



# แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประจำปี 2566-2570



## กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผู้ถือหุ้น



คณะกรรมการ



หน่วยงานกำกับ



หน่วยงานภาครัฐ



บุคลากร



พันธมิตร



ลูกค้า/Supplier



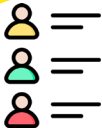
ลูกค้า/ผู้ให้บริการ



คู่แข่ง



ชุมชน / สังคม



## ประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

- ใช้ทรัพยากรร่วมกันเพื่อลดการลงทุนที่ซ้ำซ้อน
- ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่มีอยู่เดิมอย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล
- การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
- โครงสร้างองค์กรที่ไม่ซ้ำซ้อน ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการดำเนินงาน
- กระบวนการทำงานที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย กฎระเบียบ และตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างความผูกพันให้บุคลากรในองค์กร
- สร้างสรรค์เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการให้บริการและยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมไทย
- การตลาดที่เป็นธรรม และจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ
- การรักษาข้อมูลส่วนบุคคล และความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

## วัตถุประสงค์และขอบเขตการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



- เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการ สังคม/ชุมชน โดยมุ่งเน้นลดผลกระทบต่อเชิงลบจากผลิตภัณฑ์ การบริการ และการปฏิบัติการขององค์กร
- เพื่อสร้างการรับรู้และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มยอมรับภาพลักษณ์การเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการกำกับดูแล และดำเนินงานโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม
- เพื่อสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน
- เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า/ผู้ให้บริการ และสร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร
- เพื่อยกระดับความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือและใช้ศักยภาพอย่างเต็มกำลังในการผลักดันให้องค์กรประสบผลสำเร็จ และเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งในปัจจุบันและอนาคต

หมายเหตุ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นโยบายและแนวปฏิบัติฯ ปี 2567 มาจากการทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นโยบายและแนวปฏิบัติฯ ปี 2566



# แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประจำปี 2566-2570 (ต่อ)



## วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อคนไทยทุกคน โดยดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างยั่งยืน

## พันธกิจ

ดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุลและมีธรรมาภิบาล โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการเพื่อยกระดับความเชื่อมั่น การยอมรับ และสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์



เป้าประสงค์



ตัวชี้วัด

### S01 พัฒนาระบบกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อความยั่งยืน



เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ NT ให้เป็นไปตามข้อกำหนดเกณฑ์ SE-AM ระดับคะแนนเกณฑ์ SE-AM หมวด 4.1

ขอบเขตการดำเนินงาน : บูรณาการแนวทางการกำกับดูแล นโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### S02 มุ่งบริหารจัดการ สร้างความเชื่อมั่นกับพันธมิตรทางธุรกิจ



ยกระดับความเชื่อมั่น การยอมรับของพันธมิตรทางธุรกิจ และเข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินงานกับ NT



ระดับความเชื่อมั่น และการยอมรับการดำเนินงานของ NT / ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน / โครงการที่ดำเนินการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ

ขอบเขตการดำเนินงาน : กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจ ร่วมดำเนินโครงการ / แผนงาน ให้บรรลุเป้าหมาย

### S03 มุ่งบริหารจัดการเพื่อยกระดับความผูกพันของบุคลากร



เพื่อยกระดับความผูกพันของบุคลากร ส่งเสริมการสร้างคุณค่าแก่ NT



ระดับความผูกพันของบุคลากร

ขอบเขตการดำเนินงาน : ค้นหาประเด็นที่ส่งผลต่อความผูกพัน บริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อ NT

### S04 พัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการ



เพื่อสร้างสรรคผลิตภัณฑ์และบริการที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ NT

ขอบเขตการดำเนินงาน : รับฟังเสียงของลูกค้า นำมาวิเคราะห์ถึงความต้องการ ความคาดหวัง และพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์

### S05 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ยกระดับความเชื่อมั่นและการยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการมีส่วนร่วมดำเนินงานกับ NT



ระดับความเชื่อมั่นและการยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ NT

ขอบเขตการดำเนินงาน : กำหนดแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### S06 ยกระดับภาพลักษณ์การเป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม



เพื่อยกระดับคะแนนภาพลักษณ์การเป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม



ระดับคะแนนภาพลักษณ์องค์กร “องค์กรที่ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม”

ขอบเขตการดำเนินงาน : - วางแนวทางเพื่อลดโอกาสในการเกิดผลกระทบเชิงลบ และสร้างผลกระทบเชิงบวกกับสังคม  
- ร่วมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนสำคัญ (โครงการ CSR)