

4.1.2 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

ธ.ก.ส. ทบทวนบริบทของธนาคารในปัจจุบัน และวิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ระบบงาน (Work System) ข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับระบบการดำเนินงานตามห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) และการจัดลำดับความสำคัญตาม Stakeholder Mapping สามารถกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ/คณะกรรมการ ธ.ก.ส./ผู้ถือหุ้น
- 2) พนักงาน/ลูกจ้าง ธ.ก.ส.
- 3) ลูกค้า/ผู้ใช้บริการ
- 4) คู่ค้า/คู่ความร่วมมือ
- 5) ผู้ส่งมอบ
- 6) ชุมชน/สังคม



ภาพที่ 49 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธ.ก.ส. ปีบัญชี 2568

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งกับต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคาร ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการรับฟังความเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและกลุ่มลูกค้าโดยรวม ความเห็น ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนา ดังนั้น เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้อย่างครบถ้วน จึงสรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำมาใช้เป็นโอกาสในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ ดังนี้



ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการ/ความคาดหวังด้านการจัดการความรู้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการ/ความคาดหวังด้านการจัดการความรู้
1. กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ/ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> • การให้ข้อมูลและความรู้ด้านสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อกรอบอาชีพเกษตรและธุรกิจเกษตร
2. คณะกรรมการ ธ.ก.ส.	<ul style="list-style-type: none"> • การให้ความรู้ให้คำแนะนำแก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ในด้านการเกษตรและด้านธุรกิจเกษตร • การให้บริการแนะนำองค์ความรู้และนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • การให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินแก่เกษตรกร • การให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการทางการเงินในครัวเรือน
3. พนักงาน/ลูกจ้าง ธ.ก.ส.	<ul style="list-style-type: none"> • ควรเพิ่มเวลาในการเรียนรู้ของพนักงานเนื่องจากภาระงานประจำ มีเป็นจำนวนมาก • ผู้บริหารระดับสูงเป็น Role model ที่เป็นต้นแบบให้กับพนักงานทุกระดับ สื่อสารถ่ายทอดแบบอย่างที่ดีด้านการจัดการความรู้ • การพัฒนาองค์ความรู้ควรมุ่งที่ process ให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานของพนักงาน • การเปิดโอกาสให้พนักงานร่วมรับฟังการนำเสนอผลงาน/องค์ความรู้เพื่อนำองค์ความรู้ไปใช้ในการพัฒนาต่อยอดงานของตนเองได้ • ควรมีระบบการเรียนรู้ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่ายค้นหาได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว • การจัดระบบการถอดบทเรียนจากหัวหน้าหรือผู้เชี่ยวชาญในสายอาชีพต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง • การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ไม่เป็นทางการมากขึ้น • การนำองค์ความรู้จากโครงการที่แม้ไม่ชนะการประกวด CoPs มาร่วมแข่งขัน/เผยแพร่ • การนำผู้บริหารที่เกษียณอายุแล้วมาแชร์ประสบการณ์ • การพัฒนางานที่ชนะการประกวดหรือได้รางวัล ให้เป็นผลงานที่พร้อมใช้/นำไปต่อยอดได้
4. ลูกค้า/ผู้ใช้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมความรู้ทางการเงิน/การลงทุน/การออม และผลิตภัณฑ์ที่นำลงทุนเพิ่มมากขึ้น • ส่งเสริมความรู้เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพการเกษตรและธุรกิจเกษตร • ผลิตภัณฑ์การเงินที่เหมาะสมตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม • การให้ความรู้ด้านการตลาด/ช่องทางการขายผลผลิตทางการเกษตรโดยเชื่อมต่อกับเครือข่ายหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญ • ส่งเสริมนวัตกรรมและความรู้ทางการเกษตรในการผลิตสินค้าเกษตร/แปรรูปเกษตรที่มีมูลค่าสูง



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการ/ความคาดหวังด้านการจัดการความรู้
	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานเข้าไปให้ความรู้/พูดคุยกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเป็นกันเอง พนักงานสามารถใช้สื่อทางออนไลน์ในการให้ข้อมูลและความรู้แก่ลูกค้า ในการประกอบอาชีพเกษตรและธุรกิจการเกษตร การถอดบทเรียนการทำการตลาด/การหาช่องทางการตลาดอย่างครบวงจร ในเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ สร้างความร่วมมือกับคู่ค้าขนาดใหญ่ เอกชน หรือรัฐบาล เพื่อส่งเสริม ช่องทางการตลาดและส่งเสริมการผลิตของเกษตรกร
5. คู่ค้า/คู่ความร่วมมือ	<ul style="list-style-type: none"> การร่วมมือและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานคู่เทียบต่างๆ พนักงานมีความรู้และติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดให้มีระบบฐานข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัลที่ครบถ้วน และทันสมัย
6. ผู้ส่งมอบ	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่ดี โปร่งใส และเป็นธรรม การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดให้มีระบบฐานข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัลที่ครบถ้วน และทันสมัย
7. ชุมชน/ สังคม	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมความรู้ทางการเงินในชุมชนเพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกร ในชุมชน การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชนเพื่อพัฒนาความรู้และเป็นแหล่งรวบรวมรับซื้อ ผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน องค์ความรู้และนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าที่สร้างผลกำไร เป็นที่ต้องการ ของตลาด และยืดอายุการเก็บสินค้า ความรู้และนวัตกรรมในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพ เช่น เครื่องมือ สนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ความรู้และนวัตกรรมในการส่งเสริมและพัฒนาความเป็นอยู่ของคน ในชุมชนและสังคม เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 8 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการ/ความคาดหวังด้านการจัดการความรู้

หมายเหตุ ข้อมูลจาก

1. การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก
2. แผนวิสาหกิจ ธ.ก.ส
3. ประเมินผลการจัดการความรู้ของส่วนงาน ปีบัญชี 2567 (รอบครึ่งปี)