

แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประจำปี 2565 – 2569



วิสัยทัศน์

การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนพันธกิจของ บสย.
และมุ่งเน้นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. พัฒนาระบบการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีประสิทธิภาพ
3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. ยกระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 1

Credit Accelerator

ร่วมกับสถาบันการเงินที่เป็นพันธมิตร
ขยายปริมาณการค้าประกันสินเชื่อโดย
สามารถเข้าถึงกลุ่ม SMEs เป้าหมาย
ตาม Segmentation ได้มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2

SMEs Growth Companion

พัฒนาองค์ความรู้และโอกาสทางธุรกิจ
ให้กับ SMEs และผู้ประกอบการ
รายย่อย เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3

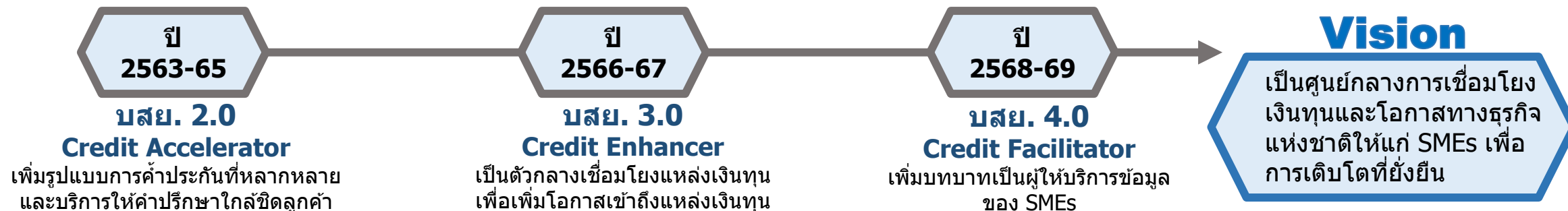
Financial Gateway

พัฒนาการให้บริการในรูปแบบ Digital
Platform เพื่อเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง
SMEs ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยเชื่อมต่อกับ
Platform การให้บริการสินเชื่อของสถาบัน
การเงินและขยายผลการค้าประกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 4

Stakeholder Management
ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วน
เสียทุกกลุ่ม

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์องค์กร



วิสัยทัศน์ SM : การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนพันธกิจของ บสย. และมุ่งเน้นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการลูกค้า SM

1. Credit Accelerator	<ul style="list-style-type: none"> ขยายปริมาณการค้าประกันสินเชื่อ Commercial Product และพัฒนารูปแบบที่มี Margin มากขึ้น ขยายฐานลูกค้าเจาะกลุ่ม Segmentation/Non-Bank 	<ul style="list-style-type: none"> ขยายปริมาณการค้าประกันสินเชื่อ Commercial Product และพัฒนารูปแบบที่มี Margin มากขึ้น ขยายฐานลูกค้าผ่าน On-line Platform /Financial Gateway 	<ul style="list-style-type: none"> ขยายปริมาณการค้าประกันสินเชื่อ Commercial Product และพัฒนารูปแบบที่มี Margin มากขึ้น พัฒนาการให้บริการด้านข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. SMEs Growth Companion	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความรู้ทางการเงินและการประกอบธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความรู้ทางการเงินและการประกอบธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความรู้ทางการเงินและการประกอบธุรกิจ
3. Financial Gateway	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบแพลตฟอร์ม Financial Gateway ในรูปแบบ Online Website และ Mobile Application 	<ul style="list-style-type: none"> นาระบบแพลตฟอร์ม Financial Gateway ที่พัฒนาไปใช้รองรับธุรกรรมค้าประกันที่เพิ่มขึ้น และสามารถต่อยอดการเชื่อมโยงบริการอื่นๆ ให้ครบวงจร 	<ul style="list-style-type: none"> นาระบบแพลตฟอร์ม Financial Gateway ที่พัฒนาไปใช้รองรับธุรกรรมค้าประกันที่เพิ่มขึ้น และสามารถต่อยอดการเชื่อมโยงบริการอื่นๆ ให้ครบวงจร
4. Stakeholder Management	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการสร้างประโยชน์และมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการสร้างประโยชน์และมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการสร้างประโยชน์และมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่ม

ยุทธศาสตร์ด้าน Stakeholder Management ปี 2565 – 2569



ยุทธศาสตร์ SM	กลยุทธ์ SM	แผนงาน (13 โครงการ)	ตัวชี้วัดแผนงาน ปี 2565
ยุทธศาสตร์ที่ 1 Credit Accelerator	1.1 ขยายปริมาณการค้าประกันสินเชื่อ Commercial Product และพัฒนารูปแบบที่มี Margin มากขึ้น	1.1.1 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ค้าประกันสินเชื่อ (พบ.)	1. วงเงินค้าประกันโครงการรัฐ (ลบ.)* ไม่รวมโครงการตาม พ.ร.ก. ฟื้นฟู 2. วงเงินค้าประกันโครงการทำเอง (ลบ.) 3. จำนวน Non-Bank ค่าเพิ่มขึ้น (ราย) ** ขึ้นอยู่กับการแก้ไขกฎกระทรวงการคลัง 4. รายได้สุทธิจากการค้าประกัน (ลบ.)
	1.2 ขยายฐานลูกค้าเจาะกลุ่ม Segmentation/ Non-Bank	1.1.2 โครงการศึกษาแนวทางขอเพิ่มทุนจากรัฐ (กอ.)	1. ผลการศึกษาและแนวทางการเพิ่มทุนตามนโยบายและความเหมาะสม
ยุทธศาสตร์ที่ 2 SMEs Growth Companion	2.1 สร้างความรู้ทางการเงินและการประกอบธุรกิจ	2.1.1 โครงการส่งเสริมความรู้ให้กับผู้ประกอบการ (สพ.)	1. จำนวนรายผู้เข้าร่วมอบรม 2. ผู้เข้าร่วมการอบรมพึงพอใจในการจัดกิจกรรม ระดับ 4 ขึ้นไป (ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม)
		2.1.2 โครงการศูนย์ที่ปรึกษาทางการเงิน SMEs (สพ.)	1. จำนวนผู้เข้ารับคำปรึกษา 2. ผู้ที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือปรับโครงสร้างหนี้ ของจำนวนผู้ได้รับคำปรึกษาทั้งหมดในแต่ละปี
ยุทธศาสตร์ที่ 3 Financial Gateway	3.1 พัฒนาระบบแพลตฟอร์ม Financial Gateway ในรูปแบบ Online Website และ Mobile Application	3.1.1 โครงการพัฒนาระบบการให้บริการแพลตฟอร์มเพื่อใช้เป็น Financial Gateway (พบ./กอ./พด.) <i>หมายเหตุ : อาจมีการปรับเปลี่ยนแนวทางตามนโยบายและการพิจารณาตามแผนยุทธศาสตร์หลักขององค์กร</i>	1. ความสำเร็จในการพัฒนา platform เชื่อมโยง Bank (%) 2. ยอดอนุมัติค้าประกันผ่าน Online Platform (ลบ.) * - Product รัฐ* - Product/Service อื่น * ยอดอนุมัติค้าประกันผ่าน Pilot Bank (ประมาณ 50% ของค่าเฉลี่ยย้อนหลัง) ที่เชื่อมโยงอนุมัติค้าประกันผ่าน online (API) จำนวน 4 แห่ง ประกอบด้วย SME Bank, GSB, TCR, K Bank

ยุทธศาสตร์ด้าน Stakeholder Management ปี 2565 – 2569



ยุทธศาสตร์ SM	กลยุทธ์ SM	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน ปี 2565
ยุทธศาสตร์ที่ 4 Stakeholder Management	4.1 ดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการสร้างประโยชน์และมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร	4.1.1 โครงการจัดเตรียมฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบ TCG Data Management Platform (พต./คณะทำงาน TCG Data Management)	1. ความสำเร็จในการพัฒนา platform เชื่อมโยง Bank (%) 2. ยอดอนุมัติค้าประกันผ่าน Online Platform (ลบ.)
		4.1.2 โครงการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าโครงการ Micro Entrepreneurs ปี 2563-2564 (พค)	1. ระบบ TCG Data Management สนับสนุนการออก Product
		4.1.3 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการเก็บหนี้ (บย.)	1. จำนวนเงินเก็บหนี้รวม
		4.1.4 โครงการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Branding) (สอ.)	1. อัตราการรับรู้ (Brand Awareness)
		4.1.5 โครงการจัดทำโปรแกรมการพัฒนาบุคลากรรองรับการเป็น FA (ทบ.)	1. การพัฒนาบุคลากรกลุ่มเป้าหมายที่เข้า FA Academy ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์ 2. การพัฒนาบุคลากรกลุ่มเป้าหมายสำหรับทักษะที่สำคัญในอนาคต
		4.1.6 โครงการกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน (สอ.)	1. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
		4.1.7 โครงการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล (กจ. และ บส.)	1. ระดับการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร
		4.1.8 แผนการพัฒนาผู้นำ (Leadership Academy) (ทบ.)	1. ผู้บริหารที่เข้าร่วมพัฒนาผู้นำที่ผ่านเกณฑ์ประเมิน
		4.1.9 แผนการเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันพนักงาน (ทบ.)	1. ความพึงพอใจของพนักงาน 2. อัตราการลาออก
	4.2 สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่ม	4.2.1 โครงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ทุกฝ่ายงานที่ดูแล Stakeholder)	1. ระดับการรับรู้และระดับความพึงพอใจ

ยุทธศาสตร์ที่ 4

Stakeholder Management

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 4	ค่าเป้าหมาย				
	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569
ระดับการรับรู้และระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในการจัดกิจกรรมระดับ 4 และระดับ 5	≥ 85%	≥ 85%	≥ 87%	≥ 87%	≥ 87%

กลยุทธ์

4.2 สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่ม

แผนงาน	กิจกรรมหลัก	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
4.2.1 โครงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. การสื่อสารถ่ายทอดการมุ่งเน้นหรือบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไปยังผู้บริหารและพนักงานทุกส่วนงาน รวมถึงหน่วยงานภายนอกอื่นที่เกี่ยวข้อง		2.5	2.5										
	2. การดำเนินงานตามแผนกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(แผนปฏิบัติการประจำปี)			6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
	3. การทบทวน ประเมินผล และปรับปรุงแผน(ถ้ามี) ของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย						5	5						
	4. การสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ พร้อมผลประเมินความพึงพอใจ								3	3	4			
	5. การจัดทำแผนกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(แผนปฏิบัติการประจำปี) ของปีถัดไป											1	2	2
	6. ติดตามและสรุปผลการดำเนินกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					2.5			2.5			2.5		2.5

วัตถุประสงค์ ขอบเขต ประเด็น/ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระดับองค์กร

