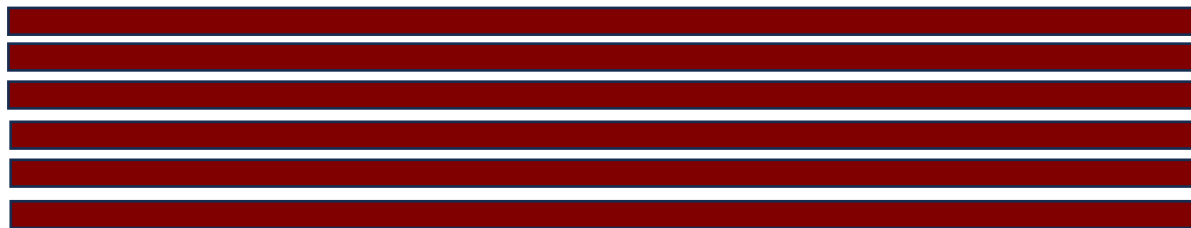


แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปีงบประมาณฯ ๒๕๖๖- ๒๕๗๐  
และแผนด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปีงบประมาณฯ ๒๕๖๖  
โรงพิมพ์ตำรวจ



**PPB**

POLICE PRINTING BUREAU

รายละเอียดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียองค์กร

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียย่อย
๑.กลุ่มลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li> กลุ่มลูกค้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติส่วนกลาง</li> <li> กลุ่มลูกค้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติส่วนภูมิภาค</li> <li> กลุ่มลูกค้าภาคราชการ/รัฐวิสาหกิจ</li> <li> กลุ่มลูกค้าภาคเอกชน</li> </ul>
๒.หน่วยงานกำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> <li> สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ</li> <li> สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (คณะกรรมการโรงพิมพ์ตำรวจ)</li> <li> กระทรวงการคลัง</li> </ul>
๓. ผู้ประเมินและตรวจสอบ	<ul style="list-style-type: none"> <li> บริษัทที่ปรึกษา (บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น)</li> <li> คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.)</li> </ul>
๔.บุคลากรโรงพิมพ์ตำรวจ	<ul style="list-style-type: none"> <li> ผู้บริหาร พนักงาน พนักงานสัญญาจ้าง และพนักงานเกษียณหรืออดีตพนักงานที่เกี่ยวข้องของโรงพิมพ์ตำรวจ</li> <li> ฝ่ายงาน/คณะทำงานภายใน ของ โรงพิมพ์ตำรวจ</li> </ul>
๕. คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li> บริษัทผู้รับจ้างหรือผู้ส่งมอบวัตถุดิบแก่โรงพิมพ์ตำรวจ</li> </ul>
๖. ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li> ชุมชนในละแวกพื้นที่โรงพิมพ์ตำรวจ</li> </ul>

## วิสัยทัศน์และพันธกิจ

### วิสัยทัศน์

“เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของรัฐที่ให้บริการงานพิมพ์ทั่วไปและให้บริการงานพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง ที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในด้านการพิมพ์และการบริการ”

### พันธกิจ

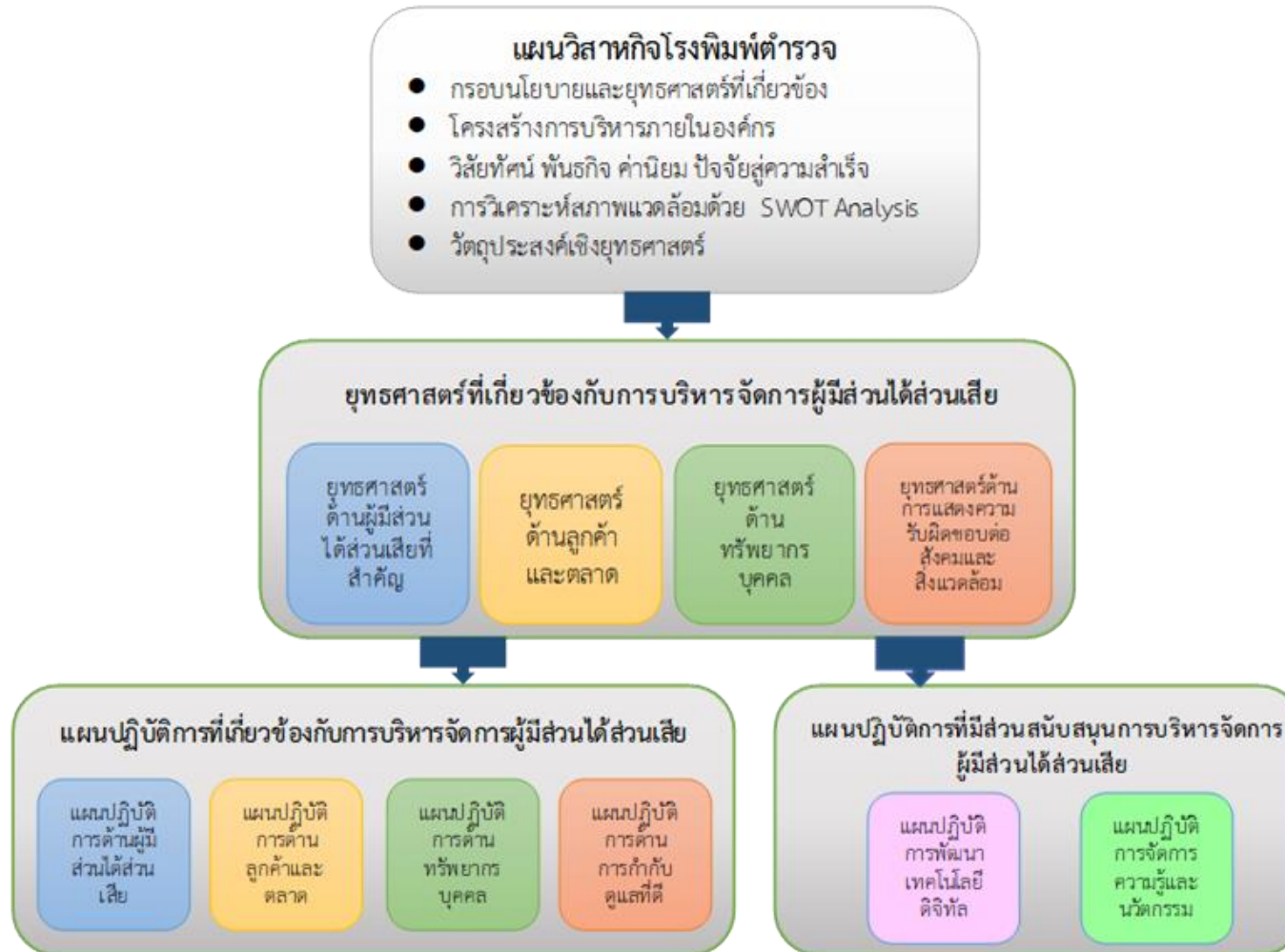
๑. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๒. เพื่อพัฒนาการสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### วัตถุประสงค์

กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ๑) เพื่อให้โรงพิมพ์ตำรวจสามารถรวบรวม วิเคราะห์ ติดตามและรายงานผลการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ โดยอ้างอิงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสอดคล้องกับแนวทางสากลของการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย AA๑๐๐๐ Stakeholder Engagement Standard (AA๑๐๐๐SES)
- ๒) นำผลการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะช่วยให้โรงพิมพ์ตำรวจ สามารถกำหนดทิศทางและกระบวนการดำเนินงาน เพื่อสร้างความผูกพันและความภักดีระหว่างโรงพิมพ์ตำรวจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ๓) การสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจ ตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## ความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจของโรงพิมพ์ตำรวจ



# วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

## POLICE PRINTING BUREAU

**วิสัยทัศน์** “เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของรัฐที่ให้บริการงานพิมพ์ทั่วไปและให้บริการงานพิมพ์ลดการปลอมแปลงที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในด้านการพิมพ์และบริการ”

- พันธกิจ**
- เพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
  - เพื่อพัฒนาการสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๑. กลุ่มลูกค้า	๒. หน่วยงานกำกับดูแล	๓. ผู้ประเมินและตรวจสอบ	๔. บุคลากรโรงพิมพ์ตำรวจ	๕. คู่ค้า	๖. ชุมชน
----------------------	----------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	-----------	----------

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน
๑. ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เป็นพันธมิตรและสร้างความผูกพันกับโรงพิมพ์ตำรวจ	๑. สร้างความผูกพันให้กับองค์กรด้วยการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)</li> </ul>	๑. การสร้างความผูกพันภายในองค์กรและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๒. การสำรวจความพึงพอใจต่อองค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน
๒. ระดับความรู้และระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๒. สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)</li> <li>- กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)</li> </ul>	๑. แผนการสร้างสัมพันธ์และการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๒. การสำรวจความโปร่งใสของโรงพิมพ์ตำรวจ

แผนปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี ๒๕๖๖

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เป็นพันธมิตรและสร้างความผูกพันกับโรงพิมพ์ตำรวจ

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ ๒๕๖๖			
			ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
สร้างความผูกพันให้กับองค์กรด้วยการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๑.โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป้าหมาย : มีข้อมูล Stakeholder Profile ที่สามารถใช้ในการบริหารจัดการได้ ๑๐๐%	๗๐%	๘๐%	๙๐%	๑๐๐%
	๒.โครงการพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Communication) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความพึงพอใจและความผูกพันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้แบบสำรวจเป็นเครื่องมือในการรวบรวมเสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๗๐%	๘๐%	๙๐%	๑๐๐%

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ระดับความรู้และระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ ๒๕๖๖			
			ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม	๑.โครงการพัฒนาความร่วมมือ Stakeholder Collaboration) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	จำนวนกิจกรรมหรือผลงานที่เกิดจากความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม	๑ กิจกรรม
	๒. แผนงานพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์/ช่องทางบริการผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมบริการ	จำนวนช่องทาง/รูปแบบการสื่อสารต่อสาธารณชนผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น	อย่างน้อย ๑ ช่องทาง/รูปแบบ	อย่างน้อย ๑ ช่องทาง/รูปแบบ	อย่างน้อย ๒ ช่องทาง/รูปแบบ	อย่างน้อย ๒ ช่องทาง/รูปแบบ