

การกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose) และขอบเขต (Scope) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

การกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose) ในการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

การกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose) ของการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อมุ่งหมายให้ผู้มีส่วนได้เสีย ที่ได้ผ่านการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ ตาม Stakeholder Mapping ในปีนั้นๆ ให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันกับ ธพส. ผ่านยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสีย โดยเน้นใน 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : Hearing

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ให้ความสำคัญการรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์กร
กลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสีย การยกระดับการรับฟังความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : Important

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ การจัดลำดับความสำคัญผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร
กลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสีย การสร้าง Stakeholder in mind ภายในองค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : Participation

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยกระดับการมีส่วนร่วมและสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์กร
กลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสีย การยกระดับความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์กร

การกำหนดขอบเขต (Scope) ในการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

ในส่วนของขอบเขตการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียของ ธพส. ได้ถูกกำหนดและถ่ายทอดไว้ในบัตรคะแนนสมดุล (Balanced Scorecard) ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ โดยมีกระบวนการดังนี้

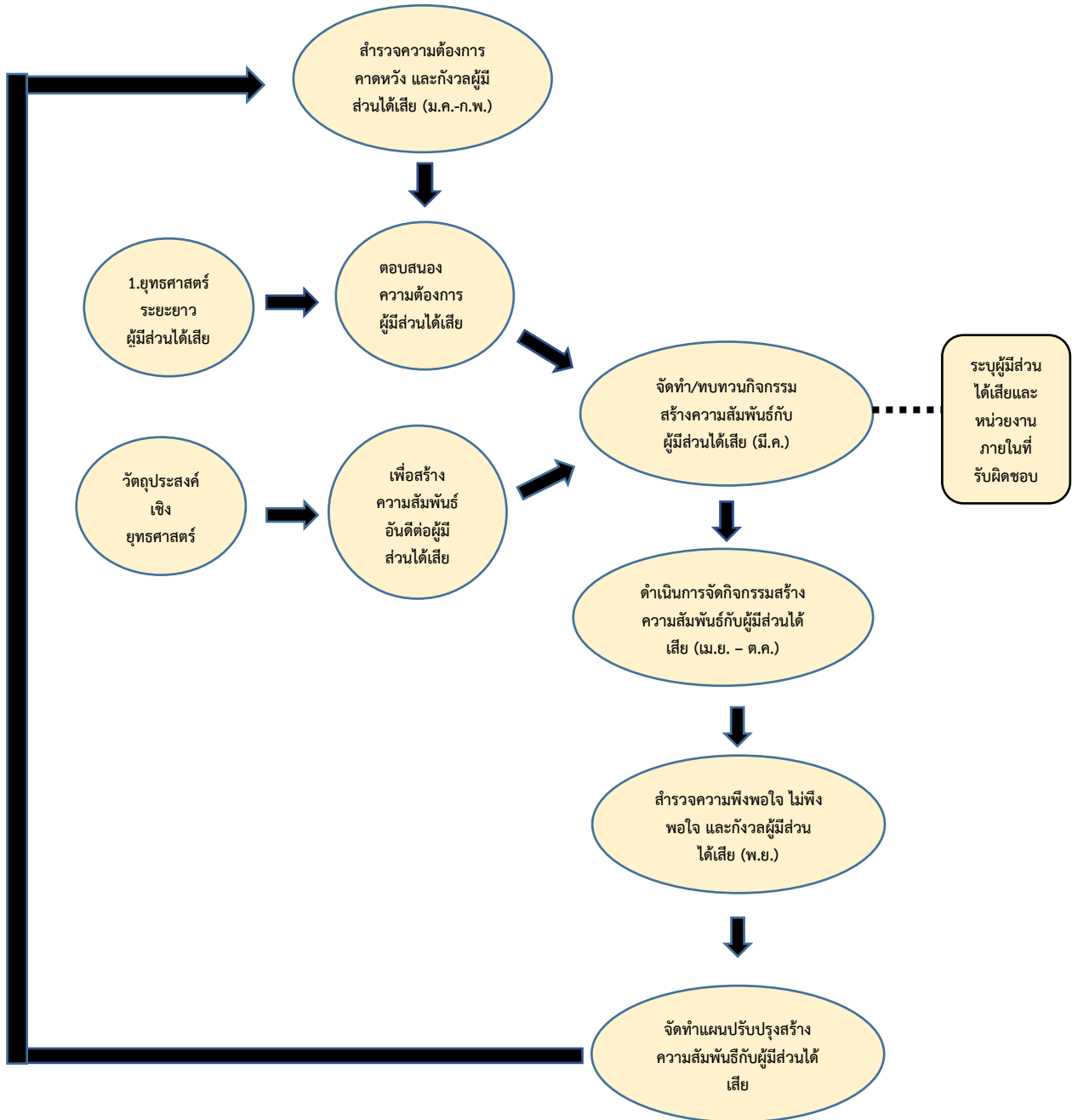
ขอบเขตของการสร้างสัมพันธ์ (Scope) จากผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 9 กลุ่ม ของ ธพส. ได้แก่

- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก 5 กลุ่ม
 1. ลูกค้า (ผู้เช่าภาครัฐ ผู้เช่าภาคเอกชน และ ผู้ใช้บริการ)
 2. ผู้ถือหุ้น รัฐบาลและหน่วยงานกำกับ
 3. พนักงาน ธพส.
 4. คู่ค้า
 5. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียรอง 2 กลุ่ม
 1. เจ้าหนี้
 2. สื่อมวลชน

ในแต่ละปีจะมีการทบทวนผู้มีส่วนได้เสียหลักที่จะสร้างความสัมพันธ์ในปีนั้นๆ โดยการจัดทำ Value Chain เพื่อให้ได้ผู้มีส่วนได้เสียหลัก 5 กลุ่มที่จะดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ในปีนั้นๆ สำหรับการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงตุลาคมของทุกปี กับผู้มีส่วนได้เสียในโครงการที่ ธพส. รับผิดชอบในปัจจุบัน ทั้งนี้ ได้จำแนกหน่วยงานภายใน ธพส. ที่รับผิดชอบดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

โครงการ	ผู้มีส่วนได้เสีย	หน่วยงานภายใน ธพส. ที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย
1. โครงการบริหารศูนย์ราชการฯ โซน A และ B	ลูกค้าภาครัฐ	ฝสอ. ผกก. ฝพธ. ฝบอ. ฝวค. ฝ่ายดิจิทัล
	ลูกค้าภาคเอกชน	ฝพธ. ฝตธ. ฝสอ. ฝบอ. ฝ่ายดิจิทัล
	ผู้ให้บริการ	ฝสอ. ฝพธ. ฝบอ. ฝ่ายดิจิทัล
	คู่ค้า	ฝบอ.
	ชุมชน	ฝสอ. ฝวค.
2. โครงการพัฒนาพื้นที่ส่วนขยายศูนย์ราชการฯ โซน C	ลูกค้าภาครัฐ	ฝสอ. ฝวค.
	คู่ค้า	ฝวค.
	ชุมชน	ฝสอ. ฝวค.
3. โครงการบริหารจัดการสนามกอล์ฟบางพระ	ลูกค้าภาครัฐ (กรมธนารักษ์)	ฝพธ. ฝกต.
	ผู้ให้บริการ	ฝพธ. ฝกต.
	คู่ค้า	ฝตธ. ฝกต.
	ชุมชน	ฝสอ. ฝกต.
4. โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงาน ซอยพหลโยธิน 11	ลูกค้าภาครัฐ (กรมธนารักษ์)	ฝวค.
	คู่ค้า	ฝวค.
	ชุมชน	ฝสอ. ฝวค.
5. โครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติฯ (จ.เชียงใหม่)	ลูกค้าภาครัฐ	ฝวค. ฝกต.
	ลูกค้าภาคเอกชน	ฝวค. ฝกต.
	ผู้ให้บริการ	ฝกต. ศวบ.
	คู่ค้า	ฝกต.
	ชุมชน	ฝสอ. ฝกต.
6. โครงการอาคารอเนกประสงค์กรมสรรพสามิต	ลูกค้าภาครัฐ	ฝสอ. ฝพธ. ฝวค.
	คู่ค้า	ฝวค. ฝพธ.
	ชุมชน	ฝสอ. ฝพธ. ฝวค.
	พนักงาน	ฝทบ.
	เจ้าหน้าที่	ฝบช. ฝกก.
	คู่แข่ง	ฝกต.
	คู่แข่ง	ฝผส.

กระบวนการขอเบเขตสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย



บัตรคะแนนสมดุล (Balanced Scorecard)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 Hearing

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
ประสิทธิผลตามยุทธศาสตร์ (ปัจจัยความสำเร็จที่ตอบสนองสังคม/ประเทศไทย)	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความสัมพันธ์ที่ดีและแข็งแกร่งกับธพส. ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต	ระดับความเชื่อมั่นของธพส. ในสายตาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	1. ขับเคลื่อนความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
		ระดับความสำเร็จของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ (ร้อยละ)	N/A	50	60	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	2. เร่งรัดจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
		จำนวนข้อเสนอแนะที่ได้รับการแก้ไข (ร้อยละ)	N/A	70	75	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	
		จำนวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่รับฟังความคิดเห็น ความต้องการ ความกังวล (ร้อยละ)	N/A	70	75	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	3. สํารวจความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ
คุณภาพการให้บริการ (ปัจจัยความสำเร็จที่	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการพัฒนา	ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการมีส่วนร่วม	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	4. ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ ธพส.

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
ตอบสนอง ผู้รับบริการ)	ควบคู่ไปกับ ธพส.	ระดับความพึง พอใจของผู้มี ส่วนได้ส่วน เสียสำคัญต่อ การให้บริการ ของ ธพส.	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	5. สํารวจความพึงพอใจและความไม่ พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ
		ระดับความไม่ พึงพอใจของผู้ มีส่วนได้ส่วน เสียสำคัญต่อ การให้บริการ ของ ธพส.	N/A	≤ 3.00	≤ 2.75	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	
		ระดับ ความสำเร็จ ของกิจกรรม การปรับปรุง คุณภาพการ ให้บริการ (ร้อยละ)	N/A	50	60	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	6. เร่งรัดพัฒนาแผนปรับปรุงคุณภาพ การให้บริการ

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
ประสิทธิภาพ การ ปฏิบัติงาน (ปัจจัย ความสำเร็จ เกี่ยวกับ กระบวนการ ภายใน องค์กร)	การบริหาร ความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียมี คุณภาพ	ระดับ ความสำเร็จ ของระบบ/ กลไกการสร้าง ความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียที่ ได้รับการ ปรับปรุง (ร้อยละ)	N/A	50	60	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	7. ปรับปรุงระบบและกลไกการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
		ระดับ ความสำเร็จ ของกิจกรรม การยกระดับ ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน ตามแผน (ร้อยละ)	N/A	50	60	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	7. ยกระดับประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงาน

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
การพัฒนา องค์กร (ปัจจัย ความสำเร็จ เกี่ยวกับคน และ เทคโนโลยี ขององค์กร)	บุคลากร ธพส. มี ความสามารถ ในการสร้าง ความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เพิ่มขึ้น	จำนวน บุคลากรใน ส่วนงานผู้มี ส่วนได้ส่วน เสียที่ได้รับการ พัฒนา (ร้อยละ)	N/A	50	55	ฝ่ายทรัพยากร บุคคล	ฝ่ายสื่อสาร องค์กร	7. ส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้ด้าน การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย
	บุคลากร ธพส. มี สมรรถนะสูง ในการสร้าง ความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	จำนวน บุคลากรด้าน การ ประชาสัมพันธ์ ที่ได้เกณฑ์ สมรรถนะการ ปฏิบัติงาน ด้านผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (KPI ระดับบุคคล) สูง (ร้อยละ)	N/A	50	55	ฝ่ายทรัพยากร บุคคล	ฝ่ายสื่อสาร องค์กร	8. บริการจัดการผู้มีศักยภาพสูงด้าน การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 Important

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูล	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			ฐาน	2563	2564	2565	หลัก	
ประสิทธิผลตามยุทธศาสตร์ (ปัจจัยความสำเร็จที่ตอบสนองสังคม/ประเทศชาติ)	สังคมให้การยอมรับ ฅพส. ในการเป็นองค์กรสมัยใหม่ที่ เป็นมืออาชีพ ในการพัฒนา สินทรัพย์ของ รัฐ	ระดับความเชื่อมั่นของ ฅพส. ใน สายตาผู้มี ส่วนได้ส่วน เสีย	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	1.สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ที่ดี ของ ฅพส. ต่อสาธารณะชน
คุณภาพการให้บริการ (ปัจจัยความสำเร็จที่ตอบสนองผู้รับบริการ)	ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย รับรู้อัตลักษณ์ และ ภาพลักษณ์ที่ ดีของ ฅพส.	ระดับความ พึงพอใจต่อ กระบวนการ ประชาสัมพันธ์ สื่อสาร ภาพลักษณ์ ของ ฅพส.	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	2. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ สื่อมวลชน

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูล	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			ฐาน	2563	2564	2565	หลัก	
		ระดับการรับรู้และความเข้าใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	3. สร้างการรับรู้และความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน (ปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับกระบวนการภายในองค์กร)	ช่องทางการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ธพส. ในทางที่ดีเพิ่มขึ้น	จำนวนช่องทางทางการสื่อสารที่ได้รับการพัฒนา (ร้อยละ)	N/A	50	55	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	4. พัฒนาช่องทางสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
		จำนวนช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าที่ได้รับการพัฒนา (ร้อยละ)	N/A	50	55	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	5. พัฒนาช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูล	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ	
			ฐาน	2563	2564	2565	หลัก		สนับสนุน
		จำนวน ข่าวสารที่ ได้รับการ พัฒนา รูปแบบการ บริหารจัดการ (ร้อยละ)	N/A	50		55	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	6. บริหารข่าวสารในโครงการ พัฒนา/โครงการลงทุนใหม่
การพัฒนา องค์กร (ปัจจัย ความสำเร็จ เกี่ยวกับคน และ เทคโนโลยี ขององค์กร)	บุคลากร ธพส. มี ความสามารถ ในการประชา สัมพันธ์ ภาพลักษณ์ที่ ดีของ ธพส. เพิ่มขึ้น	จำนวน บุคลากรด้าน การประชา สัมพันธ์ที่ ได้รับการ พัฒนา (ร้อย ละ)	N/A	50		55	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	7. ส่งเสริมการจัดการองค์ ความรู้ด้านการประชา สัมพันธ์ของ ธพส.

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูล	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			ฐาน	2563	2564	2565	หลัก	
	บุคลากร ธพส. มี สมรรถนะสูง ในการประชา สัมพันธ์และ สื่อสาร ภาพลักษณ์ที่ ดีของ ธพส.	จำนวน บุคลากรด้าน การ ประชาสัมพันธ์ ที่ได้เกณฑ์ สมรรถนะการ ปฏิบัติงาน ประชา สัมพันธ์ (KPI ระดับบุคคล) สูง (ร้อยละ)	N/A	50	55	ฝ่ายทรัพยากร บุคคล	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	8. บริหารจัดการผู้มีศักยภาพ สูงด้านการประชา สัมพันธ์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 Participation

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
ประสิทธิผลตามยุทธศาสตร์ (ปัจจัยความสำเร็จที่ตอบสนองสังคม/ประเทศไทย)	การดำเนินงานของ ธพส. รับผิดชอบต่อสาธารณะตลอดทั้งกระบวนการ	จำนวนกระบวนการที่ดำเนินการโดยคำนึงถึงหลัก CSR in Process (ร้อยละ)	N/A	50	55	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	1. ส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสาธารณะ
คุณภาพการให้บริการ (ปัจจัยความสำเร็จที่ตอบสนองผู้รับบริการ)	สังคมและชุมชนได้รับประโยชน์สูงสุดจากการ	ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้าน CSR in Process	N/A	≥ 3.00	≥ 3.50	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	2. สร้างการมีส่วนร่วมและจิตสำนึกด้าน CSR in Process

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
	ดำเนินงานของ ๓พส.	ระดับความสำเร็จของกิจกรรมสนับสนุน CSR in Process ภายในศูนย์ราชการ (ร้อยละ)	N/A	50	60	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	3. สนับสนุน CSR in Process ภายในศูนย์ราชการ
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (ปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับกระบวนการภายในองค์กร)	ศักยภาพของชุมชนสำคัญเกิดความเข้มแข็ง	ระดับความสำเร็จของกิจกรรมการสอนอาชีพช่างชุมชน (ร้อยละ)	N/A	50	60	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	4. สนับสนุนการสอนอาชีพช่างชุมชน

มิติ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ข้อมูลฐาน	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานรับผิดชอบ		กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ
			2563	2564	2565	หลัก	สนับสนุน	
การพัฒนาองค์กร (ปัจจัยความสำเร็จเกี่ยวกับคนและเทคโนโลยีขององค์กร)	บุคลากร ธพส. ปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบ ต่อ สาธารณะ ตามหลัก ธรรมาภิบาล	จำนวนบุคลากรที่ได้รับการส่งเสริมจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อ สาธารณะ ตามหลัก ธรรมาภิบาล (ร้อยละ)	N/A	75	80	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	-	5. ส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะให้กับบุคลากรอย่างทั่วถึง

