



แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด  
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้  
ประจำปี 2566

สำนักธุรกิจการตลาด  
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้



เรื่อง	หน้า
1. แผนแม่บทของโครงการอุตสาหกรรมป่าไม้ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) และแผนวิสาหกิจ อ.อ.ป. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)	1
2. กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด	2
3. เป้าหมายเชิงกลยุทธ์และกำหนดโครงการ/แผนงานด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570	2
4. โครงการ/แผนงานด้านลูกค้าและตลาด	4
5. แผนการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566	6
5.1 โครงการ/แผนงานที่ดำเนินการในปี 2565	6
5.2 รายละเอียดโครงการ/แผนงานที่ต้องดำเนินการในปี 2566	7
1) จัดข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการของ อ.อ.ป	7
2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม.	9
3) การประเมินความพึงพอใจความไม่พึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	11
4) พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป	13
5) บริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์	15

## แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ประจำปี 2566

1. แผนแม่บทองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) และแผนวิสาหกิจ

อ.อ.ป. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนกระบวนการนวัตกรรมใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างกระบวนการนวัตกรรมด้านสวนป่าเศรษฐกิจให้แก่ประชาชน

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับองค์การสู่ความเป็นเลิศอย่างมีธรรมาภิบาล

กลยุทธ์ที่ 3 เติบโตอย่างมั่นคงและใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารจัดการทรัพยากรไม้จากสวนป่าเศรษฐกิจให้เกิดประโยชน์อย่างสมดุล

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริม ฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าเศรษฐกิจ ให้เกิดประสิทธิผลและ  
บริหารช้างเลี้ยงของไทย

กลยุทธ์ที่ 5 จัดการทรัพยากรไม้จากสวนป่าเศรษฐกิจอย่างคุ้มค่า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริม พัฒนาคุณภาพสวนป่าเศรษฐกิจตามแนวทาง BCG Model

กลยุทธ์ที่ 6 เสริมสร้างระบบบริหารจัดการสวนป่าเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 7 ขยายผลคาร์บอนเครดิตสู่สังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินและกระบวนการทำงาน

กลยุทธ์ที่ 8 เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการภายใน

กลยุทธ์ที่ 9 เพิ่มมูลค่าผลผลิตสวนป่าตลอด Value Chain

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างผลบวกเชิงสังคม

กลยุทธ์ที่ 10 สื่อสารเชิงรุกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 11 ยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนที่สำคัญ (กองทุน มาตรฐาน FSC ท่องเที่ยว ช้าง)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 เพิ่มศักยภาพองค์กรรองรับวิถีใหม่และนวัตกรรมใหม่

กลยุทธ์ที่ 12 เพิ่มขีดความสามารถในการจัดการภาวะวิกฤต

กลยุทธ์ที่ 13 ขับเคลื่อนองค์กรดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ 14 ปรับปรุงพัฒนาระเบียบหลักเกณฑ์และกฎหมายให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 15 เสริมสร้างบุคลากรให้มีขีดสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ที่ 16 พัฒนาองค์ความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมทุกมิติในทุกระดับ

## 2. กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด 4 กลยุทธ์ สอดคล้องกับเป้าหมาย 2 มิติ ดังนี้

เป้าหมาย	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	กลยุทธ์
มิติ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์	เพื่อเสริมสร้างกระบวนการทำงานเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า	กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาฐานข้อมูล กลยุทธ์ที่ 2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
มิติ: การออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า	เพื่อเสริมสร้างคุณค่างานบริการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับองค์การสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ กลยุทธ์ที่ 4 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

## 3. เป้าหมายเชิงกลยุทธ์และกำหนดโครงการ/แผนงานด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570 ดังนี้

### กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า

เป้าหมาย : ▲ การจัดเก็บฐานข้อมูลในการจำแนกกลุ่มลูกค้า

ตัวชี้วัด : ▲ สรุปผลการรายงานการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการของ อ.อ.ป.

แนวทางการดำเนินการ : บริหารจัดการการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ

วิเคราะห์ข้อมูลในการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศด้านลูกค้า มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดตัวแปรที่เหมาะสมการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด และกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย จัดทำกลยุทธ์การตลาด

### กลยุทธ์ที่ 2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป้าหมาย : ▲ พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตรงตามความต้องการลูกค้า

ตัวชี้วัด : ▲ ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวทางการดำเนินการ :

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การวิเคราะห์ตลาด เทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เช่น ชีตความสามารถองค์กรและบุคลากร ระบุตลาด และกลุ่มลูกค้าที่องค์กรควรให้ความสำคัญ ค้นหาความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าที่สำคัญ ระดมสมองเพื่อรวบรวมไอเดียและกำหนดผลิตภัณฑ์/บริการสำหรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว จัดทำต้นแบบ (Prototype) สำหรับผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบสำหรับการให้บริการ ทดสอบ Prototype ดำเนินการผลิตหรือให้บริการ และติดตามประเมินผล

2) การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เป็นเครื่องมือของการตลาดเชิงรุก เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ค้นหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นำผลการสำรวจไปปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับ อ.อ.ป.

**กลยุทธ์ที่ 3** ยกระดับองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ

เป้าหมาย : ▲ บุคลากรขององค์กรได้รับการพัฒนาสร้างคุณค่าในงานบริการที่ดี

ตัวชี้วัด : ▲ กระบวนการที่ได้ทำได้ตาม SLA

แนวทางการดำเนินการ " พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป. ทั้งบริการภายในหน่วยงานและบริการภายนอกหน่วยงานให้เป็นมาตรฐาน สามารถติดตามประเมินผลได้อย่างเป็นระบบ จัดทำคู่มือการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ เป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติงานถือปฏิบัติกับลูกค้า

**กลยุทธ์ที่ 4** สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

เป้าหมาย : ▲ เสริมสร้างความสัมพันธ์ ความผูกพัน ตอบสนองความต้องการลูกค้า

ตัวชี้วัด : ▲ การส่งเสริมการมีความสัมพันธ์ที่ดีลูกค้า

แนวทางการดำเนินการ: มีแนวทางการส่งเสริมให้บุคลากรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บุคลากรกับลูกค้ามีความสัมพันธ์ที่ดีมีความผูกพัน เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อจัดความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

#### 4. โครงการ/แผนงานด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ แผนงานลูกค้าและตลาด	วัตถุประสงค์ เชิงกลยุทธ์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	โครงการ/แผนงาน	ผู้รับผิดชอบ
<b>กลยุทธ์ที่ 1</b> ยกระดับการจัดเก็บ ฐานข้อมูลลูกค้า	เพื่อเสริมสร้าง กระบวนการทำงาน เพิ่มมูลค่าผลผลิตให้ได้ ตามความต้องการของ ลูกค้า	มีการจัดเก็บฐานข้อมูล จำแนกกลุ่มลูกค้า	สรุปผลการรายงาน การจัดเก็บข้อมูลลูกค้า ที่ซื้อสินค้าและบริการ ของ อ.อ.ป.	1. จัดทำฐานข้อมูลความต้องการ ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตาม ประเภทสินค้า (ข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการ ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้)	ส.ตต. ออป.ภาค
<b>กลยุทธ์ที่ 2</b> กระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์หรือบริการ		พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการตรงตามความ ต้องการลูกค้า	ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้รับการพัฒนา และปรับปรุงให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น	2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่ม	ส.ตต. ออป.ภาค
		มีข้อมูลความ พึงพอใจ ความไม่พึง พอใจและความผูกพัน ของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์และบริการ	รายงานผลข้อมูลการ สำรวจตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย	3. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความ ผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และบริการของ อ.อ.ป.	ส.ตต. ออป.ภาค

กลยุทธ์ แผนงานลูกค้าและตลาด	เป้าประสงค์ เชิงกลยุทธ์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	โครงการ/แผนงาน	ผู้รับผิดชอบ
<b>กลยุทธ์ที่ 3</b> ยกระดับองค์กรสู่ความเป็น เลิศด้านบริการ	เพื่อเสริมสร้างคุณค่า งานบริการและสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า	การออกแบบระบบการ ให้บริการสู่ความเป็น เลิศให้ผู้ปฏิบัติงานไป ปฏิบัติงานได้	คู่มือการให้บริการที่ดี	4. พัฒนาและสร้างคุณค่าในงาน บริการ ของ อ.อ.ป	ส.ตต. ออป.ภาค ส.คช.
<b>กลยุทธ์ที่ 4</b> สร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า		จัดกิจกรรมเสริมสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อบริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์	จำนวนกิจกรรม เสริมสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า อย่างน้อย 1 กิจกรรม	5. การบริหารจัดการลูกค้า สัมพันธ์	ส.ตต. ออป.ภาค ส.คช.

## 5. แผนการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566

### 5.1 โครงการ/แผนงานที่ดำเนินการในปี 2566 ดังนี้

โครงการ/แผนงาน	กลุ่มเป้าหมาย	งบประมาณ	หมายเหตุ
1. จัดทำฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้า (ข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการขององค์กร อุตสาหกรรมป่าไม้)	ลูกค้า เป้าหมาย	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	กลยุทธ์ที่ 1
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม	ลูกค้า เป้าหมาย	รายได้-รายจ่าย หน่วยงาน	กลยุทธ์ที่ 2
3. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึง พอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และบริการของ อ.อ.ป.	ลูกค้า เป้าหมาย	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	กลยุทธ์ที่ 2
4. พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป	ลูกค้า เป้าหมาย	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	กลยุทธ์ที่ 3
5. การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์	ลูกค้า เป้าหมาย	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	กลยุทธ์ที่ 4



## 5.2 รายละเอียดโครงการ/แผนงาน ดำเนินการปี 2566

### แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2566

1. โครงการ/แผนงาน	จัดทำฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้า (ข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้)
หลักการและเหตุผล	<b>กลยุทธ์ที่ 1</b> ยกระดับการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า การจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อใช้ตัวแปร วิเคราะห์ การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดนำไปปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการตอบสนองความต้องการความคาดหวังของลูกค้า
หน่วยงานหลัก	ส.ตต. และ ออ.ป.ภาค
วัตถุประสงค์	เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ อ.อ.ป. วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
เป้าหมาย	มีการพัฒนาระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า
ตัวชี้วัด	สรุปผลการรายงานการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการของ อ.อ.ป.

#### รายละเอียดแผน

กิจกรรมย่อย	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงาน สนับสนุน
1. จัดทำแผนปฏิบัติการจัดซื้อข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการของ อ.อ.ป. เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	งานส่งเสริมการตลาด ส.วตต. ส.ตต.	ส.บก.
2. แจกเวียนแผนปฏิบัติการ	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66		งานส่งเสริมการตลาด ส.วตต. ส.ตต.	
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ	1 เม.ย. – 31 ธ.ค. 66		งานส่งเสริมการตลาด ส.วตต. ส.ตต. , /ออ.ป.ภาค	
4. สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ	15 ม.ค. 67		งานส่งเสริมการตลาด ส.วตต. ส.ตต.	

**แผนปฏิบัติการ 1** จัดทำฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้า  
(ข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้)

ที่	แผนปฏิบัติการ	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.	ม.ค. 67	
1	จัดทำแผนปฏิบัติการจัดซื้อข้อมูล การซื้อสินค้าและบริการของ อ.อ.ป. สนขอขอความเห็นชอบ/ อนุมัติ อ.อ.ป.	←————→													
2	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ	←————→													
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ				←————→										
4	สรุปผลการดำเนินการ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ													↔	

## 2. โครงการ/แผนงาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

### กลยุทธ์ที่ 2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หลักการและเหตุผล

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการจากการนำปัจจัยนำเข้า การสำรวจความต้องการ และความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการความคาดหวังของลูกค้าอย่างชัดเจน

หน่วยงานหลัก

ส.ธต. และ ออป.ภาค

วัตถุประสงค์

เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

เป้าหมาย

พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตรงตามความต้องการลูกค้า

ตัวชี้วัด

ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### รายละเอียดแผน

กิจกรรมย่อย	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
1. จัดทำแผนปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของ อ.อ.ป. เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	งานส่งเสริมการตลาด ส.วธต. ส.ธต.	
2. แจกเวียนแผนปฏิบัติการ	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66		งานส่งเสริมการตลาด ส.วธต. ส.ธต.	ส.บก.
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ	1 พ.ค. – 31 ธ.ค. 66		งานส่งเสริมการตลาด ส.วธต. ส.ธต. , /ออป.ภาค	
4. ติดตามและรายงานผลการจำหน่ายตามเป้าหมายที่กำหนด	1 พ.ค. – 31 ธ.ค. 66		งานส่งเสริมการตลาด ส.วธต. ส.ธต. , /ออป.ภาค	
5. สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ	31 ธ.ค. 66		งานส่งเสริมการตลาด ส.วธต. ส.ธต.	

แผนปฏิบัติการ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ที่	แผนปฏิบัติการ	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.
1	จัดทำแผนปฏิบัติการการพัฒนา ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เสนอขอ ความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	←————→											
2	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ	←————→											
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ					←————→							
4	ติดตามและรายงานผลการจำหน่าย ตามเป้าหมายที่กำหนด					←————→							
5	สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ											←————→	

3. โครงการ/แผนงาน การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

**กลยุทธ์ที่ 2** กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หลักการและเหตุผล การสำรวจข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นเครื่องมือของการตลาดเชิงรุก วัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อค้นหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นำผลการสำรวจไปปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับ อ.อ.ป.

หน่วยงานหลัก ส.ตต. และ ออ.ป.ภาค

วัตถุประสงค์ เพื่อทราบความต้องการและข้อมูลของลูกค้า และนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

เป้าหมาย มีข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

ตัวชี้วัด ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ได้สำเร็จร้อยละ 100

**รายละเอียดแผน**

กิจกรรมย่อย	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
1. จัดทำแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	งานวิจัย การตลาด ส.วตต. ส.ตต.	
2. แจกเวียนแผนปฏิบัติการ	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66		งานวิจัย การตลาด ส.วตต. ส.ตต.	ส.บก.
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ	1 เม.ย. – 31 ธ.ค. 66		งานวิจัย การตลาด ส.วตต. ส.ตต. /ออ.ป.ภาค	
4. สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรคข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ	31 ธ.ค. 66		งานวิจัย การตลาด ส.วตต. ส.ตต.	

**แผนปฏิบัติการ 3** การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ของ อ.อ.ป.

ที่	แผนปฏิบัติการ	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.
1	จัดทำแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ของ อ.อ.ป. เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	←————→											
2	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ	←————→											
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ				←————→								
4	สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรคข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ												↔

4. โครงการ/แผนงาน	พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป
หลักการและเหตุผล	<b>กลยุทธ์ที่ 3</b> ยกระดับองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ เป็นคู่มือให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานการบริการให้กับลูกค้าอย่างมีมาตรฐานการให้บริการที่ดี
หน่วยงานหลัก	ส.ชต., ออ.ป.ภาค และ ส.คช.
วัตถุประสงค์	เพื่อให้การบริการได้มาตรฐานการบริการที่ดีและเป็นระบบอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าหมาย	การออกแบบระบบการให้บริการสู่ความเป็นเลิศให้ผู้ปฏิบัติงานไปปฏิบัติงานได้
ตัวชี้วัด	คู่มือการให้บริการที่ดี

#### รายละเอียดแผน

กิจกรรมย่อย	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
1. จัดทำแผนปฏิบัติการ พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป. เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	งานส่งเสริม การตลาด ส.วชต. ส.ชต.	ส.บก.
2. แต่งเขียนแผนปฏิบัติการ	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66		งานส่งเสริม การตลาด ส.วชต. ส.ชต.	
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ	1 เม.ย. – 31 ธ.ค. 66		งานส่งเสริม การตลาด ส.วชต. ส.ชต./ ออ.ป.ภาค/ ส.คช.	
4. สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ	31 ธ.ค. 66		งานส่งเสริม การตลาด ส.วชต. ส.ชต.	

แผนปฏิบัติการ 4 พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป

ที่	แผนปฏิบัติการ	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.
1	จัดทำแผนปฏิบัติการ พัฒนาและสร้าง คุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป. เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	←————→											
2	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ	←————→											
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ				←————→								
4	สรุปผลการดำเนินการ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ												↔



5. โครงการ/แผนงาน                   บริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์  
 กลยุทธ์ที่ 4 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- หลักการและเหตุผล                   การสร้างความสัมพันธ์ความผูกพันที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วย  
 สินค้าหรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
- หน่วยงานหลัก                         ส.ธต., ออป.ภาค. และ ส.คช.
- วัตถุประสงค์                             เพื่อสร้างความสัมพันธ์ เพิ่มความผูกพันที่ดีกับลูกค้าให้ได้ลูกค้า และตอบสนองความต้องการ  
 ของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจ
- เป้าหมาย                                 จัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์
- ตัวชี้วัด                                 จำนวนกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กิจกรรมย่อย	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงาน สนับสนุน
1. จัดทำแผนปฏิบัติการ บริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เสนอขอความเห็นชอบ/อนุมัติ อ.อ.ป.	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66	รายได้ – รายจ่าย หน่วยงาน	งานวิจัย การตลาด ส.วธต. ส.ธต.	ส.บก.
2. แจกเวียนแผนปฏิบัติการ	1 ม.ค. – 30 เม.ย. 66			
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ	1 เม.ย. – 31 ธ.ค. 66		งานวิจัยการตลาด ส.วธต. ส.ธต./ ออป.ภาค/ ส.คช.	
4. สรุปผลการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ	31 ธ.ค. 66		งานวิจัยการตลาด ส.วธต. ส.ธต.	

แผนปฏิบัติการ 5 บริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ที่	แผนปฏิบัติการ	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.
1	จัดทำแผนปฏิบัติการ บริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ เสนอขอความเห็นชอบ/ อนุมัติ อ.อ.ป.	←————→											
2	แจ้งเวียนแผนปฏิบัติการ	←————→											
3	ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ				←————→								
4	สรุปผลการดำเนินการ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน อ.อ.ป. เพื่อทราบ												←→