



TISTR

THAILAND INSTITUTE OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL RESEARCH

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

CM

**CUSTOMER
MANAGEMENT**

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 – 2570 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2566

ระยะสั้น (ปี 2566)

(ยกระดับการรับบริการลูกค้าด้วย Digital Service Platform)

กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม (Technology Transfer for Commercialization)

(CM) P1

การนำทรัพย์สินทางปัญญาที่มี
การนำไปใช้ประโยชน์ที่นำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์

(CM) P2

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการ
พัฒนาชุมชนนวัตกรรม
ตามแนวทาง BCG

(CM) P3

โครงการความร่วมมือกับภาคเอกชน องค์กร สถาบันการศึกษา และหน่วยงานวิจัย เพื่อสร้างศักยภาพ และ
เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ต่อยอดเทคโนโลยี การวิจัย

ระยะกลาง (ปี 2567 – 2568)

(ยกระดับการให้บริการลูกค้าด้วยนวัตกรรมที่ได้มาตรฐานระดับสากล)

S (CM) 01

วทุน.สนับสนุน การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรม
เพื่อยกระดับขีดความสามารถ SMEs และ
อุตสาหกรรมเป้าหมาย

S (CM) 02

เพิ่มความสามารถในการพึ่งพา ตนเอง

วิสัยทัศน์ CM

มุ่งเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้ลูกค้า
ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างยั่งยืน

ระยะยาว (ปี 2569 – 2570)

(ยกระดับการให้บริการลูกค้าด้วยนวัตกรรมที่ได้มาตรฐานระดับสากล)

กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม (Technology Transfer for Commercialization)

(CM) P4

ลูกค้าที่ได้รับบริการผ่านช่องทาง
ระบบบริการลูกค้าออนไลน์
JUMP

(CM) P5

เครือข่ายพันธมิตร ในการ
สนับสนุนสิทธิประโยชน์ให้กับผู้
ประกอบการ

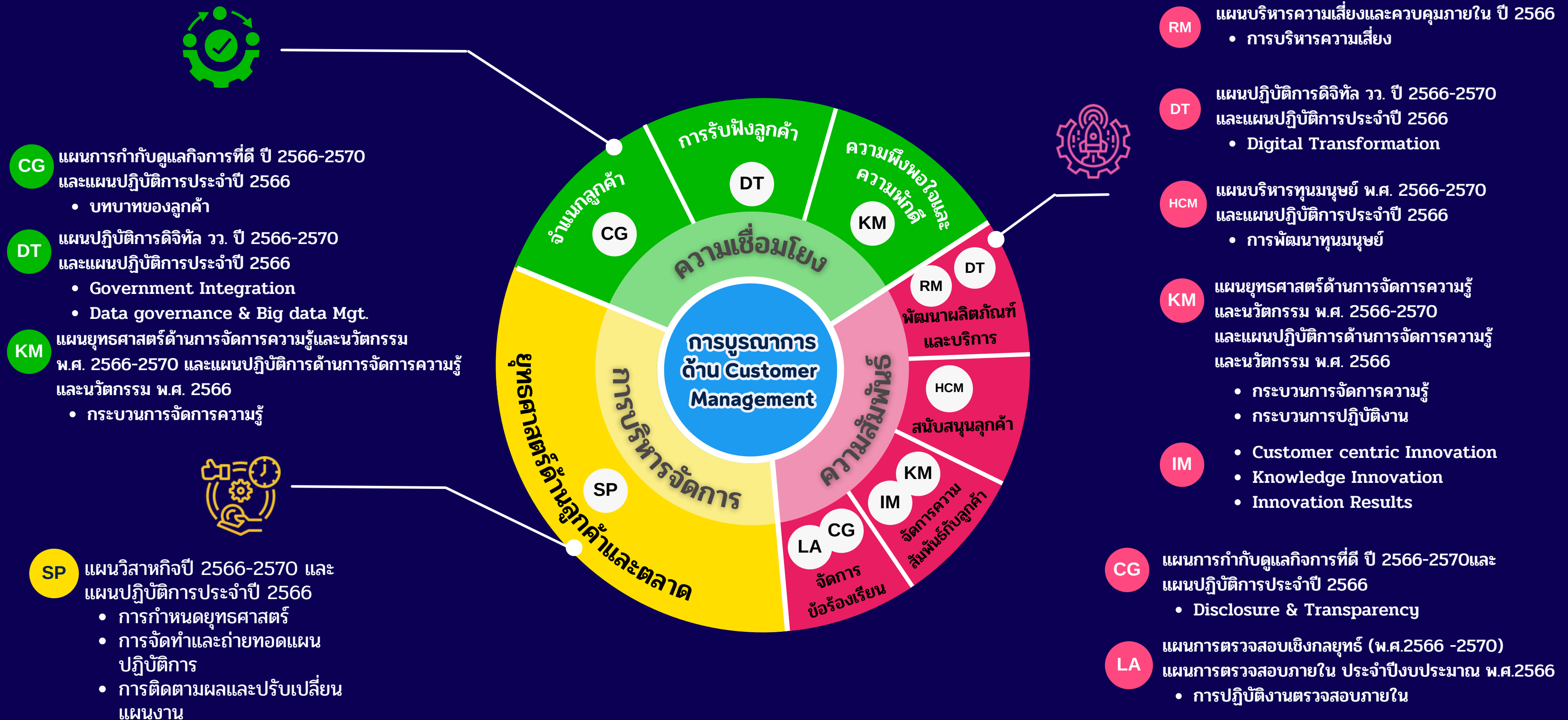
(CM) P7

ความพึงพอใจของลูกค้า วว.

(CM) P6

ช่องทางการสื่อสาร
ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรม
เผยแพร่ภารกิจ

Customer Management



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 - 2570 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2566





ตั้งแต่
พุทธศักราช

๒๕๐๖

สร้างองค์กรแห่งปัญญา

สร้างองค์กรแห่งปัญญา สร้างคุณค่านวัตกรรม

สร้างคุณค่านวัตกรรม



02-577-9000



@tistr



@tistr



TISTR_IG



[http:// tistr.or.th](http://tistr.or.th)



tistr.or.th



TISTR2506