



องค์การสุรา
กรมสรรพสามิต

LIQUOR DISTILLERY
ORGANIZATION

แผนยุทธศาสตร์ ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ 2565-2569



สารบัญ

หน้า

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ที่มาและความสำคัญ.....	๔
๑.๒ วัตถุประสงค์.....	๔
๑.๓ กรอบแนวคิด	๕
๑.๔ วิธีการดำเนินงาน.....	๖

บทที่ ๒ การวิเคราะห์องค์กรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒.๑ นโยบายองค์กรด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๗
๒.๒ การวิเคราะห์องค์กรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๙
๒.๓ การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร.....	๑๓
๒.๔ วัตถุประสงค์และขอบเขตของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับองค์กร.....	๑๘
๒.๕ การจัดลำดับความสำคัญ (Stakeholder Mapping) และรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร	๒๓
๒.๖ การระบุประเด็นความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๒๘
๒.๗ การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	๓๐

บทที่ ๓ ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙

๓.๑ วิสัยทัศน์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	๓๗
๓.๒ ขั้นตอนการอนุมัติการจัดแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๓๘
๓.๓ ยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙.....	๓๙
๓.๔ แผนสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี ๒๕๖๕.....	๔๕

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ ๔ การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การปฏิบัติ

๔.๑ แนวทางการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การปฏิบัติ.....	๕๖
๔.๒ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๕๗
๔.๓ การเชื่อมโยงกับกรอบในการกำกับดูแล (Governance) และกระบวนการทำงานที่สำคัญ (Key Work System) ขององค์กร.....	๕๘
๔.๔ การจัดสรรทรัพยากร.....	๕๘
๔.๕ การรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ สาธารณชน.....	๕๘

แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ที่มาและความสำคัญ

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต เป็นรัฐวิสาหกิจสาขาอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม ภายใต้การกำกับดูแลของกรมสรรพสามิต สังกัดกระทรวงการคลัง เป็นหน่วยงานที่มีได้เป็นนิติบุคคล มีลักษณะการทำงานที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบของทางราชการ จัดตั้งขึ้นตามคำสั่งของกระทรวงการคลัง

ในปัจจุบันองค์การสุรา ได้ยุติบทบาทเดิมที่ทำการผลิตสุราและการผลิตจากวัตถุดิบที่ได้จากการผลิตสุราหรือผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องในการผลิต รวมถึงการจำหน่ายสุรา เพื่อหารายได้นำเข้าส่งรัฐ เปลี่ยนแปลงเป็นการผลิตและจำหน่ายเอทิลแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการแพทย์ เภสัชกรรม วิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมการผลิตอาหาร เครื่องสำอาง เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายของกระทรวงการคลัง และแผนยุทธศาสตร์ชาติ

องค์การสุราฯ จึงได้ทบทวนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฉบับนี้ขึ้น โดยมุ่งหวังให้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ เพื่อลดช่องว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ลดลง อันนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และยกระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เพิ่มขึ้น โดยได้นำสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ ซึ่งยังคงมีอยู่และมีแนวโน้มสถานการณ์ยังไม่น่าจะยุติได้ในระยะเวลาอันสั้น ประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัวและการให้ความสำคัญกับกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑) เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ ความต้องการ และความคาดหวังในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการขององค์การสุราฯ ที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันและในอนาคต

๒) เพื่อทบทวนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี ๒๕๖๕ - ๒๕๖๙ และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕ - ๒๕๖๙ และแผนการสร้าง ความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี ซึ่งใช้เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจ ตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑.๓ กรอบแนวคิด

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำ โดยอ้างอิงให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ด้าน (Core Business Enablers) เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในคู่มือ “ระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM” ดังแสดงในรูปที่ ๑.๑

เกณฑ์ดังกล่าวอ้างอิงหลักการแนวคิดที่เป็นสากลของกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ AA๑๐๐๐ Stakeholder Engagement Standard (AA๑๐๐๐SES) ระบบประเมินผลคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal : SEPA) และเกณฑ์การประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award : TQA) เพื่อมุ่งเน้นให้รัฐวิสาหกิจนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และให้รัฐวิสาหกิจมีเป้าหมายในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ

Module 1 : การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
1.ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
1.1 ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
2.วัตถุประสงค์ ขอบเขต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
2.2 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
2.3 การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร		
3. กระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
3.1 การวางแผนปฏิบัติการ (Planning)	3.2 การสร้างความพร้อม (Preparing)	3.3 การติดตามและรายงานผล (Monitoring and Reporting)
3.1.1 การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.2.1 การยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.3.1 การติดตามและประเมินผลตามแผนปฏิบัติการ
3.1.2 การกำหนดระดับ และรูปแบบการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.2.2 การระบุและเตรียมความพร้อม การจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.3.2 การรายงานผล
3.1.3 การจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		3.3.3 การเรียนรู้และปรับปรุง

รูปที่ ๑.๑ ความสอดคล้องยุทธศาสตร์ขององค์การสุราฯ และยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑.๔ วิธีการดำเนินงาน

๑) วิเคราะห์บริบทองค์กร (Organizational Profile) และจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain)

๒) สํารวจและวิเคราะห์ระดับการรับรู้ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีจำนวนตัวอย่างเพียงพอและครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามที่จำแนกไว้ โดยต้องครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ อาทิ ระดับการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การบริการ และการปฏิบัติการขององค์กร รวมถึงวิเคราะห์กระบวนการทำงานเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และโอกาสในการสร้างนวัตกรรม

๓) ทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙ และแผนการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี เพื่อปรับปรุงกระบวนการที่เกี่ยวข้องในการลดช่องว่าง (Gap) ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้น้อยลง

๔) เผยแพร่สื่อสารยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ และแผนการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้

บทที่ ๒ การวิเคราะห์องค์กรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒.๑ นโยบายองค์กรด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ดำเนินกิจการภายใต้กรอบการดูแลกิจการที่ดี โดยตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภายนอก และภายในองค์กร โดยการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสุรา มาจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามกรอบการดำเนินงานและห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การสุรา ที่บูรณาการกับยุทธศาสตร์และทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ดังจะกล่าวต่อไปในหัวข้อที่ ๒.๓ ซึ่งสามารถแบ่งกระบวนการสำคัญและจำเป็นขององค์การสุรา ออกเป็น ๓ และกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการจัดการ (Management Process) กระบวนการหลัก (Core Process) และกระบวนการสนับสนุน (Support Process) ได้ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็นกลุ่มหลัก ๕ กลุ่ม ได้แก่ ๑. หน่วยงานเชิงนโยบาย ในฐานะผู้กำกับดูแล และผู้กำหนดนโยบาย ๒. ลูกค้า ๓. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ๔. ชุมชน/สังคม และ ๕. บุคลากร ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะเสริมสร้างรากฐานในการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

เพื่อให้การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญทุกกลุ่มเป็นไปอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม จึงกำหนดนโยบายด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการให้บริการลูกค้า สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ ๑. หน่วยงานเชิงนโยบาย

- ๑) ปฏิบัติตามนโยบายของหน่วยงานเชิงนโยบาย ในฐานะผู้กำกับดูแล และผู้กำหนดนโยบาย อีกทั้งร่วมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- ๒) ดำเนินภารกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบ โปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ รวมถึงรายงานผลการดำเนินงานและสถานภาพขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ครบถ้วน และตามความเป็นจริง
- ๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรม และจิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติงาน รวมทั้งต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ
- ๔) บริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างผลประกอบการที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

กลุ่มที่ ๒. ลูกค้า

- ๑) ผลิตแอลกอฮอล์ที่ได้คุณภาพมีมาตรฐาน และให้บริการที่ดี ในราคาเป็นธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- ๒) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ลูกค้าเข้าถึงได้ เข้าถึงง่าย อย่างทั่วถึง
- ๓) ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน เป็นธรรม โปร่งใส ด้วยใจให้บริการ มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- ๔) นำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าในทุกขั้นตอน
- ๕) จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังเสียงของลูกค้า และดำเนินการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วอย่างเป็นระบบ

กลุ่มที่ ๓. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ

- ๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ได้ให้ข้อตกลงไว้กับ คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมาย
- ๒) ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงได้ ต้องรีบแจ้ง คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ให้ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร่งด่วน
- ๓) ให้ความเป็นธรรมและเท่าเทียมกันในการคัดเลือกและการปฏิบัติต่อ คู่ค้า คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ทุกราย
- ๔) ไม่เรียก ไม่รับ ไม่จ่ายผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตต่อคู่ค้า/ผู้ส่งมอบ และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- ๕) ช่วยเหลือ คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ในสิ่งที่ถูกต้อง เพื่อบรรลุข้อตกลงที่มีต่อกัน

กลุ่มที่ ๔. ชุมชน/สังคม

- ๑) ดำเนินการกิจการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และไม่กระทำการใด ๆ ที่จะมีผลเสียหายต่อ ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และประโยชน์สาธารณะ
- ๒) ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่จะมีส่วนสร้างสรรค์ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ๓) ปลุกฝังจิตสำนึกในเรื่องความรับผิดชอบต่อ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ
- ๔) กำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรเพื่อบรรลุความยั่งยืน ภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่ได้กำหนดไว้ อย่างเคร่งครัด รวมถึงการสร้างสมดุลทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่ ๕. บุคลากร

- ๑) ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน
- ๒) ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมแก่พนักงาน มีกฎระเบียบให้พนักงานถือปฏิบัติอย่างชัดเจน รวมทั้งดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ
- ๓) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม
- ๔) บริหารงานโดยหลีกเลี่ยงการกระทำใด ๆ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของพนักงาน
- ๕) ให้พนักงานถือปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร จริยธรรม และจรรยาบรรณดำเนินงาน รวมถึงกฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด
- ๖) ปลุกฝังให้พนักงานมีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ องค์การสุราฯ จะคงแนวทางการเสริมสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเป็นระบบตามแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทบทวนและบูรณาการให้สอดคล้องกับทิศทางการกำกับดูแลองค์กร การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความ

ต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้อย่างเหมาะสม อันจะนำมาซึ่งความเข้าใจอันดี ความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างองค์การสุราฯ กับผู้มีส่วนได้้อย่างยั่งยืน

๒.๒ การวิเคราะห์องค์กรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การทบทวนและการวิเคราะห์องค์กรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ๓ หัวข้อหลัก คือ

- ๑) การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ๒) การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ๓) การวิเคราะห์สถานภาพด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ด้วย SWOT Analysis

๑) การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ตามทิศทางการดำเนินงานในอนาคตของ องค์การสุราฯ ได้ทบทวนและพบว่ามีประเด็นท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิม ดังนี้

๑.๑) ประเด็นท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจ (Core business)

ประเด็นท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจ (Core business) ในอนาคตขององค์การสุราฯ แบ่งเป็น ๒ ส่วนตามภารกิจสำคัญ คือ การผลิตแอลกอฮอล์ และการขายและบริการ โดยมีประเด็นท้าทายที่มีความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

- การผลิตแอลกอฮอล์

การพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อผลิตภัณฑ์คุณภาพ สนองความต้องการของลูกค้า ลดต้นทุนการผลิต สร้างมูลค่าโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง ออกสู่ตลาดในประเทศ และตลาดอาเซียน

- การขายและบริการ

สถานการณ์ของการดำเนินงานด้านการขายและบริการได้เปลี่ยนไป เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโควิด ๑๙ ทำให้ต้องใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน จะส่งผลให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและมีผลต่อการตัดสินใจในการสั่งซื้อของลูกค้า ถึงแม้สถานการณ์ในอนาคตจะดีขึ้นแต่การทำ Digital Transformation อย่างเต็มรูปแบบจะทำให้องค์การสุราฯ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างยั่งยืน

๑.๒) ประเด็นท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ด้านการปฏิบัติการ

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน และ ความคล่องตัวในการดำเนินงานทั้งในส่วนของการผลิต การขายและบริการ นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง (HPO: High Performance Organization) ตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยการทำให้ Digital Transformation อย่างเต็มรูปแบบ

๑.๓) ประเด็นท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล

ทบทวนการวางแผนการบริหารจัดการด้านบุคลากรโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อการบรรลุเป้าหมายหลักขององค์กร โดยบูรณาการปัจจัยยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียลงในแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทด้านการบริหารทุนมนุษย์

๒) การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ได้ทบทวนการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ตามทิศทางการดำเนินงานในอนาคตขององค์การสุราฯ และพบว่า มีประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ยังคงไม่เปลี่ยนไปจากเดิม ดังนี้

๒.๑) ประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจ (Core business)

ประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจ (Core business) แบ่งเป็น ๒ ส่วนคือ การผลิตแอลกอฮอล์ และการขายและบริการ ความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

- การผลิตแอลกอฮอล์

องค์การสุราฯ มีสถานะเป็นหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตแอลกอฮอล์คุณภาพสูง เพื่ออุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และอุตสาหกรรมทั่วไป เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือจากทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐ เอกชน รวมทั้งประชาชนทั่วไป

- การขายและบริการ

องค์การสุราฯ เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีความน่าเชื่อถือจากการเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับดูแลของกรมสรรพสามิต

๒.๒) ประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านการปฏิบัติการ

องค์การสุราฯ มีการนำเครื่องมือและองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการองค์กรมาปรับใช้ มีการจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาระบบการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสนับสนุนความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง

๒.๓) ประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล

องค์การสุราฯ มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์หลายสาขา ทั้งในส่วนของบุคลากรหลักด้านการผลิต ด้านวิทยาศาสตร์ และบุคลากรสนับสนุนการดำเนินงาน มีการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องเสริมในการบริหารความเสี่ยง การจัดการการเปลี่ยนแปลง และสมรรถนะด้านดิจิทัล

๓) การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วย (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินสภาพแวดล้อม ภายในและภายนอกขององค์การสุราฯ โดยจำแนกถึงผลที่มีต่อการดำเนินงานใน ๔ ด้าน ซึ่งประกอบด้วย จุดแข็ง (S: Strength) จุดอ่อน (W: Weaknesses) โอกาส (O: Opportunities) และอุปสรรค (T: Threats) โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

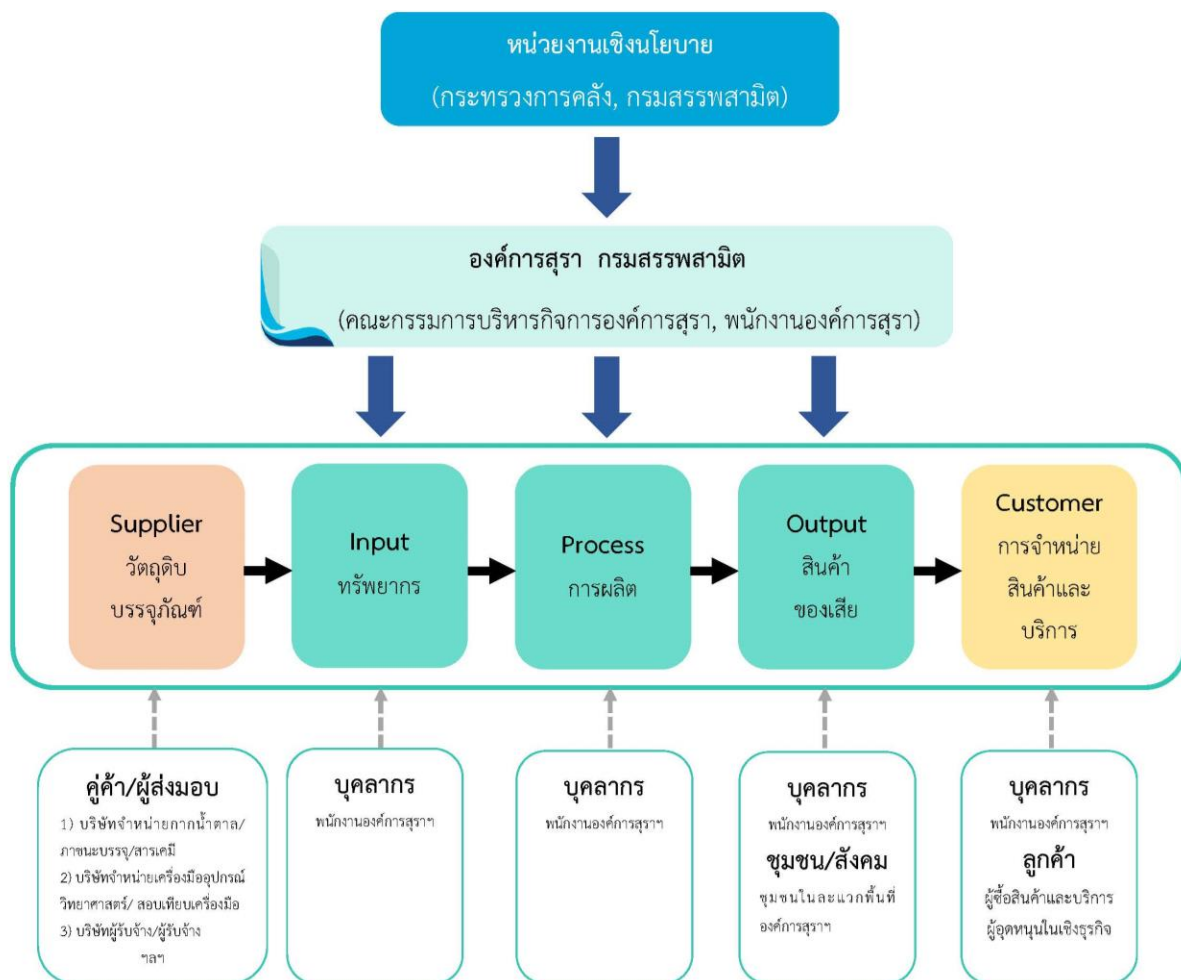
ตารางที่ ๒.๑ การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดเด่น (S: Strength)	จุดอ่อน (W: Weaknesses)
<p>S๑ : มีความน่าเชื่อถือจากการเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้กรมสรรพสามิต</p> <p>S๒ : ผลิตและจำหน่ายแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม</p> <p>S๓ : แอลกอฮอล์ที่ผลิตได้มีความคุณภาพสูง ได้รับมาตรฐานสากลในด้านต่าง ๆ</p> <p>S๔ : พนักงานระดับสายงาน/ฝ่าย ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง มีความสามารถและทักษะในงานที่รับผิดชอบ</p> <p>S๕ : มีศักยภาพและหน่วยงานสนับสนุนจากภายนอกในการค้นคว้าผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>S๖ : จัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ควบคุมการก่อเกิดมลพิษน้ำ อากาศ กากอุตสาหกรรม</p> <p>S๗ : มีสวัสดิการเบิกค่ารักษาพยาบาลเช่นเดียวกับหน่วยงานราชการ</p>	<p>W-๑ : การขาดความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เนื่องจากกฎระเบียบ และข้อบังคับบางส่วน ยังคงเป็นข้อจำกัดในการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความ ต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>W-๒ : คู่มือการปฏิบัติงานบางกระบวนการ มีความล้าสมัย หรือยังไม่มีคู่มือที่ชัดเจน กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>W๓ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลยังไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้</p> <p>W๔ : การใช้ระบบดิจิทัลมาบริหารด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่ครอบคลุมทุกกระบวนการ</p> <p>W๕ : วิธีการและช่องทางการสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่เพียงพอ</p> <p>W๖ : การส่งเสริมและพัฒนาการจัดการความรู้และนวัตกรรม ยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ</p> <p>W๗ : ความก้าวหน้าในอาชีพตำแหน่งงานของพนักงานไม่ชัดเจน</p>
โอกาส (O: Opportunities)	อุปสรรค /ความท้าทาย อุปสรรค (T: Threats)
<p>O๑ : เกิดนวัตกรรมหรือผลงานใหม่ที่เกิดจากความร่วมมือกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>O๒ : นำข้อมูลที่ได้จากการรับฟังความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนความรู้ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาปรับปรุงพัฒนาองค์กร</p> <p>O๓ : ความต้องการแอลกอฮอล์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด ๑๙ ในปัจจุบัน</p>	<p>T๑ : ผู้ผลิต/จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองมากขึ้น เนื่องจากวัตถุดิบขาดแคลน</p> <p>T๒ : นโยบายของภาครัฐ ที่ไม่ต่อเนื่อง มีการเปลี่ยนแปลง และไม่ชัดเจน ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์การ และการแข่งขันทางธุรกิจองค์การอยู่ภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับของทางราชการ ทำให้ขาดความคล่องตัวและขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</p> <p>T๓ : ชุมชนขาดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร</p>

<p>TOWS Matrix</p>	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <p>S๑ : มีความน่าเชื่อถือจากการเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้กรมสรรพสามิต</p> <p>S๒ : ผลิตและจำหน่ายแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม</p> <p>S๓ : แอลกอฮอล์ที่ผลิตได้มีความคุณภาพสูงได้รับมาตรฐานสากลในด้านต่าง ๆ</p> <p>S๔ : พนักงานระดับสายงาน/ฝ่าย ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง มีความสามารถและทักษะในงานที่รับผิดชอบ</p> <p>S๕ : มีศักยภาพและหน่วยงานสนับสนุนจากภายนอกในการค้นคว้าผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>S๖ : จัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ๑๔๐๐๑ ควบคุม การก่อเกิดมลพิษน้ำ อากาศ กากอุตสาหกรรม</p> <p>S๗ : มีสวัสดิการเบิกค่ารักษาพยาบาล เช่นเดียวกับหน่วยงานราชการ</p>	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <p>W-๑ : การขาดความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการ ดำเนินงาน เนื่องจากกฎระเบียบ และข้อบังคับบางส่วน ยังคงเป็นข้อจำกัดในการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความ ต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>W-๒ : คู่มือการปฏิบัติงานบางกระบวนการ มีความล้าสมัย หรือยังไม่มีคู่มือที่ชัดเจน กระทบต่อการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>W๓ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลยังไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้</p> <p>W๔ : การใช้ระบบดิจิทัลมาบริหารด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่ครอบคลุมทุกกระบวนการ</p> <p>W๕ : วิธีการและช่องทางการสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังไม่เพียงพอ</p> <p>W๖ : การส่งเสริมและพัฒนาการจัดการความรู้ และนวัตกรรมยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ</p> <p>W๗ : ความก้าวหน้าในอาชีพตำแหน่งงานของพนักงานไม่ชัดเจน</p>
<p>โอกาส (Opportunities)</p> <p>O๑ : เกิดนวัตกรรมหรือผลงานใหม่ที่เกิดจากความร่วมมือกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>O๒ : นำข้อมูลที่ได้จากการรับฟังความคิดเห็นการแลกเปลี่ยนความรู้ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาปรับปรุงพัฒนาองค์กร</p> <p>O๓ : ความต้องการแอลกอฮอล์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากสถานการณ์ของโรคระบาดในปัจจุบัน</p>	<p>SO = ยุทธศาสตร์การสร้างความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) (S๑-S๔) (O๑-O๓)</p>	<p>WO = ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System) (W๑-W๗) (O๑-O๓)</p>
<p>อุปสรรค (Threats)</p> <p>T๑ : ผู้ผลิต/จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองมากขึ้น เนื่องจากวัตถุดิบขาดแคลน</p> <p>T๒ : นโยบายของภาครัฐ ที่ไม่ต่อเนื่อง มีการเปลี่ยนแปลง และไม่ชัดเจน ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และการแข่งขันทางธุรกิจองค์การอยู่ภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับของทางราชการ ทำให้ขาดความคล่องตัวและขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</p> <p>T๓ : ชุมชนขาดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร</p>		

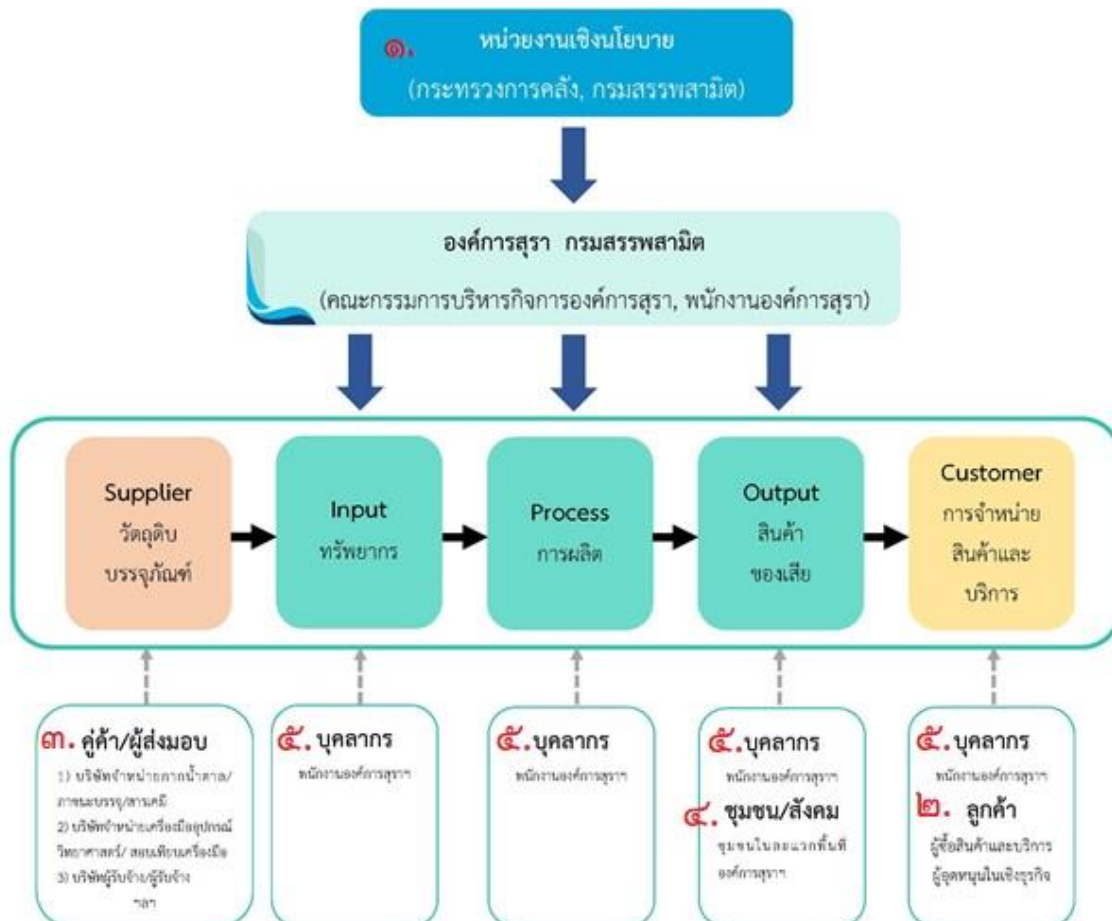
๒.๓ การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

การทบทวนและการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสุราฯ มาจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามกรอบการดำเนินงานและห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การสุราฯ ดังรูปที่ ๒.๑ ที่บูรณาการกับยุทธศาสตร์และทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสามารถแบ่งกระบวนการสำคัญและจำเป็นขององค์การสุราฯ ออกเป็น ๓ และกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการจัดการ (Management Process) กระบวนการหลัก (Core Process) และกระบวนการสนับสนุน (Support Process) ดังนี้

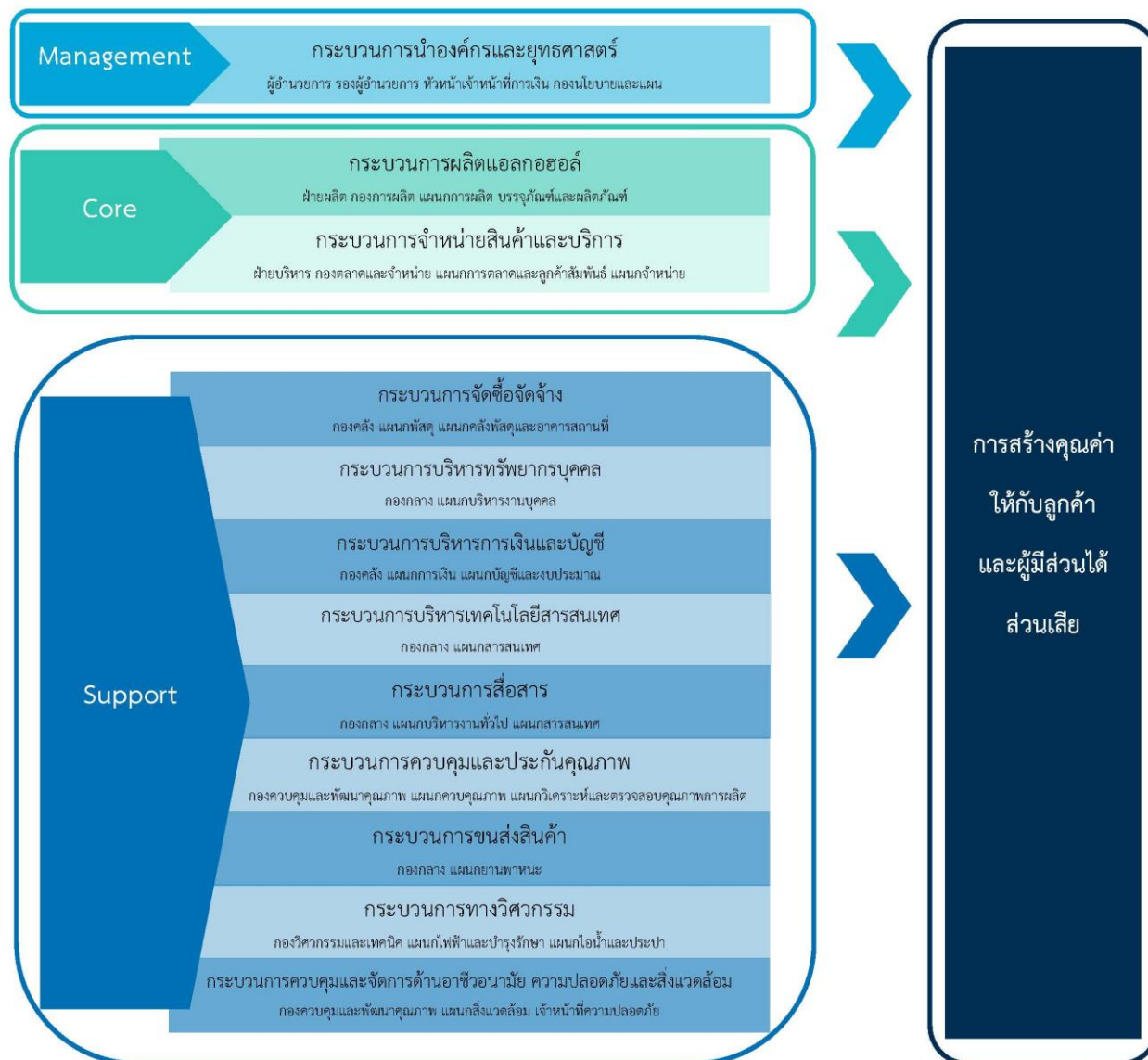


รูปที่ ๒.๑ การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ทั้งนี้ จากรูปที่ ๒.๑ สามารถระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกมาได้เป็น ๕ กลุ่ม ดังรูปที่ ๒.๒



รูปที่ ๒.๒ การกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



รูปที่ ๒.๓ กระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การสุราฯ

ดังมีรายละเอียด ดังนี้

- ๑) กระบวนการจัดการ (Management Process) ได้แก่ กระบวนการนำองค์กรและยุทธศาสตร์
- ๒) กระบวนการหลัก (Core Process) ได้แก่ กระบวนการทำงานที่สำคัญขององค์การสุราฯ ซึ่งสอดคล้องกับความสามารถพิเศษขององค์กร ประกอบด้วย
 - กระบวนการผลิตแอลกอฮอล์
 - กระบวนการจำหน่ายสินค้าและบริการ

๓) กระบวนการสนับสนุน (Support Process) ได้แก่

- กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
- กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล
- กระบวนการบริหารการเงินและบัญชี
- กระบวนการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กระบวนการสื่อสาร
- กระบวนการควบคุมและประกันคุณภาพ
- กระบวนการขนส่งสินค้า
- กระบวนการทางวิศวกรรม
- กระบวนการควบคุมและจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับองค์การสุราฯ และให้ความสำคัญในการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีดังนี้

- พระราชบัญญัติ ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. ๒๕๖๐
- พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐
- พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. ๒๕๓๕
- พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๓๕
- พระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. ๒๕๓๕ ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๓๕
- กฎกระทรวง การอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ. ๒๕๖๐
- กฎกระทรวง การอนุญาตขายสุรา พ.ศ. ๒๕๖๐
- กฎกระทรวง การอนุญาตนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักร พ.ศ. ๒๕๖๐
- กฎกระทรวง กำหนดการใช้แสตมป์สรรพสามิตและเครื่องหมายแสดงการเสียภาษีเพื่อให้ปรากฏว่าได้เสียภาษีแล้ว พ.ศ. ๒๕๖๐
- กฎกระทรวง กำหนดชนิดและลักษณะของแสตมป์สรรพสามิต และเครื่องหมายแสดงการเสียภาษีของทางราชการ พ.ศ. ๒๕๖๐
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอใช้สิทธิในอัตราภาษีศูนย์สำหรับสุรสามที่นำไปแปลงสภาพ (ประกาศ ณ ๓ เมษายน ๒๕๖๒)
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอใช้สิทธิในอัตราภาษีศูนย์สำหรับสุรสามที่นำไปแปลงสภาพ (ฉบับที่ ๒) (ประกาศ ณ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๓)
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอใช้สิทธิในอัตราภาษีศูนย์สำหรับสุรสามที่นำไปใช้ในการแพทย์ เภสัชกรรมหรือวิทยาศาสตร์
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอใช้สิทธิในอัตราภาษีศูนย์สำหรับสุรสามที่นำไปใช้ในอุตสาหกรรม
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการผลิตสุราและการนำสุรารอก

จากโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อตรวจวิเคราะห์ในขั้นตอนการผลิต

- ระเบียบกรมสรรพสามิตว่าด้วยการควบคุมโรงอุตสาหกรรมผลิตสุรา พ.ศ. ๒๕๖๐
- ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐
- ประกาศ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เรื่องแบบแสดงสภาพการจ้างและสภาพการทำงาน
ของสถานประกอบกิจการ พ.ศ. ๒๕๕๑ ฯลฯ

มาตรฐานอุตสาหกรรมและมาตรฐานสากลที่องค์การสุราฯ ได้ผ่านการรับรอง

- มอก.๖๔๐-๒๕๕๓ เล่ม ๑ เอทานอลใช้ในทางเภสัชกรรม
- มอก.๖๔๐-๒๕๕๓ เล่ม ๒ เอทานอลใช้ในทางอุตสาหกรรม
- ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ ระบบการบริหารจัดการ
- GMP Codex หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต
- HACCP Codex การวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม
- ISO ๒๒๐๐๐:๒๐๑๕ ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร
- FSSC ๒๒๐๐๐ V.๔.๑ ระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร
- ISO/IEC ๑๗๐๒๕:๒๐๐๕ ระบบมาตรฐานรับรองความสามารถของปฏิบัติการทดสอบ
- ISO ๑๔๐๐๑:๒๐๑๕ ระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม
- ISO ๒๒๓๐๑:๒๐๑๒ ระบบมาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- ISO ๕๐๐๐๑:๒๐๑๘ ระบบมาตรฐานการจัดการพลังงาน
- KOSHER CERTIFICATE มาตรฐานอาหารยิว
- Carbon Footprint for Products (CFP) คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์
- Green industry การรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ ๓ ห้องปฏิบัติการวิเคราะห์เอกชนที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม

การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียองค์กรและความสัมพันธ์ของกระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระดับองค์กร

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
						ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
1.	กระบวนการนำองค์กรและยุทธศาสตร์	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กร ตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแล	กระทรวงการคลัง และกรมสรรพสามิต	/				/		/	
		การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ	กระทรวงการคลัง และกรมสรรพสามิต	/				/		/	
		การกำกับดูแลกิจการที่ดี	กระทรวงการคลัง และกรมสรรพสามิต	/				/		/	
		การปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ	พนักงาน		/			/			/
2.	กระบวนการผลิตแอลกอฮอล์	การจัดซื้อวัตถุดิบหลัก (กากน้ำตาล), วัตถุดิบประกอบ (สารเคมี บรรจุภัณฑ์)	-ผู้ขายกากน้ำตาล สารเคมี บรรจุภัณฑ์	/			/				/
		ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ต่าง ๆ	-พนักงาน	/				/			/
		การใช้พลังงาน (ไฟฟ้า เชื้อเพลิง)	- ผู้ขายน้ำมันเตา แก๊สชีวภาพ	/			/				/
		การผลิตน้ำและไอน้ำใช้ในการผลิต	พนักงาน	/				/			/
		มลพิษอากาศ มลพิษน้ำ ของเสีย	- พนักงาน - เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง		/			/			/
3.	กระบวนการจำหน่ายสินค้าและบริการ	การออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของการจำหน่ายสินค้าและบริการ	กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง	/				/		/	
		การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของการจำหน่ายสินค้า	พนักงาน		/			/			/
		การเสนอขายสินค้า การรับออเดอร์	พนักงาน	/				/			/
		ได้รับผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ต่าง ๆ	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
		การสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ในการตัดสินใจหรือกระทบกับผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/
		การสำรวจความพึงพอใจและความ ภักดีของลูกค้า	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/
		การพบปะกับลูกค้า	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/
4.	กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง	การออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของ การจัดซื้อจัดจ้าง	กระทรวงการคลัง กรมบัญชีกลาง	/				/		/	
		การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของการจัดซื้อจัดจ้าง	พนักงาน		/			/			/
		การสื่อสารเกี่ยวกับพัสดุและบริการที่ สำคัญในการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
		การติดต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และ โทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
		การปฏิบัติตามสัญญา/ ข้อตกลงความร่วมมือ	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
5.	กระบวนการบริหารทรัพยากร บุคคล	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของ องค์กร	กระทรวงการคลัง	/				/		/	
		การวางแผนกำลังคน กลยุทธ์ และ การบริหารงานบุคคล	ผู้บริหาร	/			/			/	
		การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร	พนักงาน		/			/			/
		การพัฒนาบุคลากร	พนักงาน		/			/			/
		การประเมินศักยภาพพนักงานเป็น ประจำทุก 1 ปี	พนักงาน		/			/			/
		งานแรงงานสัมพันธ์ และด้านความ ปลอดภัย	พนักงาน		/			/			/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
6.	กระบวนการด้านการเงินและบัญชี	การตรวจสอบการรับ จ่าย การเก็บรักษาทรัพย์สิน ตรวจสอบการดำเนินงาน และตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ	สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน	/			/			/	
		การจัดทำรายงานผลประกอบการประจำปีให้กับ สตง	พนักงาน		/			/			/
		การรับเงิน เบิกจ่ายเงิน และจัดทำบัญชี	พนักงาน		/			/			/
		การออกใบเสร็จให้กับผู้ซื้อสินค้า	ลูกค้า		/			/			/
		การตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้างใบเสร็จรับเงิน	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
7.	กระบวนการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ	การประกาศ/เผยแพร่ ประเด็นข่าวสารสำคัญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างสม่ำเสมอ	- บุคลากร - ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง/พันธมิตร - ผู้ซื้อสินค้าและบริการ - เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง		/			/			/
		การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน (Whistle Blowing)	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง/พันธมิตร - ผู้ซื้อสินค้าและบริการ - เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง	/				/			/
		การรับเรื่องร้องเรียน	พนักงาน		/			/			/
		การพัฒนาระบบเทคโนโลยี, งานระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ, งานฐานข้อมูล, การดูแลเว็บไซต์	พนักงาน	/				/			/
8.	กระบวนการควบคุมและประกันคุณภาพ	การควบคุมตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป	พนักงาน	/				/			/
		การประกันคุณภาพของสินค้าตามมาตรฐานที่ประกาศไว้	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
		การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่อง ร้องเรียน	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ - ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง/พันธมิตร	/				/			/
		การเปิดให้ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมโรงงาน	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ	/				/			/
9.	กระบวนการขนส่ง	ออกกฎหมาย กฎระเบียบ การขนส่ง	- ตำรวจ, กรมการขนส่ง	/			/			/	
		การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ	- พนักงาน		/			/			/
		วางแผนการขนส่ง ตรวจสอบสภาพรถ ขนส่ง	- พนักงาน	/				/			/
		การให้บริการที่ดีและรวดเร็ว ตรงต่อ เวลา	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/
10.	กระบวนการสนับสนุนการผลิต	การใช้พลังงาน	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง - พนักงาน	/			/				/
		การผลิตน้ำ และไอน้ำ	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง - พนักงาน	/			/				/
		แก๊สชีวภาพ	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง	/			/				/
		มลพิษอากาศ มลพิษน้ำ ของเสีย	- พนักงาน - ชุมชนใกล้เคียง		/			/			/
11.	กระบวนการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และ สิ่งแวดล้อม	การเกิดมลพิษอากาศ มลพิษน้ำ ของ เสีย	- พนักงาน - เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง		/			/			/
		การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม	- เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง		/			/			/

ระดับฝ่าย/กอง

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
	ฝ่ายผลิต										
1.	กองการผลิต										
	1.1 การหมัก	การเตรียมน้ำตาล, การเตรียมน้ำสตาร์ทเตอร์ A-B, กระบวนการหมัก	พนักงาน	/			/				/
		การปล่อยน้ำสา(ของเสียจากกระบวนการผลิต), ปล่อยน้ำเสีย, กลิ่นจากกระบวนการหมัก	พนักงาน, ชุมชน		/			/			/
		การส่งน้ำสา(ของเสียจากกระบวนการผลิต) เพื่อไปผลิตแก๊สชีวภาพ	ลูกค้า พันธมิตร	/			/				/
	1.2 การกลั่น	การควบคุมกระบวนการกลั่น, การบำรุงรักษาอุปกรณ์	พนักงาน	/			/				/
	1.3 การปรุงแต่งแอลกอฮอล์	การปรุงแต่ง, สูบย้าย, การบำรุงรักษาอุปกรณ์	พนักงาน	/			/				/
	1.3 การบรรจุแอลกอฮอล์	การจัดเตรียมวัตถุดิบประกอบ, เบิกแอสมบี้, บรรจุ, ส่งมอบผลิตภัณฑ์เข้าคลัง	พนักงาน	/			/				/
2.	กองวิศวกรรมและเทคนิค										
	2.1 วางแผนการผลิต	ศึกษาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์, ประเมินการใช้แอลกอฮอล์, จัดทำแผนการผลิต, กำหนดแผนการบำรุงรักษา	พนักงาน	/			/				/
	2.2 การรับ จัดเก็บ จ่ายวัตถุดิบ (กากน้ำตาล, สารเคมี, บรรจุภัณฑ์ และอื่น ๆ), การรับ จัดเก็บ จ่าย แอลกอฮอล์	จัดทำแผนการซื้อวัตถุดิบ, ตรวจสอบวัตถุดิบ, จัดสรรพื้นที่การจัดเก็บ, ทำบัญชีรับ จ่าย คงเหลือ	พนักงาน	/			/				/
	2.3 การรับ จัดเก็บ จ่ายผลิตภัณฑ์	ตรวจสอบสินค้าก่อนเข้าคลัง, จัดสรรพื้นที่การจัดเก็บ, ทำบัญชีรับ จ่าย คงเหลือ	พนักงาน	/			/				/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
	2.4 การจัดการระบบไฟฟ้า	การส่งจ่ายกระแสไฟฟ้า, การเดินเครื่อง กำเนิดไฟฟ้าเมื่อระบบไฟฟ้าหลักขัดข้อง	พนักงาน	/			/				/
	2.5 การผลิตน้ำ ที่ใช้ในกระบวนการ ผลิต	การจัดเก็บน้ำดิบ, การผลิตน้ำประปา, น้ำ SOFT, น้ำRO, น้ำDEMIN	พนักงาน	/			/				/
	2.6 การผลิตไอน้ำ	การผลิตไอน้ำ,	พนักงาน	/			/				/
		ของเสียจากหม้อกำเนิดไอน้ำ, มลพิษอากาศ	ชุมชน		/			/			/
	2.8 การบำรุงรักษาซ่อมแซม	งานซ่อมแซมและบำรุงรักษา	พนักงาน	/			/				/
3.	กองควบคุมและพัฒนาคุณภาพ										
	3.1การควบคุมคุณภาพ	การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการ ผลิต และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป	พนักงาน	/			/				/
	3.2 การประกันคุณภาพ	การวิเคราะห์ทดสอบ, การออกใบรับรอง COA	พนักงาน	/			/				/
	3.3 การขึ้นทะเบียนและการจัดทำ ระบบมาตรฐาน	การออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับ การผลิตและผลิตภัณฑ์	อย. สมอ.	/			/			/	
		การอัปเดตกฎหมาย การควบคุมให้ ผลิตภัณฑ์สอดคล้องตามข้อกำหนด การขอ รับรอง การจดแจ้ง การขึ้นทะเบียน	พนักงาน	/			/				/
	3.4 การวิจัยและพัฒนา	การค้นคว้าศึกษาข้อมูล การวางแผนวิจัย พัฒนา การปรับปรุงกระบวนการ	พนักงาน	/			/				/
		การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	ลูกค้า		/			/			/
	3.5 การจัดการสิ่งแวดล้อม	กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม	กรมโรงงาน	/			/			/	
		การควบคุม ตรวจสอบให้โรงงานปฏิบัติ สอดคล้องตามกฎหมาย	พนักงาน		/		/				/
		การจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย การจัดการ ขยะอันตราย	พนักงาน	/			/				/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
		การตรวจสอบสภาพแวดล้อม การป้องกัน และกำจัดสัตว์พาหะ	พนักงาน	/			/				/
		การทำ แจกจ่ายน้ำหมักชีวภาพ	ชุมชน/สังคม		/			/			/
		มลพิษ ของเสีย	ชุมชน/สังคม		/			/			/
	3.6 การจัดการอาชีวอนามัยและ ความปลอดภัย	กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ	กรมโรงงาน	/			/			/	
		การควบคุม ตรวจสอบให้โรงงานปฏิบัติ สอดคล้องตามกฎหมาย	พนักงาน		/		/				/
		การซ่อมแผนฉุกเฉิน การตรวจสอบ บำรุงรักษาอุปกรณ์ป้องกันภัย	พนักงาน ชุมชนสังคม คู่ค้า		/			/			/
		การควบคุมผู้รับเหมา	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ พันธมิตร		/		/				/
		การตรวจสอบสุขภาพประจำปี, การตรวจ สภาพแวดล้อมในการทำงาน, การบริหารยา และเวชภัณฑ์ในโรงพยาบาล	พนักงาน		/		/				/
	ฝ่ายบริหาร										
4.	กองกลาง										
	4.1 การบริหารงานบุคคล	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กร	กรมสรรพสามิต	/				/		/	
		การวางแผนกำลังคน กลยุทธ์ และการ บริหารงานบุคคล	ผู้บริหาร	/			/			/	
		การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร	พนักงาน		/		/				/
		การพัฒนาบุคลากร	พนักงาน		/		/				/
		การประเมินศักยภาพพนักงานเป็นประจำทุก 1 ปี	พนักงาน		/		/				/
		งานแรงงานสัมพันธ์ และด้านความปลอดภัย	พนักงาน		/		/				/
	4.2 การบริหารงานทั่วไป	กฎ ระเบียบข้อบังคับ	กระทรวงการคลัง กรมสรรพสามิต	/				/		/	

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
		การจัดทำเอกสารตามระเบียบกรมสรรพสามิต	พนักงาน		/		/				/
		รับเรื่องร้องเรียน	ชุมชน สังคม	/				/			/
		รับหนังสือจากหน่วยงานภายนอก และทำหนังสือสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก	พนักงาน	/			/				/
		แจ้งเวียน ประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้หน่วยงานภายในทราบ	พนักงาน	/			/				/
		การชำระภาษี ต่อประกันภัย การต่อใบอนุญาตสถานประกอบการ	พนักงาน	/			/				/
		งานรักษาความปลอดภัย งานพยาบาล งานสวัสดิการพนักงาน	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ	/			/				/
	4.3 การอาคารและสถานที่	สภาพแวดล้อมการทำงาน	พนักงาน		/		/				/
		งานทำความสะอาด งานทำสวน	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ	/			/				/
		การตรวจสอบอาคาร สถานที่	พนักงาน		/		/				/
	4.4 การขนส่งและยานพาหนะ	ออกกฎหมาย กฎระเบียบ การขนส่ง	- ตำรวจ, กรมการขนส่ง	/			/			/	
		การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ	พนักงาน		/		/				/
		วางแผนการขนส่ง ตรวจสอบสภาพรถขนส่ง	พนักงาน	/			/				/
		การให้บริการที่ดีและรวดเร็ว ตรงต่อเวลา	- ผู้ซื้อสินค้าและบริการ		/			/			/
	4.5 เทคโนโลยีสารสนเทศ	การประกาศ/เผยแพร่ ประเด็นข่าวสารสำคัญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างสม่ำเสมอ	- บุคลากร - ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง/พันธมิตร - ผู้ซื้อสินค้าและบริการ - เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง		/			/			/
		การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน (Whistle Blowing)	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง/พันธมิตร - ผู้ซื้อสินค้าและบริการ - เกษตรกร/ชุมชนใกล้เคียง	/				/			/
		การรับเรื่องร้องเรียน	พนักงาน		/		/				/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
		การพัฒนาระบบเทคโนโลยี, งานระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ, งาน ฐานข้อมูล, การดูแลเว็บไซต์	พนักงาน	/			/				/
	4.6 กฎหมาย	การอัปเดตกฎหมาย	หน่วยงานราชการผู้ออกกฎหมาย	/			/			/	
		งานนิติกรรมสัญญา	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ลูกค้า		/			/			/
		งานวินัยพนักงานองค์การสุรา	พนักงาน		/			/			/
		งานคดี	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ลูกค้า		/			/			/
		งานตอบข้อหาหรือ	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ลูกค้า		/			/			/
		งานให้คำปรึกษา แนะนำด้านกฎหมายแก่ หน่วยงานภายในองค์กร	พนักงาน		/		/				/
5.	กองคลัง										
	5.1 การบัญชีและการเงิน	การตรวจสอบการรับ จ่าย การเก็บรักษา ทรัพย์สิน ตรวจสอบการดำเนินงาน และ ตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร พัสดุภาครัฐ	สดง	/			/			/	
		การจัดทำรายงานผลประกอบการประจำปี ให้กับ สดง	พนักงาน		/		/				/
		การรับเงิน เบิกจ่ายเงิน และจัดทำบัญชี	พนักงาน		/		/				/
		การออกใบเสร็จให้กับผู้ซื้อสินค้า	ลูกค้า		/			/			/
		การตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้าง ใบเสร็จรับเงิน	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
	5.2 การจัดซื้อและจัดจ้าง	การออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของการจัดซื้อ จัดจ้าง	กระทรวงการคลัง กรมบัญชีกลาง	/				/		/	
		การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของ การจัดซื้อจัดจ้าง	พนักงาน		/		/				/

ลำดับ	กระบวนการสำคัญ	กิจกรรม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ประเภท		ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
						อิทธิพลต่อองค์กร			ผลกระทบต่อองค์กร		
				ผู้มากระทบ	ผู้ถูกกระทบ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
		การสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่สำคัญ ในการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
		การติดต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และ โทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
		การปฏิบัติตามสัญญา/ ข้อตกลงความร่วมมือ	- ผู้ขาย/ผู้รับจ้าง		/		/				/
6.	กองการตลาดและจำหน่าย										
	6.1 การตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการ ขาย	ลูกค้า		/			/			/
		การสำรวจตลาด ประเมินความพึงพอใจ ลูกค้า	ลูกค้า		/			/			/
		การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	ลูกค้า		/			/			/
	6.2 การจำหน่าย	การอนุมัติโครงสร้างราคาขาย	ผู้บริหาร		/		/			/	
		การรับคำสั่งซื้อลูกค้า, จัดทำสัญญาซื้อขาย แอลกอฮอล์	ลูกค้า		/			/			/
7.	กองนโยบายและแผน	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กร ตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่กำกับ	กระทรวงการคลัง และกรม สรรพสามิต	/				/		/	
		การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ	กระทรวงการคลัง และกรม สรรพสามิต	/				/		/	
		การกำกับดูแลกิจการที่ดี	กระทรวงการคลัง และกรม สรรพสามิต	/				/		/	
		การปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ	พนักงาน		/		/				/
		การจัดทำแผนวิสาหกิจ, รายงานผลการ ดำเนินงาน, งบลงทุน, งบประมาณ	พนักงาน		/		/				/

หมายเหตุ:

- ความมีผลกระทบต่อองค์กร หมายถึง การมีผลต่อภาพลักษณ์ หรือผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่สำคัญ
- ความมีอิทธิพลต่อองค์กร หมายถึง การมีอิทธิพลต่อทิศทางการดำเนินงานขององค์กร หรือการได้มาซึ่งงบประมาณองค์กร

จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียองค์กรและความสัมพันธ์ของกระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ระดับองค์กร และระดับฝ่าย/กอง ทำให้องค์การสุรา สามารถระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยจัดกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบไปด้วย

กลุ่มที่ ๑. หน่วยงานเชิงนโยบาย หมายถึง หน่วยงานที่มอบนโยบาย และกำกับติดตามการดำเนินงานตามนโยบาย ได้แก่ กระทรวงการคลัง กรมสรรพสามิต

กลุ่มที่ ๒. ลูกค้า หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าและบริการ / ผู้อุดหนุนในเชิงธุรกิจ

กลุ่มที่ ๓. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ หมายถึง องค์กรหรือบุคคลที่ตกลงทำงานร่วมกับองค์กรเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะอย่าง โดยปกติความร่วมมือที่เป็นทางการมักจะกำหนดช่วงระยะเวลารวมทั้งบทบาทของแต่ละฝ่าย และผลประโยชน์ที่ได้รับอย่างชัดเจน อาทิ

- ๑) บริษัทจำหน่ายกากน้ำตาล/ ภาชนะบรรจุ
- ๒) บริษัทจำหน่ายเครื่องมืออุปกรณ์วิทยาศาสตร์/ สอบเทียบเครื่องมือ
- ๓) บริษัทจำหน่ายสารเคมี
- ๔) บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง
- ๕) ผู้รับจ้าง เช่น บริษัทที่ปรึกษา มหาวิทยาลัย ผู้รับจ้างผลิต ฯลฯ

กลุ่มที่ ๔. ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชนในละแวกพื้นที่องค์การสุรา โดยให้ความสำคัญกับชุมชน/สังคมที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์การสุรา อาทิ ชุมชน/สังคม หน่วยงานรอบข้างองค์การสุรา ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์การสุรา นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง **องค์กรอื่นๆ และสื่อมวลชนด้วย**

กลุ่มที่ ๕. บุคลากร หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง และเจ้าหน้าที่ทุกระดับขององค์กร

ซึ่งหากนำกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียข้างต้น มาจำแนกใน ๒ มิติ ตามเงื่อนไขของเกณฑ์ “ระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model: SE-AM” สามารถแบ่งได้เป็น

- องค์กร/หน่วยงาน ชุมชน กลุ่ม บุคคล และบุคคลที่สำคัญที่ได้รับหรือมีโอกาสได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากบริบทการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ชุมชนในละแวกพื้นที่
- องค์กร/หน่วยงาน ชุมชน กลุ่ม บุคคล และบุคคลที่สำคัญที่ดำเนินงานและส่งผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อรัฐวิสาหกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ได้แก่ หน่วยงานเชิงนโยบาย ลูกค้า คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ และบุคลากร

ตารางที่ ๒.๒ ความสัมพันธ์ของกระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กระบวนการที่สำคัญ	กระบวนการตามห่วงโซ่คุณค่า	หน่วยงาน เชิงนโยบาย	ลูกค้า	คู่ค้า/ ผู้ส่งมอบ	ชุมชน/ สังคม	บุคลากร
กระบวนการจัดการ (Management Process)	การนำองค์กรและยุทธศาสตร์	●	●	-	○	●
กระบวนการหลัก (Core Process)	กระบวนการผลิตแอลกอฮอล์	●	●	●	○	●
	กระบวนการจำหน่ายสินค้าและบริการ	●	●	-	-	●
กระบวนการสนับสนุน (Support Process)	กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง	○	-	●	-	●
	กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล	○	○	-	-	●
	กระบวนการบริหารการเงินและบัญชี	●	-	●	-	●
	กระบวนการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ	○	○	○	-	●
	กระบวนการสื่อสาร	●	●	●	●	●
	กระบวนการควบคุมและประกันคุณภาพ	-	●	●	-	●
	กระบวนการขนส่งสินค้า	-	●	-	-	●
	กระบวนการทางวิศวกรรม	-	-	-	-	●
	กระบวนการควบคุมและจัดการด้านอาชีว อนามัย ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม	-	○	○	●	●

หมายเหตุ: ● หมายถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ○ หมายถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอง - หมายถึง ไม่เกี่ยวข้อง

จะเห็นว่า องค์การสุราฯ ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร จากการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามกรอบการดำเนินงานและห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การสุราฯ ที่บูรณาการกับยุทธศาสตร์และทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งองค์การสุราฯ จะมีการทบทวนกรอบการดำเนินงานและ Value Chain ทุกปี ซึ่งหากการดำเนินงานและ Value Chain มีการเปลี่ยนแปลงการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็อาจจะเปลี่ยนไปด้วย

๒.๔ วัตถุประสงค์และขอบเขตของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับองค์กร

การกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose) ของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับองค์กร เพื่อมุ่งหมายให้ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้ผ่านการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ ตาม Stakeholder Mapping ในปีนั้น ๆ ให้ความสำคัญสัมพันธ์ที่ดีต่อกันกับองค์การสุราฯ ผ่านกลยุทธ์ HIP ได้แก่ H = Hearing (การให้ความสำคัญต่อการรับฟังความคิดเห็น) I = Important (การจัดลำดับความสำคัญและประเด็นผู้มีส่วนได้เสีย) P = Partition (ยกระดับการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย) ดังนี้

- ๑) การรับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย
- ๒) การจัดกิจกรรม/โครงการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง องค์การสุราฯ และผู้มีส่วนได้เสีย ตามที่ได้รับฟัง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกิจกรรม/โครงการต้องมีความสอดคล้องกับบริบทขององค์การสุราฯ

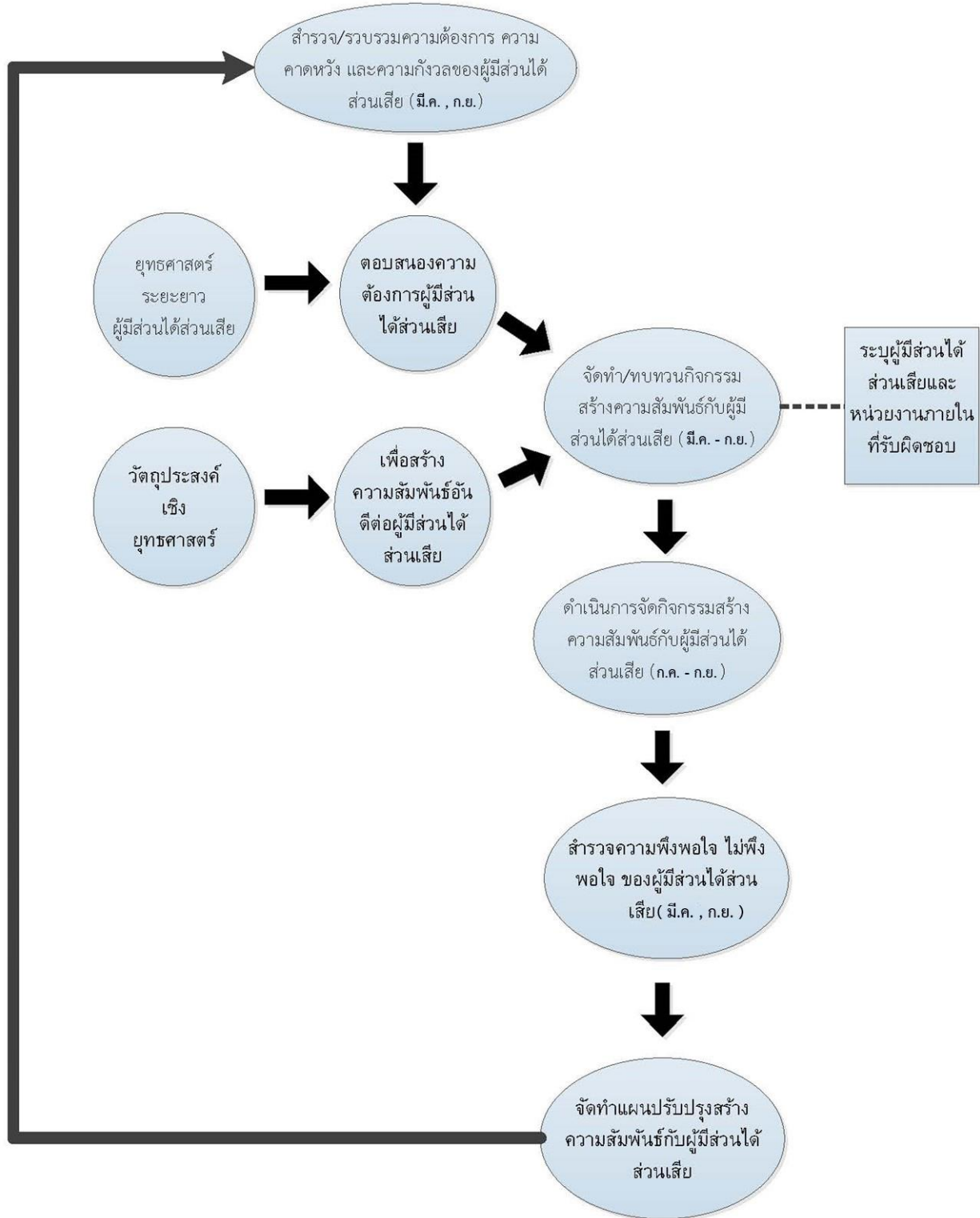
๓) การประเมินความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย หลังจากจัดกิจกรรม/โครงการสร้างความสัมพันธ์ ว่า
องค์การสุราฯ ได้ตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียให้ตรงประเด็น

๔) การทำแผนปรับปรุงความสัมพันธ์ในปีถัดไป เพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

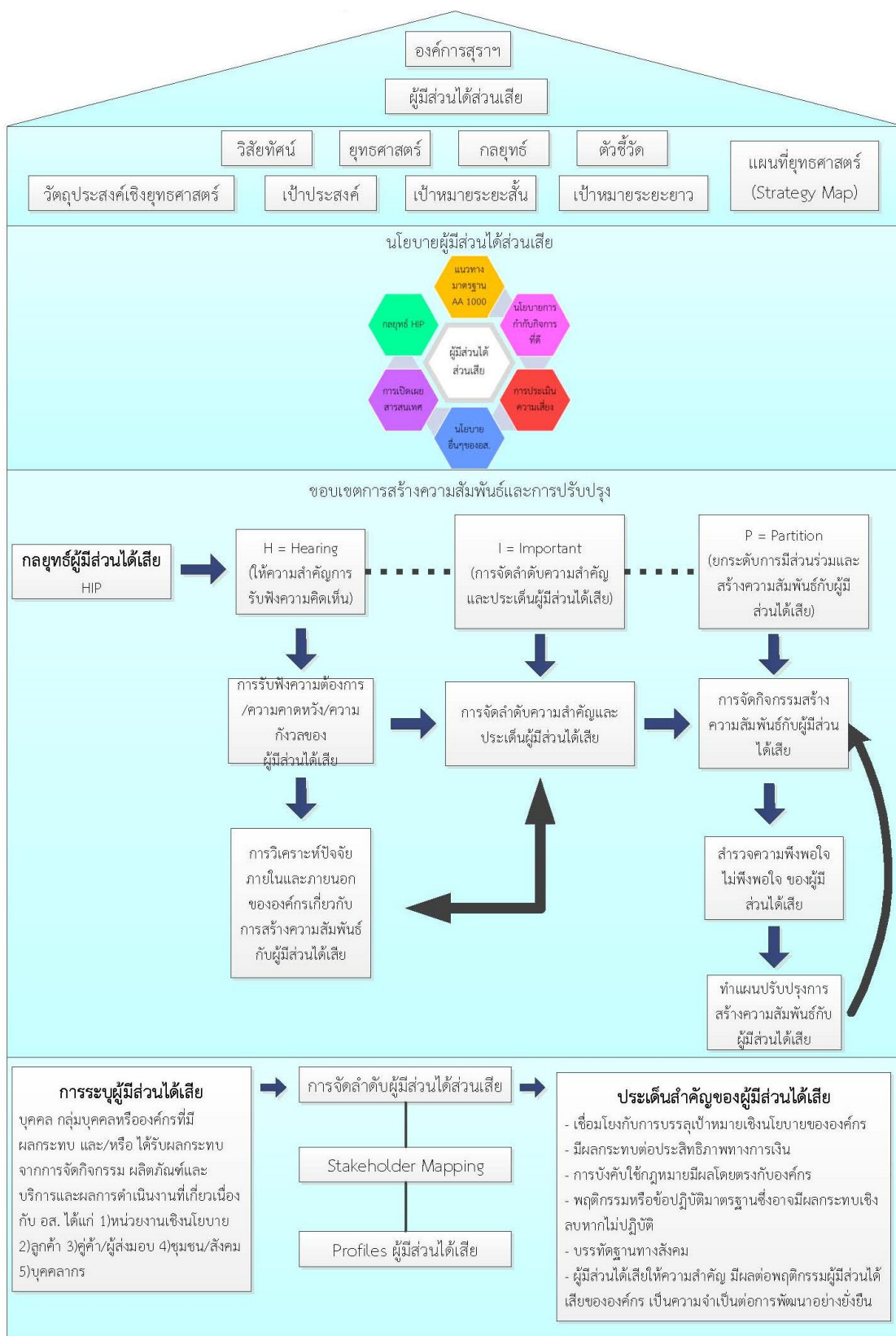
ขอบเขตของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง ๕ กลุ่ม ขององค์การสุราฯ ได้แก่

๑. หน่วยงานเชิงนโยบาย
๒. ลูกค้า
๓. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ
๔. ชุมชน/สังคม
๕. บุคลากร

ในแต่ละปีจะมีการทบทวนผู้มีส่วนได้เสียหลักที่จะสร้างความสัมพันธ์ในปีนั้น ๆ โดยการจัดทำ
Stakeholder Mapping เพื่อให้ได้ผู้มีส่วนได้เสียหลัก ที่จะดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ในปีนั้น ๆ สำหรับการ
ดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ตั้งแต่ไตรมาส ๒ ถึงไตรมาส ๔ ของทุกปี ตามแผนสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์การสุราฯ ดำเนินการ



รูปที่ ๒.๓ กระบวนการขอบเขตของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผลการดำเนินงานด้านมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมาขององค์การสุราฯ สามารถสรุปได้ดังนี้
ตารางที่ ๒.๓ ผลการดำเนินงานด้านมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา

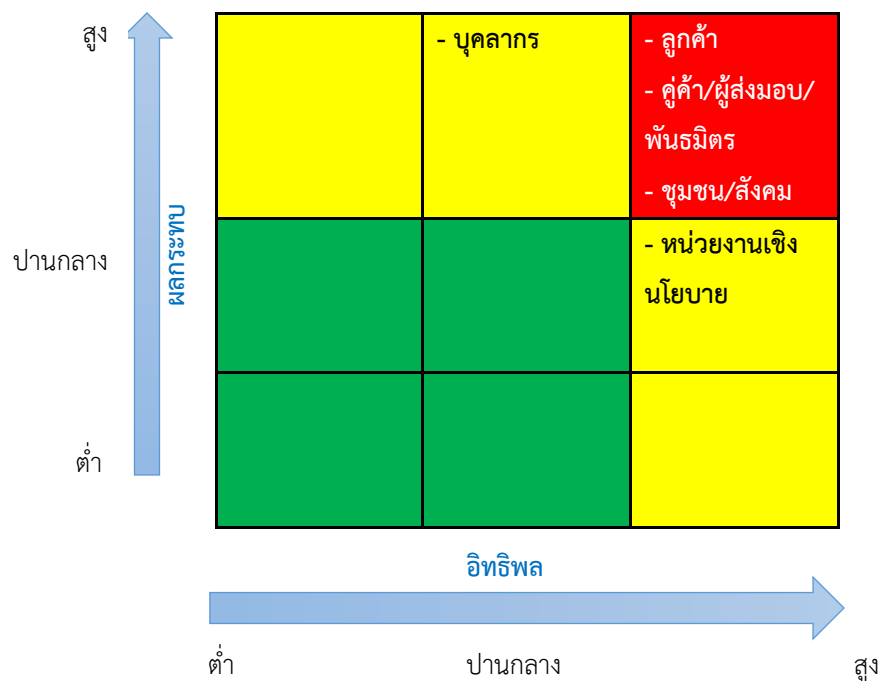
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลการดำเนินงานด้านมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา
หน่วยงานเชิงนโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> - มีการจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายสำคัญของกระทรวงการคลังและกรมสรรพสามิต ตามแผนการประชุม - จัดทำ stakeholder profile ที่บริหารจัดการได้ ช่วยให้เกิดการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี - ตอบสนองความต้องการ ไม่เกิดข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาระบบการสื่อสาร (Communication) ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดีมาก
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - องค์การสุราฯ มีการจัดสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและจัดประชุมสัมมนาลูกค้าประจำปี เพื่อรับฟังความคิดเห็นในการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายสำคัญขององค์กร - องค์การสุราฯ มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการประสานดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่ม - จัดทำ stakeholder profile ที่บริหารจัดการได้ ช่วยให้เกิดการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี - ตอบสนองความต้องการ ไม่เกิดข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาระบบการสื่อสาร (Communication) ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดี - เกิดนวัตกรรมหรือผลงานที่เกิดจากการนำความต้องการของลูกค้ามาดำเนินการ ๒ รายการ
คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ/ พันธมิตร	<ul style="list-style-type: none"> - มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการประสานดูแลธุรกรรมการจัดซื้อ/จัดจ้างจำแนกตามประเภท คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ - จัดทำ stakeholder profile ที่บริหารจัดการได้ ช่วยให้เกิดการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี - ตอบสนองความต้องการ ไม่เกิดข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาระบบการสื่อสาร (Communication) ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดีมาก - ร่วมมือกับคู่ค้าที่รับบำบัดน้ำเสียดำเนินโครงการน้ำหมักชีวภาพเคลื่อนที่
ชุมชน/สังคม	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดให้คณะทำงาน CSR เป็นผู้รับผิดชอบในการประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่น - การจัดกิจกรรมสัมพันธ์ไมตรีกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น ด้วยการทำโครงการน้ำหมักชีวภาพเคลื่อนที่ - ประสานงานกับหน่วยราชการท้องถิ่นในการของบประมาณในการสนับสนุนโครงการปรับปรุงถนน - จัดทำ stakeholder profile ที่บริหารจัดการได้ ช่วยให้เกิดการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี - ตอบสนองความต้องการ ไม่เกิดข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาระบบการสื่อสาร (Communication) ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดีมาก

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลการดำเนินงานด้านมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา
บุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินงานดูแลด้านสวัสดิการให้แก่บุคลากรอย่างทั่วถึง ทั้งสวัสดิการด้านการเงิน ค่ารักษา พยาบาล และสวัสดิการด้านตรวจสอบสุขภาพประจำปีให้แก่บุคลากร - ดำเนินการด้านฝึกอบรม เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร - จัดทำ stakeholder profile ที่บริหารจัดการได้ ช่วยให้เกิดการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี - ตอบสนองความต้องการ ไม่เกิดข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาระบบการสื่อสาร (Communication) ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดีมาก

๒.๕ การจัดลำดับความสำคัญ (Stakeholder Mapping) และรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

องค์การสุราฯ มีการทบทวนและการวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในมิติของผลกระทบ (Impact) และอิทธิพล (Effect) ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ในการสร้างสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างสมดุล โดยได้พิจารณาจากระดับผลกระทบ และการมีอิทธิพลต่อองค์กร โดยสามารถแบ่งอันดับความสำคัญของกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

สรุปการจัดลำดับความสำคัญ (Stakeholder Mapping) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



รูปที่ ๒.๔ การจัดลำดับความสำคัญ (Stakeholder Mapping) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หมายเหตุ: จากการพิจารณาความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดให้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อองค์การสุราฯ อยู่ในระดับปานกลาง-สูง หรือสูง-ปานกลาง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญขององค์การสุราฯ
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อองค์การสุราฯ อยู่ในระดับสูง-สูง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่องค์การสุราฯ เลือกว่าให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการภายในปีงบประมาณ

ตารางที่ ๒.๔ ลำดับความสำคัญและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ลำดับความสำคัญ	ประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์	วิธีการสื่อสาร
หน่วยงานเชิงนโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อเข้าใจ และตอบสนองประเด็นที่กังวลและคาดหวัง - สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง 	<ul style="list-style-type: none"> - การเข้าพบแต่ละหน่วยงานโดยตรง - กลไกและเครือข่ายการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ - การประชุมหารือ - ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อภายใน คือ Email, Line, Intranet
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติต่อกันอย่างเป็นธรรม - คำนึงถึงผลประโยชน์ที่หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องได้รับตามประเด็นความร่วมมืออย่างเท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อเข้าใจ และตอบสนองประเด็นที่กังวลและคาดหวัง 	<ul style="list-style-type: none"> - การเข้าพบแต่ละหน่วยงานโดยตรง - กลไกและเครือข่ายการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงาน ต่าง ๆ - การประชุมหารือ - การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมาย อีเมล Line สื่อ Online
คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ/พันธมิตร	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรต่ำ - ยกเว้นกลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบกากน้ำตาลที่มีอิทธิพลสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติต่อคู่ค้าสัญญาและเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ตกลงไว้ 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสารในประเด็นที่กังวลและปฏิบัติตามข้อตกลงข้อบังคับหรือนโยบาย 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมหารือ - การโทรศัพท์ - การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมาย อีเมล Line สื่อ Online

ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	ลำดับความสำคัญ	ประเด็นความ ต้องการของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	รูปแบบการสร้าง ความสัมพันธ์	วิธีการสื่อสาร
ชุมชน/สังคม	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรต่ำ 	<ul style="list-style-type: none"> - ดูแลเผื่อระวังผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยที่อาจมีผลต่อชุมชนละแวกข้างเคียง 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างการมีส่วนร่วมในประเด็นที่กังวล และตอบสนองความต้องการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมหารือ - การโทรศัพท์ - การส่งข้อมูลข่าวสารและรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมาย อีเมล Line สื่อ Online
บุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าตอบแทน - สิทธิประโยชน์และสวัสดิการ - ความมั่นคง - โอกาสในการก้าวหน้าในสายงาน - ความปลอดภัยในการทำงานและอาชีวอนามัย - การพัฒนาองค์ความรู้ทั่วไปและเฉพาะสายงาน - ความสุขใจในการทำงาน - การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานของผู้บริหาร - กฎระเบียบที่ชัดเจน - สิ่งแวดล้อมที่ดี - การพัฒนาทักษะความรู้ที่เหมาะสม Individual Development Plan (IDP) 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อเข้าใจและตอบสนองประเด็นที่กังวลและคาดหวัง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารพบพนักงานรายเดือน - การสำรวจความผูกพันและคาดหวังของพนักงานที่มีต่อองค์กรประจำปี - การสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายใน องค์กรอย่างสม่ำเสมอ - การประเมิน ศักยภาพของพนักงานประจำปี (๓๖๐ องศา) - การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นระหว่าง ผู้บริหารสายงานและ พนักงานในสังกัด - การมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านตัวแทน สร.อส ประจำปี - การร้องเรียนผ่าน ช่องทางรับเรื่องร้อง เรียน - คู่มือพนักงาน - คู่มือกฎระเบียบ - คู่มือการทำงาน

หมายเหตุ:

- ความมีผลกระทบต่อองค์กร หมายถึง การมีผลต่อภาพลักษณ์ หรือผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่สำคัญ
- ความมีอิทธิพลต่อองค์กร หมายถึง การมีอิทธิพลต่อทิศทางการดำเนินงานขององค์กร หรือการได้มาซึ่งงบประมาณองค์กร

๒.๕ การกำหนดระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

องค์การสุราฯ มีแนวทางการกำหนดระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้าง
ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้



รูปที่ ๒.๕ ความสัมพันธ์ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยแต่ละระดับ (Levels) มีความหมายดังนี้

๑	ไม่รู้จักกัน	ไม่มีความสัมพันธ์ร่วมกัน ไม่เคยร่วมงานกัน
๒	รู้จักกัน	มีความสัมพันธ์ร่วมกัน เคยร่วมงานกัน
๓	ประทับใจ	มีความสัมพันธ์ที่ดี อยากทำงานร่วมกัน
๔	ผูกพัน	ร่วมงานกันเป็นระยะเวลานานจนมีความสนิท คั่นเคย และมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน
๕	รักดี	มีเคารพนับถือ เชื่อมั่น และมีความซื่อสัตย์ต่อกันในการดำเนินงาน
๖	ชื่นำ	มีความน่าเชื่อถือ และสามารถชื่นำการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง

ตาราง ที่ ๒.๕ วิธีการสร้างความสัมพันธ์จำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระดับการสร้าง ความสัมพันธ์	วิธีการ/กิจกรรมสร้างสัมพันธ์	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย					วัตถุประสงค์
		๑	๒	๓	๔	๕	
รู้จักกัน	<ul style="list-style-type: none"> - ออกบูท - อบรม/สัมมนา/ดูงาน - สื่อสังคมออนไลน์ - สื่อประชาสัมพันธ์ - กิจกรรม CSR 	/	/	/	/	/	เพื่อสร้างความปฏิสัมพันธ์อันดี ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ประทับใจ	<ul style="list-style-type: none"> - เยี่ยมลูกค้า - ให้บริการ อำนวยความสะดวก - แสดงความยินดี การอวยพร เนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ 	/	/	/	/	/	เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ผูกพัน	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมสัมพันธ์ไมตรี - สัมมนาลูกค้า/บุคลากร - ร่วมกิจกรรมภายนอก 	/	/	/	/	/	เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการ สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย
กล่าวถึงในทางที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> - จิตอาสา - การให้บริการที่ดี - ความเท่าเทียมความเสมอภาค 	/	/	/	/	/	เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกที่ ดีต่อการรับบริการ
รักดี	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างมาตรฐานการดำเนินงานที่ดี - สวัสดิการ 		/			/	เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และ ความไว้วางใจกับการ ดำเนินงานของสถาน ประกอบการ
ชั้นนำ	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ (Alcohol information center) - กิจกรรมส่งเสริมการใช้น้ำหมัก ชีวภาพ 	/	/	/	/	/	เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ แอลกอฮอล์กับประชาชน ผู้ใช้งาน

หมายเหตุ: กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : ๑ หน่วยงานเงินนโยบาย ๒ ลูกค้า ๓ คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ๔ ชุมชน/สังคม ๕ บุคลากร

๒.๖ การระบุประเด็นความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างและหลากหลาย องค์การสุราฯ ได้มีการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมทุกปี โดยการจัดทำวิสัยทัศน์ฯ ดังกล่าว มีการรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (VOC & VOS)

นอกจากนี้ องค์การสุราฯ ได้กำหนดช่องทางรับฟังและเรียนรู้ เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาการ ให้บริการตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม องค์การสุราฯ มีกระบวนการรับฟังและเรียนรู้เพื่อวิเคราะห์และปรับปรุง การทำงานและบริการชัดเจนทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ผ่านช่องทางที่จัดไว้ โดยออกแบบกระบวนการให้สามารถรวบรวม ข้อมูลที่มีความสำคัญตามความถี่และวิธีการที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งจัดเก็บเป็นข้อมูลเป็นสถิติในระบบ ดิจิทัล แล้วนำมาสรุปความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวล เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานและ นวัตกรรม มีการกำหนดผู้รับผิดชอบช่องทางแต่ละช่องทางชัดเจน มีการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางทุกปี เช่น การสุ่มโทรศัพท์กลับไปยังลูกค้า/ผู้ส่งมอบ ลูกค้า เป็นต้น เพื่อประเมินผลและนำผลจากการสำรวจมาพัฒนาช่องทางให้ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังรูปภาพที่ ๒.๗



รูปที่ ๒.๖ แสดงกระบวนการรับฟังและเรียนรู้เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงงานบริการและสร้าง นวัตกรรม

องค์การสุราฯ ตระหนักอยู่เสมอว่า ทำอย่างไรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความผูกพันในระดับความภักดี และซื่อสัตย์ เข้าใจอัตลักษณ์ขององค์การสุราฯ จึงกำหนดระบบรับฟังและเรียนรู้ความต้องการ ความคาดหวัง และความ กังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Voice of Customers: VOC & Voice of Stakeholders: VOS) และที่พึงมีในอนาคต ดังนี้

การรับฟังความคิดเห็นเชิงรุก เป็นระบบที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ ความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ ยังเป็นช่องทางซึ่ง องค์การสุราฯ เปิดไว้เพื่อการประสานงาน ติดตาม แก้ไขปัญหาการทำงานและให้บริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกิดความพึงพอใจ มีความผูกพันต่อองค์การสุราฯ ทั้งนี้สารสนเทศขององค์การสุราฯ ได้มาจากการรวบรวมและบูรณาการข้อมูลต่าง ๆ จาก ๙ ช่องทาง ได้แก่

- การสำรวจความพึงพอใจ
- ประสานงานหรือสอบถามโดยตรง
- ประชาสัมพันธ์สัญจร
- ประชุม
- อบรม/สัมมนา
- การจัดกิจกรรม/นิทรรศการ
- กิจกรรม CSR
- การสื่อสารผ่าน Free Social Network (Facebook, Line)
- การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารตามเว็บไซต์

การรับฟังความคิดเห็นเชิงรับ องค์การสุราฯ ได้กำหนดช่องทางเพื่อรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ ความกังวล ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำหนดช่องทางจำนวน ๗ ช่องทาง ได้แก่

- ทางจดหมาย
- E-mail
- โทรศัพท์: ๐๙-๑๘๙๐-๖๖๗๗
- หนังสือร้องเรียน
- ผ่านสายด่วนของรัฐบาล ๑๑๑๑ และ www.๑๑๑๑.go.th
- ผู้รับข้อคิดเห็นและร้องเรียน
- สื่อออนไลน์ขององค์การสุราฯ ผ่านเว็บไซต์ ผ่าน Free Social Network (Facebook, Line)

ทั้งนี้ แต่ละช่องทางมีวิธีการนำข้อมูลสารสนเทศไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน ผลการรับฟัง VOC และ VOS นำมาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละช่องทางนำไปวิเคราะห์วางแผนแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการ รวมถึงการป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานและให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวล อย่างเหนือความคาดหมาย

ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	ช่องทางการรับฟังความคิดเห็น													ผู้รับผิดชอบ
	สำรวจความพึงพอใจ	ประสานงาน/สอบถาม	ประชุม อบรม/สัมมนา	ประชาสัมพันธ์สื่อ	นิทรรศการ	กิจกรรม CSR	Free Social Network	จดหมาย / E-mail	โทรศัพท์	หนังสือร้องเรียน	ผ่านรัฐบาล	ตู้รับข้อร้องเรียน	เว็บไซต์	
๑	/	/	/				/		/					ผอ/รอง ผอ.
๒	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	กกต/กตล/กกท
๓	/	/					/	/	/	/	/	/	/	กกค/ทพส
๔	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	กกคพ/ทสว
๕	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	กกก/ทบค
ความถี่	ปีละครั้ง	ตามความเหมาะสม	ตามแผนงานที่กำหนด	ตามแผนงานที่กำหนด	อย่างน้อยปีละครั้ง	ตามแผนกิจกรรม CSR	ทุกเวลา	ทุกเวลา	ทุกเวลา	ทุกเวลา	ทุกเวลา	ทุกเวลา	ทุกเวลา	

หมายเหตุ: กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : ๑.หน่วยงานเชิงนโยบาย ๒.ลูกค้า ๓.คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ๔.ชุมชน/สังคม ๕.บุคลากร

๒.๗ การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากผลการสำรวจความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กรเป็นประจำทุกปี องค์การสุราฯ ได้วิเคราะห์ประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่บูรณาการกับยุทธศาสตร์/ทิศทางการดำเนินงานขององค์กร

ประเด็น/ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีต่อองค์กรสามารถแยกได้เป็นของแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการวิเคราะห์และจัดอันดับความสำคัญของประเด็น โดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ช่องว่างระหว่างความพึงพอใจและความคาดหวัง (Gap) ๓ อันดับแรก โดยจำแนกออกเป็นแต่ละกลุ่ม ได้ดังนี้

ตารางที่ ๒.๖ ประเด็น/ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็น	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ผลการดำเนินงานด้านมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา	ช่องว่าง (Gap)
หน่วยงาน เชิงนโยบาย	- มีผลกระทบต่องค์กรสูง - มีอิทธิพลต่องค์กรสูง	ปฏิบัติตามนโยบาย และรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด	ผลการดำเนินงานเป็นไปตามที่กำหนด	มีการจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายสำคัญของกระทรวงการคลัง และกรมสรรพสามิต ตามแผนการประชุม	- ไม่มีการติดตามผลการประชุม - ความถี่ในการจัดประชุม น้อย
ลูกค้า	- มีผลกระทบต่องค์กรสูง - มีอิทธิพลต่องค์กรสูง	- ปฏิบัติต่อกันอย่างเป็นธรรม - คำนึงถึงผลประโยชน์ที่หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องได้รับตาม ประเด็นความร่วมมืออย่างเท่าเทียม	-ลูกค้ามีความคาดหวังว่าองค์การสุราฯ จะอำนวยความสะดวกด้านการบริการ เช่นการขนส่ง การบริการด้านการซื้อขาย การให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าและผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์ ที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว -ลูกค้ามีความคาดหวังว่าองค์การสุราฯ สามารถรองรับปริมาณความต้องการแอลกอฮอล์ของประชาชนที่ต้องการใช้อย่างเพียงพอ โดยแอลกอฮอล์ที่ผลิต ยังคงมีคุณภาพตามมาตรฐาน -ลูกค้ามีความคาดหวังว่าองค์การสุราฯ สามารถอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำในการติดต่อซื้อขายแอลกอฮอล์กับสรรพสามิตพื้นที่ได้	-องค์การสุราฯ มีการจัดสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและจัดประชุมสัมมนาลูกค้าประจำปี เพื่อรับฟังความคิดเห็นในการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายสำคัญขององค์กร -องค์การสุราฯ มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการประสานดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่ม	-สินค้ามีความชำรุดเสียหายและการขนส่งมีความล่าช้าเนื่องจากองค์การสุราฯ ไม่มีศูนย์กระจายสินค้า -การเพิ่มกำลังการผลิตและจัดทำแผนในการผลิต รวมทั้งสำรวจปริมาณความต้องการของลูกค้า -การจัดทำแนวทางการขอรับบริการกับสรรพสามิตพื้นที่ในการซื้อแอลกอฮอล์ เช่น ระบบ e-service ซึ่งเป็นระบบบริการประชาชนผ่านอิเล็กทรอนิกส์ online

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็น	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ผลการดำเนินงานด้านมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา	ช่องว่าง (Gap)
คู่ค้า/ ผู้ส่งมอบ/ พันธมิตร	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรต่ำ ยกเว้นกลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบกากน้ำตาลที่มีอิทธิพลสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติต่อคู่ค้าสัญญาและเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ตกลงไว้ 	<ul style="list-style-type: none"> - นำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานขององค์กร - ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ตกลงไว้ - ปรับปรุงกระบวนการชำระหนี้ให้มีความรวดเร็วตรงเวลา 	<p>มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการประสานดูแลธุรกรรมการจัดซื้อ/จัดจ้างจำแนกตามประเภทคู่ค้า/ผู้ส่งมอบ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนการตรวจจ่ายชำระหนี้แก่คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ มีความล่าช้ามาก - ช่องทางในการติดต่อสื่อสารน้อย - ไม่มีพื้นที่เฉพาะเพื่อรับรองคู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ที่มาติดต่องานที่องค์กร
ชุมชน/ สังคม	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรต่ำ 	<ul style="list-style-type: none"> - ดูแลเฝ้าระวังผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยที่อาจมีผลต่อชุมชนละแวก ข้างเคียง 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นองค์กรที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค - เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล - เป็นองค์กรที่ช่วยพัฒนาชุมชน มีส่วนร่วมกับชุมชน สนับสนุนงบประมาณให้กับชุมชน และมีศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าขององค์การสุราฯ 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน วัด โรงเรียน ในพื้นที่ข้างเคียง เช่น พิธีทางศาสนา - ดูแลประสานชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องละแวกใกล้เคียงในเรื่องผลกระทบจากมลพิษที่เกิดจากการผลิต เพื่อให้กระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีศูนย์กระจายสินค้า - ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่น - ไม่มีการจัดกิจกรรมสัมพันธ์ไมตรีกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น - ขาดงบประมาณในการสนับสนุนโครงการปรับปรุงถนน
บุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่อองค์กรสูง - มีอิทธิพลต่อองค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าตอบแทน - สิทธิประโยชน์ และ สวัสดิการ - ความมั่นคง - โอกาสในการก้าวหน้าในสายงาน - ความปลอดภัยในการทำงาน และอาชีวอนามัย 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้นำอุตสาหกรรมเอทิลแอลกอฮอล์คุณภาพสูง ตอบสนองความต้องการด้านการแพทย์และการสาธารณสุข และพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง - เป็นองค์กรที่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินงานดูแลด้านสวัสดิการให้แก่บุคลากรอย่างทั่วถึง ทั้งสวัสดิการด้านการเงิน ค่ารักษาพยาบาล และสวัสดิการด้านตรวจสอบสุขภาพประจำปีให้แก่บุคลากร - ดำเนินการด้านฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับ 	<ul style="list-style-type: none"> - อุปกรณ์ เครื่องจักรไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการแข่งขันกับหน่วยงานเอกชน - ไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการผลิตแอลกอฮอล์สู่ตลาดโลก - ขาดความรู้ และการสนับสนุนโครงการ

ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	ประเด็น	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ผลการดำเนินงานด้าน มุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา	ช่องว่าง (Gap)
		<ul style="list-style-type: none"> มี - การพัฒนาองค์ความรู้ทั่วไปและเฉพาะสายงาน - ความสุขใจในการทำงาน - การเปิดเผยข้อมูล การดำเนินงานของผู้บริหาร - กฎระเบียบที่ชัดเจน - สิ่งแวดล้อมที่ดี - การพัฒนาทักษะความรู้ที่เหมาะสม Individual Development Plan (IDP) 	<ul style="list-style-type: none"> และข้อกำหนด ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีระบบการบริหารจัดการที่ดี - เป็นองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาความสามารถในการทำงานอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตของพนักงานในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> ค้นคว้าวิจัยกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ - ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ - ขาดการใช้ช่องทางการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ - ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน และการดำเนินงานในปัจจุบันขัดแย้งกับกฎหมายที่กำหนด - ผู้บริหารไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของบุคลากรในองค์กรได้อย่างทั่วถึง - บุคลากรในองค์กรมีช่วงอายุที่แตกต่างกัน - บุคลากรที่ปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลานานไม่มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ทันสมัย

ในการวิเคราะห์ผลประโยชน์ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง ๕ กลุ่ม พบว่าส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจมากและถึงระดับยอดเยี่ยมในหลายๆ ประเด็นคำถาม แต่อย่างไรก็ดี ยังมีประเด็นคำถามที่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ในระดับสูง

ดังนั้น ในการคำนึงถึงการยกระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น ต้องสามารถตอบสนองถึงความคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต ในการวิเคราะห์กระบวนการที่ควรพิจารณาดำเนินการปรับปรุง เพื่อลดช่องว่างความพึงพอใจและความคาดหวัง รวมทั้งยกระดับความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่ม มีดังนี้

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยความต้องการและความคาดหวัง พบว่ามีประเด็นที่ซ้ำ ๆ กัน ซึ่งสามารถจัดลำดับความสำคัญของการแก้ไข/ปรับปรุงกระบวนการ ได้ดังนี้

๑. การสื่อสาร
๒. การตอบสนองที่รวดเร็ว
๓. กระบวนการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
๔. กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
๕. นวัตกรรม
๖. นโยบายการดำเนินงานที่ชัดเจน

ซึ่งจากประเด็นที่มาจากความต้องการและความคาดหวังนี้ นำไปสู่การพิจารณาการดำเนินการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และสอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังนี้

ตารางที่ ๒.๗ แนวทางการดำเนินงานเพื่อปิดลดช่องว่าง (GAP) ความคาดหวัง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ปัจจัยที่เป็นช่องว่าง (Gap) ความต้องการ ความคาดหวัง	กระบวนการที่เกี่ยวข้อง	กลยุทธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการดำเนินงาน เพื่อปิดลดช่องว่าง (Gap) ความคาดหวัง และสร้าง ความสัมพันธ์
หน่วยงานเชิงนโยบาย	-ไม่มีการติดตามผลการประชุม -ความถี่ในการจัดประชุมน้อย	- การจัดประชุม	สร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- การติดตามผลการประชุม และกำหนดความถี่ในการประชุมอย่างเหมาะสม
ลูกค้า	-สินค้ามีความชำรุดเสียหาย และการขนส่งมีความล่าช้า เนื่องจากองค์การสุราฯ ไม่มีศูนย์กระจายสินค้า	-กระบวนการขนส่ง	สร้างการยอมรับในการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร	- ควบคุมภาพกระบวนการขนส่งให้มีคุณภาพ และจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าให้ทั่วถึงในทุกพื้นที่
คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ/พันธมิตร	-ขั้นตอนการตรวจจ่ายชำระหนี้แก่คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ มีความล่าช้ามาก	- กระบวนการทำงาน	สร้างการยอมรับในการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร	- จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนและกำหนดเวลาทำงานแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน
	-ช่องทางในการติดต่อสื่อสารน้อย	-กระบวนการสื่อสาร		- เพิ่มช่องทางการสื่อสาร เช่น สื่อสารผ่านไลน์ เป็นต้น
	-ไม่มีพื้นที่เฉพาะเพื่อรับรองคู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ที่มาติดต่องานที่องค์กร	-กระบวนการติดต่อสื่อสาร		-จัดพื้นที่สำหรับคู่ค้า/ผู้ส่งมอบ และผู้ติดต่อจากหน่วยงานภายนอก

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ปัจจัยที่เป็นช่องว่าง (Gap) ความต้องการ ความคาดหวัง	กระบวนการที่เกี่ยวข้อง	กลยุทธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการดำเนินงาน เพื่อปิดลดช่องว่าง (Gap) ความคาดหวัง และสร้าง ความสัมพันธ์
ชุมชน/สังคม	-ไม่มีศูนย์กระจายสินค้า	-กระบวนการจำหน่ายสินค้า	สร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	-สร้างตัวแทนจำหน่ายและศูนย์กระจายสินค้าเพิ่มขึ้น
	-ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่น	-กระบวนการติดต่อสื่อสารขององค์กร		-กำหนดบุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ชัดเจน
	-ไม่มีการจัดกิจกรรมสัมพันธ์ไมตรีกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น	-กระบวนการติดต่อสื่อสารขององค์กร		-จัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรีกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นเป็นประจำ
	-ขาดงบประมาณในการสนับสนุนโครงการปรับปรุงถนน	-การตั้งงบประมาณประจำปี หรือการติดตามการดำเนินงานจากหน่วยงานท้องถิ่น		-จัดตั้งงบประมาณเพื่อใช้ในโครงการปรับปรุงถนนหรือจัดทำหนังสือติดตามผลจากหน่วยงานท้องถิ่น
บุคลากร	- อุปกรณ์ เครื่องจักรไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอกับการแข่งขันกับหน่วยงานเอกชน	- กระบวนการผลิต	สร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- จัดซื้อเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต
	- ไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการผลิตแอลกอฮอล์สู่ตลาดโลก	- กระบวนการผลิต		- อบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น
	- ขาดความรู้ และการสนับสนุนโครงการค้นคว้าวิจัย กระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์	- การอบรมและพัฒนาบุคลากรในองค์กร และการจัดตั้งงบประมาณ		- จัดทำระบบสารสนเทศในองค์กรให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
	- ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ	-การจัดตั้งงบประมาณ		- จัดลำดับความสำคัญความต้องการของบุคลากร และดำเนินการตามลำดับความสำคัญให้ทั่วถึง
	- ขาดการใช้ช่องทางการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์	-กระบวนการสื่อสาร		- ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรีกับบุคลากรในองค์กร
	- ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน และการดำเนินงานในปัจจุบันขัดแย้งกับกฎหมายที่กำหนด	- การอบรมและพัฒนาบุคลากรในองค์กร		- สร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยมีการกำหนดตัวชี้วัด
	- ผู้บริหารไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่	- กระบวนการสื่อสาร		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ปัจจัยที่เป็นช่องว่าง (Gap) ความต้องการ ความคาดหวัง	กระบวนการที่เกี่ยวข้อง	กลยุทธ์ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	แนวทางการดำเนินงาน เพื่อ ปิดลดช่องว่าง (Gap) ความ คาดหวัง และสร้าง ความสัมพันธ์
	หลากหลายของบุคลากรใน องค์กรได้อย่างทั่วถึง			
	- บุคลากรในองค์กรมีช่วงอายุ ที่แตกต่างกัน	- กระบวนการ ทำงาน		
	- บุคลากรที่ปฏิบัติงานมาเป็น ระยะเวลานานไม่มีการ ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ ทันสมัย	- กระบวนการ ทำงาน		

จึงเห็นได้ว่า แนวทางดำเนินการเพื่อปิดลดช่องว่าง (Gap) ความคาดหวังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควรมุ่งเน้น การเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารและการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ได้รับการ ตอบสนองที่รวดเร็ว และการสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานตามภารกิจที่ดำเนินร่วมกัน ตลอดจนการปรับปรุง กระบวนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน จากแนวทางดังกล่าว นำไปสู่การทบทวนเพื่อจัดทำ แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี

บทที่ ๓ ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙

เพื่อให้กระบวนการในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์การสุราฯ มีการพิจารณาประเด็นที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มและการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลของการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและนำไปบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรและการบริหารจัดการในทุกระดับขององค์กร เพื่อให้การเกิดพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน จึงนำมาสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสนับสนุนให้องค์กรบรรลุสู่การเป็น “ผู้นำอุตสาหกรรมเอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องมุ่งสู่การสร้างคุณค่าให้กับสังคมเพื่อความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ขององค์การสุราฯ ที่กำหนดไว้ใน แผนวิสาหกิจ องค์การสุราฯ (พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙) อันเป็นแผนหลักที่ใช้ในการขับเคลื่อนองค์กร อันนำมาสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ ค่านิยม ยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้ดังนี้

๓.๑ วิสัยทัศน์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

วิสัยทัศน์ : ผู้นำอุตสาหกรรมเอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องมุ่งสู่การสร้างคุณค่าให้กับสังคมเพื่อความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ค่านิยม : THAIS

T = Teamwork การทำงานเป็นทีม

H = Humility มีความอ่อนน้อม ถ่อมตน

A = Achievement มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ

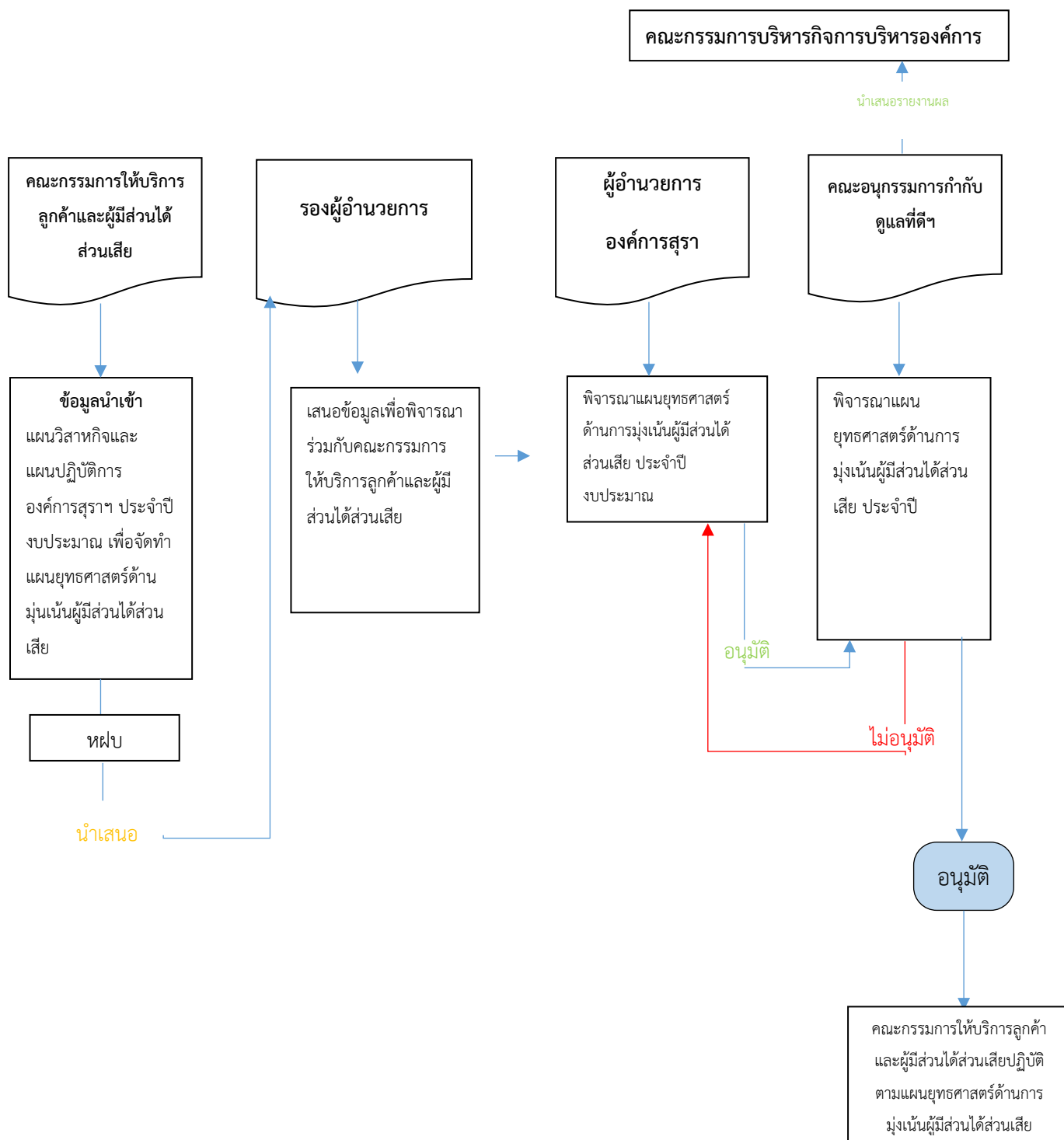
I = Integrity โปร่งใส ซื่อสัตย์ ยึดหลักธรรมาภิบาล

S = Sustainability มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ๑) เพื่อให้มีการบริหารจัดการในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
- ๒) เพื่อสร้างการยอมรับในการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร

๓.๒ ขั้นตอนการอนุมัติการจัดแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



รูปที่ ๓.๑ ขั้นตอนการอนุมัติการจัดการแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตารางที่ ๓.๑ ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการดำเนินงาน

ตำแหน่ง	บทบาทและแนวทางการดำเนินงาน
คณะกรรมการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชุมหารือ และระดมความคิดเห็นในการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการประจำปี 2. นำเสนอผลการดำเนินงานตามแผนการปฏิบัติงานประจำปีที่ผ่านมา
รองผู้อำนวยการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลั่นกรองโครงการ/แผนงาน ที่มีความสำคัญและจำเป็น 2. รวบรวมข้อมูลที่สำคัญ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ ข้อมูลตามที่แต่ละหน่วยงานนำเสนอ 3. จัดทำ Model ประกอบการตัดสินใจ 4. จัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการประจำปี
คณะกรรมการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร	พิจารณา และให้ความเห็นชอบในหลักการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการประจำปี
ผู้อำนวยการองค์การสุรา	พิจารณาร่างแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการประจำปี
คณะกรรมการบริหารกิจการองค์การสุราฯ	พิจารณาอนุมัติแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการประจำปี

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์องค์กรกับยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙

แผนที่ยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ 2565-2569



๓.๓ ยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙

เพื่อขับเคลื่อนให้ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหุ้นส่วนความสำเร็จขององค์การสุรา” จึงได้ทบทวนยุทธศาสตร์ ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๒ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) และยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)

เป้าประสงค์:

๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง
๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

กลยุทธ์:

๑. ให้ความสำคัญต่อการรับฟังความคิดเห็น
๒. การจัดลำดับความสำคัญและประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แผนงาน/โครงการ:

๑. โครงการวิจัยตลาด
๒. แผนงานการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตารางที่ ๓.๒ แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	แผนงาน/ โครงการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ.				
					๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง ๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟัง ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำ ยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม	๑. โครงการวิจัย ตลาด	-แผนการตลาด และลูกค้าสัมพันธ์ -แผนจำหน่าย	รายงานการ วิจัยตลาด	๓.๐	-	-	-	-
		๒. แผนงานการ สำรวจความ คิดเห็นของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	-กองควบคุมและ พัฒนาคุณภาพ -แผนบริหารงาน บุคคล -แผนการตลาดและ ลูกค้าสัมพันธ์ -แผนพัสดุ -แผนคลังแวตล้อม -เลขานุการ	รายงานผล การสำรวจ ความคิดเห็น ของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์:

๑. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๒. เพื่อให้มีกระบวนการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุ

วัตถุประสงค์อย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์:

ยกระดับการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แผนงาน/โครงการ:

๑. โครงการนำน้ำกากส่ามาใช้ประโยชน์
๒. โครงการปรับปรุงโครงสร้างบัญชีให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีในอนาคต
๓. โครงการสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน
๔. โครงการ LDO PLACE
๕. โครงการระบบมาตรวิทยาเพื่อสนับสนุนการตรวจสอบคุณภาพแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์จากแอลกอฮอล์
๖. แผนงานสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตารางที่ ๓.๓ แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	แผนงาน/โครงการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด					
					๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบ บริหารจัดการผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)	๑. เพื่อเพิ่มความความถึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๒. เพื่อให้มีกระบวนการ ดำเนินงานที่เชื่อมโยงกับผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์อย่างเป็น ระบบ	๑. โครงการนำน้ำกากส่ามาใช้ ประโยชน์	-กองควบคุมและ พัฒนาคุณภาพ -แผนกสิ่งแวดลอม	นำน้ำกากส่าไปใช้ ประโยชน์อย่างน้อย ๗๐๐ ลูกบาศก์เมตร	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑
		๒. โครงการปรับปรุงโครงสร้าง บัญชีให้สอดคล้องกับ เทคโนโลยีในอนาคต	-แผนกบัญชีและ งบประมาณ	ข้อมูลต่าง ๆ ในระบบ บัญชี ERP มีความถูก ต้องครบถ้วน ๑๐๐%	-	-	-	-	-
		๓. โครงการสร้างเสริม ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน	คณะทำงาน CSR	ร้อยละความสำเร็จของ โครงการ	๐.๔	๐.๔	๐.๔	๐.๔	๐.๔
		๔. โครงการ LDO PLACE	คณะทำงาน CSR	ร้อยละความสำเร็จของ โครงการ	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑
		๕. โครงการระบบมาตรวิทยา เพื่อสนับสนุนการตรวจสอบ คุณภาพแอลกอฮอล์และ ผลิตภัณฑ์จากแอลกอฮอล์	คณะทำงาน โครงการวิจัยและ พัฒนา	ร้อยละความสำเร็จของ โครงการ	๐.๑	๐.๑	๐.๑	-	-
		๖. แผนงานสำรวจความพึง พอใจ และไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	-กองควบคุมและ พัฒนาคุณภาพ -แผนกบริหารงาน บุคคล -แผนกตลาดและ ลูกค้าสัมพันธ์ -แผนกพัสดุ -แผนกสิ่งแวดลอม -เลขานุการ	ระดับความพึงพอใจ ≥ ๘๐%	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑	๐.๑

๓.๔ แผนการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี ๒๕๖๕

องค์การสุราฯ กำหนดแผนการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี ๒๕๖๕ โดยมีการระบุแผนงาน/โครงการ รวมทั้งกำหนดระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ และตัวชี้วัดของผู้รับผิดชอบ ดังนี้

แผนงาน/โครงการ ๑. โครงการวิจัยตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด รายงานการวิจัยตลาด

งบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ กองการตลาดและจำหน่าย แผนการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ แผนกจำหน่าย

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ตค	
๑.	จัดทำรายงานเบื้องต้น ที่ประกอบด้วยกรอบแนวคิดและวิธีการทำงาน แผนการดำเนินงานทั้งโครงการ และร่างแบบสอบถาม	เป้า	๒๐					← →										
		ผล																
๒.	ดำเนินการสำรวจภาคสนาม - ส่งแบบสอบถามออนไลน์และรอตอบกลับ (๑,๖๐๐ ราย)	เป้า	๒๐						← - - - - →									
		ผล																

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ตค	
	- การสัมภาษณ์เชิงลึก และ การสัมภาษณ์แบบ เผชิญหน้า																	
๓.	วิเคราะห์ข้อมูลงานสำรวจ ภาคสนาม	เป้า	๒๐								← - →							
		ผล																
๔.	ดำเนินการสำรวจ Phase ๒ เมื่อได้ข้อมูลภาคสนาม เบื้องต้น - การโทรศัพท์สัมภาษณ์ กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมและ ตัวแทนจำหน่าย - การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Groups)	เป้า	๒๐								← - →							
		ผล																
๕.	จัดทำรายงานฉบับ สมบูรณ์	เป้า	๒๐									← - →						
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๒. แผนงานการรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด รายงานการรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ กองควบคุมและพัฒนาคุณภาพ แผนกบริหารงานบุคคล แผนกตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ แผนกพัสดุ แผนกสิ่งแวดล้อม เลขานุการ

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ ๒๕๖๔	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ ๒๕๖๖	ผลการดำเนินงาน
					ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔				
					กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	
๑.	รวบรวมข้อมูลความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดปีที่ผ่านมาจากผู้รับผิดชอบของช่องทางที่กำหนดไว้	เป้า	๒๐															
		ผล																
๒.	ทำรายงานสรุป	เป้า	๒๐															
		ผล																
๓.	นำรายงานที่ได้ไปกำหนดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในปีถัดไป	เป้า	๒๐															
		ผล																
๔.	ทบทวนช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้า	๒๐															
		ผล																
๕.	รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามช่องทางที่กำหนด	เป้า	๒๐															
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๑. โครงการนำน้ำกากส่ามาใช้ประโยชน์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด นำน้ำกากส่าไปใช้ประโยชน์อย่างน้อย ๗๐๐ ลูกบาศก์เมตร

งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ กองควบคุมและพัฒนาคุณภาพ แผนกสิ่งแวดลอม

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑				ไตรมาส ๒				ไตรมาส ๓				๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๑.	ศึกษาข้อมูลการนำน้ำกากส่าไปใช้ประโยชน์ทางการเกษตรหรืออื่น ๆ	เป้า	๑๐		←--→													
		ผล																
๒.	ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการนำน้ำกากส่าไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน	เป้า	๑๐		←-----→													
		ผล																
๓.	จัดเตรียมน้ำกากส่า	เป้า	๒๐		←-----→													
		ผล																
๔.	ประเมินความพึงพอใจในการใช้น้ำกากส่า	เป้า	๒๐															
		ผล																
๕.	สรุปผลการดำเนินงานศึกษาข้อมูลการนำน้ำกากส่าไปใช้ประโยชน์ทางการเกษตรหรืออื่น ๆ	เป้า	๒๐		←-----→													
		ผล																
๖.	ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการนำน้ำกากส่าไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน	เป้า	๒๐													←--→		
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๒. โครงการปรับปรุงโครงสร้างบัญชีให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด ข้อมูลต่าง ๆ ในการใช้งานระบบบัญชี ERP มีความถูกต้องครบถ้วน ๑๐๐%

งบประมาณ -

ผู้รับผิดชอบ กองคลัง แผนการเงิน

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ ๒๕๖๔	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ ๒๕๖๖	ผลการดำเนินงาน
					ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔				
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๑.	เขียน (Flowchart) ขั้นตอนการทำงาน	เป้า	๒๐		←-----→													
		ผล																
๒.	หารือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงาน	เป้า	๒๐			←--→												
		ผล																
๓.	ขออนุมัติจัดจ้างวิทยากร	เป้า	๒๐				←--→											
		ผล																
๔.	จัดอบรม	เป้า	๒๐				←--→											
		ผล																
๕.	ติดตามประเมินผล การ ทำงานในแต่ละหน่วยงาน	เป้า	๒๐					←-----→										
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๓. แผนการดำเนินโครงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของโครงการ

งบประมาณ ๔๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ คณะทำงาน CSR

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๑.	งานนมัสการหลวงพ่อโสธร และงานประจำปีและจัด งานประเพณีลอยกระทง	เป้า	๒๐			←--→												
		ผล																
๒.	กิจกรรมงานสมโภชน์ อนุสรณ์สถานพระเจ้าตาก สินและกิจกรรมวิ่งเพื่อ สุขภาพ	เป้า	๑๐				←--→											
		ผล																
๓.	กิจกรรมงานวันเด็ก	เป้า	๑๐				←--→											
		ผล																
๔.	เทศกาลมะม่วง อาหาร และของดีอำเภอบางคล้า	เป้า	๑๐						←--→									
		ผล																
๕.	งานวันมะม่วงและของดี เมืองแปดริ้ว	เป้า	๑๐							←--→								
		ผล																

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๖.	กิจกรรมจิตอาสาเฉลิมพระเกียรติและถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร	เป้า	๒๐															
		ผล																
๗.	กิจกรรมการติดตั้ง Station แจกน้ำหมักชีวภาพ	เป้า	๒๐															
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๔. แผนการดำเนินโครงการ LDO PLACE

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของโครงการ

งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ คณะทำงาน CSR

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๑.	จัดทำแบบสำรวจมีความพึงพอใจในรายได้เพิ่มขึ้นจากช่องทาง LDO PLACE	เป้า	๒๐			←--→												
		ผล																
๒.	ค้นหาและคัดเลือกสินค้าและบริการของชุมชนเพื่อทำสื่อประชาสัมพันธ์	เป้า	๒๐				←--→											
		ผล																
๓.	จัดทำ Content และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จำนวน ๒๔ Content	เป้า	๒๐				←--→											
		ผล																
๔.	ลงพื้นที่เพื่อเผยแพร่เพจ LDO PLACE เพื่อให้เกิดการรับรู้	เป้า	๒๐						←--→									
		ผล																
๕.	กิจกรรมแสดงสินค้าและบริการของชุมชนที่แสดงในเพจ LDO PLACE	เป้า	๒๐							←--→								
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๕. โครงการระบบมาตรวิทยาเพื่อสนับสนุนการตรวจสอบคุณภาพแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์จากแอลกอฮอล์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของโครงการ

งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ คณะทำงานโครงการวิจัยและพัฒนา

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๑.	จัดทำสารมาตรฐานและวัสดุสิ้นเปลืองสำหรับการประเมินความบริสุทธิ์เอทานอลและ Literature review	เป้า	๒๐		←	-----	→											
	ผล																	
๒.	พัฒนาวิธีการประเมินความบริสุทธิ์ของเอทานอลด้วยเทคนิคต่าง ๆ	เป้า	๓๐				←	-----	→									
	๒.๑ หาปริมาณน้ำในเอทานอลด้วย Coulometric Karl Fischer Titration (KFT) ๒.๒ หา related structure impurities	ผล																

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔			๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
	ด้วย Gas chromatography ๒.๓ หาความหนาแน่นของเอทานอล																	
๓.	การพัฒนามาตรฐานอ้างอิง รับรองสำหรับเอทานอล บริสุทธิ์ ๓.๑ เตรียม/จัดหาตัวอย่าง เอทานอล ๓.๒ ศึกษาความเป็นเนื้อ เดียวกันของตัวอย่าง (Homogeneity testing) ๓.๓ ศึกษาความเสถียรของ ตัวอย่าง (Stability testing) ๓.๔ ให้ค่าความบริสุทธิ์ของ เอทานอลจากเทคนิคต่างๆ ๓.๕ ศึกษาความเสถียรของ ตัวอย่าง (Stability testing) อย่างต่อเนื่อง	เป้า	๔๐															
		ผล																
๔.	สรุปผลการดำเนินงาน	เป้า	๑๐															
		ผล																

แผนงาน/โครงการ ๖. แผนงานสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)

เป้าประสงค์: ๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริง

๒. เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาใช้ประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบงาน และสร้างผลงานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด ระดับความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ๘๐%

งบประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้รับผิดชอบ กองควบคุมและพัฒนาคุณภาพ แผนกบริหารงานบุคคล แผนกตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ แผนกพัสดุ แผนกสิ่งแวดล้อม เลขานุการ

ที่	กิจกรรม	ตัวชี้วัด		ปีงบประมาณ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕												ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงาน
				๒๕๖๔	ไตรมาส ๑				ไตรมาส ๒				ไตรมาส ๓				๒๕๖๖	
				กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ต.ค.	
๑.	ทบทวนแบบสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้า	๒๐		←--→													
		ผล																
๒.	ทบทวนวิธีและช่องทางการสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้า	๒๐		←-----→													
		ผล																
๓.	ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้า	๒๐		←-----→													
		ผล																
๔.	ทำรายงานสรุปความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้า	๒๐					←--→			←--→			←--→			←-----→	
		ผล																
๕.	นำรายงานสรุปที่ได้ไปปรับปรุงแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี ๒๕๖๕	เป้า	๒๐							←-----→								
		ผล																

บทที่ ๔ การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การปฏิบัติ

๔.๑ แนวทางการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การปฏิบัติ

การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การปฏิบัติ ยึดหลักการมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ แผนงาน ที่ฝ่าย/กอง/แผนก รับผิดชอบ โดยที่คณะกรรมการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นผู้ประสาน รวบรวม วิเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของแผนเสนอต่อผู้บริหาร และคณะกรรมการ/คณะทำงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการให้ข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางปรับปรุงพัฒนา ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โดยสามารถกำหนดขอบเขตของการถ่ายทอด ติดตาม และการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ ดังนี้

การถ่ายทอด กำหนดให้มีการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้รับรู้และเข้าใจ เพื่อให้สามารถผลักดันผลการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีการสำรวจการรับรู้และเข้าใจแผนอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

ตารางที่ ๔.๑ แนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอดยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หัวข้อสื่อสาร	ช่องทาง	ความถี่	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					ผู้รับผิดชอบ
			๑	๒	๓	๔	๕	
ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประชุมคณะกรรมการบริหารกิจการองค์การสุรา	ทุกปี	/					ผอ/คณะกรรมการให้บริการลูกค้าและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
	โทรศัพท์	ทุกปี		/	/			หัวหน้ากองคลัง/หัวหน้ากองการตลาดและจำหน่าย
	ประชุมพนักงานในองค์กร	ทุกปี					/	ผอ/รองผอ/หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้ากอง
	บอร์ดประชาสัมพันธ์	ทุกปี		/	/	/	/	หัวหน้าแผนกบริหารงานทั่วไป
	เอกสารแจ้งเวียน	ทุกปี	/	/	/	/	/	หัวหน้าแผนกบริหารงานทั่วไป
	อีเมลล์แจ้งเวียน	ทุกปี	/	/	/	/	/	หัวหน้าแผนกบริหารงานทั่วไป
	สื่อสังคมออนไลน์	ทุกปี		/	/	/	/	หัวหน้าแผนกบริหารงานทั่วไป
	Intranet	ทุกปี					/	หัวหน้าแผนกสารสนเทศ
	อบรม/สัมมนา/ดูงาน	ทุกปี	/	/	/	/	/	หัวหน้าแผนกบริหารงานบุคคล
	ไลน์/ไลน์กลุ่ม (Line /Line Group)	ทุกปี	/	/	/	/	/	ผอ/คณะกรรมการให้บริการลูกค้าและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หมายเหตุ: กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : ๑ หน่วยงานเชิงนโยบาย ๒ ลูกค้า ๓ คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ/พันธมิตร ๔ ชุมชน/สังคม ๕ บุคลากร

การติดตามผล เป็นกระบวนการกำกับกับการปฏิบัติงานของแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ให้เป็นไปตามเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ เวลา และงบประมาณ โดยมีกระบวนการติดตามผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแต่ละแผนงานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่กำหนดไว้

การประเมินผล (ตามแนวทาง PDCA) เป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับแผนที่กำหนด การกำกับกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติเพื่อแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดผลผลิต ผลลัพธ์ที่ต้องการ และเป็นการประเมินผลกระทบทั้งทางตรง/ทางอ้อม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงแผนงาน/กิจกรรมให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้จะได้มีการทบทวนกระบวนการถ่ายทอด ติดตาม และการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

รอบเวลาการติดตามและประเมินผล

สำหรับระยะเวลาที่จะใช้ในการติดตามผล เป็นดังต่อไปนี้

- ระยะเวลาตามไตรมาสเพื่อพิจารณาผลการดำเนินงานรายแผนงาน และปรับปรุงการดำเนินงาน
- ระยะสิ้นสุดแผนปี ๒๕๖๕ เพื่อทบทวนปรับแผนงานสำหรับการพัฒนาเพื่อให้บรรลุ เป้าประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ที่กำหนด และเพื่อกำหนดแนวทางการจัดทำนโยบายเพื่อการจัดทำแผนฉบับต่อไปเสนอต่อผู้บริหารระดับสูง

แนวทางการติดตามและประเมินผลข้างต้น ทำให้องค์กรมีขอบเขต รอบเวลา และกรอบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน เพื่อประสาน เร่งรัด และดูแลให้หน่วยงาน คณะกรรมการ และคณะทำงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙

๔.๒ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

องค์การสุราฯ ได้กำหนดแนวทางให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ในการสร้างความสัมพันธ์/บริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบรายละเอียดสำคัญของแผนและโครงการสำคัญต่าง ๆ ผ่านการให้ข้อคิดเห็น ผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ กล่องข้อความ (Inbox) ของ E-mail หรือ Facebook และทาง Line หลักขององค์การสุราฯ หรือช่องทางอื่น อาทิ โทรศัพท์ กล่องรับความคิดเห็น และมีการกำหนดทีมงานโดยมีผู้รับผิดชอบหลัก คือ หัวหน้าฝ่ายบริหาร ในการประเมินผล ความต้องการผู้มีส่วนได้เสีย และวิเคราะห์เพื่อปรับเปลี่ยนแผนงานที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกรณีจำเป็น อาทิ กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม กระบวนการสื่อสาร เป็นต้น

๔.๓ การเชื่อมโยงกับกรอบในการกำกับดูแล (Governance) และกระบวนการทำงานที่สำคัญ (Key Work System) ขององค์กร

องค์การสุราฯ มีการนำเสียงของผู้มีส่วนได้เสียมาเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงานด้าน Governance และ กระบวนการทำงานที่สำคัญ (Key Work System) โดยพิจารณาจากเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้ามาจากช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรเปิดไว้ ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน หรือข้อร้องเรียน ทั้งในเรื่องความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน หรือความไม่โปร่งใสในการทำงาน จะกำหนดให้มีการหารือร่วมกันในการประชุมผู้บริหารระดับสูงและสายงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดังกล่าว เพื่อแก้ไขปัญหาทั้งในระดับเฉพาะหน้า รวมถึงทบทวนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปีที่ถ่ายทอดลงในแต่ละหน่วยงาน รวมทั้งกำหนดแนวทางการประเมินผลการดำเนินงานทั้งระดับองค์กร และระดับแผนก ในกรณีที่จำเป็นผู้บริหารระดับสูงจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างความเชื่อมั่นในประเด็นที่กังวล

๔.๔ การจัดสรรทรัพยากร

องค์การสุราฯ มีการจัดสรรทรัพยากรด้านผู้มีส่วนได้เสียไว้โดยกำหนดไว้ในงบประมาณที่กระจายลงสู่แผนกที่เกี่ยวข้องบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ทั้งนี้ขึ้นกับประเด็นที่จะสื่อสารในแต่ละปี พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบและผลลัพธ์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ชัดเจน อาทิ จำนวนสื่อที่จะเผยแพร่ จำนวนกิจกรรมความร่วมมือที่จะขับเคลื่อนผลงานวิจัยให้เกิดผลเป็นรูปธรรม รายได้ที่จะเพิ่มขึ้นจากการสร้างความสัมพันธ์รอบระยะเวลาเฉลี่ยในแต่ละกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น

๔.๕ การรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสาธารณชน

องค์การสุราฯ กำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Website เป็นประจำอย่างน้อยทุกปี รวมถึงมีการรายงานไว้ในรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน โดยคณะกรรมการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการรวบรวมเนื้อหาประเด็นความต้องการความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกลุ่มงานต่าง ๆ ตลอดจนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม เพื่อนำมาสื่อสาร ทั้งนี้กำหนดให้มีการสำรวจความพึงพอใจเป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาวัฒนธรรมด้านการรายงานผลการสร้างความสัมพันธ์/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย