

# กำหนดการสัมมนาการชี้แจงผลประเมิน Baseline ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

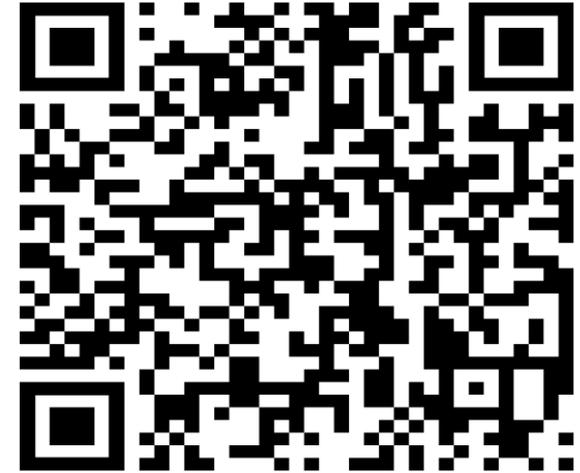
(Stakeholder & Customer Management : SCM)

ของระบบประเมินผลฯ ใหม่

(State Enterprise Assessments Model: SE-AM)

Download PowerPoint

ประกอบสัมมนา



26 กุมภาพันธ์ 2563 @ ห้องคริสตัล บอลรูม โรงแรมตะวันนา

13:00 – 13:30	ลงทะเบียน
13:30 – 13:45	เปิดการสัมมนา
13:45 – 15.00	การชี้แจงผลประเมิน Baseline ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SCM) ช่วงที่ 1 <u>ด้านมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</u>
15:00 – 15:15	พักรับประทานอาหารว่าง
15:15 – 16:30	การชี้แจงผลประเมิน Baseline ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SCM) ช่วงที่ 2 <u>ด้านมุ่งเน้นลูกค้า</u>
16:30	จบการสัมมนา

# การชี้แจงการประเมินผลการพัฒนา องค์กรของรัฐวิสาหกิจ

ปีปฏิทิน

หัวข้อ ด้านการมุ่งเน้น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

(Stakeholder & Customer  
Management)



# คณะกรรมการกำกับดูแลการประเมินผลการพัฒนาองค์กร ของรัฐวิสาหกิจ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ศ.ดร. ปรัชญา เวสาริษฐ์  
ประธานอนุกรรมการ



คุณเม บุญ สรรค์คุณากร  
อนุกรรมการ



คุณพงศ์ไพยม วาศภูติ  
อนุกรรมการ



คุณนุชา ยินดีพิร  
อนุกรรมการ



คุณไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ  
อนุกรรมการ



คุณชาญวิทย์ นาคบุรี  
อนุกรรมการ

รองผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ  
รักษาการในตำแหน่งที่ปรึกษาด้านการประเมินผลรัฐวิสาหกิจ

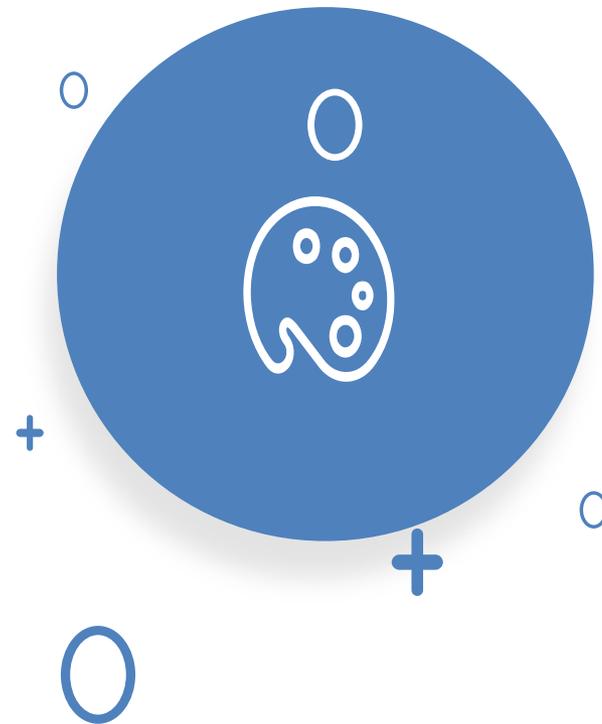


คุณวรชยา ลัทธยาพร  
อนุกรรมการและเลขานุการ

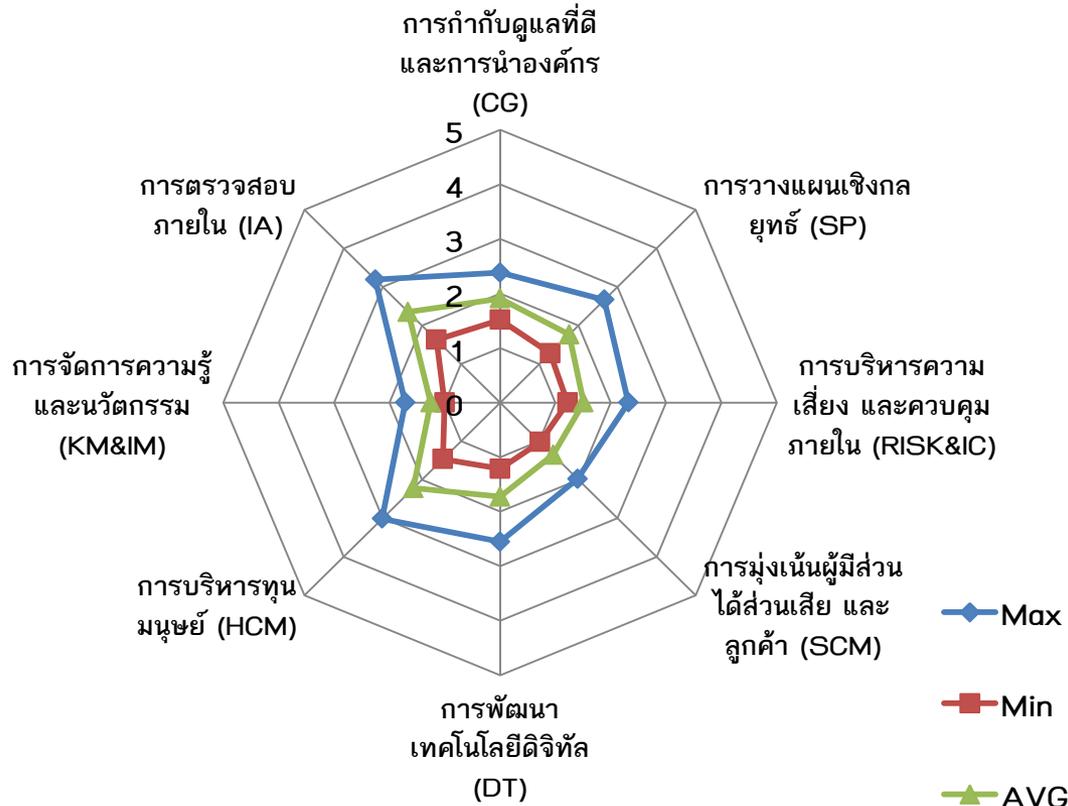
ผู้อำนวยการ  
สำนักกำกับและประเมินผลรัฐวิสาหกิจ

# ประเด็นนำเสนอ

- + ผลประเมิน Baseline ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SCM): ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- + ผลประเมิน Baseline ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SCM): ด้านลูกค้า
- + แนวทางการประเมินผลด้าน Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจประจำปีบัญชี 2563
- + คำถามที่พบบ่อย  
(Frequency Asked Questions: FAQ)



# ผลประเมินเปรียบเทียบด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder & Customer Management : SCM) กับเกณฑ์ Enablers 8 ด้าน (ปีปฏิทิน)



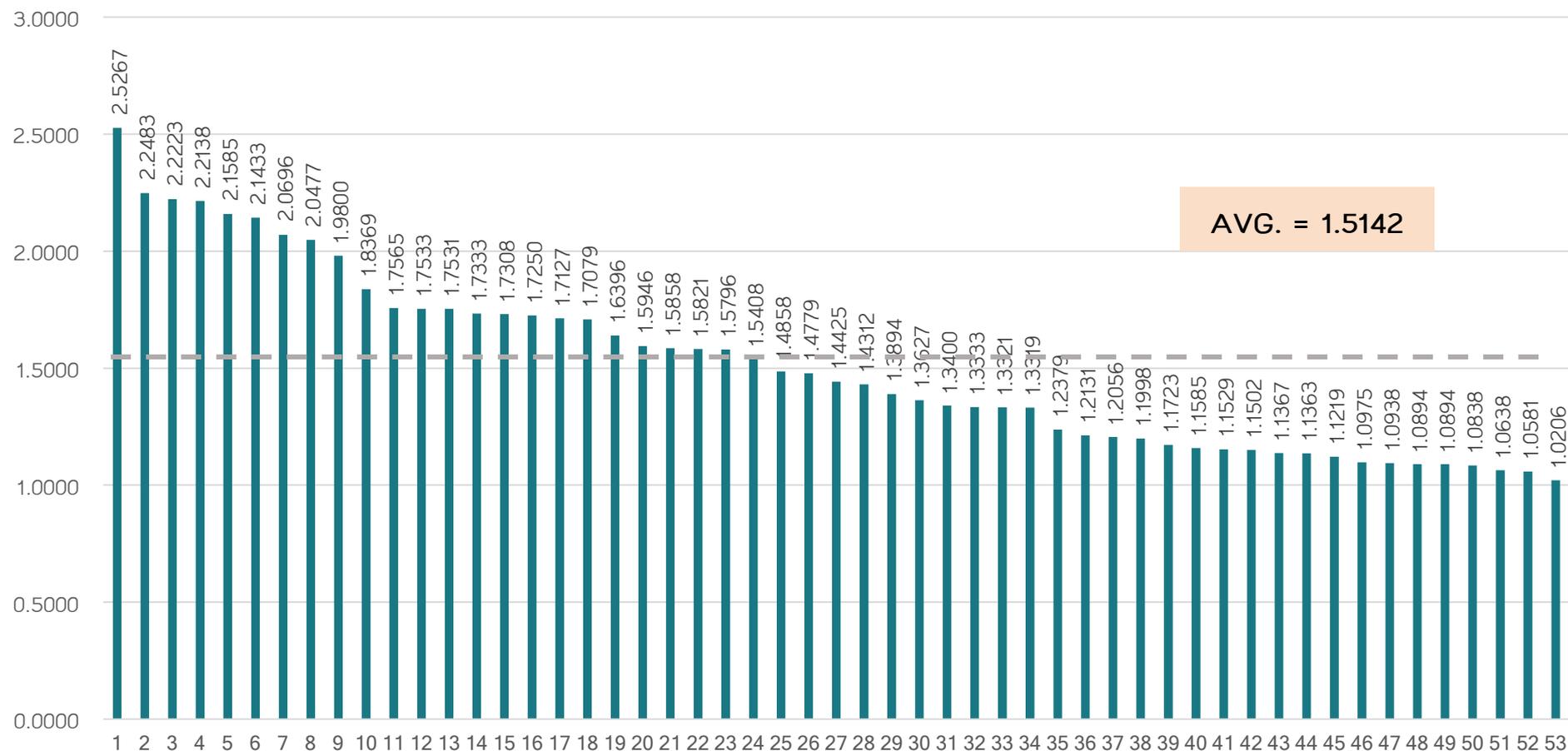
	Max	Min	AVG
CG	2.8685	1.5372	2.2701
SP	3.2800	1.4400	2.2574
RISK&IC	2.8500	1.2200	1.8861
SCM	2.5267	1.1502	1.7979
DT	3.0531	1.0525	2.1818
HCM	3.8038	2.0173	2.7565
KM&IM	2.5896	1.1405	1.5230
IA	3.4822	1.8095	2.7799

# ผลประเมินเบื้องต้นของการประเมิน Baseline

## รัฐวิสาหกิจ รวมทั้ง 53 แห่ง หัวข้อ ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

### (Stakeholder & Customer Management)

Max	Min	Avg
2.5267	1.0206	1.5142

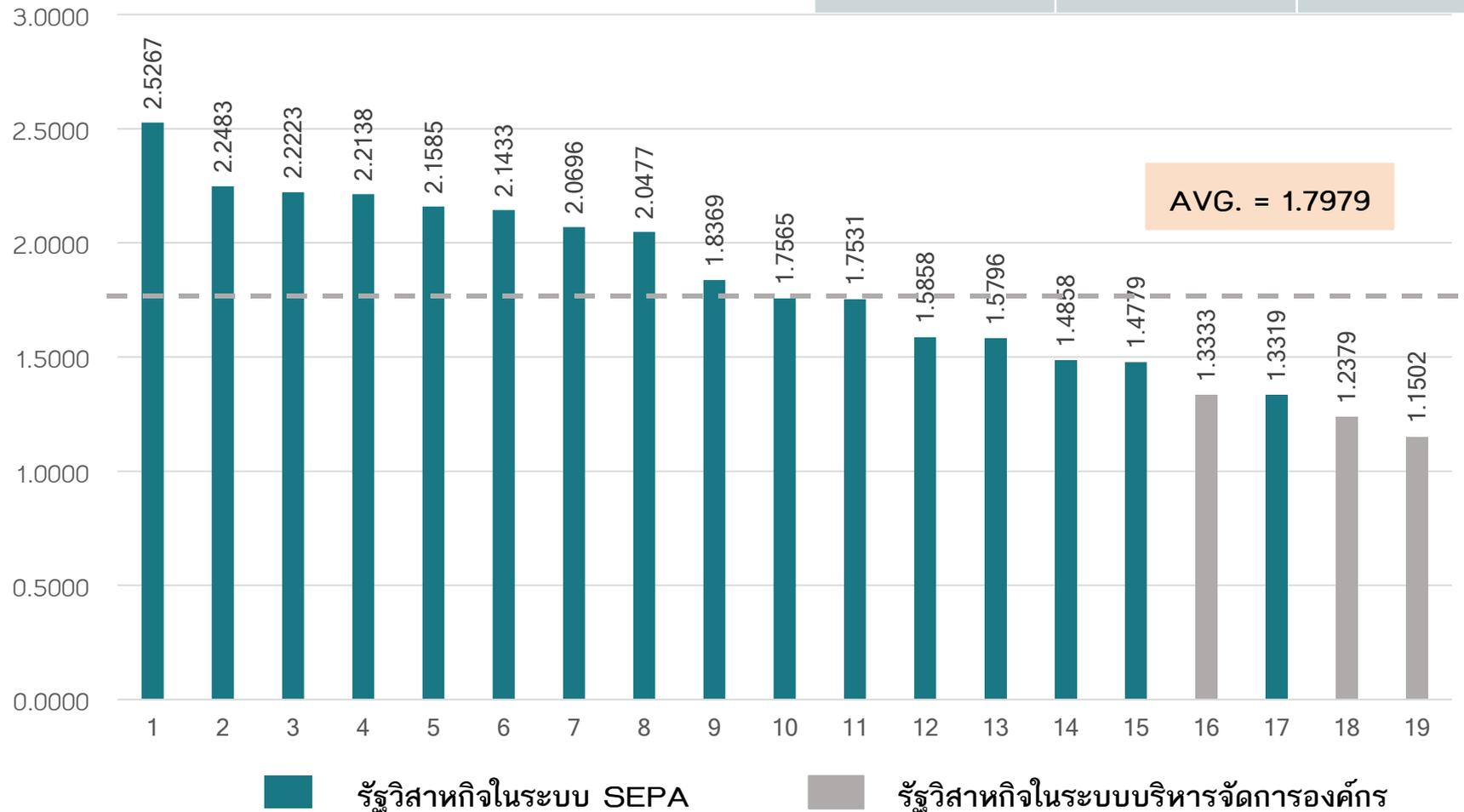


Confidential

# ผลประเมินเบื้องต้นของการประเมิน Baseline

## รัฐวิสาหกิจ ปีปฏิทิน 19 แห่ง หัวข้อ ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder & Customer Management)

Max	Min	Avg
2.5267	1.1502	1.7979

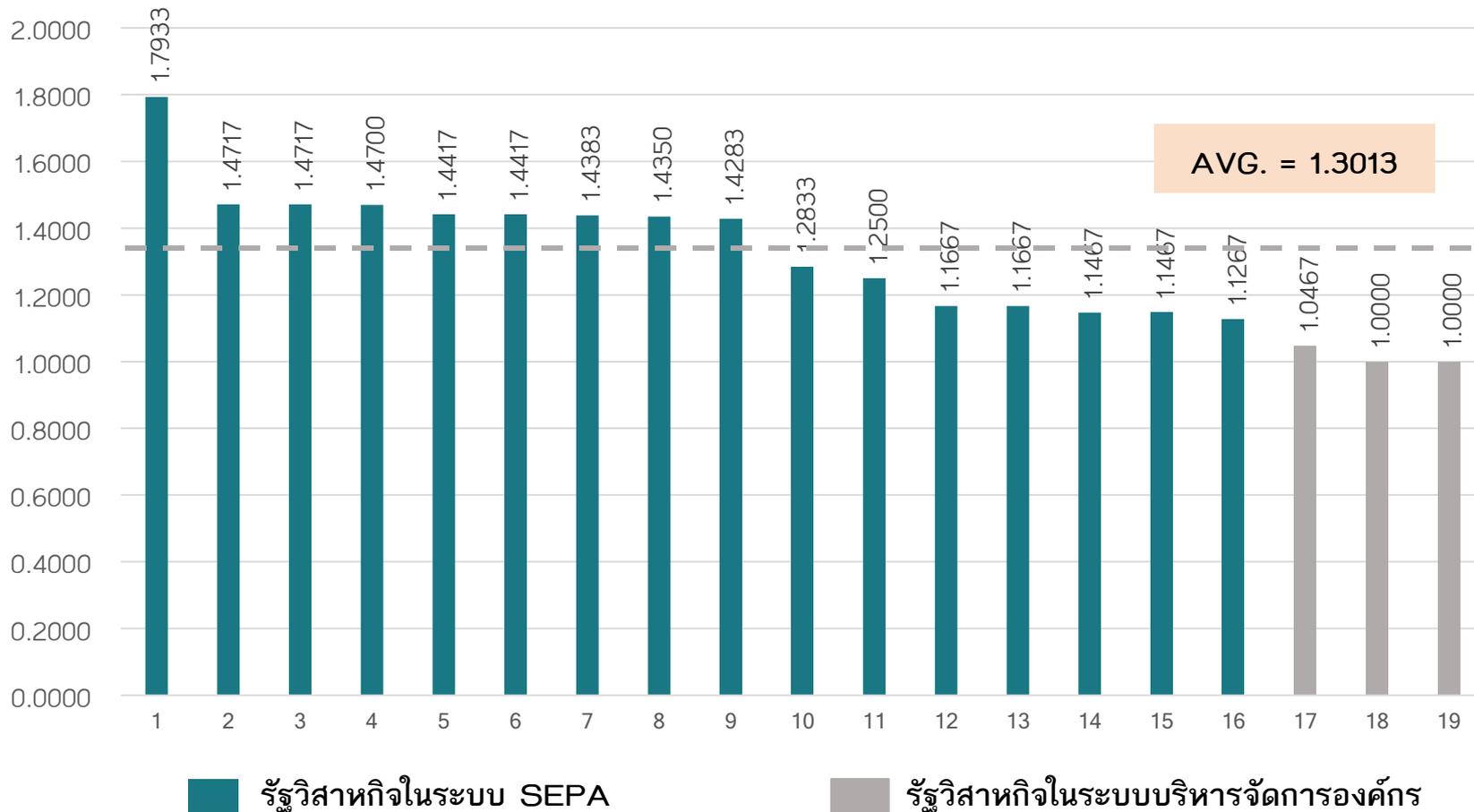


# ผลประเมินเบื้องต้นของการประเมิน Baseline

## รัฐวิสาหกิจ ปีปฏิทิน 19 แห่ง หัวข้อด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

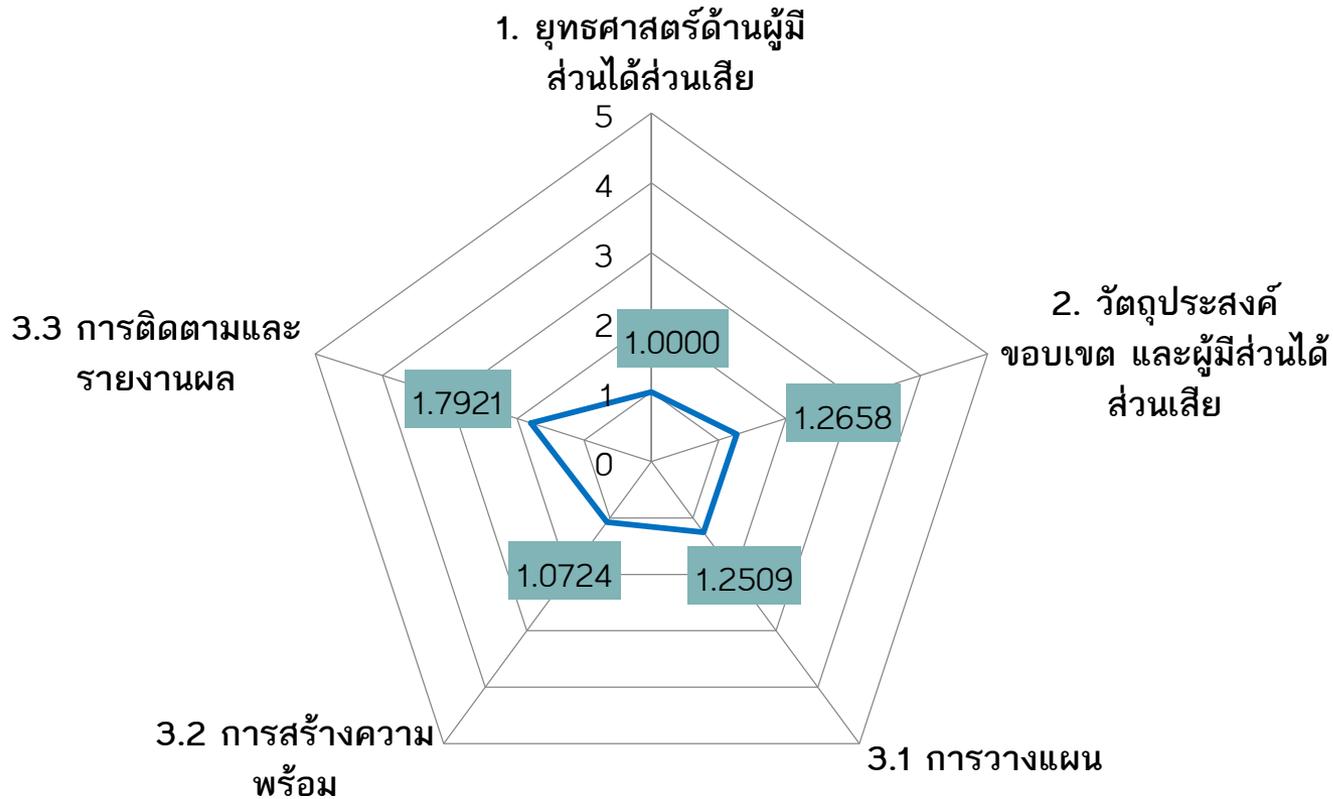
### (Stakeholder Management)

Max	Min	Avg
1.7933	1.0000	1.3013



Confidential

# ผลคะแนนภาพรวมทั้งระบบ ในแต่ละหัวข้อย่อยเกณฑ์



หัวข้อที่คะแนนมากที่สุด

3.3. การติดตามและรายงานผล

1.7921 คะแนน

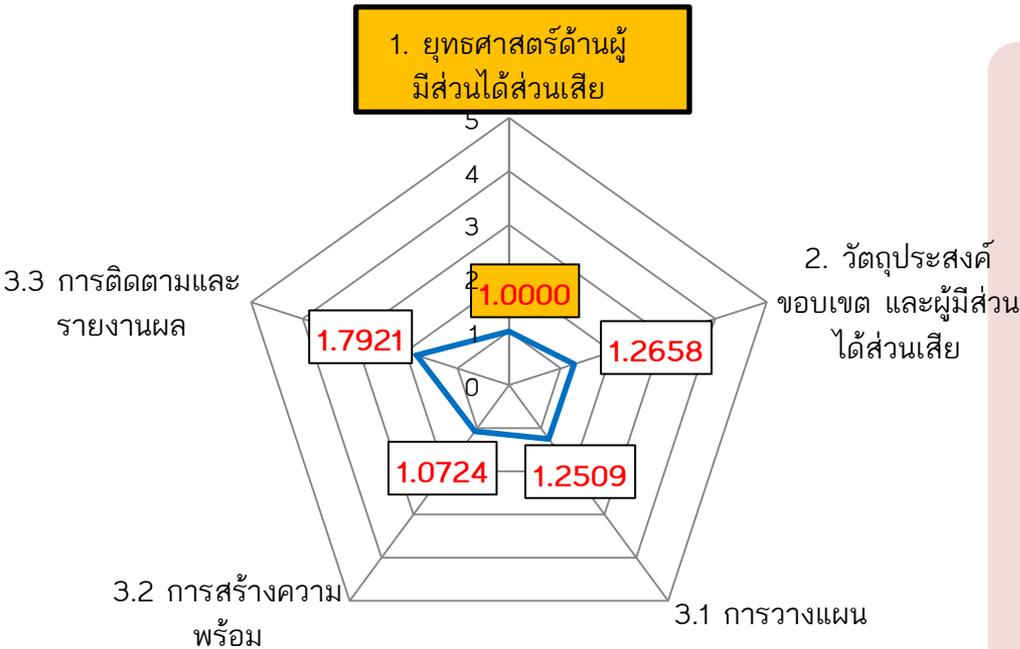
หัวข้อที่คะแนนน้อยที่สุด

1. ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.0000 คะแนน

# ผลคะแนน Enablers ข้อย่อย ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

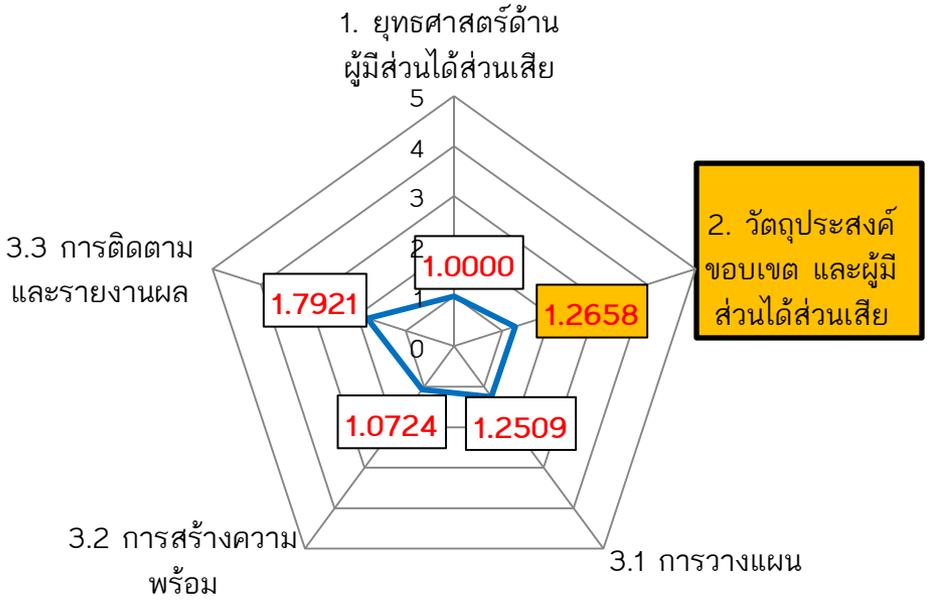
ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



❌ ไม่มีแผนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน รวมถึงไม่มีการกำหนดกระบวนการถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่แผนปฏิบัติการประจำปีด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกสายงาน/ฝ่าย (ที่เป็นชั้นบังคับบัญชาตามโครงสร้างองค์กรในระดับ 2 (Tier 2)) ซึ่งปัจจุบันภาพรวมมีเพียงแผนงาน/โครงการที่ดำเนินการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่ม

❌ ส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานกลาง/คณะทำงาน ที่รับผิดชอบหรือบูรณาการการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาพรวม ให้มีความเป็นระบบ ไม่ซ้ำซ้อน และตอบสนองตามทิศทางการดำเนินงานขององค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างแท้จริง

# ผลคะแนน Enablers ข้อย่อย วัตถุประสงค์ ขอบเขต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

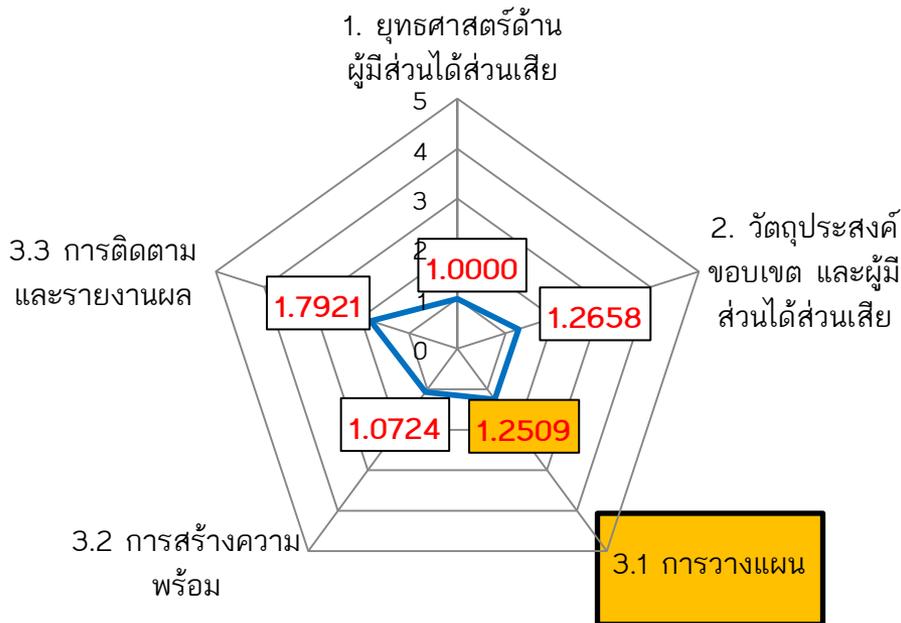


ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :

- ✓ รส. ที่อยู่ในระบบ SEPA มีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ ประเด็น/สาระสำคัญ (VOS/Material Issue) ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กร
- ✓ มีการวิเคราะห์ คัดเลือก และระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กร รวมทั้งการวิเคราะห์และประเมินสาระสำคัญ (VOS/Material Issue) (ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ทั้งจาก มิติความสำคัญที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมิติความสำคัญที่มีต่อ รส. แต่เป็นการวิเคราะห์ในระดับเฉพาะภาพรวมขององค์กร (Top-down) ยังไม่มีการวิเคราะห์ที่บูรณาการมาจาก Value Chain ของแต่ละหน่วยธุรกิจ/ฝ่ายงาน (Bottom-up)

- ✗ แม้ รส. ที่อยู่ในระบบ SEPA มีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ไม่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคต ส่วน รส. ที่อยู่ในระบบประเมินผลปัจจุบัน (กลุ่ม C) ไม่มีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชัดเจน
- ✗ ส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ✗ ไม่มีการจัดทำฐานข้อมูล Stakeholder Profile อย่างเป็นระบบและมีคุณภาพครบถ้วน เพื่อสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการยกระดับความสัมพันธ์และบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญได้สอดคล้องตามบริบทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง

# ผลคะแนน Enablers ข้อย่อยการวางแผน



ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



มีการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประเด็นความต้องการความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กร และมีการถ่ายทอดสู่ สายงาน/ฝ่าย บางสายงาน/ฝ่าย ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยสายงาน/ฝ่าย ดังกล่าวมีการกำหนดแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่รับผิดชอบ และมีการติดตามความคืบหน้าแผนงาน/โครงการ



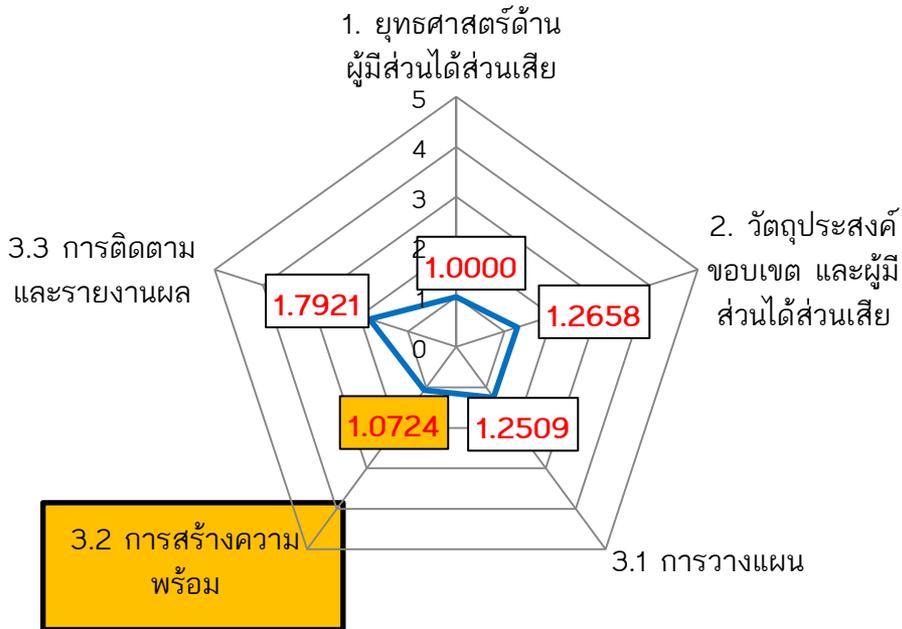
ไม่มีการถ่ายทอด ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สู่แผนปฏิบัติการประจำปีของทุกสายงาน//ฝ่าย/หน่วยธุรกิจครบถ้วนเป็นระบบ ผ่านการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็น/สาระสำคัญที่สอดคล้องตาม Value Chain หรือภารกิจหน้าที่ และทิศทางการดำเนินงานในแต่ละหน่วยธุรกิจ/ฝ่าย/หน่วยธุรกิจ



ไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต รวมทั้งวิเคราะห์ระดับ (Levels) ที่คาดหวัง และวิธีการรูปแบบ (Methods) ที่เหมาะสมของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

# ผลคะแนน Enablers ข้อย่อยการสร้างความร่วมมือ

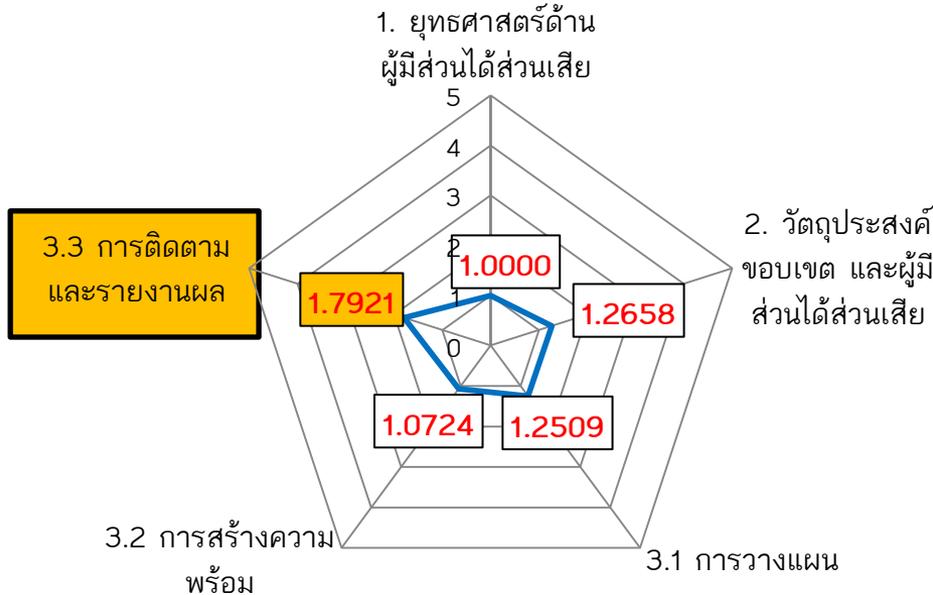
ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



- ✘ รส. เกือบทั้งหมด ยังไม่มีการระบุทรัพยากร (Resources) ที่ต้องการ และความสามารถ (Capacity) ขององค์กรที่ต้องการ สำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเป็นระบบ
- ✘ รส. เกือบทั้งหมด ยังไม่มีแนวทางอย่างเป็นระบบในการระบุและบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเป็นระบบ

# ผลคะแนน Enablers ข้อย่อยการติดตามและรายงานผล

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



รศ. ที่มี โครงการ/แผนงาน ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ชัดเจน และมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการดังกล่าว ซึ่งส่วนใหญ่วัดความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ ยังไม่ประเมินในระดับ Outcome



รศ. มีการรายงานผลการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สาธารณชนรับรู้ ทั้งใน Website และในรายงานประจำปี ส่วนหนึ่งมีการจัดทำรายงานความยั่งยืน โดยใช้กรอบ Global Reporting Initiative (GRI) โดยเฉพาะ รศ. ที่เป็นบริษัท ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

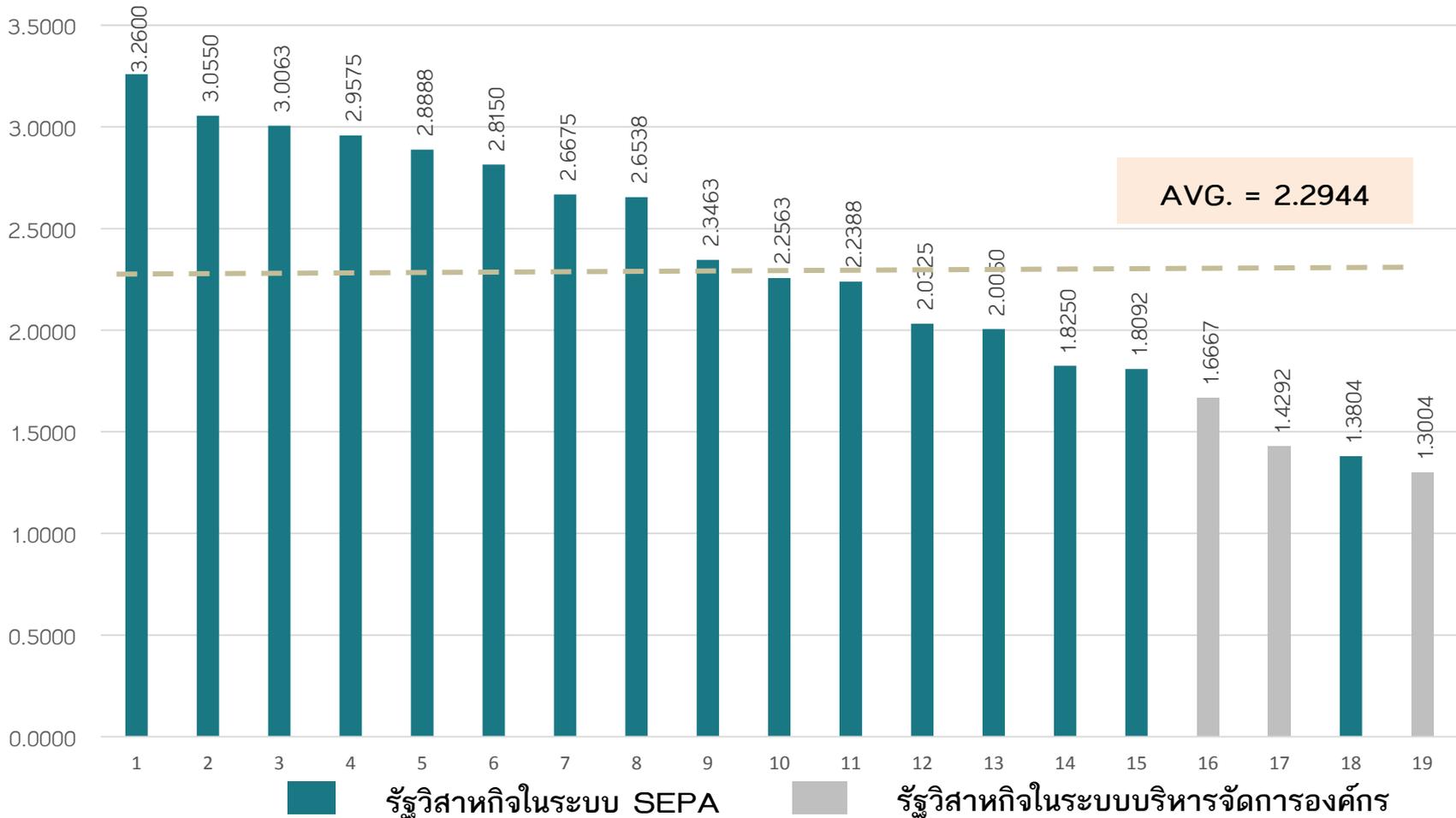


ไม่มีกระบวนการในการเรียนรู้และปรับปรุงการการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบชัดเจน

# ผลประเมินเบื้องต้นของการประเมิน Baseline

## รัฐวิสาหกิจ ปีปฏิทิน 19 แห่ง หัวข้อ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า

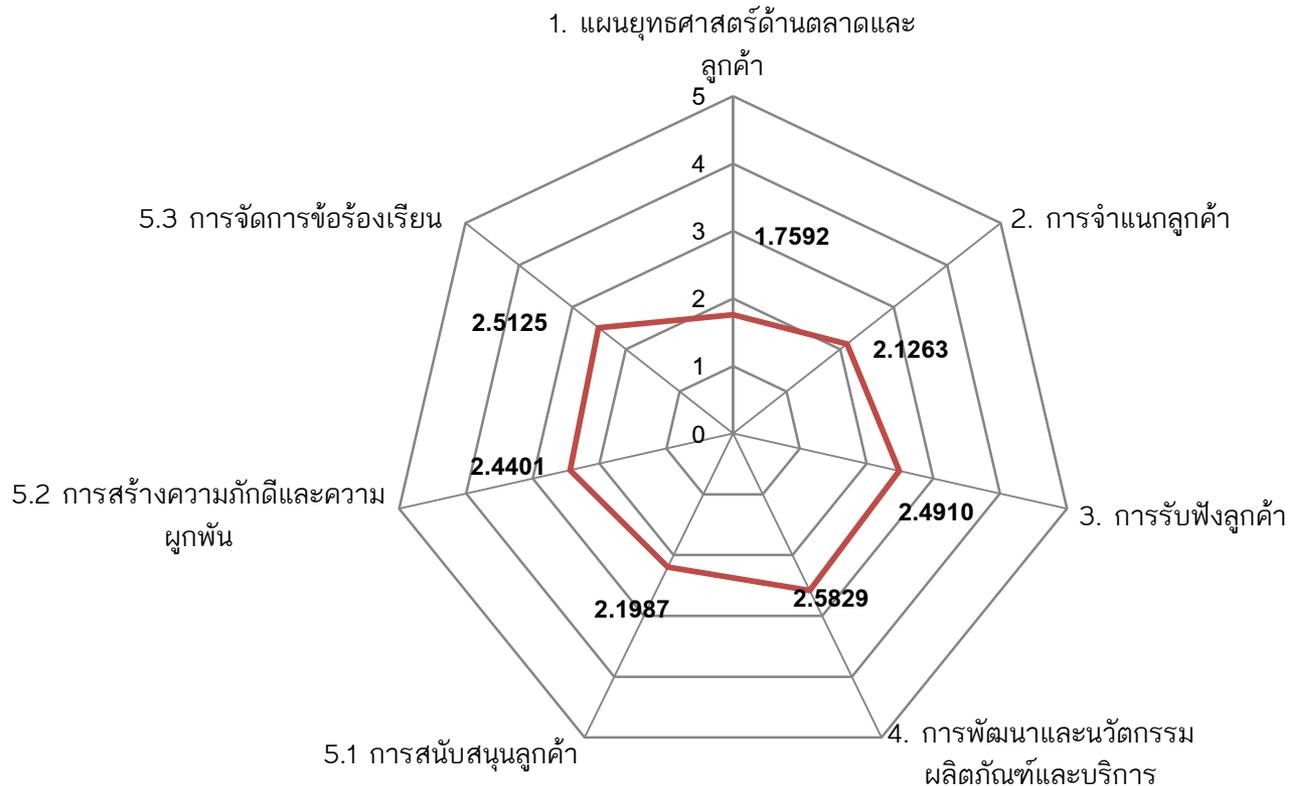
Max	Min	Avg.
3.2600	1.3004	2.2944



Confidential

# ผลคะแนนภาพรวมทั้งระบบ ในแต่ละ Enablers

## • ผลการดำเนินงานด้าน CM ในแต่ละหัวข้อ



หัวข้อที่คะแนนมากที่สุด

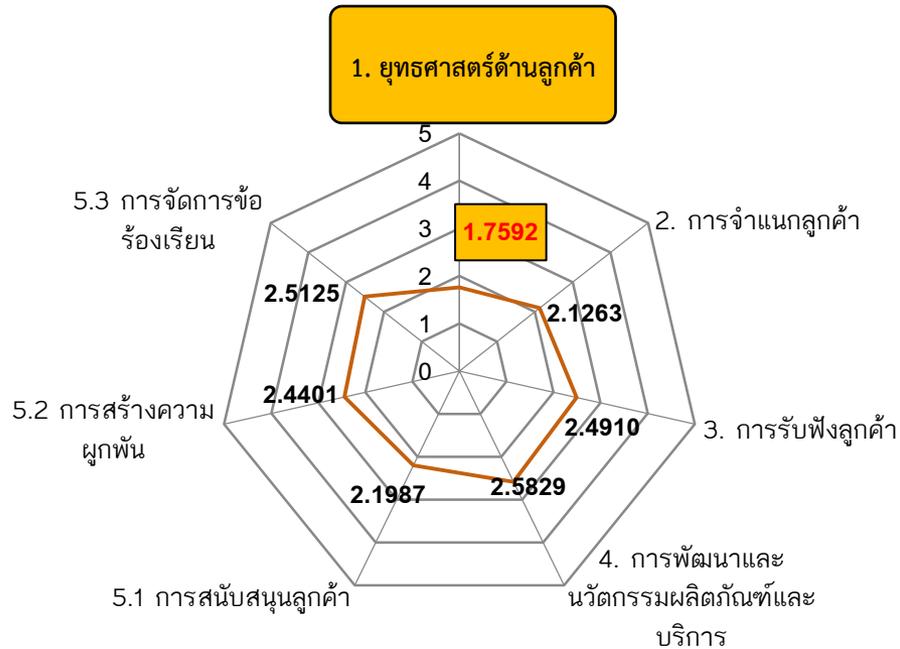
4. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ  
2.5829 คะแนน

หัวข้อที่คะแนนน้อยที่สุด

1. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า  
1.7592 คะแนน

# ผลคะแนน Enablers ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



รศ. มีการวิเคราะห์และติดตามความสำเร็จของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์/โครงการ/แผนงาน ด้านลูกค้า/ตลาด/ผลิตภัณฑ์ อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม



รศ. ส่วนใหญ่ยังไม่มีแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านลูกค้า/ตลาด อย่างชัดเจน การดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นแผนปฏิบัติการ/แผนงาน/โครงการ ที่ถ่ายมาจากแผนยุทธศาสตร์องค์กร



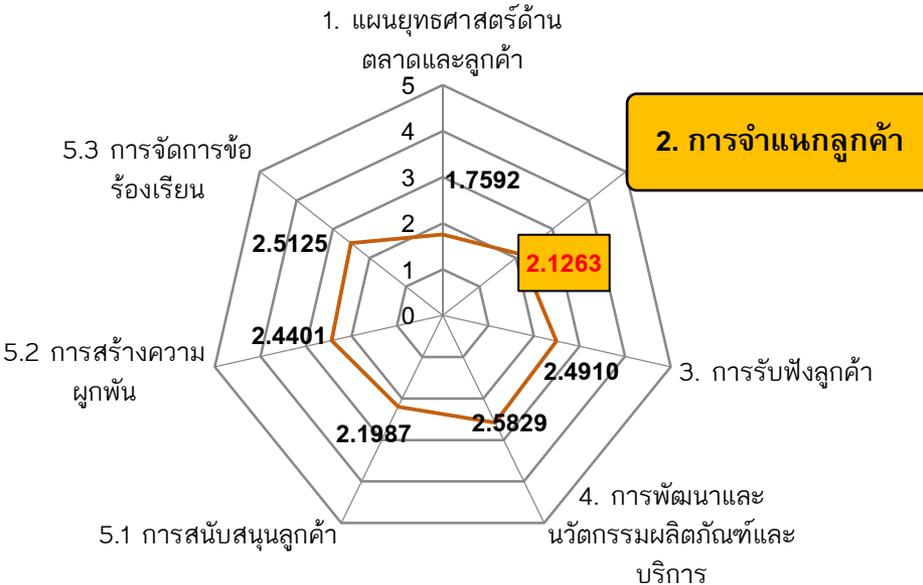
การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนเป้าหมายที่ต้องการบรรลุ ยังไม่ครอบคลุมในทุกมิติ (การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดใหม่หรือธุรกิจใหม่ การตลาด และการออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า)



แผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านลูกค้า ยังไม่แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างหน่วยธุรกิจ กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด และแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

# ผลคะแนน Enablers การจำแนกลูกค้า

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



รส. มีการจำแนกลูกค้า (Segmentation) ที่ค่อนข้างเป็นระบบ โดยมีการนำสารสนเทศด้านลูกค้าและตลาดมาประกอบการพิจารณา ตลอดจนเริ่มมีประยุกต์ใช้เครื่องมือทางสถิติมาใช้ในการจำแนกลูกค้า



รส. มีการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) ที่ระบุคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มลูกค้า



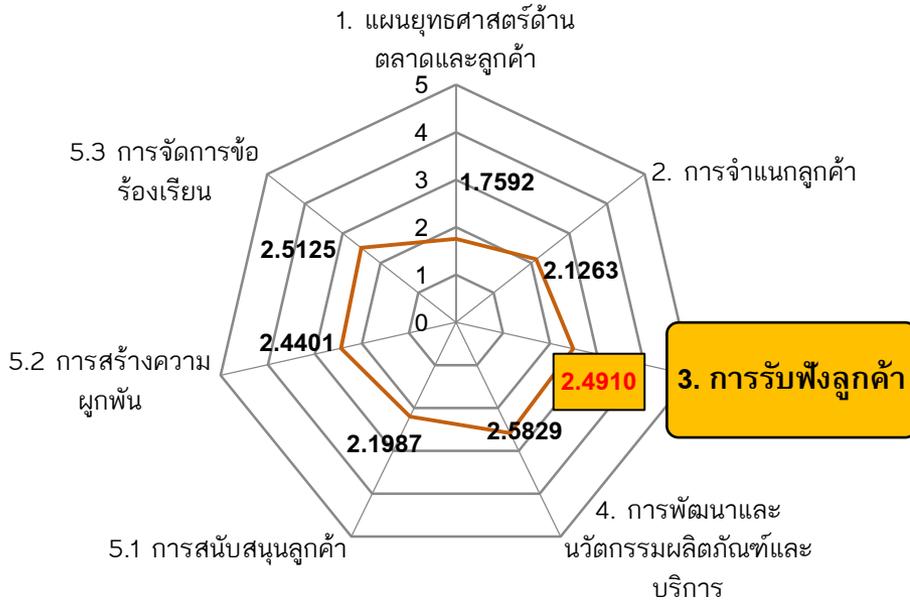
รส. ยังขาดการพัฒนาฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) ในระบบดิจิทัล และการถ่ายทอดข้อมูลกลุ่มลูกค้าไปใช้อย่างเป็นรูปธรรมในกระบวนการที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดการความสัมพันธ์ ฯลฯ



รส. ยังไม่มีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบ Big Data Analytic เพื่อนำมาใช้ในการจำแนกลูกค้าและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างเป็นระบบ

# ผลคะแนน Enablers การรับฟังลูกค้า

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



รส. มีแนวทางการรับฟังลูกค้าที่ค่อนข้างเป็นระบบ โดยกำหนดช่องทางการรับฟังลูกค้าครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า (เกือบทุกแห่งใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line @ ฯลฯ) และมีคู่มือปฏิบัติงานในการรับฟังลูกค้า



รส. มีระบบฐานข้อมูลเสียงของลูกค้าที่ใช้ในการรวบรวม จัดเก็บ และบูรณาการเสียงของลูกค้าที่รับฟังได้จากทุกช่องทาง



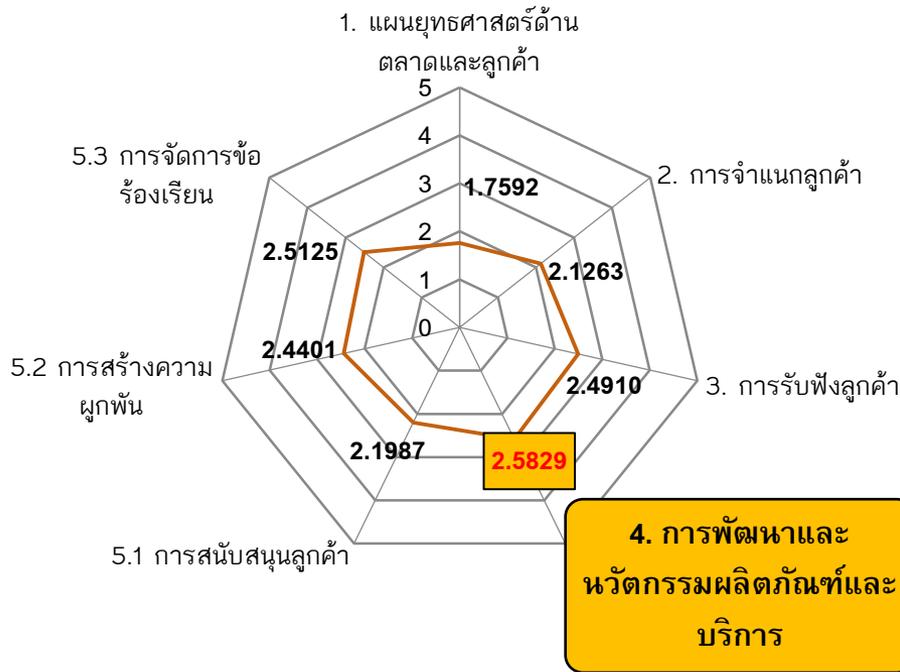
รส. ยังไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการติดตาม และประเมินผลกระบวนการรับฟังลูกค้าในทุกช่องทาง/กลไกในการรับฟังลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน



รส. ยังไม่มีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ครอบคลุมทุกช่องทางและวิธีการรับฟังที่สำคัญอย่างเหมาะสม

# ผลคะแนน Enablers การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



✓ รส. ส่วนใหญ่ มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นระบบ และมีการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญค่อนข้างครบถ้วน

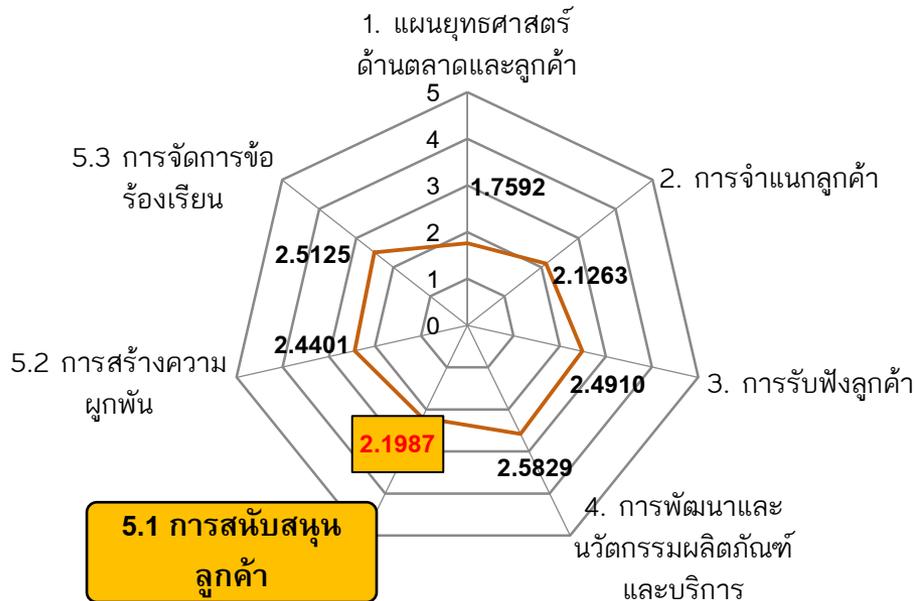
✓ รส. ส่วนใหญ่ มีการติดตามและประเมินความสำเร็จในการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามผลผลิตและตัวชี้วัดตามที่ระบุในแผนงานหรือโครงการที่สำคัญ

✗ รส. ยังไม่มีการทบทวน/พัฒนากระบวนการเชื่อมโยงความเสี่ยงและ Intelligent Risk ที่สำคัญ ตลอดจนการองค์ความรู้สู่การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

✗ รส. ยังไม่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะหรือข้อกำหนดที่สอดคล้องกับความต้องการความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนความสามารถของรัฐวิสาหกิจได้อย่างชัดเจน

# ผลคะแนน Enablers การสนับสนุนลูกค้า

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



รส. มีการกำหนดช่องทางการสนับสนุนลูกค้าที่หลากหลาย รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้สารสนเทศ และทำธุรกรรม



รส. มีการจัดทำมาตรฐานคุณภาพบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบางช่องทาง และสามารถติดตามและวัดผลการดำเนินงานได้



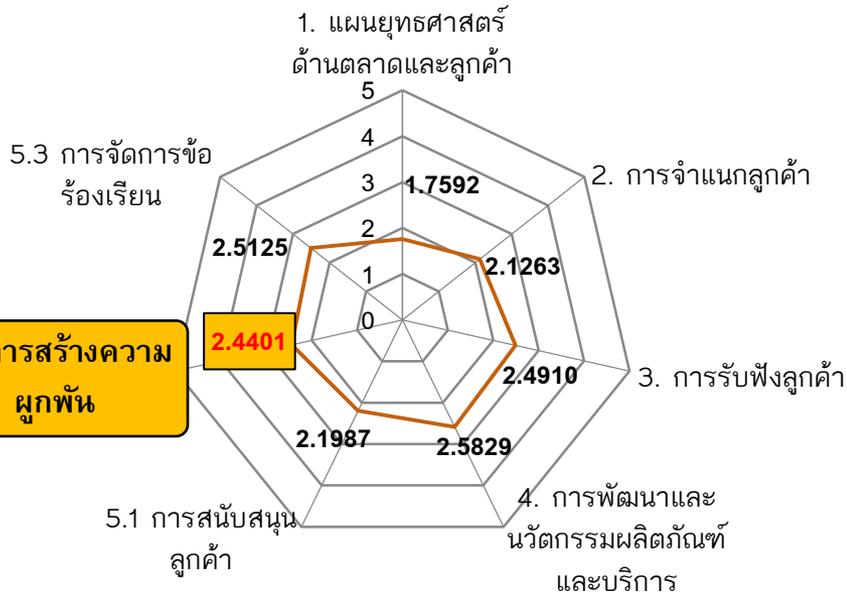
รส. ยังไม่แสดงให้เห็นถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าที่ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า เพื่อกำหนดจุดสัมผัสบริการ (Touch points) และประเภทบริการสนับสนุน ให้สอดคล้องตามความต้องการ ความคาดหวังของแต่ละกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน รวมทั้งยังไม่มีมีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อรองรับการสนับสนุนลูกค้า



รส. ส่วนใหญ่ ยังไม่มีการจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการที่มีองค์ประกอบครบถ้วน ครอบคลุมทุกช่องทางและวิธีการในการสนับสนุนลูกค้าที่สำคัญ รวมถึงยังไม่แสดงให้เห็นถึงการเผยแพร่ ถ่ายทอดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการดังกล่าวไปยังคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน

# ผลคะแนน Enablers การสร้างความผูกพันและความภักดี

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :



รส. ส่วนใหญ่มีแนวทางการสร้างความผูกพันและภักดีกับลูกค้า ผ่านแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม/โปรแกรม สร้างความสัมพันธ์ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า



รส. ส่วนใหญ่มีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าสำหรับใช้ในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า



รส. ยังไม่แสดงให้เห็นถึงการวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์ ตลอดจนวิเคราะห์คู่แข่งหรือคู่แข่งเทียมมาออกแบบปรับปรุงพัฒนาแผนงานหรือกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ให้สามารถตอบสนองตามความต้องการความคาดหวังของลูกค้าและองค์กรได้อย่างสมดุล

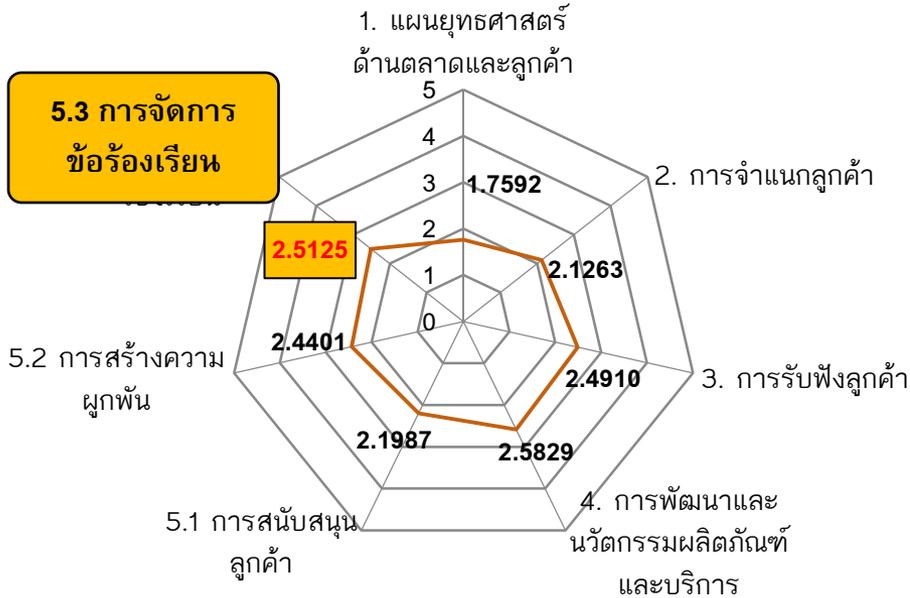


รส. ส่วนใหญ่ยังไม่แสดงให้เห็นถึงการประเมินผลลัพธ์จากการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

# ผลคะแนน Enablers การจัดการข้อร้องเรียน

ประเด็นสำคัญจากการประเมิน :

## 5.3 การจัดการข้อร้องเรียน



รส. เกือบทุกแห่งมีนโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน โดยระบุขั้นตอนและกำหนดกรอบระยะเวลาดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนแต่ละประเภท



รส. ส่วนใหญ่ มีระบบเทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการข้อร้องเรียน



รส. ยังไม่มีแนวทางที่เป็นระบบในการกำกับและติดตามข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า หรือ Stakeholders ภายนอกอื่นที่เกี่ยวข้อง



รส. ยังไม่มีการนำการบริหารจัดการข้อร้องเรียนสู่การจัดการความรู้และการจัดทำบทเรียนที่ดี (Best Practice) และนำไปสู่การทำนวัตกรรม

# แนวทางการประเมินผลด้าน Core Business Enablers ของ รัฐวิสาหกิจ ประจำปีบัญชี 2563

## กรอบการประเมินผลการดำเนินงาน

### Key Performance Areas (60 ± 15%)

1. การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์  
(ยุทธศาสตร์ชาติ, นโยบายรัฐบาล, แผนยุทธศาสตร์ของรัฐวิสาหกิจ ฯลฯ)
2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Results)  
(ผลงานตามภารกิจที่สำคัญ, แผนงานโครงการที่สำคัญที่สะท้อนประสิทธิภาพ, ประสิทธิภาพ, ผลสัมฤทธิ์ ฯลฯ)

### Enablers (40 ± 15%)

- ด้านที่ 1 การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร
- ด้านที่ 2 การวางแผนเชิงกลยุทธ์
- ด้านที่ 3 การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน
- ด้านที่ 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
- ด้านที่ 5 การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล
- ด้านที่ 6 การบริหารทุนมนุษย์
- ด้านที่ 7 การจัดการความรู้และนวัตกรรม
- ด้านที่ 8 การตรวจสอบภายใน

## รัฐวิสาหกิจ ประจำปีบัญชี 2563

คณะกรรมการกำกับดูแลการประเมินผลการพัฒนาองค์กรของรัฐวิสาหกิจภาพรวม ได้มีการประชุมเพื่อพิจารณาแนวทาง เมื่อวันที่ 7 ต.ค. 62 และ 8 พ.ย. 62

1. ค่าเกณฑ์วัด เป็นคะแนน 1-5
2. ผลคะแนนที่ได้จากการประเมิน ณ สิ้นปีบัญชี ให้บวก Handicap เพิ่มสำหรับรายงานผล ซึ่งขึ้นกับแต่ละ รส. ว่า จะได้ Handicap เท่าไหร่
3. ผลประเมิน Enablers ให้คะแนนทศนิยม 4 ตำแหน่ง

เทียบเท่า คะแนน 1	เทียบเท่าคะแนน 2	เทียบเท่า คะแนน 3	เทียบเท่า คะแนน 4	เทียบเท่า คะแนน 5	ผลประเมิน
1	2	3	4	5	ผลประเมิน Enablers ปี 63 + Handicap

**Handicap = (ส่วนต่างผลประเมินข้อบริหารจัดการหรือข้อSEPA ของปี 62 กับคะแนนประเมิน Baseline)\*0.8**

เพื่อให้รัฐวิสาหกิจได้มีระยะเวลาในการปรับตัวและเตรียมความพร้อมต่อระบบ ประเมินผลฯ ใหม่ จึงเห็นควรกำหนด ระยะเวลาในช่วงเปลี่ยนผ่าน เป็นเวลา 2 ปี (ปีบัญชี 2563 – 2564) หลังจาก 2 ปี จะเป็นการประเมินผลตามผลการ ประเมิน Enablers ที่ได้รับ

ปี 2565 เป็นต้นไป จะเป็นคะแนนตามที่ประเมิน Enablers จริง

# ตัวอย่างการคิดค่า Handicap

Handicap = (ส่วนต่างผลประเมินข้อบริหารจัดการหรือข้อSEPA ของปี 62 กับคะแนนประเมิน Baseline)\*0.8

## ตัวอย่าง



\* ใช้ผลคะแนนจากระบบประเมินผล ปี 2561 แทนปี 2562 เพื่อทดสอบการให้คะแนน

คณะกรรมการกำกับดูแลการประเมินผลการพัฒนาองค์กรของรัฐวิสาหกิจภาพรวม ได้มีการประชุมเพื่อพิจารณาแนวทาง เมื่อวันที่ 7 ต.ค. 62 และ 8 พ.ย. 62

เทียบเท่าคะแนน 1	เทียบเท่าคะแนน 2	เทียบเท่าคะแนน 3	เทียบเท่าคะแนน 4	เทียบเท่าคะแนน 5	ผลประเมิน
1	2	3	4	5	ผลสิ้นปี 63 + Handicap

# ประเด็นคำถามที่พบบ่อย

**Q: แผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจหรือไม่**

**A: แผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ กรณีคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจแต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานในเรื่องดังกล่าว ให้นำเสนอผ่านคณะกรรมการชุดดังกล่าว และนำเสนอต่อคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจเพื่อทราบ**

**Q: ตามเกณฑ์ระบุว่า แผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องผ่านการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญนั้น ต้องดำเนินการอย่างไร**

**A: ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีส่วนร่วมในการระบุประเด็น/ ความต้องการ รวมถึงมุมมองในระดับความสำคัญต่อประเด็น/ ความต้องการดังกล่าว ผ่านการสำรวจ สอบถามในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเมื่อมีการกำหนดรูปแบบ แผนงานในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้ว ต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

## ประเด็นคำถามที่พบบ่อย (ต่อ)

**Q:** รัฐวิสาหกิจมีแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มอยู่แล้ว เช่น พนักงาน ลูกค้า เป็นต้น จำเป็นต้องจัดทำแผนการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มดังกล่าว ในแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกหรือไม่

**A:** รัฐวิสาหกิจสามารถใช้วิธีการอ้างอิงแผนการสร้างสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มดังกล่าวได้ ไม่จำเป็นต้องจัดทำเพิ่ม อย่างไรก็ตาม แนวทาง หลักการวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าวต้องสอดคล้องกับเกณฑ์การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**Q:** ขอทราบรายละเอียดและความแตกต่างของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดและแผนแม่บทที่ต้องสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์กรว่าจำเป็นต้องจัดทำแผนดังกล่าวทั้งหมดในคราวเดียวกันหรือไม่ อย่างไร พร้อมยกตัวอย่าง

**A:** แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดต้องสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์กร และแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนปฏิบัติการดิจิทัล แผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยช่วงระยะเวลาของแผนยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ตลอดจนเป้าหมายในการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนต่างๆ ควรสอดคล้องกัน และควรจัดทำให้แล้วเสร็จให้ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการ/ คณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้องก่อนเริ่มปีบัญชี

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานในแต่ละด้านสามารถสนับสนุนความสำเร็จซึ่งกันและกันได้ เช่น ถ้ายุทธศาสตร์วิสาหกิจ และยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด กำหนดเป้าหมายในการเป็นการให้บริการแบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ แผนปฏิบัติการดิจิทัลต้องมีกลยุทธ์หรือแผนงานในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาให้บริการลูกค้า แผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล ต้องมีแผนงานในการจัดโครงการ การจัดการ หรือพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการให้บริการรูปแบบดิจิทัลดังกล่าว

## ประเด็นคำถามที่พบบ่อย (ต่อ)

**Q: การประยุกต์ใช้การบริหารความเสี่ยง และมีการนำองค์ความรู้ของรัฐวิสาหกิจมาใช้ในกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ต้องดำเนินการอย่างไร**

**A: รัฐวิสาหกิจต้องแสดงให้เห็นถึงการบริหารความเสี่ยงในแต่ละแผนงาน/โครงการครอบคลุมตั้งแต่ช่วงก่อนพัฒนา ระหว่างพัฒนา และหลังจากพัฒนาแล้วเสร็จ และนำเสนอต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบ**

นอกจากนี้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ต้องมีการเชื่อมโยงกับระบบการจัดการความรู้ขององค์กร โดยแสดงให้เห็นถึงการนำองค์ความรู้ที่สำคัญขององค์กรที่เกี่ยวข้องมาประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการจัดเก็บองค์ความรู้ที่สำคัญตลอดช่วงเวลาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

**Q: มาตรฐานการให้บริการ จำเป็นต้องทำทุกช่องทางหรือทุกประเภทบริการหรือไม่**

**A: รัฐวิสาหกิจต้องแสดงให้เห็นถึงการวิเคราะห์ว่า บริการสนับสนุนใดที่มีความสำคัญและตอบสนองต่อพฤติกรรม ความต้องการ ความคาดหวัง ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพันของลูกค้า เพื่อกำหนดมาตรฐานบริการให้ครอบคลุมช่องทาง และบริการที่สำคัญของทุกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด**

# ขอบพระคุณ

# ช่องทางสื่อสาร และสอบถาม



**SE-AM chat group**