



## รายงาน

การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และ  
ความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ  
ของ อ.อ.ป.

สำนักธุรกิจการตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้  
โทรศัพท์ 0 2282 3243 – 7 ต่อ 8702  
Email : [market1417@hotmail.com](mailto:market1417@hotmail.com)

## คำนำ

การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่ต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567 เป็นเครื่องมือวัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน พร้อมกับค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เพื่อหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า จัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ดังนั้น องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้จึงต้องทำกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ปรับปรุงพัฒนาวัตถุดิบ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

การสำรวจประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่ต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567 นี้ ได้รับความร่วมมือจากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน, องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือล่าง, องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคกลาง, องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคใต้ ในการให้ลูกค้าตอบข้อมูลที่ตรงตามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สำนักธุรกิจการตลาดวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจให้องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ทราบ โดยเสร็จสมบูรณ์ สำนักธุรกิจการตลาด ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสำรวจทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สำนักธุรกิจการตลาด  
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้  
ธันวาคม 2567

## สารบัญ

	หน้า
1. สถานการณ์ทั่วไป	1
2. วัตถุประสงค์	1
3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1
4. ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ	1
5. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ	2
6. วิธีการเก็บข้อมูล	2
7. การวิเคราะห์ข้อมูล	2
8. การนำเสนอข้อมูล	3
สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ	
(เพศ / อายุ / อาชีพ)	4
(รายได้ต่อเดือน / ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการใดของ อ.อ.ป.)	5
(ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ / ต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทใดมากที่สุด)	6
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า	
(ด้านคุณภาพสินค้า เฟอร์นิเจอร์ และไม้แปรรูป)	7
(ด้านคุณภาพไม้ท่อน ไม้สัก ไม้ยางพารา / ด้านสถานที่ท่องเที่ยว)	8
(ด้านราคา การส่งเสริมการขาย / ด้านการให้บริการ)	9
(ท่านต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการหรือไม่)	10
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ	10

# รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567

## 1. สถานการณ์ทั่วไป

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) ดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมป่าไม้ทั้งระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การเลือกสายพันธุ์ไม้ การปลูก และการนำไม้มาใช้ประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นผู้ปลูกสวนป่าเศรษฐกิจ และผลิตวัตถุดิบไม้ โดยเฉพาะไม้สักสวนป่าที่จำหน่ายเป็นไม้ท่อนองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ยังนำไม้สักส่งเข้าโรงเลื่อยโรงงานแปรรูปไม้ ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้เครื่องเรือน ครุภัณฑ์ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น

การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567 เป็นเครื่องมือวัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน พร้อมกับค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เพื่อหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า จัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพบริการหรือผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาที่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จึงต้องทำกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ปรับปรุงพัฒนาวัตถุดิบ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น การตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมป่าไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นอย่างยิ่ง การสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ จึงเป็นการนำข้อมูลจากแบบสำรวจมาวิเคราะห์กำหนดมาตรฐาน การผลิต การขายสินค้าและบริการ ตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ครั้งต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. มาดำเนินการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

## 3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

แนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการลูกค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ครั้งต่อไป

## 4. ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. คือ ลูกค้าทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์ และใช้บริการต่าง ๆ ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

## 5. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

แบบสำรวจความต้องการ และประเมินความพึงพอใจมีลักษณะเป็นคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ เช่น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ ต่อเดือน, ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการใดของ อ.อ.ป., ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ และต้องการ เพอร์นิเจอร์ไม้สักประเภทใดมากที่สุด แบบสำรวจเป็นการเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการเลือกตอบ ให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของผู้ทำการตอบแบบสำรวจ

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 1.00 - 1.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 1.51 - 2.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 2.51 - 3.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 3.51 - 4.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 4.51 - 5.00	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ

## 6. วิธีการเก็บข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากการขอความร่วมมือลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการต่างๆ ของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ช่วยตอบแบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่ต่อ ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ โดยนำหลักการคำนวณมาช่วยในการ วิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ

$$\text{สูตร } P = \frac{n \times 100}{N}$$

เมื่อ  $P =$  แทนค่าร้อยละ

$n =$  จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ

$N =$  จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด

ส่วนที่ 2 การสำรวจความพึงพอใจวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\text{สูตร } \bar{x} = \frac{\sum fx}{N}$$

เมื่อ  $\bar{x} =$  ค่าเฉลี่ยของคะแนน

$fx =$  ผลคูณระหว่างคะแนนกับความถี่ของคะแนนนั้น

$N =$  จำนวนข้อมูลในกลุ่มประชากร

สูตร	S.D.	=	$\sqrt{\frac{\sum f(X - \bar{X}_i)^2}{N}}$
เมื่อ	S.D.	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มประชากร
	x	=	ค่าของข้อมูลแต่ละตัวหรือค่าของจุดกึ่งกลางชั้นแต่ละชั้น
	$\bar{X}_i$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร
	N	=	จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มประชากร
	$\sum f$	=	ผลรวมความถี่ของข้อมูลแต่ละชั้น

ส่วนที่ 3 เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 8. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอโดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย

---



สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ  
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	59	53.15
หญิง	52	46.85
รวม	111	100

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 53.15 และเป็นเพศหญิง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 46.85

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	3	2.70
26 - 45 ปี	50	45.05
46 - 65 ปี	50	45.05
66 ปี ขึ้นไป	8	7.10
รวม	111	100

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 26 - 45 ปี และ 46 - 60 ปี มากที่สุดในจำนวนที่เท่ากันคือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมาอายุ 66 ปี ขึ้นไป จำนวน 8 คน และต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	20.19
องค์กรเอกชน	2	1.83
ธุรกิจส่วนตัว	81	74.31
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	3.67
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
รวม	109	100

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 74.31 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.19 รองลงมาพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.67 และรองลงมาประกอบอาชีพองค์กรเอกชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.83

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	11	9.91
20,001 - 40,000 บาท	50	45.05
40,001 - 60,000 บาท	28	25.23
60,001 - 80,000 บาท	12	10.81
80,001 - 100,000 บาท	5	4.50
100,001 บาท ขึ้นไป	5	4.50
<b>รวม</b>	<b>111</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท มากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมารายได้ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.23 รองลงมารายได้ระหว่าง 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.81 รองลงมารายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.91 และรายได้ระหว่าง 80,001 - 100,000 บาท กับ 100,001 บาท ขึ้นไป จำนวนละ 5 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการใดของ อ.อ.ป. มากที่สุด

ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์	37	33.33
ไม้แปรรูป	10	9.02
ไม้สักซุง (ท่อน)	60	54.05
ไม้ยางพารา	0	0.00
สถานที่ท่องเที่ยว	4	3.60
<b>รวม</b>	<b>111</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างซื้อไม้สักซุง (ท่อน) มากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 54.05 รองลงมาซื้อเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาซื้อไม้แปรรูป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02 และบริการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60



ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใกล้ที่พักอาศัย	10	9.01
การบริการ	1	0.90
บรรยากาศ/สถานที่	6	5.41
คุณภาพไม้	67	60.36
รูปแบบผลิตภัณฑ์	7	6.30
ราคา	14	12.61
ความน่าเชื่อถือ (แบรนด์)	6	5.41
รวม	111	100

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ คือ คุณภาพไม้ มากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 60.36 รองลงมาราคา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 รองลงมาใกล้ที่พักอาศัย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.01 รองลงมารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รองลงมาบรรยากาศ/สถานที่ และความน่าเชื่อถือ มีจำนวนเท่ากันคืออย่างละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.41 และการบริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักประเภทใดมากที่สุด

ต้องการเฟอร์นิเจอร์ใดมากที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โต๊ะหมู่บูชา	9	8.26
โต๊ะอาหาร	18	16.51
โต๊ะทำงาน	4	3.67
โต๊ะคอมพิวเตอร์	0	0.00
เก้าอี้	9	8.26
ม้านั่ง	3	2.75
ตู้เสื้อผ้า	21	19.27
ตู้หนังสือ	1	0.92
ตู้หัวเตียง	1	0.92
ตู้เก็บของ	3	2.75
ตู้รองเท้า	0	0.00
เตียงนอน	21	19.27
ลิ้นชักอเนกประสงค์	2	1.83
ชั้นวางของ	7	6.42
ราวผ้า	10	9.17
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	109	100

/จากตารางที่ 7...

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก 5 ลำดับแรก เป็นประเภท ตู้เสื้อผ้า และเตียงนอน มากที่สุด จำนวน 21 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.27 รองลงมาโต๊ะอาหาร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.51 รองลงมาราวผ้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 รองลงมาโต๊ะหมู่ และเก้าอี้ จำนวน 9 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.26 และชั้นวางของ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.42

**ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า**

ตารางที่ 8 ด้านคุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์ และไม้แปรรูป)

ด้านคุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์ และไม้แปรรูป)	ระดับความพึงพอใจ						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ไม่พึง พอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	รวม			
1. รูปแบบทันสมัย	0	3	26	53	26	108	3.84	0.76	มาก
2. ขนาดได้มาตรฐาน	0	0	18	64	26	108	3.96	0.63	มาก
3. ไม้เรียบเนียน/ประณีต	0	0	23	69	17	109	3.87	0.60	มาก
4. ไม้ไม่เปื้อน หรือบิดเอียง	0	9	33	47	21	110	3.69	0.74	มาก
5. ไม้ประสานกันสนิท	0	2	23	65	20	110	3.90	0.61	มาก
<b>รวม</b>							<b>3.85</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

$\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์, ไม้แปรรูป) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.85$ , S.D.=0.77) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. รูปแบบทันสมัย มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.84$ , S.D.=0.76)
2. ขนาดได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$ , S.D.=0.63)
3. ไม้เรียบเนียน/ประณีต มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ , S.D.=0.60)
4. ไม้ไม่เปื้อน หรือบิดเอียง มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.69$ , S.D.=0.74)
5. ไม้ประสานกันสนิท มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ , S.D.=0.61)

ตารางที่ 9 ด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา)

ด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา)	ระดับความพึงพอใจ						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ไม่พึง พอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	รวม			
1. เปลาตรง ไม้โค้ง หรืองอ	0	1	31	53	23	108	3.80	0.72	มาก
2. มีปุ่มตาก็หรือส่วนที่ผุเล็กน้อย	0	3	39	49	15	106	3.55	0.74	มาก
3. หน้าตัดไม้ไม่แตกหรือปริ	0	4	36	48	20	108	3.68	0.78	มาก
4. ขนาดไม้ตรงตามความ ต้องการ	0	1	13	62	30	106	3.95	0.54	มาก
<b>รวม</b>							<b>3.75</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>

$\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.75$ , S.D.=0.70) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. เปลาตรง ไม้โค้ง หรืองอ มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.80$ , S.D.=0.72)
2. มีปุ่มตาก็หรือส่วนที่ผุเล็กน้อย มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.55$ , S.D.=0.74)
3. หน้าตัดไม้ไม่แตกหรือปริ มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.68$ , S.D.=0.78)
4. ขนาดไม้ตรงตามความต้องการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.95$ , S.D.=0.54)

ตารางที่ 10 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ไม่พึง พอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	รวม			
1. บรรยากาศ และ สถานที่	0	0	17	54	33	104	3.89	0.70	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	0	0	17	58	29	104	3.86	0.68	มาก
3. ความสะอาดโดยรวม	0	0	12	56	36	104	3.96	0.67	มาก
<b>รวม</b>							<b>3.90</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>

$\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพน้ำยางพารา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ , S.D.=0.68) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. บรรยากาศ และสถานที่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.89$ , S.D.=0.70)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.86$ , S.D.=0.68)
3. ความสะอาดโดยรวม มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$ , S.D.=0.67)

ตารางที่ 11 ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย

ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึงพอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความเหมาะสมของราคา	0	1	21	68	20	110	3.94	0.64	มาก
2. ป้ายบอกราคาชัดเจน	0	2	14	69	25	110	4.03	0.65	มาก
รวม							3.98	0.64	มาก

$\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.98$ , S.D.=0.64) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. ความเหมาะสมของราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=3.94$ , S.D.=0.64)
2. ป้ายบอกราคาชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.03$ , S.D.=0.65)

ตารางที่ 12 ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึงพอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0	0	4	55	50	109	4.34	0.48	มาก
2. ดูแลเอาใจใส่ กระจุดรื้อร้าน เต็มใจให้บริการ	0	0	5	57	48	110	4.35	0.50	มาก
รวม							4.35	0.49	มาก

$\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.35$ , S.D.=0.49) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.34$ , S.D.=0.48)
2. ดูแลเอาใจใส่ กระจุดรื้อร้าน เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.35$ , S.D.=0.50)

ตารางที่ 13 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการหรือไม่

ท่านต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	110	99.10
ไม่ต้องการ	1	0.90
รวม	111	100

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างยังคงต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 99.10 และไม่ต้องการกลับมาซื้อ หรือใช้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

14. หากท่านต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ นอกจาก อ.อ.ป. แล้ว ท่านคิดถึงที่ใด

- ย่านฉวาง อำเภอลำปาง จังหวัดเชียงใหม่
- ร้านทั่วไปที่คุณภาพดี
- บริษัทเอกชน
- ไม้แปรรูปลาว
- สวนชาวบ้าน

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ราคาไม่แพงมาก ที่ให้เลือกหลากหลาย
2. ควรมีสินค้าให้เลือกมากกว่านี้ และจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง
3. ต้องการให้จำหน่ายไม้เกรด A ด้วย
4. ผลิตตามความต้องการ และไม่ต้อรรอรับสินค้านาน
5. รองรับการขาย และส่งของ แบบออนไลน์
6. แบบสำรวจหากมีจำนวนมากเกินไป ทำให้ผู้ตอบไม่ยากตอบ
7. พื้นที่จอดรถแทบจะไม่มี อาคารในการดำเนินการซื้อไกลจากคลังไม้

-----





สำนักวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด  
เลขที่รับ 1199  
วันที่ 29 มี.ค. 2567  
เวลา 16.03 น.

เลขที่ 2567

สำนักส่งเสริมการตลาด  
เลขที่รับ 1199  
วันที่ 29 มี.ค. 2567  
เวลา 16.03 น.

### บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สारบรรณกลาง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ โทร. 8103

ที่ ทส 1401/ว1225

วันที่ 29 มีนาคม 2567

เรื่อง ขออนุมัติแผนปฏิบัติการตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง ส.ธต. กับ อ.อ.ป. ประจำปีบัญชี 2567

- เรียน
1. ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง
  2. ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบภายใน
  3. ผู้อำนวยการสำนักบัญชีและการเงิน
  4. ผู้อำนวยการสำนักนโยบายแผนและยุทธศาสตร์
  5. ผู้อำนวยการสำนักกฎหมาย
  6. ผู้อำนวยการสำนักวิจัยพัฒนาและสารสนเทศ
  7. ผู้อำนวยการสำนักองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน
  8. ผู้อำนวยการสำนักองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือล่าง
  9. ผู้อำนวยการสำนักองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคกลาง
  10. ผู้อำนวยการสำนักองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
  11. ผู้อำนวยการสำนักองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคใต้
  12. ผู้อำนวยการสำนักสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ
  13. ผู้อำนวยการสำนักธุรกิจคาร์บอนและนวัตกรรม
  14. ผู้อำนวยการสำนักธุรกิจการตลาด (พร้อมเรื่องเดิม)

เพื่อโปรดทราบ และพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

②  
— ส.วิชัย;  
วิชัยยุทธ/คิดตาม  
11.03.67 ณ สว.ทส. กิ่งจันทรา

— ส.สมสุข กอสงวน;  
คิดตาม 11.03.67 ณ สว.ทส. กิ่งจันทรา  
สมสุข กอสงวน  
สว.ทส. กิ่งจันทรา + P.S. วิชัย;  
วิชัยยุทธ/คิดตาม 11.03.67 ณ สว.ทส. กิ่งจันทรา

①  
นายยุทธศาสตร์  
คำปสงเสริม  
งาน บค  
(นายพิษณุ ภูวดล)  
ผู้อำนวยการสำนัก (ระดับ ๗)  
สำนักธุรกิจการตลาด

8/10/67  
(นางชุตินญา ลิ้มชिरานันต์)  
หัวหน้าฝ่ายอำนาจการ  
ปฏิบัติการแทนผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

— ส.วิชัย;  
วิชัยยุทธ/คิดตาม 11.03.67 ณ สว.ทส. กิ่งจันทรา  
สมสุข กอสงวน  
สว.ทส. กิ่งจันทรา + P.S. วิชัย;  
วิชัยยุทธ/คิดตาม 11.03.67 ณ สว.ทส. กิ่งจันทรา



# บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักธุรกิจการตลาด (ส่วนยุทธศาสตร์ธุรกิจการตลาด) โทร.1719

ที่ ทส 1407/ 538

วันที่ 26 มีนาคม 2567

เรื่อง ขออนุมัติแผนปฏิบัติการตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง ส.ธต. กับ อ.อ.ป.  
ประจำปีบัญชี 2567

เรียน ผู้อำนวยการ

ตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของสำนักธุรกิจการตลาด กับ องค์การ  
อุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปีบัญชี 2567 กำหนดให้จัดทำแผนปฏิบัติการให้มีองค์ประกอบครบถ้วน และได้รับ  
ความเห็นชอบจากผู้มีอำนาจในการอนุมัติ นั้น

สำนักธุรกิจการตลาด ขอเรียนว่า ได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

1. การบริหารสินค้าคงคลัง
2. การบริหารสินทรัพย์ที่ดินของ อ.อ.ป.
3. การส่งออกสินค้าไม้ใบจำหน่ายต่างประเทศ
4. การระดมทุนจากพันธมิตรคู่ค้า (การจำหน่ายไม้ล่วงหน้า)
5. การร่วมดำเนินงานกับภาคเอกชนเพื่อพัฒนาธุรกิจของ อ.อ.ป. (อุตสาหกรรมไม้)
6. การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC)
7. การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)
8. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์

และบริการของ อ.อ.ป.

9. การนำเสนอผลการวิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ  
ของธุรกิจอุตสาหกรรมไม้ ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

10. การพัฒนาตลาดเชิงรุก

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าวข้างต้น  
ขอได้โปรดพิจารณา

- 1) เห็นชอบแผนปฏิบัติการ ตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง ส.ธต.  
กับ อ.อ.ป. ประจำปีบัญชี 2567 จำนวน 10 แผนปฏิบัติการ (รายละเอียดแนบ)
- 2) แจ้งเวียนทุกหน่วยงาน เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

- น.ส.ชัชวาลย์ อ.อ.ป. (รายชื่อ 1)

- น.ส.วิมลรัตน์ อ.อ.ป. (รายชื่อ 2)

ดำเนินการในส่วนนี้เสร็จ

นายสุพรรณ พงษ์เจริญ (นายสุพรรณ พงษ์เจริญ) (ระดับ ๘) ฝ่ายยุทธศาสตร์และพัฒนาธุรกิจการตลาด  
ภาคการทบทวนผู้อำนวยการสำนักธุรกิจการตลาด

รองผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

(นายสุพรรณ พงษ์เจริญ)  
ผู้อำนวยการหรือศึกษารัฐวิสาหกิจป่าไม้

แผนปฏิบัติการตามบันทึกข้อตกลง



วันที่ 3585  
๒๖/๓/๖๗  
น.ส.ชัชวาลย์ อ.อ.ป.



แผนปฏิบัติการ ตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง ส.ธต. กับ อ.อ.บ.  
ประจำปีบัญชี 2567 จำนวน 10 แผนปฏิบัติการ



## แผนปฏิบัติการ

การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ  
และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ  
ของ อ.อ.ป.

สำนักธุรกิจการตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้  
โทรศัพท์ 0 2282 3243 – 7 ต่อ 8702  
Email : [Market1417@hotmail.com](mailto:Market1417@hotmail.com)

แผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้า  
ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

**1. เหตุผลและความจำเป็น**

การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เป็นเครื่องมือวัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน พร้อมกับค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เพื่อหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และจัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ดังนั้น องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้จึงต้องดำเนินการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สร้างรายได้ให้กับ อ.อ.ป.

**2. วัตถุประสงค์**

เพื่อทราบความต้องการและข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลจากการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. มาดำเนินการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

**3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

**4. ผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome)**

ผลผลิต : การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ประจำปี 2567 และวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับปี 2566

ผลลัพธ์ : มีการนำผลการประเมิน ประจำปี 2566 - 2567 ขึ้นเว็บไซต์ของ อ.อ.ป. และมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์จนสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม

**5. ผู้รับผิดชอบ**

- 5.1 สำนักธุรกิจการตลาด
- 5.2 องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน
- 5.3 องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือล่าง
- 5.4 องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคกลาง
- 5.5 องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 5.6 องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคใต้

**6. งบประมาณและแหล่งเงิน**

งบรายได้ - รายจ่าย ประจำปี 2567 ของสำนักธุรกิจการตลาด



## 7. เป้าหมาย

ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการได้สำเร็จ ร้อยละ 100 โดยมีข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำมาดำเนินการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ประจำปี 2567 วิเคราะห์ เปรียบเทียบกับปี 2566 ขึ้นเว็บไซต์ของ อ.อ.ป. และมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์จนสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม

## 8. ตัวชี้วัด

8.1 เชิงปริมาณ : รวบรวมแบบสำรวจฯ ได้อย่างน้อย 100 ราย การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ประจำปี 2567 และวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับปี 2566

8.2 เชิงคุณภาพ : ดำเนินการได้ตามระยะเวลาในแผนปฏิบัติการ และมีการนำผลการประเมิน ประจำปี 2566 - 2567 ขึ้นเว็บไซต์ของ อ.อ.ป. และมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์จนสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม

## 9. ระยะเวลาดำเนินงาน

เดือนมกราคม 2567 ถึง เดือนมกราคม 2568

รายละเอียดแผนงาน

กิจกรรมย่อย	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงาน สนับสนุน
1. จัดทำแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เสนอ อ.อ.ป. ขอความเห็นชอบ/อนุมัติ	1 ม.ค. - 15 เม.ย. 2567	รายได้-รายจ่าย ส.ตต.	ส.ตต.	ออป.ภาค
2. แจกเวียนแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.	15 - 30 เม.ย. 2567			
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ - ขอความเห็นชอบ อ.อ.ป. อนุมัติใช้แบบประเมินฯ ส่งให้ ออป.ภาค นำให้ลูกค้ากรอกแบบประเมิน - รวบรวมข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.	1 - 15 พ.ค. 2567  16 พ.ค. - 31 ธ.ค. 2567			
4. รายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส	3 เม.ย., 3 ก.ค., 3 ต.ค. 2567 และ 3 ม.ค. 2568			
5. สรุปผลการสำรวจประเมินความพึงพอใจฯ พร้อมระบุปัญหา แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ	15 ม.ค. 2568			



11. การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง

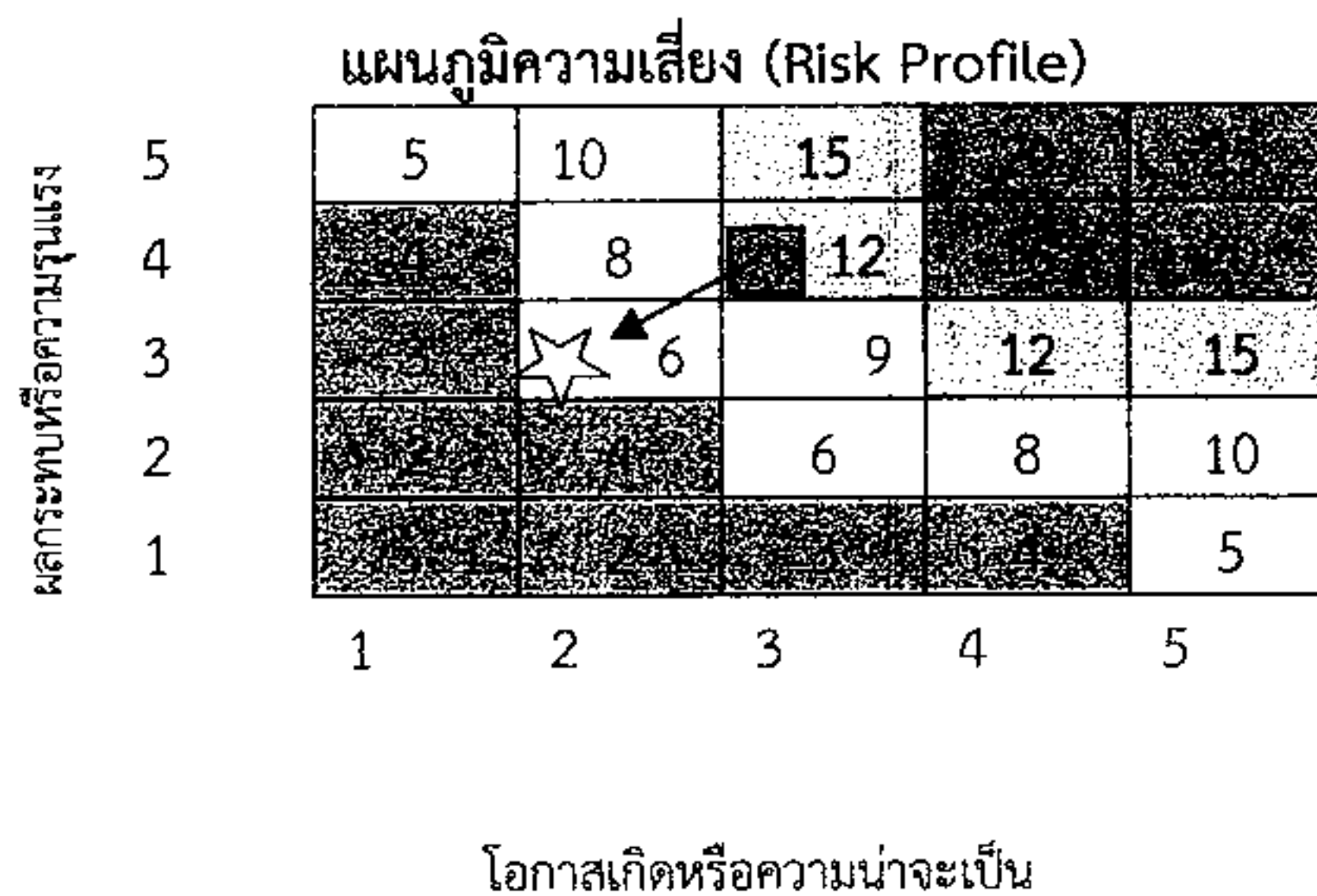
**ปัจจัยเสี่ยงที่ 1** : การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

**สถานะปัจจุบัน** : 3 X 4

**เป้าหมาย** : 2 X 3

**เกณฑ์วัด** : การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

โอกาสเกิดความเสี่ยง			ผลกระทบต่อองค์กร		
ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด	ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด
5	สูงมาก	จัดทำแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน 2567	5	สูงมาก	จัดทำแผนปฏิบัติการให้มืองค์ประกอบครบถ้วน และได้รับความเห็นชอบจากผู้อำนวยการ
4	สูง	จัดทำแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จภายในเดือนพฤษภาคม 2567	4	สูง	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ได้ร้อยละ 90
3	ปานกลาง	จัดทำแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน 2567	3	ปานกลาง	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ได้ร้อยละ 100
2	น้อย	จัดทำแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จภายในเดือนมีนาคม 2567	2	น้อย	มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับปี 2566
1	น้อยมาก	จัดทำแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2567	1	น้อยมาก	มีการนำผลการประเมินประจำปี 2567 ไปใช้ประโยชน์จนสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม



**หมายเหตุ** ค่าความเสี่ยง (โอกาส x ผลกระทบ) ตั้งแต่ 12 ขึ้นไปจะนำไปบริหารความเสี่ยง



สถานะปัจจุบัน



เป้าหมาย