



แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569



สำนักจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	1
บทที่ 1 กรอบแนวคิด และกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569	5
บทที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569	7

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 กลยุทธ์ที่ 1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและ อุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม	12
ตารางที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 กลยุทธ์ที่ 2: ยกระดับความสามารถ แข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน.....	14

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 แผนภาพความเชื่อมโยงแผนแม่บทองค์กรกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด.....	2
ภาพที่ 2 ความเชื่อมโยงและสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาดกับแผน ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ วว.....	11

บทสรุปผู้บริหาร

กองพัฒนารัฐกิจนวัตกรรม สำนักจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ได้ดำเนินการทบทวนและจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการกิจด้านลูกค้า ตลาดและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการพัฒนาขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ของ วว. รวมทั้งการนำ วทน. ไปพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาศักยภาพและยกระดับภาคอุตสาหกรรม นำไปสู่การเกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีและบริการ วทน. อย่างยั่งยืน เน้นการให้บริการในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในแก่ภาคอุตสาหกรรม SMEs และชุมชน ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างยั่งยืน โดยในแผนปฏิบัติการฉบับนี้ได้เชื่อมโยงบูรณาการยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแผนงานขององค์กร ประกอบด้วย แผนวิสาหกิจ PA ตลอดจนแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model: SE-AM ด้านลูกค้าและตลาด อาทิ แผนการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร แผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน แผนดิจิทัล แผนบริหารทุนมนุษย์ แผนการจัดการความรู้ แผนนวัตกรรม รวมถึงแผนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร การจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 ฉบับนี้เกิดจากการมีส่วนร่วมจากทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากผู้บริหาร บุคลากร และที่สำคัญคือลูกค้าและผู้ให้บริการหลักของ วว. จากการประชุมระดมความคิด การสำรวจข้อมูลเสียงของลูกค้า ระบบการรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice of Customer: VoC) การรับบริการผ่านระบบ Call Center และการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลด้านความต้องการ ความคาดหวังและแนวทางเพื่อการพัฒนาต่อยอดการวิจัยนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการด้าน วทน. ที่เกี่ยวข้อง โดยมีความเชื่อมโยงแผนแม่บทองค์กรกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ดังภาพที่ 1

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2569-2573 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2569



ภาพที่ 1 แผนภาพความเชื่อมโยงแผนแม่บทองค์กรกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

การจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การบริหารจัดการด้านลูกค้าและตลาดในส่วนของข้อมูลสารสนเทศของลูกค้าและตลาด กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดเชิงพาณิชย์ การพัฒนาขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) รวมถึงการกำหนดทิศทางและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยแผนปฏิบัติการฉบับนี้จะใช้เป็นแผนหลักสำหรับการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด ด้วยการส่งเสริม พัฒนา ผลักดัน การนำผลงาน วทน. ไปใช้ประโยชน์และนอกจากนี้ ยังใช้เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารในการอำนวยความสะดวกและการควบคุมติดตามการปฏิบัติให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยวิสัยทัศน์ คือ **“เป็นองค์กรหลักในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคอุตสาหกรรม SMEs และชุมชนด้วยการส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์”** ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด 2 กลยุทธ์ ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด และตลาด 8 ตัวชี้วัด ดังนี้

ยุทธศาสตร์ วว. : ยุทธศาสตร์ที่ 1: สร้างผลงานวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม 4 กลุ่ม 10 ด้าน

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ที่ 1 : เสริมสร้างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

แผนงานด้านลูกค้าและตลาด

1.1 การพัฒนากลไกเพื่อบริหารจัดการงานวิจัยให้มีศักยภาพเชิงพาณิชย์

1.2 การพัฒนาฐานข้อมูลและการสื่อสารงานวิจัยที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ให้เข้าสู่ลูกค้า

กลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

ผลผลิต (Output)

1.1 ทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์

เป้าหมาย: 28 เรื่อง* (KR 1.2)

1.2 การจัดทำฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์

เป้าหมาย: 1 ฐาน

1.3 จำนวนโครงการถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

เป้าหมาย: ร้อยละ (จากปีก่อนหน้า) (KRCM1)

ผลลัพธ์ (Outcome)

1. จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี

เป้าหมาย : 2 หน่วยงาน (KR3.4)

ยุทธศาสตร์ วว. : ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ที่ 2 : ยกระดับความสามารถแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs

และวิสาหกิจชุมชน

แผนงานด้านลูกค้าและตลาด

2.1 การทำการตลาดเชิงรุกและ Total Solution Platform

2.2 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและส่งเสริมการตลาด

ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

ผลผลิต (Output)

2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม

เป้าหมาย: 100 ราย* (KR 3.1)

2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย

เป้าหมาย: 2 Platform/ปี (KR3.2)

2.3 รายได้จากบริการ งานวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน

เป้าหมาย: 347 ล้านบาท (KR5.1)

ผลลัพธ์ (Outcome)

2.1ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)

หมายเหตุ : * สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

¹ ยุทธศาสตร์ วว. ที่ปรับปรุงจากการทบทวนแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569-2573

² ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569-2573

กองพัฒนารัฐกิจนวัตกรรม

กันยายน 2568

บทที่ 1 กรอบแนวคิด และกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำ โดยใช้เกณฑ์ประเมินตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Enabler Module 2: การมุ่งเน้นลูกค้า ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) รวมถึงสอดคล้องกับกลยุทธ์แผนแม่บทองค์กร ประกอบด้วย แผนวิสาหกิจ และแผนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม แผนปฏิบัติการดิจิทัล แผนการตรวจสอบเชิงกลยุทธ์ แผนการตรวจสอบภายใน แผนการกำกับดูแลกิจการที่ดี แผนบริหารทุนมนุษย์ แผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน เป็นต้น รวมถึงนโยบาย วว. ที่สำคัญ ได้แก่ นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพของประเทศ นโยบายการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมคาร์บอนต่ำ นโยบายเร่งการพัฒนาบริการวิเคราะห์ทดสอบมูลค่าสูงที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อลดการส่งวิเคราะห์ทดสอบต่างประเทศ ของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อการขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรอัจฉริยะ (Intelligence Organization) ที่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างชาญฉลาดและคุ้มค่า สามารถปรับตัวเพื่อสร้างความสามารถที่มีเอกลักษณ์ในการแข่งขัน และสร้างคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กระบวนการและขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 โดย วว. ให้มีความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในองค์กรจึงได้แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนประกอบด้วยผู้บริหารและบุคลากรที่เป็นผู้แทนในภารกิจที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนตามกรอบแนวคิดและนำเสนอแผนเพื่อรับฟังความคิดเห็นผ่านคณะกรรมการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความรับผิดชอบต่อสังคม และคณะกรรมการดำเนินงาน วว. และนำเสนอขออนุมัติแผนผ่าน กวท. โดยมีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมรวมถึงปัจจัยด้านต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของ วว. ในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด โดยมีกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบาย Thailand 4.0 BCG Economy Model การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร โดยใช้เครื่องมือ PESTEL การวิเคราะห์ลูกค้า/คู่แข่ง พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีนวัตกรรมและงานบริการที่มีต่อ วว. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรโดยการวิเคราะห์ปัจจัยบริบทองค์กร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ วัฒนธรรม ค่านิยม กรอบแนวทางการดำเนินงาน กรอบภารกิจการดำเนินงาน นโยบาย ทิศทางการดำเนินงาน

2. การวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge: SC) ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด นำไปสู่การกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด โดยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร ด้วยการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมายที่ต้องการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ สะท้อนผลลัพธ์ที่คาดหวังและต้องการบรรลุในแต่ละกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน

3. กำหนดแนวทางกลไกในการขับเคลื่อนแผนงานกลยุทธ์ การถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ การสื่อสารประเด็นที่ต้องการขับเคลื่อนและบรรลุเป้าหมายให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคลากร วว. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ เป็นต้น ได้รับทราบและเข้าใจในทิศทางเดียวกัน รวมถึงเพื่อให้การดำเนินงานของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงสอดคล้อง

4. กำหนดแนวทางการกระบวนกรทบทวนแผนประจำปีเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ฉบับปรับปรุงปีต่อไป

บทที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2569-2573 มีความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจและแผนแม่บทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ภายใต้วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรสู่เป้าหมายและกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด เพื่อผลักดันภารกิจทางการตลาดในด้านต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 มีการกำหนด แผนกลยุทธ์/โครงการ/กิจกรรม/เป้าหมาย/ตัวชี้วัด และหน่วยงานรับผิดชอบ สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ โดยมีเป้าประสงค์ตามแผนยุทธศาสตร์ วว. รวมถึงข้อมูลผลการดำเนินงานที่ผ่านมา สามารถสรุปความเชื่อมโยงแผนงานเพื่อให้บรรลุตามภารกิจ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ วว. กลยุทธ์ วว. กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด ตัวชี้วัด รายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ วว.	S1: สร้างผลงานวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม 4 กลุ่ม 10 ด้าน	S3: สร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
กลยุทธ์ วว.	กลยุทธ์ที่ 1 มุ่งเน้นและเร่งสร้าง ผลงานวิจัย เทคโนโลยี และ นวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ	กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างผู้ประกอบการ และ อุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
ยุทธศาสตร์ ด้านลูกค้า และตลาด	CMS1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและ อุตสาหกรรม ด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม	CMS2: ยกระดับความสามารถการแข่งขันของ ภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน
กลยุทธ์ด้าน ลูกค้าและ ตลาด	กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและ นวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและส่งเสริม การตลาด
ตัวชี้วัดด้าน ลูกค้าและ ตลาด	ผลผลิต (Output) 1.1 จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอด เชิงพาณิชย์ (28 เรื่อง)* (KR 1.2) 1.2 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี (2 หน่วยงาน)* (KR3.4)	ผลผลิต (Output) 2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วย การให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศ นวัตกรรม (100 ราย)*(KR3.1) 2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่ การวิเคราะห์ ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่าน ระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและ

	ผลลัพธ์ (Outcome) 1.1 จำนวนลูกค้าใหม่ที่รับถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์จาก วว. (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อนหน้า) * (KRCM1)	เผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย (2 Platform/ปี)*(KR3.2) 2.3 รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน (347 ล้านบาท)* (KR5.1) ผลลัพธ์ (Outcome) 2.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)
--	---	--

หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

¹ ยุทธศาสตร์ วว. ที่ปรับปรุงจากการทบทวนแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569

² ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ จำแนกตามกลยุทธ์ ปี 2569-2573

ยุทธศาสตร์ที่ 1 S1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรม ด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 1: การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมายการดำเนินงาน					ผู้รับผิดชอบ
		ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570	
1.1 จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ (28 เรื่อง)* (KR 1.2)	เรื่อง	28	30	-	-	-	กพน.,สจท., กบน.
1.2.1 การจัดทำฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์	ฐานข้อมูล	1					กพน.,สจท., กบน.
1.2.2 จำนวนโครงการถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ (KRCM1)	ร้อยละ (จากปีก่อนหน้า)	-	กำหนดค่าพื้นฐานเพื่อทดแทนตัววัด 1.1	+5 จากค่าพื้นฐาน	+5 จากผลปี 71	+5 จากผลปี 72	สจท.
1.3 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี (2 หน่วยงาน)* (KR3.4)	หน่วยงาน	2	2	2	2	2	สจท.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 S2: ยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน
กลยุทธ์ที่ 2: การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและส่งเสริมการตลาด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมายการดำเนินงาน					ผู้รับผิดชอบ
		ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570	
2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม (KR3.1)	ราย	100	105	110	115	120	สจท.
2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย (KR3.2)	Platform/ปี	2	-	เพิ่มจากปี 69 อีก 2 Platform	-	เพิ่มจากปี 71 อีก 2 Platform	กบน.
2.3 รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน (KR 5.1)	ล้านบาท	347	350	353	356	360	กปส.+สจท.
2.4 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)	ร้อยละ	80	80	85	85	85	กพน.

หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

**เป้าหมายกำหนดตามร่าง PA ปี 2568 ที่ค่าคะแนนระดับ 5 อาจมีการปรับหลังจากการเจรจาระหว่าง วว. กับ สคร. แล้วเสร็จ (ข้อมูลจาก กตป.)



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2569-2573 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2569

ความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว.

ยุทธศาสตร์ วว.	S1	สร้างผลงานวิจัยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม 4 กลุ่ม 10 ด้าน (SA-CM1, SA-CM2, SC-CM1)	S2	สร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการและอุตสาหกรรม ด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (SC-CM2, SC-CM3)
		มุ่งเน้นและเร่งสร้างผลงานวิจัยเทคโนโลยี และ นวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ		สร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการและอุตสาหกรรม ด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
	SCM1	การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	SCM2	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และส่งเสริมการตลาด
กลยุทธ์ วว.	ผลผลิต (Output) 1.1 ทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: 28 เรื่อง* (KR 1.2) 1.2 การจัดทำฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: 1 ฐาน 1.3 จำนวนโครงการถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: ร้อยละ (จากปีก่อนหน้า) (KRCM1)		ผลผลิต (Output) 2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบ นิเวศนวัตกรรม เป้าหมาย: 100 ราย* (KR 3.1) 2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย เป้าหมาย: 2 Platform/ปี (KR3.2) 2.3 รายได้จากบริการ งานวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน เป้าหมาย: 347 ล้านบาท (KR5.1)	
	ผลลัพธ์ (Outcome) 1.1 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี หมายเหตุ : 2 หน่วยงาน (KR3.4)		ผลลัพธ์ (Outcome) 2.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)	

ภาพที่ 2 ความเชื่อมโยงและสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาดกับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ วว.

ตารางที่ 1 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 กลยุทธ์ที่ 1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงาน รับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1.1 ทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: 28 เรื่อง* (KR 1.2)	•คัดเลือก IP/นวัตกรรม เพื่อการต่อยอดใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสังคม •รวบรวมฐานข้อมูลลูกค้า On-going •จัดทำแผนธุรกิจ •ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 5 เรื่อง			•สำรวจ ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายวิเคราะห์ ประเมินความเป็นไปได้ •ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 7 เรื่อง			•นำเสนอ IP ไปใช้ประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการและภาคสังคม •ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 10 เรื่อง			•วิเคราะห์และสรุปผล การพัฒนานวัตกรรม องค์ความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกสร้างเพื่อแก้ไขปัญหา/ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า •สรุปจำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่มีการนำไปใช้ประโยชน์ ที่นำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย •ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 6 เรื่อง			กพน., สจท., กบน.
1.2 การจัดทำฐานข้อมูลที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: 1 ฐานข้อมูล	- จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมดของ วว. ที่ Active			- ได้เกณฑ์การคัดเลือกทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพ			- ได้ฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่ผ่านเกณฑ์พร้อมลำดับความสำคัญ			- เกณฑ์การพิจารณา IP ฉบับสมบูรณ์			กพน., สจท., กบน.

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงาน รับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
	- ผลการศึกษาข้อมูลเพื่อจัดทำร่างเกณฑ์การคัดเลือกทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพ						คุณสมบัติเด่น TRL ส่วนประกอบสำคัญ			- จัดทำ E-catalogทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพพร้อมถ่ายทอดเชิงพาณิชย์ปี 70			
1.3 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี เป้าหมาย: 2 หน่วยงาน (KR3.4)	• ผลการวิเคราะห์ การคัดเลือกเทคโนโลยีที่มีศักยภาพเพื่อหาแนวทางการร่วมทุนการดำเนินการร่วมทุน • รายชื่อหน่วยงานเพื่อการร่วมทุนเป้าหมายตามเทคโนโลยีเป้าหมายที่มีศักยภาพที่ได้รับการคัดเลือก			• จัดกิจกรรมนำเสนอผลงาน เจรจาการร่วมทุน			• จัดทำข้อเสนอโครงการและสัญญาร่วมทุน			• สนับสนุนการดำเนินงานบริษัทร่วมทุน			สจท.

หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

ตารางที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 กลยุทธ์ที่ 2: ยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงาน รับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม เป้าหมาย: 100 ราย* (KR 3.1)	• ผลการวิเคราะห์ การคัดเลือกผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับศักยภาพการให้บริการของ วว. • จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม 20 ราย			• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมเพิ่มอีก 25 ราย			• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมเพิ่มอีก 30 ราย			• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมเพิ่มอีก 25 ราย			สจท.
2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย	• ได้ความต้องการของผู้ประกอบการ วิเคราะห์ระบบ และออกแบบโครงสร้าง Total Solution Platform ของ ICOS และ FISP เพื่อใช้ในการพัฒนา Platform			• Platform ต้นแบบสำหรับ ICOS สำหรับ FISP			• ทดสอบระบบและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้ปฏิบัติงานภายใน • ทดสอบระบบและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากลูกค้า			• เปิดใช้งานระบบจริงและติดตามผล			สจท.

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงาน รับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
เป้าหมาย: 2 Platform2ปี * (KR3.2)													
2.3 รายได้จากบริการงานวิจัยและ โครงสร้างพื้นฐาน เป้าหมาย: 347 ล้านบาท *(KR 5.1)	•จำนวนเทคโนโลยี นวัตกรรม งานบริการ วิเคราะห์ ทดสอบ สอบ เทียบ และโครงสร้าง พื้นฐานที่มีศักยภาพ ผลักดันสู่เชิงพาณิชย์ •จัดกิจกรรมส่งเสริม การตลาดเชิงรุก - รายได้จากบริการ งานวิจัย และโครงสร้าง พื้นฐาน 50 ล้านบาท			•รายได้จากบริการ งานวิจัยและโครงสร้าง พื้นฐาน •อีก 50 ล้านบาท			•รายได้จากบริการ งานวิจัยและโครงสร้าง พื้นฐาน •อีก 150 ล้านบาท			•รายได้จากบริการงานวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน อีก 97 ล้านบาท			สจท.
2.4 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (KPI)	• ผลการคัดเลือก กลุ่มเป้าหมาย			•ดำเนินการตามแผนการ สร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า (CRM) อย่าง ต่อเนื่อง			•ดำเนินการตามแผนการ สร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า (CRM) อย่าง ต่อเนื่อง			•ติดตามผลการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ตามแผนอย่าง ต่อเนื่อง			กพน.

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงาน รับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
	•ออกแบบแผนการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ที่เหมาะสม									•ความพึงพอใจ ของลูกค้า ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80			

•หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร