื่อทราบ	←————→														
	3) จัดทำบันทึกแจ้งทุกหน่วยงาน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามแบบฟอร์มที่กำหนด และสรุปรายงานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งให้ ส.ธต. ทราบ ภายในกำหนด						←————→									
	4) สรุปลผลการดำเนินงานตามแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมระบุปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ เสนอ อ.อ.ป. ทราบ											←————→				

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68
	<p>2.2 พัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สำรวจความพึงพอใจผู้ต่อรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)</p> <p>1) จัดทำแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 เสนอ อ.อ.ป.อนุมัติ/เห็นชอบ</p> <p>2) แจกเวียนแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ทุกหน่วยงานเพื่อทราบ</p> <p>3) ส.ธต. ดำเนินการรายงานผลการดำเนินงานการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนเว็บไซต์ อ.อ.ป.</p> <p>4) จัดทำบันทึกแจ้งเวียนหน่วยงาน ขอความอนุเคราะห์ทุกหน่วยงานสำรวจความพึงพอใจต่อรายงานผลการดำเนินงานการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และรายงานผลให้ ส.ธต.ทราบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลการสำรวจฯ</p> <p>5) สรุปผลการดำเนินงานแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เสนอ อ.อ.ป. ทราบ</p>														

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68
	<p>2.3 พัฒนาร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (จัดกิจกรรม/โครงการ อ.อ.ป. ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)</p> <p>1) จัดทำแผนงานพัฒนาร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เสนอ อ.อ.ป. อนุมัติ/เห็นชอบ</p> <p>2) แจกเวียนแผนงานพัฒนาร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 ให้ทุกหน่วยงานเพื่อทราบ</p> <p>3) ดำเนินการจัดทำ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส.ธต. ดำเนินการจัดทำบันทึกแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รายงานโครงการ/กิจกรรม ที่ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 - หน่วยงาน รายงานผลโครงการ/กิจกรรม ตามแบบฟอร์มที่กำหนด และแจ้งให้ ส.ธต. ทราบ <p>4) สรุปผลการดำเนินงานตามแผนงานพัฒนาร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมระบุปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ เสนอ อ.อ.ป. ทราบ</p>														

ที่	กิจกรรม	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.	ก.พ.	
		67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	68	68
3	<p>ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด จำนวน 5 แผนงาน/กิจกรรม</p> <p>3.1) จัดทำฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้า (ข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการขององค์กร อุตสาหกรรมป่าไม้) ประจำปี 2566</p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการจัดทำฐานข้อมูล ความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายฯ เสนอขอความ เห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป. โดยผ่าน</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดแบบฟอร์มการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อ สินค้าและบริการ เพื่อจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วน ตลาดของลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ เสนอ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ - หน่วยงานรายงานสรุปผลการเก็บข้อมูลลูกค้า พร้อมการจำแนกกลุ่มลูกค้า เป็นรายไตรมาส ให้ ส.ธ.ต. <p>4) สรุปผลการดำเนินการ ปัญหา/อุปสรรค/ ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ</p>															

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	
	<p>3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม</p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการมีขั้นตอน ดังนี้</p> <p>(1) ออกแบบสำรวจสภาพแวดล้อมภายนอก/ ภายใน ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า กลุ่มลูกค้าที่องค์กรควรให้ความสำคัญ</p> <p>(2) สรุปผลสำรวจ ฯ</p> <p>(3) รายงานผลการสำรวจและวิเคราะห์เสนอ อ.อ.ป. เห็นชอบ และแจ้งเวียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในปีถัดไป</p> <p>4) หน่วยงานผลิตนำผลการสำรวจไปเป็นข้อมูล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในปีถัดไป และรายงานผลการนำข้อมูลไปใช้ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ผลตอบรับจากลูกค้าและตลาด เป็นอย่างไร</p> <p>5) สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ</p>															

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	
	<p>3.3 การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.</p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เสนอ อ.อ.ป. ขอความเห็นชอบ/อนุมัติ</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ - ขอความเห็นชอบ อ.อ.ป. อนุมัติใช้แบบประเมินฯ ส่งให้ อ.อ.ป.ภาค นำให้ลูกค้ากรอกแบบประเมิน - รวบรวมข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.</p> <p>4) รายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส</p> <p>5) สรุปผลการดำเนินงาน และไตรมาส 4 พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค, แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ</p>	←—————→														
		←—————→														
					↔											
						↔										
									←—————→							
					↔			↔			↔			↔		
														↔		

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68
	<u>3.4 พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการของ อ.อ.ป</u>														
	1) จัดทำแผนปฏิบัติการ พัฒนาและสร้างคุณค่า ในงานบริการของ อ.อ.ปเสนอขอความเห็นชอบ/ อนุมัติ อ.อ.ป.														
	2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ														
	3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการโดยมีขั้นตอน ดังนี้														
	(1) จัดทำโครงการฝึกอบรมเทคนิคการให้บริการ ลูกค้าเสนอ อ.อ.ป. เห็นชอบ อนุมัติ														
	(2) แจกหน่วยงานทราบ และดำเนินการ ในส่วนที่เกี่ยวข้อง														
	(3) จัดฝึกอบรมตามโครงการฯ ให้พนักงานฯ														
	4) สรุปผลการดำเนินการปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ														
	<u>3.5 การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์</u>														
	1) จัดทำแผนปฏิบัติการ การบริหารจัดการลูกค้า สัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เสนอ อ.อ.ป. ขอความเห็นชอบ/อนุมัติ														
	2. แจกเวียนแผนปฏิบัติการการบริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM)														

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68
	3) ดำเนินการจัดกิจกรรมการบริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ เช่น การจัดโปรโมชั่น - ลด - แลก - แจก - แถม 4) รายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส 5) สรุปผลการดำเนินงาน และไตรมาส 4 พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค, แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ					←→	←→	←→		←→		←→		←→	
4	4.1) เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนการ ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการ ปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers ของอ.อ.ป. อย่างน้อย ปีละ 2 ครั้ง และ 4.2) มีการถ่ายทอดให้ผู้ปฏิบัติงานในสำนักได้รับ ทราบด้วย หมายเหตุ เช่น รายงานการประชุมคณะกรรมการ				←→					←→					

ที่	กิจกรรม	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ก.ย. 67	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68
5	รายงานผลความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ให้ ผอ.อ.อ.ป. ทราบ และพิจารณาเป็นรายไตรมาส หมายเหตุ การสรุปรายงานผล อ.อ.ป. ผ่าน ส.นผ. (ผ.พย.) เป็นรายไตรมาสและรายปี ตามแบบฟอร์ม ผ.พย. กำหนด ภายใน 7 วันทำการ หลังสิ้นไตรมาส และสิ้นปีบัญชี				↔			↔			↔			↔	
6	รายงานผลความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ให้คณะกรรมการกลั่นกรองงานของ อ.อ.ป. /คณะกรรมการของ อ.อ.ป. ทราบ และพิจารณา เป็นรายไตรมาส				↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔
7	สรุปผลการดำเนินงานรายงาน อ.อ.ป. (รายปี)													↔	

12. ขั้นตอนและแนวทางการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงานและแนวทางการดำเนินงานของแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
1	จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เสนอ อ.อ.ป. เพื่อพิจารณาเห็นชอบจาก	ส.ธต.	ส.ธต.	แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการ ตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้รับการเห็นชอบ ในเดือน เม.ย. 67	1 ม.ค. 67 - 30 เม.ย. 67	ไม่มี	ไม่มี
2	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 3 แผนงาน/กิจกรรม <u>2.1 พัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)</u> 1) จัดทำแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 เสนอ อ.อ.ป. อนุมัติ/เห็นชอบ 2) แจกเวียนแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 ให้ทุกหน่วยงานเพื่อทราบ 3) จัดทำบันทึกแจ้งทุกหน่วยงาน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามแบบฟอร์มที่กำหนด และสรุปรายงานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งให้ ส.ธต. ทราบ ภายในกำหนด 4) สรุปลผลการดำเนินงานตามแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมระบุปัญหา	ส.ธต./ ทุกหน่วยงาน	ส.ธต./ ทุกหน่วยงาน	ดำเนินการตามแผนงานพัฒนารฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้สำเร็จร้อยละ 100	1 ม.ค. 67 - 31 ธ.ค. 67	ไม่มี	ไม่มี

แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน

Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ประจำปี 2567

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	<p>2.2 พัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สำรวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)</p> <p>1) จัดทำแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 เสนอ อ.อ.ป. อนุมัติ/เห็นชอบ</p> <p>2) แจกเวียนแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ทุกหน่วยงานเพื่อทราบ</p> <p>3) ส.ธต. ดำเนินการรายงานผลการดำเนินงานการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนเว็บไซต์ อ.อ.ป.</p> <p>4) จัดทำบันทึกแจ้งเวียนหน่วยงาน ขอความอนุเคราะห์ทุกหน่วยงานสำรวจความพึงพอใจต่อรายงานผลการดำเนินงานการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และรายงานผลให้ ส.ธต. ทราบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลการสำรวจฯ</p> <p>5) สรุปผลการดำเนินงานแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เสนอ อ.อ.ป. ทราบ</p>	<p>ส.ธต./ ทุกหน่วยงาน</p>	<p>ส.ธต./ ทุกหน่วยงาน</p>	<p>ดำเนินการตามแผนงานพัฒนาการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้สำเร็จร้อยละ 100 และมีผลการสำรวจความพึงพอใจต่อรายงานผลการดำเนินงานการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p>	<p>1 ม.ค. 67 - 31 ธ.ค. 67</p>	<p>ไม่มี</p>	<p>ไม่มี</p>

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	<p><u>2.3 พัฒนาร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (จัดกิจกรรม/โครงการ อ.อ.ป. ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)</u></p> <p>1) จัดทำแผนงานพัฒนาความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เสนอ อ.อ.ป. อนุมัติ/เห็นชอบ</p> <p>2) แจกเวียนแผนงานพัฒนาความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 ให้ทุกหน่วยงานเพื่อทราบ</p> <p>3) ดำเนินการจัดทำ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส.ธต. ดำเนินการจัดทำบันทึกแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รายงานโครงการ/กิจกรรม ที่ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 - หน่วยงาน รายงานผลโครงการ/กิจกรรม ตามแบบฟอร์มที่กำหนด และแจ้งให้ ส.ธต. ทราบ <p>4) สรุปผลการดำเนินงานตามแผนงานพัฒนาความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมระบุปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ เสนอ อ.อ.ป. ทราบ</p>	<p>ส.ธต./ ทุกหน่วยงาน</p>	<p>ส.ธต./ ทุกหน่วยงาน</p>	<p>ดำเนินการตามแผนงานพัฒนาความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้สำเร็จ ร้อยละ 100</p> <p>มีการจัดกิจกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ≥ 4 กิจกรรม</p>	<p>1 ม.ค. 67</p> <p>-</p> <p>31 ธ.ค. 67</p>	<p>ของแต่ละ หน่วยงาน</p>	<p>ของแต่ละ หน่วยงาน</p>

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
3	<p>ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด จำนวน 5 แผนงาน/กิจกรรม</p> <p>3.1) จัดทำฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้า (ข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการขององค์กร อุตสาหกรรมป่าไม้) ประจำปี 2566</p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการจัดทำฐานข้อมูลความ ต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายฯ เสนอขอความ เห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป. โดยผ่าน</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดแบบฟอร์มการจับเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อ สินค้าและบริการ เพื่อจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วน ตลาดของลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ เสนอ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ - หน่วยงานรายงานสรุปผลการเก็บข้อมูลลูกค้า พร้อมการจำแนกกลุ่มลูกค้า เป็นรายไตรมาส ให้ ส.ต. <p>4) สรุปผลการดำเนินการ ปัญหา/อุปสรรค/ ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ</p>	<p>ออป.ภาค, ส.คช., ส.คน. และ ส.ต.</p>	<p>ออป.ภาค, ส.คช., ส.คน. และ ส.ต.</p>	<p>มีการจัดเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า</p>	<p>1 ม.ค. 67 - 5 ม.ค. 68</p>	<p>ของแต่ละ หน่วยงาน</p>	<p>ของแต่ละ หน่วยงาน</p>

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	<p><u>3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม</u></p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.</p> <p>2) แจ้างเวียนแผนปฏิบัติการ</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการมีขั้นตอน ดังนี้</p> <p>(1) ออกแบบสำรวจสภาพแวดล้อมภายนอก/ ภายใน ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า กลุ่มลูกค้าที่องค์กรควรให้ความสำคัญ</p> <p>(2) สรุปผลสำรวจ ฯ</p> <p>(3) รายงานผลการสำรวจและวิเคราะห์เสนอ อ.อ.ป. เห็นชอบ และแจ้างเวียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในปีถัดไป</p> <p>4) หน่วยงานผลิตนำผลการสำรวจไปเป็นข้อมูล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในปีถัดไป และรายงานผลการนำข้อมูลไปใช้ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ผลตอบรับจากลูกค้าและตลาด เป็นอย่างไร</p> <p>5) สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ</p>	ส.ธต., ส.คน. และออป.ภาค	ส.ธต., ส.คน. และออป.ภาค	- พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า - มีข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	1 ม.ค. 67 - 31 ธ.ค. 67	ของแต่ละ หน่วยงาน	ของแต่ละ หน่วยงาน

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	<p><u>3.3 การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.</u></p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เสนอ อ.อ.ป. ขอความเห็นชอบ/อนุมัติ</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขอความเห็นชอบ อ.อ.ป. อนุมัติใช้แบบประเมินฯ ส่งให้ ออป.ภาค นำให้ลูกค้ากรอกแบบประเมิน - รวบรวมข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. <p>4) รายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส</p> <p>5) สรุปผลการดำเนินงาน และไตรมาส 4 พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค, แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ</p>	<p>ส.ตต. และ</p> <p>ออป.ภาค</p>	<p>ส.ตต. และ</p> <p>ออป.ภาค</p>	<p>ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการได้สำเร็จ ร้อยละ 100</p> <p>โดยมีข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำมาดำเนินการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ประจำปี 2567 วิเคราะห์เปรียบเทียบกับปี 2566 ขึ้นเว็บไซต์ของ อ.อ.ป. และมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์จนสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม</p>	<p>1 ม.ค. 67</p> <p>-</p> <p>15 ม.ค. 68</p>	<p>ส.ตต.</p>	<p>ส.ตต.</p>

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	<p><u>3.4 พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการของ อ.อ.ป</u></p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการ พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการของ อ.อ.ปเสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการ</p> <p>3) ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการโดยมีขั้นตอน ดังนี้</p> <p>(1) จัดทำโครงการฝึกอบรมเทคนิคการให้บริการลูกค้าเสนอ อ.อ.ป. เห็นชอบ อนุมัติ</p> <p>(2) แจกหน่วยงานทราบ และดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง</p> <p>(3) จัดฝึกอบรมตามโครงการฯ ให้พนักงานฯ</p> <p>4) สรุปผลการดำเนินการปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ</p>	<p>ส.ตต.,</p> <p>ออป.ภาค</p> <p>และ ส.คช.</p>	<p>ส.ตต.,</p> <p>ออป.ภาค</p> <p>และ ส.คช.</p>	<p>การพัฒนาให้บริการสู่ความเป็นเลิศให้ผู้ปฏิบัติงานไปปฏิบัติงานได้</p>	<p>1 ม.ค. 67</p> <p>-</p> <p>31 ธ.ค. 67</p>	<p>ของ</p> <p>หน่วยงานที่</p> <p>รับผิดชอบ</p> <p>(ส.บก.)</p>	<p>ของ</p> <p>หน่วยงานที่</p> <p>รับผิดชอบ</p> <p>(ส.บก.)</p>
	<p><u>3.5 การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์</u></p> <p>1) จัดทำแผนปฏิบัติการ การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เสนอ อ.อ.ป. ขอความเห็นชอบ/อนุมัติ</p> <p>2) แจกเวียนแผนปฏิบัติการการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM)</p>	<p>ส.ตต.,</p> <p>ออป.ภาค</p> <p>และ ส.คช.</p>	<p>ส.ตต.,</p> <p>ออป.ภาค</p> <p>และ ส.คช.</p>	<p>ดำเนินการตามแผนได้สำเร็จร้อยละ 100 คือ มีการจัดกิจกรรมบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) จำนวน ≥ 4 กิจกรรม และลูกค้าเก่ามีการซื้อซ้ำเท่ากับหรือมากกว่าปีที่ผ่านมา</p>	<p>1 ม.ค. 67</p> <p>-</p> <p>15 ม.ค. 68</p>	<p>ส.ตต.</p>	<p>ส.ตต.</p>

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	3) ดำเนินการจัดกิจกรรมการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เช่น การจัดโปรโมชั่น - ลด - แลก - แจก - แถม 4) รายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส 5) สรุปผลการดำเนินงาน และไตรมาส 4 พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค, แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ						
4	4.1) เข้าร่วมประชุมคณะทำงานขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers ของอ.อ.ป. อย่างน้อย ปีละ 2 ครั้ง และ 4.2) มีการถ่ายทอดให้ผู้ปฏิบัติงานในสำนักได้รับทราบด้วย หมายเหตุ เช่น รายงานการประชุมคณะทำงานฯ	ส.นผ., ส.บก., ส.ตส., ส.วส., ส.ธต. และส.คน. ส.ธต.	ส.บก. ส.ธต.	เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินฯ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินฯ	เม.ย. 67 ก.ย. 67 เม.ย. - พ.ค. 67 ก.ย. - ต.ค. 67	ไม่มี ไม่มี	ไม่มี ไม่มี

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
5	รายงานผลความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ให้ ผอ.อ.อ.ป. ทราบ และพิจารณาเป็นรายไตรมาส หมายเหตุ การสรุปรายงานผล อ.อ.ป. ผ่าน ส.นผ. (ฝ.พย.) เป็นรายไตรมาสและรายปี ตามแบบฟอร์ม ฝ.พย. กำหนด ภายใน 7 วันทำการ หลังสิ้นไตรมาส และสิ้นปีบัญชี	ส.ธต. และส.นผ.	ส.ธต. และส.นผ.	เพื่อให้ผู้อำนวยการ อ.อ.ป.ทราบและพิจารณารายงานผล ความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เป็นรายไตรมาส	เม.ย. 67 ก.ค. 67 ต.ค. 67 ม.ค. 68	ไม่มี	ไม่มี
6	รายงานผลความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียและลูกค้า ให้คณะกรรมการกลั่นกรองงาน ของ อ.อ.ป./คณะกรรมการของ อ.อ.ป. ทราบและ พิจารณา เป็นรายไตรมาส	ส.นผ. ส.บก. และ ส.ธต.	ส.นผ. ส.บก. และ ส.ธต.	เพื่อให้คณะกรรมการกลั่นกรองงานของ อ.อ.ป./ คณะกรรมการของ อ.อ.ป. ทราบและพิจารณา รายงานผล ความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เป็นรายไตรมาส	เม.ย. - พ.ค. 67 ก.ค. - ส.ค. 67 ก.ย. - ต.ค. 67 ม.ค. - ก.พ. 68	ไม่มี	ไม่มี
7	สรุปผลการดำเนินงานรายงาน อ.อ.ป. (รายปี)	ส.ธต.	ส.ธต.	เพื่อให้ผู้อำนวยการ อ.อ.ป.ทราบและพิจารณา สรุปรายงานผลความคืบหน้าการจัดการด้าน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า ประจำปี และเพื่อเป็นการยกระดับคะแนนการ ดำเนินงานโดยนำปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน และ ข้อเสนอแนะ ไปประกอบการดำเนินงานในปีต่อไป	ม.ค. 68	ไม่มี	ไม่มี

13. การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง

ความเสี่ยง : แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ปัจจัยเสี่ยง : การดำเนินการไม่เป็นไปตามเป้าหมายแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตาม หลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมิน กระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 เป็นไปตามเป้าหมาย

เป้าหมาย : จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 แล้วเสร็จ และนำเสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป.

เพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบในเดือนเมษายน 2567 และดำเนินการตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการ ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 ได้ร้อยละ 100

โอกาสเกิดความเสี่ยง : อยู่ในระดับน้อยมาก (L=2) เนื่องจากมีโอกาสที่จะดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ ขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 แล้วเสร็จ และนำเสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. พิจารณาให้ความเห็นชอบภายในเดือนพฤษภาคม 2567

ผลกระทบต่อองค์กร : อยู่ในระดับปานกลาง (I=5) เนื่องจากปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ให้มีองค์ประกอบครบถ้วน เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. เพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบ

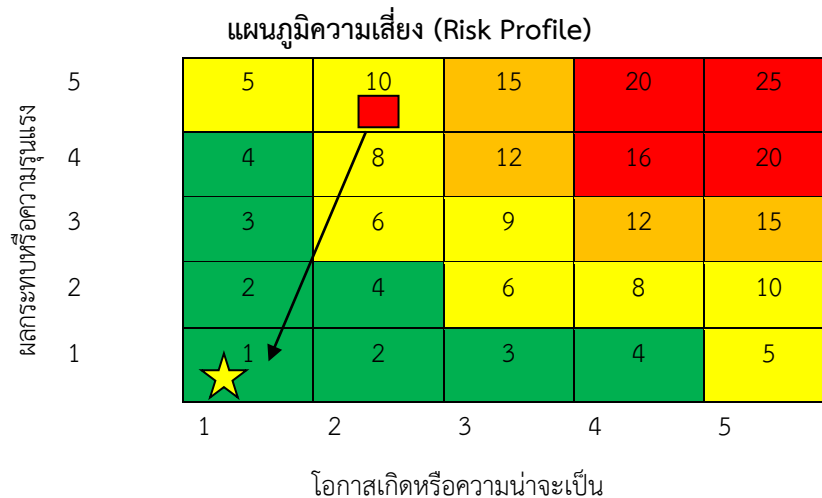
สรุป : เมื่อนำโอกาสเกิดความเสี่ยงและผลกระทบต่อองค์กรมาวิเคราะห์แล้วพบว่า ระดับของปัจจัยเสี่ยงที่ ตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้าน Core Business Enablers หัวข้อ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ประจำปี 2567 ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย อยู่ในระดับปานกลาง (LXI = 2X5 = 10)

สถานะปัจจุบัน : 2 X 5


เป้าหมาย : 1 X 1


เกณฑ์วัด : การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ

โอกาสเกิดความเสียหาย (L)			ผลกระทบต่อองค์กร (I)		
ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด	ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด
5	สูงมาก	จัดทำแผนปฏิบัติการฯ แล้วเสร็จภายในเดือนสิงหาคม 2567	5 	สูงมาก	จัดทำแผนปฏิบัติการฯ ให้มีองค์ประกอบครบถ้วน ได้รับความเห็นชอบจากผู้อำนวยการ
4	สูง	จัดทำแผนปฏิบัติการฯ แล้วเสร็จในเดือนกรกฎาคม 2567	4	สูง	การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ ได้ร้อยละ 80
3	ปานกลาง	จัดทำแผนปฏิบัติการฯ แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน 2567	3	ปานกลาง	การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ ได้ร้อยละ 85
2 	น้อย	จัดทำแผนปฏิบัติการฯ แล้วเสร็จภายในเดือนพฤษภาคม 2567	2	น้อย	การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ ได้ร้อยละ 90
1 	น้อยมาก	จัดทำแผนปฏิบัติการฯ แล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน 2567	1 	น้อยมาก	การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ ได้ร้อยละ 100



หมายเหตุ ค่าความเสี่ยง (โอกาส x ผลกระทบ) ตั้งแต่ 12 ขึ้นไปจะนำไปบริหารความเสี่ยง

 สถานะปัจจุบัน

 เป้าหมาย