



TRAINING FOR STAFF

SPORTS
AUTHORITY OF
THAILAND

คู่มือการบริหารจัดการ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
การกีฬาแห่งประเทศไทย

สารบัญ

ลำดับ	เรื่อง	หน้า
1	วัตถุประสงค์การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.	1
2	ขอบเขตการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.	2
3	ขั้นตอนการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3
4	การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการวิเคราะห์กระบวนการทำงานที่สำคัญ	4
5	การจัดลำดับความสำคัญและประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	8
6	การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร	10
7	การกำหนดระดับและรูปแบบการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	12
8	การจัดทำแผนการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	14
9	ระบุทรัพยากร และแนวทางการเพิ่มความสามารถในกระบวนการทำงาน	15
10	การระบุและเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแผนงานหรือโครงการ	17
11	กระบวนการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Voice of Stakeholder (VOS) ของ กกท.	22
12	การวิเคราะห์เส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey Map)	25
13	การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อบ่งชี้/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile)	26
14	การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	27
15	การสื่อสาร ถ่ายทอดแผนวิสัยทัศน์ด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท. และแผนปฏิบัติการการสร้างสัมพันธ์	29
16	การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานการสร้างสัมพันธ์	32
17	ภาคผนวก	34
	- แบบฟอร์มใบงานปฏิบัติการ (Workshop)	35
	- Customer Journey Layer Maps	40
	- ข้อมูล SAT Customer Insight	41
	- ข้อมูลประเด็นความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แยกตามฝ่ายและสำนัก (Bottom - Up)	49
	- ข้อมูลประเด็นความต้องการและความคาดหวัง ระดับองค์กร (Top - Down)	50

วัตถุประสงค์การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.

กกท. มีแนวทางกำหนดวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการมุ่งเน้นหรือบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ฯ กลยุทธ์ และการบริหารจัดการของ กกท. เข้าด้วยกันสำหรับให้องค์กรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ต้องตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยอาศัยข้อมูลสารสนเทศเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถเลือกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะสร้างความสัมพันธ์ และ รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม โดยใช้การพิจารณาจากทั้ง 2 ระดับ ได้แก่

1. ระดับที่ 1 (Top Down) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์/ แผนวิสาหกิจของ กกท. / แผนแม่บทบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ ภารกิจของหน่วยงาน/ ห่วงโซ่คุณค่าของ กกท. (SAT Value Chain) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อเป็นการระบุและกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.
- 2) เพื่อเป็นแนวทางการจัดการและตอบสนองต่อประเด็นความต้องการ ความคาดหวังของหน่วยงานและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 3) เพื่อพัฒนาการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการประเมินความเพียงพอสำหรับกำหนดมาตรการเพิ่มเติมในการสร้างความเชื่อมั่น ตลอดจนพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ
- 4) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องการมุ่งเน้นหรือบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับสายงาน/ฝ่าย ระดับองค์กรให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ฯ (ระยะยาว) ที่สำคัญของ กกท.

2. ระดับที่ 2 (Bottom Up) ที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์กระบวนการปฏิบัติของหน่วยงานที่ปฏิบัติ (ทุกสายงาน) พร้อมบูรณาการส่งต่อความสำเร็จสู่ระดับยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ และเป้าหมายขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจบรรลุตามเป้าหมายของ กกท.
- 2) เพื่อพัฒนาและสร้างความสัมพันธ์และแนวทาง/รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและ ผู้มีส่วนได้เสียจากกิจกรรมของหน่วยงาน
- 3) เพื่อให้การถ่ายทอดสื่อสารข้อมูล/ภารกิจและกิจกรรมของหน่วยงานไปยัง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปแบบที่เหมาะสม พร้อมให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วม
- 4) เพื่อให้การติดตามและรายงานผลของการสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเหมาะสม
- 5) เพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ พร้อมนำไปใช้ในวางแผนการพัฒนาแผนงานโครงการเพื่อตอบสนองต่อประเด็นความต้องการความคาดหวังของหน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.

ขอบเขตการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท.

แนวปฏิบัติฉบับนี้บังคับใช้กับผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากรทุกคนของ กทท. รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงเพื่อสร้างความผูกพันและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำหนดขอบเขตการสร้างความสัมพันธ์ให้ตอบสนองประเด็นความต้องการครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้ง 8 กลุ่ม ดังนี้

1. ขอบเขตต่อกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการ
 - พัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐานในเรื่องการส่งเสริมด้านองค์ความรู้, วิทยาศาสตร์การกีฬา, การให้บริการสถานที่อุปกรณ์กีฬา, ข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารให้มีความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงการยกระดับการจัดการแข่งขันกีฬาทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อตอบสนองประเด็นความต้องการของลูกค้าและผู้ให้บริการ
2. ขอบเขตต่อกลุ่มผู้กำกับนโยบายภาครัฐ
 - ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล ร่วมสร้างความสำเร็จและบริหารจัดการทรัพยากรของหน่วยงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านกีฬาของประเทศ
3. ขอบเขตต่อกลุ่มคณะกรรมการฯ
 - ปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ระเบียบ ข้อบังคับ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเป็นธรรมพร้อมกำกับและติดตามความสำเร็จของหน่วยงานให้สามารถดำเนินงานได้ตามนโยบายและเป้าหมาย
4. ขอบเขตต่อกลุ่มพันธมิตร
 - ปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมภารกิจของหน่วยงานซึ่งกันและกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เสมอภาค และสามารถตรวจสอบได้
5. ขอบเขตต่อกลุ่มบุคลากร กทท.
 - พัฒนาศักยภาพของบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ เป้าหมายขององค์กร และจัดให้มีสวัสดิการค่าตอบแทนที่เหมาะสม รวมถึงการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่เป็นธรรม โปร่งใส
6. ขอบเขตต่อกลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
 - การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาขององค์กร ที่ส่งเสริมชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมคำนึงถึงความปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
7. ขอบเขตต่อกลุ่มสื่อมวลชน
 - ร่วมส่งเสริมการเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาและเป็นประโยชน์กับประชาชน สังคม
8. ขอบเขตต่อกลุ่มภาคธุรกิจและเอกชน
 - ส่งเสริมความร่วมมือการประสานงาน เพื่อแสวงหาแนวทางการดำเนินงานที่มีผลต่อความสำเร็จร่วมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติเป็นไปตามกฎ ระเบียบ และการแข่งขันที่เป็นธรรม

ขั้นตอนการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ของ กทท.

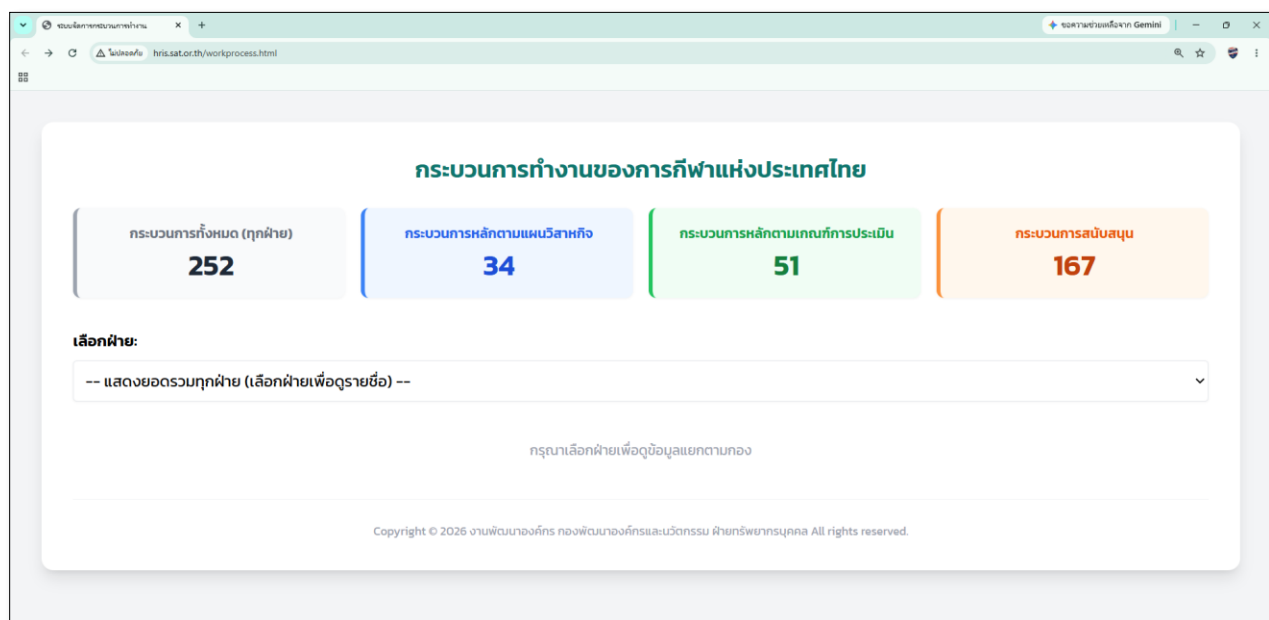
กทท. มีแนวทางการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. เริ่มจากการวิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากงานพัฒนาองค์กร กองพัฒนาองค์กรและนวัตกรรม ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ในการกำหนดแบบฟอร์มการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย (ระบบ <http://hris.sat.or.th/workprocess.html>) เพื่อให้เห็นภาพผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดก่อนนำมาพิจารณาคัดเลือกว่าเป็นกลุ่มที่ กทท. ต้องให้ความสำคัญผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมทุกสายงาน ฝ่ายและสำนัก ครอบคลุมถึงระดับกอง (Tier 2) ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์กระบวนการทำงานที่สำคัญ (ระดับฝ่าย, สายงาน จนถึงระดับหน่วยงาน Tier 2) เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า Value Chain โดยการใช้ทฤษฎี SIPOC Model
2. การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Identification) เมื่อได้กระบวนการทำงานที่สำคัญ (Core Process) ของแต่ละสายงาน (ระดับกอง) นำมาวิเคราะห์กระบวนการย่อย (Sub Process)

เพื่อระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่ามีใครเกี่ยวข้องบ้าง และนำข้อมูลดังกล่าวไปดำเนินการต่อไป ประกอบด้วย

- การกำหนดประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ภายใน/ภายนอก)
- การนำผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประเมินลำดับความสำคัญ
- การนำผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาวิเคราะห์ (Power/ Interest)
- การระบุประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (ประเด็นความต้องการ ความคาดหวัง)
- การจัดทำรายละเอียดฐานข้อมูล Stakeholder Profile เพื่อให้ระบบวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป)

ทั้งนี้ กทท. มีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กร แบ่งเป็น 8 กลุ่ม ประกอบด้วย ลูกค้าและผู้ให้บริการ, ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม, ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ, พันธมิตร, สื่อมวลชน, คณะกรรมการ, บุคลากร และภาคธุรกิจและเอกชน รวมถึงการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับสายงาน/ ฝ่าย ครอบคลุมทุกกอง (Bottom Up)



กระบวนการทำงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย

กระบวนการทั้งหมด (ทุกฝ่าย)	กระบวนการหลักตามแผนวิสัยทัศน์	กระบวนการหลักตามเกณฑ์การประเมิน	กระบวนการสนับสนุน
252	34	51	167

เลือกฝ่าย:

-- แสดงยอดรวมทุกฝ่าย (เลือกฝ่ายเพื่อดูรายชื่อ) --

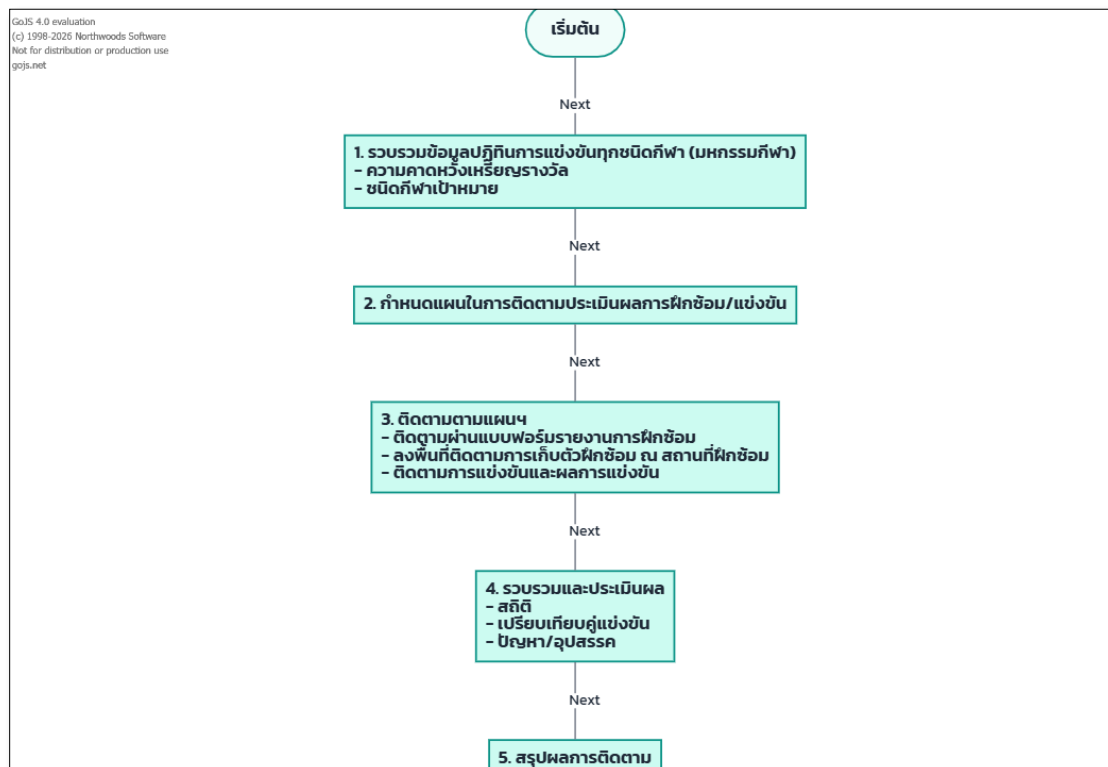
กรุณาเลือกฝ่ายเพื่อดูข้อมูลแยกตามกอง

Copyright © 2026 งานพัฒนาองค์กร กองพัฒนาองค์กรและนวัตกรรม ฝ่ายทรัพยากรบุคคล All rights reserved.

รูปแสดง : การวิเคราะห์กระบวนการทำงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย งานพัฒนาองค์กร ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

กิจกรรม/กระบวนการ	รายละเอียด	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ระยะเวลาดำเนินงานของกิจกรรม	จุดวิกฤติ / จุดที่ต้องควบคุม	ผู้รับผิดชอบแต่ละขั้นตอน	ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ/แบบฟอร์มใช้ในการทำงาน
1) ส่งเคาะการประเมินการบริหารจัดการฯ " ให้บริษัททริสตา และสคร. ให้ความเห็น ก่อนนำไปใช้จริง	- ออกหนังสือส่งเคาะการประเมินการบริหารจัดการฯ ให้ฝ่ายนโยบายและแผน นำส่งให้บริษัททริสตา และสคร. ให้ความเห็น ก่อนนำไปใช้จริง	เกณฑ์การประเมิน	2 สัปดาห์	ผลการประเมินมีการเปลี่ยนแปลงไปทุกปี	หัวหน้างาน 1 คน พนักงาน 1 คน ผู้ช่วย 1 คน	ฝ่ายและสำนัก	MS-Office E-Saraban
2) แต่งตั้งคณะทำงานทบทวนเกณฑ์การประเมินฯ และติดตามผลการดำเนินงานของสมาคมกีฬา	- ออกหนังสือคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานทบทวนเกณฑ์การประเมินการบริหารจัดการฯ อย่างมีมาตรฐานของสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย โดยมีการติดตามความก้าวหน้าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ฝ่ายกฎหมาย ประกอบไปด้วย - รองผู้ว่าฝ่ายกีฬาเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา - ผอ. ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - ผอ. กองพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - ผอ. กองแข่งขันกีฬาเป็นเลิศ - ผอ. กองพัฒนามหากรรมการกีฬา - ผอ. กองติดตามและประเมินผล - ผอ. กองทะเบียนสมาคมกีฬา - ผอ. กองพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ - ผอ. กองวิทยาศาสตร์การกีฬา - หัวหน้างานวิเคราะห์และพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - หัวหน้างานแข่งขันระดับนานาชาติ - หัวหน้างานพัฒนามหากรรมการกีฬาระดับนานาชาติ - หัวหน้างานพัฒนามหากรรมการกีฬา - หัวหน้างานกำกับดูแลและติดตามประเมินผลกีฬาเป็นเลิศ	คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน	1 สัปดาห์		หัวหน้างาน 1 คน พนักงาน 1 คน ผู้ช่วย 1 คน	ฝ่ายและสำนัก	MS-Office E-Saraban

ตัวอย่างใบงานที่ 1 : รายละเอียดการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย (ระบบ <http://hris.sat.or.th/workprocess.html>) เพื่อระบุคุณค่าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในแต่ละกิจกรรม/กระบวนการของงานพัฒนางานองค์กร กองพัฒนางานองค์กรและนวัตกรรม ฝ่ายทรัพยากรบุคคล



รูปภาพแสดง : กระบวนการทำงาน (Work Process)

กระบวนการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. Stakeholder (STK) พร้อมแนวทางหลักเกณฑ์

รายละเอียด/ข้อมูล Stakeholder Profile

เครื่องมือ/แบบฟอร์มการระบุ STK

วิเคราะห์กระบวนการทำงานที่สำคัญ

(ระดับฝ่าย/สายงาน/จนถึงหน่วยงาน (Tier 2))

การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Identification)

- เมื่อได้กระบวนการที่สำคัญ (Core Process) นำมากำหนดกระบวนการย่อย (Sub Process) เพื่อระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่ามีใครเกี่ยวข้องบ้าง

การนำ Stakeholder มาประเมินลำดับความสำคัญ

โดยใช้เครื่องมือ Criteria Matrix เพื่อคำนวณลำดับความสำคัญของ STK ให้ออกมาเป็นค่า (ตัวเลข) ซึ่งใช้ปัจจัยในการพิจารณาที่มีความสำคัญที่แตกต่างกัน (ความสำคัญ/ค่าถ่วงน้ำหนัก) ประกอบด้วย

1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร
3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.
4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ

การนำ Stakeholder มาวิเคราะห์อิทธิพล (Power) และความสนใจ (Interest)

เป็นขั้นตอนการจัดกลุ่ม STK โดยการวิเคราะห์ความสนใจ หรือการเข้ามามีบทบาทสำคัญของ STK และการมีอิทธิพลของ STK แต่ละกลุ่ม เพื่อนำมากำหนดรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ และระดับการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย

1. ระดับแจ้ง (Inform)
2. ระดับปรึกษา (Consult)
3. ระดับมีส่วนร่วม (Involve)
4. ระดับความร่วมมือ (Collaborate)

การระบุประเด็น Stakeholder กับองค์กร

- ประเด็นความต้องการ/ ความคาดหวัง
- การจัดอันดับความสำคัญ ประเด็น (ความต้องการ/ความคาดหวัง)
- รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การวิเคราะห์ความสามารถการตอบสนองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กิจกรรม/กระบวนการ	รายละเอียด	ผลกระทบ/ผลเสีย	ระยะเวลา/ดำเนินการ/งบประมาณ	จัดโดย/รับผิดชอบ/ควบคุม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/เกี่ยวข้อง	ลำดับ/จัดลำดับ/ความสำคัญ	เครื่องมือ/แบบฟอร์ม/การระบุ STK
1) ส่งมอบพัสดุภัณฑ์บริหารจัดการฯ ให้ผู้บริหาร และสท ได้ทราบเพื่อ อนุมัติ/แก้ไข/ปรับปรุง	- ส่งมอบพัสดุภัณฑ์บริหารจัดการฯ ให้ผู้บริหาร และสท ได้ทราบเพื่อ อนุมัติ/แก้ไข/ปรับปรุง	ผลการดำเนินงาน	2 ปี	สท	สท	สท	MS-Office E-Sasoban
2) ส่งมอบพัสดุภัณฑ์บริหารจัดการฯ ให้ผู้บริหาร และสท ได้ทราบเพื่อ อนุมัติ/แก้ไข/ปรับปรุง	- ส่งมอบพัสดุภัณฑ์บริหารจัดการฯ ให้ผู้บริหาร และสท ได้ทราบเพื่อ อนุมัติ/แก้ไข/ปรับปรุง	ผลการดำเนินงาน	1 ปี	สท	สท	สท	MS-Office E-Sasoban

แบบฟอร์ม ใบงานที่ 1

ใบงานที่ 2 การประเมินลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheets ประจำปี 2567	ใบงาน	ผลการประเมิน
1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร	2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร	2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร
3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.	3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.	3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.
4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ	5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ	5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ

แบบฟอร์ม ใบงานที่ 2

ใบงานที่ 3 Stakeholder Profile Worksheet ประจำปี 2567	ใบงาน	ผลการประเมิน
1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร	2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร	2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร
3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.	3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.	3. ภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท.
4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ	5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ	5. การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ

แบบฟอร์ม ใบงานที่ 3

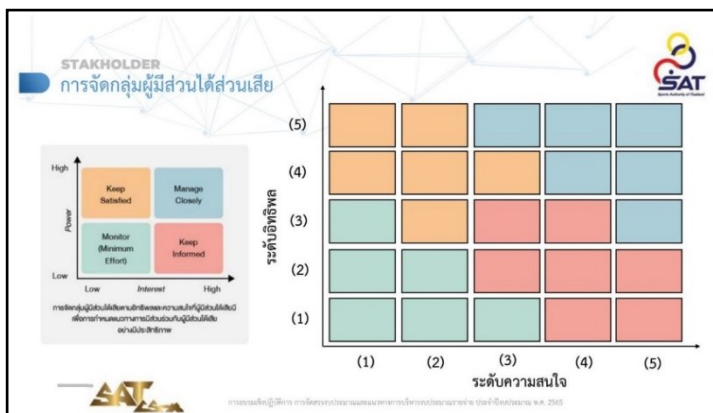
รูปภาพแสดง : กระบวนการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. พร้อมแนวทางและหลักเกณฑ์

นิยามความหมายของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. ประจำปี 2569		
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับองค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับฝ่าย/สำนัก	ความหมาย
1. ลูกค้าและผู้ให้บริการ	● นักกีฬา	นักกีฬาเป็นเลิศ, นักกีฬาอาชีพ, อดีตนักมวย, นักกีฬาทีมชาติ, นักกีฬาคณะพิกการทีมชาติ, ผู้เบิกจ่ายเงินรางวัล
	● บุคลากรกีฬา	ผู้ฝึกสอน, ผู้ตัดสิน, บุคลากรในวงการกีฬา 7 ประเภท, นักวิทยาศาสตร์การกีฬา, บุคคลผู้ซึ่งให้การสนับสนุนทางการกีฬา, ผู้เบิกจ่ายเงินรางวัล, ผู้เข้ารับการอบรม, บุคลากรกีฬาอาชีพ
	● ผู้ให้บริการ	ประชาชน, บุคคล/หน่วยงานภายนอก, ผู้รับบริการ กทท., ผู้ร้องเรียน
2. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	● ชุมชนโดยรอบ	กลุ่มคนที่ตั้งอาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับ กทท. ภายในรัศมี 10 กิโลเมตร มีการติดต่อสื่อสารและเรียนรู้ร่วมกัน มีความเอื้ออาทรกัน ภายใต้บรรทัดฐานและวัฒนธรรมเดียวกัน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์และการพึ่งพาอาศัยระหว่างกัน มีการดำเนินกิจกรรมร่วมกันส่งผลต่อการดำเนินงานของ กทท. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
	● หน่วยงานภายในจังหวัด	หน่วยงานท้องถิ่นภายในพื้นที่ ภาครัฐ องค์การอิสระ ผู้อนุมัติส่วนอนุญาตเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของ กทท., เทศบาล, องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.), องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.), เจ้าของพื้นที่
3. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	● ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	รัฐบาล, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงบประมาณ (สงป.), สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.), สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.), World Anti - Doping Agency (WADA), International Federation (IF), Anti - doping organization (ADO), กระทรวงการคลัง, คณะรัฐมนตรี, สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ดส.), สำนักงานอัยการสูงสุด, ศาล, คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.), กรมบัญชีกลาง, IOC, OCA, มนตรียุทธศาสตร์, สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ (ป.ป.ท)
4. พันธมิตร	● ผู้ส่งมอบ	สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, ผู้จัดการแข่งขัน, สมาคมกีฬาอาชีพ, ผู้เบิกจ่าย/ยืมเงิน
	● คู่ความร่วมมือ	จังหวัดเจ้าภาพจัดการแข่งขัน (ผู้ว่าราชการจังหวัด, คณะกรรมการกีฬาจังหวัด), สถาบันการศึกษา (บุคลากรหรือวิทยากร), เครือข่าย (ด้านวิทยาศาสตร์, บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์ทั่วไป, เฉพาะทาง), พยาบาล, นักเทคนิคทางกายภาพ, ทันตแพทย์, สมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย, องค์การกีฬานานาชาติในประเทศ, บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา, ผู้เชี่ยวชาญ, สมาคมกีฬาทั่วไป, ผู้เข้ารับการอบรม (DCO, BCO)
	● คู่สัญญา	ผู้รับจ้าง, ที่ปรึกษา, บริษัทต่างๆ, ผู้ประกอบการ, ผู้ขายอุปกรณ์และเวชภัณฑ์บริษัทขนส่ง, Vendor, Analysis Lab, Courier, ผู้รับเหมา, คู่ค้า, บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับคำสั่งให้จัดหาสินค้าใหม่ทดแทนแก่ กทท.
5. สื่อมวลชน	● สื่อมวลชน	สำนักพิมพ์, หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์, โซเชียลมีเดีย
6. คณะกรรมการ	● คณะกรรมการ	บอร์ด กทท. และคณะกรรมการชุดต่างๆ ของ กทท. ที่มีตัวแทนคณะกรรมการ กทท. เป็นองค์ประกอบ, คณะอนุกรรมการ HR, คณะอนุกรรมการ KM & IM, คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน, คณะอนุกรรมการ CG, คณะอนุกรรมการตรวจสอบภายใน, คณะกรรมการบริหารจัดการกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ
7. บุคลากร	● บุคลากร กทท.	ทำหน้าที่ในฐานะผู้ให้บริการ/ผู้ดำเนินการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ HRD, ผู้ประสานงานคดีของ กทท., ผู้ปฏิบัติงานด้านกฎหมาย, Officer, Educators, เจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการเบิกจ่าย/ตรวจสอบ/สอบทาน, ผู้ให้บริการ, หัวหน้าเจ้าหน้าที่, เจ้าหน้าที่พัสดุ, เจ้าหน้าที่การเงิน, ผู้ควบคุมงาน, ผู้แทน กทท. ในฐานะผู้ว่าการ
	● ฝ่ายและสำนัก	ทำหน้าที่ในฐานะผู้รับบริการ/ผู้ให้บริการ (ภายในหน่วยงาน) ได้แก่ 16 ฝ่ายและสำนัก, ศูนย์ กทท. ภาค, สำนักงาน กทท. จังหวัด, ผู้เข้าสอบคัดเลือก, ผู้เข้ารับการอบรม, ผู้เบิกจ่าย/ยืมเงิน, เจ้าหน้าที่ที่ได้รับคำสั่งให้จัดหาสินค้าใหม่ทดแทนแก่ กทท., เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับมูลเหตุแห่งคดี
	● กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ	สำนักงานกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ
	● ผู้บริหาร	ผู้ว่าการ, ผู้บริหารระดับสูง, ที่ประชุมผู้บริหาร, อดีตนายก/รองนายก และคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการ/คณะทำงานภายในของ กทท. ที่มีบุคลากร กทท. เป็นองค์ประกอบ, คณะอนุกรรมการต่างๆ ตามข้อบังคับ ของ กทท., คณะกรรมการพิจารณาโทษคณะกรรมการพิจารณาผลอุทธรณ์/คณะกรรมการติดตามงบประมาณ, คณะกรรมการกำหนดราคากลางและทำ TOR, ประชุมผู้บริหารระดับฝ่ายและสำนัก, คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบ ข้อ 25 105 141, คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ, คณะกรรมการตรวจสอบข้อเท็จจริง
8. ภาคธุรกิจและเอกชน	● บุคคล/หน่วยงานภายนอก	บุคคล/หน่วยงานภายนอก (ภาครัฐและเอกชนที่สนใจลงทุน, ผู้ร่วมทุนหรือลงทุน, ผู้สนับสนุน), หน่วยงานภายนอกและสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารกรุงไทย, สหกรณ์ออมทรัพย์ กทท., กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (กสศ.), ธนาคารออมสิน, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, AIA, กรมบังคับคดี, กรมสรรพากร, กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.), สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ การพาณิชย์สงเคราะห์สำนักนายกรัฐมนตรี
	● คู่แข่ง/คู่แข่ง	หน่วยงาน/องค์กรที่มีผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและมีการให้บริการความคล้ายคลึงกับของ กทท.

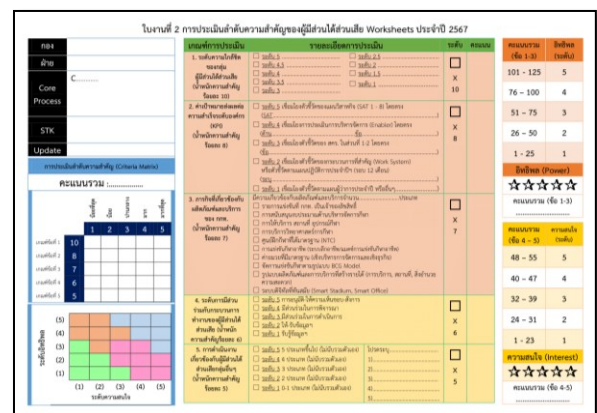
การจัดลำดับความสำคัญและประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. การจัดลำดับความสำคัญผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมเก็บรายละเอียด Stakeholder Profile แล้วองค์กรมีกระบวนการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มในรูปแบบเมตริกซ์ (Matrix) 2 มิติ ซึ่งชี้ให้เห็นมุมมองระหว่างประเด็นอิทธิพล (Power) และประเด็นความสนใจ (Interest) เพื่อบูรณาการตำแหน่งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มให้สะท้อนถึงน้ำหนักความสำคัญที่องค์กรควรปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปแบบเมตริกซ์ (Matrix) โดยการเข้าใจลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะช่วยให้องค์กรสามารถจัดวิธีการเชื่อมโยงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและกลุ่มได้อย่างเหมาะสม



รูปภาพแสดง : การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อกำหนดระดับของรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



รูปภาพแสดง : ตัวอย่างใบงานที่ 2 การประเมินลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. การจัดลำดับประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กทท. มีการพิจารณาแนวทางการจัดความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีกับ กทท. ได้แก่ ประเด็นความต้องการ ความคาดหวังที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความต้องการที่เหมือนกันคล้ายคลึงกัน นำมาพิจารณาความถี่ เพื่อกำหนดว่า กทท. ควรตอบสนองต่อประเด็นนั้นๆ ด้วยรูปแบบอย่างไรและระยะเวลารวดเร็วแค่ไหนเพื่อการจัดสรรทรัพยากรในการกำหนดกิจกรรม แผนงาน โครงการที่ตอบสนองความต้องการอย่างครอบคลุมมากที่สุดเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและให้สำเร็จตามเป้าหมายที่มีร่วมกัน

ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ ที่ผ่านมามีการเรียนรู้และจัดการองค์ความรู้ในการดำเนินงานเรื่องการจัดลำดับความสำคัญกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยได้เพิ่มดำเนินการพัฒนาระบบดิจิทัล (Stakeholder Profile @SAT) เพื่อนำมาช่วยในการสืบค้นข้อมูลการวิเคราะห์และประเมินผลการจัดความสำคัญเรื่องดังกล่าว

เอกสารประกอบการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ประจำปี 2568

1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 10) ระดับ 5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholder) ประกอบด้วย - นักกีฬา - บุคลากรกีฬา (ผู้ฝึกสอน, ผู้ตัดสิน, บุคลากรในวงการกีฬามวย 7 ประเภท, นักวิทยาศาสตร์การกีฬา, บุคคลผู้ซึ่งให้การสนับสนุนทางการเงิน, ผู้เบิกจ่ายเงินรางวัล, ผู้เข้ารับการอบรม, บุคลากรกีฬาอาชีพ) ระดับ 4.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholder) ประกอบด้วย - ผู้ส่งมอบ (สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, ผู้จัดการแข่งขัน, สมาคมกีฬาอาชีพ, ผู้เบิกจ่าย/ยืมเงิน) ระดับ 4 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางตรง (Primary Stakeholder) ประกอบด้วย - คณะกรรมการ กทท. - ผู้บริหาร ระดับ 3.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางตรง (Primary Stakeholder) ประกอบด้วย - ฝ่ายและสำนัก - กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ระดับ 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางตรง (Primary Stakeholder) ประกอบด้วย - บุคลากร กทท. - ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ - คู่ความร่วมมือ จังหวัดเจ้าภาพจัดการแข่งขัน (ผู้ว่าราชการจังหวัด, คณะกรรมการกีฬาจังหวัด, สถาบันการศึกษา (บุคลากรหรือวิทยากร, เครือข่าย (ด้านวิทยาศาสตร์), บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์ทั่วไป, เฉพาะทาง), พยาบาล, นักเทคนิคกายภาพ, ทันตแพทย์, สมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย, องค์กรกีฬาภายในประเทศ ระดับ 2.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางตรง (Primary Stakeholder) ประกอบด้วย - คู่สัญญา (ผู้รับจ้าง, ที่ปรึกษา, สถาบันจัดอบรม, บริษัทต่างๆ, ผู้ประกอบการ, ผู้ขายอุปกรณ์และเวชภัณฑ์บริษัทขนส่ง, Vendor, Analysis Lab, Courier, ผู้รับเหมา, คู่ค้า) - ผู้ให้บริการ (ประชาชน, บุคคล/หน่วยงานภายนอก, ผู้บริการ กทท., ผู้ร้องเรียน) ระดับ 2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม (Secondary Stakeholder) ประกอบด้วย - บุคคล/หน่วยงานภายนอก ระดับ 1.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม (Secondary Stakeholder) ประกอบด้วย - สื่อมวลชน - ชุมชนโดยรอบ - หน่วยงานภายในจังหวัด ระดับ 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม (Secondary Stakeholder) ประกอบด้วย - คู่แข่ง/คู่เทียบ หน่วยงาน/องค์กรที่มีผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและมีความคล้ายคลึงกับของ กทท.	2. ค่าเป้าหมายส่งผลกระทบต่อระดับความสำเร็จขององค์กร (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 8) ระดับ 5 กระบวนการทำงานย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมโยงตัวชี้วัดของแผนวิสาหกิจ (SAT 1 - 8) โดยตรง ระดับ 4 กระบวนการทำงานย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมโยงการประเมินการบริหารจัดการ (Core Business Enabler) โดยตรง ระดับ 3 กระบวนการทำงานย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมโยงตัวชี้วัดของ สคร. ในส่วนที่ 1-2 โดยตรง ระดับ 2 กระบวนการทำงานย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมโยงตัวชี้วัดของกระบวนการที่สำคัญ (Work System) หรือตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการประจำปี (รอบ 12 เดือน) ระดับ 1 กระบวนการทำงานย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมโยงตัวชี้วัดอื่นๆ (นอกเหนือ) 3.ภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 7) ผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. จำนวน 4 ประเภท 1. รายการแข่งขันที่ กทท. เป็นเจ้าภาพลิขสิทธิ์ 2. การสนับสนุนงบประมาณด้านบริการการจัดการกีฬา 3. การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา 4. การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ (New) จำนวน 6 ประเภท 5. ศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐาน (NTC) 6. การแข่งขันกีฬาอาชีพ (ระบบลีกอาชีพ/แมตซ์การแข่งขันกีฬาอาชีพ) 7. ค่ายมวยที่มีมาตรฐาน (เชิงบริหารจัดการและเชิงธุรกิจ) 8. จัดการแข่งขันกีฬารูปแบบ BCG Model 9. รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก) 10. ระบบดิจิทัลที่ทันสมัย (Smart Stadium, Smart Office) กระบวนการทำงานย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. ระดับ 5 จำนวน 4 ประเภท ขึ้นไป ระดับ 4 จำนวน 3 ประเภท ระดับ 3 จำนวน 2 ประเภท ระดับ 2 จำนวน 1 ประเภท ระดับ 1 ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. 4.ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 6) ระดับ 5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนสำคัญต่อ (การอนุมัติ-การให้ความเห็นชอบ-สั่งการ) ในกระบวนการทำงาน ระดับ 4 มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนสำคัญต่อ (มีส่วนร่วมในการพิจารณา) ในกระบวนการทำงาน ระดับ 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับ (มีส่วนร่วมในการดำเนินการ) ในกระบวนการทำงาน ระดับ 2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นส่วนหนึ่งใน (การให้-รับข้อมูล) ในกระบวนการทำงาน ระดับ 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นส่วนหนึ่งใน (การรับรู้ข้อมูล) เพื่อใช้กระบวนการทำงาน 5.การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 5) ระดับ 5 การทำงานในกระบวนการย่อย (Sub-Process) ต้องดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกจำนวน 5 ประเภทขึ้นไป (ไม่นับรวมตัวเอง) ระดับ 4 การทำงานในกระบวนการย่อย (Sub-Process) ต้องดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกจำนวน 4 ประเภท (ไม่นับรวมตัวเอง) ระดับ 3 การทำงานในกระบวนการย่อย (Sub-Process) ต้องดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกจำนวน 3 ประเภท (ไม่นับรวมตัวเอง) ระดับ 2 การทำงานในกระบวนการย่อย (Sub-Process) ต้องดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกจำนวน 2 ประเภท (ไม่นับรวมตัวเอง) ระดับ 1 การทำงานในกระบวนการย่อย (Sub-Process) ต้องดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกจำนวน 1 ประเภท (ไม่นับรวมตัวเอง)
--	--

รูปแสดง : รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อจัดอันดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร

กทท. ดำเนินการวิเคราะห์หัวองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มมีประเด็นอะไรที่เป็นผลกระทบระหว่างกันและมีประเด็นอะไรบ้างโดยเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลกระทบ (เชิงบวกและเชิงลบ) ที่เกิดจากขั้นตอนการทำงานต่างๆ เพื่อให้สามารถมองหาผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในทุกมิติอย่างครอบคลุม

ทั้งนี้ การระบุประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกระบวนการมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งที่องค์กรมีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและในทางกลับกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร เพื่อให้เกิดผลสำเร็จการดำเนินงานได้ตามเป้าหมายร่วมกัน

ดังนั้น กทท. จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการจัดทำรายละเอียด Stakeholder Profile เพื่อสื่อสารให้หน่วยงานต่างๆ เข้าใจเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม และสามารถวางแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ กทท. ได้อย่างเหมาะสมโดยมีรายละเอียดขั้นตอนการระบุประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

1. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานหลักที่สำคัญ (Core Process) นำมาระบุกระบวนการย่อย (Sub process) เพื่อนำมาระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปกำหนดกระบวนการรับฟัง
2. กระบวนการรับฟัง ประกอบด้วย
 - 2.1 กำหนดช่องทางการรับฟังที่เป็นไปได้ เช่น การสอบถาม, การประชุม, รายงานผลสำรวจความพึงพอใจ, ข้อมูลจากข้อร้องเรียน และประเด็นข้อเสนอแนะที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) เป็นต้น
 - 2.2 ประเมินช่องทางการติดต่อ/สื่อสารการรับฟังทั้งในส่วน Physical และ Digital ในจุดบริการต่างๆ (Touch Point)
 - 2.3 พัฒนาช่องทางรับฟัง (ประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่รับผิดชอบ, อบรมวิธีการรับฟังผู้เก็บข้อมูลและประเมินความรู้ความเข้าใจผู้เก็บข้อมูล เป็นต้น) เพื่อตอบสนองการให้บริการอย่างครอบคลุม
3. การระบุประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ได้แก่ การเก็บรวบรวมความต้องการ ความคาดหวัง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลพร้อมจัดอันดับความสำคัญสำหรับใช้จัดสรรทรัพยากร กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตกำหนดรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์และระดับการมีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. รวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำรายละเอียด Stakeholder Profile พร้อมนำข้อมูลเข้าสู่ระบบดิจิทัล
5. เสนอเข้าที่ประชุมผู้บริหาร และคณะกรรมการ กทท. เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ
6. ถ่ายทอดสื่อสารให้หน่วยงาน/บุคลากร (ภายใน-ภายนอก) รับทราบ เพื่อใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ (แผนงาน/โครงการ กทท.) ประจำปีพร้อมกำหนดค่าเป้าหมายให้สอดคล้องและสำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์หน่วยงาน

Stakeholder Profile Analysis by SAT

เลือกปี
○ 2567 ○ 2568 ● 2569

ฝ่าย (1)

ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ

กอง (1)

กองพัฒนากีฬาเป็นเลิศ

Core Process (1)

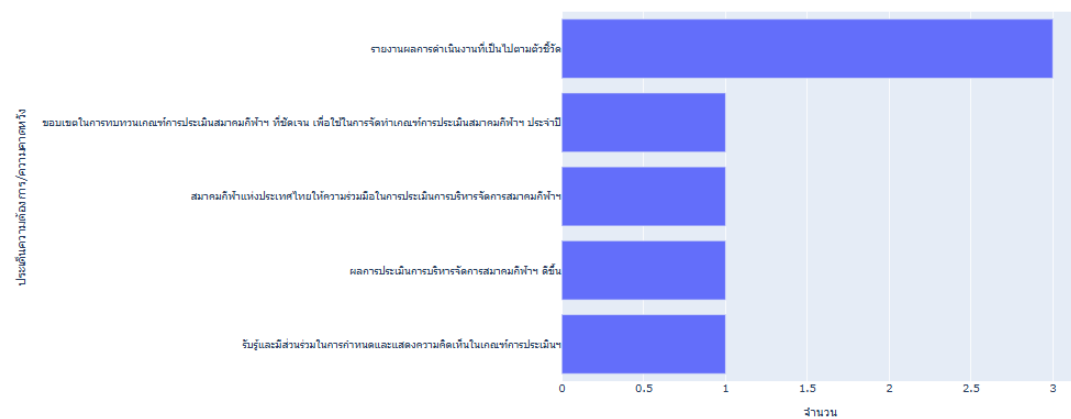
C1.1.1 กระบวนการกำกับและบริหารจัดการสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย

Stakeholder (6)

Select a stakeholder

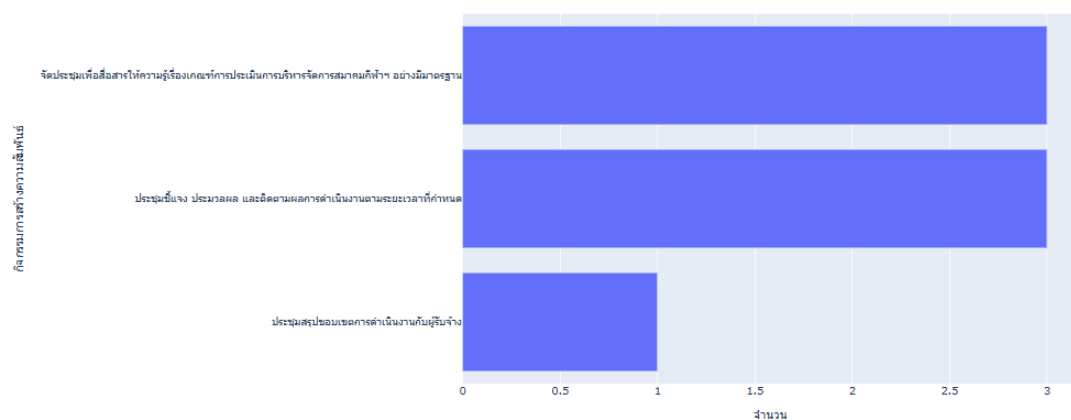
ลำดับความสำคัญ (Criteria Matrix)	ประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง	การสร้างความสัมพันธ์	อันดับประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง	อันดับการสร้างความสัมพันธ์
----------------------------------	--------------------------------	----------------------	--------------------------------------	----------------------------

จำนวนประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง: ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - กองพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - C1.1.1 กระบวนการกำกับและบริหารจัดการสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย



ลำดับความสำคัญ (Criteria Matrix)	ประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง	การสร้างความสัมพันธ์	อันดับประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง	อันดับการสร้างความสัมพันธ์
----------------------------------	--------------------------------	----------------------	--------------------------------------	----------------------------

จำนวนกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์: ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - กองพัฒนากีฬาเป็นเลิศ - C1.1.1 กระบวนการกำกับและบริหารจัดการสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย



ตัวอย่าง Dashboard : Stakeholder Profile ของฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ

การกำหนดระดับและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากกระบวนการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การนำกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประเมินเพื่อจัดลำดับความสำคัญการวิเคราะห์ค่าอิทธิพล (Power) และความสนใจ (Interest) เพื่อนำมากำหนดระดับและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์และระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่ในรูปแบบ Stakeholder Profile ที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลดิจิทัล โดย กกท. มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำหนดระดับ (Level) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 4 ระดับ/รูปแบบ ดังนี้

1 : ระดับการแจ้ง (Inform)

มุ่งเน้น : การสื่อสารให้ข้อมูลในภาพรวม

โดยมีรูปแบบ (Methods) ประกอบด้วย

- การให้บริการข้อมูล/ ข่าวสาร/ ประชาสัมพันธ์/ สร้างการรับรู้ผ่านสื่อ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์, TV, วิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์, Social, Website ฯลฯ
- หนังสือเวียน/ จดหมาย/ E-mail เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร
- การรับเรื่องร้องเรียน เป็นต้น

2 : ระดับปรึกษา (Consult)

มุ่งเน้น : การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง คอยให้คำปรึกษาและรายงานประเด็นที่เป็นข้อกังวลหรือเรื่องที่สนใจ

โดยมีรูปแบบ (Methods) ประกอบด้วย

- การรายงานผล/ให้ข้อมูล (ตามระยะเวลาที่กำหนด หรือตามที่ร้องขอ)
- การให้คำปรึกษา/หารือ/ตอบข้อสงสัย/ติดต่อ/ประสานงาน
- การอบรม/สัมมนา
- การให้ความรู้เรื่องต่างๆ
- การจัดทำเอกสาร/คู่มือการปฏิบัติงานฯ เป็นต้น

3 : ระดับการมีส่วนร่วม (Involve)

มุ่งเน้น : การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ กกท.

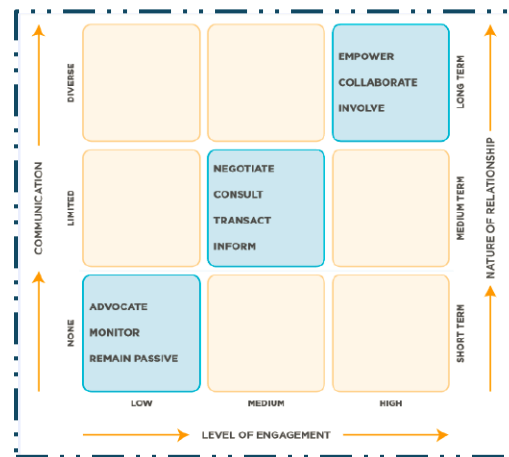
โดยมีรูปแบบ (Methods) ประกอบด้วย

- การแต่งตั้งคณะกรรมการ/คณะทำงานฯ เพื่อดำเนินงานร่วมกัน
- กิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมหรือมีการทำงานร่วมกันระหว่าง กกท. กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น การติดตามนักกีฬา/การตรวจเยี่ยมนักกีฬา เพื่อติดตามการฝึกซ้อมฯ, การจัดนิทรรศการ, การจัดแถลงข่าวเพื่อจัดการแข่งขันฯ/กิจกรรม
- การสำรวจ/การสอบถาม/ประเมินผลเพื่อแสดงความคิดเห็น (ประเด็นความพึงพอใจ,ความต้องการ, ความคาดหวัง, ความผูกพัน) ต่อการดำเนินงานของ กกท.
- การประชุมหารือประเด็นความต้องการเรื่องต่างๆ
- การพัฒนาศักยภาพ (นักกีฬา, บุคลากรกีฬา) เป็นต้น

4 : ระดับความร่วมมือ (Collaborate)

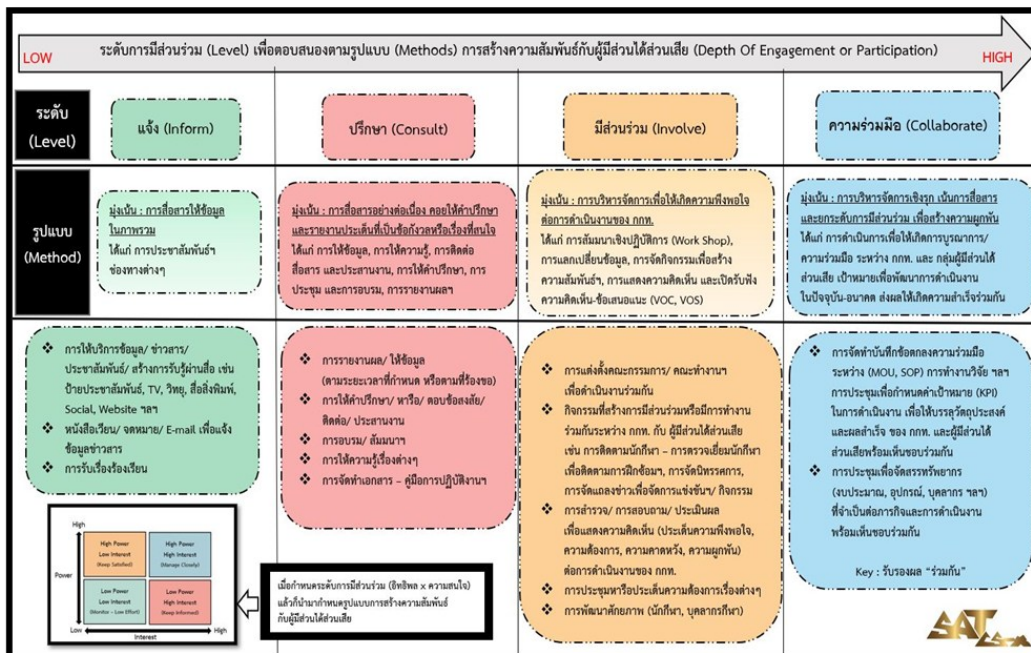
มุ่งเน้น : การบริหารจัดการเชิงรุก เน้นการสื่อสารและยกระดับการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความผูกพัน โดยมีรูปแบบ (Methods) ประกอบด้วย

- การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง (MOU, SOP) การทำงานวิจัย ฯลฯ การประชุมเพื่อกำหนดค่าเป้าหมาย (KPI) ในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และผลสำเร็จ ของ กทท. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมเห็นชอบร่วมกัน
- การประชุมเพื่อจัดสรรทรัพยากร (งบประมาณ, อุปกรณ์, บุคลากร ฯลฯ) ที่จำเป็นต่อภารกิจและการดำเนินงานพร้อมเห็นชอบร่วมกัน เป็นต้น



ที่มา: AA1000SES

รูปภาพแสดง : ตัวอย่างการกำหนดระดับของรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ตัวอย่างรูปภาพแสดง : รายละเอียดเกณฑ์การประเมินเพื่อจัดระดับการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนอง

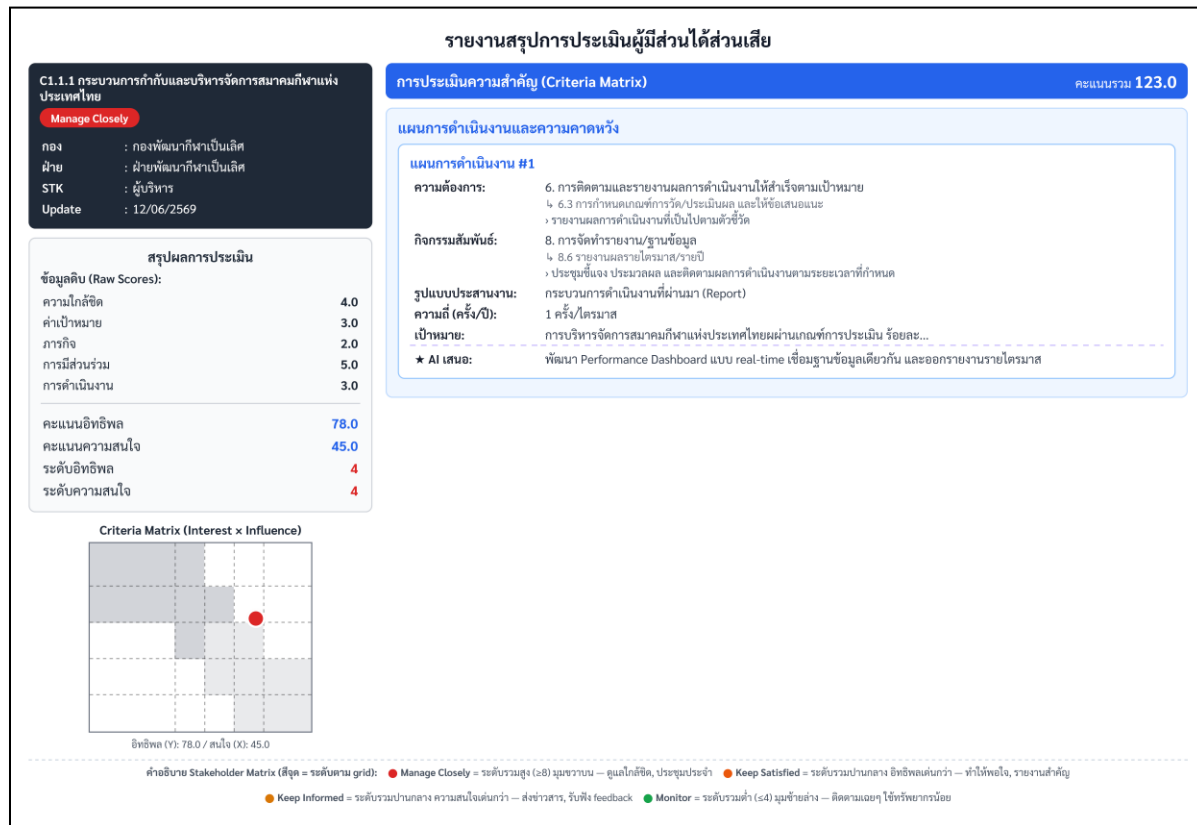
ตามรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Workshop)

การจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กทท. มีการจัดทำแผนสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรเนื่องจากต้องดำเนินการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จ การป้องกันปัญหา หรือการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การประชุม การให้คำปรึกษา การสัมมนา รวมถึงการสำรวจแบบสอบถาม

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนสำหรับการตอบสนองต่อความต้องการและประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอาศัยข้อมูลการวิเคราะห์ผลการกำหนดระดับ (level) และรูปแบบ (Methods)

การสร้างความสัมพันธ์ เพื่อออกแบบกิจกรรม วิธีการ รูปแบบการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมตามระดับความสำคัญ (4 ระดับ) รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นเรื่องงบประมาณ บุคลากร และสิ่งที่จำเป็นสำหรับใช้ในการออกแบบแผนงาน/โครงการที่มีการกำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วม ระยะเวลาดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ และการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) ค่าเป้าหมาย ที่สอดคล้องตามเป้าหมายในภาพรวมระดับสายงาน จนถึงระดับองค์กร โดยมีการจัดเก็บอยู่ในระบบฐานข้อมูลดิจิทัล



ตัวอย่างรายงานสรุปการประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) และวิธีรับฟังเสียงของลูกค้า (VOC/VOS) ผ่านรูปแบบการประเมินความถี่ และกำหนดระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การระบุทรัพยากร และแนวทางการเพิ่มความสามารถในกระบวนการทำงานฯ

การพิจารณาทรัพยากรที่จำเป็นในการสนับสนุนกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ เช่น

การระบุทรัพยากร (ที่ต้องใช้ในกิจกรรม)

1. งบประมาณ (บาท) / แผนงานรายการที่
2. บุคลากรที่รับผิดชอบ (คน)
3. ระบบสารสนเทศ

แบบบันทึกการทบทวนหลังการปฏิบัติงาน (After Action Review : AAR)

1. ชื่อกระบวนการ / ชื่อผู้ร่วมทำ AAR
2. เป้าหมายของงาน
3. ผลการปฏิบัติ/ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง
4. งาน/ขั้นตอนที่ทำได้ดี
5. งาน/ขั้นตอนที่ทำไม่ได้ดี
6. ปัญหา อุปสรรค/ข้อจำกัด/ข้อขัดข้องที่พบระหว่างปฏิบัติงาน
7. ประเด็นที่ได้เรียนรู้
8. แนวทางการปรับปรุงในอนาคต

แบบบันทึกการทบทวนหลังการปฏิบัติงาน (After Action Review : AAR) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569					
ฝ่าย/สำนัก :	พัฒนากีฬาเป็นเลิศ	กอง :	พัฒนากีฬาเป็นเลิศ	งาน :	กำกับดูแลและติดตาม ประเมินผลกีฬาเป็นเลิศ
1. ชื่อกระบวนการ :	C1.1.1 กระบวนการกำกับและบริหารจัดการสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย				
ชื่อผู้ร่วมทำ AAR :	1.นายชญาธร จิวนรายณ์ พนักงานบริหารทั่วไป 4 2.นายพากร มานวงศ์ ผู้ช่วยปฏิบัติงานโครงการฯ 3.นายพายุพงศ์ ภูนาเมือง ผู้ช่วยปฏิบัติงานโครงการฯ 4.นายชวลิตชัย ลาตุณ ผู้ช่วยปฏิบัติงานโครงการฯ 5.นางสาวศิริธิดา ปลื้มสำราญ ผู้ช่วยปฏิบัติงานโครงการฯ				
2. สิ่งที่ได้ดี (โปรดอธิบาย) :	-		3. สิ่งที่ไม่ได้ดี (โปรดอธิบาย) :	-มีการเปลี่ยนผู้บริหารสมาคมทำให้ไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงาน -การประสานงานกับสมาคมขาดความต่อเนื่อง -ขาดความรู้ความเข้าใจในการประเมิน	
4. ประเด็นที่ได้เรียนรู้/บทเรียนที่สำคัญ (2)+(3) :	-สมาคมมีการเปลี่ยนแปลงบุคลากรตลอดเวลา -สมาคมส่วนใหญ่ขาดการสั่งมอบงานระหว่างคณะทำงานชุดเก่ากับชุดใหม่		5. องค์ความรู้ที่สำคัญที่ทำให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย :	-ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับงาน -ความรู้เกี่ยวกับลำดับขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้อง -ความรู้จากประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงานในอดีต -ความรู้ด้านการประสานงานและการสื่อสาร/การทำงานร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง -องค์ความรู้ที่ถ่ายทอดจากการแลกเปลี่ยนภายในทีม	
6. แนวทางการปรับปรุงในอนาคต :	-		7. องค์ความรู้ที่สำคัญในอนาคตที่ส่งผลต่อความสำเร็จตามยุทธศาสตร์องค์กร :	-ความรู้ด้านการบริหารการเปลี่ยนแปลง/การพัฒนาองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง -ความรู้ด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีสนับสนุนงาน และเพื่อการบริหารจัดการ -ความรู้ด้านการติดตามและประเมินผลเชิงผลลัพธ์	
8. กลุ่มปัญหา อุปสรรค จุดระมัดระวัง (Critical point) (โปรดเลือกด้านที่พบมากที่สุด) :					
ด้านคน					
การประสานงานกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย				อื่นๆ :	
ด้านกระบวนการ					
ไม่ทันเวลา/ ระยะเวลาไม่จำกัด				อื่นๆ :	
ด้านเทคโนโลยี					
ระบบสารสนเทศ / อินเทอร์เน็ต / ระบบล่ม				อื่นๆ :	
ด้านอื่นๆ					
				อื่นๆ :	
การระบุทรัพยากรที่ใช้สำหรับดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการความรู้และนวัตกรรมในกระบวนการ					
ทรัพยากร	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	มีอยู่	ต้องการเพิ่มเติม	
งบประมาณ (บาท) / แผนงบประมาณรายการที่	☒	☐	101/04 การจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ		
บุคลากรที่รับผิดชอบ					
- จำนวนคน	☒	☐	พนง1 พนง2 (ปฏิบัติงานหน้า11 หน้าห้องฝ่าย1) ผข 7		
- ความรู้ และ/หรือ ทักษะ	☒	☐			
ทรัพยากรสนับสนุนอื่นๆ					
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	☒	☐			
- เครื่องมือ/อุปกรณ์สำนักงาน	☒	☐			
-	☒	☐			
การสนับสนุนด้านองค์ความรู้และนวัตกรรม	☒	☐			

ตัวอย่าง การระบุทรัพยากร และแนวทางการเพิ่มความสามารถในกระบวนการทำงานฯ

การระบุและเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแผนงานหรือโครงการ

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการในการวิเคราะห์กระบวนการทำงานหลัก (Core Process) ของทุกฝ่ายและสำนักมีการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า พร้อมกำหนดเป้าหมาย Output ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมเพื่อตอบสนองประเด็นความต้องการสำหรับนำไปกำหนดเป็นโครงการ/กิจกรรม/แผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีฯ

แนวทางการพัฒนากระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย




3.2.2 การระบุและเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

STAKEHOLDER RISKS

- Unwillingness to engage
- Participation fatigue
- Creating expectations of change that the organisation is unwilling or unable to fulfil
- Lack of balance between weak and strong stakeholders
- Disruptive stakeholders
- Uninformed stakeholders
- Disempowered stakeholders
- Technical barriers in case of online engagement processes
- Conflict between participating stakeholders

ORGANISATIONAL RISKS

- Damage to reputation
- Waste of time and financial resources
- Loss of control of issues
- Not meeting organisation's expectations
- Strong criticism
- Creation of conflicts of interest
- Internal disagreement on way forward
- Non-compliance with legal and internal policies and standards

Identify and address potential engagement risks

ความเสี่ยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความเสี่ยงขององค์กร
• ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้รับรู้ข้อมูล	• ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)
• ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	• ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)
• ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน	• ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
- เป็นต้น	• ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบฯ ที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)
	• ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย
	• ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ขององค์กร
	- เป็นต้น

ที่มา: AA1000SES

รูปภาพแสดง : การระบุและการเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กทท. ได้มีการประเมินความเสี่ยงสำหรับแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ครอบคลุมการวิเคราะห์ 2 มิติ ได้แก่

1. มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการของ กทท.

โดยนำมาดำเนินงานวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ COSO 2017 ที่สอดคล้องกับการบริหารความเสี่ยงของ กทท. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในทั้งในส่วนของ กทท. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับนำไปกำหนดหลักเกณฑ์ หรือแนวทางในการพิจารณาที่ชัดเจนในการประเมินค่าความเพียงพอของการควบคุมภายในในแต่ละปัจจัยความเสี่ยง สำหรับตอบสนองประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง เพื่อนำไปกำหนดโครงการ/กิจกรรม/การดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ฯ และหากไม่เพียงพอก็นำไปกำหนดแนวทางการปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย

ใบงานที่ 6.1 แบบประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายใน และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ Worksheet							
กอง			ฝ่าย			Update	
Core Process			STK				
มิติ	ความต้องการ/คาดหวัง (เป้าหมาย)	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ (ควบคุมภายในที่มีอยู่)	ประเมินประสิทธิผล			ความเสี่ยง ที่เหลืออยู่	แนวทางการปรับปรุงเพิ่มเติม
			ผลการ ดำเนินงาน	กระบวนการ ควบคุม	การติดตาม		
SAT			(....)	(....)	(....)	☐ การควบคุม เพียงพอ	
						☐ การควบคุม ไม่เพียงพอ	
STK			(....)	(....)	(....)	☐ การควบคุม เพียงพอ	
						☐ การควบคุม ไม่เพียงพอ	

รูปภาพแสดง : ตัวอย่างแบบฟอร์มใบงาน 6.1 แบบประเมินสิทธิผลของการควบคุมภายใน
และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ (Worksheet)

เอกสารประกอบ 1

การประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในมิติของ กทท.

ระดับการควบคุม		ประสิทธิผลของการควบคุมที่มีอยู่		
		1. ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย	2. กระบวนการควบคุม	3. การติดตาม
1	ไม่เพียงพอ	ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	ไม่มีกระบวนการหรือกิจกรรมควบคุม	ไม่มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงาน
2	เพียงพอ	ผลการดำเนินงานเป็นตามเป้าหมาย	มีกระบวนการหรือกิจกรรมควบคุม	มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงานอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
3	มีประสิทธิภาพ	ผลการดำเนินงานดีกว่าเป้าหมาย	มีกระบวนการหรือกิจกรรมควบคุม และได้จัดทำเป็นคู่มือปฏิบัติงานที่ชัดเจน	มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน

หมายเหตุ :

- คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี 2566) ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน หัวข้อ 3 กระบวนการบริหารความเสี่ยง 3.1 การระบุปัจจัยเสี่ยง ระบุถึง การกำหนดประสิทธิภาพเพียงพองของการควบคุม ต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ หรือแนวทางในการพิจารณาที่ชัดเจนในการประเมินว่าความเพียงพอของการควบคุมภายในในแต่ละปัจจัยเสี่ยงที่ทำการวิเคราะห์
- กำหนดให้ การดำเนินงาน/กิจกรรม/โครงการ ที่ประสิทธิผลของการควบคุมที่มีอยู่ด้านใดด้านหนึ่ง ระดับการควบคุมต่ำกว่าระดับ 2 จำเป็นต้องดำเนินการจัดทำแผนการปรับปรุงการควบคุมภายใน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อความสำเร็จในการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายได้
- พิจารณา การดำเนินงาน/กิจกรรม/โครงการ ที่มีความเชื่อมโยง ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายและตัวชี้วัดที่สำคัญขององค์กร เพื่อจัดทำแผนการปรับปรุงการควบคุมภายใน หรือแนวทางการบริหารความเสี่ยงต่อไป

รูปภาพแสดง : เอกสารประกอบการประเมินสิทธิผลการควบคุมภายในมิติของ กทท.

เอกสารประกอบ 2

การประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในมิติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระดับการควบคุม		ประสิทธิผลของการควบคุมที่มีอยู่		
		1. ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย	2. กระบวนการควบคุม	3. การติดตาม
1	ไม่เพียงพอ	ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ/คาดหวัง หรือตอบสนองได้ไม่ครบถ้วน	ดำเนินการสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ไม่ครบถ้วน/ไม่เพียงพอ	ไม่มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงาน
2	เพียงพอ	สามารถตอบสนองความต้องการ/คาดหวังได้ครบถ้วน	ดำเนินการสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ครบถ้วน/เพียงพอ	มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงานอย่างเหมาะสม
3	มีประสิทธิภาพ	สามารถตอบสนองได้เหนือความต้องการ/คาดหวัง (Beyond Expectation)	ดำเนินการสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ครบถ้วน/เพียงพอ และทันกาล	มีการนำผลการติดตามมาปรับปรุงการดำเนินงาน

หมายเหตุ :

- คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี 2566) ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน หัวข้อ 3 กระบวนการบริหารความเสี่ยง 3.1 การระบุปัจจัยเสี่ยง ระบุถึง การกำหนดประสิทธิภาพเพียงพองของการควบคุม ต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ หรือแนวทางในการพิจารณาที่ชัดเจนในการประเมินว่าความเพียงพอของการควบคุมภายในในแต่ละปัจจัยเสี่ยงที่ทำการวิเคราะห์
- กำหนดให้ การดำเนินงาน/กิจกรรม/โครงการ ที่ประสิทธิผลของการควบคุมที่มีอยู่ด้านใดด้านหนึ่ง ระดับการควบคุมต่ำกว่าระดับ 2 จำเป็นต้องดำเนินการจัดทำแผนการปรับปรุงการควบคุมภายใน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อความสำเร็จในการตอบสนองตามความต้องการ/คาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- พิจารณา กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ ที่มีความเชื่อมโยง ส่งผลกระทบต่อความต้องการ/คาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์หรือแนวทางการสร้างความสัมพันธ์เพิ่มเติม ต่อไป

รูปภาพแสดง : เอกสารประกอบการประเมินสิทธิผลการควบคุมภายในมิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ใบงานที่ 6.2 การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

ฝ่าย	ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ, ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา, สนง. ควบคุมการใช้สารต้องห้ามฯ, สดอ.	Update
Core Process	STK พันธมิตร , บุคลากร กทท., ลูกค้าและผู้ให้บริการ, ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	

แผนสร้างความสัมพันธ์ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ทางการกีฬา

เป้าหมาย ร้อยละบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน

การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการของ กทท.	โอกาส					ผลกระทบ					การจัดลำดับความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1.) S, O, F, C ประเด็น อัตราการเข้าร่วมอบรมไม่ครบตามเป้าหมาย			✓					✓			Risk Profile
2.) S, O, F, C ประเด็น จัดอบรมล่าช้าไม่เป็นไปตามแผน			✓					✓			
3.) S, O, F, C ประเด็น											
4.) S, O, F, C ประเด็น											
5.) S, O, F, C ประเด็น บุคลากรไม่สามารถเข้าถึงความรู้ด้านสารต้องห้ามทางการกีฬา			✓							✓	
6.) S, O, F, C ประเด็น											
7.) S, O, F, C ประเด็น											
8.) S, O, F, C ประเด็น											

แผนบริหารความเสี่ยง (ถ้ามี)

มิติความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	แผนการบริหารความเสี่ยง
กทท.		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- บุคลากรไม่สามารถเข้าถึงความรู้เรื่องสารต้องห้ามทางการกีฬา	- แผนพัฒนาเพิ่มช่องทางการเข้าถึงองค์ความรู้เรื่องสารต้องห้ามทางการกีฬาทั้งใน online และจุดบริการ

รูปภาพแสดง : ตัวอย่างใบงาน 6.2 การระบุความเสี่ยงของแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

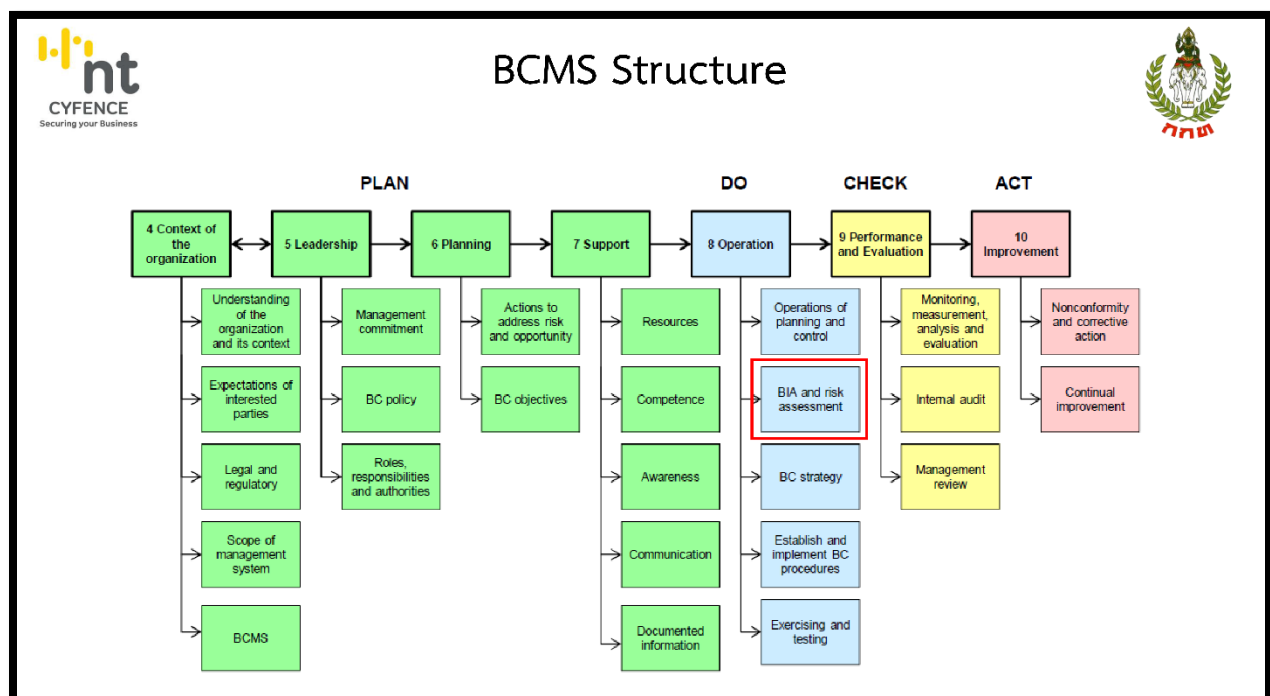
ใบงานที่ 6.2 การวิเคราะห์ความเสี่ยงแผนการสร้างความสัมพันธ์

ความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการ

ข้อ	เกณฑ์	ตัวอย่าง	ค่าระดับโอกาส (Likelihood)					ค่าระดับผลกระทบ (Impact)				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)	การดำเนินงานไม่สามารถสอดคล้องกับนโยบาย ตัวชี้วัด และเป้าหมายของหน่วยงาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2	ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)	ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผน ลำช้า ผิดพลาด / การไม่ได้รับความร่วมมือ / ประสานงาน/ ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด / กระบวนการทำงานมีความซับซ้อนมากขึ้น/ เกิดอุบัติเหตุ หรือบาดเจ็บ จากกิจกรรม/ การโจมตีทางไซเบอร์/เกิดผลเสียกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของหน่วยงาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3	ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	ส่งผลกระทบต่อรายได้/ สูญเสียรายได้ของหน่วยงาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4	ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ (Compliance Risk)	ไม่สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้เกิดการละเมิดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง/ เกิดเรื่องร้องเรียนต่อหน่วยงาน /ภาพลักษณ์หน่วยงานเสียหาย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

รูปภาพแสดง : เอกสารประกอบใบงาน 6.2 การวิเคราะห์ความเสี่ยงแผนการสร้างความสัมพันธ์ความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการ

ทั้งนี้ กกท. ได้ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ (Business Impact Analysis) โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างด้านการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน (RM&IC) ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (SP) และด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SCM) พร้อมกับบุคลากรของทั้ง 16 ฝ่ายและสำนัก เพื่อพัฒนากระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) เพื่อวิเคราะห์ความสามารถขององค์กรในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในระดับที่กำหนดไว้ล่วงหน้าที่ยอมรับได้ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เมื่อเกิดเหตุการณ์หยุดชะงัก เพื่อจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Continuity Plan) สำหรับใช้ในการบริหารจัดการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท. ซึ่งสอดคล้องตามเกณฑ์ Core Business Enabler ด้านการบริหารความเสี่ยง ข้อ 5.4 เรื่องกระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM)

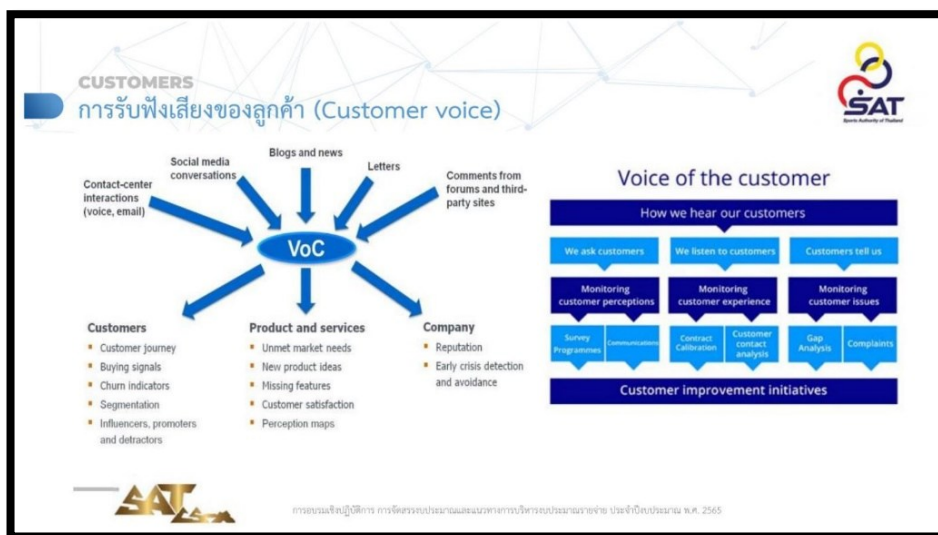


รูปภาพแสดง : ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ (BIA) เพื่อจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Continuity Plan) สำหรับใช้ในการบริหารจัดการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.

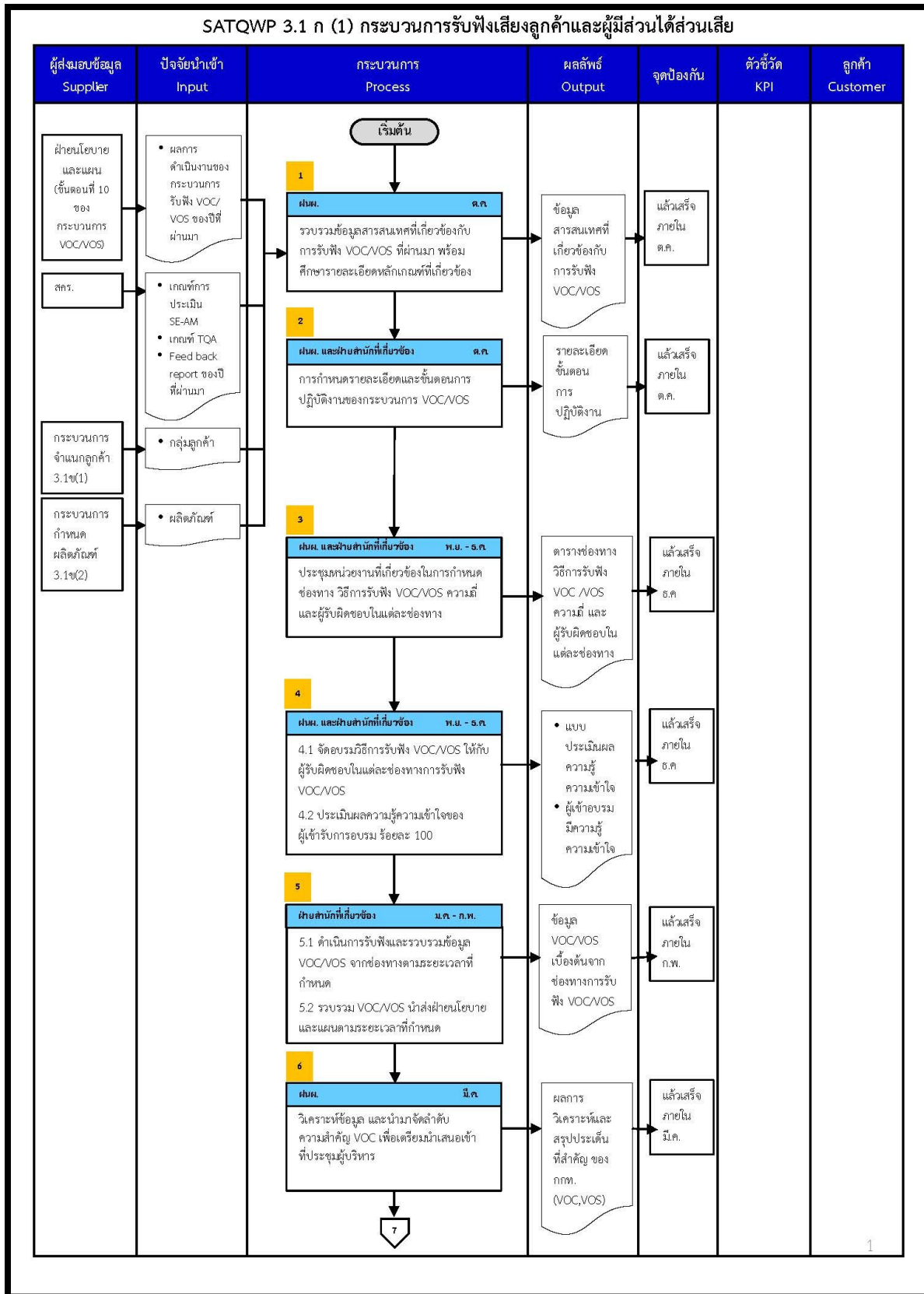
กระบวนการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Voice of Stakeholder (VOS) ของ กกท.

กกท. มีการกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟัง การมีปฏิสัมพันธ์การสังเกตผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้สารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ต่อไปได้อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อค้นหาความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำหรับใช้ในการสื่อสารและถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติในการรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้กับบุคลากร ที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึงและสามารถนำไปใช้ ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. รวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการรับฟัง VOS ที่ผ่านมา พร้อมศึกษารายละเอียดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
2. การกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงานของกระบวนการ VOS
3. ประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดช่องทาง วิธีการรับฟัง VOS ความถี่ และผู้รับผิดชอบในแต่ละช่องทาง
4. จัดอบรมวิธีการรับฟัง VOS ให้กับผู้รับผิดชอบในแต่ละช่องทางการรับฟัง VOS และประเมินผลความรู้ความเข้าใจของผู้เข้ารับการอบรม
5. ดำเนินการรับฟังและรวบรวมข้อมูล VOS จากช่องทางตามระยะเวลาที่กำหนดและ รวบรวม VOS นำส่งฝ่ายนโยบายและแผนตามระยะเวลาที่กำหนด
6. วิเคราะห์ข้อมูล และนำมาจัดลำดับความสำคัญ VOS เพื่อเตรียมนำเสนอเข้าที่ประชุมผู้บริหาร
7. ผู้บริหาร กกท.พิจารณาให้ความเห็นชอบ
8. คณะกรรมการ กกท.พิจารณาให้ความเห็นชอบ
9. ถ่ายทอด/สื่อสาร VOS ให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองให้เหนือกว่าความต้องการและ จัดส่งข้อมูลให้กับฝ่ายนโยบายและแผนเพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการฯ
10. การเก็บรวบรวมข้อมูล VOS เป็นฐานข้อมูลองค์กรระบุไว้ที่โครงสร้างองค์กร เพื่อนำไปเป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ
11. ติดตามและประเมินผลกระบวนการรับฟัง VOS เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุง

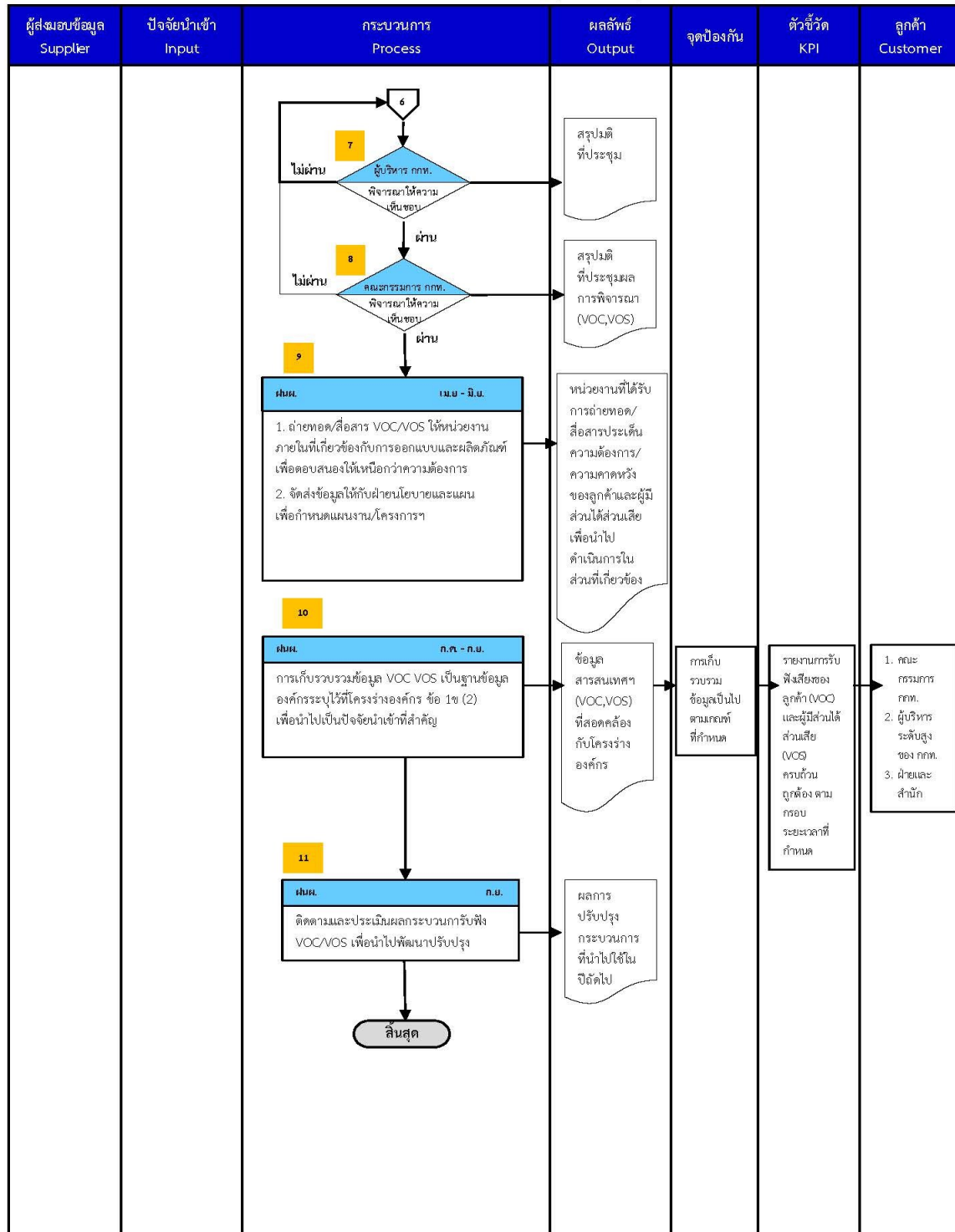


รูปภาพแสดง : ตัวอย่างรูปแบบช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า (Customer Voice)



รูปภาพแสดง : กระบวนการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Voice of Stakeholder (VOS) ของ กกท.

SATQWP 3.1 ก (1) กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



2

รูปภาพแสดง : กระบวนการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Voice of Stakeholder (VOS) ของ กกท. (ต่อเนื่อง)

การวิเคราะห์เส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey Map)

Customer Journey หรือ การเดินทางของลูกค้า จะบอกเล่าถึงประสบการณ์ของลูกค้าตั้งแต่การรับรู้ถึงตัวตนของแบรนด์ครั้งแรก สู่กระบวนการซื้อขาย การทดลองใช้งาน ไปจนกระทั่งเกิดความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว ทั้งหมดนี้คือเรื่องของปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ **Customer Journey** เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพช่วยให้คุณเข้าใจบริบทของลูกค้า ได้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าลูกค้ารู้จักแบรนด์เราจากไหน ค้นหาเราจากช่องทางใด อะไรทำให้ตัดสินใจซื้อและกลับซื้ออีกครั้ง ไปจนถึงการจงรักภักดีต่อแบรนด์ นั้นทำให้แบรนด์เข้าใจและรู้จักลูกค้าของคุณมากยิ่งขึ้น

Customer Journey เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพช่วยให้คุณเข้าใจบริบทของลูกค้า ได้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าลูกค้ารู้จักแบรนด์เราจากไหน ค้นหาเราจากช่องทางใด อะไรทำให้ตัดสินใจซื้อและกลับซื้ออีกครั้ง ไปจนถึงการจงรักภักดีต่อแบรนด์ นั้นทำให้แบรนด์เข้าใจและรู้จักลูกค้าของคุณมากยิ่งขึ้น



ใบงานที่ Customer Journey Map Worksheet				
กอง	ฝ่าย	Update		
Core Process	C.....	STK		
การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)	การซื้อสินค้าและบริการ (Acquisition)	การบริการหลังการขาย (Service)	การกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty)
การที่ลูกค้าสามารถรับรู้ หรือ รู้จักผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งระบบออนไลน์ และ ออฟไลน์ กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ แบ่งส่วน: ☐ เป็นเลิศ ☐ เป็นเลิศ ☐ ทีมเป็นเลิศ ตลาด: ☐ อาชีพ ☐ อาชีพ ☐ ทีมเป็นเลิศ วงจรชีวิต: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์/บริการของ กทท. จึงต้องการศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ แบ่งส่วน: ☐ เป็นเลิศ ☐ เป็นเลิศ ☐ ทีมเป็นเลิศ ตลาด: ☐ อาชีพ ☐ อาชีพ ☐ ทีมเป็นเลิศ วงจรชีวิต: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	การใช้อิทธิพลและบริการของ กทท. เพื่อตอบสนองประเด็น ความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ แบ่งส่วน: ☐ เป็นเลิศ ☐ เป็นเลิศ ☐ ทีมเป็นเลิศ ตลาด: ☐ อาชีพ ☐ อาชีพ ☐ ทีมเป็นเลิศ วงจรชีวิต: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อรักษาฐานลูกค้า รวมถึงความพึงพอใจและความประทับใจในการให้บริการ กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ แบ่งส่วน: ☐ เป็นเลิศ ☐ เป็นเลิศ ☐ ทีมเป็นเลิศ ตลาด: ☐ อาชีพ ☐ อาชีพ ☐ ทีมเป็นเลิศ วงจรชีวิต: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	สร้างความผูกพันให้ลูกค้าให้จงใจกลับมาใช้บริการซ้ำ พร้อมบอกต่อเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อ กทท. และได้ลูกค้าใหม่ กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ แบ่งส่วน: ☐ เป็นเลิศ ☐ เป็นเลิศ ☐ ทีมเป็นเลิศ ตลาด: ☐ อาชีพ ☐ อาชีพ ☐ ทีมเป็นเลิศ วงจรชีวิต: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต
จุดที่ให้บริการ (Touch Point)				
☐ ป้ายโฆษณา ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ ☐ สตรี ☐ วิทยู ☐ Social Media (FB, IG, Line) ☐ Website nmt. ☐ Website อื่นๆ ☐ E-mail ☐ สถานที่บริการของ กทท. ☐ การถ่ายทอดหรือได้รับการแนะนำ ☐ การออกบูธ ☐ อื่นๆ.....	☐ ดูวีรจากสื่อ Social Media ☐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ☐ การได้รับคำแนะนำ ☐ การเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา ☐ อื่นๆ.....	☐ การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา ☐ การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา ☐ การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับบริการสนับสนุนด้านกีฬา ☐ การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา ☐ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนาศักยภาพ ☐ อื่นๆ.....	☐ การติดตามประเมินผล ☐ การจัดทำแบบสอบถาม ☐ การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า ☐ ช่องทางการร้องเรียน ☐ อื่นๆ.....	☐ การมอบรางวัลหรือการให้สวัสดิการ ☐ การยกย่องเชิดชูเกียรติ ☐ การจัดการอีเวนต์ ☐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ☐ อื่นๆ.....

ตัวอย่างใบงาน การวิเคราะห์เส้นทางเดินลูกค้า (Customer Journey Map)

การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile)

การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. (Stakeholder Profile) อาศัยข้อมูล และแนวทางการจัดทำจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานของ รัฐวิสาหกิจของ สคร. และรูปแบบตัวอย่าง Stakeholder Profile ของหน่วยงานในต่างประเทศ ได้แก่ The Stakeholder Engagement Manual (Accountability, 2005) เพื่อใช้ในการกำหนดรูปแบบ Stakeholder Profile ของ กทท. สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อประสานงาน การสื่อสาร และการจัดเก็บข้อมูล Stakeholder Profile ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยในแต่ละปี กทท. ได้ดำเนินการจัดทำ รายละเอียด Stakeholder Profile ให้อยู่ในระบบดิจิทัลเพื่อสะดวกต่อการดำเนินการสืบค้นข้อมูลการ พิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง การจัดลำดับความสำคัญไปจนถึงการระบุประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย

ใบงานที่ Customer Segment Profile การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด Worksheet							
Core Process	STK						
กอง ฝ่าย Update Customer ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากร ☐ ผู้ให้บริการ Segment ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก Customer Life Cycle ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต Customer Journey Department ☐ 1. ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ ☐ 2. ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ☐ 3. ฝ่ายธุรกิจกีฬา ☐ 4. ฝ่ายกีฬานานาชาติ ☐ 5. ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ☐ 6. สำนักกฎหมาย ☐ 7. สห.ควบคุมการใช้สาร ☐ 8. ฝ่ายวิศวกรรมกีฬา ☐ 9. ฝ่ายการตลาด ☐ 10. ฝ่ายการตลาดชุมชน ☐ 11. ฝ่ายตรวจสอบภายใน ☐ 12. ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ 13. สำนักผู้ว่าการ ☐ 14. สห.คณะกรรมการกีฬาวชิราวุธ ☐ 15. สห.คณะกรรมการกีฬาวชิราวุธ ☐ 16. ฝ่ายนโยบายและแผน	ผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. (Product/Service) ☐ รายการแข่งขันกีฬากทท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ☐ การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารจัดการกีฬา ☐ การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา ☐ การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ ศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐาน (NTC) ☐ การแข่งขันกีฬาวชิราวุธ (ระบบอิเล็กทรอนิกส์/การจัดการแข่งขันกีฬาวชิราวุธ) ☐ ค่ายมวยที่มีมาตรฐาน (เชิงบริหารจัดการและเชิงธุรกิจ) ☐ การแข่งขันกีฬาดูตามรูปแบบ BCG Model ☐ รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก) ☐ ระบบดิจิทัลที่ทันสมัย (Smart Stadium, Smart Office) ☐ อื่นๆ (ระบุ)	จุดให้บริการ (Touch Point) ☐ ป้ายโฆษณา ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ ☐ โทรทัศน์ ☐ วิทยุ ☐ Website กทท. ☐ Website อื่นๆ ☐ Social Media ☐ E-mail ☐ สถานที่บริการของ กทท. ☐ การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ ☐ การออกราย ☐ อื่นๆ (ระบุ)	เป้าหมาย (Marketing Goals) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความต้องการ/ความคาดหวัง</th> <th>กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	ความต้องการ/ความคาดหวัง	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์		
ความต้องการ/ความคาดหวัง	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์						
	ช่องทางบริการรับฟัง (VOC) ☐ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้ผ่านสื่อ ☐ การให้คำปรึกษา ☐ การอบรม/สัมมนา/การให้ความรู้ ☐ กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม หรือ มีการทำงานร่วมกัน (การติดตาม/ ตรวจสอบ/การประเมินหรือ) ☐ การประชุมเพื่อกำหนดทรัพยากร ค่าเป้าหมายเพื่อไปบรรลุผลสำเร็จของ กทท. และลูกค้า/ผู้มีส่วนได้เสียร่วมกัน ☐ การสำรวจความพึงพอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน ☐ รายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ☐ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน หรือ ช่องรับเรื่องร้องเรียน ☐ โทรศัพท์ ☐ เว็บไซต์ ☐ Social Media ประกอบด้วย Facebook, Instagram ฯลฯ ☐ E-mail (contact@sat.or.th) ☐ จดหมายที่ส่งทางไปรษณีย์ ☐ อื่นๆ (ระบุ)	ช่องทางการสื่อสาร ☐ การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา ☐ การประชาสัมพันธ์/อุปกรณ์กีฬา ☐ การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา ☐ การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา ☐ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา ☐ อื่นๆ (ระบุ)					

ตัวอย่างใบงานที่ 8 : Customer Segment Profile การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด

การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

กกท. มีการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรเนื่องมาจากต้องดำเนินการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จ การป้องกันปัญหา หรือการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การประชุม การให้คำปรึกษา การสัมมนา รวมถึงการสำรวจแบบสอบถาม

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนสำหรับการตอบสนองต่อความต้องการและประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอาศัยข้อมูลการวิเคราะห์ผลการกำหนดระดับ (level) และรูปแบบ (Methods)

การสร้างความสัมพันธ์ เพื่อออกแบบกิจกรรม วิธีการ รูปแบบการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมตามระดับความสำคัญ (4 ระดับ) รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นเรื่องงบประมาณ บุคลากร และสิ่งที่จำเป็นสำหรับการใช้ในการออกแบบแผนงาน/โครงการที่มีการกำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วม ระยะเวลาดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ และการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) ค่าเป้าหมาย ที่สอดคล้องตามเป้าหมายในภาพรวมระดับสายงาน จนถึงระดับองค์กร โดยมีรายละเอียดแผนปฏิบัติการประจำปีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ☒ แนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอด อบรมให้ความรู้ และการติดตามประเมินผล
- ☒ การรายงานผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท.
- ☒ การมีส่วนร่วมของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570									
6. โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา									
Objective									
เพื่อพัฒนาระบบนิเวศกีฬา (Sports Ecosystem) ของประเทศไทยให้ครอบคลุมการพัฒนาเยาวชน กีฬาอาชีพ และกีฬามวย ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง กกท. สมาคมกีฬา สถานศึกษา ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสทางการกีฬา พัฒนาศักยภาพบุคลากร และยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน									
Active	KPI	Owner/ Supporter*	Stakeholder	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
6.1 การพัฒนาระบบสร้างโอกาสทางการกีฬาและเส้นทางนักกีฬา (Youth Development Pathway)	- สร้างนักกีฬาระดับเยาวชน (คน)	ฝ่ายกีฬายูนิแมค /ฝ่ายนโยบายและแผน*	- พันธมิตร (กระทรวงฯ, สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย) - ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)	- โครงการ Youth Development - Talent Identification Program - เครือข่ายโรงเรียนและสถานศึกษา	- เยาวชนเข้าถึงโอกาสทางการกีฬาเพิ่มขึ้น และเกิดระบบพัฒนานักกีฬาย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับฐานราก	★	★	★	★
6.2 การพัฒนาระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Professional Sports Ecosystem)	- มูลค่าเศรษฐกิจจากกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาอาชีพ (ล้านบาท)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ	- ภาคธุรกิจและเอกชน (ผู้สนับสนุน (Sponsor), ผู้ถือลิขสิทธิ์) - ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)	- แผนพัฒนากีฬาอาชีพ - โครงการสนับสนุนสมาคมกีฬาอาชีพ - เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ - มาตรฐานการแข่งขันกีฬาอาชีพ	- ระบบกีฬาอาชีพมีความแข็งแกร่ง เกิดการลงทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมกีฬาไทย		★	★	★
Active	KPI	Owner/ Supporter*	Stakeholder	Output	Outcome	1	2	3	4
6.3 การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและบุคลากรกีฬามวย	- จำนวนค่ายมวยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (จากปีที่ผ่านมา) - ร้อยละของบุคลากรกีฬามวยที่ผ่านการอบรมตามเกณฑ์มาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (630 คน)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย	- พันธมิตร (สมาคมกีฬามวย, โปรโมเตอร์) - ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) - ลูกค้าและผู้ให้บริการ (ผู้ตัดสิน)	- ระบบทะเบียนค่ายมวยและบุคลากรมวย - ฐานข้อมูลดิจิทัล - มาตรฐานการแข่งขันกีฬามวย	- ระบบกีฬามวยมีมาตรฐาน โปร่งใส และสามารถให้ข้อมูลสนับสนุนการกำกับดูแลและการพัฒนาการมวยไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ		★	★	★

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569								
การยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (อ้างอิงกระบวนการที่ C.1.1.1 ประจำปี 2568 และเอกสารมาตรฐานกำหนดตำแหน่งของการกีฬาแห่งประเทศไทย (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566))								
ชื่อแผนงาน/กิจกรรม/โครงการ/ทบทวน/กระบวนการ	การกำหนดงบประมาณ	การจัดสรรทรัพยากรด้านบุคคล				การจัดสรรทรัพยากรด้านสารสนเทศ	การระบุความเสี่ยง	
		ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งของ กกท. โดยมีคุณสมบัติที่เหมาะสม ตามตำแหน่งของส่วนงาน (งานกำกับ ดูแลและติดตามประเมินผลกีฬาเป็นเลิศ กองพัฒนากีฬาเป็นเลิศ)						
		อัตรากำลัง	ความสามารถที่ต้องการ (Capacity)	ทักษะที่จำเป็นในงาน (Skill)	การฝึกอบรมที่จำเป็น (Training)		IT/Digital	มิติที่ 1 แผนงานกิจกรรม ไม่ตอบสนองต่อประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
โครงการพัฒนาระบบประเมินผลสมรรถนะกีฬาโดยใช้ระบบสารสนเทศ	1,200,000	12 คน	- คอมพิวเตอร์ทั่วไป - การบริหารจัดการโครงการ	- Microsoft Office - การนำเสนอเชิงบริหาร - การจัดการโครงการและแผนงาน	- การจัดทำยุทธศาสตร์ - การบริหารจัดการโครงการ	- ระบบ SMIS - ระบบ ERP - ระบบ E-Saraban - ระบบ ZOOM	- สมาคมกีฬาไม่เข้าใจหลักการการประเมิน - สมาคมกีฬาไม่มีความไว้วางใจ	- การรวบรวมข้อมูลล่าช้า - สมาคมกีฬาไม่ให้ความร่วมมือ

ตัวอย่างตารางแสดง : การยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

การสื่อสาร ถ่ายทอดแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กทท. และแผนปฏิบัติการ การสร้างความสัมพันธ์

การสื่อสาร ถ่ายทอด อบรมให้ความรู้ และการมีส่วนร่วม

กทท. ยึดหลักการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปสู่การดำเนินงาน การสร้างความรู้ความเข้าใจ การสื่อสารตามแผนวิสาหกิจฯ แผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสรุปรายงานผลการดำเนินงานเสนอต่อผู้บริหาร คณะทำงานฯ และคณะกรรมการฯ ที่เกี่ยวข้องในการเสนอให้ข้อคิดเห็นและการพิจารณากำหนดแนวทางพัฒนา/ปรับปรุงการทำงานให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การถ่ายทอด สื่อสาร

กำหนดให้มีการสื่อสารเล่มแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กทท. แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ และการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เป็นต้น ทั้งระดับหน่วยงานจนถึงระดับบุคลากร (ภายใน - ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการรับรู้ และความเข้าใจแผนวิสาหกิจฯ และแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ ดังกล่าว

การอบรมให้ความรู้

กำหนดให้มีการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการฯ เพื่อรับฟังความคิดเห็นแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กทท. การให้ความรู้เรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ และเข้าใจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยกระบวนการ Design Thinking, กิจกรรมสัมมนาออนไลน์ เรื่อง บริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมแนวทางการสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน และการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลประเด็นฯ ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น ทั้งระดับหน่วยงานจนถึงระดับบุคลากร (ภายใน - ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน

การรายงานผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการ การสร้างความสัมพันธ์ ของ กทท.

กทท. กำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กทท. ที่กำหนดให้มีการบูรณาการร่วมกับฝ่ายและสำนักต่างๆ เช่น สำนักผู้ว่าการ, ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ, สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ เป็นต้น ที่มีการรวบรวมผลการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อเป็นการติดตามผลการดำเนินงานพร้อมเสนอรายงานผลฯ ต่อคณะอนุกรรมการหรือคณะอนุกรรมการหรือคณะกรรมการ กทท. ที่กำกับดูแลรวมถึงการนำเสนอต่อสาธารณะชนอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ขององค์กร เช่น ทวิต, วิทยุ, เว็บไซต์, สื่อ Social Media, เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการรายงานไว้ในรายงานประจำปี ซึ่งมีสำนักผู้ว่าการ, ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยมีรายละเอียดการรายงานผลประกอบด้วย

- การติดตามรายงานผลแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กทท.
- การติดตามผลการดำเนินงานการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (ในส่วนบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการจัดการเรื่องร้องเรียน)

- รายงานผลการสำรวจประเด็นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กทท.
 - รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ต่อการให้บริการ ของ กทท.
 - การประกาศ กทท. เรื่อง นโยบายด้านการกำกับดูแลที่ดี
 - การประกาศ กทท. เรื่อง นโยบายด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น
- ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลและรายงานผลมาพัฒนา และปรับปรุงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง กทท.

กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อไป

การมีส่วนร่วมของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กทท. กำหนดให้มีช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร โดยอาศัยรูปแบบและกลไกการติดต่อสื่อสาร และช่องทางการรับฟัง ผ่านช่องทางต่างๆ ประกอบด้วย

- การให้บริการข้อมูล/ ข่าวสาร/ ประชาสัมพันธ์/ สร้างการรับรู้ผ่านสื่อฯ
- การให้คำปรึกษา
- การอบรม/ สัมมนา/ การให้ความรู้
- กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม หรือ มีการทำงานร่วมกัน (การติดตาม/ ตรวจสอบ/ การประชุมหารือร่วมกัน)
- การประชุมเพื่อกำหนดทรัพยากร ค่าเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของกทท. ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกัน
- การสำรวจความพึงพอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน
- ผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
- ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน หรือ กล้องรับเรื่องร้องเรียน
- โทรศัพท์
- เว็บไซต์
- Social Media ประกอบด้วย Facebook เป็นต้น
- E-mail (contact@sat.or.th)
- จดหมายที่ส่งทางไปรษณีย์ เป็นต้น

ทั้งนี้ กทท. จะได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำเสนอข้อมูลดังกล่าวให้กับส่วนงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการที่กำกับดูแลได้ทราบ เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อตอบสนองประเด็นความต้องการสร้างความเชื่อมั่น และความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ กทท.

การจัดการข้อร้องเรียน

กทท. มีการกำหนดช่องทางการในการรับข้อร้องเรียนและการชดเชย กรณีคู่แข่งและเจ้าหน้าที่ถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย โดยเริ่มต้นจากการรับเรื่องและลงทะเบียนจากช่องทางต่างๆ นำมาจัดระดับความสำคัญของข้อร้องเรียนและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ทั้งนี้ แนวทางการจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปตามคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ทราบทั้งภายใน และภายนอกองค์กร หรือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฯ กทท.

สื่อสารถ่ายทอดแผนวิสาหกิจด้านลูกค้ำ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



แผนวิสาหกิจด้านลูกค้ำ
และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ถ่ายทอด

แผนปฏิบัติการประจำปี



ถ่ายทอดตัวชี้วัด/เป้าหมาย

ระดับหน่วยงาน

ระดับบุคคล

สื่อสาร

หน่วยงานภายนอก/คู่ค้า/คู่ความ
ร่วมมือ/พันธมิตร

ประเด็นการสื่อสาร

- แผนวิสาหกิจฯ
- วัตถุประสงค์
- ขอบเขต
- นิยามความหมายกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- แผนปฏิบัติการประจำปีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Action Plan)
- นโยบายด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ผลการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Report)



Satcsx66@gmail.com



Policy and Plan - SAT



การประชุมเชิงปฏิบัติการ/อบรม



www.sat.or.th



การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ช่องทางการร้องเรียน



สื่อบุคคล/การให้คำปรึกษา



กิจกรรมสัมพันธ์/
การบูรณาการทำงาน



02-186-7111 ต่อ 7913

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์

การติดตามและประเมินผล

เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนวิสาหกิจฯ และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ โดยมีกระบวนการติดตามและประเมินผล การสื่อสาร ถ่ายทอด และการให้ความรู้ โดยดำเนินการสำรวจแบบสอบถามอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เพื่อนำมาแก้ไขพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง

การกำหนดระยะเวลาการติดตามและประเมินผล

พิจารณาผลการดำเนินงานฯ เมื่อสิ้นสุดกิจกรรมหรือโครงการฯ รายไตรมาส และช่วงสิ้นปีงบประมาณ เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขต ระยะเวลาที่ชัดเจน อีกทั้งให้บรรลุตามเป้าหมายตามที่วางไว้ ของ กกท. ทั้งนี้ กำหนดให้มีการทบทวนแนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอด อบรมให้ความรู้และการติดตามประเมินผลแผนวิสาหกิจ ด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท. อย่างต่อเนื่อง และเป็นประจำทุกปีเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ปรับปรุงและพัฒนา ต่อไป

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570									
6. โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา									
Objective									
เพื่อพัฒนาระบบนิเวศกีฬา (Sports Ecosystem) ของประเทศไทยให้ครอบคลุมการพัฒนาเยาวชน กีฬาอาชีพ และกีฬามวย ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง กกท. สมาคมกีฬา สถานศึกษา ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสทางการกีฬา พัฒนาศักยภาพบุคลากร และยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน									
Active	KPI	Owner/ Supporter*	Stakeholder	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
6.1 การพัฒนาระบบสร้างโอกาสทางการกีฬาและเส้นทางนักกีฬา (Youth Development Pathway)	- สร้างนักกีฬาระดับเยาวชน (คน)	ฝ่ายกีฬานักกีฬา /ฝ่ายนโยบายและแผน*	- พันธมิตร (กระทรวงฯ, สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย) - ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)	- โครงการ Youth Development - Talent Identification Program - เครือข่ายโรงเรียนและสถานศึกษา	- เยาวชนเข้าถึงโอกาสทางการกีฬาเพิ่มขึ้น และเกิดระบบพัฒนานักกีฬาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับฐานราก	★	★	★	★
6.2 การพัฒนาระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Professional Sports Ecosystem)	- มูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาอาชีพ (ล้านบาท)	สำนักงานคณะกรรมการการกีฬาอาชีพ	- ภาคธุรกิจและเอกชน (ผู้สนับสนุน (Sponsor), ผู้ถือลิขสิทธิ์) - ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)	- แผนพัฒนากีฬาอาชีพ - โครงการสนับสนุนสมาคมกีฬาอาชีพ - เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ - มาตรฐานการแข่งขันกีฬาอาชีพ	- ระบบกีฬาอาชีพมีความเข้มแข็ง เกิดการลงทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมกีฬาไทย		★	★	★
6.3 การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและบุคลากรกีฬามวย	- จำนวนค่ายมวยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (จากปีที่ผ่านมา) - ร้อยละของบุคลากรกีฬามวยที่ผ่านการอบรมตามเกณฑ์มาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (630 คน)	สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย	- พันธมิตร (สมาคมกีฬามวย, โปรโมเตอร์) - ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) - ลูกค้าและผู้ให้บริการ (ผู้ตัดสิน)	- ระบบทะเบียนค่ายมวยและบุคลากรมวย - ฐานข้อมูลดิจิทัล - มาตรฐานการแข่งขันกีฬามวย	- ระบบกีฬามวยมีมาตรฐาน โปร่งใส และสามารถใช้อ้างอิงสนับสนุนการกำกับดูแลและการพัฒนาการมวยไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ		★	★	★

ตัวอย่างตารางแสดง : การติดตามแผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ระดับปฏิบัติการ

ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กทท. ปี 2569 - 2573 แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กทท. ประจำปี 2569 ความเชื่อมโยงความสำคัญกับวิสาหกิจด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2569-2573 และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2569								
No.	Project	Objective	Strategic Alignment		Activity	Stakeholder	Stakeholder KPI	Owner
			Stakeholder Strategy Plan	Corporate Plan				
2	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ทางการกีฬา	เพื่อยกระดับศักยภาพบุคลากรกีฬา บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีสมรรถนะตามมาตรฐานสากล สามารถให้บริการสนับสนุน และพัฒนาระบบกีฬาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมที่จะสร้างความเชื่อมั่น/ความมั่นใจ หน่วยงานกำกับดูแล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการให้บริการของ กทท.	STK-SO1 ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เป็นพันธมิตรและเกิดความผูกพันกับองค์กร ตัวชี้วัด (STK-01-02) - ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการบริการ และสถานที่ (ไม่ต่ำกว่า 4.00) - ร้อยละผลการสำรวจการรับรู้การเสริมสร้างความสัมพันธ์ (ค่าระดับ 4 ขึ้นไป) (ร้อยละ 70)	SO1 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (GI) ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ SAT - 1 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ SAT - 2 ความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ชนิดกีฬาเป้าหมายในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ และเอเชียนพาราเกมส์ มีผลการแข่งขันเฉพาะชนิดกีฬา (Single Sports) เข้าไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ 90) SO2 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพ และกีฬา MGB (G2) พัฒนากีฬาอาชีพ และกีฬามวยให้มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) SAT - 3 จำนวนนักกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) KPI : ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (แบบพ่วงประกอบ Ecosystem)	2.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรกีฬาเป็นเลิศ	- พันธมิตร (สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, สมาคมกีฬาแห่งจังหวัด, ผู้จัดการแข่งขัน) - บุคลากร กทท.	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (จำนวน...คน)	ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ
					2.2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรวิทยาศาสตร์การกีฬา	- ลูกค้าและผู้ให้บริการ (นักกีฬา, บุคลากรกีฬา) - พันธมิตร (สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย) - บุคลากร (บุคลากร กทท.)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (จำนวน...คน)	ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา
					2.3 การพัฒนาศักยภาพผู้ฝึกสอนด้านกีฬาทหารการกีฬา	- พันธมิตร (สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, ผู้จัดการแข่งขัน) - ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ (WADA, NADO)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (จำนวน...คน)	สำนักงานควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา
					2.4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรกีฬาอาชีพ	- พันธมิตร (สมาคมกีฬาอาชีพ, ผู้จัดการแข่งขัน)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (จำนวน...คน)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬอาชีพ

ตัวอย่างตารางแสดง : รายงานการติดตามผลระดับยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าของ กทท.

ภาคผนวก

แบบฟอร์มใบงานปฏิบัติการ (Workshop)

กิจกรรม/กระบวนการ	รายละเอียด	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ระยะเวลาดำเนินงานของกิจกรรม	จุดวิกฤติ / จุดที่ต้องควบคุม	ผู้รับผิดชอบแต่ละขั้นตอน	ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ/ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำงาน
1) ส่งเคสแจ้งการประเมินการบริหารจัดการฯ " ให้บริษัททริสฯ และสศร. ให้ความเห็น ก่อนนำไปใช้จริง	- ออกหนังสือส่งเคสแจ้งการประเมินการบริหารจัดการฯ ให้ฝ่ายนโยบายและแผน นำส่งให้บริษัททริสฯ และสศร. ให้ความเห็น ก่อนนำไปใช้จริง	เกณฑ์การประเมิน	2 สัปดาห์	ผลการประเมินมีการเปลี่ยนแปลงไปทุกปี	หัวหน้างาน 1 คน พนักงาน 1 คน ผู้ช่วย 1 คน	ฝ่ายและสำนัก	MS-Office E-Saraban
2) แต่งตั้งคณะทำงานทบทวนเกณฑ์การประเมินฯและติดตามผลการดำเนินงานของสมาคมกีฬาฯ	- ออกหนังสือคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานทบทวนเกณฑ์การประเมินการบริหารจัดการฯ อย่างมีมาตรฐานของสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย โดยมีการติดตามความก้าวหน้าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ฝ่ายกฎหมาย ประกอบไปด้วย - รองผู้ว่าฝ่ายกีฬาเป็นเล็คและวิทยาศาสตร์การกีฬา - ผอ. ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเล็ค - ผอ. กองพัฒนากีฬาเป็นเล็ค - ผอ. กองแข่งขันกีฬาเป็นเล็ค - ผอ. กองพัฒนาบุคลากรกีฬา - ผอ. กองติดตามและประเมินผล - ผอ. กองทะเบียนสมาคมกีฬา - ผอ. กองพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ - ผอ. กองวิทยาศาสตร์การกีฬา - หัวหน้างานวิเคราะห์และพัฒนากีฬาเป็นเล็ค - หัวหน้างานแข่งขันระดับนานาชาติ - หัวหน้างานพัฒนาบุคลากรกีฬาระดับชาติ - หัวหน้างานพัฒนาบุคลากรกีฬาระดับนานาชาติ - หัวหน้างานกำกับดูแลและติดตามประเมินผลกีฬาเป็นเล็ค	คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน	1 สัปดาห์		หัวหน้างาน 1 คน พนักงาน 1 คน ผู้ช่วย 1 คน	ฝ่ายและสำนัก	MS-Office E-Saraban

รูปภาพแสดง : ใบงาน การวิเคราะห์กระบวนการทำงานที่สำคัญ (SIPOC Model) Worksheet.

กอง	
ฝ่าย	
Core Process	C.....
STK	
Update	

ใบงาน การประเมินลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheets

คะแนนรวม (ข้อ 1-3)

อิตีพิล (ระดับ)

คะแนนรวม (ข้อ 4-5)

ความสนใจ (ระดับ)

คะแนนรวม (ข้อ 4-5)

อิตีพิล (ระดับ)

คะแนนรวม :

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4
เกณฑ์ข้อที่ 1	10				
เกณฑ์ข้อที่ 2	8				
เกณฑ์ข้อที่ 3	7				
เกณฑ์ข้อที่ 4	6				
เกณฑ์ข้อที่ 5	5				

(5)					
(4)					
(3)					
(2)					
(1)					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ระดับความสนใจ

เกณฑ์การประเมิน	รายละเอียดการประเมิน	ระดับ	คะแนน
1. ระดับความใกล้ชิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 10)	☐ ระดับ 5 ☐ ระดับ 4 ☐ ระดับ 3 ☐ ระดับ 2 ☐ ระดับ 1	☐ X 10	คะแนนรวม (ข้อ 1-3) อิตีพิล (ระดับ) คะแนนรวม (ข้อ 4-5) ความสนใจ (ระดับ) คะแนนรวม (ข้อ 4-5) อิตีพิล (ระดับ)
2. ค่าเป้าหมายสัมฤทธิ์ความสำเร็จระดับองค์กร (KPI) (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 8)	☐ ระดับ 5 เชื่อมโยงหัวใจของแผนวิสาหกิจ (SAT 1 - 8) โดยตรง (SAT) ☐ ระดับ 4 เชื่อมโยงการประเมินการบริหารจัดการ (Enabler) โดยตรง (.....) ☐ ระดับ 3 เชื่อมโยงตัวชี้วัดของ สคร. ในส่วนที่ 1-2 โดยตรง (.....) ☐ ระดับ 2 เชื่อมโยงหัวใจของกระบวนการที่สำคัญ (Work System) หรือตัวชี้วัดตามแบบปฏิบัติประจำปี (รอบ 12 เดือน) (.....) ☐ ระดับ 1 เชื่อมโยงตัวชี้วัดตามแผนผู้ว่าการประจำปี หรืออื่นๆ (.....)	☐ X 8	
3. การกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 7)	☐ มีความเกี่ยวข้องกันผลิตภัณฑ์และบริการจำนวน ประเภท ☐ รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ☐ การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารจัดการกีฬา ☐ การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา ☐ การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ ศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐาน (NTC) ☐ การแข่งขันกีฬาอาชีพ (ระบบเลือกชิงแชมป์การแข่งขันกีฬาอาชีพ) ☐ ค่ายมวยที่มีมาตรฐาน (เชิงบริหารการจัดการและเชิงธุรกิจ) ☐ จัดการแข่งขันกีฬามหาชนแบบ BCG Model ☐ รูปแบบผลิตภัณฑ์และการบริการที่สร้างรายได้ (การบริหาร, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก) ☐ ระบบดิจิทัลที่ทันสมัย (Smart Stadium, Smart Office)	☐ X 7	
4. ระดับการมีส่วนร่วมกับกระบวนการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 6)	☐ ระดับ 5 การอนุมัติ-ให้ความเห็นชอบ-สั่งการ ☐ ระดับ 4 มีส่วนร่วมในการพิจารณา ☐ ระดับ 3 มีส่วนร่วมในการดำเนินการ ☐ ระดับ 2 ให้-รับข้อมูล ☐ ระดับ 1 รับข้อมูล	☐ X 6	
5. การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น (น้ำหนักความสำคัญร้อยละ 5)	☐ ระดับ 5 5 ประเภทขึ้นไป (ไม่ับรวมตัวเอง) ☐ ระดับ 4 4 ประเภท (ไม่ับรวมตัวเอง) ☐ ระดับ 3 3 ประเภท (ไม่ับรวมตัวเอง) ☐ ระดับ 2 2 ประเภท (ไม่ับรวมตัวเอง) ☐ ระดับ 1 0-1 ประเภท (ไม่ับรวมตัวเอง)	☐ X 5	

รูปภาพแสดง : ใบงาน การประเมินลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

ใบงาน Stakeholder Profile Worksheet

กอง					
ฝ่าย					
Core Process	C.....				
STK					
Update					
การประเมินลำดับความสำคัญ (Criteria Matrix)					
อิทธิพล (Power)		ความสนใจ (Interest)			

ระดับอิทธิพล
(5)
(4)
(3)
(2)
(1)

(1) (2) (3) (4) (5)
ระดับความสนใจ

รูปภาพแสดง : ใบงาน Stakeholders Profile Worksheet

ใบงาน การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) และวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้า (VOC/VOS) Worksheet

กอง _____		ฝ่าย _____		Update _____	
Core Process C.....		STK			
กิจกรรม	รูปแบบการประสานงาน (Method)	ความถี่	วิธีการรับฟัง	ระดับการมีส่วนร่วม	
	☐ การให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์/แจ้งการรับรู้ผ่านสื่อ ☐ การให้คำปรึกษา ☐ การอบรม/สัมมนา/การให้ความรู้ ☐ กิจกรรมสร้างสัมพันธ์ส่วนร่วม หรือมีการทำงานร่วมกัน (กรณีติดตาม/ตรวจเยี่ยม/การประชุมหารือ) ☐ ผลการสำรวจความเห็นที่พอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน ☐ กระบวนการดำเนินงานที่ผ่านมา (Report) ☐ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ☐ Social Media ประเด็นด้วย (Facebook, Instagram, Tiktok) ☐ อื่นๆ ฯลฯ.....		☐ Ask ☐ Listen ☐ Tell	1. แจ้ง □ 2. ปรึกษา □ 3. มีส่วนร่วม □ 4. ความร่วมมือ □	
กิจกรรม	รูปแบบการประสานงาน (Method)	ความถี่	วิธีการรับฟัง	ระดับการมีส่วนร่วม	
	☐ การให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์/แจ้งการรับรู้ผ่านสื่อ ☐ การให้คำปรึกษา ☐ การอบรม/สัมมนา/การให้ความรู้ ☐ กิจกรรมสร้างสัมพันธ์ส่วนร่วม หรือมีการทำงานร่วมกัน (กรณีติดตาม/ตรวจเยี่ยม/การประชุมหารือ) ☐ ผลการสำรวจความเห็นที่พอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน ☐ กระบวนการดำเนินงานที่ผ่านมา (Report) ☐ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ☐ Social Media ประเด็นด้วย (Facebook, Instagram, Tiktok) ☐ อื่นๆ ฯลฯ.....		☐ Ask ☐ Listen ☐ Tell	1. แจ้ง □ 2. ปรึกษา □ 3. มีส่วนร่วม □ 4. ความร่วมมือ □	
กิจกรรม	รูปแบบการประสานงาน (Method)	ความถี่	วิธีการรับฟัง	ระดับการมีส่วนร่วม	
	☐ การให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์/แจ้งการรับรู้ผ่านสื่อ ☐ การให้คำปรึกษา ☐ การอบรม/สัมมนา/การให้ความรู้ ☐ กิจกรรมสร้างสัมพันธ์ส่วนร่วม หรือมีการทำงานร่วมกัน (กรณีติดตาม/ตรวจเยี่ยม/การประชุมหารือ) ☐ ผลการสำรวจความเห็นที่พอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน ☐ กระบวนการดำเนินงานที่ผ่านมา (Report) ☐ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ☐ Social Media ประเด็นด้วย (Facebook, Instagram, Tiktok) ☐ อื่นๆ ฯลฯ.....		☐ Ask ☐ Listen ☐ Tell	1. แจ้ง □ 2. ปรึกษา □ 3. มีส่วนร่วม □ 4. ความร่วมมือ □	

รูปภาพแสดง : ใบงาน การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) และวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้า (VOC/VOS) Worksheet

แบบบันทึกการทบทวนหลังการปฏิบัติงาน (After Action Review : AAR)				
ฝ่าย/สำนัก :	กอง :		งาน :	
1. ชื่อกระบวนการ :				
ชื่อผู้ร่วมทำ AAR :				
2. สิ่งที่ได้ทำได้ดี (โปรดอธิบาย) :		3. สิ่งที่ไม่ดี (โปรดอธิบาย) :		
4. ประเด็นที่ได้เรียนรู้/บทเรียนที่สำคัญ (2)+(3) :		5. องค์ความรู้ที่สำคัญที่ทำให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย :		
6. แนวทางการปรับปรุงในอนาคต :		7. องค์ความรู้ที่สำคัญในอนาคต ที่ส่งผลต่อความสำเร็จตามยุทธศาสตร์องค์กร :		
8. กลุ่มปัญหา อุปสรรค จุดระมัดระวัง (Critical point) (โปรดเลือกด้านที่พบมากที่สุด) :				
ด้านคน				
				อื่นๆ :
ด้านกระบวนการ				
				อื่นๆ :
ด้านเทคโนโลยี				
				อื่นๆ :
ด้านอื่นๆ				
				อื่นๆ :
การระบุทรัพยากรที่ใช้สำหรับดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการความรู้และนวัตกรรมในกระบวนการ				
ทรัพยากร	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	มีอยู่	ต้องการเพิ่มเติม
งบประมาณ (บาท) / แผนงบประมาณรายการที่				
บุคลากรที่รับผิดชอบ				
- จำนวนคน				
- ความรู้ และ/หรือ ทักษะ				
ทรัพยากรสนับสนุนอื่นๆ				
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ				
- เครื่องมือ/อุปกรณ์สำนักงาน				
- การสนับสนุนด้านองค์ความรู้และนวัตกรรม				

รูปภาพแสดง : ใบงาน การระบุทรัพยากร และแนวทางการเพิ่มความสามารถในกระบวนการทำงานฯ Worksheet

ใบงานที่ 6.1 แบบประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายใน และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ Worksheet

กอง		ฝ่าย		Update			
Core Process		STK					
มิติ	ความต้องการ/คาดหวัง (เป้าหมาย)	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ (ควบคุมภายในที่มีอยู่)	ประเมินประสิทธิผล			ความเสี่ยง ที่เลือกอยู่	แนวทางการปรับปรุงเพิ่มเติม
			ผลการ ดำเนินงาน	กระบวนการ ควบคุม	การติดตาม		
SAT			(.....)	(.....)	(.....)	☐ การควบคุม เพียงพอ	
						☐ การควบคุม ไม่เพียงพอ	
							
							
							
STK			(.....)	(.....)	(.....)	☐ การควบคุม เพียงพอ	
						☐ การควบคุม ไม่เพียงพอ	
							
							
							

รูปภาพแสดง : ใบงาน แบบประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายใน
และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ Worksheet

ใบงานที่ 6.2 การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

กอง		ฝ่าย		Update																																					
Core Process		STK																																							
แผนสร้างความสัมพันธ์																																									
เป้าหมาย																																									
การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย																																									
มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนอง ความต้องการของ กกท.		โอกาส		ผลกระทบ																																					
		1	2	3	4	5																																			
1.) S, O, F, C ประเด็น																																									
2.) S, O, F, C ประเด็น																																									
3.) S, O, F, C ประเด็น																																									
4.) S, O, F, C ประเด็น																																									
5.) S, O, F, C ประเด็น																																									
6.) S, O, F, C ประเด็น																																									
มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนอง ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		โอกาส		ผลกระทบ																																					
		1	2	3	4	5																																			
7.) S, O, F, C ประเด็น																																									
8.) S, O, F, C ประเด็น																																									
9.) S, O, F, C ประเด็น																																									
10.) S, O, F, C ประเด็น																																									
11.) S, O, F, C ประเด็น																																									
12.) S, O, F, C ประเด็น																																									
ผลกระทบที่เกิดขึ้น Risk Profile <table border="1"> <tr><td>(5)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>(4)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>(3)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>(2)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>(1)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td>(1)</td><td>(2)</td><td>(3)</td><td>(4)</td><td>(5)</td></tr> </table> โอกาสเกิดความเสี่ยง						(5)						(4)						(3)						(2)						(1)							(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(5)																																									
(4)																																									
(3)																																									
(2)																																									
(1)																																									
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)																																				
แผนบริหารความเสี่ยง (ถ้ามี)																																									
มิติความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง		แผนการบริหารความเสี่ยง																																						
กกท.																																									
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย																																									

รูปภาพแสดง : ใบงาน การระบุความเสี่ยงของแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

ใบงานที่ Customer Journey Map Worksheet																																																																																																																																																
กอง		ฝ่าย		Update		Core Process		C.....		STK																																																																																																																																						
การรับรู้ (Awareness)					การพิจารณา (Consideration)					การซื้อสินค้าและบริการ (Acquisition)					การบริการหลังการขาย (Service)					การกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty)																																																																																																																												
การที่ลูกค้าสามารถรับรู้ หรือรู้จักผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งระบบออนไลน์ และ ออฟไลน์					ลูกค้าเริ่มรู้จักแบรนด์และผลิตภัณฑ์/บริการของ กทท. จึงต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ					การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. เพื่อตอบสนองประเด็น ความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า					การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อรักษาฐานลูกค้า รวมถึงความพึงพอใจและความประทับใจในการให้บริการ					สร้างความผูกพันให้ลูกค้าพึงพอใจจนกลับมาใช้บริการซ้ำ พร้อมบอกต่อเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อ กทท. และได้ลูกค้าใหม่																																																																																																																												
<table border="1"> <tr><td>กลุ่มลูกค้า</td><td>นักกีฬา</td><td>บุคลากรกีฬา</td><td>ผู้ให้บริการ</td></tr> <tr><td>แบ่งส่วน</td><td>เป็นเลิศ</td><td>เป็นเลิศ</td><td>ไม่เป็นเลิศ</td></tr> <tr><td>ตลาด</td><td>อาชีพ</td><td>อาชีพ</td><td>ทีมเป็นสมาชิก</td></tr> <tr><td>วงจรชีวิตลูกค้า</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td></tr> <tr><td></td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td></tr> <tr><td></td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td></tr> </table>					กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ	แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ	ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก	วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต		ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน		อนาคต	อนาคต	อนาคต	<table border="1"> <tr><td>กลุ่มลูกค้า</td><td>นักกีฬา</td><td>บุคลากรกีฬา</td><td>ผู้ให้บริการ</td></tr> <tr><td>แบ่งส่วน</td><td>เป็นเลิศ</td><td>เป็นเลิศ</td><td>ไม่เป็นเลิศ</td></tr> <tr><td>ตลาด</td><td>อาชีพ</td><td>อาชีพ</td><td>ทีมเป็นสมาชิก</td></tr> <tr><td>วงจรชีวิตลูกค้า</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td></tr> <tr><td></td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td></tr> <tr><td></td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td></tr> </table>					กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ	แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ	ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก	วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต		ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน		อนาคต	อนาคต	อนาคต	<table border="1"> <tr><td>กลุ่มลูกค้า</td><td>นักกีฬา</td><td>บุคลากรกีฬา</td><td>ผู้ให้บริการ</td></tr> <tr><td>แบ่งส่วน</td><td>เป็นเลิศ</td><td>เป็นเลิศ</td><td>ไม่เป็นเลิศ</td></tr> <tr><td>ตลาด</td><td>อาชีพ</td><td>อาชีพ</td><td>ทีมเป็นสมาชิก</td></tr> <tr><td>วงจรชีวิตลูกค้า</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td></tr> <tr><td></td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td></tr> <tr><td></td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td></tr> </table>					กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ	แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ	ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก	วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต		ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน		อนาคต	อนาคต	อนาคต	<table border="1"> <tr><td>กลุ่มลูกค้า</td><td>นักกีฬา</td><td>บุคลากรกีฬา</td><td>ผู้ให้บริการ</td></tr> <tr><td>แบ่งส่วน</td><td>เป็นเลิศ</td><td>เป็นเลิศ</td><td>ไม่เป็นเลิศ</td></tr> <tr><td>ตลาด</td><td>อาชีพ</td><td>อาชีพ</td><td>ทีมเป็นสมาชิก</td></tr> <tr><td>วงจรชีวิตลูกค้า</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td></tr> <tr><td></td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td></tr> <tr><td></td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td></tr> </table>					กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ	แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ	ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก	วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต		ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน		อนาคต	อนาคต	อนาคต	<table border="1"> <tr><td>กลุ่มลูกค้า</td><td>นักกีฬา</td><td>บุคลากรกีฬา</td><td>ผู้ให้บริการ</td></tr> <tr><td>แบ่งส่วน</td><td>เป็นเลิศ</td><td>เป็นเลิศ</td><td>ไม่เป็นเลิศ</td></tr> <tr><td>ตลาด</td><td>อาชีพ</td><td>อาชีพ</td><td>ทีมเป็นสมาชิก</td></tr> <tr><td>วงจรชีวิตลูกค้า</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td><td>อดีต</td></tr> <tr><td></td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td><td>ปัจจุบัน</td></tr> <tr><td></td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td><td>อนาคต</td></tr> </table>					กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ	แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ	ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก	วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต		ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน		อนาคต	อนาคต	อนาคต
กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ																																																																																																																																													
แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ																																																																																																																																													
ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก																																																																																																																																													
วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต																																																																																																																																													
	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน																																																																																																																																													
	อนาคต	อนาคต	อนาคต																																																																																																																																													
กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ																																																																																																																																													
แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ																																																																																																																																													
ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก																																																																																																																																													
วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต																																																																																																																																													
	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน																																																																																																																																													
	อนาคต	อนาคต	อนาคต																																																																																																																																													
กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ																																																																																																																																													
แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ																																																																																																																																													
ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก																																																																																																																																													
วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต																																																																																																																																													
	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน																																																																																																																																													
	อนาคต	อนาคต	อนาคต																																																																																																																																													
กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ																																																																																																																																													
แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ																																																																																																																																													
ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก																																																																																																																																													
วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต																																																																																																																																													
	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน																																																																																																																																													
	อนาคต	อนาคต	อนาคต																																																																																																																																													
กลุ่มลูกค้า	นักกีฬา	บุคลากรกีฬา	ผู้ให้บริการ																																																																																																																																													
แบ่งส่วน	เป็นเลิศ	เป็นเลิศ	ไม่เป็นเลิศ																																																																																																																																													
ตลาด	อาชีพ	อาชีพ	ทีมเป็นสมาชิก																																																																																																																																													
วงจรชีวิตลูกค้า	อดีต	อดีต	อดีต																																																																																																																																													
	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน	ปัจจุบัน																																																																																																																																													
	อนาคต	อนาคต	อนาคต																																																																																																																																													
จุดให้บริการ (Touch Point)					จุดให้บริการ (Touch Point)					จุดให้บริการ (Touch Point)					จุดให้บริการ (Touch Point)																																																																																																																																	
☐ ป้ายโฆษณา ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ ☐ โทร ☐ วิทยุ ☐ Social Media (FB, IG, Line) ☐ Website กทท. ☐ Website อื่นๆ ☐ E-mail ☐ สถานที่บริการของ กทท. ☐ การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ ☐ การออกบูธ ☐ อื่นๆ.....					☐ ดูวีรจากสื่อ Social Media ☐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ☐ การได้รับคำแนะนำ ☐ การเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา ☐ อื่นๆ.....					☐ การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา ☐ การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา ☐ การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา ☐ การให้บริการด้านข้อมูลทางการแพทย์ ☐ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนาศักยภาพ ☐ อื่นๆ.....					☐ การติดตามประเมินผล ☐ การจัดทำแบบสอบถาม ☐ การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า ☐ ช่องทางการรับเรื่องราวร้องเรียน ☐ อื่นๆ.....					☐ การมอบรางวัลหรือการให้สวัสดิการ ☐ การยกย่องเชิดชูเกียรติ ☐ การจัดการข้อร้องเรียน ☐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ☐ อื่นๆ.....																																																																																																																												

รูปภาพแสดง : ใบงานที่ 7 Customer Journey Map Worksheet

ใบงานที่ Customer Segment Profile การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด Worksheet																			
กอง		ฝ่าย		Update		Core Process		C.....		STK									
ผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. (Product/Service)					จุดให้บริการ (Touch Point)					เป้าหมาย (Marketing Goals)									
☐ รายการแข่งขันที่ กทท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ☐ การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารจัดการกีฬา ☐ การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา ☐ การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ ศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐาน (NTC) ☐ การแข่งขันกีฬานานาชาติ (ระบบเลือกอาชีพ/แสดงการแข่งขันกีฬาอาชีพ) ☐ ค่ายมวยที่มีมาตรฐาน (เชิงบริหารการจัดการและเชิงธุรกิจ) ☐ การแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัย BCG Model ☐ รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก) ☐ ระบบดิจิทัลที่ทันสมัย (Smart Stadium, Smart Office) ☐ อื่นๆ (ระบุ).....					☐ ป้ายโฆษณา ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ ☐ โทร ☐ วิทยุ ☐ Website กทท. ☐ Website อื่นๆ ☐ Social Media ☐ E-mail ☐ สถานที่บริการของ กทท. ☐ การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ ☐ การออกบูธ ☐ อื่นๆ (ระบุ).....					☐ ความต้องการ/ความคาดหวัง ☐ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์									
ช่องทางบริการรับฟัง (VOC)					ช่องทางบริการรับฟัง (VOC)					ช่องทางบริการรับฟัง (VOC)					ช่องทางบริการรับฟัง (VOC)				
☐ การให้บริการข้อมูล/ข่าวสารประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้ผ่านสื่อฯ ☐ การให้คำปรึกษา ☐ การอบรม/สัมมนา/การให้ความรู้ ☐ กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม หรือ มีการทำงานร่วมกัน (การติดตาม/ ตรวจเยี่ยม/การประชุมหารือ) ☐ การประชุมเพื่อกำหนดทิศทางฯ คำเป้าหมายเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของ กทท. และลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกัน ☐ การสำรวจความคิดเห็น, ความพึงพอใจ, ความผูกพัน ☐ รายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ☐ ศูนย์รับเรื่องราวร้องเรียน หรือ ช่องรับเรื่องราวร้องเรียน ☐ โทรศัพท์ ☐ เว็บไซต์ ☐ Social Media ประกอบด้วย Facebook, Instagram ฯลฯ ☐ E-mail (contact@sat.or.th) ☐ จดหมายที่ส่งทางไปรษณีย์ ☐ อื่นๆ (ระบุ).....					☐ การจัดการกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา ☐ การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา ☐ การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา ☐ การให้บริการด้านข้อมูลทางการแพทย์ ☐ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา ☐ อื่นๆ (ระบุ).....														

รูปภาพแสดง : ใบงาน Customer Segment Profile การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด Worksheet

Customer Journey Layer Maps

SAT Customer Journey Layer																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Touch Point	Customer	Segment	Life Cycle	Awareness										Consideration										Acquisition										Service										Loyalty										ตำแหน่ง																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Customer Journey	C1	C2	C3	S1	S2	S3	S4	L1	L2	L3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	Customer																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
กลุ่มเป้าหมายระดับชาติ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
กลุ่มเป้าหมายระดับจังหวัด																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C1.1.4	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																												C1 นักกีฬา	C2 บุคลากรกีฬา	C3 ผู้บริหาร																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
กลุ่มเป้าหมายระดับภูมิภาค																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C1.2.2	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																													S1 เบนิกซ์	S2 อาชีพ	S3 ที่เล่นกีฬา	S4 ที่ไม่เล่นกีฬา																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
C1.2.3	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																														L1 อธิปไตย	L2 ภูมิภาค	L3 เขต																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
กลุ่มเป้าหมายต่างชาติ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C1.3.6	กระบวนการพัฒนาบุคลากรกีฬา (อาชีพ)																																														Awareness (1 - 12)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
C1.3.7	กระบวนการพัฒนาบุคลากรกีฬา (อาชีพ)																																														1 จักรยานยนต์	2 สิ่งประดิษฐ์	3 กีฬา	4 ทีวี	5 Social Media (Facebook, Instagram, Line)	6 Website ntm.	7 Website ntm.	8 E-mail	9 สโมสรกีฬารอบนอก	10 การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ	11 การบอกต่อ	12 กีฬา																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
กลุ่มเป้าหมายระดับนานาชาติ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C2.2.2	กระบวนการสนับสนุนการติดตามและประเมินผล																																																Consideration (13 - 17)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
C2.2.8	กระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์																																																	13 ผู้บริหาร Social Media	14 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	15 การให้คำแนะนำ	16 การเข้าร่วมประชุม/สัมมนา	17 กีฬา																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
ฝ่ายบริหาร																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
กลุ่มเป้าหมายระดับนานาชาติ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C3.1.3	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																																	Acquisition (18 - 25)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
C3.1.1	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																																	18 การจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ	19 การประชาสัมพันธ์บุคลากรกีฬา	20 การให้เกียรติแก่บุคลากรกีฬา	21 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	22 การให้เกียรติแก่บุคลากรกีฬา	23 การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ	24 กีฬา																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
C3.1.2	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																																				Acquisition (18 - 25)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
C3.1.3	กระบวนการติดตามและประเมินผล																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		</

รูปภาพแสดง : Customer Journey Layer Maps

Customer Insight



SAT Customer Segment Profile

นักกีฬา (เป็นเลิศ)

นักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาในระดับชาติ และระดับนานาชาติ ตามประกาศคณะกรรมการกีฬาแห่งประเทศไทยกำหนด

ความต้องการ / ความคาดหวัง

- การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา
- การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
- การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
- การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพ
- การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน

จุดที่ให้บริการ (Touch Point)

- การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา
- การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา
- การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา
- การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา
- การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา
- การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์

- การสนับสนุนด้านการพัฒนากีฬา
- การสนับสนุนด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
- การสร้างความรู้
- การให้บริการ/การปฏิบัติงาน
- การสื่อสาร/ถ่ายทอด
- การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน



ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Service / Product)

- รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
- การสนับสนุนงบประมาณด้านการบริหารจัดการกีฬา
- การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา
- การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา
- การฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐานตามรูปแบบ NTC



เป็นเลิศ
Excellence



มีน้ำใจ
Sportsmanship



ร่วมใจ
Teamwork



ใส่ใจสังคม
Social Responsibility



สร้างคุณค่า
Value Creation



SAT Customer Segment Profile

บุคลากรกีฬา (เป็นเลิศ)

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากีฬา ได้แก่ ผู้ตัดสิน ผู้ฝึกสอน ผู้บริหารกีฬา นักวิทยาศาสตร์การกีฬา และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามประกาศคณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทยกำหนด



ความต้องการ / ความคาดหวัง



การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกีฬา



การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา



การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา



การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน



การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร



การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย



จุดที่ให้บริการ (Touch Point)



การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา



การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา



การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา



การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา



การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา



การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา



กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์



การขึ้นทะเบียนบุคลากรกีฬา



การสนับสนุนด้านการพัฒนากีฬา



การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน



การสร้างความรู้



การสื่อสาร / ถ่ายทอด



การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน



ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Service/Product)



การสนับสนุนงบประมาณด้านการบริหารจัดการกีฬา



การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา



รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก)



FACILITY

สถานที่กีฬา



EQUIPMENT

อุปกรณ์กีฬา



SERVICE & REVENUE

บริการสร้างรายได้



เป็นเลิศ
Excellence



มีน้ำใจ
Sportsmanship



ร่วมใจ
Teamwork



ใส่ใจสังคม
Social Responsibility



การกีฬาแห่งประเทศไทย
Sports Authority of Thailand



SAT Customer Segment Profile

นักกีฬา (อาชีพ)

นักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขันและได้รับรายได้จากการแข่งขันกีฬา ตามประกาศคณะกรรมการกีฬาอาชีพและกีฬามวยกำหนด



ความต้องการ / ความคาดหวัง

- การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพ
- การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา
- การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน
- การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
- มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
- การติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน ให้สำเร็จตามเป้าหมาย



กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์

- การสร้างความรู้
- การพัฒนาการทำงาน
- การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน
- การสื่อสาร / ถ่ายทอด
- การสนับสนุนด้านการพัฒนานักกีฬา
- การขึ้นทะเบียนบุคลากรกีฬา



ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Service/Product)

- รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
- การสนับสนุนงบประมาณด้านการบริหารจัดการกีฬา
- การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา
- การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา
- การฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐานตามรูปแบบ NTC



จุดที่ให้บริการ (Touch Point)

- การจัดกิจกรรม / การแข่งขันกีฬา
- การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา
- การอบรมให้ความรู้ / การพัฒนา
- การมาใช้สถานที่ / อุปกรณ์กีฬา
- การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา
- การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา



การกีฬาแห่งประเทศไทย Sports Authority of Thailand





SAT Customer Segment Profile

บุคลากรกีฬา (อาชีพ)



ผู้ตัดสิน ผู้ฝึกสอน หรือผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกีฬาและได้รับรายได้จากการทำหน้าที่ในการแข่งขันตามประกาศคณะกรรมการกีฬอาชีพรายและกีฬาสมัครเล่น



ความต้องการ / ความคาดหวัง



การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกีฬา



การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา



การวางนโยบายในการดำเนินงาน



การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร



การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน



จุดที่ให้บริการ (Touch Point)



การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา



การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา



การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา



การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา



การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา



การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา



กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์



การสร้างความรู้



การพัฒนาการทำงาน



การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน



การสร้างความรู้



การขึ้นทะเบียนบุคลากรกีฬา



การให้บริการ/การปฏิบัติงาน



การสื่อสาร/ถ่ายทอด



การกำกับติดตาม



การสนับสนุนด้านการพัฒนากีฬา



ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Service/Product)



การสนับสนุนงบประมาณด้านการบริหารจัดการกีฬา



การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา



รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก)



FACILITY
สถานที่กีฬา



EQUIPMENT
อุปกรณ์กีฬา



SERVICE & REVENUE
บริการสร้างรายได้

การกีฬาแห่งประเทศไทย Sports Authority of Thailand



การกีฬาแห่งประเทศไทย
Sports Authority of Thailand



SAT Customer Segment Profile

ผู้ใช้บริการ (ที่เป็นสมาชิก)



ประชาชน องค์กร หรือหน่วยงาน
ที่ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กกท.
โดยเสียค่าบริการ



ความต้องการ / ความคาดหวัง



การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ
และมีมาตรฐาน



การประสานงาน การสื่อสาร
การประชาสัมพันธ์และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร



การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้าน
วิทยาศาสตร์การกีฬา



การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา



การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา



กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์



การให้บริการ/การปฏิบัติงาน



การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน



การสื่อสาร/ถ่ายทอด



การอำนวยความสะดวก



การสนับสนุนด้านการพัฒนากีฬา



ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Service/Product)



รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์



การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา



รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้
(การบริการ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก)



จุดที่ให้บริการ (Touch Point)



การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา



การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ
เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา



การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา



การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา



การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา



การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

การกีฬาแห่งประเทศไทย Sports Authority of Thailand



SAT Customer Segment Profile

ผู้ใช้บริการ (ที่ไม่เป็นสมาชิก)



ประชาชน องค์กร หรือหน่วยงาน
ที่ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ กกท.
โดยไม่เสียค่าบริการ



ความต้องการ/ ความคาดหวัง

- ✓ การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน
- ✓ การประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
- ✓ การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้าน วิทยาศาสตร์การกีฬา
- ✓ การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการศึกษา



จุดที่ให้บริการ

- ✓ การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา
- ✓ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา
- ✓ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา
- ✓ การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา
- ✓ การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา



กิจกรรมสร้าง ความสัมพันธ์

- ✓ การให้บริการ/การปฏิบัติงาน
- ✓ การกำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติงาน
- ✓ การสื่อสาร/ถ่ายทอด
- ✓ การอำนวยความสะดวก
- ✓ การสนับสนุนด้านการพัฒนากีฬา



ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Service/Product)

- ✓ รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
- ✓ การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา
- ✓ การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา



การกีฬาแห่งประเทศไทย Sports Authority of Thailand



การกีฬาแห่งประเทศไทย
Sports Authority of Thailand

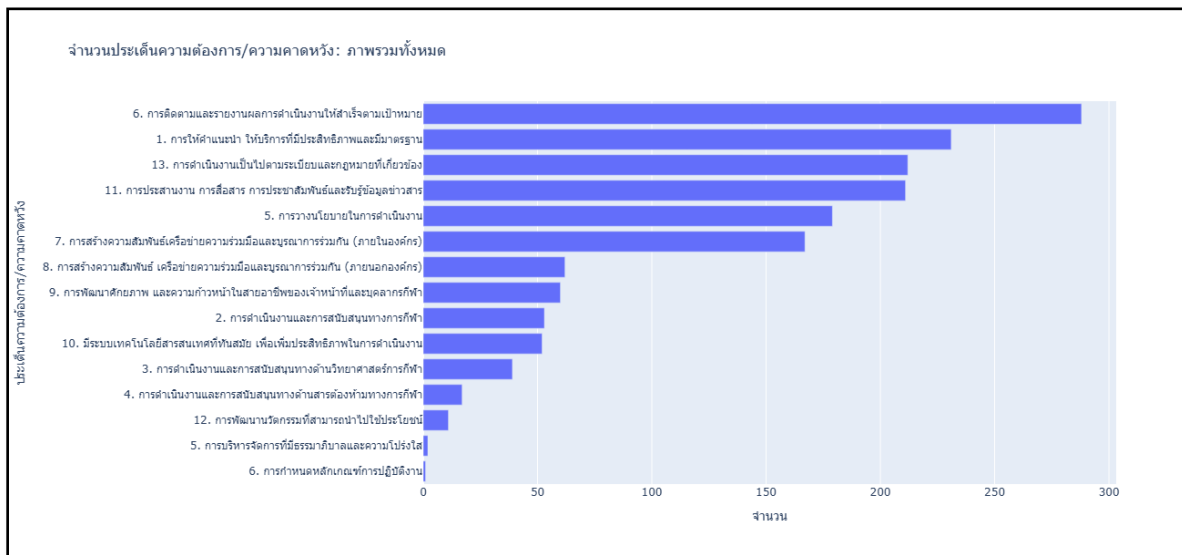
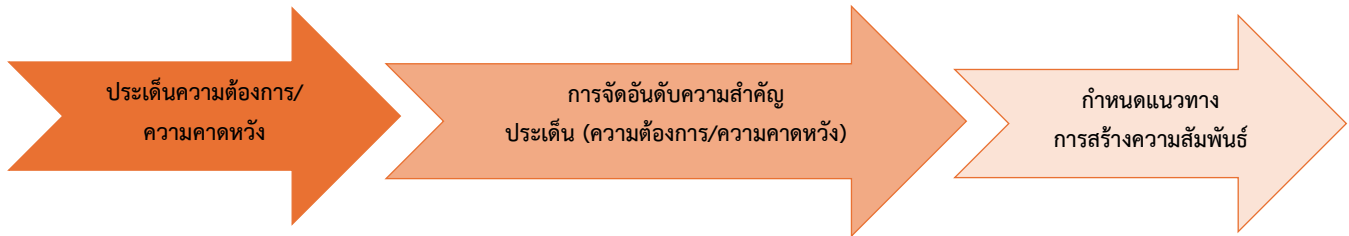
การจัดกลุ่มประเด็นความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	
ความต้องการ/ ความคาดหวัง	รายละเอียด
1. การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มี ประสิทธิภาพและมี มาตรฐาน	1.1 บริการ : เจ้าหน้าที่ อุปกรณ์ และสถานที่
	1.2 ประสิทธิภาพ : ความพึงพอใจต่อการเข้ารับบริการ มีอุปกรณ์ครบถ้วนพร้อมใช้งานเพียงพอต่อการให้บริการ
	1.3 มาตรฐาน : มีหลักเกณฑ์/คู่มือ/กระบวนการ/ระเบียบหรือข้อบังคับ ที่ชัดเจนและมีการบังคับใช้หรือปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ
	1.4 การให้บริการมีความปลอดภัย สวัสดิภาพ อาชีวอนามัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี
2. การดำเนินงานและ การสนับสนุนทาง การศึกษา	2.1 สนับสนุนการจัดกิจกรรม
	2.2 การส่งเสริมและเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา
	2.3 การสนับสนุนที่เป็นตัวเงิน เช่น งบประมาณการจัด เบี้ยเลี้ยง ค่าเก็บตัวฝึกซ้อม เงินชดเชย ค่ารักษาพยาบาล ทุนการศึกษา เงินรางวัลจากภาครัฐและภาคเอกชน ค่าตอบแทนบุคลากรกีฬา
	2.4 การสนับสนุนที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น การช่วยเหลือด้านกีฬา อุปกรณ์กีฬา การสร้างความยอมรับ การยกย่องเชิดชูเกียรติ คู่ ซ้อมและวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ
	2.5 การอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม/แข่งขัน
3. การดำเนินงานและ การสนับสนุนทาง ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	3.1 การให้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
	3.2 การรักษา ฟื้นฟู ภาวะบาดเจ็บ การประเมินความพร้อมของร่างกาย
	3.3 การสนับสนุนอุปกรณ์และเวชภัณฑ์
4. การดำเนินงานและ การสนับสนุนทาง ด้านสาธารณสุขการกีฬา	4.1 การให้องค์ความรู้ด้านสาธารณสุขการกีฬา
	4.2 การปฏิบัติตาม พรบ. ควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา
	4.3 การตรวจสอบสารต้องห้ามฯ
5. การวางนโยบายใน การดำเนินงาน	5.1 นโยบาย : การวาง, การมอบ, การให้แนวทาง, การให้ข้อเสนอแนะ, การให้หลักการ ตามที่ผู้บริหารกำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็น กรอบในการตัดสินใจและดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร
	5.2 รายละเอียดแผนการดำเนินงานที่ถูกต้อง และได้รับจัดสรรงบประมาณรวดเร็ว เพียงพอ
6. การติดตามและ รายงานผลการ ดำเนินงานให้สำเร็จตาม เป้าหมาย	6.1 การวัดประเมินผลสัมฤทธิ์ชัดเจน : มีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และสรุปผลลัพธ์ มาเปรียบเทียบกับระดับค่า เป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อสรุปเป็นคะแนนหรือระดับผลการประเมิน
	6.2 การติดตาม ตรวจสอบ กำกับดูแล บริหารความเสี่ยงและรายงานผลการดำเนินงานตามแผน/ตัวชี้วัด ที่ถูกต้อง
	6.3 การกำหนดเกณฑ์การวัด/ประเมินผล และให้ข้อเสนอแนะ
	6.4 เสริมสร้างมูลค่า เกิดรายได้
	6.5 ความคุ้มค่าของการดำเนินงาน
7. การสร้าง ความสัมพันธ์เครือข่าย ความร่วมมือและบูรณา การร่วมกัน (ภายใน องค์กร)	7.1 การสร้างความสัมพันธ์ : การสื่อสาร เชื่อมโยง ระหว่างบุคคลหรือองค์กร
	7.2 เครือข่ายความร่วมมือ : การติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นระหว่างบุคคลหรือองค์กรที่มีเป้าหมาย เดียวกัน
	7.3 การให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง
	7.4 การทำบันทึกข้อตกลง (MOU)
	7.5 การเข้าร่วมกิจกรรม/การดำเนินงานร่วมกันระหว่างฝ่าย/สำนัก
8. การสร้าง ความสัมพันธ์ เครือข่าย ความร่วมมือและบูรณา การร่วมกัน (ภายนอก องค์กร)	8.1 การสร้างความสัมพันธ์ : การสื่อสาร เชื่อมโยง ระหว่างบุคคลหรือองค์กร
	8.2 เครือข่ายความร่วมมือ : การติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นระหว่างบุคคลหรือองค์กรที่มีเป้าหมาย เดียวกัน
	8.3 การบูรณาการร่วมกัน : การร่วมกันลงมือทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันที่วางไว้อย่างเป็นระบบและเกิดประสิทธิภาพ สูงสุด
	8.4 การทำบันทึกข้อตกลง (MOU)
	8.5 การเข้าร่วมกิจกรรม/การดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานภายนอก

ความต้องการ/ ความคาดหวัง	รายละเอียด
9. การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกีฬา	9.1 พัฒนาศักยภาพ : พัฒนางานความรู้ ทักษะ ทักษะ และเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้ดีขึ้นกว่าเดิม มีมาตรฐานระดับสากล
	9.2 ความก้าวหน้าในสายอาชีพ : เส้นทางที่ชัดเจนว่าต้องการเติบโตไปสู่ตำแหน่งใดในสายอาชีพ (Career Path)
	9.3 การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความก้าวหน้าในอาชีพ
	9.4 การให้การรับรองและขึ้นทะเบียนเพื่อเป็นมาตรฐาน
10. มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	10.1 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ : การใช้คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ และระบบเครือข่าย เพื่อจัดการประมวลผล จัดเก็บ และดูแลข้อมูล โดยมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ข้อมูล เครือข่าย และผู้ใช้ ซึ่งทำงานร่วมกันเพื่อแปลงข้อมูลดิบให้เป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์ในการสนับสนุนการตัดสินใจ การทำงาน และการดำเนินงานต่าง ๆ
	10.2 มีฐานข้อมูล, จัดทำฐานข้อมูล, ดูแลข้อมูล, จัดเก็บข้อมูล
	10.3 การขึ้นทะเบียนในระบบ
11. การประสานงานการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	11.1 ช่องทางการประสานงาน/สื่อสาร/ประชาสัมพันธ์/รับเรื่องร้องเรียน หลากหลาย เข้าถึงง่าย
	11.2 การได้รับข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน
	11.3 การถ่ายทอด/เผยแพร่
	11.4 สามารถเข้าถึงข้อมูล/สืบค้นได้ง่ายและรวดเร็ว
12. การพัฒนานวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์	12.1 นวัตกรรม : สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสร้างคุณค่าหรือประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม อาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ แนวคิดใหม่ หรือกระบวนการใหม่ก็ได้ และมักเป็นการพัฒนาปรับปรุงจากสิ่งที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
	12.2 แก้ไขปัญหาที่ผ่านมา
	12.3 มีกระบวนการใหม่
	12.4 ลดขั้นตอน/ปรับกระบวนการ/พัฒนากระบวนการทำงาน
13. การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	13.1 ปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน ทันสมัย
	13.2 การพิจารณาที่เป็นธรรมและการคุ้มครองข้อมูลตามกฎหมาย
	13.3 การดำเนินงาน/กระบวนการตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้
	13.4 ดำเนินการติดตามให้ปฏิบัติงานตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ
	13.5 การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

รูปภาพแสดง : การจัดกลุ่มประเด็นความต้องการและและคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กทท .

ข้อมูลประเด็นความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แยกตามฝ่ายและสำนัก (Bottom - Up) ประจำปี 2569



ประเด็นความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. แยกตามฝ่ายและสำนัก (BOTTOM-UP) (ประจำปี 2569)				
ฝ่ายและสำนัก	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็นความต้องการและความคาดหวัง		
		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
1. ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ	บุคลากร กทท.	การสร้างความสัมพันธ์ เครือข่ายความร่วมมือและบูรณาการร่วมกัน (ภายนอกองค์กร)	การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา
	ผู้ฝึกสอน	การวางนโยบายในการดำเนินงาน	-	-
	ฝ่ายและสำนัก	การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับข้อมูลข่าวสาร	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา
	ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	-	-
	ผู้ฝึกสอน	การวางนโยบายในการดำเนินงาน	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา	การพัฒนานวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์
	ผู้บริหาร	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	-	-
	คณะกรรมการ	การวางนโยบายในการดำเนินงาน	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	-
	กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับข้อมูลข่าวสาร	-
	นักกีฬา	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา	-	-
	บุคลากรกีฬา	การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกีฬา	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา	-
บุคลากรหน่วยงานภายนอก	การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับข้อมูลข่าวสาร	-	-	-
	ผู้เข้าร่วมมือ	การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกีฬา	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางการกีฬา

รูปภาพแสดง : ตัวอย่างประเด็นความต้องการและและ ความคาดหวังระดับสายงาน (BOTTPM - UP)

ข้อมูลประเด็นความต้องการและความคาดหวัง ระดับองค์กร (Top - Down) ประจำปี 2569

ประเด็นความต้องการและความคาดหวัง ระดับองค์กร (TOP-DOWN) (ประจำปี 2569)			
กลุ่มลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย		ประเด็นความต้องการและความคาดหวัง	
		อันดับ 1	อันดับ 2
		อันดับ 3	
1. ลูกค้าและผู้ให้บริการ	นักกีฬา	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านการกีฬา
	บุคลากรกีฬา	การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกีฬา	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านการกีฬา
	ผู้ให้บริการ	การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
2. ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม	ชุมชนโดยรอบ	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านการกีฬา	การสร้างความสัมพันธ์เครือข่ายความร่วมมือและบูรณาการร่วมกัน (ภายในองค์กร)
	หน่วยงานภายในจังหวัด	การวางแผนนโยบายในการดำเนินงาน	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านการกีฬา
3. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
	ผู้ส่งมอบ	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านการกีฬา	การวางแผนนโยบายในการดำเนินงาน
4. พันธมิตร	คู่ความร่วมมือ	การวางแผนนโยบายในการดำเนินงาน	การดำเนินงานและการสนับสนุนทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
	คู่สัญญา	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การวางแผนนโยบายในการดำเนินงาน
5. สื่อมวลชน	สื่อมวลชน	การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
	คณะกรรมการ	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน
7. บุคลากร	บุคลากร กกท.	การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
	ฝ่ายและสำนัก	การสร้างความสัมพันธ์เครือข่ายความร่วมมือและบูรณาการร่วมกัน (ภายในองค์กร)	การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
	กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การประสานงาน การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
	ผู้บริหาร	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
8. ภาคธุรกิจและเอกชน	บุคคล/หน่วยงานภายนอก	การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	การวางแผนนโยบายในการดำเนินงาน
	คู่แข่ง/คู่เทียบ	การให้คำแนะนำ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน	การดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ตัวอย่างตารางแสดง : ประเด็นความต้องการและความคาดหวังระดับองค์กร (TOP - DOWN)

SAT CUSTOMER AND STAKEHOLDER EXPERIENCE

งานพัฒนาและบริหารผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า
การกีฬาแห่งประเทศไทย
286 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ
กรุงเทพมหานคร 10240
โทร 02-186-7111 ต่อ 7913
www.sat.or.th

