



แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พ.ศ. 2566 - 2570

กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
			66	67	68	69	70
1.ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1.1 มุ่งเป็นตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	80	83	86	89	92
	1.2 การพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการสื่อสาร	80	83	86	89	92
	1.3 การพัฒนาระบบและวัฒนธรรมการในการบริหารจัดการและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ระดับความรู้ความสามารถของบุคลากรการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	80	83	86	89	92
2.สร้างคุณค่าเพิ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2.1 การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร	ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการมีส่วนร่วมขององค์กร	80	83	88	88	92
		จำนวนโครงการปรับปรุงที่ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2	2	3	4	5

แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยุทธศาสตร์

1. ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์

1.2 การพัฒนาสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- 1.2.1 แผนการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ตรวจประเมินระบบ GMMP, GDP
- 1.2.2 แผนการประชุมผู้ส่งมอบเพื่อสื่อสารข้อมูล องค์ความรู้ที่สำคัญในการทำงานร่วมกันของกองวิศวกรรม
- 1.2.3 แผนการประชุมผู้ส่งมอบงานซ่อมบำรุงเพื่อสื่อสารข้อมูลองค์ความรู้ที่สำคัญในการทำงานร่วมกัน
- 1.2.4 แผนการประชุมผู้ส่งมอบเพื่อสื่อสารข้อมูล องค์ความรู้ที่สำคัญในการทำงานร่วมกันของกองสนับสนุนและบริการโรงงาน
- 1.2.5 แผนการประชุมผู้ส่งมอบเพื่อสื่อสารข้อมูล องค์ความรู้ที่สำคัญในการทำงานร่วมกันของกองการพิมพ์
- 1.2.6 แผนพัฒนา website เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 1.2.7 แผนการสร้างความเข้าใจกับบริษัทจัดเก็บ/ขนส่งเกี่ยวกับขั้นตอนและข้อกำหนดในการปฏิบัติงาน
- 1.2.8 แผนยกระดับความสัมพันธ์กับพนักงาน
- 1.2.9 แผนการสร้างความเข้าใจกับ Supplier เกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงาน
- 1.2.10 แผนเพิ่มประสิทธิภาพการประชุมคณะกรรมการ
- 1.2.11 แผนสื่อสารคู่ค้า คู่สัญญา
- 1.2.12 แผนแลกเปลี่ยนความหน่วยงานรับตรวจ
- 1.2.13 แผนสร้างสัมพันธ์ภาพผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย-ผู้บริหาร
- 1.2.14 แผนสร้างสัมพันธ์ภาพผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย-สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
- 1.2.15 แผนสร้างความเข้าใจในการติดตามสถานะงบบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
- 1.2.16 แผนการสร้างความเข้าใจกับ supplier เกี่ยวกับขั้นตอนการรับชำระเงิน
- 1.2.17 แผนการสร้างความเข้าใจกับ supplier เกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงาน
- 1.2.18 แผนเพิ่มประสิทธิภาพในการรับชำระหนี้จากลูกค้าภาครัฐและลูกค้าภาคเอกชน
- 1.2.19 แผนเพิ่มช่องทางการติดต่อ Supplier
- 1.2.20 แผนสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี ความเชื่อมั่นและให้การสนับสนุนการดำเนินงานฝ่ายผลิตยา
- 1.2.21 แผนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ AntiCov Nasal Spray
- 1.2.22 แผนสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี ความเชื่อมั่นและให้การสนับสนุนการดำเนินงานของโรงงานผลิตยาจริงสิต



2. สร้างคุณค่าเพิ่มร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.1 การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร

- 2.1.1 แผนสร้างเครือข่ายด้านวิจัยและพัฒนา
- 2.1.2 แผนเสริมสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในการเพาะปลูกกัญชา กัญชง
- 2.1.3 แผนเสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานกำกับดูแลการขึ้นทะเบียน
- 2.1.4 แผนเสริมสร้างความร่วมมือ ด้านการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชีววัตถุ
- 2.1.5 แผนพัฒนาสิทธิมนุษยชน
- 2.1.6 แผนพัฒนาความร่วมมือ 14 องค์กรภาคีเครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อม



วัตถุประสงค์ (Purpose) และขอบเขต (Scope) การมุ่งเน้นหรือบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับองค์กร

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	วัตถุประสงค์ (Purpose) การมุ่งเน้นหรือบริหารจัดการ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ขอบเขต (Scope) การมุ่งเน้นหรือบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ลูกค้า	เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความผูกพัน นำไปสู่การซื้อสินค้าและใช้บริการของ อก. อย่างต่อเนื่อง	การประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อ offline และ online รูปแบบต่างๆ เช่น บูธแสดงสินค้า การจัดประชุม Lunch Talk การเยี่ยมชมโรงงานผลิตยาทั้งแบบ on-site และ virtual tour พนักงานขายนัดเยี่ยมพบ นำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือติดต่อ ผ่านช่องทางต่างๆ
ผู้ปฏิบัติงาน	เพื่อสร้างความผูกพัน ความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงานที่ดี	การประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลการบริหารจัดการ การพัฒนา บุคลากร การจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงาน การจัดสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ภายใน
คู่ความร่วมมือ คู่ค้า ผู้ส่งมอบ และผู้รับจ้าง ผลิต	เพื่อให้การส่งมอบวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ บริการ ผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ เป็นไปตาม เงื่อนไขที่กำหนด ด้วยความร่วมมือ ประสานการทำงานที่ดี	การสื่อสารข้อมูลนโยบายการแข่งขันที่โปร่งใสเป็นธรรม ช่องทางและ กระบวนการรับฟังข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน ข้อมูลรายละเอียด ข้อกำหนด กระบวนการจัดซื้อจัดหา การทำสัญญาและการชำระเงิน ผ่าน สื่อในรูปแบบต่างๆ ทั้ง offline และ online การประชุมร่วม และติดตาม ช่องทางต่างๆ
ชุมชน	เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต ลดความ กังวล ของชุมชน และสนับสนุนการ ดำเนินงานขององค์กร	การประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลกิจกรรมองค์กร ระบบความ ปลอดภัย การควบคุมมลพิษและการจัดการของเสีย ผ่านสื่อ offline และ online ในรูปแบบต่างๆ การเยี่ยมชมโรงงานผลิตทั้งแบบ on site และ virtual tour รวมถึงสนับสนุนกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพอนามัย
หน่วยงานกำกับ/ คณะกรรมการ	เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กร บรรลุความสำเร็จ เป็นไปตามทิศทางและ เป้าหมายอย่างยั่งยืน	การสื่อสารข้อมูลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการประชุม/ ดูงาน การรายงานผลการดำเนินงาน การรับมอบนโยบาย
หน่วยงานตรวจสอบ หน่วยงานรับรอง	เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กร เป็นไปตามมาตรฐาน กฎระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	การสื่อสารข้อมูลการปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมาย กฎระเบียบ คู่มือการปฏิบัติงาน มาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านการประชุม การ ชี้แจง และการตรวจประเมิน
NGO/ สื่อมวลชน	เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการ ดำเนินงานขององค์กร ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญอย่างถูกต้อง สนับสนุนและไม่ต่อต้านการดำเนินงาน ขององค์กร	การประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลการดำเนินงานองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ การดำเนินงานตามนโยบายภาครัฐผ่านการประชุมรับ ฟังความคิดเห็น การแถลงข่าว ทั้ง offline และ online