การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

แผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พ.ศ.2566-2570

ฉบับทบทวนใช้ปี 2568

Vision	"ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคให้ความเชื่อมั่นในการเป็นหน่วยงานหลักที่บริหารจัดการยางพาราอย่างยั่งยืน"
MISSION	"เป็นองค์กรหลักในการบริหารจัดการยางพาราทั้งระบบอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นบริหารจัดการ สร้างสัมพันธ์ และความร่วมมืออย่างบูรณาการ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างความเข้มแข็ง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผ่านการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วเสียระยะยาว ของ กยท."

วัตถุประสงค์	รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กยท. เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดประเด็นสำคัญ (Key Issue) เพื่อบริหารจัดการ	ตอบสนองตามประเด็นสำคัญ (Key Issue) ผ่านการทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ ด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปรับปรุง พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงาน รวมทั้ง กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กยท.	ติดตามการดำเนินงานด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนา	ยกระดับความพึงพอใจและพัฒนาสู่ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) อย่างยั่งยืน				
ขอบเขต	กลุ่มหน่วยงานกำกับและภาครัฐ	กลุ่มคณะกรรมการ	กลุ่มพันธมิตร	กลุ่มลูกค้า	กลุ่มชุมชนสังคม	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มสื่อมวลชน	กลุ่มคู่เทียบคู่แข่งขัน

Goal	ระดับความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80		
Strategic Objective	SO1 พัฒนากรอบการกำกับดูแลและการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SO2 ยกระดับความเชื่อมั่นยอมรับและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก	SO3 ยกระดับ ความรู้ ทัศนคติ แก่บุคลากรด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
Key Goal	1.1 พัฒนาแนวทางการกำกับดูแล 1.2 ออกแบบกระบวนการทำงานด้าน SM ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ทั้งภายในและภายนอก	2.1 มุ่งเน้นการบริหารจัดการ Stakeholders ภายในและภายนอก 2.2 สร้างความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างยั่งยืน	3.1 พัฒนาความรู้ความสามารถและทัศนคติด้าน SM 3.2 จัดทำ KM ด้าน SM 3.3 การพัฒนาฐานข้อมูล Stakeholders
Initiative	1) แผนทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) แผนทบทวนคู่มือ นโยบาย แนวปฏิบัติ คู่มือการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) แผนงานปิด GAP/OFI Enablers ด้าน SM ตามเกณฑ์ SE-AM 4) แผนปรับปรุงระบบงานและกระบวนการทำงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1) แผนการสื่อสาร สร้างความเข้าใจ ร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) แผน SM Day 3) แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ 4) แผนงานบริหารจัดการข้อมูล/Content ทั้งสื่อออฟไลน์ออนไลน์ เชิงรุก 5) แผนทบทวนแผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม 6) แผนงานหลอมรวมและบูรณาการหน่วยงานภายใน 7) แผนสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1) แผนงานพัฒนายกระดับความรู้และทัศนคติด้าน SM 2) แผนงานจัดทำ KM ด้าน SM ภายใน 3) แผนงานจัดทำ KM ด้าน SM ภายนอก 4) แผนงานพัฒนาฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูลอย่างพาราตลอดห่วงโซ่อุปทาน

STAKEHOLDERS ของ การยางแห่งประเทศไทย

1. กลุ่มผู้กำกับนโยบายและภาครัฐ
2. กลุ่มคณะกรรมการ
3. กลุ่มพันธมิตร
4. กลุ่มลูกค้า
5. กลุ่มชุมชนและสังคม
6. กลุ่มพนักงาน
7. กลุ่มสื่อมวลชน
8. กลุ่มคู่เทียบ/คู่แข่งขัน

STAKEHOLDERS ของ การยางแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	นิยาม
ผู้กำกับนโยบายและภาครัฐ	1.1 ภาครัฐ ผู้กำหนดหรือกำกับนโยบายทิศทางการดำเนินงานของ กยท. 1.2 ภาครัฐ ที่เป็นผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ ด้านอุตสาหกรรมยาง	1.1 ภาครัฐ ผู้กำหนดหรือกำกับนโยบายทิศทางการดำเนินงานของ กยท. (เช่น กระทรวงเกษตร กระทรวงการคลัง ฯลฯ) 1.2 ภาครัฐ ที่เป็นผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมยาง (เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ)
คณะกรรมการ	2.1 คณะกรรมการ กยท. 2.2 คณะอนุกรรมการฯ ชุดต่างๆ ของ กยท.	2.1 คณะกรรมการ กยทท. 2.2 คณะอนุกรรมการฯ ชุดต่างๆ ของ กยท. ที่มีตัวแทนจากคณะกรรมการ เป็นองค์ประกอบ
พันธมิตร	3.1 ผู้ส่งมอบ 3.2 คู่ค้า/คู่ความร่วมมือ	3.1 นิติบุคคลหรือบุคคล ที่ส่งมอบทรัพยากรต่างๆ ให้กับ กยท. เพื่อใช้ดำเนินการตามภารกิจด้านอุตสาหกรรมยาง 3.2 คู่ค้า -นิติบุคคลหรือบุคคล ที่ร่วมมือกับ กยท. ในภารกิจสำคัญด้านอุตสาหกรรมยาง เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ร่วมกันในระยะยาว คู่ความร่วมมือ –นิติบุคคลหรือบุคคลที่ร่วมมือกับ กยท. ในภารกิจสนับสนุน หรือภารกิจที่ไม่สำคัญอื่น
ลูกค้า	4.1 ลูกค้าส่งเสริม 4.2 ลูกค้าเชิงพาณิชย์	4.1 หน่วยงาน องค์กร กลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่ กยท. ส่งเสริมตามภารกิจ 4.2 หน่วยงาน องค์กร กลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่ใช้ สินค้าหรือบริการเกี่ยวกับยางพาราจากการยางแห่งประเทศไทยเชิงพาณิชย์

STAKEHOLDERS ของ การยางแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	นิยาม
ชุมชนและสังคม	5.1 ชุมชนสำคัญ (เชิงยุทธศาสตร์/ได้รับผลกระทบ)	5.1 ชุมชนสำคัญ ตามที่ กยท. กำหนด และสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ ของ กยท. หรือ ยุทธศาสตร์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึง ชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากนโยบาย การดำเนินงานของ กยท.
พนักงาน	6.1 ผู้บริหาร พนักงาน พนักงานสัญญาจ้าง สหภาพแรงงาน ของ กยท. 6.2หน่วยงาน/คณะทำงานภายในของ กยท.	6.1 ผู้บริหาร พนักงาน พนักงานสัญญาจ้าง สหภาพแรงงาน ของ กยท. 6.2 หน่วยงาน/คณะทำงานภายในของ กยท.
สื่อมวลชน	7.1 สื่อสิ่งพิมพ์ / วิทยุและโทรทัศน์ 7.2 สื่อออนไลน์	7.1 สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น 7.2 สื่อออนไลน์ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ผู้นำความคิด (Influencer) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ กยท.
คู่เทียบหรือคู่แข่งขัน	8.1 คู่เทียบ (Benchmark) และคู่แข่งขัน ในอุตสาหกรรมยาง	8.1 คู่เทียบ (Benchmark) และคู่แข่งขัน ในอุตสาหกรรมยาง ทั้งทางตรงและทางอ้อม

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

1) กลุ่มผู้กำกับนโยบายและภาครัฐ

การยางแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับหน่วยงานเชิงนโยบายเป็นลำดับต้นในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่กำหนดและกำกับนโยบายในการดำเนินกิจการยางพาราทั้งระบบ โดยกำหนดแนวทางการปฏิบัติในการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานเชิงนโยบายอย่างเหมาะสม ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านวิชาการ และด้านอื่น ๆ โดยมีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

1. ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล ในฐานะเจ้าของ ผู้กำกับดูแลและผู้กำหนดนโยบาย อีกทั้งร่วมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ขององค์กรอย่างยั่งยืน

2. ดำเนินภารกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบ โปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ รวมถึงรายงานการดำเนินงานและสถานภาพขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ครบถ้วนและตามความจริง

3. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรม และมีจิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติงาน รวมทั้งต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ

4. บริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างผลประกอบการที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

5. สนับสนุนทรัพยากร ทั้งด้านเงินทุน เครื่องมืออุปกรณ์ นักวิชาการ และอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินโครงการที่ตอบสนองตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ

6. รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของหน่วยงานเชิงนโยบาย เพื่อปรับปรุง พัฒนากระบวนการดำเนินกิจการดูแลยางพาราทั้งระบบของประเทศ

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

2) กลุ่มคณะกรรมการ

การยางแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับคณะกรรมการ ในฐานะผู้กำหนดทิศทาง นโยบายในการยกระดับการดำเนินงานตามภารกิจของ กยท. ที่สำคัญ รวมถึงการบริหารจัดการอื่นๆ โดยมีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

1. สนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการให้สอดคล้องตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนการนำนโยบาย ข้อสั่งการของคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการสู่การปฏิบัติ
2. จัดเตรียมข้อมูลที่สำคัญ ที่สนับสนุนการตัดสินใจของคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ ได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และทันกาล
3. การนำนโยบาย ข้อสั่งการ จากคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ ถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

3) กลุ่มพันธมิตร

การยางแห่งประเทศไทยมีนโยบายในการดูแลพันธมิตรหรือคู่ความร่วมมือ ส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถ และพัฒนาความรู้ทั้งในงานและนอกงานของพันธมิตรหรือคู่ความร่วมมือ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานของกิจการร่วมทุนประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของกิจการร่วมกัน โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. ประสานความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของกิจการร่วมทุนให้มีความแข็งแกร่ง ตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับการดำเนินงาน ด้านยางพารา ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร
2. สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะกับพันธมิตรหรือคู่ความร่วมมือ ตลอดจนร่วมกันพิจารณากำหนดแผนการดำเนินกิจการร่วมกัน เพื่อให้กิจการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน
3. ปฏิบัติต่อพันธมิตร คู่ค้า คู่ความร่วมมือ อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมตามข้อสัญญาระหว่างกัน
4. พิจารณาราคาซื้อที่เหมาะสมและยุติธรรม พร้อมคำนึงถึงความสมเหตุสมผลด้านราคา คุณภาพ และบริการที่จะได้รับ โดยสามารถให้เหตุผลที่เหมาะสมตรวจสอบได้
5. ปฏิบัติงานการจัดซื้อจัดจ้างด้วยความสุจริต โปร่งใส คุ้มค่า โดยดำเนินการตามพระราชบัญญัติ การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 อย่างเคร่งครัด

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

5) กลุ่มลูกค้า

การยางแห่งประเทศไทยมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า เชิงสังคม และเชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านสินค้า และผลิตภัณฑ์บริการอย่างสูงสุด ทั้งด้านคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนเพื่อรักษาความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. ผลิตสินค้าได้มาตรฐาน และให้บริการอย่างมีคุณภาพ ในราคาเป็นธรรม เพื่อตอบสนอง ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน เป็นธรรม โปร่งใส ด้วยจิตใจให้บริการ มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
3. กำหนดราคาของสินค้าและบริการในอัตราที่เป็นธรรม
4. จัดเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบ ปลอดภัย และไม่นำข้อมูลลูกค้าไปใช้ในทางไม่ถูกต้อง
5. สร้างสรรค์พัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้ใช้ทรัพยากรน้อยลง ประหยัดพลังงาน สามารถหมุนเวียนใช้ซ้ำได้ และมีอายุการใช้งานที่ยืนยาวอย่างต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในหลากหลายมิติ
6. ขยายกลุ่มลูกค้าในการให้บริการแก่ เกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ รวมถึงบุคคลที่มีความสนใจอย่างทั่วถึง
7. พัฒนากระบวนการทำงานและช่องทางการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้อย่างเหมาะสมและมีมาตรฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในทุกขั้นตอน
8. จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังเสียงลูกค้า และดำเนินการแก้ไขปัญหาข้อเรียกร้องด้วยความรวดเร็วอย่างเป็นระบบ

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

5) กลุ่มชุมชน และสังคม

การยางแห่งประเทศไทยมุ่งดำเนินกิจการ โดยเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายและถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม และเสริมสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. ปลูกจิตสำนึกในเรื่องความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ

2. ดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และไม่กระทำการใด ๆ ที่จะมีผลเสียหายต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและประโยชน์สาธารณะ รวมถึงดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชน ควบคุมจัดการของเสีย ทั้งจากกระบวนการผลิตและการใช้งานทั่วไป รวมถึงสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ สู่สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่ได้กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

3. สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมกับสังคมและชุมชนโดยรอบที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจการของการยางแห่งประเทศไทย

4. สนับสนุนโครงการช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบภัยอย่างเร่งด่วน รวมทั้งพัฒนาศักยภาพและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมให้ดีขึ้น อาทิ การพัฒนาอาชีพ การสร้างชุมชนเข้มแข็ง เพื่อให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืน

5. เปิดโอกาสให้ชุมชนและสังคมมีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ รวมทั้งเสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน ที่เป็นผลมาจากการดำเนินกิจการของการยางแห่งประเทศไทย

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

6) กลุ่มพนักงานการยางแห่งประเทศไทย

การยางแห่งประเทศไทยเชื่อมั่นว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน เพื่อให้ไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งการยางแห่งประเทศไทย ดังนั้น การยางแห่งประเทศไทยจึงยึดมั่นในการปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเป็นธรรมบนหลักสิทธิมนุษยชน โดยคำนึงถึงความต้องการของพนักงาน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานและองค์กร รวมถึงเน้นการส่งเสริมพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพอย่างต่อเนื่อง พร้อมให้ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. สรรหาพนักงานด้วยระบบการคัดเลือกและเงื่อนไขการจ้างงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม เพื่อให้ได้พนักงานที่เป็นทั้ง “คนเก่งและดี” มีคุณภาพสูงและซื่อสัตย์เข้ามาร่วมปฏิบัติงานในองค์กร
2. ดูแลพนักงานอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เคารพและปกป้องสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลของพนักงานไม่ให้ถูกล่วงละเมิด รวมทั้งสนับสนุนและเคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงานได้อย่างเป็นอิสระ
3. จัดให้มีระบบการร้องเรียน แจ้งเบาะแสการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมตามจรรยาบรรณของ การเป็นพนักงานการยางแห่งประเทศไทย รวมถึงมีการปกป้องพนักงานไม่ให้ถูกกลั่นแกล้ง หรือได้รับโทษจากการร้องเรียนที่ไม่เป็นธรรม
4. พัฒนาพนักงานตามสายงานทุกระดับอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ตามความเหมาะสมของหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในเรื่องคุณธรรมจริยธรรมให้แก่พนักงานทุกคน
5. ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ขององค์กร รวมทั้งสร้างจิตสำนึกให้พนักงานมีวินัยในการปฏิบัติงาน
6. ประเมินผลการปฏิบัติงานและบริหารค่าตอบแทน โดยพิจารณาจากความเหมาะสมกับหน้าที่ ความรับผิดชอบ และความสามารถของพนักงานเป็นรายบุคคล รวมทั้งจัดให้มีสวัสดิการที่เป็นธรรมและเหมาะสมแก่พนักงาน
7. บริหารงานตามมาตรฐานการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม
8. บริหารงานตามระบบการจัดการมลพิษสิ่งแวดล้อม มาตรฐานของคุณภาพสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการควบคุมการระบายมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม
9. จัดให้มีช่องทางในการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจการยางพาราทั้งระบบของการยางแห่งประเทศไทย

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

7) กลุ่มสื่อมวลชน

การยางแห่งประเทศไทยเห็นความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้สื่อมวลชน เพื่อให้สามารถสื่อสารต่อไปยังสาธารณชนได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว กรณีข้อมูลข่าวสารบางส่วนที่ต้องห้ามมิให้เปิดเผยที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรหรือเจ้าหน้าที่ของการยางแห่งประเทศไทย อาจมีคำสั่งมิให้เปิดเผยก็ได้ โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. เปิดเผยข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนอย่างเท่าเทียมกัน โดยเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และตรงประเด็น
2. สื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์
3. เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนสามารถพบปะ พูดคุยกับผู้บริหารระดับสูงอย่างใกล้ชิด
4. อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ
5. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน เช่น จัดให้มีการเยี่ยมชมกิจการและโรงงาน เพื่อให้เห็นกระบวนการผลิตและระบบการบริหารจัดการภายในโรงงาน รวมถึงได้รับข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้อง

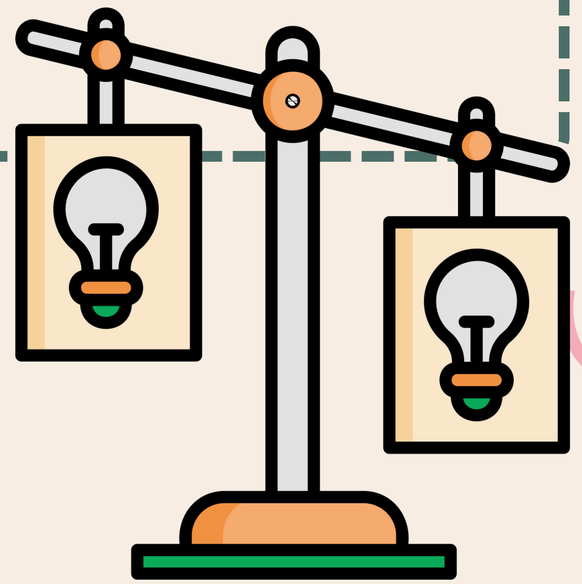
นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

8) กลุ่มคู่เทียบ/คู่แข่งขัน

การยางแห่งประเทศไทยเห็นความสำคัญต่อการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส และเป็นธรรม ไม่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เพื่อให้องค์กรสร้างสมดุลการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. ดำเนินภารกิจภายใต้การแข่งขันที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบคู่แข่ง โดยวิธีไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม
2. ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่ง ด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต หรือไม่เหมาะสม
3. ไม่ขอให้ภาครัฐออกกฎ ระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อเอื้อประโยชน์หรือสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. ไม่กล่าวหาในทางร้ายต่อคู่แข่ง โดยปราศจากข้อมูลจริง
5. ส่งเสริมให้พนักงานมีทัศนคติต่อคู่แข่งในฐานะพันธมิตร



วัตถุประสงค์และขอบเขตการมุ่งเน้นบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

วัตถุประสงค์ของการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. รับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กยท. เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดประเด็นสำคัญ (KEY ISSUE) เพื่อบริหารจัดการ

2. ตอบสนองตามประเด็นสำคัญ (KEY ISSUE) ผ่านการทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ ด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปรับปรุงพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงาน รวมทั้งกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กยท.

3. ติดตามการดำเนินงานด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนา

4. ยกระดับความพึงพอใจและพัฒนาสู่ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (STAKEHOLDER ENGAGEMENT) อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์และขอบเขตการมุ่งเน้นบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขอบเขตของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ขอบเขตการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
นโยบายกำกับและภาครัฐ	1. ดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อนโยบายของประเทศและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ขององค์กรอย่างยั่งยืน 2. ให้ความร่วมมือข้อมูลที่สำคัญกับหน่วยงานกำกับและภาครัฐ
คณะกรรมการ	1. สนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการให้สอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี 2. การนำนโยบายจากคณะกรรมการ ถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ
พันธมิตร	1. สร้างความร่วมมือ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน อย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับการดำเนินงาน ด้านยางพารา ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร 2. สนับสนุนการดำเนินการจัดหาปัจจัยการผลิต เครื่องมืออุปกรณ์สำหรับงานสนับสนุน เช่น งานพัสดุ งานวิจัย งานบริการ และงานเทคโนโลยีสารสนเทศ
ลูกค้า	ส่งเสริมสนับสนุนแหล่งเงินทุน องค์ความรู้ เพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรอย่างยั่งยืน สถาบันเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ ผู้ประกอบกิจการยางมีศักยภาพในการแข่งขันสูง

วัตถุประสงค์และขอบเขตการมุ่งเน้นบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขอบเขตของการมุ่งเน้น/บริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ขอบเขตการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ชุมชนและสังคม	บรรเทาผลกระทบชุมชนสรงคมจากการดำเนินกิจการยางพารา โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
พนักงาน กยท.	1. พัฒนาสมรรถนะ และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 2. ยกระดับความผูกพันของพนักงาน อย่างเท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติ 3. เสริมสร้างค่านิยม และวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างหลอมรวมและบูรณาการกันอย่างมีประสิทธิภาพ
สื่อมวลชน	สนับสนุนข้อมูล ข่าวสาร อย่างถูกต้อง ทันกาล และเผยแพร่ผลการดำเนินงานที่สำคัญ รวมถึงประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับยางพาราเชิงรุก และต่อเนื่อง
คู่เทียบ/คู่แข่งขัน	การนำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบของคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อพัฒนาและยกระดับการดำเนินงานในเชิงยุทธศาสตร์ รวมถึงศักยภาพการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาสู่ความร่วมมือระหว่างกันในอนาคต

สรุปประเด็นสำคัญ (KEY ISSUE) ของการยางแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็นสำคัญ (Key Issue)	ระดับความสำคัญ
ผู้กำกับนโยบายและ ภาครัฐ	การสื่อสาร สร้างความเข้าใจ การดำเนินงานตามนโยบายสำคัญที่ได้รับการถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+++
	การให้ข้อมูลผลการดำเนินงานที่สำคัญที่ครบถ้วน รวดเร็ว และถูกต้อง	+++
	การสร้างความร่วมมือและบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	+++
	ขั้นตอนการดำเนินงานมีหลายขั้นตอน ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการ ดำเนินงานตามโครงการรัฐ	+++
	ความรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	++
คณะกรรมการ	การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอต่อการพิจารณาตัดสินใจ	+++
พันธมิตร	การสร้างความร่วมมือตลอกห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ โดยหาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์	+++
	การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน กยท.	+++
	การร่วมมือในการจัดทำแผนงาน/โครงการสำคัญต่างๆ ยังไม่เกิดผลผลิตและผลลัพธ์ที่ชัดเจน	+++
	กระบวนการภายในของ กยท. ล่าช้า เช่น การให้ข้อมูล / การติดต่อประสานงาน / กระบวนการเบิกจ่าย เป็นต้น	+++
	กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างล่าช้า	+++
	กระบวนการปฏิบัติงานของ กยท. ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละหน่วยงาน	++
ลูกค้า	การสร้างงานวิจัยที่ต่อยอดไปสู่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ ของ กยท.	++++
	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นระบบ	++++
	ขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงมากยิ่งขึ้น	+++
	ระบบดิจิทัลที่สนับสนุนการให้บริการยังไม่เพียงพอ	+++
	การมีฐานข้อมูลยางพาราครบวงจรทั้งระบบ	++++

สรุปประเด็นสำคัญ (KEY ISSUE) ของการยางแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็นสำคัญ (Key Issue)	ระดับความสำคัญ
ชุมชนสังคม	การสื่อสาร สร้างความเข้าใจ แก่ชุมชน ผ่านทางสื่อของ กยท. และสื่อสารธารณะ ที่รวดเร็ว และชัดเจน	++
	ขาดแนวทางการบริหารจัดการและสร้างสัมพันธ์ชุมชนอย่างเป็นระบบ เช่น การรับฟังชุมชนสังคม การลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนสังคม	++++
	การพัฒนาสังคม ชุมชน ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี	++++
พนักงานการยางแห่งประเทศไทย	การสร้าง Mindset / วัฒนธรรมองค์กร	+++
	Generation Gap	+++
	การ Reskill Upskill การดำเนินงานด้านธุรกิจ	+++
	การจัดเก็บองค์ความรู้ด้านยางพาราอย่างเป็นระบบ	+++
	ทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านต่างๆ ยังไม่ครอบคลุม หรือรองรับการดำเนินงานตามทิศทาง ยุทธศาสตร์ของ กยท.	++++
	การบูรณาการทำงานและข้อมูลภายในองค์กร	++++
	ส่วนงาน/หน่วยงานยังขาดความเข้าใจระเบียบต่างๆ ของ กยท. เช่น ระเบียบเรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง	+++
สื่อมวลชน	ขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	++
	ขาดการสอบทานข้อเท็จจริงของข่าวก่อนออกสื่อ	+++
	ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกันอย่างต่อเนื่อง / ได้รับข้อมูลล่าช้า /ช่องทางการส่งข้อมูลข่าวสารของ กยท. ไม่เป็นปัจจุบัน และปัญหาในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล เพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม	+++
คู่เทียบ/คู่แข่ง	ขาดข้อมูลในการวิเคราะห์คู่เทียบ/คู่แข่งขัน ในการนำมายกระดับการดำเนินงานของ กยท. อย่างเป็นระบบ	++++

ระดับคะแนน	ความเร่งด่วน
> 4 คะแนน	++++
3 - 3.9 คะแนน	+++
2 - 2.9 คะแนน	++
< 2 คะแนน	+

ระดับความสำคัญและแนวทางการบริหารความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระดับความสำคัญ	โซนสี	ประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการบริหารความสัมพันธ์
สูงมาก		ผู้เล่นหลัก (Key Player) คือ ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลและความสนใจสูง ซึ่งอาจเป็นปัจจัยเชิงบวกหรือเชิงลบต่อการดำเนินงาน เป็นกลุ่มที่ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยคงความพึงพอใจสูงสุดของผู้มีส่วนได้เสียตามความต้องการและความคาดหวัง	เน้นการสื่อสารสองทาง และเป็นแนวทางเชิงรุก เพื่อให้กลุ่มนี้มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานสูงสุด เน้นการเพิ่มบทบาท (Empowering) และความร่วมมือ (Collaboration)
สูง		ผู้กำหนดบริบท (Context Setters) คือ ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลสูงแต่มีความสนใจน้อย เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการดำเนินงานหรือหยุดการดำเนินงาน จึงควรสร้างความตระหนักรู้และพัฒนาให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีมุมมองเชิงบวก ซึ่งอาจพัฒนาความสนใจของกลุ่มนี้ เพื่อปรับไปสู่กลุ่มผู้เล่นหลักต่อไป หรือบรรเทาผลกระทบด้านลบเพื่อคงความพึงพอใจ	เนื่องจากมีอิทธิพลมาก จึงควรใช้แนวทางที่สามารถควบคุม และการบริหารจัดการเพื่อคงความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน เน้นความร่วมมือ (Collaboration), การมีส่วนร่วม (Involvement)
ปานกลาง		ผู้แสดงความสนใจ (Subject) คือ ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลน้อยแต่มีความสนใจสูง โดยอาจสนับสนุนให้มีการรวมตัวของกลุ่มผู้แสดงความสนใจ เพื่อเพิ่มอำนาจและอิทธิพลที่เอื้อต่อการดำเนินงาน และปรับไปสู่กลุ่มผู้เล่นหลัก	สื่อสารอย่างต่อเนื่อง และบริหารจัดการสื่อสารข้อมูลในประเด็นที่เป็นข้อห่วงกังวล เน้นการมีส่วนรวม (Involvement), การปรึกษา (Consultation)
น้อย		ผู้มีความสนใจน้อย (Crowd) คือ ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลและความสนใจต่ำ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาความสนใจหรืออิทธิพลได้ ซึ่งไม่ควรเน้นความพยายามในการบริหารจัดการกลุ่มนี้มากนัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	สื่อสารให้ข้อมูล รวมถึงติดตามอิทธิพลและความสนใจในภาพรวม เน้นการให้ข้อมูล (Inform)

ระดับความสำคัญและแนวทางการบริหารความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

อิทธิพล (Influent)							
	สูงมาก	5	5 (5x1)	10 (5x2)	15 (5x3)	20 (5x4)	25 (5x5)
	สูง	4	(4x1)	(4x2)	12 (4x3)	(4x4)	20 (4x5)
	ปานกลาง	3	(3x1)	(3x2)	9 (3x3)	(3x4)	15 (3x5)
	น้อย	2	2 (2x1)	4 (2x2)	6 (2x3)	8	10 (2x5)
	น้อยมาก	1	(1x1)	(1x2)	3 (1x3)	(1x4)	5 (1x5)
การจัดลำดับ			1	2	3	4	5
			น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
			ความสนใจ (Interest)				

Negotiate
Consult

Empower
Collaborate
Involve

Monitor

Inform

ระดับและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

ระดับการสร้างความสัมพันธ์	รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์
Monitor	• การติดตามประเด็นจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ Social Media, หนังสือพิมพ์ บทสัมภาษณ์ต่างๆ เป็นต้น
Inform	• การสื่อสารทางเดียว • การประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าวสาร ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น จดหมาย, วารสารประจำเดือน, รายงานประจำปี, เว็บไซต์, งานประชุม สัมมนา เป็นต้น
Consult	• การสำรวจ/การทำ Focus Group/Workshop เพื่อรวบรวมประเด็น • การประชุม/ทำงานร่วมกัน อย่างเป็นทางการ/ไม่เป็นทางการ
Negotiate	• กรณีนี้ใช้กับการที่ต้องมีการเจรจาต่อรอง เช่น กลุ่มสหภาพแรงงาน
Involve	• การสัมมนากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น การจัดงาน Forum • การประชุมร่วมกันเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกัน / ต้องใช้การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม
Collaborate	• การร่วมมือกัน/การจับมือเป็นพันธมิตร
Empower	• การรับนโยบาย/ทิศทาง ต่างๆ (กลุ่มภาครัฐผู้กำกับ นโยบาย, กลุ่มคณะกรรมการ)

ผลการดำเนินงาน (OUTPUT) ของการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์/แผนงานโครงการ	ตัวชี้วัด/เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบกำกับดูแลการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อความยั่งยืน			
กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาระบบงานในการบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
1.1.1 แผนงานพัฒนาฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล			
1) โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลางข้อมูลยางพาราของประเทศไทย	ได้ระบบฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1 ระบบ	มีระบบแสดงข้อมูลด้านเศรษฐกิจยาง 1 ระบบ คิดเป็นร้อยละ 100	ฝศย./กวย.
2) โครงการปรับปรุงฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบกิจการยาง	เกษตรกรชาวสวนยางดำเนินการการปรับปรุงหรือยืนยันข้อมูลในระบบทะเบียนเกษตรกรชาวสวนยาง ร้อยละ 100 ของเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด (แผน 1,150,000 ราย)	ดำเนินการได้ 1,655,482 ราย คิดเป็นร้อยละ 100	ฝพก./กทบ.

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์/แผนงานโครงการ	ตัวชี้วัด/เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบกำกับดูแลการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อความยั่งยืน			
กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาบุคลากรในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
1.2.1 แผนงานพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร			
1) โครงการพัฒนาบุคลากรแบบมุ่งสมรรถนะการบริหาร (Management Competency)	ผ่านการฝึกอบรม 60 คน	ผ่านการฝึกอบรม 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100	ฝทม./กพน.
	ผ่านการฝึกอบรม 30 คน	ผ่านการฝึกอบรม 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
	ผ่านการฝึกอบรม 8 คน	ผ่านการฝึกอบรม 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
	ผ่านการฝึกอบรม 1 คน	ผ่านการฝึกอบรม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
2) โครงการพัฒนาบุคลากรแบบมุ่งสมรรถนะตามสายงาน (Functional Competency)	ผ่านการฝึกอบรม 40 คน	ผ่านการฝึกอบรม 114 คน คิดเป็นร้อยละ 100	ฝทม./กพน.
	ผ่านการฝึกอบรม 10 คน	ผ่านการฝึกอบรม 11 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
	ผ่านการฝึกอบรม 80 คน	ผ่านการฝึกอบรม 80 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
	ผ่านการฝึกอบรม 60 คน	ผ่านการฝึกอบรม 68 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
	จำนวนอบรม 40 ชั่วโมง	ผ่านอบรม 48 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 100	
	จำนวนผู้ผ่านการฝึกอบรม 80 คน	ผ่านการฝึกอบรม 99 คน คิดเป็นร้อยละ 100	
	จำนวนสายงานที่ผ่านการพัฒนา 4 สายงาน	ผ่านการพัฒนา 4 สายงาน คิดเป็นร้อยละ 100	

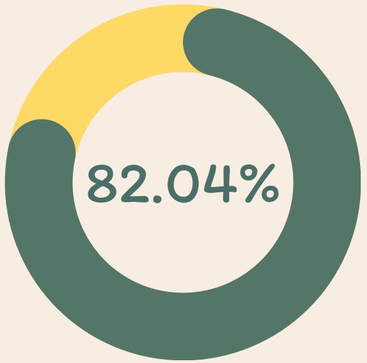
ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์/แผนงานโครงการ	ตัวชี้วัด/เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความเชื่อมั่นยอมรับและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก			
กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาระบบการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
2.1.1 แผนงานสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่น			
1) โครงการ การบริหารจัดการด้านความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยธุรกิจ	เยี่ยมเยียนพบปะลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้าใหม่ 3 ครั้ง/ปี	ดำเนินการเยี่ยมเยียนพบปะลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้าใหม่ 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 100	หน่วยธุรกิจ
	เข้าร่วม/ประชุมจับคู่ธุรกิจใน/ต่างประเทศ2 ครั้ง/ปี	ดำเนินการเข้าร่วม/ประชุมจับคู่ธุรกิจใน/ต่างประเทศ 3 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 100	
	ดำเนินการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการจากกลุ่มลูกค้าใหม่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมา	ดำเนินการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการจากกลุ่มลูกค้าใหม่ ได้เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 31.72 จากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 100	
2) โครงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยการสื่อสารข้อมูล	สามารถเผยแพร่ สื่อสารข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50	สามารถดำเนินการเผยแพร่ สื่อสารข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100	ฝสผ./กสป. กสม. กพม.
3) โครงการแสวงหาและสร้างความร่วมมือด้านยางพาราระหว่างประเทศ	จำนวนครั้งของความร่วมมือระหว่างประเทศจำนวน 50 ครั้ง	สามารถดำเนินการด้านความร่วมมือระหว่างประเทศจำนวน 56 ครั้ง	
	ความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการพัฒนายางพารา หรือการพัฒนาองค์กรกับนานาประเทศอย่างน้อย 1 องค์กร	สามารถดำเนินงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการพัฒนายางพารา หรือการพัฒนาองค์กรกับนานาประเทศจำนวน 59 องค์กร	

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์/แผนงานโครงการ	ตัวชี้วัด/เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความเชื่อมั่นยอมรับและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก			
กลยุทธ์ที่ 2.2 ยกระดับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
2.2.1 แผนงานสร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือ			
1) โครงการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อความยั่งยืน	ความพึงพอใจของชุมชนที่อยู่รอบโรงงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ระดับความพึงพอใจของชุมชนที่อยู่รอบโรงงาน อยู่ที่ ร้อยละ 80.18 คิดเป็นร้อยละ 100	กจร.6
	เกษตรกรชาวสวนยางที่ขึ้นทะเบียนของ กยท. และต้องมีพื้นที่สวนยางถือครองไม่น้อยกว่า 10 ไร่ จำนวน 210 ราย มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 210 ราย ร้อยละ 80.18 คิดเป็นร้อยละ 100	ฝพก./กสบ.
	ดำเนินการศึกษาดูงานแก่เกษตรกรชาวสวนยาง พนักงานที่ดูแลงานสถาบันเกษตรกร 2 ครั้ง/ปี	ดำเนินการศึกษาดูงานแล้ว 44 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100	
2) โครงการ พัฒนาศักยภาพเกษตรกรชาวสวนยางรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) ภายใต้แนวคิด ลูกยางคืนถิ่น (New Young Blood Plus Idea)	ผ่านการอบรมเป็น Young Smart Farmer ชาวสวนยาง 700 ราย	ผ่านการอบรมเป็น Young Smart Farmer ชาวสวนยาง 775 คิดเป็นร้อยละ 100	ฝพก./กสบ.
	ผลการประเมินความพึงพอใจในหลักสูตรไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ระดับความพึงพอใจอยู่ที่ ร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 100	
3) โครงการ เงินให้กู้ยืมและเงินอุดหนุน ตาม มาตรา 49 (3)	ดำเนินการให้กู้ยืมเงินและขอรับเงินอุดหนุน ให้แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบกิจการยางที่ยื่นความประสงค์ขอกู้ยืม และขอรับการอุดหนุน ตามแผนงานและระยะเวลาที่กำหนดได้ ร้อยละ 100	ดำเนินการให้กู้ยืมเงินและขอรับเงินอุดหนุน ให้แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบกิจการยางที่ยื่นความประสงค์ขอกู้ยืม และขอรับการอุดหนุน ตามแผนงานและระยะเวลาที่กำหนดได้ ร้อยละ 100 เป็นจำนวน 2,067.00 ราย/หน่วยงาน	ฝพก./กกส.

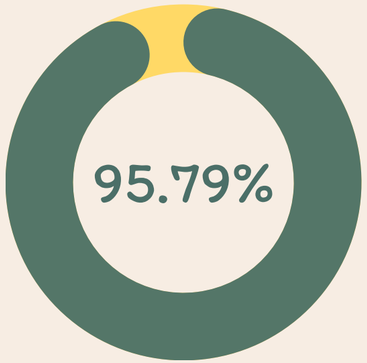
ผลลัพธ์ (OUTCOME) การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

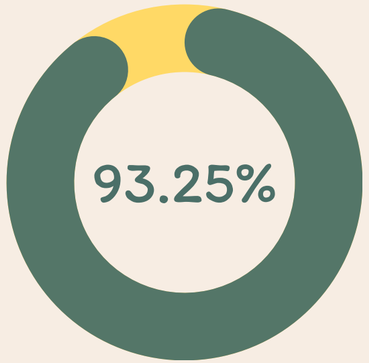
หน่วยงานเชิงนโยบาย



พันธมิตร

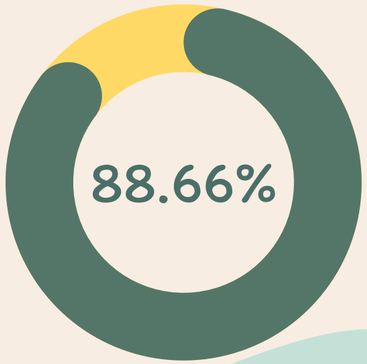


คู่ค้า

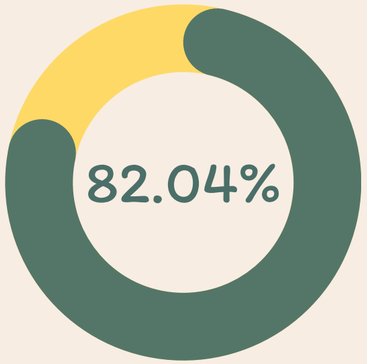


ลูกค้า

พนักงาน กยท.



สื่อมวลชน



ชุมชนและสังคม