



แผนปฏิบัติการ : แผนงานด้านลูกค้าและตลาด

ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

ประจำปี 2565

สำนักธุรกิจการตลาด

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้



เรื่อง	หน้า
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์	1
3. แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาทรัพยากรธรรมชาติ ของ อ.อ.ป. ปี 2561 – 2565	1
4. แผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ของ อ.อ.ป. ปี 2565 – 2569	4
5. แนวทางการจัดสรรทรัพยากร ทางการเงิน การลงทุน และด้านอื่นๆ	4
6. การติดตามและประเมินผล	5
7. แผนปฏิบัติการ	8
<u>กลยุทธ์ที่ 1</u> สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร โครงการ/แผนงาน	
1. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.	9
2. ศึกษาความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.	14
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป.	19
3.1 เพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด	
3.2 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล	
เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	
<u>กลยุทธ์ที่ 2</u> พัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	
โครงการ/แผนงาน สํารวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป.	25
ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	
8. ปัจจัยเสี่ยง : แผนงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565	35

แผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) ได้จัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2564 – 2568 เพื่อกำหนดแผนพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ นำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ กระบวนการดำเนินงานให้ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง เพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า นำมาพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ด้าน Core Business Enablers เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management) :SCM จึงได้จัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน อ.อ.ป.ทราบและปฏิบัติ เกี่ยวกับแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ได้อย่างครบถ้วน
- 2.2 เพื่อให้สามารถกำหนดผลลัพธ์และตัวชี้วัดได้อย่างครบถ้วนตามหลักเกณฑ์
- 2.3 เพื่อสร้างความพึงพอใจและลดความไม่พึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ อ.อ.ป.
- 2.4 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป.

3. แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาทรัพยากรธรรมชาติ ของ อ.อ.ป. ปี 2561 – 2565

ประกอบด้วย

- ยุทธศาสตร์ที่ 1** กำหนดบทบาทรัฐวิสาหกิจให้ชัดเจนเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ
กลยุทธ์ที่ 1 ทบทวนบทบาทที่เหมาะสมกับบริบทองค์กรเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติ
- กลยุทธ์ที่ 2** ส่งเสริมการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ วิจัย การเผยแพร่องค์ความรู้ และพัฒนา แหล่งเรียนรู้ของประชาชน รวมถึงสร้าง/แบ่งปันองค์ความรู้ให้กับประชาชน
- กลยุทธ์ที่ 3** ร่วมมือกับภาคธุรกิจ เพื่อนำองค์ความรู้ไปต่อยอดใช้ประโยชน์
- กลยุทธ์ที่ 4** ส่งเสริมอาชีพทางเลือก สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิต ของเกษตรกรด้วยการ ปลูกไม้เศรษฐกิจ
- ยุทธศาสตร์ที่ 2** บริหารการลงทุนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 5** การบริหารจัดการการลงทุนให้เกิดประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ที่ 6** การจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

กลยุทธ์ที่ 7 พัฒนาฐานะองค์กรและเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน

กลยุทธ์ที่ 8 ปรับปรุงพัฒนาและขยายการดำเนินงานธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม

กลยุทธ์ที่ 9 บริหารทรัพย์สินให้เกิดประโยชน์เพื่อเป็นแหล่งรายได้เพิ่มเติม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 และแผน DE

กลยุทธ์ที่ 10 นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ ของ อ.อ.ป.

กลยุทธ์ที่ 11 นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลให้มีความโปร่งใสและมีคุณธรรม

กลยุทธ์ที่ 12 ทบทวนการบริหารจัดการและโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจ ตามหลักเกณฑ์การบริหารจัดการที่ดีและหลักธรรมาภิบาล

กลยุทธ์ที่ 13 การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

โดยในปี 2563 ได้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ รายสาขาทรัพยากรธรรมชาติของ อ.อ.ป. ปี 2561 – 2565 และแผนการดำเนินงานของ อ.อ.ป. ประจำปี 2563 รวม 10 แผนงาน โดยกำหนดเป็นตัวชี้วัดในบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของ อ.อ.ป. ประจำปี 2563 ประกอบด้วย

1. โครงการดูแล ชนย้าย ควบคุม และแปรรูปไม้มีค่า (แผนงานเชิงสังคม)
2. กิจกรรมการปลูกสร้างสวนป่าเพื่อฟื้นฟูพื้นที่ป่าต้นน้ำ (แผนงานเชิงสังคม)
3. กิจกรรมคุ้มครองและอนุรักษ์ช้างไทย (แผนงานเชิงสังคม)
4. กิจกรรมการจัดทำแปลงสาธิตบำรุงไม้เศรษฐกิจ (แผนงานเชิงสังคม)
5. กิจกรรมเพิ่มผลผลิตในพื้นที่สวนป่าเศรษฐกิจ (แผนงานเชิงพาณิชย์)
6. โครงการระดมทุนจากพันธมิตรคู่ค้า (แผนงานเชิงพาณิชย์)
7. โครงการร่วมดำเนินงานกับภาคเอกชนเพื่อพัฒนาธุรกิจของ อ.อ.ป. (ปลูกไม้เศรษฐกิจ/อุตสาหกรรมไม้/ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) (แผนงานเชิงพาณิชย์)
8. กิจกรรมการจัดการสวนป่าเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Forest Management SFM) (แผนงานเชิงพาณิชย์)
9. กิจกรรมจัดทำระบบการควบคุมการเคลื่อนย้ายของสินค้าไม้ (Chain of Custody COC) (แผนงานเชิงพาณิชย์)
10. โครงการพัฒนาการวิจัยเพื่อเสริมสร้างการพัฒนาปลูกป่าเศรษฐกิจ (แผนงานเชิงสังคม)

4. แผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ของ อ.อ.ป. ปี 2565 – 2569

ตามรายละเอียดแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2565-2569 โดยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของหลักเกณฑ์ตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ด้าน Core Business Enablers เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management) :SCM นำมากำหนดแผนปฏิบัติการ จำนวน 2 แผน สรุปได้ดังนี้

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างความพึงพอใจและลดความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ อ.อ.ป.
- เพื่อสร้างความรับรู้และเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ อ.อ.ป. กับลูกค้า
- เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร **โครงการ/แผนงาน**

1. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.
 2. ศึกษาความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.
 3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป.
 - 3.1 เพิ่ม/ พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด
 - 3.2 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล
- เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

โครงการ/แผนงาน สำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด

การมุ่งเน้นลูกค้า มีตัวชี้วัด เพื่อใช้ในการวัดผลลัพธ์ ประกอบด้วย

- 1) จัดทำโครงการ เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. ประจำปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5% เปรียบเทียบจากการสำรวจความพึงพอใจปี 2563 หรือ 2564
- 2) จัดทำโครงการ เพื่อสำรวจความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. ประจำปี 2565
- 3) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ อ.อ.ป. อย่างละ 1 กิจกรรม
 - (1) เพิ่ม/ พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด
 - (2) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล
- 4) โครงการ สำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อกำหนดการสร้างต้นแบบ (Prototype) /พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ

5. แนวทางการจัดสรรทรัพยากรทางการเงิน การลงทุน และด้านอื่นๆ

เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนและเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผ่านการประเมินความเสี่ยงและความคุ้มค่า พร้อมกำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อสนับสนุน ให้ทุกแผนงาน/โครงการบรรลุได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยมีแนวทาง ขั้นตอนในการจัดสรรทรัพยากร ดังนี้

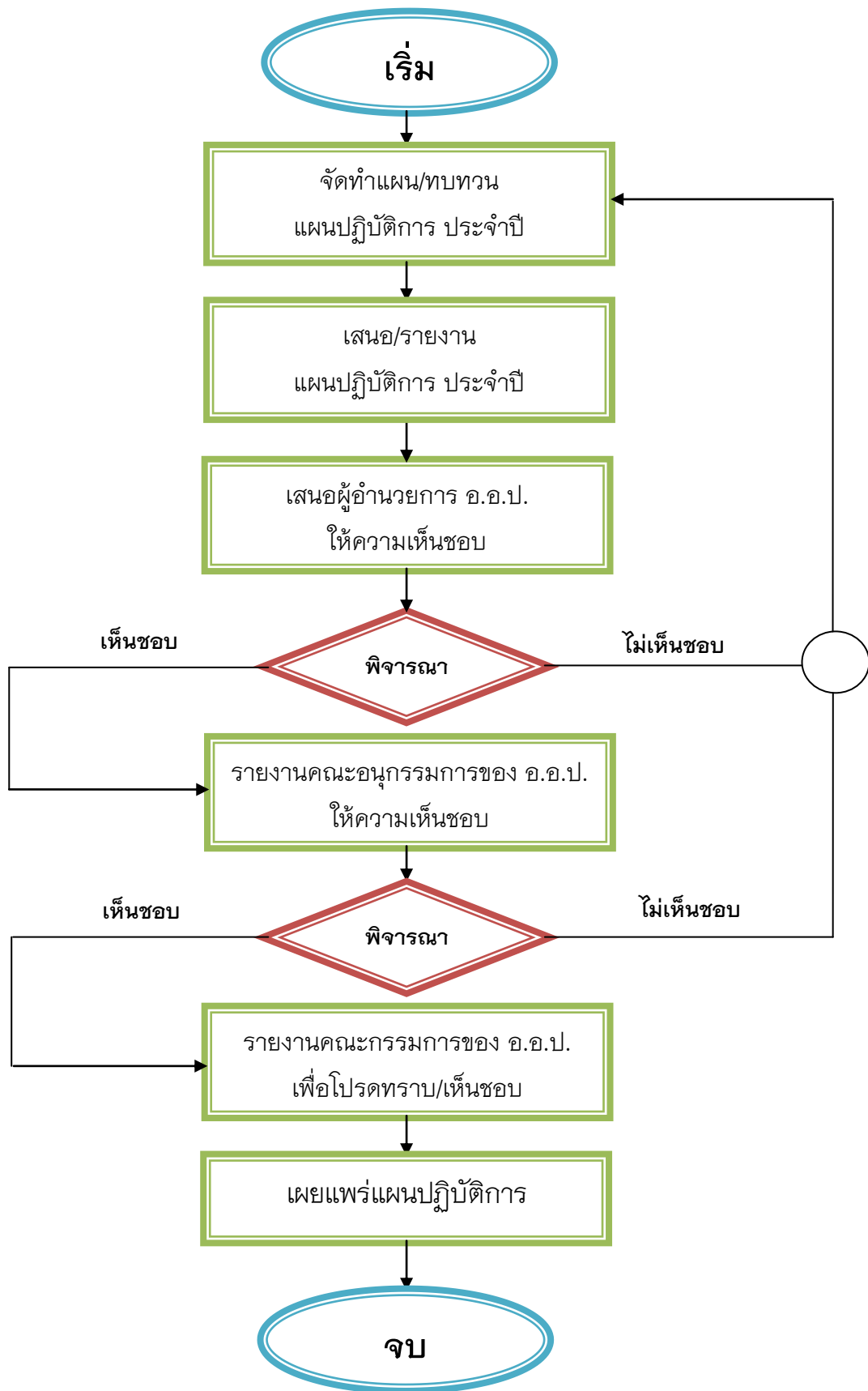
5.1 เป็นโครงการฯ ที่เสนอตามกรอบการดำเนินงานในแต่ละปีตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาดของ อ.อ.ป. ประจำปี 2565 และมีองค์ประกอบอย่างน้อยในข้อเสนอโครงการ ดังนี้

- 5.1.1 ชื่อโครงการ
- 5.1.2 หลักการและเหตุผล
- 5.1.3 วัตถุประสงค์
- 5.1.4 เป้าประสงค์
- 5.1.5 ผู้รับผิดชอบโครงการ
- 5.1.6 ระยะเวลาดำเนินการ
- 5.1.7 สถานที่ดำเนินการ
- 5.1.8 งบประมาณโครงการ
- 5.1.9 แผนปฏิบัติการและรายละเอียดโครงการที่เกี่ยวข้อง
- 5.1.10 การวิเคราะห์โครงการ และประเมินความเสี่ยง
- 5.1.11 การติดตามและประเมินผล
- 5.1.12 เอกสารอ้างอิง

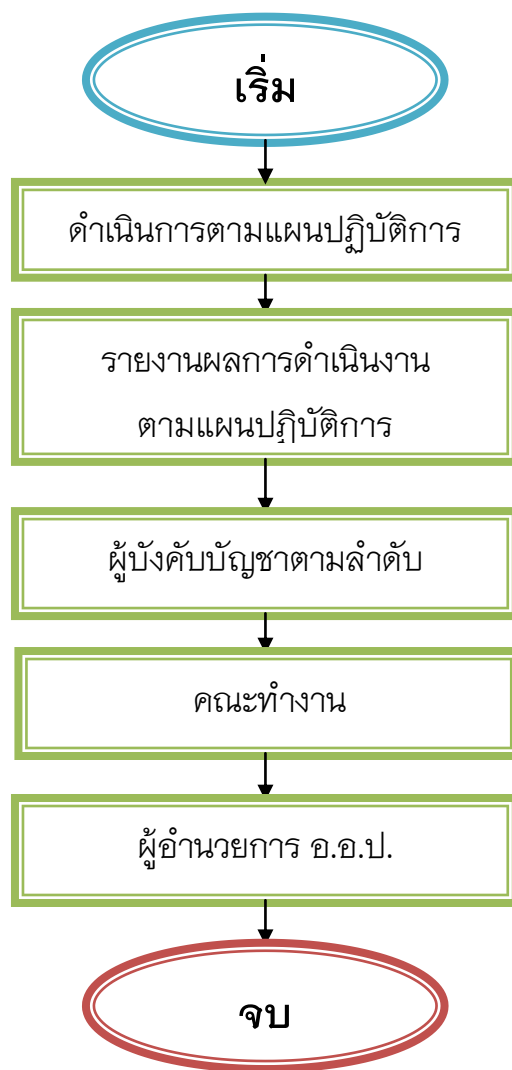
5.2 โครงการฯ ได้รับอนุมัติจากผู้อนุมัติ อ.อ.ป.

6. การติดตามและประเมินผล

เป็นกระบวนการกำกับการปฏิบัติงานของแผนงานภายใต้แผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ อ.อ.ป. ให้เป็นไปตามเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ เวลา ทบถ้วนเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานงบประมาณค่าใช้จ่าย และสรุปผลการดำเนินงานแผนงานพร้อมระบุปัญหาและข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. ทราบ โดยมีกระบวนการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแต่ละแผนงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ อ.อ.ป. ที่กำหนดไว้



รูปภาพแสดงการติดตามและประเมินผล แผนปฏิบัติการ ปี 2565



รูปภาพแสดงการติดตามและประเมินผล แผนปฏิบัติการ ปี 2565

7. แผนปฏิบัติการ

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

โครงการ/แผนงาน

1. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.
2. ศึกษาความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป.

3.1 เพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด

3.2 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล

เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

โครงการ/แผนงาน สำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป.

ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

โครงการ 1 : ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : สำนักธุรกิจการตลาด

วัตถุประสงค์ : เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. ประจำปี 2565

เป้าหมาย :

เพิ่มความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. เพิ่มขึ้นร้อยละ 5% เปรียบเทียบจากการสำรวจความพึงพอใจ ปี 2563 หรือ 2564

ตัวชี้วัด

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ		
ผลผลิต		
เพิ่มความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. เพิ่มขึ้น	เปรียบเทียบผลสำรวจความพึงพอใจ ปี2563/2564	+5%
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ		
ผลลัพธ์		
มีการเชื่อมโยงกับ Endblers หัวข้อ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร	เชื่อมโยง	1

รายละเอียดการดำเนินงาน

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/เห็นชอบ	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	รายงานแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ดังนี้ 1) ผู้อำนวยการ อ.อ.ป. เห็นชอบ 2) คณะอนุกรรมการ ของ อ.อ.ป. เห็นชอบ 3) คณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ทราบ/เห็นชอบ	ต.ค. – ธ.ค. 64	- ไม่มี	- ไม่มี
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ให้ทุกหน่วยงานดำเนินการต่อไป 2.1 จัดทำโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. 1) เสนอโครงการฯ ให้ อ.อ.ป. เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติโครงการฯ	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ แผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ให้ทุกหน่วยงานดำเนินการ ต่อไป 1) อ.อ.ป. อนุมัติโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.	ม.ค. – มี.ค. 65 ม.ค. – มี.ค. 65 ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี - ไม่มี - ไม่มี	- ไม่มี ใช้ งบประมาณค่าจ้างที่ปรึกษา

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
3	<p>2) แต่งตั้งคณะทำงาน/จัดซื้อจัดจ้าง ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป.</p> <p>3) จัดทำ TOR โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. สำรวจจากกลุ่มลูกค้า 4 กลุ่ม ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ลูกค้าปัจจุบัน 2. ลูกค้าอดีต 3. ลูกค้าอนาคต 4. ลูกค้าคู่แข่ง 	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	<p>2) คณะทำงาน/จัดซื้อจัดจ้าง ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป.</p> <p>3) มี TOR โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. สำรวจจากกลุ่มลูกค้า 4 กลุ่ม ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ลูกค้าปัจจุบัน 2. ลูกค้าอดีต 3. ลูกค้าอนาคต 4. ลูกค้าคู่แข่ง 	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	ใช้ งบประมาณ ค่าจ้างที่ ปรึกษา
	<p>4) ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่ปรึกษา ตามระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป</p>			สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	<p>4) ดำเนินการโครงการจ้างที่ปรึกษาฯ แล้วเสร็จ ครบถ้วนตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป. ในระยะเวลาที่กำหนด</p>	
	<p>สรุปรายงาน ผลการวิเคราะห์ผลการสำรวจตามโครงการฯ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ</p>	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	<p>สรุปรายงาน ผลการวิเคราะห์ผลการสำรวจตามโครงการฯ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ตามกำหนดระยะเวลาที่กำหนด</p>	มิ.ย.- พ.ย. 65	- ไม่มี	- ไม่มี

ระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนและกิจกรรมการดำเนินงานในปีบัญชี (Gantt Chart)

ที่	กิจกรรม	Action	ระยะเวลาการดำเนินงาน												
			ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/ เห็นชอบ	แผนปฏิบัติ การ การติดตาม และวัดผล การ ปฏิบัติงาน ด้าน ผลสำเร็จ	←→												
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ให้ทุก หน่วยงานดำเนินการ ต่อไป 2.1 จัดทำโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. 1) เสนอโครงการฯ ให้ อ.อ.ป. ให้เพื่อโปรดพิจารณา อนุมัติ 2) แต่งตั้งคณะทำงาน/จัดซื้อจัดจ้าง ให้ถูกต้องตาม กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง ของ อ.อ.ป.			←→											
				←→											
				←→											

โครงการ 2 : ศึกษาความไม่พึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : สำนักธุรกิจการตลาด

วัตถุประสงค์ : เพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2565

เป้าหมาย : มีการสำรวจความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. ประจำปี 2565

ตัวชี้วัด

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ		
ผลผลิต		
มีการสำรวจลดความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.	แบบสำรวจ	-
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ		
ผลลัพธ์		
มีการเชื่อมโยงกับ Enablers หัวข้อ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร	เชื่อมโยง	1

รายละเอียดการดำเนินงาน

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
1	<p>จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565</p> <p>1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ</p> <p>1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ</p> <p>1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/เห็นชอบ</p>	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	<p>รายงานแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ดังนี้</p> <p>1) ผู้อำนวยการ อ.อ.ป. เห็นชอบ</p> <p>2) คณะอนุกรรมการ ของ อ.อ.ป. เห็นชอบ</p> <p>3) คณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ทราบ/เห็นชอบ</p>	ต.ค. – ธ.ค. 64	- ไม่มี	- ไม่มี
2	<p>เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ให้ทุกหน่วยงานดำเนินการต่อไป</p> <p>2.1 จัดทำโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.</p> <p>1) เสนอโครงการฯ ให้ อ.อ.ป. ให้เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ</p>	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	<p>แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ แผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ให้หน่วยงานดำเนินการ ต่อไป</p> <p>1) อ.อ.ป. อนุมัติโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจไม่ความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.</p>	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	- ไม่มี
					ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	ใช้ งบประมาณ ค่าจ้างที่ ปรึกษา

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
3	2) แต่งตั้งคณะทำงาน/จัดซื้อจัดจ้าง ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป.	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	2) คณะทำงาน/จัดซื้อจัดจ้าง ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป.	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	ใช้
	3) จัดทำ TOR โครงการจ้างที่ปรึกษา เพื่อสำรวจความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. สำรวจจากกลุ่มลูกค้า 4 กลุ่ม ดังนี้ 1. ลูกค้าปัจจุบัน 2. ลูกค้าอดีต 3. ลูกค้าอนาคต 4. ลูกค้าคู่แข่ง			3) มี TOR โครงการจ้างที่ปรึกษา เพื่อสำรวจความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. สำรวจจากกลุ่มลูกค้า 4 กลุ่ม ดังนี้ 1. ลูกค้าปัจจุบัน 2. ลูกค้าอดีต 3. ลูกค้าอนาคต 4. ลูกค้าคู่แข่ง	เม.ย. – มิ.ย. 65	- ไม่มี	งบประมาณ ค่าจ้างที่ ปรึกษา
	4) ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่ปรึกษา ตามระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป			4) ดำเนินการโครงการจ้างที่ปรึกษาแล้วเสร็จ ครบถ้วนตาม กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของ อ.อ.ป. ตามระยะเวลาที่กำหนด	มิ.ย.- พ.ย. 65	- ไม่มี	
3	สรุปรายงาน ผลการวิเคราะห์ผลการสำรวจตามโครงการฯ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจการตลาด	สรุปรายงาน ผลการวิเคราะห์ผลการสำรวจตามโครงการฯ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ ตามกำหนดระยะเวลาที่กำหนด	ธ.ค. 2565	- ไม่มี	

ระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนและกิจกรรมการดำเนินงานในปีบัญชี (Gantt Chart)

ที่	กิจกรรม	Action	ระยะเวลาการดำเนินงาน												
			ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/ เห็นชอบ	แผนปฏิบัติ การ การติดตาม และวัดผล การ ปฏิบัติงาน ด้าน ผลสำเร็จ	←→												
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ให้ทุก หน่วยงานดำเนินการ ต่อไป 2.1 จัดทำโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. 1) เสนอโครงการฯ ให้ อ.อ.ป. ให้เพื่อโปรดพิจารณา อนุมัติ 2) แต่งตั้งคณะทำงาน/จัดซื้อจัดจ้าง ให้ถูกต้องตาม กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง ของ อ.อ.ป.			←→											
					←→										
					←→										

โครงการ 3 : สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป.

(1) เพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด

(2) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : สำนักธุรกิจการตลาด

วัตถุประสงค์ : เพื่อการเพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดและการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล

เป้าหมาย : 1. มีการเพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด 1 กิจกรรม

2. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล ครบถ้วนสมบูรณ์ 1 กิจกรรม

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ		
ผลผลิต		
1. การเพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด	อย่างละ	2
2. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล	1 กิจกรรม	
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ		
ผลลัพธ์		
มีการเชื่อมโยงกับ Enablers หัวข้อ การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และ การบริหารทุนมนุษย์	เชื่อมโยง	2

รายละเอียดการดำเนินงาน

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/เห็นชอบ	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจ การตลาด	รายงานแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ดังนี้ 1) ผู้อำนวยการ อ.อ.ป. เห็นชอบ 2) คณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เห็นชอบ 3) คณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ทราบ/เห็นชอบ	ต.ค. – ธ.ค. 64	- ไม่มี	- ไม่มี
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 2.1 จัดทำโครงการ/กิจกรรมเพิ่ม/ พัฒนาช่องทางสื่อสารการตลาด ประจำปี 2565 การตลาด เช่น Facebook page, instargram, You tube, google search, Tiktok อื่นๆ	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจ การตลาด	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 - โครงการ/กิจกรรมเพิ่ม/ พัฒนาช่องทางสื่อสารการตลาด ประจำปี 2565 การตลาด อย่างน้อย 2 ช่องทาง	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	- ไม่มี
		ทุกหน่วยงาน	ทุกหน่วยงาน		ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	- ไม่มี

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
	<p>ของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมของหน่วยงาน</p> <p>2.2 จัดทำโครงการ/กิจกรรม เพิ่ม พัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล เช่น</p> <p>(1) การฝึกอบรมด้านการขาย การให้บริการ</p> <p>(2) การฝึกอบรมด้านสินค้าและบริการของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำสินค้าและบริการลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป. ได้อย่างถูกต้อง อย่างน้อย 1 กิจกรรม</p>	ส.ธต. และ ส.บก.	สำนักงาน กลาง	<p>มีจัดทำโครงการ/กิจกรรม เพิ่ม พัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล เช่น</p> <p>(1) การฝึกอบรมด้านการขาย การให้บริการ</p> <p>(2) การฝึกอบรมด้านสินค้าและบริการ โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำสินค้าและบริการลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป. ได้อย่างถูกต้อง อย่างน้อย 1 กิจกรรม</p> <p>มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 90 % ของผู้ปฏิบัติงานในสังกัด ตั้งแต่ หัวหน้าส่วนลงมา</p>	เม.ย. – มิ.ย. 65	- ไม่มี	- ไม่มี
3	<p>เสนอโครงการ/กิจกรรมพร้อมแผนปฏิบัติการ เพิ่ม พัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล ที่จัดทำในปี 2565 ให้ อ.อ.ป. อนุมัติ แจ้งเวียนหน่วยงาน</p>	ส.ธต. และ ส.บก.	สำนักงาน กลาง	<p>อ.อ.ป. อนุมัติโครงการ/กิจกรรม พร้อมแผนปฏิบัติการ เพิ่ม/ พัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล ที่จัดทำในปี 2565</p>	เม.ย. – มิ.ย. 65	- ไม่มี	60,000.- งบประมาณ คชจ ในการ

ระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนและกิจกรรมการดำเนินงานในปีบัญชี (Gantt Chart)

ที่	กิจกรรม	Action	ระยะเวลาการดำเนินงาน												
			ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/ เห็นชอบ	แผนปฏิบัติ การ การติดตาม และวัดผล การ ปฏิบัติงาน ด้าน ผลสำเร็จ	←→												
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 2.1 จัดทำโครงการ/กิจกรรมเพิ่ม/ พัฒนาช่องทางการสื่อสาร การตลาด ประจำปี 2565 การตลาด เช่น Facebook page, instagram, You tube, google search, Tiktok อื่นๆ ของหน่วยงานเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมของ หน่วยงาน 2.2 จัดทำโครงการ/กิจกรรม เพิ่ม พัฒนาองค์ความรู้ด้าน การขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล เช่น			←→											
									←→						

ที่	กิจกรรม	Action	ระยะเวลาการดำเนินงาน												
			ต.ค.-ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
			64	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
	(1) การฝึกอบรมด้านการขาย การให้บริการ (2) การฝึกอบรมด้านสินค้าและบริการ โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำสินค้าและบริการลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป. ได้อย่างถูกต้อง อย่างน้อย 1 กิจกรรม														
3	เสนอโครงการ/กิจกรรมพร้อมแผนปฏิบัติการ เพิ่ม พัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน ไปสู่ระดับสากล ที่จัดทำในปี 2565 ให้ อ.อ.ป. อนุมัติ แจ้งเวียนหน่วยงาน														
4	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป. ประจำปี 2565 ตามที่ อ.อ.ป. อนุมัติ														
5	สรุปผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ให้ อ.อ.ป. ทราบ														

กลยุทธ์ที่ 2 : พัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

โครงการ : สำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : สำนักธุรกิจการตลาด

วัตถุประสงค์ : สำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป้าหมาย : มีสำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
เพื่อกำหนดการสร้างต้นแบบ (Prototype) /พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ		
ผลผลิต		
เพิ่มกิจกรรมความต้องการด้านบริการของลูกค้า	กิจกรรม	1
สร้างต้นแบบ (Prototype) /พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ	ต้นแบบ	2
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ		
ผลลัพธ์		
มีการเชื่อมโยงกับ Enablers หัวข้อ การจัดการความรู้และนวัตกรรม	เชื่อมโยง	1

รายละเอียดการดำเนินงาน

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ 1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/เห็นชอบ	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจ การตลาด	รายงานแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 ดังนี้ 1) ผู้อำนวยการ อ.อ.ป. เห็นชอบ 2) คณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เห็นชอบ 3) คณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ทราบ/เห็นชอบ	ต.ค. – ธ.ค. 64	ไม่มี	300,000.- ตามงบประมาณ รายได้- รายจ่าย ของ หน่วยงาน
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565	สำนักธุรกิจการตลาด	สำนักธุรกิจ การตลาด	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ 3.1 จัดทำโครงการ สํารวจความต้องการซื้อ สินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้า ปี 2565	ส.ตต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.	หน่วยงาน	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ครบถ้วน	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	300,000.- ตามงบ ประมาณ รายได้- รายจ่าย ของ หน่วยงาน
	3.2 ออกแบบสํารวจความต้องการซื้อสินค้า และบริการ ของ อ.อ.ป. ให้ตรงกลับ กลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ 1) แบบสำรวจรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ 2) แบบสำรวจรูปแบบกระดาษ 3) แบบสำรวจรูปแบบ QR- code	ส.ตต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.	หน่วยงาน	1. ได้แบบสํารวจความต้องการด้าน บริการ 2. ได้แบบสํารวจความต้องการซื้อ สินค้า	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	
	3.3 ขออนุมัติ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ ใช้แบบสำรวจ ออกแบบสํารวจความ ต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ปี 2565 และแจ้งเวียนให้ทุกหน่วยงานทราบ และดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง	ส.ตต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.	หน่วยงาน	อ.อ.ป. อนุมัติ 1. แบบสํารวจความต้องการด้านบริการ 2. แบบสํารวจความต้องการซื้อสินค้า	ม.ค. – มี.ค. 65	- ไม่มี	
4	หน่วยงานดำเนินการสํารวจความต้องการซื้อ สินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ปี 2565. กลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย	ส.ตต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง,	หน่วยงาน	มีการสํารวจความต้องการซื้อสินค้า และบริการ ของ อ.อ.ป. ปี 2565	เม.ย. – ก.ย. 65	- ไม่มี	

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
5	4.1 สํารวจความต้องการด้านบริการ	ออป.ใต้, ส.คช.			เม.ย. – ก.ย. 65	- ไม่มี	300,000.-
	4.2 สํารวจความต้องการซื้อสินค้า				เม.ย. – ก.ย. 65	- ไม่มี	ตามงบ ประมาณ
5	ระดมความคิดจากคณะทำงานเห็นตาม การวิเคราะห์แบบสำรวจ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อ	ส.ธต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.	หน่วยงาน	1) มีกำหนดกิจกรรมความต้องการ ด้านบริการของลูกค้า 2) มีกำหนดการสร้างต้นแบบ (Prototype) /พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ	ก.ย 65	- ไม่มี	รายได้-
	1) กำหนดกิจกรรมความต้องการด้าน บริการของลูกค้า 2) กำหนดการสร้างต้นแบบ (Prototype) / พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ				ก.ย 65	- ไม่มี	รายจ่าย ของ หน่วยงาน
6	รายงานผลการสำรวจฯ 1) กิจกรรมความต้องการด้านบริการของ ลูกค้า 2) การสร้างต้นแบบ (Prototype) /พัฒนา สินค้า จำนวน 2 แบบ ที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสำรวจ ให้ อ.อ.ป. อนุมัติ -อนุมัติ กิจกรรมความต้องการด้านบริการ ของลูกค้า และให้ดำเนินกิจกรรมฯ	ส.ธต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.	หน่วยงาน	อ.อ.ป. อนุมัติ -อนุมัติ กิจกรรมความต้องการด้าน บริการของลูกค้า และให้ดำเนิน กิจกรรมฯ - อนุมัติ ต้นแบบ (Prototype) /พัฒนา สินค้า จำนวน 2 แบบ และให้ผลิต ต้นแบบ (Prototype) เพื่อวางจำหน่าย และทดสอบตลาด ตามจำนวนที่ หน่วยงานวิเคราะห์ ผลการสำรวจฯ - เห็นชอบ กำหนดเป้าหมายระยะ	ก.ย. 65	- ไม่มี	

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
7	<ul style="list-style-type: none"> - อนุมัติ ต้นแบบ (Prototype) /พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ และให้ผลิตต้นแบบ (Prototype) เพื่อวางจำหน่าย และทดสอบตลาด ตามจำนวนที่หน่วยงานวิเคราะห์ผลการสำรวจฯ - เห็นชอบ กำหนดเป้าหมายระยะยาว และเป้าหมาย ปี 2565-2568 	<p>ส.ตต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.</p>	หน่วยงาน	<p>ยาว และเป้าหมาย ปี 2565-2568 ปี 2565-2568</p> <p>ดำเนินการตามที่ อ.อ.ป. อนุมัติครบถ้วน และตามระยะเวลาที่กำหนด</p>	<p>ต.ค. 65 เป็นต้นไป</p>	- ไม่มี	<p>300,000.- ตามงบ ประมาณ รายได้- รายจ่าย ของ หน่วยงาน</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการตามที่ อ.อ.ป. อนุมัติ - จัดกิจกรรมความต้องการด้านบริการของลูกค้า - ผลิตต้นแบบ (Prototype) เพื่อวางจำหน่าย และทดสอบตลาด -วางจำหน่ายและทดสอบตลาด ต.ค. 65 เป็นต้นไป - มีเป้าหมายระยะยาว ปี 2566-2568 					- ไม่มี	

ที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่ ดำเนินการ	เป้าหมาย	ระยะเวลา	งบประมาณ	
						รายรับ	รายจ่าย
8	สรุปผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ	ส.ตต., ออป.กลาง, ออป.เหนือบน, ออป.เหนือล่าง, ออป.ใต้, ส.คช.	หน่วยงาน	สรุปผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติ การฯ พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ ตามระยะเวลาที่กำหนด	ธ.ค. 65		300,000.- ตามงบ ประมาณ รายได้- รายจ่าย ของ หน่วยงาน

ระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนและกิจกรรมการดำเนินงานในปีบัญชี (Gantt Chart)

ที่	กิจกรรม	Action	ระยะเวลาการดำเนินงาน													
			ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65	ปี 66
1	จัดทำแผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565	แผนปฏิบัติ การ การติดตาม และวัดผล การ ปฏิบัติงาน ด้าน ผลสำเร็จ	←→													
	1.1 เสนอแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ		←→													
	1.2 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ		←→													
	1.3 รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. เพื่อโปรดทราบ/ เห็นชอบ		←→													
2	เผยแพร่แผนปฏิบัติการแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565			←→												
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ			←→												
	3.1 จัดทำโครงการ สำนักรวจความต้องการซื้อสินค้าและ บริการ ของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้า ปี 2565			←→												
	3.2 ออกแบบสำนักรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป. ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้			←→												
	1) แบบสำรวจรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์															

ที่	กิจกรรม	Action	ระยะเวลาการดำเนินงาน													
			ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65	ปี 66
	2) แบบสำรวจรูปแบบกระดาษ 3) แบบสำรวจรูปแบบ QR-code															
4	3.3 ขออนุมัติ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ ใช้แบบสำรวจ ออกแบบสำรวจความต้องการซื้อสินค้าและ บริการ ของ อ.อ.ป. ปี 2565 และแจ้งเวียนให้ทุกหน่วยงาน ทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานดำเนินการสำรวจความต้องการซื้อสินค้าและ บริการ ของ อ.อ.ป. ปี 2565. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4.1 สำรวจความต้องการด้านบริการ 4.2 สำรวจความต้องการซื้อสินค้า															
5	ระดมความคิดจากคณะทำงานเห็นตามการวิเคราะห์แบบ สำรวจ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อ 1) กำหนดกิจกรรมความต้องการด้านบริการของลูกค้า 2) กำหนดการสร้างต้นแบบ (Prototype) /พัฒนาสินค้า จำนวน 2 แบบ															

ปัจจัยเสี่ยง : แผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565

ประเภทความเสี่ยง : ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operation Risk)

สาเหตุของความเสี่ยง

OR2.1 การจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 เป็นปีแรกในการจัดทำแผนงานฯ ของ อ.อ.ป.

หลักการและเหตุผล

สำนักงานนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กำหนดให้รัฐวิสาหกิจ ดำเนินงานตามเกณฑ์ ประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจด้าน Core Business Enablers เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นลูกค้าและการตลาด ในด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าตลอดจนสารสนเทศอื่น ๆ ที่ได้จากการสำรวจมาเป็นปัจจัยในการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด นำมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ และระบบกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ให้ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า ครอบคลุมทุกส่วนตลาดในปัจจุบัน และส่วนตลาดในอนาคต เพื่อพัฒนาธุรกิจ ทั้ง 3 ด้าน สามารถแข่งขันตลาดปัจจุบัน และในอนาคต ให้ อ.อ.ป. บรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์ "เป็นผู้นำจัดการสวนป่าเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมไม้จากป่าปลูก ในปี 2565" จึงได้กำหนดแผนงานด้านลูกค้าและการตลาดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2565 ซึ่งเพิ่มมากกว่าเดิม และหลักเกณฑ์เดิม ได้มีการปรับแนวทางการบริหารจัดการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานใหม่สำหรับองค์กร จึงได้กำหนดเป็นปัจจัยเสี่ยง เพื่อนำมาบริหารความเสี่ยง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ แผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565
2. เพื่อให้แผนปฏิบัติงานครบถ้วนและถูกต้อง

เป้าหมาย

หน่วยงานปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง

ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)

ค่าระดับที่ 3 ผลกระทบต่อองค์กร ปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการได้ 90%

ช่วงเบี่ยงเบนที่ยอมรับได้ (Risk Tolerance)

ค่าระดับที่ 4 ผลกระทบต่อองค์กร ปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการได้ 80%

ระยะเวลาการดำเนินงาน

มกราคม 2565 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักธุรกิจการตลาด และคณะทำงานระบบประเมินผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

การกำหนดค่าโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (L)

กำหนดจากระยะเวลาในการจัดทำแผนการดำเนินงานของแต่ละเกณฑ์แล้วเสร็จ

กำหนดค่าผลกระทบต่อองค์กร (I)

กำหนดจากการดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จ

การประเมินความเสี่ยง

- ปัจจัยเสี่ยง ประกอบด้วย
 - แผนการดำเนินงานยังไม่ได้รับอนุมัติ
 - ขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด
 - สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคระบาดไวรัส COVID-19
- แนวทางป้องกัน ลดปัจจัยเสี่ยง
 - ปรึกษาและปรับปรุงแผนปฏิบัติการร่วมกับคณะทำงานด้านอื่นๆ
 - ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลทดแทนการเดินทางและติดต่อโดยตรง
- แนวทางการตรวจติดตามปัจจัยเสี่ยง
 - มีการติดตามผลการดำเนินงานโครงการทุกเดือน
 - กำหนดแนวทางการติดตามผลการดำเนินงานทุกไตรมาส

การติดตามประเมินผล

หน่วยงานผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการองค์กรรายงานผลให้ อ.อ.ป. ทราบ


การประเมินความเสี่ยง

ปัจจัยเสี่ยงที่ 4: การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินผลการบริหารจัดการองค์กร ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

สถานะปัจจุบัน: 5 X 5


เป้าหมาย : 3 X 3


เกณฑ์วัด : การดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการ

โอกาสเกิดความเสี่ยง (L)			ผลกระทบต่อองค์กร (I)		
ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด	ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด
5 	สูงมาก	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการ ๗ แล้วเสร็จ ภายในเดือน ธันวาคม 2565	5 	สูงมาก	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการได้ต่ำกว่าร้อยละ 80
4	สูง	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการ ๗ แล้วเสร็จ ภายในเดือน พฤศจิกายน 2565	4 RT	สูง	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการได้ร้อยละ 80
3 	ปานกลาง	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการ ๗ แล้วเสร็จ ภายในเดือน ตุลาคม 2565	3 ★ RA	ปานกลาง	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการได้ร้อยละ 90
2	น้อย	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการ ๗ แล้วเสร็จ ภายในเดือน กันยายน 2565	2	น้อย	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการได้ร้อยละ 100
1	น้อยมาก	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการ ๗ แล้วเสร็จภายในเดือน สิงหาคม 2565	1	น้อยมาก	ดำเนินการตามกิจกรรมในแผนปฏิบัติการได้ร้อยละ 100 ภายใน ธ.ค. 2565



หมายเหตุ ค่าความเสี่ยง (โอกาส x ผลกระทบ) ตั้งแต่ 12 ขึ้นไปจะนำไปบริหารความเสี่ยง

 สถานะปัจจุบัน

 เป้าหมาย

กิจกรรมจัดการความเสี่ยง

ปัจจัยเสี่ยง : การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินผลการบริหารจัดการองค์กร ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย			
สาเหตุความเสี่ยง	แผนการจัดการความเสี่ยง	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
OR2.1 การจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 เป็นปีแรกในการจัดทำแผนงานฯ ของ อ.อ.ป.	1. แผนการติดตามผลการดำเนินงานการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565	ต.ค. 64 – ธ.ค. 65	ส.ธต.
สาเหตุทางอ้อม – เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การจัดทำแผนงานล่าช้า			

4.1 แผนการติดตามผลการดำเนินงานการจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565															
สาเหตุความเสี่ยง : OR2.1 การจัดทำแผนงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2565 เป็นปีแรกในการจัดทำแผนงานฯ ของ อ.อ.ป.															
เป้าหมาย : เพื่อให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบดำเนินการได้ตามแผนปฏิบัติการ															
กิจกรรมปฏิบัติการจัดการความเสี่ยง	ปี 63	ปี 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65	ผู้รับผิดชอบ
1) แต่งตั้งคณะทำงานระบบประเมินผลการดำเนินงานด้าน (Core Business Enablers) การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) เพื่อให้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของที่ปรึกษา		↔													ส.ธต.
2) คณะทำงานฯ พิจารณาให้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะในการจัดทำแผนปฏิบัติการ ปี 2565 แผนปฏิบัติการ 1 : สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร มีแผนปฏิบัติการ จำนวน 3 โครงการ 1. โครงการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการ กับ อ.อ.ป.		↔													ส.ธต.

กิจกรรมปฏิบัติการจัดการความเสี่ยง	ปี 63	ปี 64	ม.ค. 65	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65	ผู้รับผิดชอบ
2. โครงการ ศึกษาความไม่พึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป.		◆													ส.ตต.
3. โครงการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป. (1) กิจกรรมเพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด (2) กิจกรรมการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน		◆													
แผนปฏิบัติการ 2 : พัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โครงการ : โครงการสำรวจความต้องการซื้อสินค้าและบริการของ อ.อ.ป. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		◆													
3) คณะทำงานฯ เสนอแผนปฏิบัติการ ปี 2565 ให้ - เสนอผู้อำนวยการ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ - นำเข้าคณะอนุกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ - รายงานคณะกรรมการ ของ อ.อ.ป. ให้ความเห็นชอบ		◆													ส.ตต.
4) ส.ตต. ดำเนินการ เผยแพร่แผนปฏิบัติการ ปี 2565 - แผนปฏิบัติการ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. - แผนปฏิบัติการ ศึกษาความไม่พึงพอใจของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าหรือบริการกับ อ.อ.ป. - แผนปฏิบัติการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ อ.อ.ป. (1) กิจกรรมเพิ่ม/พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาด (2) กิจกรรมการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการขายของผู้ปฏิบัติงาน			←→												ส.ตต.
5) ทุกหน่วยงาน ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ปี 2565				←→											ทุกหน่วยงาน
6) ส.ตต. ติดตามผล สรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขเป็นรายไตรมาส														◆	ส.ตต.

มาตรการควบคุมที่มีอยู่ในปัจจุบัน													
7) ศึกษาหลักเกณฑ์การประเมินผล ตามแผนปฏิบัติการปี 2565													ส.ตต.
8) ส.ตต. วิเคราะห์การดำเนินงานที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดอื่น ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง													ส.ตต., และ ทุกหน่วยงาน