

วว. TISTR

แผนการตลาด วว.

(พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙)



สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ( วว.)

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
<b>ส่วนที่ ๑ กรอบแนวคิด เป้าหมายและกระบวนการจัดทำ ของ แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)</b>	๑
<b>บทที่ ๑ กรอบแนวคิดและเป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)</b>	๑
๑.๑ นโยบายและแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔)	๑
๑.๒ กรอบนโยบายของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)	๙
<b>บทที่ ๒ ผลการดำเนินงานและการวิเคราะห์ SWOT</b>	๑๐
๒.๑ ผลการดำเนินงานที่สำคัญด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในช่วงที่ผ่านมา	๑๐
๒.๒ การวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร	๑๒
๒.๓ การแบ่งส่วนตลาดและกลุ่มตลาดเป้าหมายของ วว.	๑๘
๒.๔ ผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี วว. ที่มีความพร้อมนำสู่ตลาด	๒๑
<b>ส่วนที่ ๒ แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)</b>	๒๖
<b>บทที่ ๓ กลยุทธ์และแผนงานด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)</b>	๒๖
- กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และ การถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและ นวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์	๒๖
- กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการ ประชาสัมพันธ์ขององค์กร	๓๐
<b>บทที่ ๔ แผนงานปฏิบัติการด้านการตลาด พ.ศ. ๒๕๕๗</b>	๓๖
๔.๑ งบประมาณแผนปฏิบัติการด้านการตลาดและ ประชาสัมพันธ์ ระยะยาว ปี ๒๕๕๕-๒๕๕๙	๓๘
๔.๒ แผนปฏิบัติการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ปี ๒๕๕๗	๔๓

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ส่วนที่ ๓ การแปลงแผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล	๗๗
บทที่ ๕ กลไกและเครื่องมือและแนวทางในการติดตามประเมินผล	๗๗
แผนการตลาด	
๕.๑ กลไกในการขับเคลื่อน	๗๗
๕.๒ เครื่องมือในการขับเคลื่อน	๗๗
๕.๓ แนวทางในการติดตามประเมินผล	๗๘

## สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ ๑.๑ เป้าหมายของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙	๖
ตารางที่ ๒.๑ ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดสำคัญของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ปีงบประมาณ ๒๕๕๒-๒๕๕๕	๑๑
ตารางที่ ๒.๒ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ วว. ตาม McKinsey ๗-S Framework	๑๔
ตารางที่ ๒.๓ การวิเคราะห์โอกาสและข้อจำกัด PEST Analysis	๑๗

## สารบัญรูป

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ ๑.๑ กรอบแนวคิดแผนวิสาหกิจตามภารกิจและการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)	๒
ภาพที่ ๑.๒ มิติในการดำเนินงานของ วว. ในสาขาเป้าหมาย	๓
ภาพที่ ๑.๓ มิติของเทคโนโลยีในการดำเนินงานของ วว. ในสาขาเป้าหมาย	๕

**ส่วนที่ ๑ กรอบแนวคิด เป้าหมายและกระบวนการจัดทำ  
ของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)**

**บทที่ ๑  
กรอบแนวคิดและเป้าหมาย  
ของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)**

## ส่วนที่ ๑ กรอบแนวคิด เป้าหมายและกระบวนการจัดทำของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

### บทที่ ๑ กรอบแนวคิดและเป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ฉบับนี้เป็นการนำนโยบายและแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากกรรมการบริหารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย มาดำเนินการพัฒนาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการตามหลักการ กระบวนการดำเนินการ ทำแผนด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และระดมความคิดจากการประชุมสัมมนาและประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ได้แผนปฏิบัติการฯ ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติในการส่งเสริมและพัฒนา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) และการนำ วทน. ไปใช้ในการสนับสนุนการพัฒนา ประเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ฉบับนี้เป็นแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ และเชิงบูรณาการซึ่งยึดหลักการสนับสนุนทางการตลาดต่อกระบวนการดำเนินงานของหน่วยงานปฏิบัติต่างๆ ภายในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) โดยแผนงาน โครงการต่างๆ ในแผนปฏิบัติการด้านการตลาดได้ผูกร้อยเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ตามแผนวิสาหกิจ เพื่อให้เกิดพลังขับเคลื่อนที่มี เอกภาพ และบูรณาการในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมพัฒนา วทน. และ การนำ วทน. ไปใช้ในการ สนับสนุนการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายของแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔)

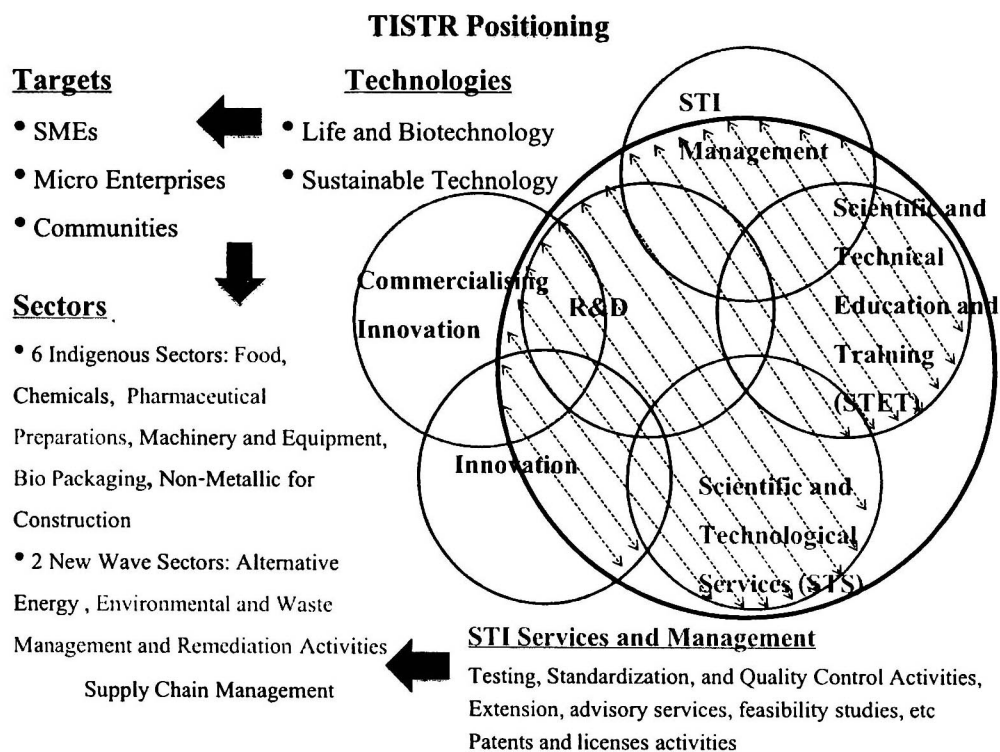
แผนปฏิบัติการฯ นี้จะใช้เป็นแผนหลักสำหรับการดำเนินงานขององค์กรด้านการตลาดเพื่อส่งเสริม และพัฒนา วทน. และ การนำ วทน. ไปใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยในระยะเดียวกันกับแผนปฏิบัติการหลักของ วว. นอกจากนี้ยังใช้เป็น เครื่องมือฝ่ายบริหารในการอำนวยความสะดวก การประเมินผลและการควบคุมในการปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้

#### ๑.๑ นโยบายและแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔)

เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนคนไทยมีการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม พึ่งพาตนเองได้ และสอดคล้องกับการพัฒนา ประเทศ แผนต่างๆ ระดับประเทศ การจัดทำแผนวิสาหกิจ ได้กำหนดกรอบแนวคิดของแผนให้มีการ กำหนดตำแหน่งในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันของ วว. ให้มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง ของเศรษฐกิจโลกและภูมิภาควิวัฒน์ (Regionalisation) การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและสังคม (Demographic and Social Change) การเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน อาหาร ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม (Energy, Food, Natural Resources and Environment) และการเปลี่ยนแปลงด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science Technology and Innovation) ภายใต้การเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันด้วยความเป็นเลิศด้านการวิจัยและพัฒนา การสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การบริการ

งานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงพาณิชย์ การพัฒนาระบบการจัดการเทคโนโลยี และการบริการด้านองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

**ภาพที่ ๑.๑** กรอบแนวคิดแผนวิสาหกิจตามภารกิจและการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

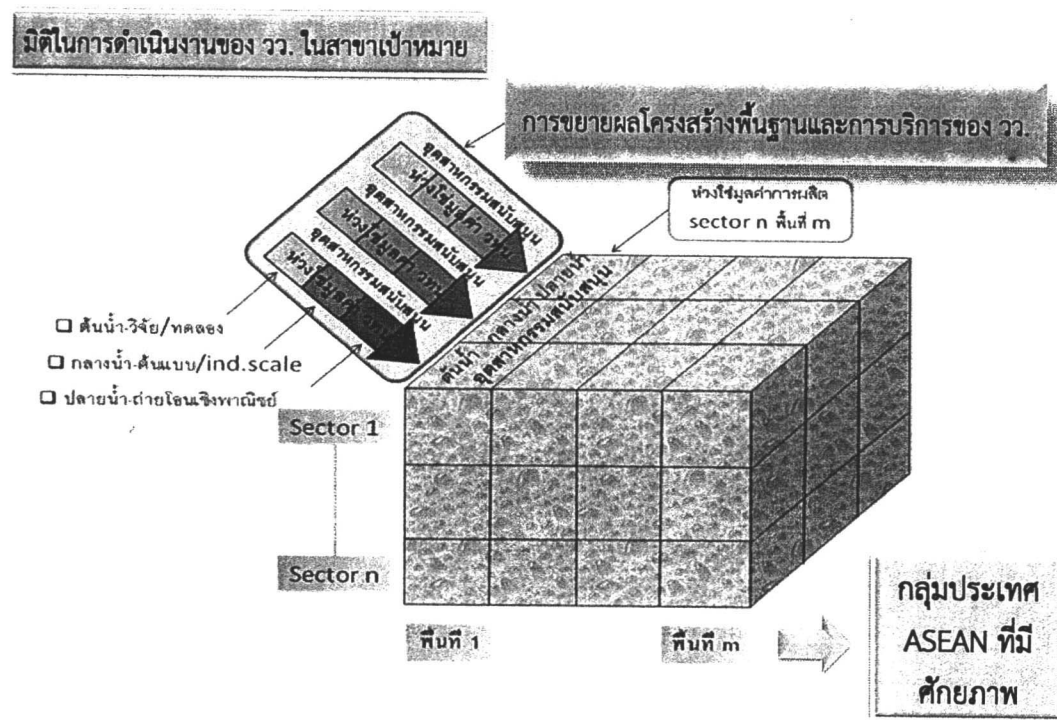


และเพื่อให้การดำเนินงานของ วว. มีความชัดเจนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดความแตกต่างจากหน่วยงานปฏิบัติอื่นๆ และมีการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔ ได้กำหนดประเภทของสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายสำคัญเพื่อการดำเนินงานตามสภาพปัญหาในระดับชาติ ควบคู่กับความเดือดร้อนหรือผลกระทบในวงกว้าง โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากผลกระทบต่อสังคม ได้แก่ จำนวนผู้ประกอบการ และจำนวนการจ้างงาน ควบคู่กันกับผลกระทบต่อเศรษฐกิจที่พิจารณามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การส่งออก การนำเข้า และผลิตภาพ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีกว่าร้อยละ ๙๙ ในระบบห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่มูลค่า และศักยภาพและความพร้อมทางด้านวิจัย พัฒนา และบริการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ของ วว. ที่เหมาะสมกว่ากึ่งศตวรรษ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมไทยไปสู่ยุคเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) และ สังคมสีเขียว (Green Society) ดังนี้



๑. กลุ่มสาขาอุตสาหกรรมดั้งเดิมของประเทศจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่ประเทศไทยต้องพยายามรักษาเพื่อให้เกิดการจ้างงานและการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่
  - ๑.๑ กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรกรรม: พืชสวน พืชสมุนไพรและพืชเศรษฐกิจใหม่
  - ๑.๒ กลุ่มอุตสาหกรรมวิศวกรรม: เครื่องมือเฉพาะทางกลุ่มเครื่องมือทางการแพทย์ และเครื่องจักรอุตสาหกรรม
  - ๑.๓ กลุ่มอุตสาหกรรมเบา: บรรจุภัณฑ์ Bio Packaging
  - ๑.๔ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ: อาหารแปรรูป ยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์แร่โลหะที่ใช้ในการก่อสร้าง
  - ๑.๕ กลุ่มธุรกิจบริการและการค้า: ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
๒. กลุ่มสาขาอุตสาหกรรมใหม่และสาขาที่มีแนวโน้มที่ดี ได้แก่ สาขาพลังงานทดแทน (๒<sup>nd</sup> Generation and ๓<sup>rd</sup> Generation) และกลุ่มสาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม

ภาพที่ ๑.๒ มิติในการดำเนินงานของ วว. ในสาขาเป้าหมาย



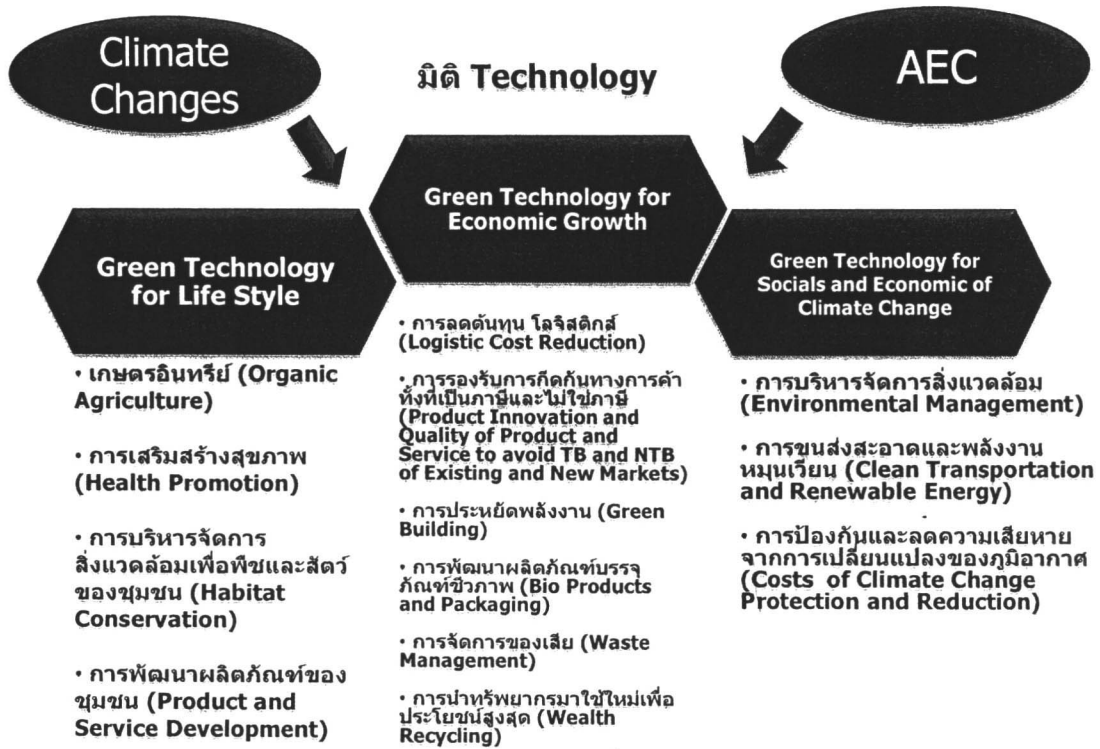
อนึ่งการพัฒนางานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ของ วว. ในอนาคต (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔) ได้กำหนดกรอบการมุ่งสู่ Green Technology โดยมุ่งเน้นการพัฒนา

**๑. เพื่อสนับสนุนการสร้างสังคมคุณภาพบนฐานความรู้ที่มีภูมิคุ้มกัน** โดยมุ่งเป้าการตอบสนองวิถีชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ (Life Style) และการบริหารจัดการทรัพยากรและพื้นที่ในชุมชน (Resource and Land Management) เช่น การพัฒนาและนำ วทน. ในสาขาต่างๆ ไปใช้เพื่อการจัดทำเกษตรอินทรีย์ในชุมชน (Organic Agriculture) การเสริมสร้างสุขภาพ (Health Promotion) การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพืชและสัตว์ของชุมชน (Habitat Conservation) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน (Product and Service Development) เป็นต้น

**๒. เพื่อสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย**โดยมีการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค (Globalization and Regionalization) จะมุ่งเป้าการบริหารจัดการของเสีย (Waste Management) ได้แก่ การพัฒนาและนำ วทน. ในสาขาต่างๆ ไปใช้เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ (Logistic Cost Reduction) การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์รองรับการกีดกันทางการค้าทั้งที่เป็นภายในและไม่ใช่ภายใน (Product Innovation and Quality of Product and Service to avoid TB and NTB of Existing and New Markets) แร่โลหะที่ใช้ในการก่อสร้างเพื่อการประหยัดพลังงาน (Green Building) การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชีวภาพ (Bio Products and Packaging) การจัดการของเสีย (Waste Management) การนำทรัพยากรมาใช้ใหม่เพื่อประโยชน์สูงสุด (Wealth Recycling) เป็นต้น

**๓. เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)** จะมุ่งเป้าการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) และการขนส่งสะอาดและพลังงานหมุนเวียน (Clean Transportation and Renewable Energy) เช่น การป้องกันและลดความเสียหายจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ (Costs of Climate Change Protection and Reduction) การขนส่งสะอาด (Clean Transportation) เชื้อเพลิงทางเลือก (Alternative Fuels)/ การขนส่งสาธารณะ (Public Transportation)/ และการพัฒนาพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) พลังงานลม น้ำ แสงอาทิตย์ (Wind, Water and Solar) เป็นต้น

ภาพที่ ๑.๓ มิติของเทคโนโลยีในการดำเนินงานของ วว. ในสาขาเป้าหมาย



อนึ่ง การพัฒนางาน วทน. ของ วว. ที่จะมุ่งสู่ **Green Technology** จะดำเนินการโดยการบูรณาการการทำงานกันเชิงคลัสเตอร์ของสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อการพัฒนาความแตกต่าง เพื่อสร้างผลกระทบต่อโอกาสในการประกอบธุรกิจไทยอย่างยั่งยืน การลดของเสียและการนำของเหลือใช้ของประเทศไปใช้ให้เกิดประโยชน์ การรักษาการจ้างงานและก่อให้เกิดการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจและสังคม การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากทรัพยากรภายในประเทศ และการเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน บนองค์ความรู้ที่ชำนาญ ได้แก่ เทคโนโลยีอาหาร (Food Technology) เภสัชและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (Pharmaceuticals and Natural Technology) เทคโนโลยีชีวภาพ (Bio Technology) เทคโนโลยีการเกษตร (Agricultural Technology) เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ (Packaging Technology) เทคโนโลยีพลังงาน (Energy Technology) เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร (Environment and Resource Technology) เทคโนโลยีวัสดุ (Material Technology) และการบริการทดสอบและมาตรวิทยา (Industrial Metrology and Testing Services) ตลอดจนการพัฒนาธุรกิจเชิงรุก ทั้งมาตรฐานและความแตกต่าง (Differentiation and Quality)

### ๑.๑.๑ เป้าหมายของแผนปฏิบัติการตามแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการฯ โดยรวม คือ การจัดทำแผนปฏิบัติการฯ สำหรับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) เพื่อการส่งเสริมการพัฒนา วทน. และการนำ วทน. ไปใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยในระยะเดียวกันกับแผนปฏิบัติการหลักขององค์กร นอกจากนี้ยังใช้เป็นเครื่องมือฝ่ายบริหารในการอำนวยความสะดวก การประเมินผลและการควบคุมในการปฏิบัติการ เพื่อให้บรรลุโจทย์ในการขับเคลื่อนแผนวิสาหกิจขององค์กร ในปี ๒๕๖๔

และเพื่อให้เป็นไปตามพันธกิจและวัตถุประสงค์ของแผนวิสาหกิจ แผนปฏิบัติการหลักของ วว. ได้กำหนดเป้าหมายหลักในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ ว่าด้วย “การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของสถาบันให้อยู่ในระดับชั้นนำของ ASEAN” โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ตารางที่ ๑.๑ เป้าหมายของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙

พันธกิจ	พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙
๑.พัฒนาขีดความสามารถด้านงานวิจัยและพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโดยมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๐ ในกิจกรรมทั้งหมด</li> </ul>
๒.พัฒนาขีดความสามารถด้านการบริการงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการบริการงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีสัดส่วนรายได้จากการบริการงาน ว. และ ท. ต่อรายได้จากงบประมาณในสัดส่วน ๔๐:๖๐</li> </ul>
๓.พัฒนาขีดความสามารถด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงพาณิชย์โดย                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการเพิ่มสัดส่วนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำงานร่วมกับภาคเอกชนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๔๐</li> <li>- เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐</li> </ul> </li> </ul>
๔.พัฒนาขีดความสามารถด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการต่อยอดงานวิจัยและพัฒนาสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมของภาคเอกชนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/ เทคโนโลยีโดยมีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐ ในกิจกรรมทั้งหมด</li> </ul>
๕.พัฒนาขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการขององค์กร	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเกิดศูนย์แห่งความเป็นเลิศด้านการวิจัย พัฒนา นวัตกรรมและการบริการ ในสาขาเทคโนโลยีอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ พลังงานทดแทน และเทคโนโลยีชาวบ้านจำนวน ๓ ศูนย์</li> </ul>

### ๑.๑.๒ ยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

เพื่อเร่งรัดดำเนินการให้เกิดผลสำเร็จตามนโยบายรัฐบาลและเป้าหมายของนโยบายและแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔) แนวทางของแผนปฏิบัติการฯ จึงกำหนดให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ เพื่อการบรรลุโจทย์ร่วมขององค์กรที่ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วนเชิงบูรณาการให้การบริหารจัดการจัดการมีประสิทธิภาพสูงสุด และการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ เพื่อการบรรลุโจทย์เฉพาะ ตามภารกิจหน้าที่ระดับหน่วยงาน ทั้งที่เป็นงานประจำหรืองานเฉพาะการ โดยมีกรอบยุทธศาสตร์ เพื่อการกำหนดแผนงาน/โครงการของแผนปฏิบัติการฯ ทั้งหมด ๔ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ ๑: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านวชน. ของ วว. เพื่อสนับสนุนสังคมาตรฐานความรู้อย่างทั่วถึงและตอบสนองวิถีชีวิตในอนาคตของประชาชนส่วนใหญ่ ยุทธศาสตร์ที่ ๒: การเพิ่มขีดความสามารถด้าน วชน. ของ วว. เพื่อสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ที่ ๓: การเพิ่มขีดความสามารถด้าน วชน. ของ วว. เพื่อสนับสนุนความมั่นคงด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมของประเทศ และ ยุทธศาสตร์ที่ ๔: การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

อนึ่งโครงการตามแผนปฏิบัติการฯ ของ วว. จะต้องเป็นกิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนา กิจกรรมนวัตกรรม การถ่ายทอดเทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีไปใช้ได้จริง/ใช้ในเชิงพาณิชย์ การพัฒนากำลังคน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยเอื้อด้าน วชน. ที่สอดคล้องกับความหมายดังต่อไปนี้

- **การวิจัยและพัฒนา** หมายถึง งานที่มีลักษณะสร้างสรรค์ ซึ่งดำเนินการอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มพูนคลังความรู้ ทั้งความรู้ที่เกี่ยวกับมนุษย์ วัฒนธรรม และสังคม และใช้ความรู้เหล่านี้เพื่อการประดิษฐ์ คิดค้น สิ่งที่เป็นประโยชน์ใหม่ๆ และใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท คือ การวิจัยพื้นฐาน การวิจัยประยุกต์ และการพัฒนาเชิงทดลอง

- **กิจกรรมนวัตกรรม** หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ การเชื่อมโยงผลงานวิจัยที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาจากที่หนึ่งสู่กระบวนการปรับใช้เทคโนโลยีในอีกที่หนึ่ง (Translational Research) ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิต หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการฝึกอบรมที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการหรือตลาดใหม่หรือรายได้แหล่งใหม่ รวมทั้งการจ้างงานใหม่ ตลอดจนก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรวม

- **การถ่ายทอดเทคโนโลยี** หมายถึง กระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นจากการวิจัยและพัฒนา หรือนวัตกรรม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ โดยเป็นการถ่ายทอดความรู้จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง ประกอบด้วย การถ่ายทอดองค์ความรู้ การฝึกทักษะ การส่งผ่านความรู้ทางเทคนิค (UNIDO)

- **การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ได้จริง** (เชิงพาณิชย์และ/ หรือเชิงสังคม) หมายถึง การนำผลงานการวิจัยและพัฒนา และกิจกรรมนวัตกรรมไปใช้ในการแก้ปัญหาในการพัฒนากระบวนการผลิต กระบวนการบริการ การพัฒนาอุตสาหกรรม การพัฒนาสังคมและชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ โดยวัดจากการที่ผลงานนั้นๆ ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในเชิงพาณิชย์ เชิงนโยบาย หรือในเชิงสาธารณะ ผ่านการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากการวิจัยและพัฒนาขององค์กร
- **การพัฒนาและผลิตกำลังคน** หมายถึง การสร้างศักยภาพ ชีตความสามารถกำลังคนขององค์กร เน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดในทุกภาคส่วน โดยรวมถึงกิจกรรมที่ครอบคลุมดังต่อไปนี้ การศึกษาและฝึกอบรมในทุกระดับ การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายหน่วยผลิตกำลังคนที่ขาดแคลน การพัฒนาสมรรถภาพและชีตความสามารถกำลังคน วทน. ขององค์กร ในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ และงานบริการด้าน ว. และ ท. และการยกระดับความสามารถทักษะองค์ความรู้ด้าน วทน. ให้แก่พนักงาน ตลอดจนการสร้างความตื่นตัว ความตระหนัก จิตสำนึกและวัฒนธรรมด้าน วทน. รวมทั้งการเรียนรู้ตลอดชีวิตของพนักงาน
- **การพัฒนาและส่งเสริมด้านโครงสร้างพื้นฐานด้าน วทน.** หมายถึง การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็ง ชีตความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพด้าน วทน. ขององค์กรในการทำวิจัยและพัฒนา สร้างสรรค์กิจกรรมนวัตกรรม และการบริการ ว. และ ท. ประกอบด้วย กิจกรรมการสนับสนุนส่งเสริมกิจการพัฒนาเขตหรือพื้นที่ เช่น ศูนย์ความเป็นเลิศ โรงงานนำทางเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี ศูนย์บ่มเพาะ ฯลฯ การพัฒนาระบบคุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ตลอดจนการส่งเสริมการบริการด้าน วทน. เช่น ศูนย์ทดสอบ ทดลอง ตรวจสอบและรับรองมาตรฐานระบบคมนาคมอัจฉริยะ โลจิสติกส์
- **การพัฒนาและส่งเสริมด้านปัจจัยเอื้อและงานสนับสนุน** หมายถึง การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา และกิจกรรมนวัตกรรมเพื่อรองรับการพัฒนาในด้านต่างๆ ประกอบด้วย ปัจจัยสนับสนุนด้านการพัฒนาตลาดและธุรกิจ การปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การพัฒนาฐานข้อมูล และการบริหารจัดการเชิงระบบ เช่น ระบบวิจัย ระบบการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ PPP เป็นต้น

## ๑.๒ กรอบนโยบายของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

### ๑.๒.๑ เป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการตลาดตามแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการตลาดโดยรวม คือ การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการตลาด สำหรับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) เพื่อ

๑. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายด้านการวิจัยและพัฒนา การบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศในการ
  - เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโดยมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๕ ในกิจกรรมทั้งหมด
  - เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการบริการงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีสัดส่วนรายได้จากการบริการงาน ว. และ ท. ต่อรายได้จากงบประมาณในสัดส่วน ๓๐:๗๐
  - เพิ่มสัดส่วนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำงานร่วมกับภาคเอกชนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐
  - เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕
  - ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการต่อยอดงานวิจัยและพัฒนาสู่การสร้างสรรค นวัตกรรมของภาคเอกชนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยีโดยมีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๕ ในกิจกรรมทั้งหมด
๒. ประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ ASEAN
๓. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

### ๑.๒.๒ กลยุทธ์ของแผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

เพื่อเร่งรัดดำเนินการให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายของแผนวิสาหกิจ จึงกำหนดให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการตลาด เพื่อการบรรลุโจทย์ร่วมขององค์กรที่ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วนเชิงบูรณาการให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีกรอบกลยุทธ์ด้านการตลาดตามยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจ เพื่อการกำหนดแผนงาน/โครงการของแผนปฏิบัติการฯ ทั้งหมด ๒ กลยุทธ์ได้แก่

**กลยุทธ์ที่ ๑ :** การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์

**กลยุทธ์ที่ ๒ :** การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

**บทที่ ๒**  
**ผลการดำเนินงานและการวิเคราะห์ SWOT**



## บทที่ ๒ ผลการดำเนินงานและการวิเคราะห์ SWOT

### ๒.๑ ผลการดำเนินงานที่สำคัญด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในช่วงที่ผ่านมา

วว. เป็นองค์กรที่มีพันธกิจในการบูรณาการงานวิจัย พัฒนา นวัตกรรมด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เครื่องมือแพทย์ พลังงานทดแทน และการจัดการสิ่งแวดล้อม สู่การนำไปใช้ประโยชน์ การให้บริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ รับรองระบบ คุณภาพ บริการที่ปรึกษา ด้วยระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล รวมถึงการผลักดันผลงานวิจัย นวัตกรรม และบริการที่สนองความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ทั้งภาคการผลิต ภาคบริการ เพื่อการพึ่งพาตนเองในประเทศและมุ่งสู่อาเซียน ด้วยการจัดการเชิงธุรกิจและการตลาดที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นบทบาทตามกฎหมายในการจัดตั้งองค์กร

ผลการดำเนินงานของ วว. ในช่วงที่ผ่านมา (ปีงบประมาณ ๒๕๕๑-๒๕๕๕) ได้จำแนกออกเป็น ๓ ด้าน ได้แก่ ด้านการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านการให้บริการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่สำคัญ (แสดงดังตารางที่ ๒.๑) ดังนี้

#### ก. ด้านการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผลการดำเนินงานในด้านการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วว. ได้มีโครงการวิจัยและพัฒนาเฉลี่ย ๑๕๗ โครงการต่อปี และมีโครงการที่แล้วเสร็จเฉลี่ย ๓๙ โครงการต่อปี โดยส่วนที่เหลือเป็นโครงการวิจัยและพัฒนาที่ยังคงมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง และจากการศึกษาวิจัยในด้านต่างๆ ทั้งด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เครื่องมือแพทย์ พลังงานทดแทน และการจัดการสิ่งแวดล้อมได้มีการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีการดำเนินการโครงการให้บริการวิจัยและพัฒนา บริการที่ปรึกษาเฉลี่ย ๖๘ โครงการต่อปี และมีการดำเนินการแล้วเสร็จเฉลี่ย ๓๗ โครงการ

ด้านผลผลิตของโครงการวิจัยและพัฒนา วว. ได้มีการยื่นจดสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรเฉลี่ย ๓๙ เรื่องต่อปี และมีจำนวนผลงานพิมพ์เผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศเฉลี่ย ๓๑ เรื่องต่อปี

#### ข. ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การนำผลงานวิจัย นวัตกรรมไปใช้ประโยชน์แก่สังคม วว. ได้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยี/ผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์เฉลี่ย ๙ โครงการต่อปี มีจำนวนสถานประกอบการ/ชุมชนที่นำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เฉลี่ย ๓๔ รายต่อปี มีจำนวนธุรกิจใหม่ที่เกิดจากระบบบ่มเพาะเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ๕ รายต่อปี และมีจำนวนผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงสังคมเฉลี่ย ๖,๐๕๐ รายต่อปี

### ค. ด้านการให้บริการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การให้บริการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ของ วว. ในปี ๒๕๕๔ มีจำนวนขอบข่ายงาน ทดสอบ/วิเคราะห์/สอบเทียบที่ยื่นขอการรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากลรวม ๑๕๖ เรื่อง และ ในระหว่างปี ๒๕๕๒-๒๕๕๕ มีจำนวนการบริการวิเคราะห์ทดสอบสอบเทียบและบริการวิเคราะห์ข้อมูล ทาง ว. และ ท. เฉลี่ย ๑๓๑,๙๓๒ รายการต่อปี มีจำนวนลูกค้าบริการอุตสาหกรรมเฉลี่ย ๒,๓๒๕ รายต่อปี มีจำนวนผู้มาใช้บริการในอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือเฉลี่ย ๑๕ รายต่อปี

**ตารางที่ ๒.๑** ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดสำคัญของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ปีงบประมาณ ๒๕๕๒-๒๕๕๕

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ปีงบประมาณ				รวม
		๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	
<b>๑. ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี</b>						
๑.๑ จำนวนโครงการวิจัยและพัฒนาที่ได้ดำเนินการศึกษาในปีงบประมาณ	โครงการ	๑๕๑	๑๖๓	๑๕๘	๑๕๗	๑๕๗
๑.๒ จำนวนโครงการบริการวิจัย บริการที่ปรึกษาที่ได้ดำเนินการศึกษาในปีงบประมาณ	โครงการ	๕๗	๗๗	๘๑	๕๗	๖๘
๑.๓ จำนวนโครงการวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และด้านพลังงานทดแทนและสิ่งแวดล้อมที่แล้วเสร็จ	โครงการ	๓๔	๓๖	๔๕	๔๑	๓๙
๑.๔ จำนวนโครงการบริการวิจัยและบริการที่ปรึกษาที่ดำเนินการแล้วเสร็จ	โครงการ	๓๕	๓๗	๓๙	๓๗	๓๗
๑.๕ จำนวนผลงานพิมพ์เผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ	เรื่อง	๒๕	๒๓	๓๖	๔๐	๓๑
๑.๖ จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ยื่นขอ	เรื่อง	๔๓	๓๓	๔๕	๓๓	๓๙
๑.๗ จำนวนผลงานวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคการผลิตบริการและชุมชนได้	เรื่อง	๑๙	๒๒	๒๐	๒๘	๒๒
<b>๒. ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี</b>						
๒.๑ จำนวนเทคโนโลยี/ผลิตภัณฑ์ที่นำไป ถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์	เทคโนโลยี/ผลิตภัณฑ์	๕	๗	๙	๑๕	๙
๒.๒ จำนวนสถานประกอบการ/ชุมชนที่นำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์	ราย	๓๐	๓๒	๓๖	๓๙	๓๔

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ปีงบประมาณ				รวม
		๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
๒.๓ จำนวนธุรกิจใหม่ที่เกิดจากระบบบ่มเพาะเทคโนโลยี	ราย	๖	๕	๕	๕	๕
๒.๔ จำนวนผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงสังคม	ราย	๓,๗๔๙	๔,๗๐๑	๘,๕๘๙	๗,๑๖๒	๖,๐๕๐
<b>๒. ด้านการให้บริการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี</b>						
๓.๑ จำนวนขอข่ายงานทดสอบ/วิเคราะห์/สอบเทียบที่ยื่นขอการรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล	เรื่อง	๑๑๓	๑๒๙	๑๕๖		-
๓.๒ จำนวนการบริการวิเคราะห์ทดสอบ สอบเทียบและบริการวิเคราะห์ข้อมูลทาง ว. และ ท.	รายการ	๑๕๓,๑๓๘	๑๑๑,๓๘๔	๑๕๗,๐๘๔	๑๐๖,๑๒๒	๑๓๑,๙๓๒
๓.๓ จำนวนลูกค้าบริการอุตสาหกรรม	ราย	๒,๑๙๒	๒,๒๕๓	๒,๓๒๐	๒,๕๓๕	๒,๓๒๕
๓.๔ จำนวนผู้มาใช้บริการในอุทยานวิทยาศาสตร์	ราย	๑๓	๑๖	๑๘	๑๓	๑๕

## ๒.๒ การวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร

### ๒.๒.๑ จุดแข็งและจุดอ่อนของ วว. ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในอนาคต

การพิจารณาศักยภาพภายในของ วว. ในมิติต่างๆ ตาม ๗S Models เป็นดังนี้

**มิติด้านกลยุทธ์ (Strategy)** วว. มีจุดแข็งที่สำคัญคือ การเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่น่าเชื่อถือมีประวัติยาวนานร่วม ๕๐ ปี มีบทบาทหน้าที่ที่ถูกกำหนดไว้ตามกฎหมายอย่างชัดเจน ตาม พ.ร.บ. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยมีวัตถุประสงค์การจัดตั้งโดยสรุปคือ เพื่อริเริ่มการวิจัย และให้บริการทาง ว. และ ท. โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม สนับสนุนการเพิ่มผลผลิตตามนโยบายรัฐบาล โดยเผยแพร่ผลการวิจัย ว. และ ท. เพื่อประโยชน์ของประเทศ รวมทั้งฝึกอบรมนักวิจัย ว. และ ท. และให้บริการทดสอบตรวจวัด และบริการอื่นทาง ว. และ ท. ถึงแม้ วว. จะมีขอบเขตการดำเนินงานที่ชัดเจน แต่ยังคงความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศ เนื่องจากแผนวิสาหกิจ วว. มีช่วงระยะเวลาที่ไม่สอดคล้องกับทั้งแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙ และนโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ.๒๕๕๕ - ๒๕๖๔) อีกทั้งแผนวิสาหกิจ วว. ที่ผ่านมาก็ไม่ได้กำหนดเป้าหมายระดับองค์กรและช่วงระยะเวลาที่ชัดเจนเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนด อีกทั้งแผนปฏิบัติการยังไม่สามารถขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติได้อย่างสมบูรณ์ ส่งผลให้หน่วยงานภายในไม่มีความชัดเจนในทิศทางการดำเนินงานและบทบาทในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของ วว. รวมทั้งไม่สามารถเห็นคุณค่าของการดำเนินงานที่มีผลต่อการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ การบริหารงบประมาณยังขาดประสิทธิภาพ ทำให้การใช้จ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน

และที่ผ่านมายังขาดกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่เด่นชัด เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำอัตลักษณ์ของ วว. ซึ่งส่งผลให้การขยายโอกาสทางการตลาดเป็นไปได้อย่างจำกัด และนอกจากนั้น วว. ยังขาดการพัฒนาและวางแผนโครงสร้างพื้นฐานทาง วทน. และการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานทาง วทน. มีความสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศ ดังนั้น จึงควรมีแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน และมีการเตรียมความพร้อมในรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ความพร้อมของพนักงานที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐานสากล การกำหนดหลักเกณฑ์การให้บริการ เป็นต้น

**มิติด้านโครงสร้างองค์กร (Structure)** มีการจัดกลุ่มงานที่สอดคล้องกับศักยภาพภายใน วว. ได้แก่หน่วยงานในสังกัดผู้ว่าการ วว. กลุ่มวิจัยและพัฒนาด้านอุตสาหกรรมชีวภาพ กลุ่มวิจัยและพัฒนาด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน กลุ่มบริการอุตสาหกรรม และกลุ่มบริหาร นอกจากนี้ ยังมีศูนย์บริการในพื้นที่ ได้แก่ สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกกราช สถานีวิจัยลำตะคอง และพื้นที่ที่โครงการหลวง ให้ วว. ช่วยดูแลและบริหารจัดการ จำนวน ๓ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์วิจัยเห็ดเขตหนาวดอยปุย ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยงและศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก ที่สามารถสร้างองค์ความรู้ให้แก่สังคม และเป็นแหล่งสนับสนุนงานวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีได้ รวมทั้งมีห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบที่ได้มาตรฐาน และมีหน่วยรับบริการในนิคมอุตสาหกรรมที่รองรับการให้บริการลูกค้า อย่างไรก็ตาม วว.ยังขาดศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ one stop service รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกิจกรรมทางการตลาดและการบริการในรูปแบบของ e-service อันเป็นช่องทางในการให้บริการหรือส่งต่อการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

**มิติด้านระบบการทำงาน (Working System)** มีหน่วยงานบริการ ว. และ ท. ที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากล อย่างไรก็ตามระบบการทำงานยังสามารถยกระดับศักยภาพในการดำเนินงานได้ทั้งระบบ ทั้งในด้านระบบบัญชี การเงิน เพื่อความรวดเร็วและถูกต้อง ระบบพัสดุ ครุภัณฑ์ เพื่อตรวจสอบและวางแผนการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ให้คุ้มค่าและเพียงพอ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ วว. ระบบการติดตามและประเมินผล เพื่อกำกับการดำเนินงานและวัดความคุ้มค่าของการดำเนินงาน ระบบการจัดการองค์ความรู้เพื่อให้เกิดสังคมแห่งการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันใน วว. ระบบการพัฒนาด้านเทคโนโลยี งานบริการ นวัตกรรม การตลาด โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยเอื้อที่ประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกันเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานในภาพรวม ขาดการพัฒนา/บูรณาการฐานข้อมูลภายในองค์กรในมิติต่างๆ ให้สมบูรณ์และทันสมัย เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์และสนับสนุนการบริหารงานขององค์กรได้ รวมทั้งควรพัฒนาทุกระบบและข้อบังคับให้เอื้อต่อการดำเนินงานของ วว. ภายใต้สถานการณ์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลก

**มิติด้านการจัดการบุคคล (Staff)** ควรพัฒนาการบริหารกรอบอัตรากำลัง และการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อตอบสนองต่อทิศทางและเป้าหมายขององค์กร

**มิติด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill)** วว. มีความเชี่ยวชาญงานวิจัยในด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เครื่องมือแพทย์ พลังงานทดแทน บรรจุภัณฑ์ และการจัดการสิ่งแวดล้อม และสามารถบูรณาการงานวิจัยที่มีผลกระทบสูง สามารถตอบสนองความต้องการภาคชุมชนและกลุ่มอุตสาหกรรมหลายด้าน และ มีความเชี่ยวชาญงานบริการ วิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ ที่จะรองรับภาคอุตสาหกรรมได้ทุก

ระดับ และมีห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC ๑๗๐๒๕ จึงได้รับความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามควรยกระดับขีดความสามารถและผลผลิตภาพของบุคลากรเพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียน

**มิติด้านรูปแบบการจัดการ (Style)** มีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ มีความมุ่งมั่นในการบริหารหน่วยงานให้เจริญก้าวหน้า ทั้งนี้การทำงานบูรณาการข้ามสายงานยังสามารถปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรร่วมกันได้

**มิติด้านค่านิยมร่วม (Shared values)** มีการกำหนดค่านิยมองค์กร ที่ชัดเจน และส่งเสริมให้พนักงานนำมาใช้ในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง (HPO)

**ตารางที่ ๒.๒** การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ วว. ตาม McKinsey ๗-S Framework

๗s Model	Strength	Weakness
<b>๑. Strategy</b>	๑.๑ เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่น่าเชื่อถือมีประวัติยาวนานร่วม ๕๐ ปี มีบทบาทหน้าที่ที่ถูกต้องกำหนดไว้ตามกฎหมายอย่างชัดเจน	๑.๑ แผนวิสาหกิจ วว. มีช่วงระยะเวลาที่ไม่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายและแผน วทน. และเป้าหมายไม่ชัดเจน ๑.๒ ขาดแผนปฏิบัติการที่รองรับยุทธศาสตร์องค์กรที่ชัดเจน ๑.๓ การบริหารงบประมาณยังไม่มีประสิทธิภาพ ๑.๔ ภาพลักษณ์องค์กรยังไม่เป็นที่รับรู้และจดจำในวงกว้าง ๑.๕ ขาดการพัฒนาและวางแผนโครงสร้างพื้นฐานทาง วทน. และการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์
<b>๒. Structure</b>	๒.๑ มีโครงสร้างที่สอดคล้องกับศักยภาพของหน่วยงาน ๒.๒ มีหน่วยงานวิจัยและบริการในพื้นที่ - สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกกราช สถานีวิจัยพืชลำตะคอง และศูนย์พัฒนาเกษตรที่สูง ที่สามารถสร้างองค์ความรู้ให้แก่สังคม และเป็นแหล่งสนับสนุนงานวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีได้ - ห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบที่ได้มาตรฐาน และมีหน่วยรับบริการในนิคมอุตสาหกรรมที่รองรับการให้บริการลูกค้า	๒.๑ ขาดศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ one stop service ที่สามารถให้บริการหรือส่งต่อการให้บริการแก่หน่วยงานภายนอกได้อย่างรวดเร็ว
<b>๓. System</b>	ระบบการบริหารมีหน่วยงานบริการ ว. และ ท. ที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากล	๓.๑ ระบบบริหารจัดการยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ เช่น ระบบควบคุมพัสดุครุภัณฑ์ เพื่อให้มีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์อย่างคุ้มค่า และจัดสรรเครื่องมือในการให้บริการอย่างเพียงพอ ๓.๒ ระบบการพัฒนาด้านเทคโนโลยี งานบริการนวัตกรรม การตลาด โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยเอื้อที่ประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกัน

๗s Model	Strength	Weakness
		๓.๓ การจัดการองค์ความรู้ขององค์กรยังไม่ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ๓.๔ การพัฒนา/บูรณาการฐานข้อมูลภายในองค์กรในมิติต่างๆ ให้สมบูรณ์และทันสมัย ๓.๕ กฎระเบียบ และข้อบังคับยังไม่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ภูมิภาค ภิวัตน์ และการแข่งขันในปัจจุบัน
๔. Staff		๔.๑ การบริหารกรอบอัตรากำลัง และการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรยังไม่ชัดเจน
๕. Skill	๕.๑ มีความเชี่ยวชาญงานวิจัยในด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เครื่องมือแพทย์ พลังงานทดแทน บรรจุภัณฑ์ และการจัดการสิ่งแวดล้อม	๕.๑ ขีดความสามารถและผลิตภาพต่ำ
	๕.๒ มีความเชี่ยวชาญงานวิจัยหลากหลายสาขา ที่สามารถบูรณาการงานวิจัยที่มีผลกระทบสูง และสามารถตอบสนองความต้องการภาคชุมชนและกลุ่มอุตสาหกรรมหลายด้าน	
	๕.๓ มีความเชี่ยวชาญงานบริการ วิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ ที่จะรองรับภาคอุตสาหกรรมได้ทุกระดับ และมีห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC ๑๗๐๒๕ จึงได้รับความน่าเชื่อถือ	
๖. Style	๖.๑ มีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ มีความมุ่งมั่นในการบริหารหน่วยงานให้เจริญก้าวหน้า	๖.๑ การทำงานบูรณาการข้ามสายงานยังไม่เข้มแข็งพอ ที่จะนำไปสู่เป้าหมายองค์กรร่วมกัน
๗. Shared values	๗.๑ มีการกำหนดค่านิยมองค์กร ที่ชัดเจน และส่งเสริมให้พนักงานนำมาใช้ในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	

## ๒.๒.๒ โอกาสและอุปสรรคของ วว. ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอนาคต

**มิติด้านการเมือง (Political)** รัฐบาลได้กำหนดนโยบายสนับสนุนการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือกำหนดอนาคต และพัฒนาประเทศให้เป็นสังคมที่อยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ (Knowledge-Based Country) โดยส่งเสริมให้เกิดการทำงานอย่างบูรณาการกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องระหว่างกระทรวง และระหว่างรัฐวิสาหกิจเพื่อสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน และสนับสนุนให้ประชาชนมีกระบวนการคิดแบบมีหลักการทางวิทยาศาสตร์ โดยเน้นให้ความสำคัญกับนโยบายการพัฒนาพลังงานทดแทน การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ปัญหาอุทกภัย ภัยพิบัติต่างๆ และการลดมลพิษจากปัญหาสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และจังหวัดและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีงบประมาณที่สามารถใช้สำหรับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดย วว. และ ท. ได้ อย่างไรก็ตามงบประมาณที่จัดสรรด้าน วทน. ของประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำหากเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนา

**มิติด้านเศรษฐกิจ (Economics)** การเปิดเสรีการค้าภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้เกิดโอกาสสำหรับธุรกิจที่ใช้ วทน. ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการเนื่องจากจะมีความสามารถในการผลิตที่สูงกว่า สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นโอกาสในการเคลื่อนย้ายกำลังคนที่มีความสามารถในสาขาที่ตลาดเคลื่อนเข้าสู่ประเทศ รวมทั้งเป็นโอกาสของตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพจากวัฒนธรรมชาติซึ่งมีขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นผลจากการเปิดเสรีส่งผลให้การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสากลเป็นประเด็นสำคัญสำหรับภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้สามารถส่งออกไปยังประเทศที่มีการกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) อย่างไรก็ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในช่วงถดถอย ทำให้การผลิตที่ต้องขยายการผลิตโดยลงทุนด้วยเทคโนโลยีเครื่องจักรที่มีต้นทุนสูงต้องชะลอการลงทุนออกไป และการเปิดเสรีส่งผลกระทบต่อให้มืองค์กรวิจัย พัฒนา ทั้งภาครัฐและเอกชนของต่างประเทศสามารถเข้ามาดำเนินกิจกรรมด้าน ว. และ ท. ในประเทศไทยได้มากขึ้น ทั้งนี้ วว. ขาดกลไกเพื่อรองรับการเปิดเสรีที่สำคัญเช่น ความร่วมมือเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในลักษณะ Consortium ในประเทศ ASEAN

**มิติด้านสังคม (Social)** การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความต้องการงานวิจัยและพัฒนา ว. และ ท. เฉพาะสำหรับผู้สูงอายุขยายตัว เช่น สินค้าเพื่อสุขภาพ และการให้บริการด้านอาหารสุขภาพ ภูมิปัญญาท้องถิ่นแพทย์พื้นบ้าน นอกจากนั้นการที่ วว. มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ผลิตบริการเพื่อสังคมเป็นโอกาสที่ทำให้ วว. เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชน อย่างไรก็ตามประชาชนส่วนหนึ่งคาดหวังการรับบริการจากหน่วยงานรัฐโดยไม่คิดมูลค่า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณรายได้ของ วว.

**มิติด้านเทคโนโลยี (Technology)** ความแปรปรวนทางภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ประเด็นโลกอุบัติใหม่ ทำให้ทั่วโลกต้องการงานวิจัยและพัฒนา ทาง ว. และ ท. เพื่อรองรับการแก้ปัญหา รวมทั้งความต้องการและความสนใจในสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญามีมากขึ้น เช่น อาหารไทยเพื่อสุขภาพ สมุนไพรไทย แพทย์พื้นบ้าน จึงเป็นโอกาสให้ผลิตภัณฑ์และบริการ วทน. ในสาขาดังกล่าวขยายตัว นอกจากนั้นมาตรการทางการค้าในระดับสากลมีข้อกำหนดให้ใช้เทคโนโลยีที่เป็น

มิตรกับสิ่งแวดล้อมและการนำของเหลือกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่ วว. จะต้องเตรียมปรับปรุง การผลิตงานวิจัย เทคโนโลยีและงานบริการให้สอดคล้อง ทั้งนี้ การเกิดนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดจะส่งผล ให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ผลิตที่มีความพร้อม รวมทั้งผู้ประกอบการมีทางเลือกซื้อเทคโนโลยีได้จาก หลายประเทศและขาดความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ผลิตในประเทศ

**ตารางที่ ๒.๓** การวิเคราะห์โอกาสและข้อจำกัด PEST Analysis

PEST Analysis	Opportunity	Threat
<b>๑. Political</b>	๑.๑ นโยบายรัฐบาลสนับสนุนการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือกำหนดอนาคตและพัฒนาประเทศให้เป็นสังคมที่อยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ (Knowledge-Based Country) และให้ประชาชนมีกระบวนการคิดแบบมีหลักการทางวิทยาศาสตร์	๑.๑ รัฐบาลจัดสรรงบประมาณวิจัยและพัฒนาค่อนข้างต่ำ หากเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว
	๑.๒ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ประเทศ โดยดำเนินงานในลักษณะบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานกระทรวงและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกัน เป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร	
	๑.๓ รัฐบาลให้ความสำคัญกับนโยบายการพัฒนาพลังงานทดแทน การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ปัญหาอุทกภัย ภัยพิบัติต่างๆ และการลดมลพิษจากปัญหา สิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน	
	๑.๔ จังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีงบประมาณใช้ได้โดยตรงสำหรับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัด	
<b>๒. Economics</b>	๒.๑ การเปิดเสรีการค้าภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจจากการใช้ ivot. และ การเคลื่อนย้ายกำลังคน	๒.๑ ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของโลก ทำให้การผลิตและความต้องการของโลกลดลง ทำให้การปรับปรุง/เพิ่มการผลิตด้วยเทคโนโลยีมีแนวโน้มลดลง
	๒.๒ ระบบคุณภาพมาตรฐานสากลจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรม เพื่อการยอมรับคุณภาพสินค้า	๒.๒ มีคู่แข่งองค์กรวิจัย พัฒนา ทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวนมากขึ้น มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากภาคเอกชน
	๒.๓ ตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพขยายตัวรวดเร็ว เป็นโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพจากวัตถุดิบธรรมชาติเพื่อสนองตลาด	๒.๓ ไม่มี Consortium ในประเทศ ASEAN เพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน



PEST Analysis	Opportunity	Threat
๓. Social	๓.๑ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์ สังคม ผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิดความ ต้องการงานวิจัยและพัฒนา ว. และ ท. เฉพาะด้าน	๓.๑ สาธารณชนหวังการรับบริการจาก หน่วยงานรัฐโดยไม่คิดมูลค่า ทำให้เป็น อุปสรรคต่อรายได้ วว.
	๓.๒ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็น โอกาสที่ทำให้ วว. เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชน	
๔. Technology	๔.๑ ความแปรปรวนทางภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ประเด็นโลกอุบัติใหม่ ทำให้ทั่วโลกต้องการงานวิจัยและพัฒนา ทาง ว. และ ท. เพื่อรองรับการแก้ปัญหา	๔.๑ การเกิดนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดจะส่งผล ให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งที่มีความ พร้อม
	๔.๒ ความต้องการและความสนใจในสินค้าและ บริการทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญามีมากขึ้น เช่น อาหารไทยเพื่อสุขภาพ สมุนไพรไทย แพทย์พื้นบ้าน	๔.๒ ผู้ประกอบการมีทางเลือกซื้อเทคโนโลยีได้ จากหลายประเทศ และยังมีความมั่นใจ เทคโนโลยีในประเทศต่ำ ทำให้มีผลต่อการ ตัดสินใจใช้เทคโนโลยีที่ วว. วิจัยและพัฒนา
	๔.๓ มาตรการระดับสากลมีข้อกำหนดด้าน เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการ นำของเหลือกลับมาใช้ใหม่	

### ๒.๓ การแบ่งส่วนตลาดและกลุ่มตลาดเป้าหมายของ วว.

การดำเนินงานบริการของ วว. ที่เกี่ยวข้องกับตลาดผู้ใช้เทคโนโลยี พบว่ามีผู้มุ่งหวังในตลาดมี จำนวนมากและอยู่กันอย่างกระจุกกระจายและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้น วว. จึงมุ่งเน้นการเข้าถึง หรือตอบสนองความต้องการของตลาดดังนี้:

๑. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยทำการแยกตลาดแต่ละส่วนซึ่งแตกต่างกัน ออกจากตลาดใหญ่
๒. กำหนดตลาดเป้าหมาย (Market targeting) การประเมินและทำการเลือกส่วนตลาดเพื่อ กำหนดแผนงาน
๓. กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Product Positioning) ทำการสร้างและพยายามสื่อสาร ให้เห็นถึงผลประโยชน์เด่นที่สำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการของ วว. ในตลาด

### ๒.๓.๑ การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

วว. ทำการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์จากผลิตภัณฑ์และบริการของ วว. ตามวิสัยทัศน์ “องค์กรชั้นนำระดับอาเซียนในด้านวิจัย พัฒนา และบริการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.)” ในการส่งเสริมพัฒนา วทน. และ การนำ วทน. ไปใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งในเชิงสังคมและเชิงเศรษฐกิจ ดังนี้

#### ๒.๓.๑.๑ ส่วนตลาดงานวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยี

ส่วนตลาดงานวิจัยแบ่งออกเป็น ๒ ส่วนด้วยกัน คือ

- ๑) กลุ่มที่ต้องการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์
- ๒) กลุ่มที่ต้องการรับบริการวิจัยและพัฒนาและบริการที่ปรึกษา

#### ๒.๓.๑.๒ ส่วนตลาดงานบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ส่วนตลาดงานบริการแบ่งออกเป็น ๒ ส่วนด้วยกัน คือ

- ๑) กลุ่มที่ต้องการรับบริการวิเคราะห์ ทดสอบ และสอบเทียบ
- ๒) กลุ่มที่ต้องการรับรองระบบคุณภาพ
- ๓) กลุ่มที่ต้องการรับบริการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

### ๒.๓.๒ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

ตามที่ วว. ได้กำหนด สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากผลกระทบต่อสังคม ได้แก่ จำนวนผู้ประกอบการ และจำนวนการจ้างงาน ควบคู่กันกับผลกระทบต่อเศรษฐกิจที่พิจารณามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การส่งออก การนำเข้า และผลิตภาพ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีกว่าร้อยละ ๙๙ ในระบบห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่มูลค่า และศักยภาพและความพร้อมทางด้านวิจัย พัฒนา และบริการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ของ วว. ที่เหมาะสมกว่ากึ่งศตวรรษ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมไทยไปสู่ยุคเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) และ สังคมสีเขียว (Green Society) ได้แก่

๑. กลุ่มสาขาอุตสาหกรรมดั้งเดิมของประเทศจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่ประเทศไทยต้องพยายามรักษา เพื่อให้เกิดการจ้างงานและการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

- ๑.๑ กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรกรรม: พืชสวน พืชสมุนไพรและพืชเศรษฐกิจใหม่
- ๑.๒ กลุ่มอุตสาหกรรมวิศวกรรม: เครื่องมือเฉพาะทางกลุ่มเครื่องมือทางการแพทย์ และเครื่องจักรอุตสาหกรรม
- ๑.๓ กลุ่มอุตสาหกรรมเบา: บรรจุภัณฑ์ Bio Packaging
- ๑.๔ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ: อาหารแปรรูป ยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์แร่โลหะที่ใช้ในการก่อสร้าง
- ๑.๕ กลุ่มธุรกิจบริการและการค้า: ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

๒. กลุ่มสาขาอุตสาหกรรมใหม่และสาขาที่มีแนวโน้มที่ดี ได้แก่ สาขาพลังงานทดแทน (๒nd Generation and ๓rd Generation) และกลุ่มสาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ วว. เพื่อช่วยให้การดำเนินงานตามภารกิจสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้หนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากคุณลักษณะคล้ายกันตามความต้องการดังนี้

๑) กลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์

- วิสาหกิจขนาดใหญ่ (Large Enterprises): (วิสาหกิจภาคการผลิตที่มีสินทรัพย์ถาวรเกิน ๒๐๐ ล้านบาท และ/หรือ มีการจ้างงานเกิน ๒๐๐ คน และวิสาหกิจภาคบริการที่มีสินทรัพย์ถาวรเกิน ๒๐๐ ล้านบาท และ/หรือ มีการจ้างงานเกิน ๒๐๐ คน วิสาหกิจภาคการค้าที่มีสินทรัพย์ถาวรเกิน ๑๐๐ ล้านบาท และ/หรือ มีการจ้างงานเกิน ๕๐ คน)
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises): ที่มีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกกิจการของ SMEs ว่าจะเป็วิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม จากมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร และ จำนวนการจ้างงาน
  - ☛ การผลิต : วิสาหกิจขนาดกลางที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๒๐๐ ล้านบาท และ/หรือ การจ้างงานไม่เกิน ๒๐๐ คน วิสาหกิจขนาดเล็กมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๕๐ ล้านบาท และ/หรือการจ้างงานไม่เกิน ๕๐ คน
  - ☛ การบริการ : วิสาหกิจขนาดกลางที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๒๐๐ ล้านบาทและ/หรือ การจ้างงานไม่เกิน ๒๐๐ คน วิสาหกิจขนาดเล็กมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๕๐ ล้านบาท และ/หรือการจ้างงานไม่เกิน ๕๐ คน
  - ☛ การค้าส่ง : วิสาหกิจขนาดกลางที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาท และ/หรือ การจ้างงานไม่เกิน ๕๐ คน วิสาหกิจขนาดเล็กที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๕๐ ล้านบาท และ/หรือการจ้างงานไม่เกิน ๒๕ คน
  - ☛ การค้าปลีก : วิสาหกิจขนาดกลางที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๖๐ ล้านบาท และ/หรือ การจ้างงานไม่เกิน ๓๐ คน วิสาหกิจขนาดเล็กที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน ๓๐ ล้านบาท และ/หรือการจ้างงานไม่เกิน ๑๕ คน
- องค์กรภาครัฐ

๒) กลุ่มลูกค้าเชิงสังคม

- วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ OTOP
- ประชาชน ชุมชนทั่วไป
- องค์กรภาครัฐ

**๒.๔ ผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี วว. ที่มีความพร้อมนำสู่ตลาด**

วว. แบ่งผลผลิตทางการตลาดออกได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

๒.๔.๑ ผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี การบริการวิจัยและพัฒนาและบริการที่ปรึกษา

๒.๔.๒ การให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบและรับรองระบบคุณภาพ

**๒.๔.๑ ผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี การบริการวิจัยและพัฒนาและบริการที่ปรึกษา**

ตัวอย่าง ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีสู่พร้อมถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์ในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ จากการดำเนินโครงการวิจัยจำนวน ๓๕ โครงการ ได้ดังนี้

**๑) สาขาอาหารแปรรูปและเกษตรต่อเนื่อง**

- ๑.๑ เครื่องต้มผลไม้รวมไลโคเอ็ม
- ๑.๒ เครื่องต้มสมุนไพรผักพื้นบ้าน (ผักหวานบ้าน/ ผักเชียงดา)
- ๑.๓ เครื่องต้มชาผักหวานป่า
- ๑.๔ เครื่องต้มสกัดจากปลายข้าว
- ๑.๕ เครื่องต้มน้ำกล้วยหอม
- ๑.๖ ผลิตภัณฑ์เห็ดเพื่อสุขภาพ : ผลิตภัณฑ์เครื่องต้มเห็ด
- ๑.๗ ผลิตภัณฑ์เห็ดเพื่อสุขภาพ : ผลิตภัณฑ์ซูปเห็ดกึ่งสำเร็จรูป
- ๑.๘ ผลิตภัณฑ์เห็ดเพื่อสุขภาพ : ผลิตภัณฑ์น้ำยากระเทียมเห็ดกึ่งสำเร็จรูป
- ๑.๙ ผลิตภัณฑ์เห็ดเพื่อสุขภาพ : ผลิตภัณฑ์ต้มแช่เห็ด
- ๑.๑๐ ผลิตภัณฑ์เห็ดเพื่อสุขภาพ : ผลิตภัณฑ์นึ่งเห็ด
- ๑.๑๑ ผลิตภัณฑ์เห็ดเพื่อสุขภาพ : ผลิตภัณฑ์เห็ดแผ่นทอดกรอบ
- ๑.๑๒ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์น้ำเงาะเข้มข้น
- ๑.๑๓ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์เนื้อเงาะแผ่นกรอบ

- ๑.๑๔ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์เงาะแช่อิ่มอบแห้งในน้ำเสาวรส
- ๑.๑๕ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์เมล็ดเงาะเคลือบปรุงรส
- ๑.๑๖ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์น้ำส้มสายชูหมักและน้ำส้มสายชูพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพจากน้ำเงาะ
- ๑.๑๗ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์โยอาหารจากเปลือกเงาะ
- ๑.๑๘ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเงาะ : ผลิตภัณฑ์แปงจากเมล็ดเงาะ
- ๑.๑๙ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากลองกอง : เครื่องดื่มน้ำลองกอง
- ๑.๒๐ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากลองกอง : ผลิตภัณฑ์แยมและเยลลี่ลองกอง
- ๑.๒๑ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากลองกอง : ผลิตภัณฑ์ลองกองลอยแก้ว
- ๑.๒๒ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากลองกอง : ผลิตภัณฑ์ลองกองแช่อิ่มอบแห้ง
- ๑.๒๓ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพริกขี้หนู : ผลิตภัณฑ์สารสกัดพริกขี้หนู
- ๑.๒๔ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพริกขี้หนู : ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรส สูตรธรรมชาติและสูตรพริกขี้หนู
- ๑.๒๕ ผลไม้แช่อิ่มอบแห้งที่ให้พลังงานต่ำ
- ๑.๒๖ ขนมขบเคี้ยวรูปแท่งสูตรสำหรับผู้ใหญ่
- ๑.๒๗ ผลิตภัณฑ์โยอาหารจากเปลือกผลไม้
- ๑.๒๘ ผลิตภัณฑ์โพรไบโอติกสำหรับมนุษย์
- ๑.๒๙ ผลิตภัณฑ์โพรไบโอติกสำหรับไก่
- ๑.๓๐ ผลิตภัณฑ์พลูมิคซ์
- ๑.๓๑ ผลิตภัณฑ์ CE-Chick
- ๑.๓๒ ผลิตภัณฑ์วัคซีนป้องกันการติดเชื้อ Salmonella ในไก่
- ๑.๓๓ เครื่องคั้นน้ำมะนาวและน้ำส้ม
- ๑.๓๔ เครื่องล้างผักอัลตราโซนิคส์
- ๑.๓๕ เครื่องล้างผักครบวงจร
- ๑.๓๖ เครื่องหั่นผักและผลไม้
- ๑.๓๗ เครื่องแยกกากสำหรับผลิตน้ำมะขาม
- ๑.๓๘ เครื่องขัดผิวมันฝรั่ง
- ๑.๓๙ เครื่องปอกกระเทียม
- ๑.๔๐ เครื่องขึ้นรูปขนมกวน

- ๑.๔๑ เครื่องตัดขนมขบเคี้ยวแบบรูปทรงสี่เหลี่ยม
- ๑.๔๒ วัสดุประหยัดพลังงานจากเส้นใยธรรมชาติ
- ๑.๔๓ โรงเรือนเพาะเห็ดฟาง
- ๑.๔๔ สารเคลือบผิวเพื่อยืดอายุการเก็บรักษามะม่วงและมังคุด

## ๒) สาขาอาหารเสริมสุขภาพ สมุนไพรและเวชสำอาง

- ๒.๑ ครีมแก้การปวดบวมอักเสบจากไหล “ไหลเจล”
- ๒.๒ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวและเส้นผมจากเมล็ดชา
- ๒.๓ ผลิตภัณฑ์ป้องกันแผลเป็นนูน “ลิโค-สการ์ครีม”
- ๒.๔ เวชสำอางค์ลดฝ้า ลดริ้วรอยและผลิตภัณฑ์กันแดดจากสารสกัดดอกบัวสาย “นิมฟ์ เดอ เมลา”
- ๒.๕ เวชสำอางป้องกันรังแคจากสารสกัดตะไคร้และขิง “ลิทเซียร่า”
- ๒.๖ เครื่องสำอางจากสารสกัดฟักข้าว : เจลล้างหน้า โฟมล้างหน้า สบู่ โทเนอร์ เซรั่ม
- ๒.๗ บำรุงผิวใต้ดวงตา เซรั่มบำรุงผิว ครีมทาหน้า ทาผิว
- ๒.๘ เครื่องสำอางจากสารสกัดลองกอง : เจลล้างหน้า โทเนอร์ มาส์กพอกหน้า
- ๒.๙ อาหารเสริมจากผักใบเขียวเพื่อเพิ่มความจำ “เบรนนีแทป”
- ๒.๑๐ อาหารเสริมที่มีสารต้านอนุมูลอิสระจากสารสกัดฟักข้าว
- ๒.๑๑ อาหารเสริมประเภทโยอาหารละลายน้ำได้จากผักพื้นบ้าน : ผักเชียงดา
- ๒.๑๒ อาหารเสริมประเภทโยอาหารละลายน้ำได้จากผักพื้นบ้าน : ผักชะแยง
- ๒.๑๓ อาหารเสริมประเภทโยอาหารละลายน้ำได้จากผักพื้นบ้าน : ผักแพ้ว
- ๒.๑๔ ยาเม็ดเคลือบฟิล์มสำหรับรักษาโรคริดสีดวงทวาร
- ๒.๑๕ เจลโพลิบาล์ม
- ๒.๑๖ สบู่เหลวสุคนธ์บำบัด

## ๓) สาขาเครื่องมือเฉพาะทางกลุ่มเครื่องมือทางการแพทย์

- ๓.๑ เครื่องกระตุ้นกล้ามเนื้อด้วยไฟฟ้า
- ๓.๒ แผ่นประคบเซรามิกเพื่อกายภาพบำบัด
- ๓.๓ รถนั่งเคลื่อนที่เอนกประสงค์อัตโนมัติ
- ๓.๔ เครื่องดึงหลังและคอควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์

๓.๕ เครื่องผสมสารอัลตราโซนิคส์

๓.๖ ฝือกอ่อนย่อยสลายได้จากพลาสติกชีวภาพ

#### ๔) สาขาพลังงานทดแทน สิ่งแวดล้อมและเกี่ยวเนื่อง

๔.๑ เครื่องต้นแบบ Molecular Sieve ชนิดเคลื่อนที่เพื่อผลิตเอทานอลไร้น้ำ

๔.๒ ระบบผลิตก๊าซชีวภาพจากเศษอาหาร

๔.๓ โรงงานผลิตไฟฟ้าจากขยะชุมชน

นอกเหนือจากการวิจัยผลงานในรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการต่อยอดในเชิงพาณิชย์ วว. ยังดำเนินการบริการวิจัยและเป็นที่ปรึกษา บนพื้นฐานความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของนักวิจัย วว. ตัวอย่าง ดังนี้

- การให้บริการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์
- การให้บริการปรับปรุงกระบวนการผลิต
- การให้บริการยืดอายุผลิตภัณฑ์
- การให้บริการปรับปรุงสูตร
- การพัฒนาเครื่องจักรด้านอาหาร
- การให้บริการวิจัยเทคโนโลยีบำบัดน้ำเสีย
- การให้บริการวิจัยเทคโนโลยีการผลิตก๊าซชีวภาพจากเศษอาหาร
- การให้บริการวิจัยกระบวนการผลิตไบโอดีเซล
- การพัฒนากระบวนการผลิตเอทานอล
- การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตแท่งเชื้อเพลิงแข็งจากวัสดุการเกษตร
- การให้บริการที่ปรึกษาการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม
- การให้บริการที่ปรึกษาด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว นิเวศวิทยา

#### ๒.๔.๒ การให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบและรับรองระบบคุณภาพ

วว. ได้จัดเตรียมความพร้อมการให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบและรับรองระบบคุณภาพ ที่มีศักยภาพในการทำตลาดในปัจจุบัน ดังนี้

##### ๑) การให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ

- การให้บริการวิเคราะห์ทดสอบอาหารรองรับโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก
- การบริการวิเคราะห์ ทดสอบเพื่อรองรับกฎระเบียบสากล (REACH)

- ห้องปฏิบัติการทดสอบการสลายตัวทางชีวภาพ
- การทดสอบระบบราง
- การทดสอบบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก
- การตรวจวิเคราะห์ ทดสอบ จัดเก็บสายพันธุ์จุลินทรีย์และข้อมูล เพื่อใช้ในด้านอุตสาหกรรม การเกษตร สิ่งแวดล้อม

## ๒) การรับรองระบบคุณภาพ

- ระบบมาตรฐาน ISO ๙๐๐๑
- ระบบมาตรฐาน ISO ๑๔๐๐๑
- ระบบมาตรฐาน ISO ๒๒๐๐๐
- ระบบมาตรฐาน ISO/IEC ๑๗๐๒๕ .
- ระบบมาตรฐาน GMP
- ระบบมาตรฐาน HACCP
- ระบบมาตรฐาน มอก./OHSAS ๑๘๐๐๑
- ระบบมาตรฐานการท่องเที่ยว
- การรับรองผลิตภัณฑ์ไบโอพลาสติก



ส่วนที่ ๒ แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

บทที่ ๓

กลยุทธ์และแผนงานด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

## ส่วนที่ ๒ แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

### บทที่ ๓ กลยุทธ์และแผนงานด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ฉบับนี้เป็นการนำนโยบายและแผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากกรรมการบริหารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย มาดำเนินการพัฒนาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการตามหลักการ ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ ได้แก่

๑. กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์
๒. กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

#### กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์

กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์ มีกรอบงบประมาณ ๓๕.๗๘ ล้านบาทตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการฯ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ในการดำเนินงานการสร้างเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพด้าน วทน. ของ วว. เพื่อสนับสนุนสังคมฐานความรู้ อย่างทั่วถึงและตอบสนองวิถีชีวิตในอนาคตของประชาชนส่วนใหญ่ ด้านการเพิ่มขีดความสามารถด้าน วทน. ของ วว. เพื่อสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจ และด้านการเพิ่มขีดความสามารถด้าน วทน. ของ วว. เพื่อสนับสนุน ความมั่นคง ด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมของประเทศ ตามลำดับ

การส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายลูกค้าภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาตลาดการถ่ายทอดงานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ให้สามารถนำผลงานขององค์กรไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ของภาคเอกชนได้กำหนดเป้าหมายเชิงผลผลิต และผลลัพธ์ ตามแผนวิสาหกิจไว้ดังนี้

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์ที่ ๑ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผน พ.ศ. ๒๕๕๙				
กลยุทธ์	Management	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางานวทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์	Marketing Plan and Network	๑. จำนวนเครือข่ายลูกค้าหน่วยงานร่วม R&D และ/หรือร่วมถ่ายทอดฯ ๒๖ เครือข่าย ๒. จำนวนลูกค้าอนุญาตใช้สิทธิและร่วม R&D ๘๐๐ ราย ๓. สัดส่วนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำงานร่วมกับภาคเอกชนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐ ๔. เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕	จำนวนประชากรที่เข้าถึงการบริการจากการวิจัยขององค์กรไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน	๑. การนำเข้า และดุลชำระเงินทางด้านเทคโนโลยีลดลง ๒. ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อหัวประชากรลดลง ๓. จำนวนการเจ็บป่วยของประชากรลดลง ๑ GDP

หมายเหตุ: การวิเคราะห์ผลลัพธ์และผลกระทบดำเนินการในปีที่ ๓, ๕, ของแผน ฯ

แผนพัฒนาทางธุรกิจวัดเชิงผลผลิต						
มิติของผลผลิต	ผลผลิต	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙
เชิงปริมาณ - Customer Perspectives	จำนวนเครือข่ายลูกค้าหน่วยงานร่วม R&D และ/หรือร่วมถ่ายทอดฯ ๒๖ เครือข่าย	๒	๘	๘	๘	
เชิงปริมาณ - Customer Perspectives	จำนวนลูกค้าอนุญาตใช้สิทธิและร่วม R&D ๘๐๐ ราย	๑๐๐	๑๐๐	๒๐๐	๒๐๐	๒๐๐
เชิงคุณภาพ - Learning and Growth Perspectives	สัดส่วนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำงานร่วมกับภาคเอกชนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐	๑๐:๙๐	๑๕:๘๕	๒๐:๘๐	๓๐:๗๐	๓๐:๗๐
เชิงคุณภาพ - Financial Perspectives	เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕	๑๕	๒๐	๒๒	๒๓	๒๕

โครงการ/กิจกรรม ตามกลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์ มีจำนวน ๒๖ โครงการ มีกรอบงบประมาณตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการฯ รวม ๓๕.๗๘ ล้านบาท มีรายละเอียดสรุปดังนี้:

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน) หน่วยงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์		๐.๒๐	๑.๕๘	๗.๑๐	๑๓.๐๐	๑๕.๐๐	๓๕.๗๘
แผนงานที่ ๑.๑ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเสริมสร้างสุขภาพไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์	๓ หน่วยงาน			๐.๑๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๑๐
๑. โครงการการสร้างความร่วมมือกับสมาคมแพทย์แผนไทย							
๒. โครงการการสร้างความร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)							
๓. โครงการการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจยาและสมุนไพรเวชสำอาง จังหวัดลำพูน							
แผนงานที่ ๑.๒ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรขององค์กรไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์	๓ หน่วยงาน		๐.๐๓	๒.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๕.๐๓
๔. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่และการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชน และท้องถิ่นร่วมกับธนาคารออมสิน/กรุงไทย/บสย.							
๕. โครงการการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับกรมส่งเสริมการเกษตร							
๖. โครงการการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร							
แผนงานที่ ๑.๓ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชน และท้องถิ่น	๖ หน่วยงาน		๑.๒๕	๓.๐๐	๕.๐๐	๖.๐๐	๑๕.๒๕
๗. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์							
๘. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดระยอง							
๙. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดตราด							
๑๐. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชน ๓ จังหวัดชายแดนภาคใต้							
๑๑. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดจันทบุรี							
๑๒. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชน จังหวัดแพร่							

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน)/ หน่วยงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
แผนงานที่ ๑.๕ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการ ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเครื่องจักรอุตสาหกรรมไปใช้ ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม	๑ หน่วยงาน				๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๐๐
๑๓. โครงการสร้างเครือข่ายกับวิทยาลัยอาชีวศึกษา							
แผนงานที่ ๑.๕ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการ ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเครื่องจักรอุตสาหกรรมไปใช้ เสริมสร้างสุขภาพและเวชภัณฑ์ไปในเชิงพาณิชย์	๑ หน่วยงาน				๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๐๐
๑๔. การสร้างเครือข่ายร่วมกับสถาบันอาหารเพื่อการตรวจรับรองระบบ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร							
แผนงานที่ ๑.๖ การพัฒนาเครือข่ายเพื่อเร่งรัดการใช้ประโยชน์จาก ข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้เพื่อการเพิ่มขีดความสามารถของ องค์กรตัวงานบริการด้าน ว. & ท.	๑๐ หน่วยงาน	๑.๒๐	๐.๒๐	๒.๐๐	๒.๐๐	๒.๐๐	๖.๔๐
๑๕. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย							
๑๖. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี							
๑๗. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับสภาหอการค้าไทย							
๑๘. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับมหาวิทยาลัย หอการค้าไทย							
๑๙. โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ ร่วมกับโครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการ ให้บริการร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ							
๒๐. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสำนักงานส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)							
๒๑. โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ ร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและกรมวิทยาศาสตร์ บริการ							
๒๒. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม							
๒๓. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมเจรจาการค้า ระหว่างประเทศ							
๒๔. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับ ธนาคารกสิกรไทย (KSMES)							
แผนงานที่ ๑.๗ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการ ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านพลังงานไปใช้ในภาค เศรษฐกิจและสังคม	๑ หน่วยงาน				๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๐๐
๒๕. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสภาอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย							

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน)/ หน่วยงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
แผนงานที่ ๑.๘ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมไปใช้ในภาคเศรษฐกิจและสังคม	๑ หน่วยงาน				๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๐๐
๒๖. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ							

หมายเหตุ: งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๖ เป็นงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงบประมาณ ส่วนงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๗-๒๕๕๙ เป็นกรอบที่จะยื่นขอการจัดสรรและได้ผ่านการพิจารณาจากสำนักงบประมาณต่อไป

## กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร กำหนดกรอบงบประมาณ ๔๕.๔๙ ล้านบาทตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการฯ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการขององค์กร ด้านการเพิ่มช่องทางการตลาด สนับสนุนการพัฒนา วทน. เพื่อการพาณิชย์และเพื่อการสังคมขององค์กรโดยมีแผนงานสำคัญ ๓ แผนงานดังนี้

๑. การพัฒนาระบบการตลาดปัจจุบันและอนาคต
๒. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ด้วยวิธีการและช่องทางที่หลากหลาย
๓. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด

### แผนงานที่ ๒.๑ การพัฒนาระบบการตลาดปัจจุบันและอนาคต

เพื่อศึกษาและวิจัยตลาดเชิงลึกเพื่อชี้ให้เห็นถึงโอกาสและช่องทางการตลาด การจัดทำแผนการตลาดที่มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นภาครัฐเพื่อเป็นเครือข่ายความร่วมมือการเป็นคู่ค้าทางการตลาด และกลุ่มลูกค้าภาคเอกชนในสาขาเป้าหมาย และพื้นที่เป้าหมาย เพื่อการให้บริการด้านการวิจัยและพัฒนา การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการบริการ ว. & ท. ตลอดจนการจัดทำแผนการปรับปรุงคุณภาพให้สามารถแข่งขันได้และสอดคล้องกับเงื่อนไขทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ มีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเดิมและใหม่ที่มีการวิเคราะห์การใช้บริการซ้ำ การจัดทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อการพัฒนาการตลาด

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์ ๒ แผนงาน ๒.๑ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผน พ.ศ. ๒๕๕๙				
แผนงาน	Management	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
การพัฒนาระบบการตลาดปัจจุบันและอนาคต	Marketing Planning	๑. มีการดำเนินงานตามแผนการตลาด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ตามแผนงานที่กำหนด ๒. เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕	เกิดผลดีภาพในการทำงานอย่างทั่วถึง	๑. ขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพิ่มขึ้น

หมายเหตุ: การวิเคราะห์ผลลัพธ์และผลกระทบดำเนินการในปีที่ ๓, ๕, ของแผน ฯ

แผนที่นำทางการชีวิตเชิงผลผลิต						
มิติของผลผลิต	ผลผลิต	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙
เชิงปริมาณ – Customer Perspectives	มีการดำเนินงานตามแผนการตลาด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ตามแผนงานที่กำหนด	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
เชิงคุณภาพ – Financial Perspectives	เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๐	๑๕	๒๐	๒๒	๒๓	๒๕

โครงการ/กิจกรรม ตามแผนงานที่ ๒.๑ : การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีจำนวน ๗ โครงการ มีกรอบงบประมาณตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการฯ รวม ๑๓.๕๐ ล้านบาท มีรายละเอียดสรุปดังนี้:

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน)/ หน่วยงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม	
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙		
กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร		๐.๔๖	๑.๔๖	๒.๕๖	๕.๘๖	๓.๒๔	๑๓.๕๐	
แผนงานที่ ๒.๑: การพัฒนาบบการตลาดปัจจุบันและอนาคต								
๑.	โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีด้านการตลาด	๕ แผน	๐.๑๐	๐.๑๐	๐.๒๐	๐.๒๕	๐.๓๐	๐.๙๕
๒.	โครงการจัดทำแผนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของ วว.	๔ แผน			๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๖๐
๓.	โครงการศึกษาและวิจัยตลาดเชิงลึก รายสาขาอุตสาหกรรม	๓ รายงาน		๑.๐๐		๓.๐๐		๔.๐๐
๔.	โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อการพัฒนาการตลาดประจำปี	๔ ครั้ง	๐.๓	๐.๐๑	๐.๐๒	๐.๐๓	๐.๓	๐.๖๖
๕.	โครงการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการให้บริการงานวิจัยและบริการ	๓ ครั้ง		๐.๓๐	๐.๕๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๘๐

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน/ หน่วยงาน)	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
๖. โครงการการพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้า	๑๒๐ ครั้ง	๐.๐๒ (๒๐ ครั้ง)	๐.๐๔ (๒๐ ครั้ง)	๐.๐๖ (๒๕ ครั้ง)	๐.๐๖ (๓๐ ครั้ง)	๐.๐๗ (๒๕ ครั้ง)	๐.๒๕
๗. โครงการศึกษาวิเคราะห์ Benchmarking หน่วยงานวิจัยและบริการด้าน ว และ ท	๓ รายงาน			๐.๐๕	๑.๐๐	๑.๐๐	๒.๐๕
๘. โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลงานวิจัยภายในและภายนอก	๑ ฐานข้อมูล			๐.๒๔			๐.๒๔
๙. โครงการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและบัตรสมาชิก TISTR Family	๓ ฐานข้อมูล ๓๐ VIP		๐.๐๑	๑.๐๐	๐.๐๒	๐.๐๒	๑.๐๕
๑๐. โครงการ จัดงาน Marketing Consortium เพื่อ การหาแนวทางและผลักดันงานสู่อาเซียน	๓ ครั้ง			๐.๒๕	๐.๓	๐.๓๕	๐.๙๐

หมายเหตุ: งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๗ เป็นงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงบประมาณ ส่วนงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๕๙ เป็นกรอบที่จะยื่นขอการจัดสรรและได้ผ่านการพิจารณาจากสำนักงบประมาณต่อไป

## แผนงานที่ ๒.๒ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ด้วยวิธีการและช่องทางที่หลากหลาย

ดำเนินการจัดทำสื่อเพื่อโฆษณาองค์กร (Corporate Advertising) ที่มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทางสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ต่างๆ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศการ ประชาสัมพันธ์ และการส่งข่าวสารให้เครือข่ายลูกค้าและพนักงาน เช่น e-mail SMS facebook ฯลฯ การพัฒนาช่องทาง การสื่อสารเพื่อรับฟังข้อร้องเรียน Voices of Customer การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกตามภูมิภาค ต่างๆ การจัดทำ FISTR Open House โดยมีกิจกรรม Innovation Day, OZONE Products, and TISTR Clinic ตลอดจนกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพี่ลูกค้าและพนักงานของสถาบัน การผลิตสารคดีเผยแพร่ ทางสถานีโทรทัศน์ การจัดนิทรรศการตามรอยพระบาท การจัดการกิจกรรมตามรอยเท้าที่จำงหาย การจัดการ เสวนาเรื่องภาพเก่าเมื่อ TISTR ยังเด็กเล่าเรื่อง การจัดการกิจกรรมพัฒนาบุคลากรเครือข่ายประชาสัมพันธ์ (จัด ประชุมสัมมนาปฏิบัติการภายใน ภายนอกและศึกษาดูงาน) การพัฒนาระบบการจับคู่ธุรกิจ และการพัฒนา ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการผ่านช่องทาง Internet มุ่งสู่การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์ที่ ๒ แผนงาน ๒.๒ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผน พ.ศ. ๒๕๕๔				
แผนงาน	Technology	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ด้วย วิธีการและช่องทางที่ หลากหลาย	Integrated Marketing Communication	๑. จำนวนลูกค้าได้รับ ข้อมูล ข่าวสารทางตรง และทางอ้อม ไม่น้อยกว่า ๒ ล้านราย ๒. จำนวนลูกค้าขออนุญาต ใช้สิทธิและ/หรือขอรับการ ถ่ายทอดฯ ๓๐๐ ราย เกิดการนำผลการวิจัยและ พัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และ เชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕	วิสาหกิจ ประชาชน และ ชุมชน สามารถ เข้าถึงข้อมูลและการนำ ข้อมูล วทน. ไปใช้ในเชิง เศรษฐกิจและเชิงสังคม ได้อย่างทั่วถึง	๑. ขีดความสามารถใน การแข่งขันของ องค์กรเพิ่มขึ้น

หมายเหตุ: การวิเคราะห์ผลลัพธ์และผลกระทบดำเนินการในปีที่ ๓, ๕, ของแผน ฯ



แผนที่นำทางการชีวิตเชิงผลผลิต						
มิติของผลผลิต	ผลผลิต	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙
เชิงปริมาณ - Customer Perspectives	จำนวนลูกค้าได้รับ ข้อมูลข่าวสารทางตรง และทางอ้อมไม่น้อยกว่า ๒๕ ล้านราย					
เชิงปริมาณ - Customer Perspectives	จำนวนลูกค้าอนุญาตให้สิทธิและ/หรือขอรับถ่ายทอคา ๑,๒๐๐ ราย	๒๐๐	๓๐๐	๓๐๐	๒๐๐	๒๐๐
เชิงคุณภาพ – Financial Perspectives	เกิดการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕	๑๕	๒๐	๒๒	๒๓	๒๕

**โครงการ/กิจกรรม ตามแผนงานที่ ๒.๒ : การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร** มีจำนวน ๘ โครงการ มีกรอบงบประมาณตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการฯ รวม ๑๙.๒๙ ล้านบาท มีรายละเอียดสรุปดังนี้:

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน/ หน่วยงาน)	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม (๒๕๕๗- ๒๕๖๑)
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร		๒.๖๓	๒.๗๐	๓.๖๑	๕.๑๐	๕.๒๕	๑๙.๒๙
แผนงานที่ ๒.๒: การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ด้วยวิธีการและช่องทางที่หลากหลาย							
๑.โครงการจัด TISTR Innovation 's day	๒๐	๐.๒ (๔ ครั้ง)	๐.๒ (๔ ครั้ง)	๐.๑๔ (๔ ครั้ง)	๐.๓ (๔ ครั้ง)	๐.๓๕ (๔ ครั้ง)	๑.๑๙
๒.โครงการสร้างแบรนด์ วว. ภายใต้ TISTR PRODUCT	๒๐ ผลิตภัณฑ์	-	๐.๒ (๒ ผลิตภัณฑ์)	๑.๐ (๕ ผลิตภัณฑ์)	๐.๕ (๖ ผลิตภัณฑ์)	๐.๕ (๗ ผลิตภัณฑ์)	๒.๒๐
๓.โครงการสื่อสารสาธารณะผ่าน Internet Network	๑๓ เรื่อง	-	-	๐.๑๕ (๓ เรื่อง)	๐.๕ (๕ เรื่อง)	๐.๕ (๕ เรื่อง)	๑.๑๕
๔.โครงการ TISTR Business Matching	๒๐ ครั้ง	๐.๒๕ (๔ ครั้ง)	๐.๑๒ (๔ ครั้ง)	๐.๑๔ (๔ ครั้ง)	๐.๔ (๔ ครั้ง)	๐.๔๕ (๔ ครั้ง)	๑.๓๖
๕.โครงการประชาสัมพันธ์ผ่านการแถลงข่าว	๕๐ ครั้ง	๐.๓๐ (๑๐ ครั้ง)	๐.๓๐ (๑๐ ครั้ง)	๐.๓๐ (๑๐ ครั้ง)	๐.๔๐ (๑๐ ครั้ง)	๐.๔๕ (๑๐ ครั้ง)	๑.๗๕
๖.โครงการจัดนิทรรศการพิเศษ นำเสนอผลงานวิจัย/ บริการ	๒๐ ครั้ง	๐.๗๐ (๔ ครั้ง)	๐.๗๐ (๔ ครั้ง)	๐.๗๐ (๔ ครั้ง)	๐.๘ (๔ ครั้ง)	๐.๘ (๔ ครั้ง)	๓.๗๐
๗.โครงการจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ ภาครัฐ/เอกชน/สื่อมวลชน	๑๐ ครั้ง	๐.๑๐ (๒ ครั้ง)	๐.๑๐ (๒ ครั้ง)	๐.๑๐ (๒ ครั้ง)	๐.๒ (๒ ครั้ง)	๐.๒ (๒ ครั้ง)	๐.๗๐
๘.โครงการผลิตสื่อและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	๓.๐๐๐ ครั้ง	๑.๐๘ (๖๐๐ ครั้ง)	๑.๐๘ (๖๐๐ ครั้ง)	๑.๐๘ (๖๐๐ ครั้ง)	๒ (๖๐๐ ครั้ง)	๒ (๖๐๐ ครั้ง)	๗.๒๔

หมายเหตุ: งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๗ เป็นงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงบประมาณ ส่วนงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๕๙ เป็นกรอบที่จะยื่นขอการจัดสรรและได้ผ่านการพิจารณาจากสำนักงบประมาณต่อไป

## แผนงานที่ ๒.๓ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด

พัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับสินค้านวัตกรรม ที่เป็นผลจากการวิจัยพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี เช่น ศูนย์แสดง/ กระจาย/ จำหน่ายสินค้านวัตกรรม ทั้งสินค้าทดลองตลาดและสินค้าของผู้ประกอบการที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากองค์กร และเครื่องมือ/ช่องทางการตลาดใหม่ๆ รวมถึงการจัดหาบริการทางการตลาดเพื่อการขยายฐานลูกค้าได้แก่การจัดทำแผนธุรกิจเทคโนโลยี Non Exclusive เพื่อการเผยแพร่ การประเมินศักยภาพของตลาดเทคโนโลยี /ผลิตภัณฑ์ที่พร้อมถ่ายทอดเชิงพาณิชย์ และการจัดทำระบบบริการหลังการขาย

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์ที่ ๒ แผนงาน ๒.๓ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผน พ.ศ. ๒๕๕๙				
แผนงาน	Technology	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด	Marketing Infrastructure Development	๑. ศูนย์การตลาดสินค้า นวัตกรรมถาวร ๑ แห่ง ๒. สัดส่วนรายได้จากการบริการงาน ว และ ท ต่อรายได้จากงบประมาณในสัดส่วน ๓๐:๗๐	วิสาหกิจ ประชาชน และ ชุมชน สามารถเข้าถึงข้อมูลและการนำข้อมูล วทน. ไปใช้ในเชิงเศรษฐกิจและเชิงสังคมได้อย่างทั่วถึง	๑. ชัดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพิ่มขึ้น

หมายเหตุ: การวิเคราะห์ผลลัพธ์และผลกระทบดำเนินการในปีที่ ๓, ๕, ๗, ๙ ของแผน ฯ

แผนนำทางการชี้แจงผลผลิต						
มิติของผลผลิต	ผลผลิต	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙
เชิงปริมาณ - Internal Process Perspectives	ศูนย์การตลาดสินค้า นวัตกรรมถาวร ๓ แห่ง	๐	๐	๑	๐	๑
เชิงคุณภาพ - Financial Perspectives	สัดส่วนรายได้จากการบริการงาน ว. และ ท. ต่อรายได้จากงบประมาณในสัดส่วน ๓๕:๖๕			๒๖:๗๔	๒๗:๗๓	๓๐:๗๐

**โครงการ/กิจกรรม ตามแผนงานที่ ๒.๓ : การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร** มีจำนวน ๔ โครงการ มีกรอบงบประมาณตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการฯ รวม ๑๒.๗๐ ล้านบาท มีรายละเอียดสรุปดังนี้:

กลยุทธ์/แผนงาน	แผนงาน (จำนวน)/ หน่วยงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)					รวม (๒๕๕๗- ๒๕๖๑)
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร			๐.๔	๕.๖	๖.๓	๑.๔	๑๒.๗๐
<b>แผนงานที่ ๒.๓: การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด</b>							
๑. โครงการการจัดทำระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยที่พร้อมถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์และสังคม แบบ Digital Marketing	แคตตาล็อก ปีละ ๑ เล่ม เผยแพร่ ผ่านสื่อไม่ น้อยกว่า ๖๐ ครั้ง		๐.๑	๐.๒	๐.๓	๐.๔	๑.๐
๒.โครงการพัฒนาประสิทธิภาพของงานบริการ (วิจัยและบริการ)ระบบ E-Service และ One Stop Service การจับคู่ทางธุรกิจ ผ่านช่องทางทาง Internet มุ่งสู่การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ	๑ โปรแกรม		๐.๑	๐.๔	๑		๑.๕
๓.โครงการการจัดตั้งศูนย์การตลาดสินค้านวัตกรรมถาวร	๒ แห่ง			๑.๐		๑.๐	๒.๐
๔.โครงการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี วว	๑ ศูนย์		๐.๒	๓.๐	๕.๐		๘.๒

**หมายเหตุ:** งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๗ เป็นงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงบประมาณ ส่วนงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๕๙ เป็นกรอบที่จะยื่นขอการจัดสรรและได้ผ่านการพิจารณาจากสำนักงบประมาณต่อไป

บทที่ ๔  
แผนงานปฏิบัติการด้านการตลาด พ.ศ. ๒๕๕๗

## บทที่ ๔ แผนงานปฏิบัติการด้านการตลาด พ.ศ. ๒๕๕๗

### แผนปฏิบัติการกลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์

แผนปฏิบัติการกลยุทธ์ที่ ๑ ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๔ โครงการ โดยมีรายละเอียดของโครงการ ดังนี้

- โครงการ ๑: โครงการสร้างเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเสริมสร้างสุขภาพไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์กับสมาคมแพทย์แผนไทย
- โครงการ ๒: โครงการการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับกรมส่งเสริมการเกษตร
- โครงการ ๓: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่และการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชน และท้องถิ่นร่วมกับธนาคารออมสิน/กรุงไทย/ บสย.
- โครงการ ๔: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- โครงการ ๕: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนร่วมกับจังหวัดระยอง
- โครงการ ๖: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนร่วมกับจังหวัดตราด
- โครงการ ๗: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนร่วมกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- โครงการ ๘: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนร่วมกับจังหวัดจันทบุรี
- โครงการ ๙: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนร่วมกับจังหวัดแพร่
- โครงการ ๑๐: โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับโครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- โครงการ ๑๑: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

- โครงการ ๑๒: โครงการความร่วมมือเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและกรมวิทยาศาสตร์บริการ
- โครงการ ๑๓: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- โครงการ ๑๔: โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

## **แผนปฏิบัติการกลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร**

**แผนปฏิบัติการกลยุทธ์ที่ ๒ ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ แผนงานที่ ๒.๑ การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๐ โครงการ โดยมีรายละเอียดของโครงการ ดังนี้**

- โครงการ ๑: โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีด้านการตลาด
- โครงการ ๒: โครงการจัดทำแผนการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของ วว.
- โครงการ ๓: โครงการศึกษาและวิจัยตลาดเชิงลึก รายสาขาอุตสาหกรรม
- โครงการ ๔: โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อพัฒนาการตลาดประจำปี
- โครงการ ๕: โครงการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการให้บริการงานวิจัยและบริการ
- โครงการ ๖: โครงการการพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้า
- โครงการ ๗: โครงการศึกษาวิเคราะห์ Benchmarking หน่วยงานวิจัยและบริการด้าน ว. และ ท.
- โครงการ ๘: โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลงานวิจัยภายในและภายนอก
- โครงการ ๙: โครงการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (TISTR Family)
- โครงการ ๑๐: โครงการการจัดงาน Marketing Consortiums เพื่อการหาแนวทางและผลักดันผลงานสู่อาเซียน

**แผนปฏิบัติการกลยุทธ์ที่ ๒ ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ตามแผนงานที่ ๒.๒ : การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีจำนวน ๘ โครงการ โดยมีรายละเอียดของโครงการ ดังนี้**

- โครงการ ๑: โครงการจัด TISTR Innovation's day
- โครงการ ๒: โครงการสร้างแบรนด์ วว. ภายใต้ O.Z.O.N.E PRODUCT
- โครงการ ๓: โครงการสื่อสารสารสนเทศผ่าน Internet Network
- โครงการ ๔: โครงการ TISTR Business Matching
- โครงการ ๕: โครงการประชาสัมพันธ์ผ่านการแถลงข่าว
- โครงการ ๖: โครงการจัดนิทรรศการพิเศษ นำเสนอผลงานวิจัย/บริการ

- โครงการ ๗: โครงการจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐ/เอกชน/สื่อมวลชน  
 โครงการ ๘: โครงการผลิตสื่อและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

**แผนปฏิบัติการกลยุทธ์ที่ ๒ ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ตามแผนงานที่ ๒.๓ : การเพิ่มประสิทธิภาพด้าน  
 การตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีจำนวน ๔ โครงการ**

- โครงการ ๑: โครงการการจัดทำระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยที่พร้อมถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์  
 และสังคม แบบ Digital Marketing  
 โครงการ ๒: โครงการพัฒนาประสิทธิภาพของงานบริการ (วิจัย และบริการ) ระบบ E-Service และ  
 One Stop Service การจับคู่ทางธุรกิจ ผ่านช่องทางทาง Internet มุ่งสู่การให้บริการ  
 แบบเบ็ดเสร็จ  
 โครงการ ๓: โครงการการจัดตั้งศูนย์การตลาดสินค้านวัตกรรมถาวร  
 โครงการ ๔: โครงการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี วว.

**๔.๑ งบประมาณแผนปฏิบัติการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ระยะยาว ปี ๒๕๕๕-  
 ๒๕๕๙**

**กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำ  
 เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์**

กลยุทธ์/แผนงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	จำนวนเครือข่าย (แห่ง)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
กลยุทธ์ที่ ๑: การพัฒนาเครือข่ายการพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์	๓๕.๗๘						๒๖ หน่วยงาน
แผนงานที่ ๑.๑ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเสริมสร้างสุขภาพไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์	๒.๑๐			๑	๒		๓ หน่วยงาน
๑. โครงการการสร้างความร่วมมือกับสมาคมแพทย์แผนไทย							
๒. โครงการการสร้างความร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)							
๓. โครงการการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจยาและสมุนไพร เวชสำอาง จังหวัดลำพูน							

กลยุทธ์/แผนงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	จำนวนเครือข่าย (แห่ง)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
<b>แผนงานที่ ๑.๒ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรขององค์กรไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์</b>	๔.๐๓		๑	๑	๑		๓ หน่วยงาน
๔. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชนและท้องถิ่นร่วมกับธนาคารออมสิน/กรุงไทย/บสย.							
๕. โครงการการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับกรมส่งเสริมการเกษตร							
๖. โครงการการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร							
<b>แผนงานที่ ๑.๓ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชน และท้องถิ่น</b>	๑๕.๒๔		๔	๒			๖ หน่วยงาน
๗. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์							
๘. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดระยอง							
๙. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดตราด							
๑๐. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณ์และคุณภาพชีวิตของชุมชน ๓ จังหวัดชายแดนภาคใต้							
๑๑. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดจันทบุรี							
๑๒. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณ์และคุณภาพชีวิตของชุมชน จังหวัดแพร่							
<b>แผนงานที่ ๑.๔ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเครื่องจักรอุตสาหกรรมไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม</b>	๒.๐๐				๑		๑ หน่วยงาน
๑๓. โครงการสร้างเครือข่ายกับวิทยาลัยอาชีวศึกษา							
<b>แผนงานที่ ๑.๕ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารแปรรูป ผลิตภัณ์เสริมสร้างสุขภาพและเวชภัณ์ไปใช้ในเชิงพาณิชย์</b>	๒.๐๐				๑		๑ หน่วยงาน
๑๔. การสร้างเครือข่ายร่วมกับสถาบันอาหารเพื่อการตรวจรับรองระบบมาตรฐานผลิตภัณ์อาหาร							



กลยุทธ์/แผนงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	จำนวนเครือข่าย (แห่ง)					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
แผนงานที่ ๑.๖ การพัฒนาเครือข่ายเพื่อเร่งรัดการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้เพื่อการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรด้านงานบริการด้าน ว.&ท.	๖.๕๐	๒	๓	๔	๑		๑๐ หน่วยงาน
๑๕. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย							
๑๖. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี							
๑๗. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับสภาหอการค้าไทย							
๑๘. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย							
๑๙. โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับโครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ							
๒๐. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)							
๒๑. โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและกรมวิทยาศาสตร์บริการ							
๒๒. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม							
๒๓. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ							
๒๔. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับธนาคารกสิกรไทย (KSMEs)							
แผนงานที่ ๑.๗ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านพลังงานไปใช้ในภาคเศรษฐกิจและสังคม	๒.๐๐				๑		๑ หน่วยงาน
๒๕. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย							
แผนงานที่ ๑.๘ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมไปใช้ในภาคเศรษฐกิจและสังคม	๒.๐๐				๑		๑ หน่วยงาน
๒๖. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ							

**กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร**  
**แผนงานที่ ๒.๑ : การพัฒนาระบบการตลาดปัจจุบันและอนาคต**

กลยุทธ์/แผนงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	จำนวน					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
๑. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีด้านการตลาด	๐.๙๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕ เล่ม
๒. โครงการจัดทำแผนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของ วว.	๐.๖๐	-	๑	๑	๑	๑	๔ แผน
๓. โครงการศึกษาและวิจัยตลาดเชิงลึก รายสาขา อุตสาหกรรม	๔.๐๐			๑	๑	๑	๓ รายงาน
๔. โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อการพัฒนาการตลาดประจำปี	๐.๖๖			๑	๑	๑	๓ รายงาน
๕. โครงการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการให้บริการงานวิจัยและบริการ	๒.๘๐			๑	๑	๑	๓ ครั้ง
๖. โครงการการพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้า	๐.๒๕	๐.๐๒ (๑๐ ครั้ง)	๐.๐๔ (๒๐ ครั้ง)	๐.๐๖ (๒๕ ครั้ง)	๐.๐๖ (๓๐ ครั้ง)	๐.๐๗ (๓๒ ครั้ง)	๑๒๐ ครั้ง
๗. โครงการศึกษาวิเคราะห์ Benchmarking หน่วยงานวิจัยและบริการ ด้าน ว. และ ท.	๒.๐๕			๑	๑	๑	๓ รายงาน
๘. โครงการจัดทำฐานข้อมูลสถิติ “ขีดความสามารถในการแข่งขัน”	๐.๒๔			๑	๑	๑	๓ รายงาน
๙. โครงการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (TISTR Family)	๑.๐๕			๑	๐.๒	๐.๓	๓ ฐาน
๑๐. โครงการการจัดงาน Marketing Consortiums เพื่อการหาแนวทางและผลักดันผลงานสู่อาเซียน	๐.๙๐			๐.๒๕	๐.๓	๐.๓๕	๓ ครั้ง

**แผนงานที่ ๒.๒ : การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Market Communication)  
ด้วยวิธีการและช่องทางที่หลากหลาย**

กลยุทธ์/แผนงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	จำนวน					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
๑. โครงการจัด TISTR Innovation 's day	๑.๑๙	๔ ครั้ง (๐.๒๐ ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๒๐ ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๑๕ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๓๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๓๕ลบ.)	๒๐
๒. โครงการสร้างแบรนด์ วว. ภายใต้ O.Z.O.N.E PRODUCT	๒.๒๐	-	๒ ผลิตภัณฑ์ (๐.๒๐ ลบ.)	๕ ผลิตภัณฑ์ (๑.๐๐ ลบ.)	๖ ผลิตภัณฑ์ (๐.๕๐ ลบ.)	๗ ผลิตภัณฑ์ (๐.๕๐ ลบ.)	๒๐ ผลิตภัณฑ์
๓. โครงการสื่อสารสาธารณะผ่าน Internet Network	๑.๑๕	-	-	๓ เรื่อง (๐.๑๕ลบ.)	๕ เรื่อง (๐.๕๐ลบ.)	๕ เรื่อง (๐.๕๐ลบ.)	๑๓ เรื่อง
๔. โครงการ TISTR Business Matching	๑.๓๖	๔ ครั้ง (๐.๒๕ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๑๒ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๑๕ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๔๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๔๕ลบ.)	๒๐ ครั้ง
๕. โครงการประชาสัมพันธ์ผ่านการแถลงข่าว	๑.๗๕	๑๐ ครั้ง (๐.๓๐ลบ.)	๑๐ ครั้ง (๐.๓๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๒๐ ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๔๐ ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๕๕ ลบ.)	๕๐ ครั้ง
๖. โครงการจัดนิทรรศการพิเศษ นำเสนอผลงานวิจัย/ บริการ	๓.๗๐	๔ ครั้ง (๐.๗๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๗๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๗๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๘๐ลบ.)	๔ ครั้ง (๐.๘๐ลบ.)	๒๐ ครั้ง -
๗. โครงการจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ ภาครัฐ/เอกชน/สื่อมวลชน	๐.๗๐	๒ ครั้ง (๐.๑๐ลบ.)	๒ ครั้ง (๐.๑๐ลบ.)	๒ ครั้ง (๐.๑๐ลบ.)	๒ ครั้ง (๐.๒๐ลบ.)	๒ ครั้ง (๐.๒๐ลบ.)	๑๐ ครั้ง
๘. โครงการผลิตสื่อและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	๗.๒๔	๖๐๐ ครั้ง (๑.๐๘ลบ.)	๖๐๐ ครั้ง (๑.๐๘ลบ.)	๖๐๐ ครั้ง (๑.๐๘ลบ.)	๖๐๐ ครั้ง (๒.๐๐ลบ.)	๖๐๐ ครั้ง (๒.๐๐ลบ.)	๓.๐๐๐ ครั้ง

**แผนงานที่ ๒.๓ : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด**

กลยุทธ์/แผนงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	จำนวน/หน่วยงาน					รวม
		๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	
๑. โครงการการจัดทำระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยที่ พร้อมถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์และสังคม แบบ Digital Marketing	๑.๐๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕ เล่ม เผยแพร่ ผลงานไม่ น้อยกว่า ๖๐ ครั้ง
๒. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพของงานบริการ (วิจัย และบริการ)ระบบ E-Service และ One Stop Service การจับคู่ทางธุรกิจ ผ่านช่องทางทาง Internet มุ่งสู่การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ	๑.๕๐				๑		๑ โปรแกรม
๓. โครงการการจัดตั้งศูนย์การตลาดสินค้านวัตกรรม ถาวร	๒.๐๐			๑		๑	๒ แห่ง
๔. โครงการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี วว.	๘.๒๐				๑		๑ ศูนย์

**๔.๒ แผนปฏิบัติการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ปี ๒๕๕๗**

กลยุทธ์ที่ ๑ : การพัฒนาเครือข่ายพัฒนางาน วทน. และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์  
 แผนงานที่ ๑.๑ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเสริมสร้างสุขภาพไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์

๑. โครงการสร้างเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเสริมสร้างสุขภาพไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์  
 กับสมาคมแพทย์แผนไทย

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.				
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับสมาคมแพทย์แผนไทยเพื่อหา แนวทางการร่วมมือ				_____										๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. ผู้มาขอใช้สิทธิจากสมาชิก สมาคมแพทย์แผนไทย จำนวน ไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ๓. ลูกค้านิว จำนวน ๒ ราย ๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวน ผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. จำนวนงานบริการวิจัย งาน ถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการ ที่ปรึกษา ๗. ร้อยละความสำเร็จของการ ทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	สจท. กลุ่ม อช. (ฝทก.,ฝภผ.)	
๒) แต่งตั้งคณะทำงาน				_____												
๓) ลงนามความร่วมมือ MOU				.....												
๔) ประชุมคณะทำงาน ๔.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.				ครั้งที่ ๑												
๔.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย				ครั้งที่ ๑												
๕) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัยด้านสมุนไพร,ร้านค้า ทดลองตลาดผลิตภัณฑ์ วว.				.....												
๖) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			_____			_____				_____			_____			

**แผนงานที่ ๑.๒ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรขององค์กรไปใช้ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์**  
**๒. โครงการการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับกรมส่งเสริมการเกษตร**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับกรมส่งเสริมการเกษตรเพื่อหา แนวทางความร่วมมือ				_____										๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. ผู้มาขอใช้สิทธิไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย ๓. ลูกค้าใหม่ จำนวน ๒ ราย ๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวน ผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. จำนวนงานบริการวิจัย งาน ถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการ ที่ปรึกษา ๗ ร้อยละความสำเร็จของการ ทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	กกต. กลุ่ม อช. (ฝทก.)
๒) แต่งตั้งคณะทำงาน				_____											
๓) ลงนามความร่วมมือ MOU				.....											
๔) ประชุมคณะทำงาน ๔.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.  ๔.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย				ครั้งที่ ๑		ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓						
				ครั้งที่ ๑		ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓						
๕) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ โครงการเกษตรชุมชนต้นแบบลำตะคอง				.....											
๖) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			_____			_____			_____			_____			

๓. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชน และท้องถิ่นร่วมกับธนาคาร ออมสิน/ กรุงเทพ/ บสย.

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗							ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.			ส.ค.	ก.ย.
๑. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ													๒ ครั้ง/ปี	กบธ.
๒. คัดเลือกและเชิญผู้ประกอบการที่เป็นลูกค้าของทั้ง ๓ หน่วยงาน เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยี													๑๒ ราย/ปี	กบธ.
๓. จัดกิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ในการประกอบธุรกิจให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย													๒ ครั้ง/ปี	กบธ.
๔. จัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานและบริการ แก่ผู้ประกอบการเป้าหมาย													๓ ครั้ง/ปี	กบธ.

แผนงานที่ ๑.๓ การพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในสังคม ชุมชน และท้องถิ่น  
 ๔. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗								ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.			ก.ย.
๑) จัดทำข้อเสนอโครงการ เสนอต่อจังหวัดฯ													๑. ข้อเสนอโครงการได้รับพิจารณาประมาณอย่างน้อย ๒ โครงการ ๒. ลูกค้านำใหม่ จำนวน ๒ ราย ๓. ผู้มาขอใช้สิทธิไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย ๓. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๔. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๕. จำนวนงานบริการวิจัย งานถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการที่ปรึกษา ๖. ร้อยละความสำเร็จของการทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	รอง ผวว.พย. กต.
๒) ประชุมคณะทำงาน														
๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.			ครั้งที่ ๑	ครั้งที่ ๒										
๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย				ครั้งที่ ๑					ครั้งที่ ๓					
๓) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ														
๔) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU														

๕. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดระยอง

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑) ดำเนินกิจกรรมตามความร่วมมือจังหวัดระยอง ๑.๑ จัดทำข้อเสนอโครงการเสนอให้จังหวัดระยอง ๑ โครงการ ๑.๒ จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต/ ผู้ประกอบการ OTOP ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า														๑. ข้อเสนอโครงการได้รับ พิจารณางบประมาณอย่างน้อย ๒ โครงการ ๒. ลูกค้านำใหม่ จำนวน ๒ ราย ๓. ผู้มาขอใช้สิทธิไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย	รอง ผวว.อช. กทต.
๒) ประชุมคณะทำงาน ๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.  ๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย			ครั้งที่ ๑	ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓								๓. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวน ผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๔. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๕. จำนวนงานบริการวิจัย งาน ถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการ ที่ปรึกษา	
๓) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ				.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	๖. ร้อยละความสำเร็จของการ ทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	
๔) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU															



**๖. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดตราด**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มี.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
<b>๑) ดำเนินกิจกรรมตามความร่วมมือจังหวัดตราด</b> ๑.๑ ร่วมประชุมสัมมนากับพัฒนาการจังหวัดตราดเพื่อกำหนดแผนและกิจกรรมตามความร่วมมือ ๑.๒ จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า														๑.ข้อเสนอโครงการได้รับพิจารณางบประมาณอย่างน้อย ๒ โครงการ ๒. ลูกค้านใหม่ จำนวน ๒ ราย ๓. ผู้มาขอใช้สิทธิไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย ๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. จำนวนงานบริการวิจัย งานถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการที่ปรึกษา ๗. ร้อยละความสำเร็จของการทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	รอง ผวว.อช. กกต.
<b>๒) ประชุมคณะทำงาน</b> ๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว. ๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย	ครั้งที่ ๑			ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓									
๓) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ															
๔) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU															

๗. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณท์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดจันทบุรี

กิจกรรม	๒๕๕๖					๒๕๕๗						ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.			ก.ย.
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับจังหวัดจันทบุรีเพื่อหาแนวทางการร่วมมือ			_____	_____									๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. ผู้มาขอใช้สิทธิจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย	รอง ผว.อช. กกด.
๒) จัดทำ MOU และลงนามความร่วมมือ					.....								๓. ลูกค้านใหม่ จำนวน ๒ ราย	
๓) จัดตั้งคณะทำงาน													๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น	
๔) ดำเนินกิจกรรมตามความร่วมมือจังหวัดจันทบุรี ๔.๑ จัดทำข้อเสนอโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปผลไม้เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณท์สู่ประชาคมอาเซียนเสนอต่ออุตสาหกรรมจังหวัดจันทบุรี ๔.๒ ประสานงานเพื่อให้เกิดการดำเนินกิจกรรมตามข้อเสนอโครงการ		_____	_____		_____								๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. จำนวนงานบริการวิจัย งานถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการที่ปรึกษา	
๕) ประชุมคณะทำงาน ๕.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.		ครั้งที่ ๑		ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓						๗. ร้อยละความสำเร็จของการทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	
๕.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย				ครั้งที่ ๑		ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓						
๖) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ				.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....		
๗) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			_____			_____			_____			_____		

๘. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนจังหวัดแพร่

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
<b>๑) ดำเนินกิจกรรมตามความร่วมมือจังหวัดแพร่</b> ๑.๑ ร่วมประชุมสัมมนากับจังหวัดแพร่เพื่อกำหนดแผนและกิจกรรมตามความร่วมมือ ๑.๒ ลงนามความร่วมมือ ๑.๓ จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า (สาโรจากผลไม้) ๑.๔ ดำเนินการตามโครงการ													๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. ผู้มาขอใช้สิทธิจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย ๓. ลูกค้านใหม่ จำนวน ๒ ราย ๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. จำนวนงานบริการวิจัย งานถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการที่ปรึกษา ๗. ร้อยละความสำเร็จของการทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	รอง ผว.อช. กบธ.	
<b>๒) ประชุมคณะทำงาน</b> ๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว. ๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย	ครั้งที่ ๑			ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓									
๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.															
๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย		ครั้งที่ ๑				ครั้งที่ ๒							ครั้งที่ ๓		
<b>๓) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ</b>															
<b>๔) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU</b>															

๙. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชน ๓ จังหวัดชายแดนภาคใต้

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
<b>๑) ดำเนินกิจกรรมตามความร่วมมือ ๓ จังหวัดชายแดนภาคใต้</b> ๑.๑ ร่วมประชุมสัมมนากับจังหวัดเพื่อกำหนดแผนและกิจกรรมตามความร่วมมือ ๑.๒ ถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปผลไม้			_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	๑. ข้อเสนอโครงการได้รับพิจารณางบประมาณอย่างน้อย ๑ โครงการ ๓. ผู้มาขอใช้สิทธิไม่น้อยกว่า ๕ ราย ๓. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๔. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๕. จำนวนงานบริการวิจัย งานถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการที่ปรึกษา ๖. ร้อยละความสำเร็จของการทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	รอง ผว.อช. กกต.
<b>๒) ประชุมคณะทำงาน</b> ๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว. ๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย	ครั้งที่ ๑			ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓								
		ครั้งที่ ๑				ครั้งที่ ๒				ครั้งที่ ๓				
<b>๓) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ</b>				.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....		
<b>๔) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU</b>			_____			_____			_____			_____		

๑๐. โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับโครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
<b>๑) ดำเนินกิจกรรมตามความร่วมมือ</b> ๑.๑ ร่วมประชุมกับกรมส่งเสริมฯ เพื่อกำหนดแผนและกิจกรรมตามความร่วมมือ ๑.๒ การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผลงาน วว. ต่อกลุ่มสมาชิกกรมส่งเสริมฯ ๑.๓ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ			_____											๑. ผู้มาขอใช้สิทธิ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ๒. ลูกค้านิว จำนวน ๒ ราย ๓. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๔. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๕. การจัด Business matching ๓ ครั้ง	กลุ่ม อช. พย. บอ. กกต. กปส.
<b>๒) ประชุมคณะทำงาน</b> ๒.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว. ๒.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย	ครั้งที่ ๑			ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓									
<b>๓) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ</b>				.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....			
<b>๔) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU</b>			_____			_____			_____			_____			

๑๑. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับ สสว. เพื่อหาแนวทางความร่วมมือ			—————											๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. ผู้มาขอใช้สิทธิจากสมาชิก สสว. จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ๓. ลูกค้าใหม่ จำนวน ๒ ราย ๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ภายใต้ OZONE Concept ๕ ผลิตภัณฑ์	สจท.
๒) แต่งตั้งคณะทำงาน				—————											
๓) จัดทำ MOU และลงนามความร่วมมือ				.....											
๔) ประชุมคณะทำงาน ๔.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว.	ครั้งที่ ๑			ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓									
๔.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย		ครั้งที่ ๑				ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓						
๕) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ				.....											
๖) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			—————			—————			—————			—————			

**๑๒. โครงการความร่วมมือเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและกรมวิทยาศาสตร์บริการ**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.				
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและกรมวิทยาศาสตร์บริการ เพื่อหาแนวทางการความร่วมมือ					_____										๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. แนวทางการจัดตั้งห้องปฏิบัติการทดสอบ ณ ประเทศลาว หรือ เวียดนาม ๓. ผู้มาขอใช้สิทธิ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ๔. ลูกค้านำใหม่ จำนวน ๒ ราย ๕. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวนผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๖. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๗. ร้อยละความสำเร็จของการทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	กลุ่ม บอ. สจท.
๒) แต่งตั้งคณะกรรมการ					_____											
๓) จัดทำ MOU และลงนามความร่วมมือ					.....											
๔) ประชุมคณะกรรมการ ๔.๑ ประชุมคณะกรรมการภายใน วว. ๔.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย	_____ครั้งที่ ๑			_____ครั้งที่ ๒		_____ครั้งที่ ๓										
		_____ครั้งที่ ๑			_____ครั้งที่ ๒				_____ครั้งที่ ๓							
๕) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			_____			_____				_____			_____			

๑๓. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗								ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.			ก.ย.
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อหา แนวทางความร่วมมือ					————								๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ	กลุ่ม บอ. กกต.
๒) แต่งตั้งคณะกรรมการ						————							๒. ผู้มาขอใช้สิทธิจากสมาชิก กรมส่งเสริมฯ จำนวนไม่น้อย กว่า ๕๐ ราย	
๓) จัดทำ MOU และลงนามความร่วมมือ					.....								๓. ลูกค้านิว จำนวน ๒ ราย	
๔) ประชุมคณะกรรมการ													๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวน ผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น	
๔.๑ ประชุมคณะกรรมการภายใน วว.	ครั้งที่ ๑			ครั้งที่ ๒		ครั้งที่ ๓							๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น	
๔.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย		ครั้งที่ ๑				ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓				๖. จำนวนงานบริการวิจัย งาน ถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการ ที่ปรึกษา	
๕) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ				.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	๗. ร้อยละความสำเร็จของการ ทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	
๖) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			————			————			————			————		



**๑๔. โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อผลักดันผลงานร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑) การประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ๑.๑ ประชุมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อหาแนวทางการร่วมมือส่งเสริม ผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดอาเซียน					_____									๑. MOU ความร่วมมือ จำนวน ๑ ฉบับ ๒. ผู้มาขอใช้สิทธิจากสมาชิก กรมเจรจา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ๓. ลูกค้านำใหม่ จำนวน ๒ ราย ๔. ประชาสัมพันธ์ให้มีจำนวน ผู้รู้จัก วว. เพิ่มมากขึ้น ๕. รายได้ วว. เพิ่มขึ้น ๖. จำนวนงานบริการวิจัย งาน ถ่ายทอดเทคโนโลยี งานบริการ ที่ปรึกษา ๗ ร้อยละความสำเร็จของการ ทำกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ	กกด. กลุ่ม บอ.
๒) แต่งตั้งคณะทำงาน						_____									
๓) จัดทำ MOU และลงนามความร่วมมือ							.....								
๔) ประชุมคณะทำงาน ๔.๑ ประชุมคณะทำงานภายใน วว. ๔.๒ ประชุมกับหน่วยงานเครือข่าย				ครั้งที่ ๑		ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓						
					ครั้งที่ ๑		ครั้งที่ ๒			ครั้งที่ ๓					
๕) ดำเนินกิจกรรมภายใต้ความร่วมมือ				.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....		
๖) การติดตามการดำเนินงานตามกิจกรรม MOU			_____			_____			_____			_____			

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ตามแผนวิสาหกิจ (พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๖๔)

กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

แผนงานที่ ๒.๑ การพัฒนาระบบการตลาดปัจจุบันและอนาคต

๑. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีด้านการตลาด

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑) ประชุมคณะกรรมการด้านการตลาด จำนวน ๔ ครั้ง			■		■		■		■		■			- การจัดประชุม คณะกรรมการด้านการตลาด จำนวน ๖ ครั้ง	กกต.
๒) ติดตามผลการดำเนินงานตามแผนการตลาด ปี ๒๕๕๗ รายไตรมาส ๒.๑ นำเสนอผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ด้านการตลาด หรือผ่านความเห็นชอบจาก คณะกรรมการดำเนินงาน วว. ๒.๒ นำเสนอผ่านความเห็นชอบจาก กวท.				■			■		■					- แผนการตลาดปี ๒๕๕๘ จำนวน ๑ แผน	
๓) การจัดทำแผนการตลาดปี ๒๕๕๘ ๓.๑ ประชุมระดมความคิดการจัดทำแผนการตลาด และประชาสัมพันธ์ ปี ๒๕๕๘ ๓.๒ นำเสนอผ่านความเห็นชอบจาก คณะกรรมการด้านการตลาด หรือผ่านความ เห็นชอบจาก คณะกรรมการดำเนินงาน วว. ๓.๓ นำเสนอผ่านความเห็นชอบจาก กวท.							■	■	■			■			
๔) จัดทำรูปเล่มและเผยแพร่ภายในองค์กร												■	■		

**๒. โครงการจัดทำแผนการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของ วว.**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑) การประชุมคณะอนุกรรมการฯ เพื่อการรายงานผลการดำเนินงานและการติดตามประเมินผลรายไตรมาส				—			—			—			- การจัดประชุมคณะเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ จำนวน ๓ ครั้ง	กบธ.
๒) การจัดทำร่างแผนปฏิบัติการเพิ่มขีดฯ ๒๕๕๘ พร้อมข้อเสนอแผนงาน/โครงการ						—	—	—	—				- แผนเพิ่มขีดฯ ปี ๒๕๕๘ จำนวน ๑ แผน	
๓) นำเสนอแผนฯ ให้อนุกรรมการฯและ/หรือ ผอ.ว. พิจารณาให้ความเห็นชอบ										—	—			

๓. โครงการศึกษาและวิจัยตลาดเชิงลึก รายสาขาอุตสาหกรรม

กิจกรรม	๒๕๕๖				๒๕๕๗							ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.			ก.ย.
๑. ประเมินแนวโน้มผลิตภัณฑ์หลักของสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายของ วว. กับ ทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสีเขียว งานบริการ ว. และ ท. ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและแนวโน้มของตลาด ASEAN เป้าหมาย	—												รายงานความก้าวหน้า (Progress report)	กชก.
๒. ประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย ในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของ ๘ สาขาเป้าหมาย โดยมีผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมสัมมนาจำนวน ๑๐ คน กลุ่มละ ๑ ครั้ง (Focus group)		—												
๓. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการระยะสั้น กลาง และยาว ด้านการพัฒนาตลาด การพัฒนางานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักของสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายของ วว. กับทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสีเขียว และงานบริการ ว. และ ท. ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและแนวโน้มของตลาด ASEAN เป้าหมาย พร้อมการกำหนดตำแหน่งในการแข่งขัน (Market Positioning) ระหว่าง วว.และคู่แข่งชั้น (คู่เทียบ) ทั้งในประเทศไทย และในประเทศ ASEAN เป้าหมายจำนวน ๑ ประเทศ (ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์)			—										ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft final report)	

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ตามแผนวิสาหกิจ (พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๖๔)

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๔. จัดประชุมเชิงวิชาการที่ วว. เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวិเคราะห์ ประกอบด้วยพนักงานของ วว. ที่เกี่ยวข้อง และบุคคลที่สมควรเชิญเข้าร่วมประชุม จำนวน ๕๐ คน (เสนอ Draft final report)			—											
๕. จัดทำรายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์				—									รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์ (Final report) เพื่อเผยแพร่และใช้ประโยชน์	

๔. โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อการพัฒนาการตลาดประจำปี

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสำรวจ		■	■											รายงานการพัฒนางาน ทางการตลาด	กกด.
๒. การออกแบบสอบถาม			■	■											
๓. ดำเนินการสำรวจ (จดหมาย,โทรศัพท์,เข้าพบ)					■	■	■	■	■	■					
๔. วิเคราะห์และรายงานผล										■					
๕. คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสำรวจ		■	■												
๖. การออกแบบสอบถาม				■	■										
๗. ดำเนินการสำรวจ (จดหมาย,โทรศัพท์,เข้าพบ)						■	■	■	■	■					
๘. วิเคราะห์และรายงานผล											■				

**๕. โครงการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการให้บริการงานวิจัยและบริการ**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. รวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการและประชาชน (population) และกำหนดจำนวนตัวอย่าง (sample) ในการสำรวจข้อมูล - ผู้รับบริการวิจัย / - ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ / - ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเชิงสังคม / - ผู้รับบริการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ และรับรองระบบคุณภาพ			_____											รายงานการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการให้บริการงานวิจัยและบริการ	กธก.
๒. ออกแบบแบบสอบถามสำรวจข้อมูล - รายสาขา (sector) ตามแผนวิสาหกิจ - กลุ่ม อช พย บอ ถ่ายทอด - รวมคำถามที่เกี่ยวข้องกับ CG (การประเมินความโปร่งใส) - SEPA (ความต้องการงานวิจัยและบริการ ว. และ ท.) - และความพึงพอใจ			_____												
๓. จัดจ้างเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการและประชาชนตามแบบสอบถาม				_____											
๔. วิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล ให้ข้อเสนอแนะและจัดทำเอกสารเผยแพร่							_____	_____							
๕. เผยแพร่ข้อมูลผลการศึกษาและสำรวจผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคม										_____	_____				

**๖. โครงการการพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้า**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. การเยี่ยมเยียนลูกค้าทางด้านกลุ่มบริการ		๑	๑		๑	๑		๑	๑				๑.จำนวนลูกค้า ๒๕ ราย	กกต.
๒. การเยี่ยมเยียนลูกค้าทางด้านกลุ่มวิจัยและพัฒนา ด้านอุตสาหกรรมชีวภาพ	๑	๑	๑	๑	๑	๑		๑	๑	๑			๒.จำนวนผู้ขอใช้สิทธิ ๑๐ ราย	
๓. การเยี่ยมเยียนลูกค้าทางด้านกลุ่มวิจัยและพัฒนา ด้านพัฒนาอย่างยั่งยืน				๑			๑		๑	๑			๓.ลูกค้าใหม่ ๒ ราย	
๔. การเยี่ยมเยียนลูกค้าเชิงสังคม			๓	๑				๑		๑			๔.ความต้องการงานวิจัย/บริการ ในอนาคต	
													๕.ความพึงพอใจ ร้อยละ ๙๐	



๗. โครงการศึกษาวิเคราะห์ Benchmarking หน่วยงานวิจัยและบริการด้าน ว. และ ท.

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. รวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานด้านวิจัยพัฒนาและบริการด้าน ว. และ ท. ของหน่วยงานที่มีภารกิจดำเนินงานในลักษณะคล้ายคลึง วว.				—————									รายงานผลการศึกษาวิเคราะห์ Benchmarking หน่วยงานวิจัยและบริการด้าน ว. และ ท.	กธก.
๒. วิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของ วว. เทียบกับหน่วยงานภายนอก							—————							
๓. จัดทำรายงาน (ข้อเสนอแนะ) ที่ได้จากการทำ Benchmarking											—————			
๔. นำเสนอผลการศึกษาต่อคณะกรรมการดำเนินงาน											—————			

๘. โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลงานวิจัยภายในและภายนอก

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. ออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูล				—————									ฐานข้อมูลสถิติขีดความสามารถในการแข่งขัน ๑ ฐาน	กธก.
๒. รวบรวมข้อมูลขีดความสามารถในการแข่งขัน				—————										
๓. จัดทำฐานข้อมูลเพื่อการใช้งาน									—————					

๙. โครงการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (TISTR Family)

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. จัดจ้างทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการงานวิจัย งานบริการ ทั้งสู่พาณิชย์และสังคม				—————										๑. ฐานข้อมูลลูกค้า วว. ที่มี ข้อมูลพื้นฐาน, สามารถ วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การ ใช้บริการ การใช้จ่าย ฯลฯ	กกด. กสส. กลุ่ม บอ.
๒. วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าถ่ายทอดเทคโนโลยี บริการที่ปรึกษา วิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ รับรองระบบมาตรฐาน							—————								
๓. จัดทำรหัสสมาชิกและออกบัตรสมาชิก							—————								
๔. การสร้างกิจกรรมเพื่อการรักษาลูกค้าเก่า และ เพิ่มลูกค้าใหม่									๑ กิจกรรม —————				๑ กิจกรรม		
๕. ประเมินผลการจัดกิจกรรม												—————			

๑๐. โครงการการจัดงาน Marketing Consortiums เพื่อการหาแนวทางและผลักดันผลงานสู่อาเซียน

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. การจัด STI Marketing Consortium เพื่อระดมความคิดกับหน่วยงานเครือข่ายและผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย													๑. จำนวน ๑ ครั้ง	กกด.
๒. สรุปผลการประชุมนำเสนอต่อคณะกรรมการดำเนินงาน/ อนุกรรมการด้านการตลาด													๒. รายงานแนวทางการผลักดันผลงานสู่อาเซียน	

กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

แผนงานที่ ๒.๒ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ด้วยวิธีการและช่องทางที่หลากหลาย

๑. โครงการจัด TISTR Innovation's day

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. โครงการจัด TISTR Innovation's day ครั้งที่ ๑ : กลุ่มบริการ			█											๑.การจัดงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ จำนวน ๔ ครั้ง ๒. ผู้เข้าร่วมงานเพื่อรับทราบ ผลงานใหม่ของ วว. ไม่น้อยกว่า 200 ราย ๓.เผยแพร่ผลงาน วว. ๒๐ ผลิตภัณฑ์/บริการ ๔.จำนวนผู้ขอใช้สิทธิ อย่างน้อย ๕ รายต่อครั้ง ๕.ผลงานสามารถถ่ายทอด เทคโนโลยี ๑๗ ผลงาน	กกต. กปส.
๒. โครงการจัด TISTR Innovation's day ครั้งที่ ๒ : กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ					█										
๓. โครงการจัด TISTR Innovation's day ครั้งที่ ๓: กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ								█							
๔. โครงการจัด TISTR Innovation's day ครั้งที่ ๔: กลุ่มพลังงาน									█						

๒. โครงการสร้างแบรนด์ วว. ภายใต้ O.Z.O.N.E PRODUCT

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ภายใต้ O.Z.O.N.E. Product			—										๑.ผลงานเผยแพร่ผ่านสื่ออย่างน้อย ๕ ผลิตภัณฑ์ ๒.ผู้รับรู้ O.Z.O.N.E. Product Concept ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐	สจท.
๒. จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวผลิตภัณฑ์				—										
๓. ประเมินผลการรับรู้ O.Z.O.N.E. Product Concept					—									

๓. โครงการสื่อสารสาธารณะผ่าน Internet Network/youtube

ชื่อผลงาน	๒๕๕๗												ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
๑. รมว.วท. เยี่ยมชมสถานีวิจัยลำตะคอง/สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช	—													๑.ผลงาน วว. เผยแพร่จำนวน ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง	กปส. กกด.
๒. เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากผลไม้พื้นบ้าน/ผลิตภัณฑ์จากผักหวานป่า		—													
๓. มะลิเฉลิมรินทร์/ เมื่อก่อนย่อยสลายได้			—												
๔. เทคโนโลยีเพื่อการส่งออกลำไย/สาหร่ายผลิตน้ำมัน				—											
๕. ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด/เครื่องสำอางอัลตราโซนิกส์					—										
๖. นวัตกรรมทางการแพทย์/ผลิตภัณฑ์โยอาหารจากเปลือกเงาะ						—									
๗. เครื่องอัลตราโซนิกส์กายภาพบำบัด/เครื่องคั้นน้ำลองกอง							—								
๘. วว.กับโครงการประจวบโมเดล/๕ ผลิตภัณฑ์งานวิจัยใหม่								—							
๙. ครีมป้องกันแผลเป็นนูน/ผลิตภัณฑ์ป้องกันรังแค									—						
๑๐. ผลิตภัณฑ์เสริมความจำ/เงาะแช่อิ่มอบแห้ง										—					
๑๑. อบรมอาชีพเสริมรายได้/ห้องโลกจุลินทรีย์ วว.											—				
๑๒. ลดวีรรอยสกัดจากเห็ดนางรมทอง/หมักศจรรย์ผักข้าว												—			

**๔. โครงการ TISTR Business Matching**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. TISTR Business Matching ครั้งที่ ๑	—												๑. การจัดงานจำนวน ๔ ครั้ง ๒. ผู้สนใจขอใช้สิทธิไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ๓. จำนวนลูกค้าใหม่ ๒ ราย ๔. ผลงานถ่ายทอดเทคโนโลยีได้จำนวน ๑๗ ผลิตภัณฑ์	กกด.
๒. TISTR Business Matching ครั้งที่ ๒			—											
๓. TISTR Business Matching ครั้งที่ ๓					—									
๔. TISTR Business Matching ครั้งที่ ๔						—								

**๕. โครงการประชาสัมพันธ์ผ่านการแถลงข่าว**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. แถลงข่าว ครั้งที่ ๑		—											๑.อย่างน้อย ๑๐ ครั้ง/ปี	กปส.
๒. แถลงข่าว ครั้งที่ ๒			—											
๓. แถลงข่าว ครั้งที่ ๓				—										
๔. แถลงข่าว ครั้งที่ ๔					—									
๕. แถลงข่าว ครั้งที่ ๕						—								
๖. แถลงข่าว ครั้งที่ ๖							—							
๗. แถลงข่าว ครั้งที่ ๗								—						
๘. แถลงข่าว ครั้งที่ ๘									—					
๙. แถลงข่าว ครั้งที่ ๙										—				
๑๐.แถลงข่าว ครั้งที่ ๑๐											—			

**๖. โครงการจัดนิทรรศการพิเศษ นำเสนอผลงานวิจัย/ บริการ**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. นิทรรศการพิเศษ														๑. อย่างน้อย ๑๕ ครั้ง/ ปี	กปส.
๒. นิทรรศการส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค															

**๗. โครงการจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐ/ เอกชน/ สื่อมวลชน**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. กิจกรรมสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ														} อย่างน้อย ๑๐ ครั้ง/ ปี	กปส.
๒. กิจกรรมสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชน															
๓. กิจกรรมสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชน															



**๘. โครงการผลิตสื่อและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในนาม วว.														อย่างน้อย ๑๒ ครั้ง/ปี	กปส.
๒. การเผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อสิ่งพิมพ์														อย่างน้อย ๑๕๐ ครั้ง/ปี	
๓. การผลิตรายการวิทยุในนาม วว. และเผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อวิทยุ														อย่างน้อย ๑๓๐ ครั้ง/ปี	
๔. การผลิตรายการโทรทัศน์ในนาม วว. และเผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อโทรทัศน์														อย่างน้อย ๕๐ ครั้ง/ปี	
๕. การเผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์														อย่างน้อย ๑๓๐ ครั้ง/ปี	

กลยุทธ์ที่ ๒: การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

แผนงานที่ ๒.๓ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด

๑. โครงการการจัดทำระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยที่พร้อมถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์และสังคม แบบ Digital Marketing

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๑. รวบรวมข้อมูลงานวิจัยและบริการของ วว. ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันที่สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เชิงสังคมและพาณิชย์													๑. แคตตาล็อก ๑ เล่ม ๒. ผลงาน วว. เผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง	กกต. กปส.
๒. การเผยแพร่ผลงานของ วว. ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Web site วว., web site หน่วยงานเครือข่าย, นิตยสาร, สื่อวิทยุ โทรทัศน์				๒	๒	๒	๒	๒	๔	๒	๒	๒		
๓. สรุปผลการดำเนินงาน ประเมินผล การดำเนินการเพื่อการปรับปรุงและเสนอแนะ														

**๒. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพของงานบริการ (วิจัย และบริการ) ระบบ E-Service และ One Stop Service การจับคู่ทางธุรกิจ ผ่านช่องทางทาง Internet มุ่งสู่การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ**

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. พัฒนา website การตลาด ให้มีการตอบโต้กับลูกค้าได้														๑. รายงาน Call Center รายเดือน  ๒. Website ที่สามารถให้บริการทางการตลาดได้ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้  ๓. ประชาสัมพันธ์ผลงานทางด้านการตลาดอย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง  ๔. ประชาสัมพันธ์ผลงานพร้อมถ่ายทอด/ถ่ายทอดแล้วของปี ๕๗ และอดีต อย่างน้อย ๔๐ ผลิตภัณฑ์	กกต. กสส.
๒. อัปเดตผลงาน วว. ลง Website - ผลงานวิจัยที่พร้อมถ่ายทอด - ผลงานวิจัยที่ถ่ายทอดแล้ว - การให้บริการงานวิจัย															
๓. รวบรวมผลงาน กลุ่ม อช. พย. บอ. ลง website (tistr innovation day)															
๔. รายงานการสนทนากับลูกค้าผ่านระบบ call center	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑			
๕. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของการตลาด															

๓. โครงการการจัดตั้งศูนย์การตลาดสินค้านวัตกรรมถาวร

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗									ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
๑. หาข้อมูลสำรวจพื้นที่														๑. สถานที่จำนวน ๑ แห่ง  ๒. ผลงานที่มีตรา O.Z.O.N.E ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างน้อย ๕ ผลงาน	กบธ.
๒. การประสานการขอใช้สถานที่															
๓. จัดซื้อจัด/จัดจ้าง การตกแต่งสถานที่															
๔. เปิดดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และทดลองตลาดผลงานวิจัยและพัฒนาของ วว. เปิดดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และทดลองตลาดผลงานวิจัยและพัฒนาของ วว.															

๔. โครงการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี วว

กิจกรรม	๒๕๕๖			๒๕๕๗							ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.			ส.ค.	ก.ย.
๑. ติดต่อประสานงานกับศูนย์บ่มเพาะเพื่อจัดทำความร่วมมือ													๑. การจัดทำความร่วมมือกับศูนย์บ่มเพาะ จำนวน ๒ ศูนย์  ๒. จำนวนลูกค้าที่ขอใช้สิทธิผ่านศูนย์บ่มเพาะจำนวน ๑๐ ราย  ๓. ผลงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ และ /หรือ เชิงสังคม จำนวนอย่างน้อย ๑ เรื่อง	
๒. จัดทำความร่วมมือกับศูนย์บ่มเพาะเครือข่าย														
๓. จัด Business Matching ระหว่างผู้รับการบ่มเพาะธุรกิจ กับ ผลงานวิจัย และประสานให้ผู้ประกอบการจากศูนย์บ่มเพาะติดต่อขอใช้สิทธิศูนย์														
๔. จัดทำบทสรุปผู้ขอใช้สิทธิด้านวิจัยและพัฒนาผ่านการประสานงานกับศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ														

## **ส่วนที่ ๓ การแปลงแผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล**

### **บทที่ ๕**

**กลไกและเครื่องมือและแนวทางในการติดตามประเมินผลแผนการตลาด**

## ส่วนที่ ๓

### การแปลงแผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล

#### บทที่ ๕ กลไกและเครื่องมือและแนวทางในการติดตามประเมินผลแผนการตลาด

นอกเหนือจากการมีแผนปฏิบัติการด้านการตลาด กระบวนการแปลงนโยบายและแผนฯ สู่การปฏิบัติ จัดเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นและต้องอาศัยกลไกและเครื่องมือในการบริหารจัดการการวางแผน ผลักดัน สนับสนุน ติดตาม ประเมินผล รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการแก้ไข เพื่อปรับนโยบายหรือแนวทางการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

##### ๕.๑ กลไกในการขับเคลื่อน

กลไกในการขับเคลื่อนแผนการตลาด ได้แก่การบริหารจัดการแบ่งตามความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานระดับศูนย์/ฝ่าย/สำนัก โดยมีคณะกรรมการบริหารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดนโยบายในภาพรวม โดยมีอนุกรรมการตลาดเป็นแกนกลางในการประสาน การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ขององค์กร เพื่อการบูรณาการการทำงาน

##### ๕.๒ เครื่องมือในการขับเคลื่อน

การกำหนดให้มีคณะทำงานในการทำงานโครงการสำคัญที่ต้องอาศัยการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงาน โดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

- พิจารณา ข้อเสนอแผนงาน/โครงการสำคัญขององค์กร เพื่อการขอรับการจัดสรรงบประมาณ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนปฏิบัติการของแผนวิสาหกิจในระยะต่างๆ
- กำกับ ติดตาม ประเมินผล การดำเนินงานแผนงาน/โครงการ และเสนอแนะต่อผู้ว่าการ และ/หรือ อนุกรรมการแผนวิสาหกิจ และ/หรือ กวท. ทั้งนี้ให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับการ มอบหมายจาก กวท.
- เสนอแนะ แนะนำ เครื่องมือ ในการใช้ทรัพยากรขององค์กร ให้มีการพัฒนา หรือแก้ไขปัญหา ขององค์กรด้านงบประมาณ เพื่อประสิทธิผลและสัมฤทธิ์ผล ในการบรรลุเป้าหมาย ของแผน วิสาหกิจ

### ๕.๓ แนวทางในการติดตามประเมินผล

การติดตามประเมินผลของแผนการตลาด ยึดหลักการมีบทบาทหน้าที่ในการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลและรับผิดชอบติดตามการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงาน ที่ฝ่าย/ศูนย์/สำนัก รับผิดชอบโดยกองการตลาด สำนักจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นผู้ประสานรวบรวม วิเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของแผนเพื่อให้ข้อเสนอต่อ ผู้บริหาร วว. คณะอนุกรรมการฯ และกรรมการบริหารฯ ในการให้ข้อคิดเห็นและกำหนดนโยบาย และนำเสนอรายงานต่อกระทรวงวิทยาศาสตร์ สำนักงบประมาณ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

**การติดตามผล** เป็นกระบวนการและวิธีการในการเร่งรัดการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ เวลา และต้นทุน โดยมีกระบวนการติดตามผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้

**การประเมินผล** เป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับแผนที่กำหนด การควบคุมเร่งรัดการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติ เพื่อแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดผลผลิต ผลลัพธ์ที่ต้องการ และเป็นการประเมินผลกระทบทั้งทางตรง/ทางอ้อม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการดำเนินแผนงาน/โครงการต่อเนื่องหรือ โครงการทำนองเดียวกันต่อไป

สำหรับระยะเวลาที่จะใช้ในการติดตามผลจะดำเนินการเป็นรายปี โดยการประเมินผลของแผนกำหนดให้มีการดำเนินงานทุก ๒ ปี



