**4.4 ขอความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พ.ศ.2563-2565 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565**

**ความเป็นมา**

ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM ตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM)

**ข้อเท็จจริง**

1. การกำหนดหลักเกณฑ์การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาเรียนรู้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต นำปสู่การตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่มสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด และสร้างผลกระทบในเชิงบวก ลดผลกระทบทางสังคมภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้รัฐวิสาหกิจมีระบบการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และก่อให้เกิดการบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร
2. จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว องค์การจัดการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พ.ศ.2563-2565 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร ข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วยเสียที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินการ ดังนี้

/แผนยุทธศาสตร์…

**แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พ.ศ.2563 - 2565 (ทบทวนครั้งที่ 1)  
และแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565**

**ยุทธศาสตร์ : การสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีและการเพิ่มคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**กลยุทธ์ที่ 3**

เพิ่มแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายใต้หลักการบริหารกิจการที่ดี

**กลยุทธ์ที่ 2**

เพิ่มประสิทธิภาพสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**กลยุทธ์ที่ 1**

เพิ่มการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **โครงการ/กิจกรรม** | **โครงการ/กิจกรรม** | **โครงการ/กิจกรรม** |
| 1.1 โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย | 2.1 โครงการนำน้ำที่ผ่าน การบำบัดและมีคุณภาพตามมาตรฐานกลับมาใช้ประโยชน์ | 3.1 โครงการการส่งเสริมธรรมา ภิบาลและการป้องกันและปราบปรามการทุจริต |
| 1.2 โครงการให้คำปรึกษาด้าน การบำบัดน้ำเสียกับหน่วยงานรัฐและเอกชน | 2.2 โครงการพัฒนาการใช้ประโยชน์จากน้ำที่บำบัดน้ำเสียแล้วร่วมกับเครือข่ายภาคี | 3.2 โครงการพัฒนาแนวทางจัดทำระบบสารสนเทศ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (HRIS) |
| 1.3 โครงการฝึกอบรมการจัดการน้ำเสียให้กับกลุ่มผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน | 2.3 โครงการผลักดันให้ครัวเรือนมีการติดตั้งและดูแลรักษาถังดักไขมันอย่างถูกวิธี เพื่อลด ความสกปรกของน้ำเสีย |  |
| 1.4 โครงการศึกษาความพึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | 2.4 โครงการจัดทำแผนและ Road map ด้าน CSR ขององค์การจัดการน้ำเสีย |  |
| 1.5 โครงการศึกษาและจัดทำแนวทางการพัฒนาช่องทางการ รับฟังและจัดการข้อร้องเรียน |  |  |

รายละเอียดปรากฎตามเอกสารประกอบวาระ 4.4

/ข้อกฎหมาย …

**ข้อกฎหมายหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง**

1. ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM ตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ
2. คำสั่งคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย ที่ 6/2564 เรื่องแต่งตั้งคณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม

**ข้อเสนอ**

เพื่อโปรดพิจารณา ขอความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พ.ศ.2563-2565 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565

**มติที่ประชุม**

...................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**4.5 ขอความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2563-2565 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565**

**ความเป็นมา**

ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM ตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM)

**ข้อเท็จจริง**

1. การกำหนดหลักเกณฑ์การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาเรียนรู้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต นำปสู่การตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่มสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด และสร้างผลกระทบในเชิงบวก ลดผลกระทบทางสังคมภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้รัฐวิสาหกิจมีระบบการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และก่อให้เกิดการบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร
2. จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว องค์การจัดการน้ำเสีย จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2563 – 2565 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด จัดทำให้มีความสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร ข้อมูลลูกค้าและตลาด ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและตลาด การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ/กิจกรรม ดังนี้

/แผนยุทธศาสตร์…

**แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2563-2565 (ทบทวนครั้งที่ 1)   
และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565**

**ยุทธศาสตร์ที่ 2**

**เป็นศูนย์ข้อมูลองค์ความรู้ในด้านการบริหาร**

**จัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า**

**ยุทธศาสตร์ที่ 1**

**พัฒนาระบบการบริหารจัดการลูกค้า**

**แบบครบวงจร**

กลยุทธ์ที่ 2

ต่อยอดองค์ความรู้ที่สำคัญด้านการจัดการ  
น้ำเสียร่วมกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 1

การจัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2

การบริหารจัดการลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 1

ขยายฐานลูกค้าและตลาด

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **โครงการ/กิจกรรม** | **โครงการ/กิจกรรม** | **โครงการ/กิจกรรม** | **โครงการ/กิจกรรม** |
| 1.1 โครงการเพิ่มรายได้และพื้นที่ให้บริการ | 2.1 โครงการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า | 1.1 โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมความรู้ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า | 2.1 โครงการจัดตั้งศูนย์ การเรียนรู้ด้าน การจัดการน้ำเสียและนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์ |
| 1.2 โครงการสร้างความพร้อมในการรองรับงานในอนาคต | 2.2 โครงการจัดการ ข้อร้องเรียนลูกค้า |  |  |
|  | 2.3 โครงการจัดทำมาตรฐานการให้บริการ |  |  |
|  | 2.4 โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า  2.5 โครงการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (COVID-19) |  |  |

รายละเอียดปรากฎตามเอกสารประกอบวาระ 4.5

/ข้อกฎหมาย…

**ข้อกฎหมายหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง**

1. ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM ตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ
2. คำสั่งคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย ที่ 6/2564 เรื่องแต่งตั้งคณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม

**ข้อเสนอ**

เพื่อโปรดพิจารณา ขอความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ด้านด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2563 – 2565 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565

**มติที่ประชุม**

...................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................