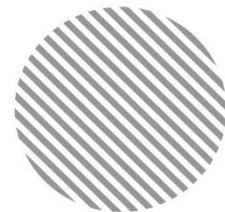




องค์การสุรา
กรมสรรพสามิต

LIQUOR DISTILLERY
ORGANIZATION



รายงานความยั่งยืน

ประจำปีงบประมาณ 2567

สารบัญ

	หน้า
สารจากประธานกรรมการบริหารกิจการขององค์การสุรา	4
สารจากผู้อำนวยการองค์การสุรา	5
เกี่ยวกับองค์การสุรา กรมสรรพสามิต	6
ประวัติความเป็นมา	6
โครงสร้างองค์การสุรา กรมสรรพสามิต	7
รายการสินค้าที่จำหน่าย	9
มาตรฐานที่องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ได้รับการรับรองในปัจจุบัน	10
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม	11
ยุทธศาสตร์ขององค์การสุราฯ ปี 2566-2570 (ทบทวนปี 2567)	12
ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต	15
องค์การสุรา กรมสรรพสามิต กับความยั่งยืน	16
ความเสี่ยงการพัฒนาความยั่งยืน	19
การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในขององค์การสุราฯ	20
ผลการดำเนินงานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ปีงบประมาณ 2567	20
แผนงานและผลการดำเนินงานการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต	21
(Business Continuity Plan: BCP) ปีงบประมาณ 2567	
ปัจจัยยั่งยืนขององค์การสุราฯ	23
ความสัมพันธ์ของปัจจัยยั่งยืนขององค์การสุราฯ กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs	25
ขององค์การสหประชาชาติ ประเด็นพื้นฐานด้านความยั่งยืนใน 3 มิติสำคัญ ESG	
และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sustainable Economic Philosophy: SEP)	
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	26
การกำหนดระดับความสำคัญ ประเด็นความต้องการ และรูปแบบการสร้าง	27
ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสุราฯ	
หัวข้อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	29
ประเด็นสาระสำคัญ	30
ผลการดำเนินงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปีงบประมาณ 2567	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ	32
ความยั่งยืนด้านสังคม	38
ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม	42

สารจากประธานกรรมการบริหารกิจการขององค์การสุราฯ



นายณัฐกร อุเทนสุต

ที่ปรึกษาด้านพัฒนาระบบควบคุมทางสรรพสามิต

(นักวิเคราะห์นโยบายและแผนทรงคุณวุฒิ)

ประธานกรรมการบริหารกิจการขององค์การสุราฯ

องค์การสุราฯ กรมสรรพสามิต ในฐานะหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจภายใต้การควบคุมกำกับของกรม
สรรพสามิต กระทรวงการคลัง ที่มีภารกิจในด้าน
การผลิตแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง เพื่อ
ตอบสนองความต้องการด้านสาธารณสุขและ
ภาคอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งองค์การสุราฯ ยังคงมุ่ง
สู่ความเป็นองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน โดยตระหนัก
ถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจครอบคลุมมิติ
เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และ
สิ่งแวดล้อม (Environmental) อย่างสมดุล

โดยด้านเศรษฐกิจ องค์การสุราฯ มุ่งมั่นในการสร้างกระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การสำรวจวิจัย
ตลาดแอลกอฮอล์ (สุราสามทับและสุราสามทับแปลงสภาพ) ภายในประเทศ และต่างประเทศรวมทั้งปรับปรุงและ
พัฒนากระบวนการให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ ความพึงพอใจและความเชื่อถือเชื่อมั่นของลูกค้า ด้าน
สังคม องค์การสุราฯ ยังคงให้ความสำคัญกับพนักงานที่เป็นทรัพยากรหลักด้วยการพัฒนาความรู้ ความสามารถ
ส่งเสริมคุณภาพชีวิตด้วยสวัสดิการประเภทต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน
โดยรอบและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านสิ่งแวดล้อม องค์การสุราฯ ได้นำแนวคิด BCG Model ที่มุ่งเน้นสร้าง
สมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับความยั่งยืนของฐานทรัพยากรธรรมชาติ มาเป็นแนวทางในการดำเนิน
ธุรกิจ โดยจัดทำโครงการการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency) และโครงการเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการจัดการพลังงาน เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างต่อเนื่องตลอดห่วง
โซ่อุปทาน

ทั้งนี้ องค์การสุราฯ ตระหนักอยู่เสมอว่า องค์กรจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ปัจจัยสำคัญยิ่งคือความ
ใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย และการสนับสนุนขับเคลื่อนที่มีประสิทธิภาพจากคณะกรรมการบริหารกิจการองค์การสุราฯ
ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อพัฒนาธุรกิจขององค์การสุราฯ ไปสู่ความยั่งยืนสืบไป

สารจากผู้อำนวยการองค์การสุรา



นพ.สัชชัย ชาสสมบัติ
ผู้อำนวยการองค์การสุรา

ปี 2567 ถือเป็นปีแห่งความท้าทายในการดำเนินงานขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต ซึ่งคณะกรรมการบริหารกิจการองค์การสุราและผู้บริหารตระหนักดีว่า ด้วยสถานะเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง รวมถึงปัจจัยสถานะเศรษฐกิจทั่วโลกอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ล้วนเป็นปัจจัยที่กระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์การสุราฯ ซึ่งองค์การสุราฯ ได้เตรียมความพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ ด้วยการปรับแผนกลยุทธ์ ในการดำเนินงาน

โดยยังคงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจบนแนวทางของการพัฒนาสู่ความยั่งยืนครอบคลุมตลอดวัฏจักรชีวิต เพื่อรองรับกับปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยตระหนักถึงการป้องกัน รักษา ตลอดจนให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม ตามแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาด้านความยั่งยืนประจำปี 2565 - 2569 ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มรายได้และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การลดรายจ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพจากการดำเนินงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความเข้มแข็งบุคลากรและมุ่งสู่องค์กร

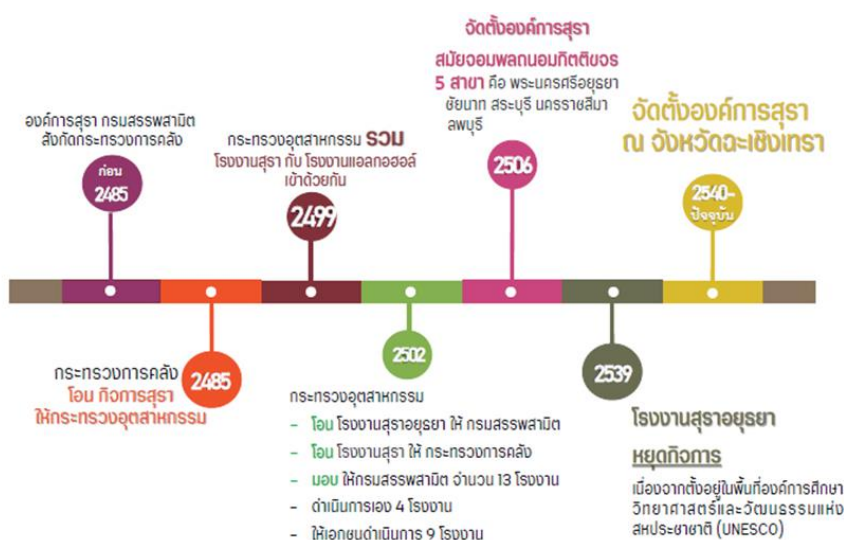
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความยั่งยืนของธุรกิจแอลกอฮอล์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างคุณค่าให้สังคมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เกี่ยวกับองค์การสุรา กรมสรรพสามิต

ประวัติความเป็นมา

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต (องค์การสุราฯ) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจภายใต้การควบคุมกำกับของ กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง ในปี พ.ศ. 2485 ได้โอนกิจการประเภตสุราจากกระทรวงการคลังไปขึ้นอยู่กับกระทรวงการอุตสาหกรรม ต่อมาในปี พ.ศ. 2499 กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีคำสั่งให้ควบรวมโรงงานสุรากับโรงงานแอลกอฮอล์เข้าด้วยกัน และในปี พ.ศ. 2502 ได้โอนย้ายโรงงานสุราอยุธยาให้อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของกรมสรรพสามิต เมื่อกระทรวงการคลังได้รับโอนโรงงานสุราจำนวน 13 โรงงานแล้วจึงมอบให้กรมสรรพสามิตดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรี และได้มีการปรับปรุงวิธีการขายและผลิตสุราใหม่ โดยเปลี่ยนให้เอกชนเข้าดำเนินการผลิตและจำหน่ายจำนวน 9 โรงงาน และดำเนินการเองเพียงจำนวน 4 โรงงาน และได้รับโอนโรงงานสุราลพบุรีจำนวน 1 โรงงาน โดยผลการดำเนินการพบว่าต้นทุนการผลิตของโรงงานสุราอยุธยาต่ำกว่าทุกโรงงานเนื่องจากมีกำลังการผลิตที่สูงมากกว่า จากนั้นให้งดการผลิตของโรงงานอื่น ๆ โดยให้รับน้ำสุราจากโรงงานอยุธยาไปจำหน่ายแทน



ภาพ 1-1 แสดงความเป็นมาขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

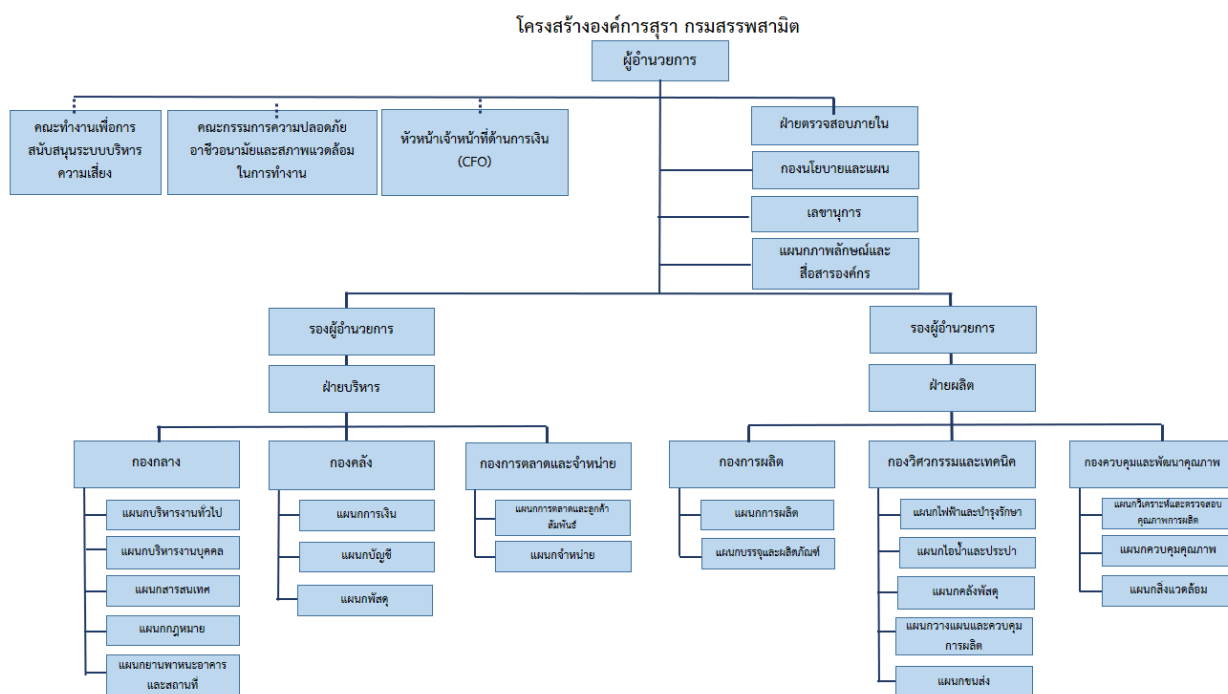
ที่มา : องค์การสุรา กรมสรรพสามิต

ในปี พ.ศ. 2506 รัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร ได้ดำเนินการตามนโยบายพิเศษ ด้านพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ จัดตั้งองค์การสุรา กรมสรรพสามิต เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2506 ประกอบด้วย 6 สาขา คือ พระนครศรีอยุธยา ชัยนาท สระบุรี นครราชสีมา ลพบุรี และสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2539 โรงงานสุราอยุธยาหยุดดำเนินการ เนื่องจากที่ตั้งโรงงานอยู่ในเขตพื้นที่องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ซึ่งได้ถูกประกาศให้เป็นมรดกโลกจึงย้ายโรงงานสุราอยุธยามาตั้งในเขต

พื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา เมื่อปี พ.ศ. 2544 โดยคณะกรรมการบริหารกิจการขององค์การสุราฯ มีนโยบายให้ย้ายสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครมาอยู่รวมกันที่ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเนื้อที่โรงงานประมาณ 139 ไร่ และด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ต่อระบบบริหารจัดการน้ำกากส่าที่เกิดจากกระบวนการผลิต จึงดำเนินการเช่าที่ดินเพื่อรองรับปัญหาดังกล่าว และถ่ายโอนความเสี่ยงระบบบริหารจัดการน้ำกากส่าให้ บริษัท ดี วาณิชย์ จำกัด ทำสัญญาได้รับสัมปทานในการบำบัดน้ำกากส่าโดยระบบก๊าซชีวภาพ เป็นระยะเวลา 30 ปี

โครงสร้างองค์การสุรา กรมสรรพสามิต

องค์การสุราฯ แบ่งส่วนงานตามระเบียบว่าด้วยการแบ่งส่วนงานและกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนงานต่าง ๆ ในองค์การสุราฯ โดยแบ่งออกเป็น 2 รอง 3 ฝ่าย 7 กอง 22 แผนก มีบุคลากรจำนวน 166 คน เป็นเพศชายจำนวน 91 คน เพศหญิง จำนวน 75 คน มีโครงสร้างและการจัดองค์กรในการดำเนินงาน ดังนี้



1. ผู้อำนวยการ
2. รองผู้อำนวยการฝ่ายผลิต
3. รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร
4. หัวหน้าเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน (CFO)
5. ฝ่ายตรวจสอบภายใน
6. กองนโยบายและแผน
7. เลขานุการ
8. แผนกภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

หน่วยงานแบ่งหน้าที่ออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่

1. ฝ่ายผลิต ประกอบด้วย

1.1 กองการผลิต

- 1) แผนกการผลิต
- 2) แผนกบรรจุและผลิตภัณฑ์

1.2 กองวิศวกรรมและเทคนิค

- 1) แผนกไฟฟ้าและบำรุงรักษา
- 2) แผนกไอน้ำและประปา
- 3) แผนกคลังพัสดุ
- 4) แผนกวางแผนการผลิต
- 5) แผนกขนส่ง

1.3 กองควบคุมและพัฒนาคุณภาพ

- 1) แผนกวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพการผลิต
- 2) แผนกสิ่งแวดล้อม
- 3) แผนกควบคุมคุณภาพ

2. ฝ่ายบริหาร ประกอบด้วย

2.1 กองกลาง

- 1) แผนกบริหารงานทั่วไป
- 2) แผนกบริหารงานบุคคล
- 3) แผนกสารสนเทศ
- 4) แผนกกฎหมาย

5) แผนกยานพาหนะและอาคารสถานที่

2.2 กองคลัง

- 1) แผนกการเงิน
- 2) แผนกพัสดุ
- 3) แผนกบัญชี

2.3 กองตลาดและจำหน่าย

- 1) แผนกจำหน่าย
- 2) แผนกการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์

รายการสินค้าที่จำหน่าย

รายการผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 Premium Grade

- 1.1 LAB L (Ethyl Alcohol 99.9% v/v)
- 1.2 ABSOLUTE L (Ethyl Alcohol 99.8% v/v)
- 1.3 L PURE 99.8 (Ethyl Alcohol 99.8% v/v)
- 1.4 L PURE 99.9 (Ethyl Alcohol 99.9% v/v)



ผลิตภัณฑ์
LAB L
(Ethyl Alcohol 99.9% v/v)



ผลิตภัณฑ์
ABSOLUTE L
(Ethyl Alcohol 99.8% v/v)



ผลิตภัณฑ์
L PURE 99.8
(Ethyl Alcohol 99.8% v/v)

กลุ่มที่ 2 Consumer

- 2.1 L CLEAN SPRAY
- 2.2 L CLEAN SOLUTION PLUS



ผลิตภัณฑ์ L CLEAN SPRAY



ผลิตภัณฑ์
L CLEAN SOLUTION PLUS

กลุ่มที่ 3 Standard Grade

- 3.1 L PURE 95 (Ethyl Alcohol 95% v/v)
- 3.2 L PURE 96 (Ethyl Alcohol 96% v/v)



ผลิตภัณฑ์
L PURE 95
(Ethyl Alcohol 95% v/v)



ผลิตภัณฑ์
L PURE 96
(Ethyl Alcohol 96% v/v)

กลุ่มที่ 4 Denatured Alcohol

- 4.1 แอลกอฮอล์แปลงสภาพสูตรที่ 1
- 4.2 แอลกอฮอล์แปลงสภาพสูตรที่ 2
- 4.4 แอลกอฮอล์แปลงสภาพสูตรที่ 3
- 4.4 แอลกอฮอล์แปลงสภาพสูตรที่ 4
- 4.5 แอลกอฮอล์แปลงสภาพสูตรการแปลงสภาพอื่นที่รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิต

มาตรฐานที่องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ได้รับการรับรองในปัจจุบัน

การรับรองระบบมาตรฐานสากลที่องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ได้รับการรับรอง มีดังนี้

มาตรฐานรับรองกระบวนการผลิต	
 ISO 9001 มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ	 มาตรฐานอุตสาหกรรมเอทานอลใช้ทางเภสัชกรรม
 GHPs มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร	 มาตรฐานอุตสาหกรรมเอทานอลใช้ทางอุตสาหกรรมทั่วไป
 HACCP มาตรฐานระบบการจัดการด้านการควบคุมกระบวนการผลิต	 มอก. 17025-2561 (ISO/IEC 17025 : 2017) ข้อกำหนดทั่วไปว่าด้วยความสามารถห้องปฏิบัติการในการดำเนินการทดสอบและ/หรือสอบเทียบ
 FSSC 22000 มาตรฐานระบบการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร	 KOSHER อาหารที่ได้มาตรฐานตามกฎหมายของยิว
 ISO 22000 มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร	 ห้องปฏิบัติการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในการให้บริการวิเคราะห์ทดสอบสารพิษของเอกชน ตัวกลางด้านสิ่งแวดล้อม (น้ำเสีย; pH BOD COD SS และ TDS)
 ISO 14001 มาตรฐานระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	 ห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นหน่วยงานรัฐบาล
 ISO 50001 มาตรฐานระบบการจัดการพลังงานตามมาตรฐานสากล	 Green Industry อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 3
 คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ “CFP”	หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการกิจ
 มาตรฐานสากลสำหรับการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ	
 ห้องปฏิบัติการได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้ตรวจสอบเอทานอลใช้ทางอุตสาหกรรมทั่วไป มอก.640 เล่ม 2-2561	
	
	
	

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

วิสัยทัศน์ (VISION)

“ผู้นำอุตสาหกรรมเอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

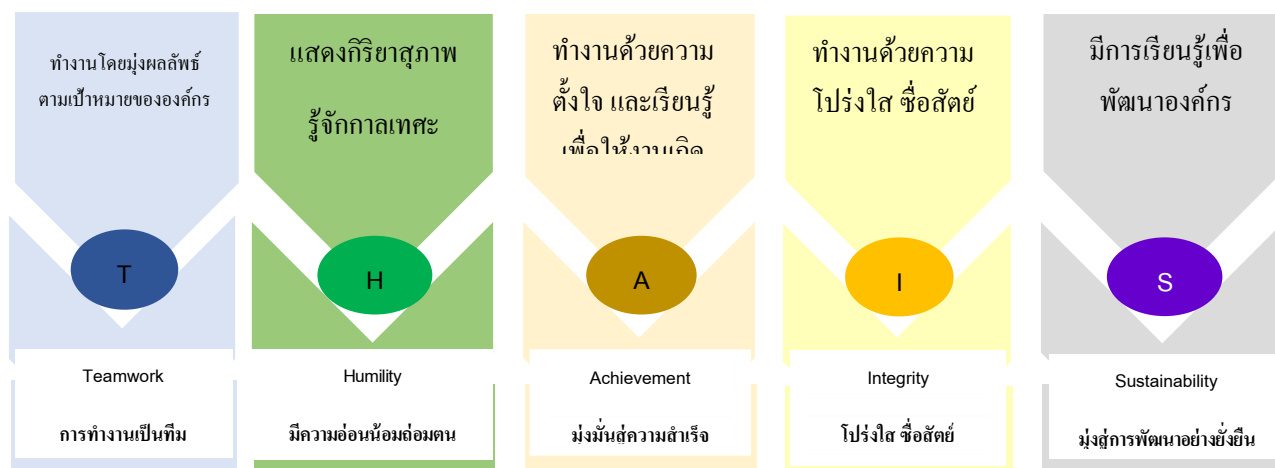
มุ่งสู่การสร้างคุณค่าให้กับสังคม เพื่อความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”

พันธกิจ (MISSION) ขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

- 1) วิจัย พัฒนา และผลิตผลิตภัณฑ์เอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่มีคุณภาพสูงตอบสนอง ต่อความต้องการของผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ
- 2) พัฒนาระบบบริการและการเข้าถึงระบบบริการอย่างมั่นคงและยั่งยืน
- 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศของระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ทางธุรกิจเอทิลแอลกอฮอล์
- 4) พัฒนาระบบการดำเนินงานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

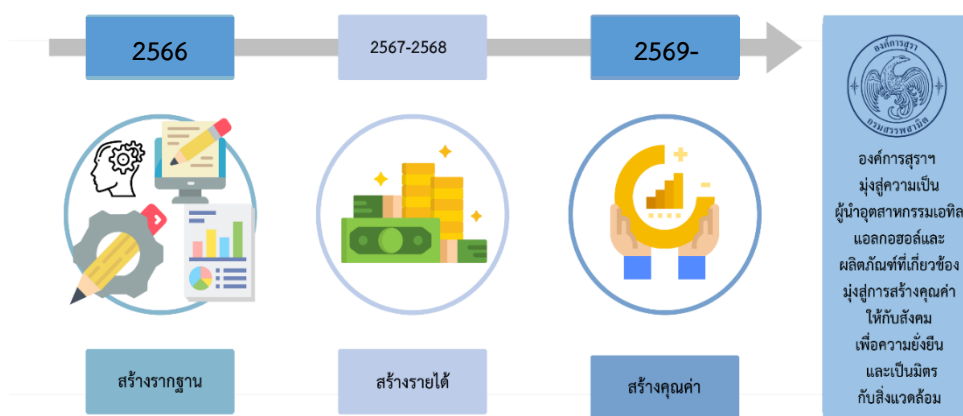
ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ได้กำหนดค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร คือ THAIS ดังนี้



ยุทธศาสตร์ขององค์การสุราฯ ปี 2566-2570 (ทบทวนปี 2567)

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในระยะยาวขององค์กร โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ในแต่ละระยะแสดงให้เห็นถึงขอบเขตหรือตำแหน่งเป้าหมายที่องค์การสุราฯ ต้องการไปให้ถึงผ่านการดำเนินงานตามพันธกิจ ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในระยะยาวขององค์กร แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยมีการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดขององค์การสุราฯ จากตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 การเพิ่มรายได้ มิติที่ 2 การลดรายจ่าย มิติที่ 3 การบริหารจัดการองค์กร มิติที่ 4 กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และมิติที่ 5 สังคมและสิ่งแวดล้อม



ระยะสั้น (Short Term) ปี 2566 : สร้างรากฐาน

สร้างรากฐานองค์กรให้แข็งแกร่งเพื่อรองรับการแข่งขันทางธุรกิจในอนาคต

ระยะกลาง (Medium Term) ปี 2567 - 2568 : สร้างรายได้

ต่อยอดการดำเนินงานโดยใช้โอกาสที่มีอยู่เพิ่มขีดความสามารถ
และพัฒนาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะยาว (Long Term) ปี 2569 - 2570 : สร้างคุณค่า

มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านเอทีแอลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง
โดยดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและ
สิ่งแวดล้อม

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

วิสัยทัศน์ขององค์การสุรา

ปี 2567 - 2568 สร้างรายได้

ปี 2569 - 2570 สร้างคุณค่า

ผู้นำเอทิลแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ตัวชี้วัดตำแหน่ง

- ส่วนแบ่งทางการตลาดเอทิลแอลกอฮอล์เป็นสัดส่วน 28%
- มีผู้ใช้บริการรับตรวจผลิตภัณฑ์เอทิลแอลกอฮอล์ ไม่น้อยกว่า 3 ราย
- มีการยื่นขอขึ้นทะเบียนตำรับยา และได้รับรองมาตรฐาน PICS/GMP

- ส่วนแบ่งทางการตลาดเอทิลแอลกอฮอล์เป็นสัดส่วน 30%
- มีผู้ใช้บริการรับตรวจผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อื่น ไม่น้อยกว่า 3 ราย
- ได้รับอนุมัติการผลิตผลิตภัณฑ์ยา และมีการประชาสัมพันธ์

สร้างคุณค่าให้กับสังคม โดยเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ เพื่อการแข่งขันในธุรกิจ

ตัวชี้วัดตำแหน่ง

- คะแนน ITA อยู่ลำดับ 1 ใน 9 ของรัฐวิสาหกิจ
- คะแนนเฉลี่ยด้านการบริหารจัดการองค์กร ไม่น้อยกว่า 2.10
- คะแนนความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร ไม่น้อยกว่า 4.00
- คะแนนการรับรู้ค่านิยมองค์กรเพิ่มจากปีก่อน ไม่น้อยกว่า 5%
- คะแนนความพึงพอใจในการบริการจากลูกค้า ไม่น้อยกว่า 3.90
- การนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงาน 3 งาน

- คะแนน ITA อยู่ลำดับ 1 ใน 8 ของรัฐวิสาหกิจ
- คะแนนเฉลี่ยด้านการบริหารจัดการองค์กร ไม่น้อยกว่า 2.20
- คะแนนความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร ไม่น้อยกว่า 4.10
- คะแนนการรับรู้ค่านิยมองค์กรเพิ่มจากปีก่อน ไม่น้อยกว่า 10%
- คะแนนความพึงพอใจในการบริการจากลูกค้า ไม่น้อยกว่า 4.00
- การนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงาน 5 งาน

การสร้างความยั่งยืน ให้อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ด้วยการลดต้นทุน และมีความมั่นคงทางอุปทาน เอทิลแอลกอฮอล์

ตัวชี้วัดตำแหน่ง

- ต้นทุนขายสินค้าไม่เกิน 83%
- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้ 12.5%
- มีการปรับปรุง/จัดทำระเบียบข้อบังคับองค์การสุราเป็นไปตามแผน
- ได้รับอนุญาตให้เปลี่ยนชื่อจากกระทรวงการคลัง
- มีระเบียบจัดซื้อจัดจ้างขององค์การสุรา

- ต้นทุนขายสินค้าไม่เกิน 80%
- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้ 11%
- มีชื่อในกฎกระทรวงว่าด้วยพัสดุส่งเสริมฯ
- ขยายกำลังการผลิต 2 เท่าจากกำลังการผลิตเดิมและสามารถใช้วัตถุดิบมากกว่า 1 ชนิด
- ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และที่องค์กรใหม่

สิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัดตำแหน่ง

- ผลผลิตของกลุ่มชาวสวนชุมชนรอบข้างเพิ่มขึ้น 20%
- คะแนนประเมินด้าน Eco - Efficiency ไม่น้อยกว่า 3.60
- คะแนนความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่น้อยกว่า

- ผลผลิตของกลุ่มชาวสวนชุมชนรอบข้างเพิ่มขึ้น 30%
- คะแนนประเมินด้าน Eco - Efficiency มากกว่า 3.70
- คะแนนความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่น้อยกว่า 3.70



“ผู้นำ
อุตสาหกรรม
เอทิล
แอลกอฮอล์และ
ผลิตภัณฑ์
ที่เกี่ยวข้อง
มุ่งสู่
การสร้าง
คุณค่า
ให้กับ
สังคม
เพื่อความ
ยั่งยืนและ
เป็นมิตร
กับ
สิ่งแวดล้อม
”

แผนวิสาหกิจองค์การสุรา กรมสรรพสามิต ประจำปีพ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวนปี 2567)

Vision	ผู้นำอุตสาหกรรมเอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง		
Mission	1) วิจัย พัฒนา และผลิตผลิตภัณฑ์เอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่มีคุณภาพสูง ตอบสนองต่อความต้องการของผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ 2) พัฒนาระบบบริการและการเข้าถึงระบบบริการอย่างมั่นคงและยั่งยืน 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศของระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ทางธุรกิจเอทิลแอลกอฮอล์ 4) พัฒนาระบบการดำเนินงานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
Core Value Competency	T = Teamwork ทำงานเป็นทีม	H = Humility อ่อนน้อมถ่อมตน	A = Achievement ความสำเร็จของงาน
	I = Integrity ความโปร่งใส		S = Sustainability ความยั่งยืน
Strategic Positioning	สร้างรายได้ โดยต่อยอดการดำเนินงานโดยใช้โอกาสที่มีอยู่เพิ่มขีดความสามารถและพัฒนาในการดำเนินธุรกิจ		สร้างคุณค่า มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านเอทิลแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง โดยดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและสิ่งแวดล้อม
Strategic Objective	SO 1 การใช้โอกาสทางธุรกิจในการพัฒนา มาตรฐานการผลิต และผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้	SO 2 พัฒนาองค์กรโดยใช้โอกาสทางธุรกิจ เพื่อต่อยอดในการดำเนินธุรกิจใหม่	SO 3 ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ในกระบวนการผลิตและบริหารจัดการองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอย่าง โปร่งใสและใส่ใจสิ่งแวดล้อม
Goal	ยกระดับมาตรฐานการผลิตเพื่อรองรับ อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์	รับบริการเป็นผู้ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมเอทานอล ที่ใช้ทางเภสัชกรรม และใช้ทางอุตสาหกรรม	นำเทคโนโลยีการผลิตที่สามารถผลิตได้ สูงถึง 99.9 ดีกรี ที่สามารถลดของเสีย จากกระบวนการผลิต
Strategy & Tactics	S1 การเพิ่มรายได้และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทางธุรกิจ	S3 สร้างความเข้มแข็งบุคลากรและมุ่งสู่ องค์กร	S5 การสร้างคุณค่าให้สังคมและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม
	กลยุทธ์ 1.1 กลยุทธ์การใช้โอกาสในการหารายได้จาก ผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์ 1.2 กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก	กลยุทธ์ 3.1 กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพองค์กร และบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ กลยุทธ์ 3.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพการ ทำงาน กลยุทธ์ 3.3 กลยุทธ์การสร้างและรับรู้ค่านิยมและ วัฒนธรรมด้วยหลักธรรมาภิบาล	กลยุทธ์ 5.1 กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียวเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม
	S2 การลดรายจ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพจาก การดำเนินงาน	S4 การสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ แอลกอฮอล์	
	กลยุทธ์ 2.1 กลยุทธ์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมและการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ ลดค่าใช้จ่าย	กลยุทธ์ 4.1 กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนของธุรกิจ แอลกอฮอล์ผ่านกระบวนการ ด้านกฎหมาย	

ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นการวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร ตั้งแต่การรับวัตถุดิบเข้ามาจนถึงกระบวนการผลิตเป็นสินค้าและบริการ ถึงวิธีการ/กระบวนการที่องค์กรสามารถสร้างคุณค่า (Create Value) ให้กับลูกค้า ห่วงโซ่คุณค่า แบ่งกิจกรรมที่สร้างคุณค่าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งทุกกิจกรรมมีความสัมพันธ์กันเหมือนห่วงโซ่ดังนี้

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าโดยตรงและการขายสินค้าให้กับลูกค้า ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) การดำเนินงานภายใน (Operations) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) การตลาด (Marketing) การบริการ (Services)

2. กิจกรรมสนับสนุน (Supportive Activities) คือ กิจกรรมที่เป็นส่วนเสริมของทุกส่วนในองค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร (Organization Structure) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) เทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Development) และการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)

ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

กิจกรรมหลัก				มูลค่าเพิ่ม (Value Added)
โลจิสติกส์ขาเข้า	การดำเนินงานภายใน	โลจิสติกส์ขาออก	การบริการ	
- มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ทันกับฤดูกาล และปรับวิธีการให้รองรับกับปริมาณกากน้ำตาลในตลาด	<u>การจำหน่าย</u> - มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาแต่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ - ช่องทางการจำหน่ายมีน้อยทำให้ลูกค้าเข้าถึงไม่สะดวก <u>กระบวนการผลิต</u> - ได้รับมาตรฐานสากลในกระบวนการผลิต	- มีการขนส่งที่เป็นระบบมาตรฐาน - การขนส่งผ่านไปรษณีย์ทำให้สินค้าเสียหายอยู่บ่อยครั้ง	- มีการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ Facebook และ Line@ แต่ยังไม่สมบูรณ์ มีแผนจะทำการปรับปรุงให้สามารถใช้งานได้ - มีแผนทำการบูรณาการข้อมูลร่วมกับกรมสรรพสามิตเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการจัดทำใบขนและใบอนุญาต	
		การตลาด		
		- การประชาสัมพันธ์ทำได้น้อยเนื่องจากชื่อขององค์การสุรา ไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์		
กิจกรรมสนับสนุน				
โครงสร้างองค์กร	ทรัพยากรมนุษย์	เทคโนโลยีดิจิทัล	การจัดซื้อจัดจ้าง	
-มีการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับการดำเนินงานในปัจจุบัน แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกหน่วยงาน จึงอยู่ระหว่างการปรับปรุงโครงสร้าง	- มีแผนพัฒนาสมรรถนะบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง - ยังต้องการพนักงานที่มีทักษะเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร	- มีโครงการที่รองรับการดำเนินงานตามนโยบาย 4.0 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยดิจิทัล โครงการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ขององค์การสุรา	- มีการขอดำเนินการตามมาตรา 7 ของ พรบ.จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ.2560 เพื่อให้สามารถหาวัตถุดิบได้ในราคาที่คุ้มค่าที่สุด	

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต กับความยั่งยืน

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต ดำเนินกิจการตามพันธกิจด้วยการผลิตและจำหน่ายเอทิลแอลกอฮอล์ที่มีคุณภาพสูง รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจและสังคม ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตระหนักและให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มรวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การสุราฯ มีแนวทางการดำเนินงานและรูปแบบ ทิศทางที่ชัดเจนเหมาะสมตามบริบท สนับสนุนต่อค่านิยม “THAIS” คณะกรรมการบริหารกิจการขององค์การสุราฯ จึงกำหนดให้มีนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การสุราฯ พ.ศ. 2567 เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานที่ครอบคลุมปัจจัยพื้นฐานด้านความยั่งยืน 4 ด้าน ดังนี้

• ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

1) ตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรแบบองค์รวม ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ ควบคู่กับการพัฒนาเชิงสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ตามแนวทางขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Economy Model) โดยดำเนินมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต การควบคุมมลพิษทางน้ำและอากาศ และการอนุรักษ์การใช้พลังงาน

2) สนับสนุนการใช้วัตถุดิบทางการเกษตร ที่เป็นวัสดุเหลือทิ้งหรือล้นตลาดทางการเกษตรนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะวัตถุดิบชีวภาพยุคที่ 2 (2nd Generation Bio-Ethanol) เพื่อไม่ให้กระทบต่อวงจรอาหารมนุษย์และสัตว์

3) ส่งเสริมและเพิ่มปริมาณการใช้พลังงานสะอาด พลังงานหมุนเวียน เพื่อทดแทนการใช้พลังงานจากฟอสซิล ตามแนวทาง 3R (Reduce–Reuse–Recycle) รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency: EE) ที่มุ่งลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกระบวนการผลิตและการดูแลลูกค้า

• ด้านสังคม (Social)

1) จัดให้มีการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยบูรณาการเข้ากับกระบวนการกำกับดูแล การกำหนดทิศทางกลยุทธ์ และการบริหารจัดการทุกระดับ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวก และลดผลกระทบเชิงลบ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

2) สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการใช้ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์และการบริการขององค์การสุราฯ ด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียนและกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังได้เฉพาะเจาะจงและรวดเร็ว ตามกฎบัตรบริการ (Service Charter) และมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ของลูกค้าผู้รับบริการ

3) จัดให้มีระบบบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพเป็นธรรม สอดคล้องกับมาตรฐาน แนวปฏิบัติที่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และกฎบัตรสากลที่เกี่ยวข้องด้านแรงงาน

4) สนับสนุนให้ทุกหน่วยงานมีระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ดี โดยกำหนดให้มี ระเบียบ วิธีปฏิบัติ และมาตรฐานที่ปลอดภัย สอดคล้องตามความเสี่ยงในการทำงานรวมถึงการสร้างให้เกิด วัฒนธรรมการทำงานที่ปลอดภัยทั่วทั้งองค์กร

5) ส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็น ผ่านแผนกลยุทธ์พัฒนาการ เรียนรู้เพื่อสร้างความเป็นมืออาชีพ และใช้แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นเครื่องมือในการ ยกระดับความผูกพัน ความพึงพอใจ และความคิดสร้างสรรค์ในการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อ สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

6) ส่งเสริมให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล โดยยึดหลัก ความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ มุ่งตอบสนองหรือแก้ปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนอย่างระมัดระวัง

7) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมขององค์การสุราฯ กับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสาน สัมพันธ์ สร้างพันธมิตร ความเข้าใจและความร่วมมือที่เข้มแข็ง สนับสนุนให้กิจกรรมขององค์การสุราฯ ตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวังของชุมชนได้อย่างแท้จริง ลดข้อขัดแย้งระหว่างองค์การสุราฯ กับชุมชนและสังคมด้วย กลไกการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิผล

• ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)

1) กำกับดูแลการดำเนินงานขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง กับบริบทการดำเนินงานขององค์การสุราฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเป้าหมายตามนโยบายของ รัฐบาลและหน่วยงานกำกับดูแล

2) พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อ การพัฒนาประเทศและสามารถตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วน ภายใต้กรอบธรรมาภิบาลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

3) มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืนต่อการให้บริการสาธารณะด้านแอลกอฮอล์และบริการต่าง ๆ ภายใต้การกำกับดูแลที่ดี โดยรับผิดชอบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ โปร่งใส เป็นธรรม ซื่อสัตย์ สุจริต รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศขององค์การสุราฯ อย่างครบถ้วน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าถึง และตรวจสอบได้ มีระบบการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน และการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย อย่างเพียงพอ โดยคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้าง มีหน้าที่สนับสนุน ส่งเสริมและปฏิบัติตาม ค่านิยม “THAIS” ที่สอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตาม กฎระเบียบ (GRC) นโยบายการต่อต้านทุจริต และนโยบายจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของ องค์การสุราฯ ตลอดจนนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4) กำกับดูแลการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์กรอย่างสมดุลและครบถ้วน โดยกำหนดช่องทางการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม

- **ด้านเศรษฐกิจ (Economic)**

1) สนองนโยบายรัฐบาลตามแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรม ด้วยการให้ความสำคัญในการผลักดันแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้บรรลุเป้าหมาย ใน หมายเหตุที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง ซึ่งองค์การสุราฯ มีแนวทางการพัฒนาโดยการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าและตลาด เพื่อให้เกษตรกรผลิตสินค้า/บริการได้ตรงตามความต้องการของตลาด (Demand Driven) การเพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) ในด้านการเพิ่มปริมาณผลผลิต การลดต้นทุนการผลิตการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร และการวิจัยและพัฒนาคุณภาพการส่งเสริมศักยภาพเกษตรกร โดยการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกร การเพิ่มช่องทางการกระจายและเพิ่มยอดการจำหน่ายสินค้าโดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

2) ยกระดับกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์และบริการให้มีคุณภาพสูง เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานอาหารและยาในระดับสากล และบริหารจัดการวัตถุดิบ การขนส่งและการกำจัดของเสีย เพื่อให้การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรม และคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนให้ได้ใช้แอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ สร้างความมั่นคงให้กับประเทศ

3) กำหนดแนวทาง วางแผนการผลิต เพื่อให้การผลิตแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพ ได้ผลผลิตเป็นไปตามเป้าหมาย (yield) ลดการสูญเสียในระหว่างการผลิต โดยมีการประเมินผลและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

4) บริหารและควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน โดยจัดให้มีมาตรการหรือแผนงานควบคุมค่าใช้จ่าย การเบิกจ่ายงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ และมีการติดตามประเมินผล ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

5) กำกับติดตามการวางแผนงานและการบริหารโครงการลงทุนขนาดใหญ่อย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่าสูงสุด ควบคู่กับการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างครบถ้วนรอบด้าน เพื่อให้โครงการแล้วเสร็จตามกำหนดเวลา สามารถสร้างผลตอบแทนได้ตามเป้าหมาย และไม่ส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินขององค์กร

6) ส่งเสริมและสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการให้บริการ โดยมีเป้าหมายที่การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เกิดความคุ้มค่า ลดความซ้ำซ้อน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสามารถบูรณาการข้อมูลร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนที่ 4 โครงสร้างผู้รับผิดชอบและระบบการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงการพัฒนาคมยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ปัจจุบันส่งผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุเป้าหมายการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน จึงนับเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยในการจัดการวางแผนรองรับความไม่แน่นอนทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม องค์การสุราฯ บริหารความเสี่ยงตามหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง และกรอบการบริหารความเสี่ยง COSO Enterprise Risk Management - Integrating with Strategy and Performance 2017 ให้มีความสำคัญกับการมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยคณะกรรมการบริหารฯ ได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ดังนี้



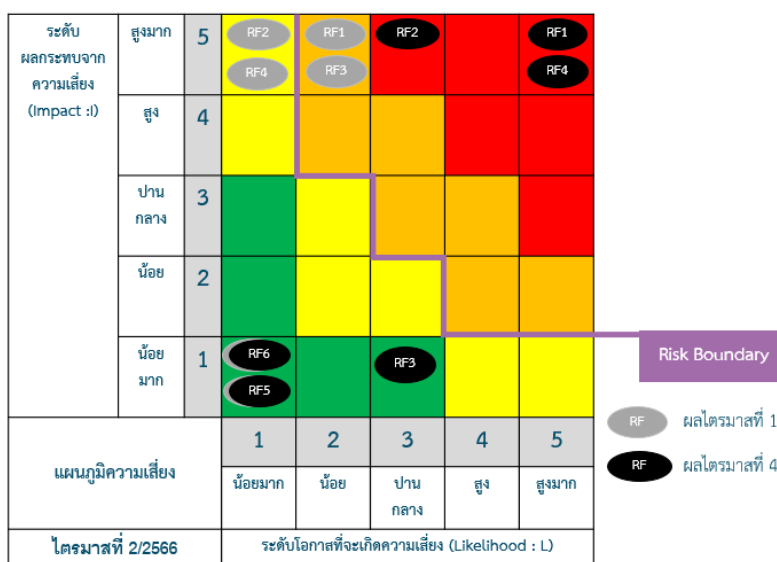
1. กำกับดูแลให้มีการบูรณาการระหว่างการทำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Governance, Risk Management and Compliance: GRC)
2. สนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมและการสื่อสารการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม รวมถึงกำหนดแรงจูงใจสำหรับการบริหารความเสี่ยง
3. จัดวางระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในทั่วทั้งองค์กรเชื่อมโยงและสอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ แผนงานโครงการและแผนการลงทุนเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าให้องค์กร (Value Creation)
4. จัดให้มีการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องภายใต้กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานเดียวกันตามคู่มือการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องตามแนวปฏิบัติที่ดีของ COSO 2017 เพื่อปลูกฝังให้การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานปกติ
5. พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่สนับสนุนการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System: EWS) และระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM)

การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในขององค์การสุราฯ

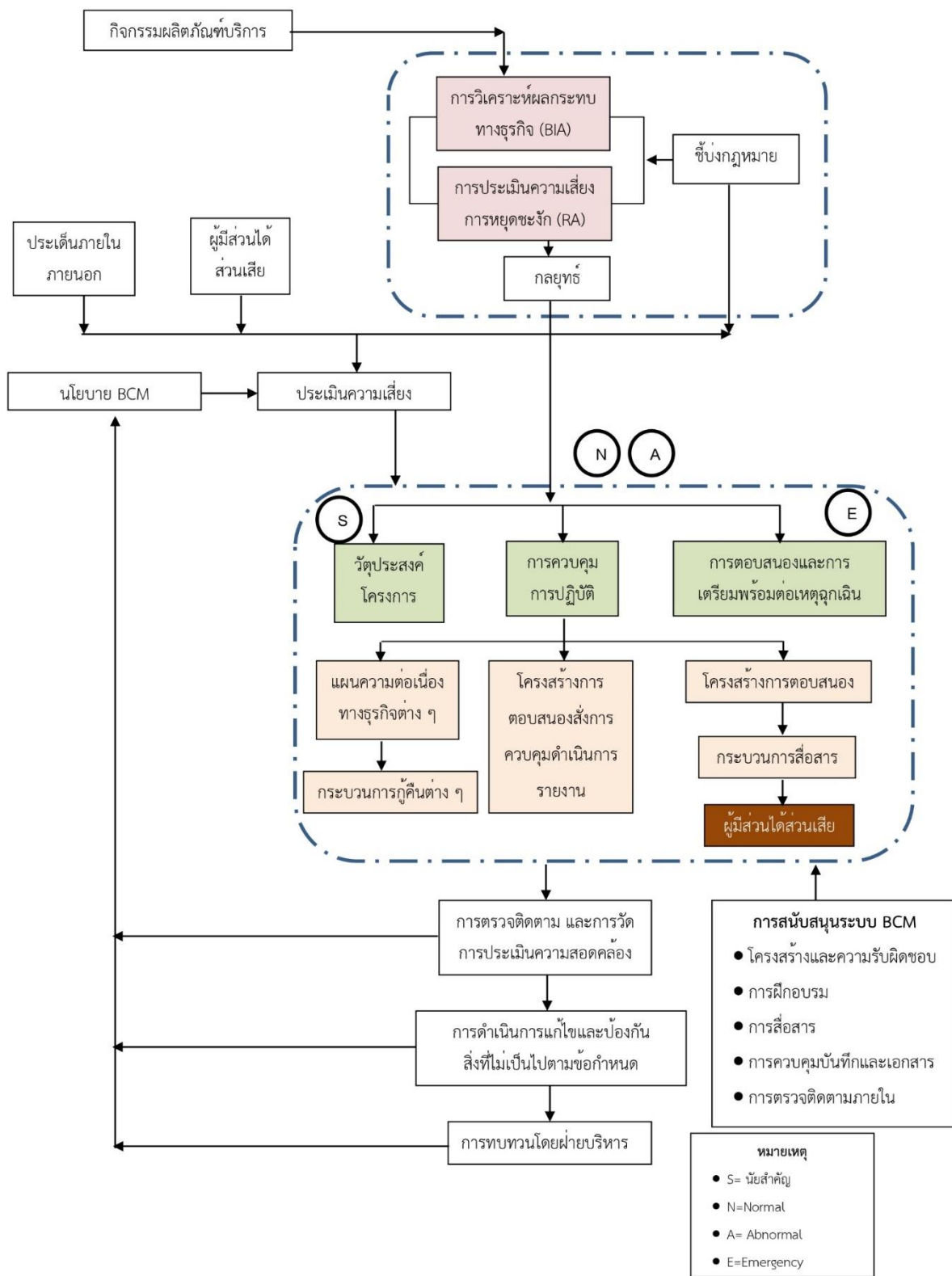
องค์การสุราฯ ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร ตามมาตรฐานสากล COSO ERM 2017: Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance และหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยตระหนักถึงปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ครอบคลุมทุกด้านในการดำเนินงาน ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยงฯ มีการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และปฏิบัติตามกฎระเบียบ (GRC) ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร การวิเคราะห์ประเมิน กำหนดมาตรการและกระบวนการจัดการความเสี่ยง โดยการระบุประเภทของความเสี่ยงและกำหนดมาตรการควบคุมและการบรรเทาที่เหมาะสม เพื่อลดความรุนแรงที่จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรและเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สามารถบรรลุภารกิจ วิสัยทัศน์ที่กำหนดตามยุทธศาสตร์ขององค์การสุราฯ ทั้งนี้ องค์การสุราฯ ยังมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดการบูรณาการการกำหนดกลยุทธ์และผลการดำเนินการให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่มีเป้าหมายเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

ความเสี่ยงหลักของการดำเนินธุรกิจขององค์การสุราฯ คือ ต้นทุนการขายสินค้าสูงกว่าเป้าหมาย และมูลค่าการจำหน่ายอาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งมีผลให้เกิดความเสี่ยงที่ EBITDA ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย องค์การสุราฯ จึงจำเป็นต้องมีการประเมินความเสี่ยงด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์การสุราฯ เป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ปีงบประมาณ 2567



กระบวนการในระบบบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCMS Process)



ปัจจัยยั่งยืนขององค์การสุราฯ

องค์การสุราฯ กำหนดปัจจัยยั่งยืนโดยพิจารณาปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs ขององค์การสหประชาชาติ ประเด็นพื้นฐานด้านความยั่งยืนใน 3 มิติสำคัญ ESG (Environment, Social, and Governance) และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sustainable Economic Philosophy: SEP) พร้อมทั้งได้มีการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกต่อปัจจัยความยั่งยืน โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

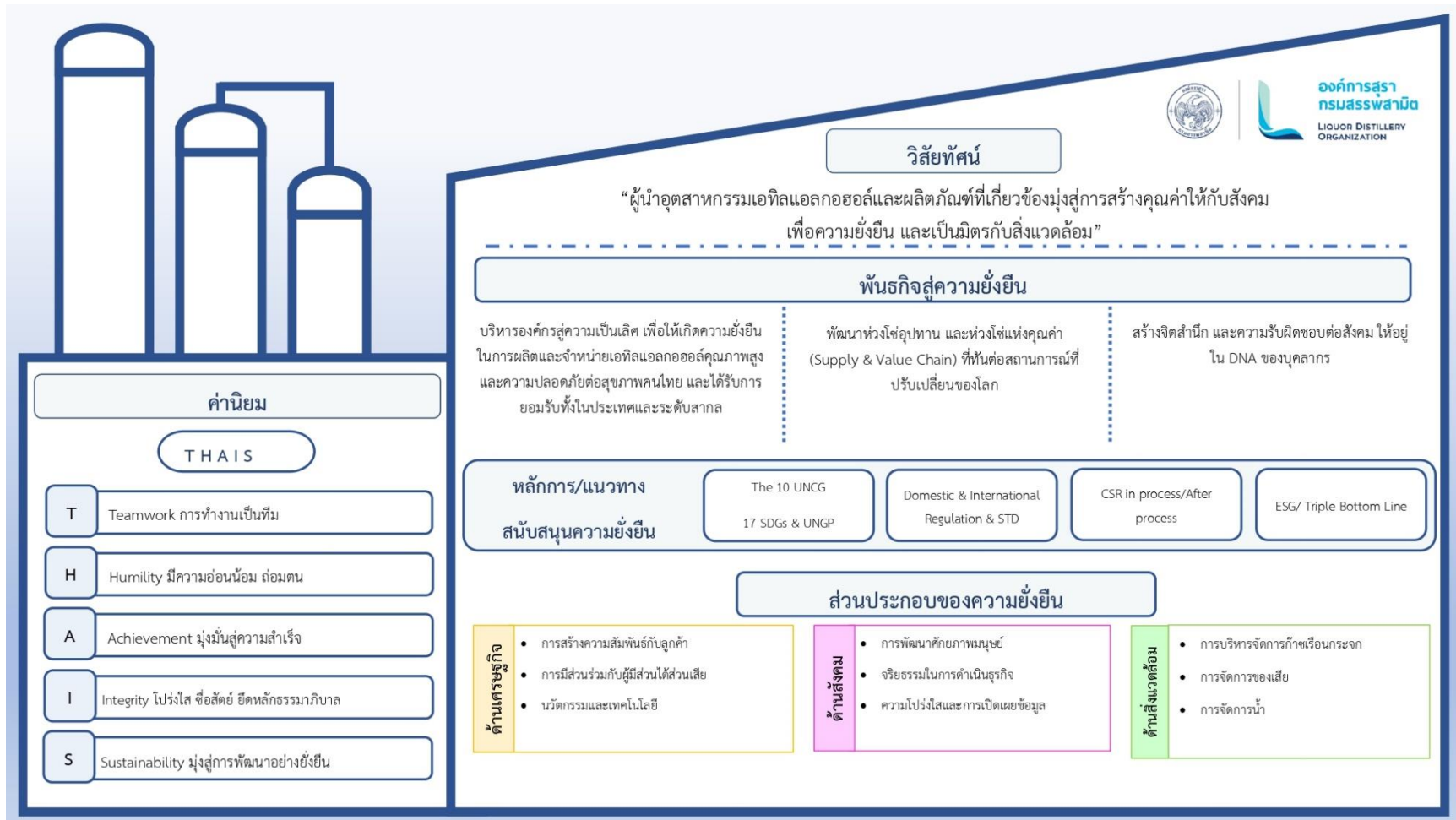
1. การระบุปัจจัยความยั่งยืน องค์การสุราฯ ระบุประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) โดยพิจารณาจากกลยุทธ์ ความเสี่ยง ความท้าทาย ตัวชี้วัดมาตรฐานของ GRI แนวโน้มของธุรกิจโลก ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงประเด็นต่าง ๆ จากหน่วยงานที่มีการดำเนินงานใกล้เคียงกับองค์การสุราฯ มาจัดเป็นกลุ่มประเด็นอันเป็นการนำไปสู่การบริหารจัดการขององค์กรได้อย่างเหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

2. การจัดลำดับความสำคัญ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยความยั่งยืนที่องค์การสุราฯ ระบุ ด้วยการให้คะแนน โดยคำนึงถึงปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ (1) ลำดับความสำคัญต่อองค์การสุราฯ และ (2) ลำดับความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. การวิเคราะห์ปัจจัยความยั่งยืน รวบรวมผลการประเมินเพื่อวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของประเด็นปัจจัยความยั่งยืน โดยเปรียบเทียบความสำคัญขององค์การสุราฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

4. นำปัจจัยความยั่งยืนที่มีระดับความสำคัญและมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องบริหารจัดการมาเป็นปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผนการดำเนินงานการพัฒนาความยั่งยืน การทบทวนแผนยุทธศาสตร์องค์กรและแผนปฏิบัติการประจำปีขององค์การสุราฯ รวมถึงการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปีตามมาตรฐานการรายงานของ GRI (GRI Standards)

กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development framework)



ความสัมพันธ์ของปัจจัยยั่งยืนขององค์การสุราฯ กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs ขององค์การสหประชาชาติ
ประเด็นพื้นฐานด้านความยั่งยืนใน 3 มิติสำคัญ ESGและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sustainable Economic Philosophy: SEP)

ประเด็นที่ส่งผลต่อความยั่งยืน

- นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ
- การพัฒนาศักยภาพมนุษย์
- การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ
- การวิจัยและพัฒนา
- การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- การกำกับดูแลกิจการ
- การจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- การจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานต้นน้ำ
- การใช้วัตถุดิบและเชื้อเพลิงอย่างยั่งยืน
- การพัฒนาชุมชนและสังคม
- การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การจัดการคุณภาพอากาศ
- สุขภาพและความปลอดภัย
- จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล
- ความหลากหลายทางชีวภาพ
- การจัดการของเสีย
- การบริหารแรงงาน
- สิทธิมนุษยชน
- การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นสำคัญ

- การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- การวิจัยและพัฒนา
- การพัฒนาศักยภาพมนุษย์
- จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานต้นน้ำ
- การจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- การจัดการของเสีย

ประเด็นสำคัญในแต่ละด้าน

ด้านเศรษฐกิจ	
<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า • การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย • นวัตกรรมและเทคโนโลยี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. ปรับปรุงพัฒนาการผลิตและผลิตภัณฑ์ และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจองค์กร
ด้านสังคม	
<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาศักยภาพมนุษย์ • จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ • ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล 	<ol style="list-style-type: none"> 3. การมุ่งมั่นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 4. การกำกับดูแลองค์กรที่ดี
ด้านสิ่งแวดล้อม	
<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก • การจัดการของเสีย • การจัดการน้ำ 	<ol style="list-style-type: none"> 5. การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม

กลยุทธ์

ด้านการพัฒนาความยั่งยืน

ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กร

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์
ยุทธศาสตร์ที่ 1. 1.มีรายได้มั่นคงสม่ำเสมอ 2.มีการเติบโตของรายได้ 3.ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจพึงพอใจต่อการบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความมั่นคงด้านการเงิน 2. ตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
ยุทธศาสตร์ที่ 2. มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการบริหารจัดการมาประยุกต์ใช้	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีประสิทธิภาพในการแข่งขันในระดับประเทศและภูมิภาค 2. มีความมั่นคงของธุรกิจแอลกอฮอล์ อันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น
ยุทธศาสตร์ที่ 4. มีกฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ เกื้อหนุนให้การดำเนินการทางธุรกิจแอลกอฮอล์มีความเข้มแข็งยั่งยืน	ธุรกิจแอลกอฮอล์มีความเข้มแข็งยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 3. 1. บุคลากรมีสมรรถนะสูง ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านระดับสากล 2. มีมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล 3. มีธรรมาภิบาล โปร่งใส เป็นที่ยอมรับในระดับสากล 4. มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมภายในองค์กร	เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง มีมาตรฐานสากล และมีธรรมาภิบาล
ยุทธศาสตร์ที่ 5. 1. ธุรกิจขององค์การสุราฯ เป็นธุรกิจสีเขียวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. มีการสร้างคุณค่าให้กับสังคมผ่านกระบวนการทางธุรกิจขององค์การสุราฯ	การสร้างคุณค่าให้สังคมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายองค์การสุราฯ สอดคล้องกับสหประชาชาติ

ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainability Development Goals (SDGs) 4 เป้าหมาย ได้แก่



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เพื่อให้องค์การสุราฯ สามารถดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ให้บรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสมและวัดผลได้ องค์การสุราฯ จึงได้รวบรวม ประเมินและจัดลำดับความสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานจากข้อมูลที่ได้รับจากหน่วยงานระดับกอง/แผนก เพื่อที่องค์การสุราฯ จะมีแนวทางและวางแผนดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การสุราฯ มาจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามกรอบการดำเนินงานและห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การสุราฯ ที่บูรณาการกับยุทธศาสตร์และทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ในส่วนของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) นั้น องค์การสุราฯ เล็งเห็นความสำคัญและความเชื่อมโยงที่มีต่อการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดนโยบายให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวตามกฎหมาย รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการดำเนินงานและไม่ควรกระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้น พร้อมทั้งจัดให้มีการเปิดเผยนโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลไกการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินการตามนโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้ในรายงานประจำปีด้วย โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียขององค์การสุราฯ คณะกรรมการและผู้บริหารได้ร่วมกันพิจารณาคัดเลือกและจัดลำดับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์การสุราฯ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ลูกค้า
- 2) หน่วยงานเชิงนโยบาย
- 3) คู่ค้า ผู้ส่งมอบ พันธมิตร
- 4) ชุมชนและสังคม
- 5) บุคลากรภายในองค์การสุราฯ ทุกระดับ



การกำหนดระดับความสำคัญ ประเด็นความต้องการ และรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขององค์การสุรา กรมสรรพสามิต

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

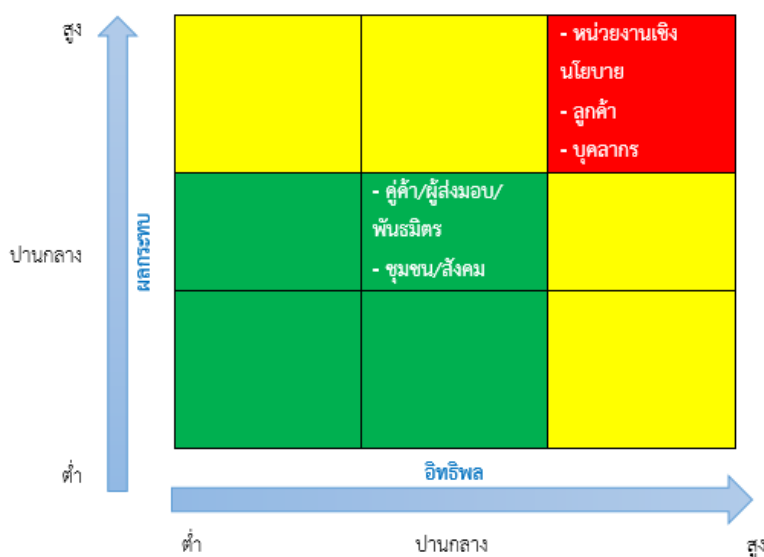
ลำดับความสำคัญและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ระดับความสำคัญ	ประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์
หน่วยงานเชิงนโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่องค์กรสูง - มีอิทธิพลต่องค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินการตามนโยบายและข้อสั่งการ - การจัดทำแผนและโครงการที่สำคัญ - การดำเนินงานเป็นไปตามแผน - การมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน - การให้ข้อมูลและรายงานข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมตอบสนอง - การร่วมประชุมหารือ - การเชิญผู้แทนเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการ - เสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่องค์กรสูง - มีอิทธิพลต่องค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพของผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ - การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายด้านแอลกอฮอล์ในส่วนที่ลูกค้าเกี่ยวข้อง - การสื่อสารประชาสัมพันธ์การจำหน่ายและการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลงพื้นที่พบปะ - สำรวจ/สอบถาม - การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมาย อีเมล Line สื่อ Online
คู่ค้า/ผู้สมทบ	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่องค์กรปานกลาง - มีอิทธิพลต่องค์กรปานกลาง 	<ul style="list-style-type: none"> - การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญา - ช่องทางติดต่อรับข้อร้องเรียน - การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมสัมมนา/อบรม - การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมาย อีเมล Line สื่อ Online
ชุมชน/สังคม	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่องค์กรปานกลาง - มีอิทธิพลต่องค์กรปานกลาง 	<ul style="list-style-type: none"> - ดูแลเฝ้าระวังผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยที่อาจมีผลต่อชุมชนละแวก ข้างเคียง - การมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน - การรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมสาธารณะ - ลงพื้นที่พบปะ
บุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลกระทบต่องค์กรสูง - มีอิทธิพลต่องค์กรสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - เงินเดือน สวัสดิการ - ความก้าวหน้าในอาชีพ - การจัดสรรอัตรากำลังให้เหมาะสมกับภาระงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมสัมมนา/อบรม

หมายเหตุ:

- ความมีผลกระทบต่องค์กร หมายถึง การมีผลต่อภาพลักษณ์ หรือผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่สำคัญ
- ความมีอิทธิพลต่องค์กร หมายถึง การมีอิทธิพลต่อทิศทางการดำเนินงานขององค์กร หรือการได้มาซึ่งงบประมาณองค์กร

และจากการทบทวนการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียองค์กรและความสัมพันธ์ของกระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้ทราบกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ ที่องค์การสุราฯ เลือกให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการภายในปีงบประมาณ ดังนี้



สรุปการจัดลำดับความสำคัญ (Stakeholder Mapping) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับความสำคัญ	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็น
1.	หน่วยงานเชิงนโยบาย	มีผลกระทบต่องค์สูง มีอิทธิพลต่องค์กรสูง
2.	ลูกค้า	มีผลกระทบต่องค์สูง มีอิทธิพลต่องค์กรสูง
3.	บุคลากร	มีผลกระทบต่องค์สูง มีอิทธิพลต่องค์กรสูง
4.	ลูกค้า/ผู้ส่งมอบ/พันธมิตร	มีผลกระทบต่องค์ปานกลาง มีอิทธิพลต่องค์กรต่ำ
5.	ชุมชน/สังคม	มีผลกระทบต่องค์ปานกลาง มีอิทธิพลต่องค์กรต่ำ

หมายเหตุ: จากการพิจารณาความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดให้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่องค์การสุราฯ อยู่ในระดับปานกลาง-สูง หรือสูง-ปานกลาง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญขององค์การสุราฯ
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่องค์การสุราฯ อยู่ในระดับสูง-สูง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ ที่องค์การสุราฯ เลือกให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์และบริหารจัดการภายในปีงบประมาณ

หัวข้อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

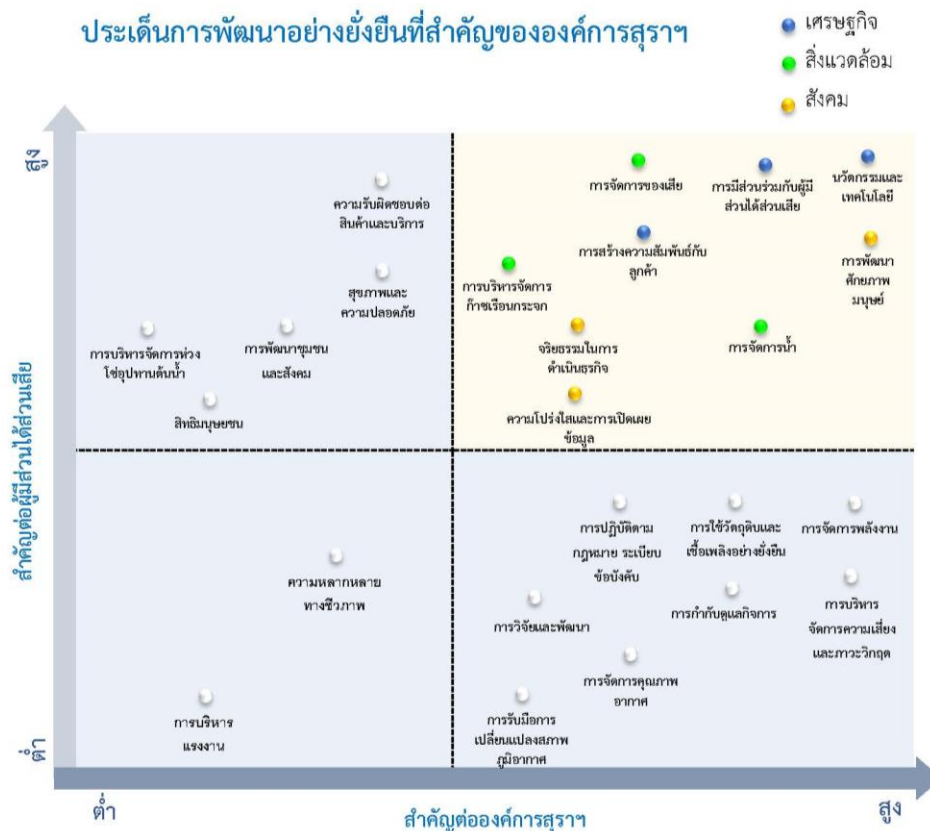
องค์การสุราฯ วิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ครอบคลุมตั้งแต่กิจกรรมการหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง และจัดจำหน่าย ประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสำรวจความคิดเห็น การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น รวมถึงวิเคราะห์ความสอดคล้องกับกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร องค์การสุราฯ มีประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กร 24 ประเด็นดังต่อไปนี้

- | | |
|--|---|
| 1) นวัตกรรมและเทคโนโลยี | 13) การใช้วัตถุดิบและเชื้อเพลิงอย่างยั่งยืน |
| 2) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ | 14) การพัฒนาชุมชนและสังคม |
| 3) การพัฒนาศักยภาพมนุษย์ | 15) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า |
| 4) การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ
ข้อบังคับ | 16) การจัดการคุณภาพอากาศ |
| 5) การวิจัยและพัฒนา | 17) สุขภาพและความปลอดภัย |
| 6) การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | 18) จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ |
| 7) การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต | 19) ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล |
| 8) การกำกับดูแลกิจการ | 20) ความหลากหลายทางชีวภาพ |
| 9) การจัดการน้ำ | 21) การจัดการของเสีย |
| 10) การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก | 22) การบริหารแรงงาน |
| 11) การจัดการพลังงาน | 23) สิทธิมนุษยชน |
| 12) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานต้นน้ำ | 24) การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพ
ภูมิอากาศ |



ประเด็นสาระสำคัญ

องค์การสุราฯ นำประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน จำนวน 24 ประเด็น มาจัดลำดับความสำคัญและแยกการพัฒนาความยั่งยืน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้



ผลการดำเนินงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปีงบประมาณ 2567

ลำดับ	โครงการ/แผนงาน	ยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2566-2570	ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน
1.	โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า(CRM)	1. สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	รักษาระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าให้คงเดิมหรือมากกว่าเดิม	ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้สำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการ ประจำปี 2567 คะแนนความพึงพอใจ อยู่ในระดับ 4.45 คะแนน ซึ่งสูงกว่าปีที่ผ่านมา

ลำดับ	โครงการ/แผนงาน	ยุทธศาสตร์ด้านการ มุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย 2566-2570	ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน
2.	โครงการส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพ บุคลากรและ คณะกรรมการ บริหารฯ เพื่อรองรับ การแข่งขันของ ธุรกิจแอลกอฮอล์	1. สร้างการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย (Stakeholder Engagement)	บุคลากรได้รับ การพัฒนาตาม แผนงานไม่น้อยกว่า 80%	องค์การสุราฯ ดำเนินการจัดอบรมพนักงาน โดยเน้นด้านที่กฎหมายกำหนด และระบบ มาตรฐานคุณภาพขององค์การสุราฯ และ ปรับรูปแบบการอบรมเป็น OJT และ Self- Learning ซึ่งการฝึกอบรมเป็นไปตามแผน 100%
3.	โครงการสร้างเสริม ความสัมพันธ์และ แสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	1. สร้างการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย (Stakeholder Engagement)	คะแนนความพึง พอใจของชุมชนและ สังคม	คะแนนความพึงพอใจของชุมชนและสังคมที่ มีต่อองค์การสุราฯ กรมสรรพสามิต ปีงบประมาณ 2567 อยู่ในระดับ 4.47 คะแนน อยู่ในระดับที่ดี
4.	แผนงานสำรวจ ความพึงพอใจและ ไม่พึงพอใจของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	1. สร้างการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย (Stakeholder Engagement)	ระดับความพึงพอใจ ≥ 4 คะแนน	1. ผลการสำรวจความพึงพอใจทั้ง 5 กลุ่ม ครั้งที่ 1 คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 คะแนน 2. ผลการสำรวจความพึงพอใจทั้ง 5 กลุ่ม ครั้งที่ 2 คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 คะแนน
5	แผนงานพัฒนา ฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	2. การพัฒนาระบบ บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)	ร้อยละความสำเร็จ ของแผน	ดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วน เสียในระบบ ERP ขอบข่ายเฉพาะกลุ่มลูกค้า/ ผู้ส่งมอบ สามารถแยกประเภท ผู้ประกอบการเป็นกลุ่ม
6	แผนงานการรับฟัง ความคิดเห็นของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	2. การพัฒนาระบบ บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (Stakeholder Management System)	รายงานผลการ สำรวจความคิดเห็น ของผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มีการจัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย 2 วัน คือวันที่ 30 พ.ย. 2566 และวันที่ 6 ธ.ค. 2566 ครอบคลุมทั้ง 5 กลุ่ม

ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ

ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เทียบประมาณการ ปีงบประมาณ 2567 (ล้านบาท)



(ล้านบาท)



ยอดจำหน่ายเดือนกันยายน 2567			
	ประมาณการ	จำหน่ายจริง	
จำนวน (ลิตร)	1.45 ล้านลิตร	1.50 ล้านลิตร	▲ 3.09%
มูลค่า (ล้านบาท)	64.95 ล้านบาท	67.38 ล้านบาท	▲ 3.74%

ยอดจำหน่ายปีงบประมาณ 2567 (12 เดือน)			
	ประมาณการ	จำหน่ายจริง	
จำนวน (ลิตร)	17.32 ล้านลิตร	18.69 ล้านลิตร	▲ 7.91%
มูลค่า (ล้านบาท)	776.95 ล้านบาท	835.42 ล้านบาท	▲ 7.53%

การดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด ปีงบประมาณ 2567

งานสัมมนาลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567

วันที่ 6 ธันวาคม 2566 ณ Vie Hotel Bangkok งบประมาณ : 250,000 บาท



ผู้เข้าร่วมงานกลุ่มลูกค้า 85 คน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 25 คน และพนักงาน องค์การสุราฯ 25 คน ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59 คิดเป็นร้อยละ 91.8

จัดงานกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ร่วมกับลูกค้ารายสำคัญ

วันที่ 13-14 กันยายน 2567 ณ จังหวัดระยอง งบประมาณ : 500,000 บาท



ความพึงพอใจในภาพรวมของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)

ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 4.94 คิดเป็นร้อยละ 98.82

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 60 คน

การดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด ปีงบประมาณ 2567



ออกพบเยี่ยมเยียนลูกค้า ปีงบประมาณ 2567
จำนวน 118 ราย



รับฟังเสียงของลูกค้า
จำนวน 584 ราย



118 ราย

421 ราย



35 ราย

10 ราย



กิจกรรมสนับสนุนของรางวัลตามเทศกาล
ให้กับลูกค้า

งบประมาณ : 17,000 บาท



กิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์

- LAB SUMMIT 2024 (2 ต.ค. 2567)

- TIPA (พ.ย. 2567)

งบประมาณ : 89,880 บาท



- ❖ บริการจัดส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ
- ❖ ส่งซื้อสินค้าด้วยเงินสด



ตัวแทนจำหน่ายขององค์การสุรา

ปีงบประมาณ 2567 แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพิ่ม 3 ราย

ปัจจุบันองค์การสุรา มีตัวแทนจำหน่ายรวม 13 ราย

งบประมาณ : 15,000 บาท



Facebook : LDO.fanclub : จำนวน 18 content

LINE Official Account : @LDOfanclub : จำนวน 43 content

IG จำนวน 10 content

TIKTOK จำนวน 4 content

Website : www.liquor.or.th

งบประมาณ : 17,225.08 บาท



ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือรายงานประจำปี 2566 อุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

2. หนังสือพิมพ์ เฟรช นิวส์ โหมส อธิบดีพิเศษ ครบรอบ 92 ปี "กรมสรรพสามิต"

งบประมาณ : 40,100 บาท



เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

จำนวน 2 ช่องทาง : แอปพลิเคชันพร้อมส่ง และ แอปพลิเคชันพร้อมส่ง

- ❖ MOUกับหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- ❖ ส่งหนังสือประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด ปีงบประมาณ 2567

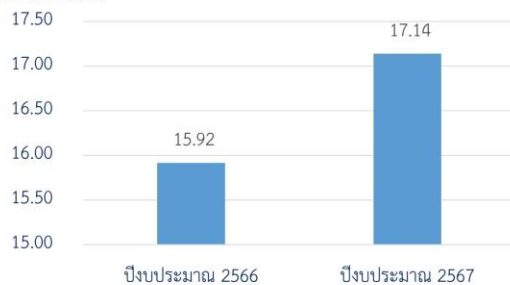


➤ สรุปการใช้งบประมาณตามแผนปฏิบัติการด้านการตลาด ปี 2567

โครงการ	งบประมาณ 2567 ที่ขออนุมัติ	งบประมาณ 2567 (ใช้จริง)
1. โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)	1,200,000 บาท	784,255 บาท
2. โครงการการตลาดเชิงรุก	1,500,000 บาท	221,211 บาท
3. โครงการสำรวจความพึงพอใจพฤติกรรมผู้บริโภค	500,000 บาท	470,000 บาท
รวม	3,200,000	1,475,466 บาท

❖ โครงสร้างราคาตัวแทนจำหน่าย (เริ่มประกาศใช้เมื่อ 1 ม.ค. 2567)

(หน่วย : ล้านบาท)



ยอดจำหน่ายลูกค้าตัวแทนจำหน่าย ปี 2567 เทียบ ปี 2566

❖ ขนส่งสินค้าผ่าน ปณต (เริ่มให้บริการเมื่อ 30 พ.ค. 2567)

มีลูกค้าใช้บริการจำนวน 59 ราย

ลำดับ	รายการ	จำนวน	บาท	รวม
1	ABSOLUTE L. ขนาด 2.5 ลิตร	5	2,000.00	10,000.00
2	ABSOLUTE L. ขนาด 450 ml	2	2,000.00	4,000.00
3	S. CLEAN SOLUTION PLUS : ตัว 1.8 ลิตร	1	860.00	860.00
4	S. CLEAN SOLUTION PLUS : ตัว 5 ลิตร	5	300.00	1,500.00
5	S. CLEAN SOLUTION PLUS ขนาด 250 ml	10	129.00	1,290.00
6	S. PURE 95 : ขนาด 450 ml	8	450.00	3,600.00
7	S. PURE 95 : ตัว 1.8 ลิตร	21	1,025.00	21,525.00
8	S. PURE 95 : ตัว 1.8 ลิตร (ขวด)	4	1,025.00	4,100.00
9	S. PURE 95 : ตัว 200 ลิตร	1	11,094.00	11,094.00
10	S. PURE 95 : ตัว 1.8 ลิตร	10	1,025.00	10,250.00
11	S. PURE 95 : ตัว 1.8 ลิตร	16	1,900.00	30,400.00
12	S. PURE 95 : ตัว 1.8 ลิตร	11	920.00	10,120.00
13	S. PURE 95 : ตัว 5 ลิตร	5	310.00	1,550.00
14	LAB L. ขนาด 2.5 ลิตร	5	2,200.00	11,000.00
รวม				112,789.00

มูลค่าการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และ
จัดส่งทาง ปณต
(พ.ค.-ก.ย. 2567)

รวม 112,789 บาท

❖ มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์

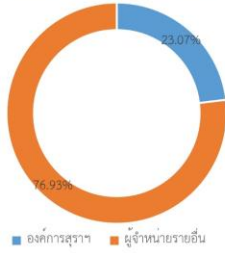
ช่องทาง LINE Official Account (@LDOfanclub)	ปีงบประมาณ (หน่วย : บาท)	2564	2565	2566	2567
มูลค่าการสั่งซื้อ (ไม่รวม VAT)		471,962.90	2,531,757.88	3,215,793.53	4,389,461.15

ผลการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด ปีงบประมาณ 2567



องค์การสุรา
กรมสรรพสามิต
LIQUOR DISTILLERY
ORGANIZATION

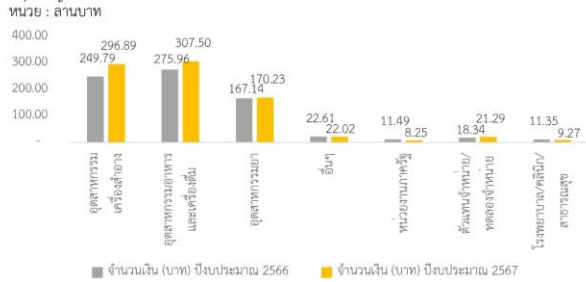
ส่วนแบ่งการตลาดเอทานอลขององค์การสุรา ปี 2566 จากข้อมูลกรมสรรพสามิต



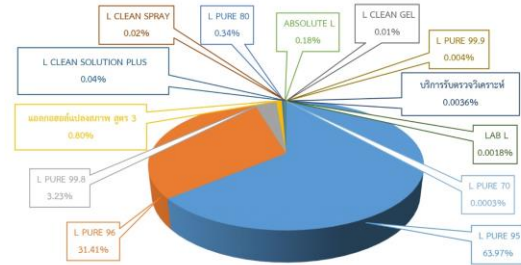
- องค์การสุรา 23.07%
- ผู้จำหน่ายรายอื่น 76.93%
 - เอทานอลนำเข้า 56.10%
 - เอทานอลส่งออก 10.30%
 - เอทานอลใช้ในอุตสาหกรรม และการแพทย์ 33.6%

กลุ่มลูกค้า	รายชื่อลูกค้ารายสำคัญลำดับแรก	สัดส่วนมูลค่าการจำหน่าย ลูกค้ารายสำคัญ เทียบยอดขายรวม
เครื่องสำอาง	บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (ไทย) จำกัด	31.03%
อาหาร	บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)	5.36%
เครื่องดื่ม	บริษัท สยาม ไวน์เอวี จำกัด	5.73%
โรงพยาบาลและยา	องค์การเภสัชกรรม (จ.ปทุมธานี)	6.79%
หน่วยงานภาครัฐ	การยาสูบแห่งประเทศไทย (ยสท)	0.38%
ตัวแทนจำหน่าย	บริษัท อมรินทร์ เอทานอล จำกัด	1.15%
อื่น ๆ	บริษัท ฟินเจน อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด	0.37%

แผนภูมิแสดงยอดขายหน่วยตามกลุ่มอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2567 (12ค.) เทียบปี 2566



แผนภูมิแสดงสัดส่วนการจำหน่ายตามผลิตภัณฑ์ปีงบประมาณ 2567 (12ค.)



รายได้จากการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2566



องค์การสุรา
กรมสรรพสามิต
LIQUOR DISTILLERY
ORGANIZATION



ปี 2567

18.69 ล้านลิตร

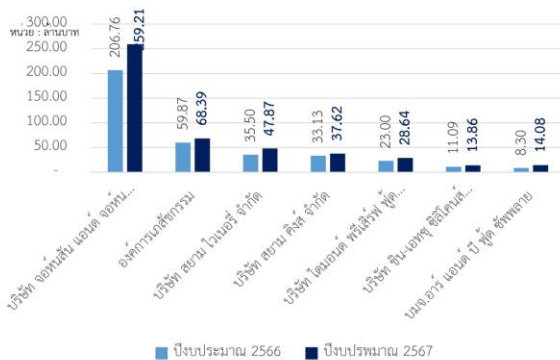


835.42 ล้านบาท



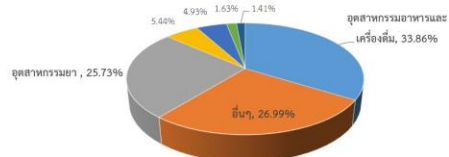
58.99 ล้านบาท

ลูกค้าเดิมมียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2566



19.79 ล้านบาท

ยอดขายจำหน่ายลูกค้าใหม่ (สะสม) ปี 2567



ลูกค้าใหม่	อุตสาหกรรม	ล้านลิตร	ล้านบาท
บริษัท สยามวินีการ จำกัด	อาหาร	0.04	1.79
บริษัท เคมีคอล โปรดักส์ จำกัด	อื่นๆ	0.02	0.88
บริษัท เค แอล ดี จำกัด	เครื่องดื่ม	0.01	0.50
บริษัท เซอร์วิส แพค แมนูแฟเจอริง จำกัด	อื่นๆ	0.01	0.31
ร้านน้ำกลั่นบริสุทธิ์ หยกน้ำ	อื่นๆ	0.004	0.24
บริษัท โอเรียนท์อินโนเวชั่น จำกัด	เครื่องสำอาง	0.004	0.22
บริษัท ทีเอ็นอาร์ โบโอโซเนียนซ์ จำกัด	ยา	0.002	0.11

สรุปผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567



ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการ

กลยุทธ์ที่ 1.1 ส่วนแบ่งทางการตลาดเอทิลแอลกอฮอล์ ปี 2566 23.07%
การตลาดเชิงรุก อ้างอิงข้อมูลปี 2566 ข้อมูลจากกรมสรรพสามิต ปี 2565 22.50% (เป็นไปตามเป้าหมาย)

กลยุทธ์ที่ 1.2 ยอดขายจากลูกค้าใหม่ ปี 2567 321 ราย ▲ 38.96%
พัฒนาตลาดใหม่และขยายโอกาสทางธุรกิจ ปี 2566 231 ราย (เป็นไปตามเป้าหมาย)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับความพึงพอใจการใช้บริการ

กลยุทธ์ที่ 2.1 การใช้โอกาสในการทราบดีจาก มูลค่ายอดขายรวมของลูกค้ากลุ่มเดิม (รักษารฐานลูกค้า) ปี 2567 เป้าหมาย : รักษาฐานลูกค้า 95% จากปี 2566 ผลการดำเนินงาน : 112.78%
ผลิตภัณฑ์และบริการ (เป็นไปตามเป้าหมาย)

กลยุทธ์ที่ 2.2 การบริการที่เป็นเลิศ คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ปี 2567 ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.45 ▲ 2.77%
ปี 2566 ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.33 (เป็นไปตามเป้าหมาย)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

กลยุทธ์ 3.1 ส่งเสริมการขึ้นนวัตกรรมและ เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงานและสื่อสาร ประสิทธิภาพ เพิ่มช่องทางจำหน่าย การบริการ หรือการประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล



1. แอปพลิเคชันพร้อมส่ง
2. แอปพลิเคชันพร้อมส่ง

กลยุทธ์ 3.2 เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทาง การตลาด ผู้กดติดตามสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น ปี 2567 มีผู้กดติดตามสื่อออนไลน์ 12,818 ราย ▲ 6.53%
ปี 2566 มีผู้กดติดตามสื่อออนไลน์ 12,032 ราย (เป็นไปตามเป้าหมาย)

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567



โครงการการตลาดเชิงรุก

ผลผลิต (Output) เพิ่มจำนวนลูกค้า (ลูกค้ารายใหม่) จากปี 2566 ปี 2567 321 ราย ▲ 38.96%
ปี 2566 231 ราย (เป็นไปตามเป้าหมาย)

ผลลัพธ์ (Outcome) รายได้จากการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ปี 2567 835.45 ลบ. ▲ 10.41%
ปี 2566 756.67 ลบ. +78.78 ล้านบาท (เป็นไปตามเป้าหมาย)

ตัวชี้วัด 1. ส่วนแบ่งทางการตลาดเอทิลแอลกอฮอล์ ปี 2566 23.07%
อ้างอิงข้อมูลปี 2566 ข้อมูลจากกรมสรรพสามิต ปี 2565 22.50% (เป็นไปตามเป้าหมาย)

2. ยอดขายจากลูกค้ารายใหม่ (มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ล้านบาท/ปี) ปี 2567 3.39 ลบ. รวมยอดลูกค้าใหม่
ปี 2566 3.00 ลบ. รวมยอดลูกค้าใหม่ 321 ราย ▲ 12.67%
ปี 2566 2.79 ล้านบาท (เป็นไปตามเป้าหมาย)

3. เพิ่มช่องทางจำหน่าย การบริการ หรือการประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (จำนวน 2 ช่องทาง) ปี 2567 มีผู้กดติดตามสื่อออนไลน์ 12,818 ราย ▲ 6.53%
ปี 2566 มีผู้กดติดตามสื่อออนไลน์ 12,032 ราย (เป็นไปตามเป้าหมาย)

4. เพิ่มการรับรู้ในตราสินค้า โดยมีผู้กดติดตามสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น (มากกว่าร้อยละ 5) ปี 2567 มีผู้กดติดตามสื่อออนไลน์ 12,818 ราย ▲ 6.53%
ปี 2566 มีผู้กดติดตามสื่อออนไลน์ 12,032 ราย (เป็นไปตามเป้าหมาย)

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567



องค์การสุรา
กรมสรรพสามิต
LIQUOR DISTILLERY
ORGANIZATION

โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)

ผลผลิต (Output)	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นจากปี 2566	ปี 2567	ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.45	▲ 2.77%
		ปี 2566	ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.33	(เป็นไปตามเป้าหมาย)
ผลลัพธ์ (Outcome)	รายได้จากการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปี 2566	ปี 2567	835.45 ลบ.	▲ 10.41%
		ปี 2566	756.67 ลบ.	+78.78 ล้านบาท (เป็นไปตามเป้าหมาย)
ตัวชี้วัด	รักษารฐานลูกค้าจากมูลค่ายอดขายรวมของลูกค้ากลุ่มเดิม (ร้อยละ 95 จากปี 2566)	ปี 2567	ฐานลูกค้าเดิม ปี 2566	756.67 ล้านบาท
			ยอดจำหน่ายรวม ปี 2567	835.45 ล้านบาท
			ยอดลูกค้าใหม่ (สะสม) ปี 2567	19.79 ล้านบาท
			รักษารฐานลูกค้าเดิม ปี 2567	815.66 ล้านบาท (คิดเป็น 112.78% เทียบปี 2566)
			ปี 2567 ฐานลูกค้าเดิมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปี 2566	58.99 ล้านบาท

โครงการสำรวจความพึงพอใจพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลผลิต (Output)	ได้รับรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ปี 2567	ได้รับรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประจำปี 2567	
ผลลัพธ์ (Outcome)	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นจากปี 2566	ปี 2567	ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.45	▲ 2.77%
		ปี 2566	ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.33	(เป็นไปตามเป้าหมาย)
ตัวชี้วัด	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย (ไม่น้อยกว่า 3.90)	ปี 2567	ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.45	▲ 2.77%
		ปี 2566	ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4.33	(เป็นไปตามเป้าหมาย)

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2567



องค์การสุรา
กรมสรรพสามิต
LIQUOR DISTILLERY
ORGANIZATION

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด	งบประมาณ 2566	ตัวชี้วัดโครงการ/ผลดำเนินงาน
1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการ	-	1. ส่วนแบ่งทางการตลาดเอทิลแอลกอฮอล์เป็นสัดส่วน 22.5% / 23.07% 2. จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นจากปีฐาน / เพิ่มขึ้น 38.96% จากปีฐาน
2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับความพึงพอใจการใช้บริการ	-	1.รักษารฐานลูกค้าเดิม 95% จากปีฐาน / <u>112.78%</u> 2. คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นจากปี 2566 / เพิ่มขึ้น 2.77%
3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	-	1.เพิ่มช่องทางจำหน่าย การบริการ หรือการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ≥ 1 ระบบ/ปี / 2 ระบบ/ปี 2.เพิ่มการรับรู้ตราสินค้า ผู้ติดตามสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น 5% จากปีฐาน / 6.53%
โครงการตามแผนปฏิบัติการ	งบประมาณ 2566	ตัวชี้วัดโครงการ/ผลดำเนินงาน
1. โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)	1,200,000 บาท (จ่ายจริง 784,255 บาท)	1.รักษารฐานลูกค้าเดิม 95% จากปีฐาน / <u>112.78%</u> 2.คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นจากปี 2566 / เพิ่มขึ้น 2.77% 3.รายได้จากการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปี 2566 / เพิ่มขึ้น 10.41%
2. โครงการการตลาดเชิงรุก	1,500,000 บาท (จ่ายจริง 221,211 บาท)	1. ส่วนแบ่งทางการตลาดเอทิลแอลกอฮอล์เป็นสัดส่วน 22.5% / 23.07% 2. ยอดขายจากลูกค้ารายใหม่ 3 ล้านบาท/ปี / 19.79 ล้านบาท/ปี 3. เพิ่มช่องทางจำหน่าย การบริการ หรือการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ≥ 1 ระบบ/ปี / 2 ระบบ/ปี 4. เพิ่มการรับรู้ตราสินค้า ผู้ติดตามสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น 5% จากปีฐาน / 6.53%
3. โครงการสำรวจความพึงพอใจพฤติกรรมผู้บริโภค	500,000 บาท (จ่ายจริง 500,000 บาท)	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าไม่น้อยกว่า 3.90 / คะแนนที่ได้ 4.45

ความยั่งยืนด้านสังคม

ด้านสิทธิมนุษยชนและการดูแลบุคลากร

องค์การสุราฯ ปฏิบัติดูแลกับ "พนักงานและลูกจ้างทุกคน" อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมตามสิทธิมนุษยชน โดยคำนึงถึงผลลัพธ์ระยะยาวทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นไปที่การดึงดูด รักษา และพัฒนาพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีศักยภาพในการดำเนินงาน สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีความสุขมีคุณภาพชีวิตดีในการทำงาน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและดี รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยให้บริการน้ำประปาที่สะอาด ปลอดภัยและทั่วถึง เพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม ส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การจ้างงาน/ร่วมงานกับองค์การสุราฯ

องค์การสุราฯ สรรหาและคัดเลือกบุคลากรจากภายนอกเข้าร่วมงานกับองค์กรอย่างเท่าเทียม ไม่มีการเลือกปฏิบัติทั้งในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว เพศ หรือความบกพร่องทางด้านร่างกาย โดยจะพิจารณาถึงความเหมาะสมในด้านความรู้ความสามารถและความประพฤติเป็นสำคัญ

ข้อมูลบุคลากร

กรอบโครงสร้าง 210 อัตรา

ปฏิบัติงาน พนักงานประจำ 151 คน

พนักงานสัญญาจ้าง 1 คน

ชาย 88 คน

หญิง 64 คน

พนักงาน ระดับ 2 จำนวน 15 คน

พนักงาน ระดับ 3 จำนวน 30 คน

พนักงาน ระดับ 4 จำนวน 57 คน

พนักงาน ระดับ 5 จำนวน 21 คน

พนักงาน ระดับ 6 จำนวน 7 คน

พนักงาน ระดับ 7 จำนวน 11 คน

พนักงาน ระดับ 8 จำนวน 7 คน

พนักงาน ระดับ 9 จำนวน 1 คน

พนักงาน ระดับ 10 จำนวน 2 คน

เงินเดือนเฉลี่ย 35,694 บาท

ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย ประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีจำนวน 32 คน

2. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีจำนวน 25 คน

3. ปริญญาตรี มีจำนวน 79 คน

4. ปริญญาโท มีจำนวน 15 คน

5. ปริญญาเอก มีจำนวน 1 คน

ช่วงอายุพนักงาน

51 ปี ขึ้นไป = 59 คน

41 - 50 ปี = 25 คน

31 - 40 ปี = 37 คน

24 - 30 ปี = 31 คน

อายุเฉลี่ยพนักงาน : อายุสูงสุด 60 ปี / ต่ำสุด 25 ปี

เฉลี่ยอายุทั้งหมด 46 ปี

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

องค์การสุราฯ ให้ความสำคัญในสิทธิความเป็นส่วนตัวและดำเนินการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีความปลอดภัย ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เพื่อสร้างความตระหนักรู้และป้องกันไม่ให้เกิดเหตุละเมิดหรือรั่วไหลของข้อมูลข่าวสารที่อยู่ภายในความครอบครองขององค์การสุราฯ

ผลการจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างพฤติกรรมของพนักงานตามคู่มือจริยธรรมจรรยาบรรณ

ในปีงบประมาณ 2567 องค์การสุราฯ มีการดำเนินการด้านจริยธรรมจรรยาบรรณ ดังนี้

1) คณะกรรมการบริหารกิจการขององค์การสุราฯ และคณะอนุกรรมการกำกับดูแลที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ จัดให้มั่นนโยบายและคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณ และให้กำกับดูแลและส่งเสริมให้องค์การสุราฯ ดำเนินการตามนโยบายและคู่มือ มีการเผยแพร่ประมวลจริยธรรมผ่านไลน์สื่อสารองค์กร อีเมลองค์กร ผู้บริหารและพนักงานองค์การสุราฯทุกคนมีความรู้ความเข้าใจแนวทางการปฏิบัติตัวตามประมวลจริยธรรมซึ่งในปีงบประมาณ 2567 องค์การสุราฯ มีการประเมินคุณภาพและประสิทธิผลของกระบวนการจัดให้มีและส่งเสริมพฤติกรรมตามคู่มือจริยธรรมจรรยาบรรณ และนำผลการประเมินมาปรับปรุงนโยบายและคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณ พ.ศ. 2567 ได้นำเสนอคณะอนุกรรมการกำกับดูแลฯ ให้ความเห็นชอบการทบทวนนโยบายและคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณ พ.ศ. 2567 ในการประชุมครั้งที่ 2/2567 วันที่ 23 กรกฎาคม 2567 และคณะกรรมการบริหารฯ รับทราบการทบทวน ในการประชุมคณะกรรมการบริหารฯ ครั้งที่ 8/2567 เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2567

2) องค์การสุราฯ มีการสำรวจและจัดทำรายงานผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานตามคู่มือจริยธรรมจรรยาบรรณปี 2567

3) องค์การสุราฯ จัดทำมาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใสภายในหน่วยงานขององค์การสุราฯ กรมสรรพสามิต ประจำปี พ.ศ. 2567 ซึ่งมีแผนประจำปี 2567 กำหนดแนวทางการกำกับติดตามให้นำไปสู่การปฏิบัติการและรายงานผล พร้อมทั้งจัดทำรายงานผลการดำเนินการตามมาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใสภายในหน่วยงานขององค์การสุราฯ กรมสรรพสามิต ประจำปี พ.ศ. 2567

4) องค์การสุราฯ มีกิจกรรมที่เสริมสร้างพฤติกรรมของพนักงานตามคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจขององค์การสุราฯ อย่างสม่ำเสมอ พ.ศ. 2567 ตามรายงานรายงานผลการดำเนินการจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างพฤติกรรมของพนักงาน ตามคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจขององค์การสุราฯ พ.ศ. 2567

นอกจากนี้ องค์การสุราฯ สร้างวัฒนธรรม NO GIFT POLICY แสดงให้เห็นถึงการปลูกจิตสำนึก สร้างวัฒนธรรมให้เจ้าหน้าที่ให้การปฏิเสธการรับของขวัญและของกำนัลทุกชนิดจากการปฏิบัติหน้าที่ผ่านกิจกรรมการต่อต้านการทุจริตสร้างความสัมพันธ์ โดยใช้การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook องค์การสุรา กรมสรรพสามิต Liquor Distillery Organization เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2567 สร้างวัฒนธรรม NO GIFT POLICY แสดงให้เห็นถึงการปลูกจิตสำนึกสร้างวัฒนธรรมให้เจ้าหน้าที่ให้การปฏิเสธการรับของขวัญและของกำนัลทุกชนิดจากการปฏิบัติหน้าที่ผ่านกิจกรรมการต่อต้านการทุจริตสร้างความสัมพันธ์ โดยใช้การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทาง ไลน์ LDO สื่อสารภายในองค์กร และลิงค์ EBOOK เรื่อง ค่านิยม (CORE VALUES) : <https://anyflip.com/zscez/recn> และองค์การสุราฯ ได้จัดงาน LDO Culture Day โดยมีการถ่ายทอด เผยแพร่ คู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณขององค์การสุราฯ และเสริมสร้างการรับรู้คุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมองค์กร ให้กับผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ณ อาคารอเนกประสงค์ องค์การสุรา กรมสรรพสามิต

กิจกรรมงาน LDO Culture Day



สรุปผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย	คะแนนการรับรู้ ค่านิยมองค์กรปี 2567 มากกว่า 4.0 คะแนน	ผลสำรวจความ ผูกพันของพนักงาน มากกว่า 4.0 คะแนน	ระดับความคิดเห็น พนักงานต่อปัจจัย ลักษณะงาน มากกว่า 4.0 คะแนน	คะแนน ITA โดยรวม มากกว่า 85 คะแนน
ผลดำเนินงาน	4.12 คะแนน	4.00 คะแนน	4.03 คะแนน	91.04 คะแนน

ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-efficiency) และประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์

ค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจขององค์การสุราฯ ปีบัญชี 2566 – 2567

ระดับการประเมิน	การคำนวณ	หน่วยต่อปี	ปีบัญชี	
			2566	2567
คุณค่าระบบ ผลิตภัณฑ์:	ปริมาณผลผลิต แอลกอฮอล์	ลิตร/ปี	177,723,175	16,652,819
ผลกระทบ สิ่งแวดล้อม:	การปล่อยก๊าซเรือน กระจกขององค์กร	tCO ₂ eq./ปี	18,673	16,263
ค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ		ลิตร/tCO ₂ eq.	949.13	1,023.97

พบว่า ค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจระดับองค์กรขององค์การสุราฯ ปีบัญชี 2566 – 2567 มีค่าเท่ากับ 949.13 และ 1,023.97 ลิตร/tCO₂eq. ตามลำดับ ซึ่งหมายถึง “การผลิตผลิตภัณฑ์ขององค์การสุราฯ 949.13 และ 1,023.97 ลิตร จะทำให้เกิดผลกระทบทางด้านภาวะโลกร้อน 1 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า”

ค่าแฟคเตอร์ขององค์การสุราฯ

การคำนวณ	หน่วยต่อปี	ปีบัญชี	
		2566 (ปีฐาน)	2567 (ปีปัจจุบัน)
ค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศ เศรษฐกิจ	ลิตร/tCO ₂ eq.	949.13	1,023.97
ค่าแฟคเตอร์	-	1.0000	1.0788

จะพบว่า ค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจระดับองค์กร ปีบัญชี 2567 มีค่าเท่ากับ 1,023.97 ลิตร/tCO₂eq. ในขณะที่ปีบัญชี 2566 มีค่าเท่ากับ 949.13 ลิตร/tCO₂eq. เมื่อคำนวณ ค่าแฟคเตอร์จะมีค่าเท่ากับ 1.0788 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการผลิตขององค์การสุราฯ ในปีบัญชี 2567 มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีฐาน

แผนงานการบริหารทรัพยากรน้ำ

ปริมาณน้ำดิบในบ่อกักเก็บน้ำดิบ ดังนี้

1. บ่อ 1 มีปริมาณน้ำกักเก็บ จำนวน 70,000 ลบ.ม.
 2. บ่อ 318 มีปริมาณน้ำกักเก็บ จำนวน 98,000 ลบ.ม.
 3. บ่อเช่า มีปริมาณน้ำกักเก็บ จำนวน 145,350 ลบ.ม.
- รวมทั้งหมด 313,350 ลบ.ม.
- คิดค่าสูญเสีย 30 % จะมีน้ำกักเก็บคงเหลือ 219,345 ลบ.ม.

ตารางข้อมูลการใช้งานน้ำของปีงบประมาณ 2567		
น้ำประปาโรงงาน, น้ำประปาผลิตน้ำ Soft และน้ำประปาบ้านพักและสำนักงาน		
เดือน	ปริมาณการใช้น้ำ (ม ³)	เทียบปริมาณแอลกอฮอล์ที่ผลิต (ลิตร)
ตุลาคม 2566	20,197	772,282
	20,197	
พฤศจิกายน 2566	21,318	1,119,649
ธันวาคม 2566	22,874	1,330,086
มกราคม 2567	18,358	893,596
กุมภาพันธ์ 2567	19,985	1,236,006
มีนาคม 2567	22,689	1,187,400
เมษายน 2567	17,728	841,971
พฤษภาคม 2567	24,440	1,273,320
มิถุนายน 2567	26,455	1,305,727
กรกฎาคม 2567	25,937	1,337,230
สิงหาคม 2567	26,788	1,245,987
กันยายน 2567	29,302	1,501,565
รวม	276,071	14,044,819
เฉลี่ยการใช้งานต่อเดือน	23,006	1,170,402

ในปีงบประมาณ 2567 องค์การสุราฯ มีการสูบน้ำจากคลองสาธารณะมาใช้ 6 เดือน และมีการสูบกักเก็บไว้ที่บ่อกักเก็บสำหรับไว้ใช้ช่วงฤดูน้ำกร่อยอีก 6 เดือน ตลอดทั้งปีจึงมีน้ำเพียงพอใช้ต่อการผลิตแอลกอฮอล์