



แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด
(Customer Management Strategic Plan)
องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
ปี พ.ศ. 2567 - 2670
(ปรับปรุง ปี พ.ศ. 2566)



องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
National Science Museum Thailand
Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation

แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด
(Customer Management Strategic Plan)
องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
ปี พ.ศ. 2567 - 2570
(ปรับปรุง ปี พ.ศ. 2566)

คำนำ

องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพวช.) โดยคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้จัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการบริหารด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยคำนึงถึงความสำคัญของการให้บริการ เพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ และสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างนวัตกรรม รวมถึงการบริหารงานตามแผนวิสาหกิจขององค์กร ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ เกิดเครือข่ายความร่วมมือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร **การจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)** มีความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 รวมทั้งแผนแม่บทด้านการสร้างความตระหนักรู้ด้าน วทน. ของ อพวช. ซึ่งการดำเนินการจัดทำแผนฯ ได้รับความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ บุคลากร อพวช. คณะกรรมการบริหาร อพวช. คณะกรรมการ อพวช. และผู้แทนจากทุกหน่วยงานในสังกัดร่วมระดมความคิดเห็น รวมทั้งความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร ทำให้การทำแผนแม่บทการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพวช.) โดยคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า หวังเป็นอย่างยิ่งว่า **แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพวช.) ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)** จะเป็นเครื่องมือในการดำเนินการขับเคลื่อนการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรต่อไป

คณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพวช.)

สิงหาคม 2566

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	หน้าที่ 1
บทที่ 2 ข้อมูลองค์กรและสรุปการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพขององค์กรภาพรวม	หน้าที่ 11
บทที่ 3 การดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในปีที่ผ่านมา	หน้าที่ 28
บทที่ 4 การดำเนินการในการพัฒนาแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)	หน้าที่ 35
บทที่ 5 การจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570	หน้าที่ 66
บทที่ 6 ความเชื่อมโยงกับแผนด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หน้าที่ 77
บทที่ 7 การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดสู่การปฏิบัติ	หน้าที่ 101

ภาคผนวก

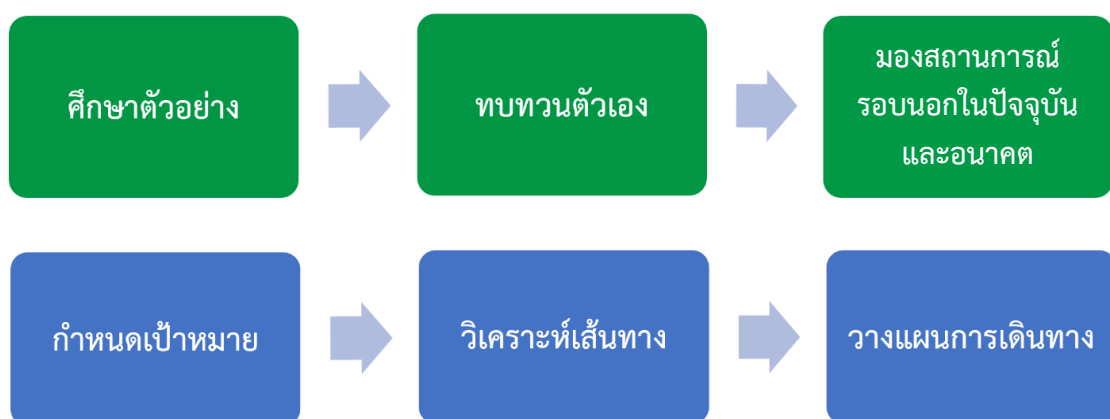
- ภาคผนวก 1 : คำสั่งองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 / 2564 ลงวันที่ 8 มกราคม 2564
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า และ คำสั่งองค์การพิพิธภัณฑ
สถานแห่งชาติที่ 42/2566 ลงวันที่ 5 กันยายน 2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้ม
มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (แก้ไขเปลี่ยนแปลง)
- ภาคผนวก 2 : นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลที่ดีด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ภาคผนวก 3 : นโยบายและการปฏิบัติด้านลูกค้าองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

บทที่ 1 บทนำ

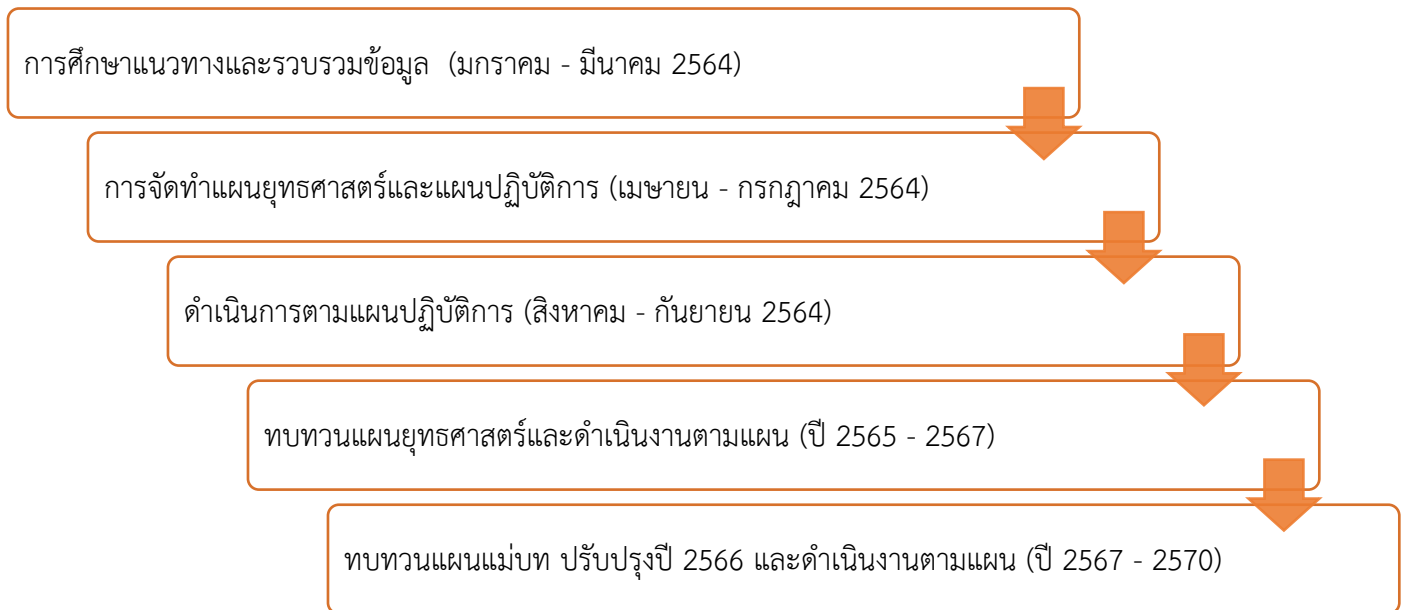
➤ ความเป็นมา

องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพวช.) สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มีภารกิจด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรมให้กับเยาวชนและสังคมไทย ด้วยการจัดการให้มีแหล่งเรียนรู้ประเภทแหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัย ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑสถานธรรมชาติวิทยา พิพิธภัณฑสถานเทคโนโลยีสารสนเทศ พิพิธภัณฑสถานพระรามเก้า ศูนย์นวัตกรรมแห่งอนาคต และจัตุรัสวิทยาศาสตร์ อพวช. รวมทั้งกิจกรรมเสริมศึกษาที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ อพวช. สู่ชุมชนทั่วประเทศ โดยภารกิจดังกล่าวจะทำให้เยาวชนและสังคมไทยเกิดจิตใจใฝ่รู้อยากเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยความเพลิดเพลิน ได้สัมผัสประสบการณ์จริง กระตุ้นการใช้เหตุผลและผล สร้างกระบวนการคิดเกิดความคิดสร้างสรรค์มีจินตนาการที่หาไม่ได้จากการเรียนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว

เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจของประเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการจัดระบบการให้บริการที่มุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการตลาด และการให้บริการ สำนักคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) จึงได้กำหนดเกณฑ์การประเมิน Core Business Enabler ด้านการมุ่งเน้นการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management: SCM) สำหรับรัฐวิสาหกิจขึ้น เพื่อให้การบริหารงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อพวช. จึงได้มีการแต่งตั้ง **คณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า** โดยมีบทบาทในการจัดทำแผนแม่บทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ให้สามารถพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ และสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างนวัตกรรมได้ รวมถึง การสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างเครือข่ายความร่วมมือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร โดยการกำกับติดตาม และประเมินผลการดำเนินการตามแผนให้บรรลุผลตามที่วางไว้ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการในการจัดทำแผนดังนี้



กระบวนการจัดทำแผน ฯ



ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 อพวช. ได้เริ่มดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยนำสาระสำคัญของแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 5 ปี 2560 - 2564 และแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ ปี 2565 - 2569 มาประกอบการจัดทำ ซึ่งขั้นตอนสำคัญของการดำเนินงานที่ผ่านมาประกอบด้วยการเตรียมการในประเด็นหลักต่อไปนี้

1. การแต่งตั้งและมอบหมายคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ขึ้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2564 ในการดำเนินการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและ ตลาด ของ อพวช.
2. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2564 - 2567
3. การจัดทำแผนปฏิบัติการของสำนัก/ศูนย์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 - 2567
4. การจัดสรรทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น ด้านงบประมาณ ด้านระบบสารสนเทศ ด้านบุคลากร ด้านอุปกรณ์สถานที่ และอื่น ๆ
5. การสร้างความตระหนักและสื่อสารแผนและนโยบายการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้กับ ผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร



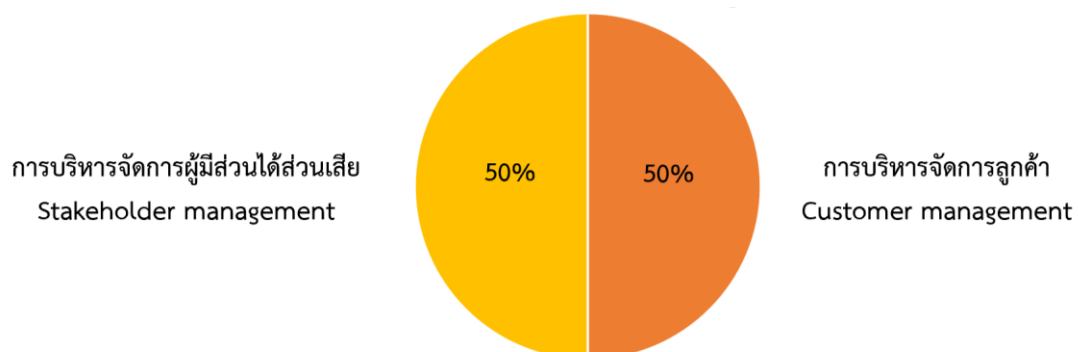
ในปีงบประมาณ 2566 อพวช. มีการดำเนินการ ศึกษา ทบทวนและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทบทวนการจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี พ.ศ. 2567 – 2570 (ปรับปรุงปี 2566) เพื่อให้สอดคล้องตามแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 – 2570 (ปรับปรุงปี 2566) โดยพิจารณาจากบริบทขององค์กรที่มีการปรับเปลี่ยนและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้าและตลาดที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กร

ขั้นตอนสำคัญของการดำเนินงานการทบทวนแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

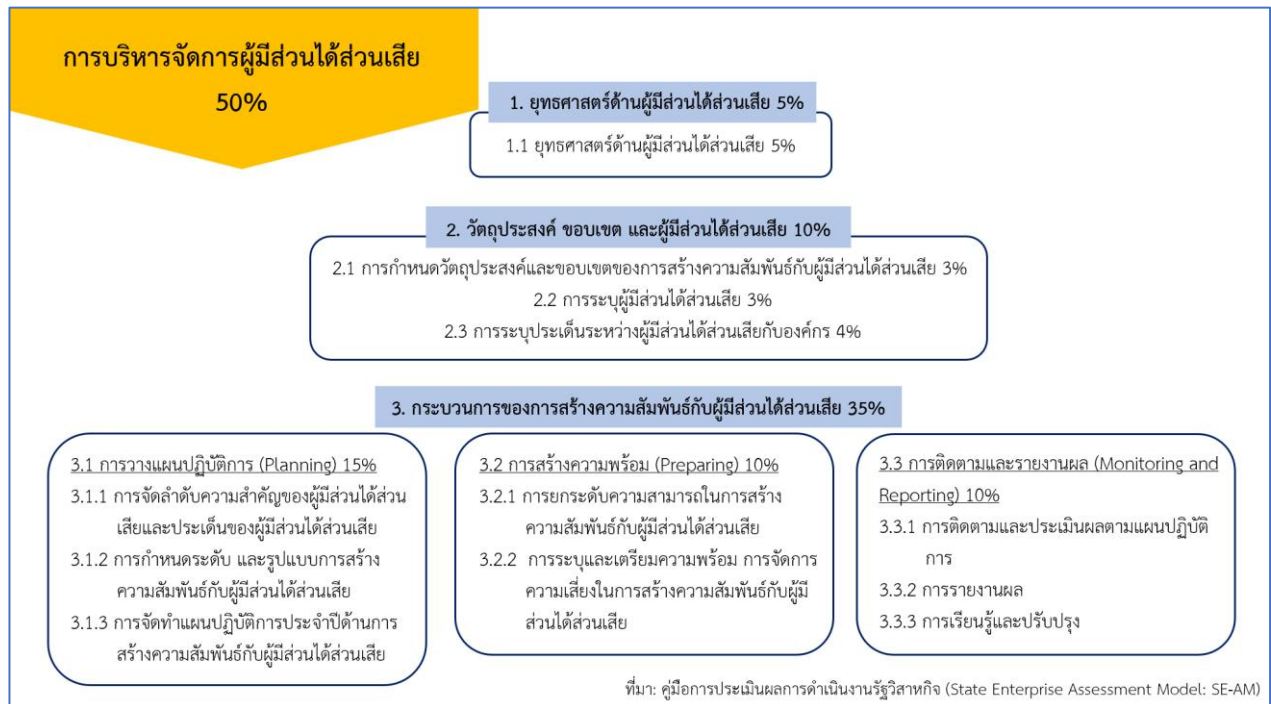
1. ทบทวนแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)
2. แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (แก้ไขเปลี่ยนแปลง) เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2566 เพื่อให้การดำเนินงานและการบริหารงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี พ.ศ. 2564 – 2567 (ทบทวนปี 2565) และปรับปรุงเป็น แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)
4. ทบทวนแผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2567 – 2570
5. ทบทวนแผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดประจำปี พ.ศ. 2567
6. ดำเนินการสื่อสารแผนและนโยบายการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้าและตลาด ให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร



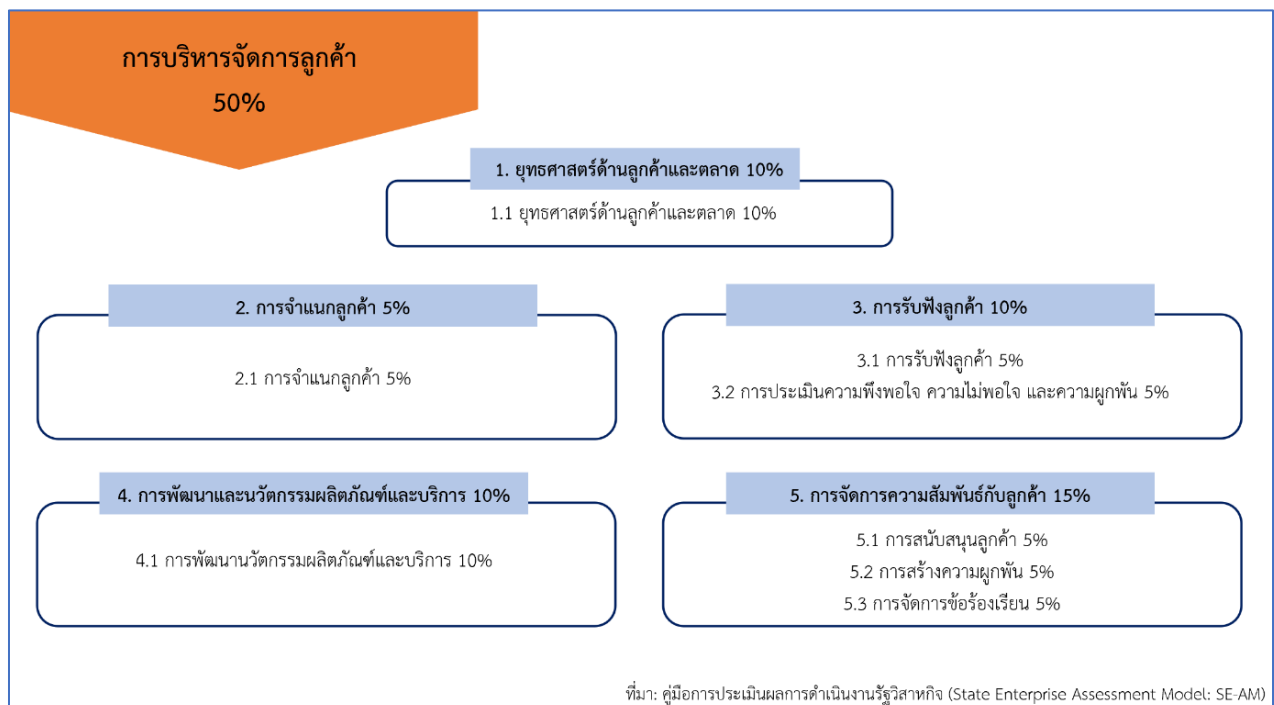
การจัดทำ แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ได้คำนึงถึงหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) โดยดำเนินงานโดยตอบสนองต่อหลักการสำคัญ ดังนี้



โดยหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย

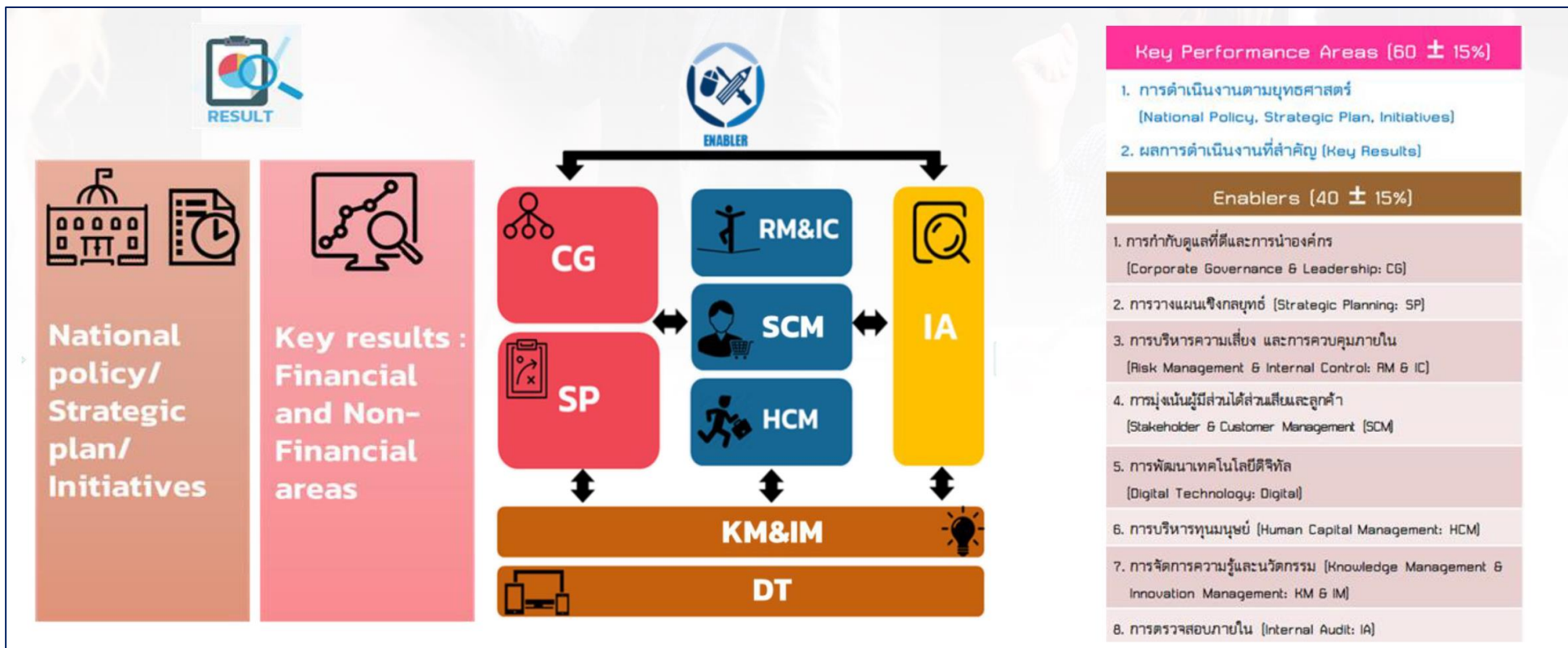


หลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ด้านการบริหารจัดการลูกค้า ประกอบด้วย

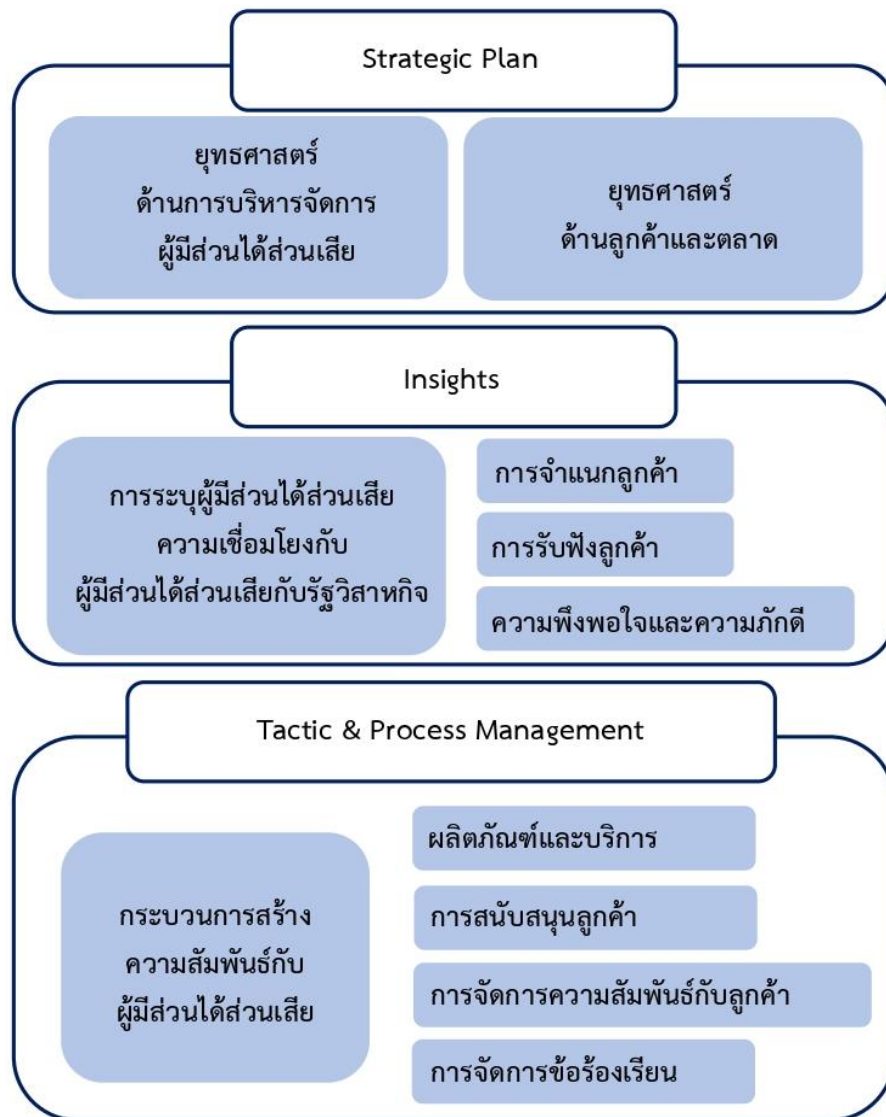


การจัดทำ แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช. ยังได้บูรณาการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ร่วมกับเกณฑ์กระบวนการด้านอื่น เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการปฏิบัติงานและให้ครอบคลุมกระบวนการทั้งหมดอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด บูรณาการร่วมกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (SP) เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ จัดทำและถ่ายทอดแผนแม่บทและติดตามผลและปรับเปลี่ยนแผนงาน
2. การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจ บูรณาการร่วมกับการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (DT) เพื่อทำ Government Integration และ Data government & Big data management การกำหนดบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (CG) และการจัดการความรู้ (KM) เพื่อนำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาจัดทำกระบวนการจัดการความรู้
3. กระบวนการการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บูรณาการร่วมกับการบริหารความเสี่ยง (RM) การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (DT) การตรวจสอบภายใน (IA) การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (CG) เพื่อเปิดเผยความโปร่งใสในการทำงาน การบริหารทุนมนุษย์ (HCM) การจัดการความรู้ (KM) ด้านกระบวนการจัดการความรู้ และกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการนวัตกรรม (IM) เพื่อทำ Management based innovation และ Innovation Results



ที่มา: คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM)



- SP**
- การกำหนดยุทธศาสตร์
 - การจัดทำและถ่ายทอดแผนปฏิบัติการ
 - การติดตามผลและปรับเปลี่ยนแผนงาน

- DT**
- Government Integration
 - Data government & Big Data Mgt.

- CG**
- บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- KM**
- กระบวนการจัดการความรู้

- R**
- การบริหารความเสี่ยง

- KM**
- กระบวนการจัดการความรู้
 - กระบวนการปฏิบัติงาน

- HR**
- การพัฒนาทุนมนุษย์

- CG**
- Disclosure & Transparent

- IA**
- การปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน

- DT**
- Digital Transformation

- IM**
- Customer centric innovation
 - Knowledge based innovation
 - Innovation Results

ที่มา: คู่มือการชี้แจงผลประโยชน์การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

➤ **วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน**

1. เพื่อให้ อพวช. เป็นองค์กรที่มีระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรและประเทศ
2. เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกมิติ
3. เพื่อให้ อพวช. เป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับในการบริหารงานที่ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

➤ **เป้าหมายของการจัดทำแผน**

1. อพวช. มีแนวปฏิบัติและระบบการทำงานในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานได้
2. บุคลากร อพวช. มีความตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการทำงาน
3. ผู้รับบริการ ลูกค้า ประชาชนทั่วไป และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ให้การยอมรับ เกิดความเชื่อมั่น และมีความสัมพันธ์ยั่งยืนในการดำเนินงานกับ อพวช.

➤ **ขั้นตอนการจัดทำแผน**

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูล สภาพปัญหา ความต้องการขององค์กร และสภาพแวดล้อม รวมถึงนโยบายที่จะดำเนินการ โดยมีแหล่งและวิธีการรวบรวมข้อมูล ได้แก่

- การระดมสมองของบุคลากรในหน่วยงาน
- การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจสายงานต่าง ๆ ใน อพวช.
- การประชุมเชิงปฏิบัติการของคณะทำงานการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
- เอกสารคู่มือการปฏิบัติงาน
- แผนวิสาหกิจของ อพวช.
- แผนแม่บทการสร้างความตระหนักของ อพวช.
- หลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล

- วิเคราะห์นโยบาย เป้าประสงค์ สภาพแวดล้อม สภาพปัญหา
- กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์
- กำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- กำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย
- การจัดลำดับความสำคัญของแผนงาน กิจกรรม โครงการ
- การจัดทำแนวทางการปฏิบัติงานประจำปี

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำแผนแม่บท โดยมีเค้าโครงประกอบด้วย

- บทที่ 1 บทนำ
- บทที่ 2 ข้อมูลองค์กรและสรุปการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพขององค์กรภาพรวม
- บทที่ 3 แผนการดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปีที่ผ่านมา
- บทที่ 4 การดำเนินการในการพัฒนาแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ประจำปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)
- บทที่ 5 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช.
- บทที่ 6 การจัดทำยุทธศาสตร์การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช. ปี 2567 - 2570
- บทที่ 7 การถ่ายทอดแผนแม่บทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การปฏิบัติ

ขั้นตอนที่ 4 การอนุมัติแผนแม่บทและแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- เสนอคณะทำงานและคณะกรรมการบริหาร อพวช. ให้ความเห็น
- เสนอคณะกรรมการ อพวช. ให้ความเห็นชอบและอนุมัติแผนฯ
- แจ้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ
- นำแผนฯ ไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 5 รายละเอียดแผนฯ

ขั้นตอนที่ 6 การติดตามและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 7 การเรียนรู้ การจัดการความรู้ และการทบทวนแผนฯ

บทที่ 2

ข้อมูลองค์กรและสรุปการวิเคราะห์สถานภาพขององค์กรภาพรวม

องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพพช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) มีภารกิจหลักในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรมให้กับเยาวชนและประชาชนในสังคมไทย ผ่านการจัดแสดงนิทรรศการและกิจกรรม ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ อพพช. การส่งเสริม และแสดงกิจกรรมหรือผลงานสิ่งประดิษฐ์เพื่อให้ความรู้และความบันเทิงแก่สังคม การรวบรวมวัตถุตัวอย่าง การบันทึกหลักฐานและสงวนรักษาผลงานการวิจัยและความก้าวหน้าทางวิชาการและนิทรรศการ การเป็นศูนย์รวมทางด้านข้อมูลและวิชาการเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและเทคโนโลยี และการสร้างร่วมมือกับองค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศเพื่อประโยชน์ในด้านการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

ในการจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ได้มีการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้แก่ โครงสร้างการบริหารงานตามแผนวิสาหกิจ อพพช. ฉบับที่ 6 ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหาร อพพ. ในการใช้อ้างอิงเพื่อจัดทำแผนฉบับต่าง ๆ ตามเกณฑ์ประเมินของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) รวมทั้งแผนแม่บทการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ระยะที่ 4 ปี พ.ศ. 2566 - 2570 ซึ่งเป็นแกนหลักในการพัฒนางานตามพันธกิจของ อพพช. มาเพื่อประกอบการจัดทำแผน โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วน ดังนี้

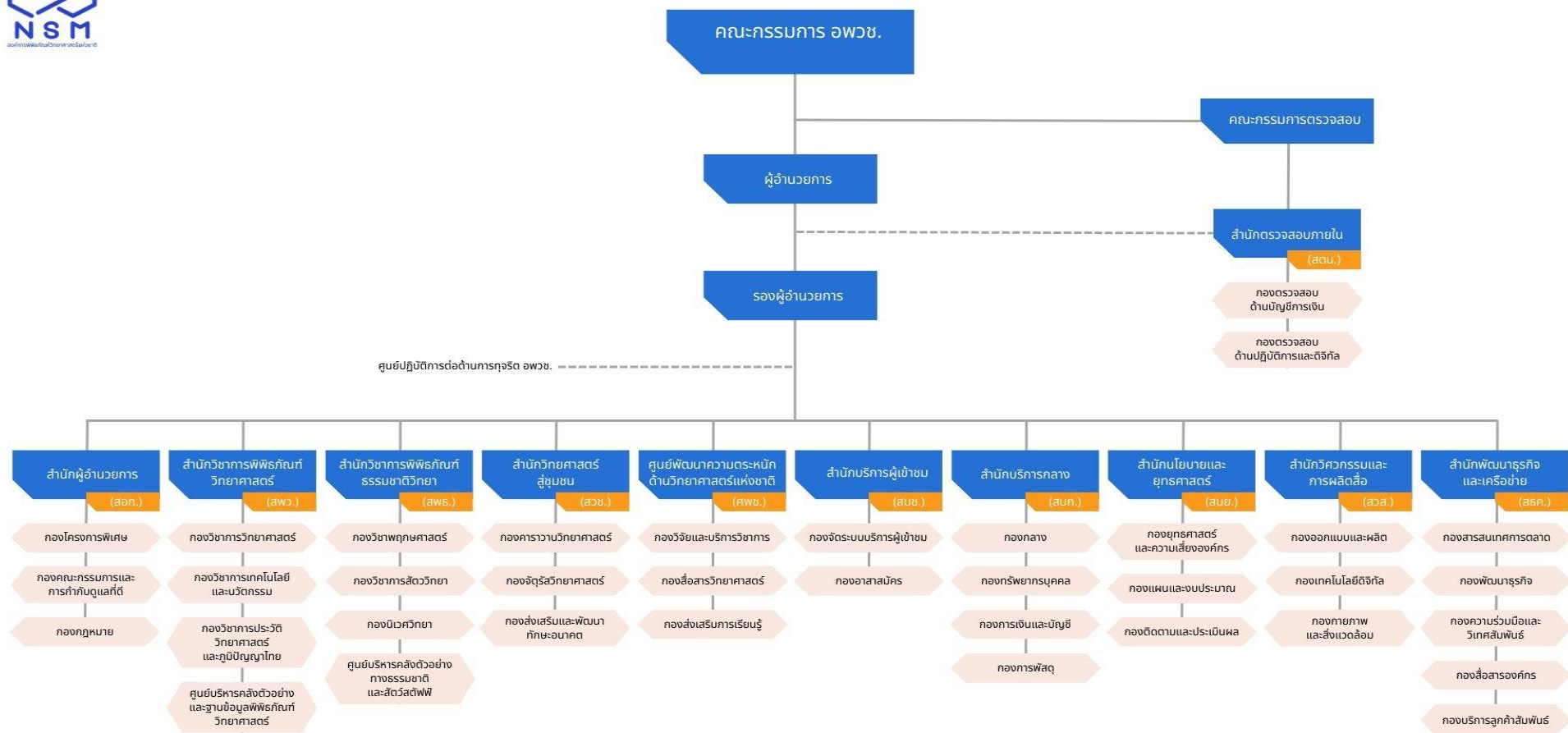
➤ โครงสร้างองค์กรขององค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพพช.)

ปัจจุบัน อพพช. มีการบริหารจัดการภายใต้การแบ่งโครงสร้างองค์กรซึ่งมีการปรับเปลี่ยนและได้รับอนุมัติให้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับการขยายปริมาณงาน และให้เกิดความชัดเจนในแง่บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในงานแต่ละด้าน อย่างไรก็ตามก็ยังบริหารจัดการในรูปของ matrix คือการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยต่าง ๆ ที่มีบทบาทแตกต่างกัน โครงสร้างการทำงานของ อพพช. ในปัจจุบันประกอบด้วย 11 สำนัก โดยมีผู้อำนวยการ และรองผู้อำนวยการ อพพช. กำกับดูแล ดังนี้

1. **สำนักวิชาการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ** รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้นคว้า ศึกษา วิจัยข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนางานความรู้และสื่อสารด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
2. **สำนักวิชาการพิพิธภัณฑสถานชาติวิทยา** รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้นคว้า ศึกษา วิจัยข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ พัฒนางานความรู้และสื่อสารด้านธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ
3. **สำนักวิทยาศาสตร์สู่ชุมชน** รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และขยายบริการกิจกรรมการเรียนรู้ ขององค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค (Outreach) และนอกพื้นที่องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
4. **ศูนย์พัฒนาความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์แห่งชาติ** รับผิดชอบเกี่ยวกับการวิจัย พัฒนางานความรู้ด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์ พัฒนาหลักสูตรและดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ ให้เกิดการสร้าง ความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์แก่สังคมไทย
5. **สำนักบริการผู้เข้าชม** รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาและบริหารระบบการบริการผู้เข้าชม เพื่ออำนวยความสะดวก สร้างความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ

6. **สำนักตรวจสอบภายใน** รับผิดชอบในการสร้างความเชื่อมั่น (Assurance service) และการให้คำปรึกษา (Consulting service) แก่ผู้บริหารและหน่วยงานอย่างเป็นอิสระและเที่ยงธรรม โดยการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบควบคุมภายใน ระบบบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ
7. **สำนักผู้อำนวยการ** รับผิดชอบเกี่ยวกับการสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ว่าการองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ในการกำกับดูแลงานโครงการพิเศษ การสื่อสารองค์กรทั้งภายในและภายนอก ให้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร การจัดทำนโยบาย แผนแม่บทและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม
8. **สำนักบริการกลาง** รับผิดชอบสนับสนุนภารกิจภายในองค์กร ด้านการบริหารงานสารบรรณ ควบคุม ดูแลการจัดส่งหนังสือเข้า-ออกให้กับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก ด้านทรัพยากรบุคคลทั้งการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ
9. **สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์** รับผิดชอบการจัดทำนโยบายและแผน การจัดทำยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจ แผนงบประมาณและแผนปฏิบัติการประจำปี การติดตามและประเมินผล การรายงานผลการปฏิบัติงาน การดำเนินการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน
10. **สำนักวิศวกรรมและการผลิตสื่อ** รับผิดชอบสนับสนุนการทำงานของส่วนงานต่าง ๆ ในองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ด้านการออกแบบ และผลิตนิทรรศการ สื่อ และอุปกรณ์ประกอบที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ รวมทั้งการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบโสตทัศนูปกรณ์ และการจัดการห้องสตูดิโอ การดูแลและซ่อมบำรุงนิทรรศการ อาคารสถานที่และระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์
11. **สำนักพัฒนาธุรกิจและเครือข่าย** รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการวางแผน วิจัย และพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อกำหนดนโยบายด้านการตลาด การพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ และการระดมทุน ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

การจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดฉบับนี้ ได้ดำเนินงานภายใต้การมีส่วนร่วมจากทุกสำนัก/ศูนย์ เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมในทุกมิติ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมและนำไปสู่การสร้างมูลค่าแก่องค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริงและยั่งยืน



การวางระบบงาน (Work System) ของ อพวช.

กระบวนการธุรกิจ (Business Process)

กระบวนการธุรกิจในลักษณะภาพรวม (Overall Architecture) กระบวนการปฏิบัติงาน อพวช. สามารถนำมาแบ่งออกเป็นภาระตามกลุ่มงานออกได้เป็น 3 กลุ่มภาระงาน ได้แก่

- 1) Management Processes
 1. การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์
 2. การสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้บริหาร
 3. การตรวจสอบภายใน
- 2) Core Processes
 1. การบริการทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์
 2. การบริการทางวิชาการด้านธรรมชาติและชีววิทยา
 3. การบริการนำวิทยาศาสตร์สู่ชุมชน
- 3) Support Processes
 1. การบริการผู้เข้าชม
 2. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี ผลิตสื่อและกายภาพ
 3. การบริการส่วนกลาง
 4. การพัฒนาธุรกิจและเครือข่าย
 5. การพัฒนาความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์แห่งชาติ

การจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) ยังได้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงสาระสำคัญของแผนวิสาหกิจองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) และ แผนแม่บทการสร้างวัฒนธรรมนักด้าน วทน. ระยะที่ 4 พ.ศ. 2566 - 2570 ประกอบด้วย

➤ แผนวิสาหกิจองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ ค่านิยมหลัก ที่สะท้อนอัตลักษณ์และบริบทของ อพวช. มีสาระสำคัญของแผนวิสาหกิจองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

ดินแดนแห่งการค้นพบความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์

A place where everyone can discover the wonders of science.

พันธกิจ (Mission)

สร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนสนุกกับการค้นพบ เรียนรู้ตลอดชีวิต ด้วยความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์
(To inspire people with the best learning, research and entertainment solutions.) ด้วยการ

1. สร้างแรงบันดาลใจและความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์
2. ให้บริการพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ด้วยมาตรฐานระดับโลก
3. วิจัย รวบรวมวัสดุตัวอย่าง และจัดการองค์ความรู้เพื่อการสื่อสารวิทยาศาสตร์
4. พัฒนารูปแบบและสร้างความร่วมมือระดับประเทศและนานาชาติที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์

ค่านิยมหลัก (Core Values) หลักการนำทางชีวิตการปฏิบัติงาน ที่เป็นวัฒนธรรมองค์การ มีดังต่อไปนี้

WINS: Wisdom - Innovation – Neighborly – Spark

Wisdom: ความรอบรู้ในมนุษย์และสิ่งต่าง ๆ

Innovation: มีความคิดริเริ่ม ค้นคว้าและสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ

Neighborly: มอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และสังคม

Spark: เป็นประกายมีชีวิตชีวา

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Themes)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 มุ่งสู่เสาหลักด้านการจัดการองค์ความรู้วิทยาศาสตร์เพื่อพลเมือง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างประสบการณ์มหัศจรรย์สุดล้ำแห่งวิทยาศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนารูขี้อยู่ที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

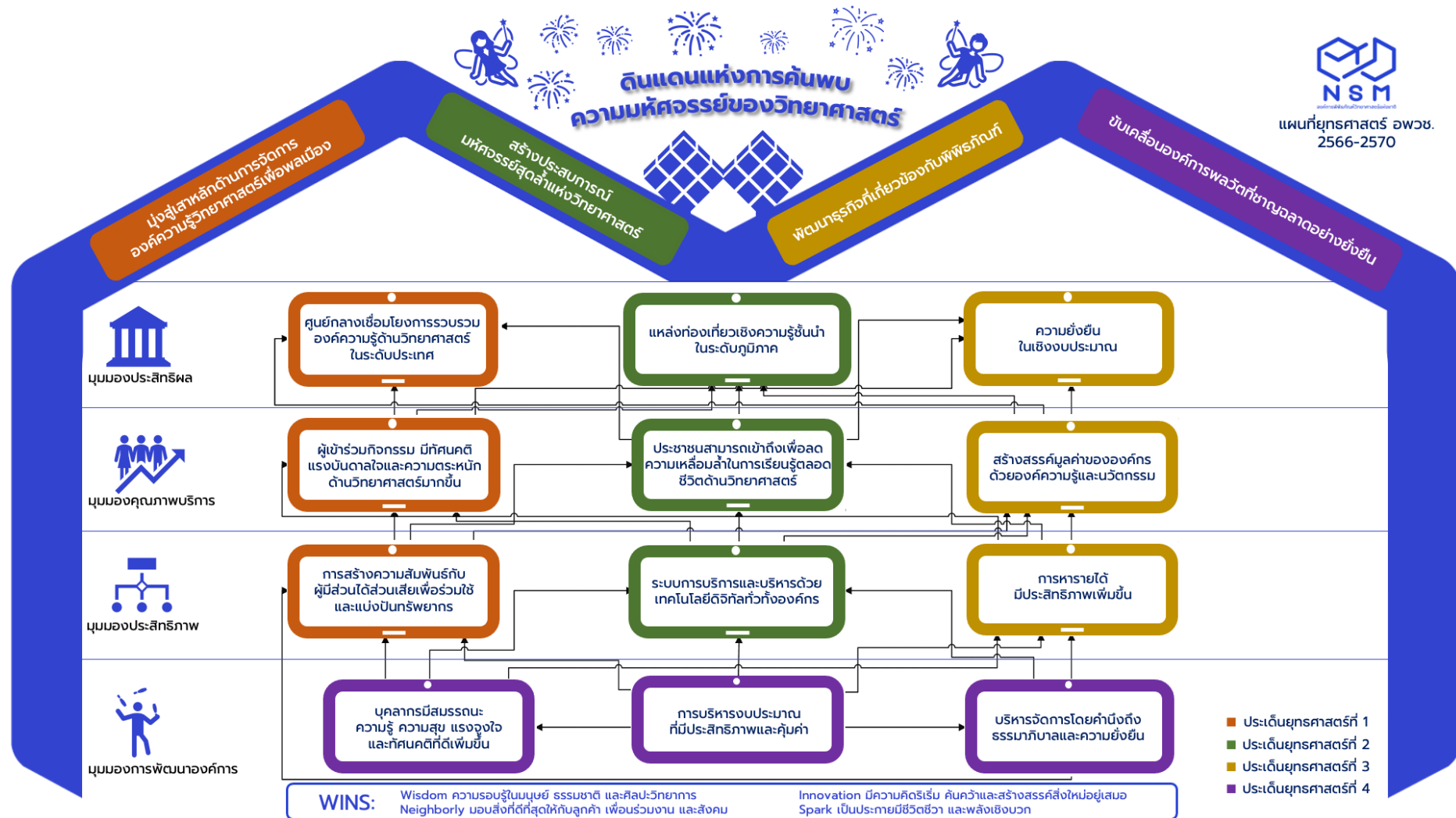
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ขับเคลื่อนองค์การพลวัตที่ชาญฉลาด

แผนวิสาหกิจองค์การพิพิธภัณฑิวิทยาศาตร์แห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)

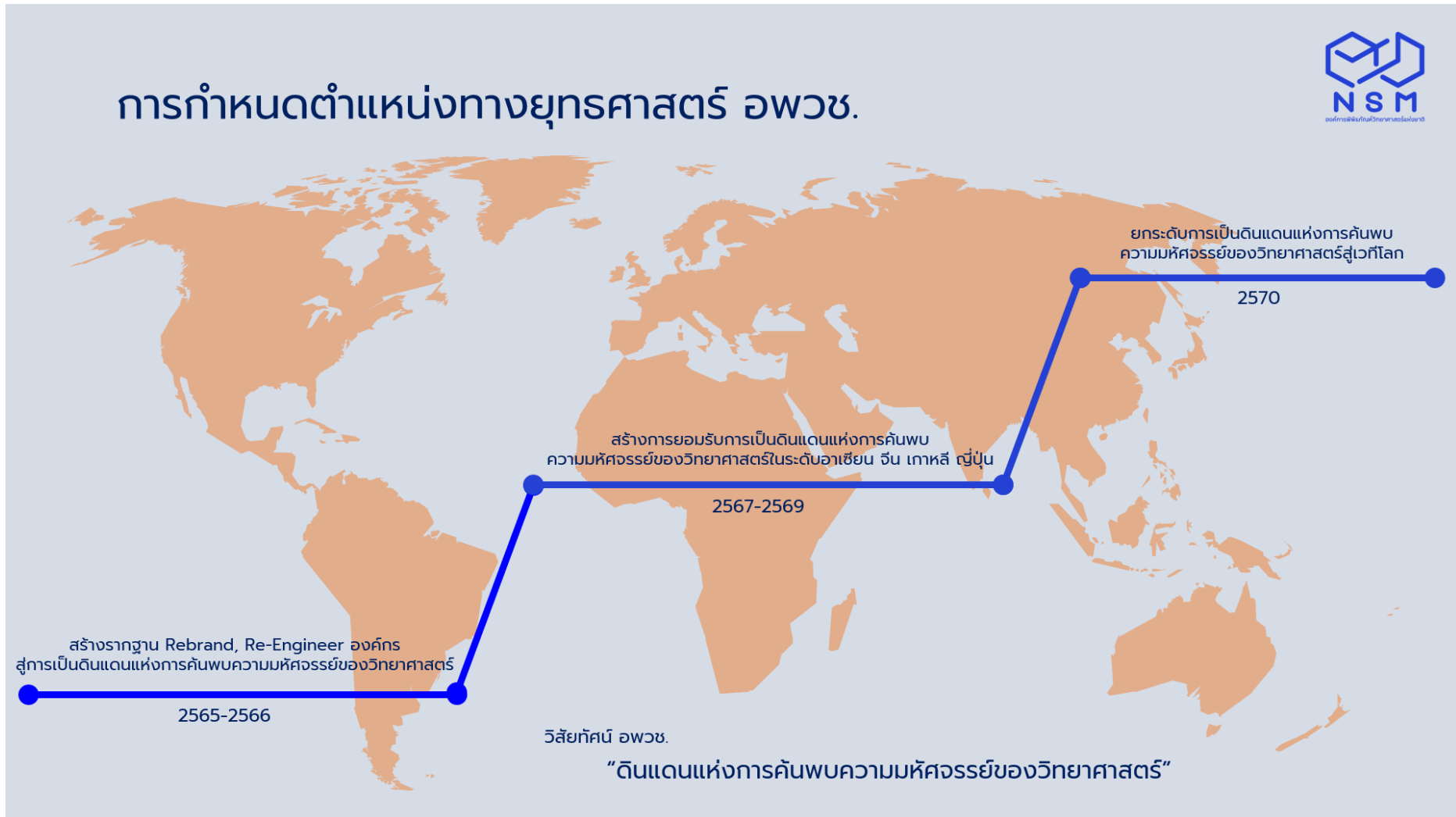
วิสัยทัศน์	"ดินแดนแห่งการค้นพบความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์"
พันธกิจ	สร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนสนุกกับการ ค้นพบ เรียนรู้ตลอดชีวิต ด้วยความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์" ด้วย 1. สร้างแรงบันดาลใจและความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์ 2. ให้บริการพิพิธภัณฑิวิทยาศาตร์ด้วยมาตรฐานระดับโลก 3. วิจัย รวบรวมวัสดุตัวอย่าง และจัดการองค์ความรู้เพื่อการสื่อสารวิทยาศาสตร์ 4. พัฒนารูถึกและสร้างความร่วมมือระดับประเทศและนานาชาติที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑิวิทยาศาตร์
ค่านิยม	WINS: Wisdom - Innovation – Neighborly – Spark

ยุทธศาสตร์ที่ 1 มุ่งสู่เสาหลักด้านการจัดการองค์ความรู้วิทยาศาสตร์ เพื่อพลเมือง	ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างประสบการณ์ที่ศจรยสุดล้ำแห่ง วิทยาศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนารูถึกที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑิ	ยุทธศาสตร์ที่ 4 ขับเคลื่อนองค์การพลวัตที่ชาญฉลาด
กลยุทธ์ 1 ยกระดับมาตรฐานระบบการจัดการ องค์ความรู้และเชื่อมโยงสู่ฐานข้อมูลประเทศ	กลยุทธ์ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะ แหล่งท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค	กลยุทธ์ 1 ขยายโอกาสทางธุรกิจและสร้างรายได้ ด้วยนวัตกรรม	กลยุทธ์ 1 เสริมสร้างศักยภาพพุนมนุษย์ให้พร้อม สำหรับศตวรรษที่ 21
กลยุทธ์ 2 พัฒนาการสื่อสารวิทยาศาสตร์ เพื่อตอบโจทยสังคม	กลยุทธ์ 2 พัฒนานาทรศกร กิจกรรมเสริมศึกษา ให้มีความหลากหลายโดดเด่นครบวงจร เพื่อมุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย	กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบบริหารจัดการด้วยองค์ความรู้ และนวัตกรรม	กลยุทธ์ 2 การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร
กลยุทธ์ 3 สร้างพันธมิตรในการจัดการความรู้และสื่อสาร วิทยาศาสตร์ทั้งภายในประเทศและระดับสากล	กลยุทธ์ 3 พัฒนาระบบดิจิทัลให้รองรับภารกิจขององค์กร ในการพัฒนารูถึก	กลยุทธ์ 3 ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างรายได้และเป็น ประโยชน์ต่อสังคม	กลยุทธ์ 3 พัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

แผนที่ยุทธศาสตร์ขององค์การพิพิธภัณฑิวิทยาศาสร์แห่งชาติ (Strategy Maps)



การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของ อพวช.



การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ของแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)

อพวช. ได้ทบทวนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ด้วย SWOT Analysis โดยแบ่งออกเป็นสภาพแวดล้อมทั้งภายในสองด้าน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกสองด้าน ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในทุกประเด็น นำมาให้น้ำหนักความสำคัญว่าประเด็นใดมีความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. อพวช. มีพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ระดับประเทศทั้งหมด 4 พิพิธภัณฑ์ และกำลังจะมีพิพิธภัณฑ์แห่งที่ 5 ในพื้นที่ 180 ไร่ ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดในอาเซียน 2. บุคลากร อพวช. มีความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ การสร้างความตระหนักรู้ด้าน วทน. และธรรมชาติวิทยา สัตว์ป่า 3. อพวช. เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ไม่แสวงหาผลกำไร ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาล และสามารถดำเนินการหารายได้จากการดำเนินงาน 4. ผู้นำด้านแหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัย และแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียน ด้านวิทยาศาสตร์ (คาราวานวิทยาศาสตร์ Outreach Program) 5. อพวช. มีอัตราค่าเข้าชม และค่าเข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชน	1. ขาดการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน จึงทำให้การตลาดและประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย 2. การจัดการทรัพยากรและกิจกรรมต่างๆ เน้นเด็กและเยาวชนเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ไม่สามารถขยายไปสู่กลุ่มผู้รับบริการกลุ่มอื่นๆ ได้ 3. ขาดการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเพื่อสื่อสารสินค้าและบริการกับลูกค้าเดิม รวมทั้งขยายสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ตลอดจนขาดการทำงานเชิงรุกเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับแหล่งทุนในระดับชาติและระดับนานาชาติ 4. ความไม่คล่องตัวในการทำงาน ระบบการทำงาน 5. แผนพัฒนาบุคลากรยังเป็นแบบกว้าง ไม่เฉพาะด้านให้เหมาะสมตามตำแหน่ง 6. ยังไม่สามารถเชื่อมโยงฐานข้อมูล platform ต่างๆ ให้เป็น one data platform

โอกาส (Opportunities)	ข้อจำกัด (Threats)
1. วิถีชีวิตและพฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไป โดยเฉพาะด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต 2. อพวช. เป็นหน่วยงานสังกัดในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ทำให้มีโอกาสร่วมงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น และมีโอกาสในความร่วมมือด้านการวิจัยมากขึ้น 3. ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษา เป็นโอกาสให้อพวช. ดำเนินกิจกรรมคาราวานวิทยาศาสตร์ รวมทั้งการขยายเวทีและกิจกรรมสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นได้มากขึ้น	1. สังคมไทยยังให้ความสนใจทางด้านวิทยาศาสตร์น้อยส่งผลให้แหล่งเรียนรู้และกิจกรรมทางวิทยาศาสตร์ยังไม่ได้รับความสนใจมากพอ กระแสสังคมให้ความสำคัญในการแสดงออกของเยาวชน ในด้านความบันเทิงมากกว่าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สะท้อนจากจำนวนการแข่งขันทางด้านบันเทิงไม่ว่ารายการต่าง ๆ จะได้รับความสนใจการแข่งขันมากกว่าทางด้านวิทยาศาสตร์ ที่ อพวช. จัดขึ้น นอกจากนี้สะท้อนได้จากรายการโทรทัศน์ที่ยังมีรายการทางด้านเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์ที่น้อยและไม่หลากหลาย

โอกาส (Opportunities)	ข้อจำกัด (Threats)
4. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการให้บริการของ อพวช. รวมทั้งเป็นโอกาสในการใช้ความรู้ ความสามารถของผู้สูงอายุ ในการสนับสนุนการดำเนินงานของ อพวช. 5. พันธมิตรแหล่งเรียนรู้ใกล้เคียง สามารถทำโครงการเพื่อกลุ่มเป้าหมายเดียวกันได้ เพิ่มโอกาสด้านธุรกิจ	2. ขาดบริการขนส่งมวลชนสาธารณะจากกรุงเทพฯ เข้าถึง อพวช. คลองห้า ปทุมธานี ในปัจจุบันยังไม่มีรถยนต์ขนส่งมวลชนสาธารณะจากใจกลางเมือง ที่มีความสม่ำเสมอแน่นอน เป็นอุปสรรคต่อกลุ่มลูกค้า ครอบครัวที่จะเดินทางมายัง อพวช. คลองห้า ปทุมธานี เป็นผลให้กลุ่มครอบครัวมายัง อพวช. มีปริมาณน้อย ซึ่งเป็นร้อยละ 10 ของผู้ใช้บริการทั้งหมดของ อพวช. 3. การสร้างตัวตนของ อพวช. ในสังคมไทย ยังไม่เป็นที่รู้จักหรือยอมรับ ในฐานะองค์กรของชาติที่มีความสำคัญในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายในสังคม 4. ประเทศไทยมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใหม่หลายประเภทเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ มีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน สะท้อนจากจำนวนแหล่งเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นในประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีสูงถึงมากกว่า 1,000 แห่ง เป็นผลให้ประชาชนที่สนใจจะเดินทางมายังแหล่งเรียนรู้มีโอกาสในการเลือกที่จะเดินทางไปเรียนรู้ในแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ นอกเหนือจากการมารับบริการที่ อพวช. ซึ่งทำให้คู่แข่งทางการตลาดที่น่าสนใจและทันสมัย เพิ่มมากขึ้น

➤ แผนแม่บทการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ระยะที่ 4 พ.ศ. 2566 - 2570

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในสังคมไทย ผ่านการบริการแหล่งเรียนรู้และกิจกรรมต่างๆ สู่ประชาชนในวงกว้าง โดยที่ผ่านมาได้ดำเนินการสร้างความรู้ความเข้าใจภายใต้แผนแม่บทระยะที่ 1 ปี พ.ศ. 2557 - 2559 และระยะที่ 2 ปี พ.ศ. 2559 - 2562 โดยการจัดทำแผนแม่บทระยะที่สองนั้นให้ความสำคัญกับการสร้างภาคีเครือข่ายเพื่อให้สามารถขยายผลการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้าน วทน. ไปได้ในวงกว้าง โดยการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ และให้เกิดพลวัตในการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม มีเป้าหมายและสามารถผลชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ และอื่นๆ อพวช. ได้มีการทบทวนแผนแม่บทและปรับปรุงแผนโดยการรับฟังความเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และได้ปรับแผนการทำงานมาอย่างต่อเนื่อง

อพวช. ได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รวมทั้งทบทวนแผนแม่บทเพื่อให้เหมาะสมต่อสถานการณ์และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ให้คงความต่อเนื่องกับแผนเดิมโดยจัดทำเป็นแผนแม่บทการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้าน วทน. ระยะที่ 3 พ.ศ. 2563 - 2565 โดยการจัดทำแผนแม่บทระยะที่สามให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางภาคประชาชนในการมีบทบาทด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์เพื่อตอบสนองสังคมรวมทั้งการสร้างความรู้ความตระหนักรู้พื้นฐานของความยั่งยืนและการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมกับการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคต และปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการในระยะเวลาที่ 4 พ.ศ. 2566 - 2570 สำคัญอย่างยิ่งอยู่บนพื้นฐานของแผนเดิมเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการดำเนินงาน ไปสิ้นสุดแผนใกล้เคียงกับระยะเวลาของแผนวิสาหกิจฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 6) โดยให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อการสื่อสารวิทยาศาสตร์ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้สามารถตอบรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และรูปแบบการเรียนรู้ในสังคมที่เปลี่ยนไปรองรับ พ.ร.บ. ส่งเสริมการเข้าสู่สังคมสูงวัย รวมทั้งเพื่อพัฒนาการดำเนินการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ของ อพวช. ให้มีมาตรฐานในระดับสากล

อพวช. ได้ดำเนินการทบทวนแผนแม่บทที่ดำเนินการโดยรับฟังความเห็นจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

1. อพวช. ควรปรับบทบาทนอกจากเป็นผู้ดำเนินการสร้างความรู้ความตระหนักรู้เองแล้ว ยังควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลาง (platform) ในการประสานความร่วมมือ และความเชี่ยวชาญด้านวิชาการและด้านต่างๆ จากหลากหลายหน่วยงานเพื่อมาทำงานร่วมกันในการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ผู้บริหารจัดการการเรียนรู้นอกห้องเรียน โดยเป็นผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านวิทยาศาสตร์
2. อพวช. ยังควรทำหน้าที่ เป็นผู้รวบรวม Content ทางภูมิปัญญาของวิทยาศาสตร์ท้องถิ่นไทย และวิทยาศาสตร์ด้านอื่นๆ เพื่อนำมาจัดทำเป็นองค์ความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย เพื่อให้หน่วยงานอื่นๆ ได้ต่อยอดนำไปใช้ในการเผยแพร่
3. อพวช. ควรให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการขยายผลการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ทั้งในด้านการจัดทำแหล่งเรียนรู้ หรือข้อมูลออนไลน์ที่สืบค้นได้ตลอดเวลา และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดเก็บวัสดุตัวอย่าง (collection) เพื่อการศึกษาเรียนรู้ การหาช่องทางหรือสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น Virtual reality ในการนำเสนอ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและเข้าใจได้ง่าย รวมทั้งเป็นภาพลักษณ์ที่น่าสนใจในการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ซึ่งยังเป็นโอกาสกระจายการเรียนรู้สู่ประชาชนและเยาวชนในพื้นที่ที่ห่างไกลและเข้าถึงได้ยาก

4. ขยายบทบาทของการจัดการเรียนรู้และส่งเสริมสังคมสูงวัย รวมทั้งการ Upskill Reskill สำหรับวัยทำงาน ส่งเสริมแนวคิดและทักษะเพื่ออาชีพใหม่ ๆ ในอนาคต สร้างการรับรู้และขยายฐานผู้เรียนรู้ให้กระจายไปในทุกระดับวัย รวมทั้งกระจายโอกาสสู่ชุมชนและเยาวชนที่ห่างไกล
5. สร้างความใกล้ชิดกับชุมชนและเยาวชน เปิดโอกาสให้เยาวชนและชุมชนมีส่วนร่วม มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ความเห็น เปิดโอกาสให้เยาวชนได้นำเสนอความคิด ได้พัฒนาทักษะใหม่ๆ ที่สำคัญ รวมทั้งได้เข้ามาทำงานในพิพิธภัณฑ์
6. สร้างงานใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น เช่นงานด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์ การผลิตสื่อวิทยาศาสตร์ โดยสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านนี้ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดงานในด้านนี้

จากสาระสำคัญดังกล่าว ได้มีการทบทวนแผนเดิมและปรับปรุงยุทธศาสตร์บางส่วน ให้มีความชัดเจนและตอบโจทย์สถานการณ์ในปัจจุบันมากขึ้น และได้ปรับปรุงแผนแม่บทการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับหน่วยงานเครือข่าย มีรายละเอียดดังนี้

แผนแม่บทการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับหน่วยงานเครือข่าย

เป้าหมายของแผนแม่บทในภาพรวม

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) ได้จัดทำแผนแม่บทการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ โดยเน้นมีประเด็นเป้าหมายของแผนแม่บทครอบคลุมใน 4 มิติ คือ

1. มิติด้านกลุ่มเป้าหมาย
2. มิติด้านเครือข่ายความร่วมมือ
3. มิติด้านข้อมูลองค์ความรู้
4. มิติด้านทักษะและเจตคติ (กระบวนการ ระบบคิด และทัศนคติ)

สรุปเป้าหมายของแผนในภาพรวม

1. สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความสนใจและต้องการในการเรียนรู้ ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เตรียมความพร้อมให้กับประชาชนไทย ต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อสร้างประชาชนที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรม รวมทั้งมีจิตสำนึกที่จะดูแลสังคมอย่างยั่งยืน
2. ส่งเสริมให้ประชาชนในทุกกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต การทำงาน และการพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะองค์ความรู้ ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญา ที่สอดคล้องกับนโยบายและความต้องการการพัฒนาของประเทศ ให้พร้อมต่อการสื่อสารและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการประสานงานกับประชาคมวิทยาศาสตร์และนักสื่อสารวิทยาศาสตร์
3. บูรณาการการทำงานกับภาคีเครือข่ายในภาคส่วนต่าง ๆ โดยการใช้ทรัพยากร และศักยภาพของแต่ละองค์กรร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยให้ความสำคัญกับการทำหน้าที่เป็น platform สร้างแรงจูงใจ และจัดสรรทุนสนับสนุน ให้เกิดการร่วมมือในการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์โดยหน่วยงานทุกภาคส่วน ประสานงานและส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมแก่สังคม

4. พัฒนาและส่งเสริมแหล่งเรียนรู้และพื้นที่การเรียนรู้ สร้างสรรค์นวัตกรรม ทั้งรูปแบบของสถานที่และรูปแบบออนไลน์ และส่งเสริมให้ภาคส่วนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อให้มีความต่อเนื่องและยั่งยืน



กลไกในการดำเนินการ

เพื่อนำไปสู่การสร้างตระหนักรู้ด้าน ว และ ท กับกลุ่มเป้าหมายข้างต้น ตามประเด็นที่กำหนด ตามกรอบแผนปฏิบัติการ จึงได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์การดำเนินการ 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างแรงบันดาลใจและทัศนคติเชิงบวก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้สู่การสร้างมูลค่า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมนักสื่อสารวิทยาศาสตร์

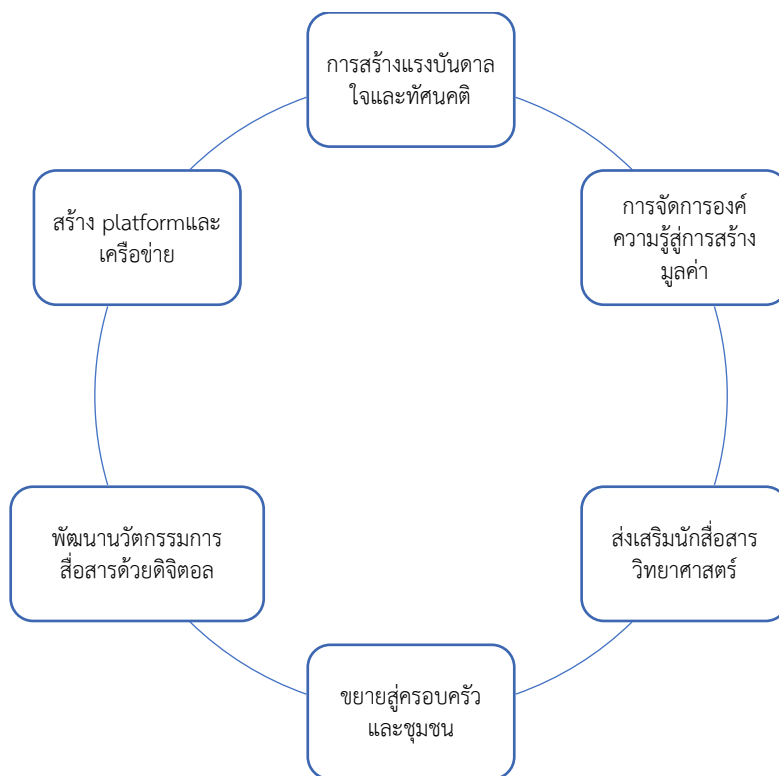
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ขยายการมีส่วนร่วมของชุมชนและครอบครัว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนานวัตกรรมสื่อสารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ขยายเครือข่ายความร่วมมือและพัฒนาพื้นที่ร่วม (platform) เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้

รายละเอียดของยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างแรงบันดาลใจและทัศนคติเชิงบวก



เป้าหมายของยุทธศาสตร์ : เพื่อมุ่งเป้าการสร้างทัศนคติที่ดีแก่ประชาชน โดยเฉพาะเยาวชน ให้เห็นว่าวิทยาศาสตร์เป็นเรื่องใกล้ตัว สำคัญ และไม่ใช่ว่าเรื่องยาก ทุกคนสามารถที่จะเข้าถึง เรียนรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้กับชีวิตประจำวัน

- เชื่อมโยงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี กับชีวิตประจำวัน ให้เห็นความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความยั่งยืน
- สร้างแรงบันดาลใจด้วยบุคคลตัวอย่างและอาชีพ เพื่อให้เห็นว่าอาชีพวิทยาศาสตร์เป็นอาชีพที่สร้างสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์แก่สังคม และเป็นอาชีพที่มีผู้ประสบความสำเร็จในหลากหลายสาขาที่น่าสนใจ
- สร้างประสบการณ์ที่สนุกสนาน ประทับใจ แปลกใหม่ และเป็นประสบการณ์ตรงในการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ให้กับประชาชน โดยใช้ศิลปะ หรือรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ เช่น ละคร เพลง ภาพยนตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้สู่การสร้างมูลค่า

เป้าหมายของยุทธศาสตร์ : เพื่อให้เกิดการวิจัย รวบรวมองค์ความรู้ จัดระบบข้อมูลและเผยแพร่ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ ให้พร้อมต่อการสืบค้น ต่อยอด หรือนำไปใช้ในการพัฒนา หรือเพื่อสื่อสารวิทยาศาสตร์แก่สังคม เพื่อสนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยทำงานกับภาคส่วนต่างๆ

- พัฒนาความร่วมมือด้านการวิจัยกับหน่วยงานวิจัย สถาบันอุดมศึกษา หรือหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ต่าง ๆ ในการเตรียมองค์ความรู้ที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคต รวมทั้งสำหรับตอบคำถามของประชาชนในกรณีมีเหตุการณ์ต่าง ๆ
- เชื่อมโยงฐานข้อมูลในการรวบรวมองค์ความรู้กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดฐานข้อมูลระดับชาติ ที่สามารถใช้ประโยชน์และเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- มุ่งเน้นการสื่อสารวิทยาศาสตร์ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- การประกอบอาชีพ เชื่อมโยงกับความต้องการด้านเศรษฐกิจของประเทศ นำเสนอประเด็นทางวิทยาศาสตร์ที่เป็น controversial issues และประเด็นที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งภูมิภาค เพื่อให้เกิดความสนใจและมีส่วนร่วมของประชาชน และเตรียมความพร้อมต่ออนาคต
- พัฒนาลิขสิทธิ์ที่มีมูลค่าหรือคุณค่าเพิ่มอันเกิดจากองค์ความรู้ของ อพวช.
- จัดทำสื่อองค์ความรู้ และสื่อการเรียนรู้ด้าน วทน. ในรูปแบบที่พร้อมเผยแพร่แก่สาธารณะ ซึ่งสามารถเข้าใจได้ง่ายและน่าสนใจ ส่งเสริมการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อนำเสนอองค์ความรู้สำคัญของประเทศ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ โดยทำงานกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
- รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและข้อมูลสำคัญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมนักสื่อสารด้านวิทยาศาสตร์

เป้าหมายของยุทธศาสตร์ : เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารวิทยาศาสตร์ และการจัดการเรียนรู้นอกห้องเรียน รวมทั้งให้เกิดการมีส่วนร่วมของนักวิจัย สื่อสารมวลชน และฝ่ายนโยบายในการสนับสนุนการสื่อสารวิทยาศาสตร์และงานวิจัยสู่ประชาชน เกิดการพัฒนาศักยภาพและทักษะด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์

- รณรงค์สร้างความเข้าใจกับ ผู้นำชุมชน นักวิจัย และหน่วยวิจัยถึงความสำคัญของบริษัทนักวิจัยต่อการสื่อสารวิทยาศาสตร์
- ส่งเสริมการพัฒนานักสื่อสารและนักการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เพื่อยกระดับมาตรฐานและสร้างแนวร่วมในการสร้างความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์ ส่งเสริมงานวิจัยและการพัฒนาบุคลากรในด้านดังกล่าว และเชิดชูบุคคลตัวอย่างในด้านการสื่อสารและการศึกษาทางวิทยาศาสตร์
- จัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาเครือข่ายของนักสื่อสารวิทยาศาสตร์และนักการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะด้าน informal learning ทั้งในและต่างประเทศ
- สนับสนุนผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ เช่น สื่อสารมวลชน สำนักพิมพ์ หรือผู้ผลิตภาพยนตร์ ในการสอดแทรกความรู้ และกระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ ในการเผยแพร่สื่อต่าง ๆ
- พัฒนา platform ของการสื่อสารวิทยาศาสตร์ร่วมสมัยสู่สังคม โดยการเชื่อมโยงภาคีเครือข่าย นักวิจัย นักการศึกษา นักสื่อสารวิทยาศาสตร์ และสื่อสารมวลชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ขยายบริการสู่ชุมชนและครอบครัว

เป้าหมายของยุทธศาสตร์ : เพื่อให้เกิดการกระจายการเรียนรู้สู่ภาคประชาชนมากขึ้น นอกเหนือจากในโรงเรียน สถานศึกษา และพื้นที่ของ อพวช. ในสำนักงานใหญ่ เพิ่มการเข้าถึงและโอกาสการเข้าร่วมกับกิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร ด้านวิทยาศาสตร์ที่หลากหลาย ผ่านแหล่งเรียนรู้ ชุมชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ รวมทั้งสร้างความยั่งยืนให้กับ กิจกรรมต่างๆ โดยสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถดำเนินการเอง

- เพิ่มการจัดกิจกรรมออกสู่ชุมชนในพื้นที่นอกเมือง เพื่อกระจายโอกาสการเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารด้านวิทยาศาสตร์
- สนับสนุนและสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด โรงเรียน ศูนย์เรียนรู้ ห้องสมุด สมาคมฯ รวมทั้ง ภาคธุรกิจ ภาคเอกชน หรือ Start-up) ในการเข้ามาช่วยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ด้าน วิทยาศาสตร์
- ส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ปกครองและครอบครัวในการมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ใน ครอบครัว
- แสวงหาความร่วมมือเพื่อการสนับสนุนระยะยาวจากท้องถิ่นหรือภาคเอกชนในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือสนับสนุนกิจกรรมการสื่อสารวิทยาศาสตร์แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนานวัตกรรมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล

เป้าหมายของยุทธศาสตร์ : เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างความน่าสนใจของข้อมูล ความรู้ เพิ่มวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมในวิทยาศาสตร์ รวมทั้งเปิดโอกาสให้เข้าถึงวิทยาศาสตร์ในหลากหลาย ด้านได้ทุกที่ทุกเวลา รวมทั้งใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

- พัฒนาข้อมูลองค์ความรู้ในรูปแบบดิจิทัล หรืออื่นๆ เพื่อให้สามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- จัดการระบบข้อมูลข่าวสารออนไลน์ให้เผยแพร่ได้ในหลายรูปแบบ
- แสวงหาเครือข่ายความร่วมมือเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งรายการ โทรทัศน์ที่เข้าถึงคนจำนวนมาก
- กระตุ้นส่งเสริมการเรียนรู้ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านวิทยาศาสตร์ ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อ ประโยชน์ในการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนพัฒนาอาชีพ และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21
- ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสามารถเชื่อมโยง onsite กับ online after visit ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างเครือข่ายความร่วมมือและพื้นที่ร่วม (platform) ในการสร้างความตระหนักรู้ด้าน วิทยาศาสตร์

เป้าหมายของยุทธศาสตร์ : เพื่อให้เกิดการพัฒนาความร่วมมือและได้ใช้จากความสำเร็จหรือทรัพยากรของแต่ละ องค์การให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนมากที่สุด โดยการทำงานแบบบูรณาการ พัฒนามาตรฐานและคุณภาพในสื่อสาร เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์สำหรับหน่วยงานต่างๆ รวมทั้ง อพวช. เอง

- พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการสร้างความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ให้ครอบคลุมตามแผน และสื่อสารเป้าหมายกับเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรม
- ส่งเสริมกิจกรรมนอกห้องเรียนและการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้าน วิทยาศาสตร์ ผ่านแหล่งเรียนรู้ นิทรรศการ กิจกรรม อีเวนต์ การประกวดแข่งขัน และสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย ในลักษณะบูรณาการ เพื่อสร้างกระแสระดับประเทศ โดยพัฒนาเป็น platform และระบบการทำงาน ให้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้โดยหลายหน่วยงาน
- ส่งเสริม สนับสนุน และสร้างความเข้มแข็งให้กับหน่วยงานต่างๆ ในการทำงานร่วมกันบนพื้นที่ร่วม (platform) ในการสร้างความตระหนักรู้ทางวิทยาศาสตร์ ผ่านการอบรม จัดงาน รวมทั้งการสนับสนุน เชิงงบประมาณ และอื่นๆ
- สร้างความร่วมมือกับสื่อมวลชนในการทำงานด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์แบบบูรณาการ

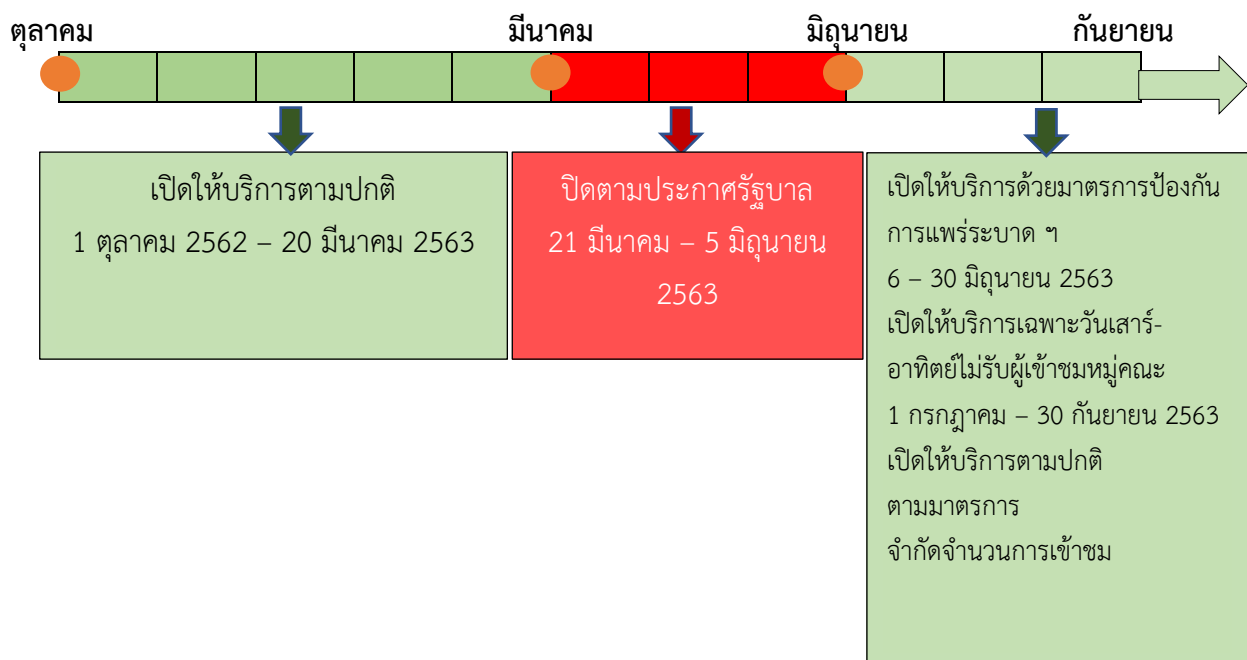
บทที่ 3

แผนการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์ด้านลูกค้าและตลาดของ อพวช. ในปีที่ผ่านมา

ในปี พ.ศ. 2563 เป็นปีแรกของการนำแนวการประเมินรัฐวิสาหกิจแนวใหม่ มาใช้ประเมินผลและเป็นช่วงท้ายของแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 5 ซึ่งในระหว่างปีได้มีการทบทวนเป้าหมายและตัวชี้วัดที่สำคัญและมีการเตรียมการจัดทำ แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 และ อพวช. ได้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการปรับปรุงโครงสร้างการดำเนินงานของ อพวช. โดยมีการทบทวนลักษณะ ขอบเขตงานและปริมาณงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้มีการปรับปรุงงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ตามโครงการใหม่ นอกจากนี้ปีที่ผ่านมายังเป็นปีที่ประเทศได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแพร่ระบาดและการติดเชื้อของไวรัสโคโรนา (COVID -19)

ในช่วงต้นของปี พ.ศ. 2563 อพวช. ได้ดำเนินการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และนโยบายของรัฐบาลในการร่วมมือป้องกันและลดการแพร่กระจายการติดเชื้อไวรัสโคโรนา ในพื้นที่เสี่ยงที่มีความหนาแน่น โดยมีการประกาศหยุดการให้บริการพิพิธภัณฑ์และระงับงานคาราวานวิทยาศาสตร์ และกิจกรรมเสริมการศึกษาที่ต้องมีการสัมผัสและรวมกลุ่ม

➤ ข้อมูลการเปิดให้บริการในปีงบประมาณ 2563



➤ เป้าหมายของการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดในปี พ.ศ.2563

1. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ผู้ใช้บริการ พิพิธภัณฑ์ กิจกรรมนอกสถานที่และกิจกรรม Online
2. เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าชม ผู้ใช้บริการ
3. เพื่อสร้างรายได้จากการให้บริการพิพิธภัณฑ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

➤ ตัวชี้วัดของการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดในปี พ.ศ.2563

1. จำนวนผู้เข้าชม ผู้ใช้บริการทุกช่องทาง 4.15 ล้านคน
2. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก (ระดับ 4)
3. รายได้จากการดำเนินงาน การให้บริการต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 40 ล้านบาท

➤ กิจกรรมสำคัญด้านลูกค้าและตลาดที่ดำเนินการในปี พ.ศ. 2563

อพวช. มีการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรม การกิจกรรม และสร้างสรรค์องค์ความรู้ที่ถือเป็นจุดแข็งของ อพวช. ต่อเนื่องตลอดทั้งปี รวมทั้งยังมีการปรับตัวในยุคการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยนำข้อจำกัดต่าง ๆ มาพัฒนา เพื่อให้สามารถเผยแพร่และส่งเสริมความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

กิจกรรม NSM Plearn Science

ชุดกิจกรรมด้านวิทยาศาสตร์สำหรับทุกคนในครอบครัว เรียน เล่น และสนุกด้วยกัน เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กลั่นกรองจากประสบการณ์การเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนของ อพวช. เพื่อมุ่งหวังให้เยาวชนและประชาชนได้เรียนรู้วิทยาศาสตร์ใกล้ตัวอย่างสนุกสนาน เพิ่มทักษะที่สำคัญแห่งศตวรรษที่ 21 กิจกรรม แบ่งออกเป็น ชุดกิจกรรมการทดลองวิทยาศาสตร์ (Lab Box) และชุดของเล่นทางวิทยาศาสตร์ (Science Toys) เปิดตัวในเดือนกรกฎาคม 2563 ประกอบด้วย Lab Box

- ชุดการทดลอง “ศึกษาดูใจ” เป็นการเรียนรู้ด้านชีววิทยา ที่รวมทักษะด้าน STEM & Arts เข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้ทดลองเล่นได้เข้าใจการทำงานของหัวใจและระบบการหมุนเวียนของเลือด กับกิจกรรมกล่องปริศนาองค์ประกอบของเลือด ประดิษฐ์หัวใจ 3 มิติ การดรูปหัวใจ และเรียนรู้การวัดชีพจร
- ชุดการทดลอง “ธรรมชาติกระจเงา” เป็นการเรียนรู้ด้านฟิสิกส์ ที่ชวนให้สังเกตสิ่งของใกล้ตัว ค้นพบความพิเศษของกระจเงา เข้าใจเกี่ยวกับแสงและภาพจากกระจเงา กับกิจกรรมแขวงกต รหัสลับอักษรและภาพที่ขาดหาย สะท้อนไปมา
- ชุดการทดลอง “ครบเครื่องเรื่องวงจร” เป็นการเรียนรู้ด้านไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับการต่อวงจรไฟฟ้าอย่างง่าย สนุกกับการต่อวงจรไฟฟ้า การทดสอบวงจร การวัดความชื้นของดิน และปรับจ้งหะการกระพริบของแสงไฟ
- ชุดการทดลอง “เคมีฟองฟู” เป็นการเรียนรู้ด้านเคมี เพื่อรู้จักสถานะของสสารและการเปลี่ยนแปลงทางเคมี ตื่นตาตื่นใจไปกับระเบิดพลังฟองฟู การเป่าลูกโป่งแบบนักวิทยาศาสตร์ และค้นพบว่าแก๊สที่เกิดขึ้นคือแก๊สอะไร



หนังสือจากการค้นพบและงานวิจัยของนักวิชาการด้านธรรมชาติวิทยา ได้แก่

- หนังสือภาพและพอดเก็ตบุค “อัมผาง ชุมทรัพย์ทรัพยากร” โดย ดร.โดม ประทุมทอง นักวิชาการ พิพิธภัณฑธรรมชาติวิทยา รวบรวมจากประสบการณ์ในการทำวิจัยในพื้นที่ป่าอัมผาง
- หนังสือไม้พื้นล่าง 2 :การศึกษาและความหลากหลาย โดย ดร.อัจฉรา ตีระวัฒนานนท์ นักวิชาการ พิพิธภัณฑธรรมชาติวิทยา และคณะ
- หนังสือบันทึกงานวิจัยจากกรีนแลนด์ โดย ดร.อารมณ มุจลินทร์ นักวิชาการ พิพิธภัณฑธรรมชาติวิทยา
- หนังสือการเตรียมตัวอย่างทางธรรมชาติวิทยาเพื่อการศึกษาทางอนุกรมวิธาน



การเปิดพิพิธภัณฑพระรามเก้า อพวช.

อพวช. เปิดให้บริการ พิพิธภัณฑใหม่ในชื่อ พิพิธภัณฑพระรามเก้า เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562 โดย พิพิธภัณฑพระรามเก้า เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมที่ใหญ่ที่สุดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นำเสนอสาระที่เป็นหลักคิดและหลักปฏิบัติตามแนวคิดและหลักการทรงงานของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ที่ทรงพระราชทานไว้โดย ให้ผู้เข้าชมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการมีส่วนร่วมเพื่อแก้ปัญหาตามสภาพภูมิสังคม และการอยู่ร่วมกันกับ ธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมการมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ระบบนิเวศ ปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ และการเตรียมการรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างรู้เท่าทัน



สื่อออนไลน์ในโครงการ Science Delivery by NSM

ในปี 2563 ในช่วงสถานการณ์การแพร่กระจายของไวรัสโคโรนา ที่ทำให้ อพวช. ปิดให้บริการพิพิธภัณฑ์ อพวช. จึงได้ริเริ่มโครงการกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ภายใต้ชื่อ Science Delivery By NSM เพื่อให้สามารถให้บริการแก่ผู้เข้าชมได้อย่างต่อเนื่อง โดยนำจุดแข็งของ อพวช. ด้านความสามารถทางการสื่อสารวิทยาศาสตร์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีการเข้าถึงและใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น นำมาเป็นแนวทางการผลิตรายการวิทยาศาสตร์ออนไลน์ และเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ของ อพวช. ได้แก่ YouTube: NSMThailand Facebook: NSM Thailand และ Website: www.nsm.or.th นอกจากนี้ยังได้ ปรับกลยุทธ์การตลาดโดยพัฒนา NSM Virtual Museum พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง 360 องศา ซึ่งเป็นเทคโนโลยี ดิจิทัลที่เผยแพร่ข้อมูลหรือความรู้ของแต่ละพิพิธภัณฑ์ที่ทันสมัย ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา โครงการ Science Delivery By NSM ได้รับรางวัล “ผลงานวิจัยและนวัตกรรมเด่นตอบรับชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และการปรับตัวอันเนื่องมาจากภาวะวิกฤติโควิด-19” ที่มอบโดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม อีกด้วย



คาราวานวิทยาศาสตร์สายสีน้ำเงิน “Enjoy Science Careers: สนุกกับอาชีพวิทย์”

อพวช. ได้ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในการพัฒนานิทรรศการและกิจกรรมใหม่ ภายใต้แนวคิดในการเผยแพร่วิทยาศาสตร์สู่สังคมที่ห่างไกลเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา โดยได้ร่วมกับภาคีพันธมิตรภาคธุรกิจ จัดทำโครงการนิทรรศการเคลื่อนที่ “Enjoy Science Careers: สนุกกับอาชีพวิทย์” โดยการคัดเลือกและออกแบบสื่อการเรียนรู้ในอาชีพใหม่ที่น่าสนใจ และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ได้แก่ วิศวกรรมภูมิศาสตร์สารสนเทศ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย นักพัฒนาหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ นักพัฒนาซอฟต์แวร์ วิศวกรชีวการแพทย์ นักคิดค้นวัคซีน นักออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากขยะ นักวิทยาศาสตร์อาหารและเกษตรยุคใหม่ โดยเน้นให้เยาวชนและประชาชนเรียนรู้ผ่านนิทรรศการและกิจกรรม รวมถึงได้พบปะพูดคุยกับบุคคลต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในอาชีพนั้น พร้อมทั้งสนุกและเรียนรู้ไปกับการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือของอาชีพต่าง ๆ ที่ใช้ในภาคปฏิบัติงานจริง



นอกจากนี้ อพวช. มีภารกิจหลักในการให้บริการกับเยาวชนและประชาชนของประเทศ ทำให้การอัตราค่าเข้าชมและค่ากิจกรรมในราคาที่ไม่สูงมาก โดยในปี 2563 ได้มีการทบทวนปรับปรุงอัตราค่าเข้าชมให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันกับตลาด ดังนี้

- **สำหรับเด็ก นักเรียน นักศึกษาปริญญาตรี ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้พิการ พระสงฆ์ ผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไป**
 - เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ของ อพวช. ฟรี
 - กิจกรรมเสริมการศึกษา อัตราเริ่มต้นตั้งแต่ 10 บาท
- **สำหรับผู้ใหญ่และผู้เข้าชมทั่วไป**
 - ค่าเข้าชมเริ่มต้นที่ 100 – 200 บาท ต่อคน
 - กิจกรรมเสริมการศึกษา อัตราเริ่มต้นตั้งแต่ 10 บาท
- **สำหรับสมาชิก อพวช.** เพื่อเป็นการจูงใจและส่งเสริมการเข้าชมพิพิธภัณฑ์และการทำกิจกรรมในพิพิธภัณฑ์ อพวช. จัดทำราคาพิเศษสำหรับสมาชิก
 - สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เข้าชมได้ไม่จำกัดจำนวนครั้งตามระยะเวลาของสมาชิก
 - ส่วนลดค่ากิจกรรม
 - ส่วนลดร้านค้าในพิพิธภัณฑ์
 - ได้รับ นิตยสาร NSM Science Magazine รายเดือน ฟรี
 โดยมีอัตราสมาชิก อพวช. ตั้งแต่ 800 – 1500 บาท

ในปีที่ผ่านมา อพวช. ยังได้พัฒนาระบบการให้บริการ ณ พื้นที่ อพวช. และนอกสถานที่ โดยได้มีการปรับปรุงให้ทันสมัยสำหรับผู้รับบริการมากขึ้น สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันกับตลาด ดังนี้

- **ระบบการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ (Onsite)**

อพวช. มีแผนการที่พัฒนาการให้บริการโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบการจองและจำหน่ายตั๋วออนไลน์มาใช้ตามกระบวนการของแผนปฏิบัติการดิจิทัล อพวช. โดยได้เริ่มนำระบบการจองและการจำหน่ายตั๋วออนไลน์มาใช้ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 โดยผู้เข้าชมสามารถทำการจองเข้าชมพิพิธภัณฑ์และจองกิจกรรมได้ทางเว็บไซต์ของ อพวช. www.nsm.or.th โดยระบบนี้ ทำสามารถกำหนดจำนวนการเข้าชมในแต่ละพิพิธภัณฑ์ได้ชัดเจนตามมาตรฐานการด้านสุขอนามัยที่กำหนด อย่างไรก็ตาม การจองเข้าชมทางออนไลน์ในช่วงที่ผ่านมา อาจพบปัญหาในการเข้าชมได้บ้าง เช่นการไม่มาเข้าชมในวันเวลาที่ได้มีการจอง และการมาเข้าชมโดยไม่ได้ทำการจองเข้าชมทางออนไลน์ล่วงหน้า ทั้งนี้ ได้มีการควบคุมระบบการให้บริการส่วนของการรับจองและจำหน่ายตั๋ว โดยให้ลงทะเบียนหน้างานได้
- **การจัดกิจกรรมนอกสถานที่ (Outreach)**

นอกจากการให้บริการแก่ผู้เข้าชมที่ พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ของ อพวช. ณ ที่ตั้ง ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แล้ว อพวช. ยังได้นำกิจกรรมและนิทรรศการออกไปจัดแสดงและ

เผยแพร่ในสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น จัดแสดงนิทรรศการในห้างสรรพสินค้า ในประเทศและจัดแสดงนิทรรศการ ณ ศูนย์วิทยาศาสตร์ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

อพวช. ยังได้เพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ เพิ่มจำนวนผู้รับบริการและสร้างรายได้ อพวช. ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับผู้เข้าชมในหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างแรงจูงใจการเข้าชม และยังได้ร่วมมือกับพันธมิตรด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กรุงเทพฯ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การเผยแพร่ข่าวสารของ อพวช. ตลอดทั้งปี รวมทั้งได้มีการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเรียนรู้ในชุมชน (จังหวัดปทุมธานี) โดยมีพิพิธภัณฑ์ของ อพวช. เป็นหนึ่งในจุดหมายสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมแนะนำ อพวช. ให้กับกลุ่มโรงเรียน และยังได้มีการปรับแผนด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันสถานการณ์โดยในช่วงที่มีการปิดให้บริการ ได้มีการจัดเตรียมทำสื่อประชาสัมพันธ์ มาตรการการป้องกันโควิด 19 และระบบการบริการที่เปลี่ยนแปลงใหม่ เพื่อสร้างความมั่นใจและความเข้าใจให้กับผู้เข้าชม โดยการเผยแพร่ทางช่องทางสื่อต่าง ๆ ของ อพวช.

นอกจากนี้ อพวช. ยังให้ความสำคัญกับลูกค้าและผู้รับบริการ โดยนำความคาดหวัง ความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้าและผู้รับบริการ มาปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ทั้งในส่วนของการงานวิชาการ การให้บริการและการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐาน โดยในปี 2563 ได้มีการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการงานสำคัญ ๆ หลายประการ ได้แก่

- **การจัดทำมาตรฐานการให้บริการ** เพื่อให้สามารถบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐานเทียบเท่าพิพิธภัณฑ์ระดับสากล ส่วนงานต่างๆ จึงได้ระดมความคิดเห็นและจัดทำมาตรฐานการจัดการพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งมาตรฐานในการให้บริการและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าชม
- **การสำรวจ วิจัย ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า** การสังเกตพฤติกรรมและการสัมภาษณ์ลูกค้า ในช่วงเดือนธันวาคม 2562 – มกราคม 2563 จำนวน 187 คน โดยการทำการสำรวจความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ก่อนการเปิดให้บริการ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด ฯ ในเดือนมิถุนายน 2563 โดยมีการสำรวจในเดือนพฤษภาคม 2563 จำนวน 220 คน โดยมีประเด็นสำคัญที่ได้จากการสำรวจ ได้แก่ พฤติกรรม การเข้าชม พิพิธภัณฑ์ของ อพวช. การเลือกค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การรับชมและการใช้บริการช่องทางสื่อของ อพวช. การติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดและการติดเชื้อของไวรัสโคโรนา (COVID -19) และการใช้เวลาทำกิจกรรมในช่วงที่อยู่ที่บ้าน ความเชื่อมั่นและการกลับมาเที่ยว อพวช. หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ คลี่คลาย
- **การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับลูกค้า** ได้แก่ การปรับปรุงร้านอาหาร การจัดหาผู้ให้บริการร้านอาหาร ร้านกาแฟ ตู้จำหน่ายขนม เครื่องดื่มอัตโนมัติ (Vending Machine) การจัดเช่ารถตู้ให้บริการในการเดินทางเข้าออกพิพิธภัณฑ์ การจัดให้บริการรถไฟฟ้าระหว่างอาคารพิพิธภัณฑ์

ในส่วนของการบริหารจัดการภายใน บุคลากร อพวช. ที่เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักและเป็นส่วนสำคัญในการให้บริการผู้เข้าชม ได้แก่ พนักงาน อาสาสมัคร แม่บ้าน ผู้รักษาความปลอดภัย ผู้ให้บริการร้านอาหาร เครื่องดื่ม นับเป็นจุดสัมผัสที่สำคัญ (Touch Point) ใกล้ชิดกับลูกค้าโดยตรง อพวช. ได้มีการออกมาตรการด้านสุขอนามัยสำหรับบุคลากรทุกภาคส่วน การซักซ้อมทำความเข้าใจถึงแนวปฏิบัติในการให้บริการเป็นประจำ เพื่อสื่อสารให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและได้มาตรฐานเดียวกัน โดยปฏิบัติตามมาตรฐานสำหรับวิธีการปฏิบัติงาน

(Standard Operating Procedure) และถ่ายทอดให้กับอาสาสมัครที่เข้าปฏิบัติงานเป็นประจำ และยังมีการประชุมร่วมกันของเจ้าหน้าที่และมีการรายงานปัญหาเสนอต่อผู้บังคับบัญชาระดับสูงเพื่อตัดสินใจแก้ปัญหาได้ทันที นอกจากนี้ในส่วนของผู้ให้บริการร้านค้า ร้านอาหาร มีการประชุมติดตามและนำข้อร้องเรียนข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาแก้ไขร่วมกัน

การดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์ด้านลูกค้าและตลาดของ อพวช. ในปี 2563

อพวช. ได้มีการทบทวนปรับปรุงแผนฯ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้มีการสำรวจ ติดตามความคาดหวัง ความต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า และนำประเด็นสำคัญที่เป็นเสียงสะท้อนจากลูกค้า มาวิเคราะห์ ปรับปรุงแก้ไข รวมทั้ง ยังร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์ด้านลูกค้าและตลาดของ อพวช. ในปี 2564 – 2566

จากแนวทางในการดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 อพวช. จึงได้ดำเนินการแต่งตั้ง**คณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าในปี พ.ศ. 2564** เพื่อให้การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้าและการดำเนินงานทางการตลาด ให้กับลูกค้าผู้รับบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม เกิดเครือข่ายความร่วมมือและส่งเสริมภาพลักษณ์ของ อพวช. โดย**คณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า**ได้มีขั้นตอนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- การจัดการประชุมหารือและประชุมเชิงปฏิบัติการ
- วิเคราะห์ข้อมูลเดิมและศึกษาเพิ่มเติม
- วิเคราะห์สารสนเทศต่าง ๆ
- วิเคราะห์สถานภาพด้วย SWOT Analysis

จากข้อมูลการดำเนินงานที่ผ่านมาและเป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานที่วางไว้จากใน**แนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปี พ.ศ. 2563 แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับเดิม และแผนแม่บทการสร้างความตระหนักด้าน วทน.** โดยได้จัดทำ

- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อพวช. ปี 2564 – 2567
- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อพวช. ปี 2564 – 2567 (ฉบับทบทวนปี 2565)
- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี 2564 – 2567
- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี 2564 – 2567 (ฉบับทบทวนปี 2565)
- แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อพวช. รายปี (ปี 2564 ปี 2565 ปี 2566)
- แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. รายปี (ปี 2564 ปี 2565 ปี 2566)
- แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ของ อพวช.

โดยเริ่มดำเนินการตามแผน ฯ ดังกล่าว ตั้งแต่ปี 2564 ถึง ปี 2566

บทที่ 4

การดำเนินการในการพัฒนา ทบทุน และจัดทำ

แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ประจำปี พ.ศ. 2567 - 2570

(ปรับปรุงปี 2566)

อพวช. โดยคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้ดำเนินการจัดการประชุมหารือและประชุมเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูลเดิมและศึกษาเพิ่มเติม จากข้อมูลการดำเนินงานที่ผ่านมาและเป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานที่วางไว้จาก แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อพวช. ปี 2564 – 2567 (ฉบับทบทวนปี 2565) แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี 2564 – 2567 (ฉบับทบทวนปี 2565) แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อพวช. รายปี แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ของ อพวช. เพื่อให้สอดคล้องกับ แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) และ แผนแม่บทการสร้างภาพลักษณ์ด้าน วทน. ระยะที่ 4 พ.ศ. 2566 - 2570 ศึกษา ทบทุน และวิเคราะห์ รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ประกอบการจัดทำ แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. และ แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด และขยายเวลาการดำเนินงานของแผนจากเดิมในช่วงปี 2564 – 2567 เป็นในช่วงปี 2567 - 2570 รวมทั้งจัดทำกรอบแนวทางการดำเนินงานด้านการสร้างภาพลักษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า และแผนปฏิบัติการประจำปีของแต่ละสำนัก/ศูนย์/กอง ภายในองค์กร

และในปี พ.ศ. 2566 อพวช. โดยคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าได้ ทบทุนความเชื่อมโยงและทิศทางการดำเนินงานของแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) และแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) เพื่อให้สอดคล้องตามแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) โดยพิจารณาจากบริบทขององค์กรและการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ อพวช. ซึ่งในปี พ.ศ. 2567 - 2569 อพวช. จะสร้างการยอมรับการเป็นดินแดนแห่งการค้นพบความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์ในระดับอาเซียน จีน เกาหลี ญี่ปุ่น และปี พ.ศ. 2570 อพวช. จะยกระดับการเป็นดินแดนแห่งความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์สู่เวทีโลก

➤ การกำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการของคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า อพวช. และจากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารองค์กร ผู้อำนวยการสำนัก/กอง ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า คณะทำงานฯ ได้ร่วมกันจัดทำข้อมูลลูกค้าของ อพวช. โดยมีการจัดลำดับ วิเคราะห์กระบวนการสำคัญตามภารกิจของ อพวช. และจากโครงสร้างองค์กร โดยคัดเลือกจากกระบวนการสำคัญในการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในองค์กรที่มีส่วนร่วมและมีความเกี่ยวข้องกับลูกค้า และจากการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. จึงได้ทบทวนการจัดกลุ่มลูกค้า ความสำคัญและการสร้างภาพลักษณ์กับลูกค้า เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ในปี พ.ศ. 2567 – 2570

การกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรตามกระบวนการต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินงานของ อพวช. ทำให้สามารถจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. ทั้งภายในและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. ภายนอก ของ อพวช. ออกเป็นจำนวน 9 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 ลูกค้า/ผู้รับบริการภายนอก
 กลุ่มที่ 2 บุคลากร อพวช.
 กลุ่มที่ 3 พันธมิตรความร่วมมือ
 กลุ่มที่ 4 ผู้ลงทุนและผู้สนับสนุน
 กลุ่มที่ 5 ชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ให้บริการ
 กลุ่มที่ 6 หน่วยงานเชิงนโยบาย
 กลุ่มที่ 7 สื่อมวลชนและสื่อ
 กลุ่มที่ 8 คู่ค้า ผู้รับจ้าง ผู้จัดหาทรัพยากร
 กลุ่มที่ 9 คนทั่วไปที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับ คู่แข่งและอื่น ๆ



จากการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้า เพื่อดำเนินการในแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ในปี พ.ศ. 2567 - 2570 ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1: ลูกค้า / ผู้รับบริการภายนอก** ของ อพวช. หมายถึง ผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงและใช้บริการจากการดำเนินงานของ อพวช. แบ่งเป็น
 - ลูกค้า / ผู้รับบริการ ณ พื้นที่ให้บริการของ อพ. (onsite)
 - ลูกค้า / ผู้รับบริการ ณ ช่องทางสื่อออนไลน์ของ อพ. (online)
- **กลุ่มที่ 9: กลุ่มคนทั่วไปที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับ อพวช.** หมายถึง กลุ่มผู้ที่ยังไม่รู้จักร อพวช.

เพื่อให้การจัดลำดับความสำคัญของโครงการและกิจกรรม สอดคล้องกับแนวทางของแผนวิสาหกิจ อพวช. จึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายของ แผนฯ ดังนี้

- **ระยะที่ 1 ของแผนฯ ปี พ.ศ. 2564 - 2566:** กลุ่มเป้าหมายในประเทศ/ปทุมธานีและปริมณฑล ได้แก่ กลุ่มนักเรียน โรงเรียน นักท่องเที่ยว ครอบครัว
- **ระยะที่ 2 ของแผนฯ ปี พ.ศ. 2567 :** กลุ่มเป้าหมายในประเทศ/ปทุมธานีและปริมณฑล และกลุ่มประเทศอาเซียน จีน เกาหลี และญี่ปุ่น ได้แก่ นักเรียน โรงเรียน นักท่องเที่ยว ครอบครัว
- **ระยะที่ 3 ของแผนฯ ปี พ.ศ. 2570 :** กลุ่มเป้าหมายในประเทศและต่างประเทศ (นานาชาติ) ได้แก่ นักเรียน โรงเรียน นักท่องเที่ยว ครอบครัว



➤ การจำแนกลูกค้า อพวช. (Customer Segment)

ขั้นตอนการจำแนกลูกค้า Customer Segmentation

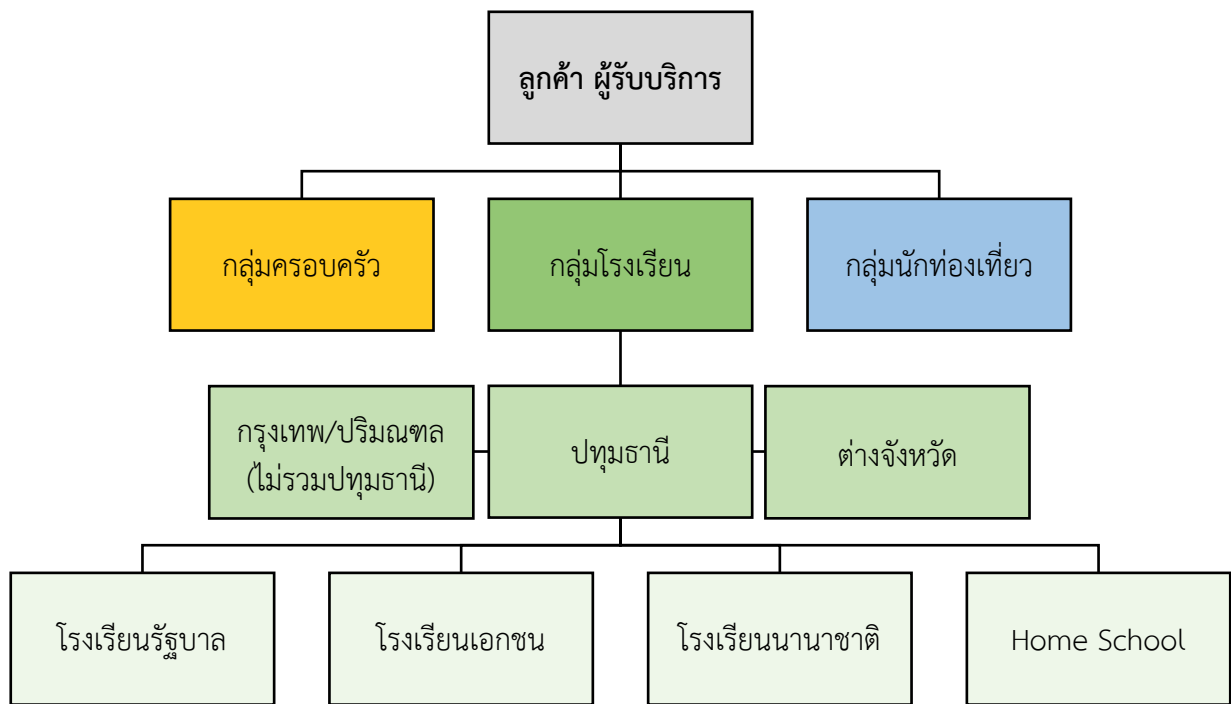
1. กำหนดเป้าหมาย ในการจำแนกลูกค้าอาจกำหนดใน 2 ลักษณะ คือ การกำหนดเป้าหมายจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร เป้าหมายเชิงปริมาณ เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เข้าชม จำนวนรายได้ จำนวนผู้ร่วมกิจกรรม จำนวนผู้ที่สมัครเป็นสมาชิก จำนวนผู้ที่กลับมาใช้บริการซ้ำ การเพิ่มยอดขาย /การรักษาลูกค้าเดิม /การทำให้ลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการซ้ำ/การเพิ่มรายได้ เป้าหมายเชิงคุณภาพ เช่น ระดับความพึงพอใจของลูกค้า การทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การเรียนรู้แบบใหม่และเกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ
2. เตรียมข้อมูล และเลือกวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการฐานข้อมูล ประเภทของข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ และจัดระบบสารสนเทศด้านลูกค้า เช่น สถิติจำนวนผู้เข้าชม สถิติรายได้ สถิติจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม รายได้จากบริการหรือกิจกรรมแต่ละประเภท
3. วิเคราะห์ข้อมูล เช่น การนำสถิติจำนวนผู้เข้าชมแต่ละกลุ่ม มาวิเคราะห์ว่าผู้เข้าชมที่มาใช้บริการมาจากที่ใด มีการซื้อหรือใช้บริการที่จุดบริการใด จำนวนผู้มาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา หรือการวิเคราะห์จากรายได้ว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มมีการใช้จ่ายในบริการใดมาก หรือน้อย ในแต่ละจุดบริการ และในแต่ละช่วงเวลา
4. Mapping ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ว่าในลูกค้าแต่ละกลุ่ม มีสัดส่วน เป็นอย่างไรบ้าง คือ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ เช่นการหาสัดส่วนจำนวนผู้เข้าชมแต่ละประเภทต่อรายได้ การเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนผู้เข้าชมแต่ละกิจกรรม การเปรียบเทียบสัดส่วนรายได้ต่อจำนวนผู้เข้าชมแต่ละกิจกรรม
5. เข้าใจ Profile ในแต่ละกลุ่ม

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นฐานข้อมูลลูกค้า ตามพฤติกรรม ได้แก่ customer segment profile โดยระบุวัตถุประสงค์ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่ลูกค้าสนใจ ช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ราคา หรือโปรโมชั่นที่เหมาะสมกับลูกค้า และนำข้อมูลมาจัดทำเส้นทางของลูกค้า Customer journey ระบุจุดสัมผัส touch point ในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

การจำแนกลูกค้า อพวช. (Customer Segment)

อพวช. มีการจำแนกลูกค้าตามผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อกำหนดทิศทางการตลาดที่ตอบโจทย์และมีประสิทธิภาพ ด้วยตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ (Demographic) ภูมิศาสตร์ (Geographic) พฤติกรรม (Behavior) โดย อพวช. จำแนกลูกค้าและผู้รับบริการ ปี 2565 -2566 ที่สอดคล้องกับแนวทางของแผนวิสาหกิจ อพวช. ออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ลูกค้ากลุ่มครอบครัว คือ กลุ่มลูกค้าที่มีบุตรอายุ 5 ปี ขึ้นไป ที่อยู่ในช่วงเตรียมความพร้อมก่อนวัยเรียน กำลังศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา นิยมมาใช้บริการในช่วงวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มักมาเป็นกลุ่มครอบครัวขนาดใหญ่
2. ลูกค้ากลุ่มโรงเรียน คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นสถานศึกษา ทั้งโรงเรียนรัฐบาล โรงเรียนเอกชน โรงเรียนนานาชาติ และ Home school นิยมมาใช้บริการในช่วงระหว่างเปิดภาคเรียน
4. ลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยว คือ กลุ่มลูกค้าอายุ 13 ปี ขึ้นไป นิยมมาใช้บริการในช่วงวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมาใช้บริการด้วยตัวเอง และ/หรือ มากับกลุ่มทัวร์



การวิเคราะห์ลูกค้า : กลุ่มครอบครัว

ลักษณะ	ครอบครัว		
	บุตร อายุ 5 - 7 ปี	บุตร อายุ 8 - 12 ปี	บุตร อายุ 12 ปีขึ้นไป
อายุ และสถานภาพทางครอบครัว	ผู้ปกครองอายุช่วง 30-35 ปี จำนวนบุตร 1-3 คน/ครอบครัว รายได้ต่อปี มากกว่า 300K	ผู้ปกครองอายุช่วง 35-50 ปี จำนวนบุตร 1-3 คน/ครอบครัว รายได้ต่อปี มากกว่า 300K	ผู้ปกครองช่วงอายุ 35-50 ปี จำนวนบุตร 1-3 คน/ครอบครัว รายได้ต่อปี มากกว่า 300K
แนวโน้มช่วงเวลาการมาเที่ยว อพวช.	วันหยุด เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์	วันหยุด เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์	วันหยุด เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์
แนวโน้มการซื้อของ	-หนังสือสำหรับเด็ก -หนังสือนิทาน -สื่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะ coding -ของเล่นเสริมการเรียนรู้	-ของเล่นตามความต้องการของลูกค้า -ของเล่นตามยูทูบเบอร์ -สื่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะ coding -ของเล่นเสริมการเรียนรู้	-ของตามความต้องการของลูกค้า -โทรศัพท์มือถือ -แท็บเล็ต -คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก -เครื่องสำอางค์
เหตุผลที่มาเที่ยว อพวช.	-มีสิ่งน่าสนใจหลายอย่าง เช่น กิจกรรมสำหรับเด็ก -คนไม่พลุกพล่านมาก -ตามเพจรีวิว	-มีสิ่งน่าสนใจหลายอย่าง เช่น กิจกรรมสำหรับเด็ก -คนไม่พลุกพล่านมาก -ตามเพจรีวิว	-มีสิ่งน่าสนใจหลายอย่าง เช่น กิจกรรมสำหรับเด็ก -คนไม่พลุกพล่านมาก -ตามเพจรีวิว
วิธีการสื่อสาร	Line Facebook Email	Line Facebook Email	Line Facebook Email

การวิเคราะห์ลูกค้า : กลุ่มโรงเรียน

ลักษณะ	โรงเรียน		
	โรงเรียนทั่วไป	โรงเรียนห้องเรียนพิเศษ (English Program และ Gifted)	Home School
อายุ และสถานภาพทางครอบครัว	• มีทั้งโรงเรียนที่อยู่ภายใต้สังกัดของรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน โดยโรงเรียนของรัฐจะได้รับงบประมาณสนับสนุนบางส่วนจากรัฐ • แบ่งช่วงชั้นการศึกษาเป็นระดับ ตั้งแต่ระดับ ปฐมวัย อนุบาล จนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย • โรงเรียนในสังกัด สพฐ. จะได้รับงบประมาณจัดโครงการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน เป็นโครงการที่โรงเรียนได้รับงบประมาณสนับสนุนในการจัดกิจกรรมพิเศษให้กับนักเรียน (ประมาณ 400 บาท/ปี/คน)	• มีทั้งโรงเรียนที่อยู่ภายใต้สังกัดของรัฐ และโรงเรียนเอกชน ซึ่งกลุ่มโรงเรียนรัฐบาลมักจะเป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียง มีการแข่งขันสูง ห้องเรียนพิเศษส่วนใหญ่เป็นระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น /รวมถึงกลุ่มโรงเรียนนานาชาติ ที่เปิดการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับ Kindergarten - High School ซึ่งบางโรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนเฉพาะ • ห้อง Gifted หรือห้องเรียนพิเศษของนักเรียนสาย วิทย์-คณิต จะเน้นการเรียนการสอนในวิชา คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ ซึ่งเนื้อหาจะมีความเข้มข้น และมีเนื้อหาที่มากกว่าห้องเรียนปกติเรียน อาจจะมีเนื้อหาที่อยู่ในระดับชั้นที่สูงกว่า และชั่วโมงเรียนจะมากกว่าห้องปกติ • โรงเรียนนานาชาติ หรือโรงเรียนเอกชนที่มีชื่อเสียง มักให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมก่อนนำคณะนักเรียนมาทัศนศึกษา	• การเรียนแบบ “Home School” หรือ “บ้านเรียน” เป็นการจัดการเรียนโดยบ้าน โดยเด็กๆ ไม่ต้องไปเข้าเรียนที่โรงเรียนในรูปแบบปกติ แต่จะใช้บ้านของตนเองเป็นโรงเรียน หรือไปเข้าเรียนในศูนย์การเรียนรู้ Home School โดยส่วนใหญ่ผู้ปกครองจะเป็นครูผู้สอนเอง หรือ อาจจ้างครูมาสอนเป็นการเฉพาะก็ได้ • แผนการศึกษาแบบโฮมสคูลนั้นจะมีส่วนประกอบดังนี้ องค์ความรู้ ขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการ ไม่แตกต่างจากหลักสูตรในโรงเรียนทั่วไป กระบวนการวิธีการเรียนรู้ จะยืดหยุ่นแตกต่างกันไปในแต่ละครอบครัว มีการส่งเสริมประสบการณ์จากกิจกรรมนอกห้องเรียน มีการเข้าร่วมกลุ่ม Home School หรือ ค่ายกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เด็กได้พัฒนาทักษะการเข้าสังคม

ลักษณะ	โรงเรียน		
	โรงเรียนทั่วไป	โรงเรียนห้องเรียนพิเศษ (English Program และ Gifted)	Home School
แนวโน้มช่วงเวลาการมาเที่ยว อพวช.	- ช่วงเวลาระหว่างเปิดภาคเรียน - ช่วงระยะเวลาปิดภาคเรียน - โดยส่วนใหญ่ โรงเรียนจะจัดทัศนศึกษา มาในช่วงก่อนการสอบ และปิดภาคเรียน	- ช่วงเวลาระหว่างเปิดภาคเรียน - ช่วงระยะเวลาปิดภาคเรียน - กรณีโรงเรียนเอกชน หรือโรงเรียน วิทยาศาสตร์ ภายใต้สังกัดมหาวิทยาลัย อาจมีช่วงระยะเวลาการเปิด-ปิดภาคเรียน ที่ต่างจากโรงเรียนของรัฐทั่วไป ทำให้ สามารถมาเข้าชมในช่วงเวลาที่ผู้เข้าชมไม่ หนาแน่น สามารถจัดรอบ หรือกิจกรรม เฉพาะเป็นกรณีพิเศษ หรือรอบ ภาษาต่างประเทศได้	วันธรรมดา วันเสาร์ อาทิตย์
แนวโน้มการซื้อของ	- การใช้บริการ อพวช. ถ้าเป็นโรงเรียน ขนาดใหญ่ หรือโรงเรียนสามารถจัดสรร งบประมาณได้ จะจองเข้าชมทั้งพิพิธภัณฑ์ และกิจกรรมเสริมศึกษา - โรงเรียนขนาดเล็ก หรือโรงเรียนที่มี งบประมาณจำกัด จะเน้นชมเฉพาะ นิทรรศการที่เสียค่าใช้จ่ายน้อย -ครูหมวดวิทยาศาสตร์/วิชาการ (ผู้เลือก สถานที่)	- มักจะต้องการจองกิจกรรมที่เป็น เนื้อหาเฉพาะ เน้นกระบวนการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และมีเอกสาร ใบงานให้ นักเรียนลงมือปฏิบัติ หรืออย่างน้อยต้องมีการบันทึกการเรียนรู้ของนักเรียนในการ มาทัศนศึกษา - บางโรงเรียน จะมาเข้าร่วมกิจกรรม เฉพาะโครงการที่เป็นการประกวด แข่งขัน ทักษะด้านวิทยาศาสตร์ หรือแสดงผลงาน ของนักเรียน -ครูหมวดวิทยาศาสตร์/วิชาการ (ผู้เลือก สถานที่)	ลูกค้ากลุ่มนี้มักสนใจการทำกิจกรรมที่ เด็กๆ ได้ลงมือทำ หรือมีส่วนร่วมใน กิจกรรมนั้น ๆ เพื่อนำผลงานการร่วม กิจกรรมต่าง ๆ บันทึกไว้สำหรับ ประกอบการประเมินผลการเรียนรู้

ลักษณะ	โรงเรียน		
	โรงเรียนทั่วไป	โรงเรียนห้องเรียนพิเศษ (English Program และ Gifted)	Home School
เหตุผลที่มาเที่ยว อพวช.	- นโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ - อพวช. เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย มีสาระความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ครอบคลุมตามหลักสูตร มีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีนิทรรศการ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย สถานที่กว้างขวางรองรับผู้เข้าชมได้จำนวนมาก - มีนักวิชาการ นักสื่อสารวิทยาศาสตร์ และนักพัฒนากิจกรรมที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ที่ครอบคลุมหลากหลายสาขาวิชา และยังมีเครือข่ายด้านวิชาการทั้งใน และต่างประเทศ	- นโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ - อพวช. เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย มีสาระความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ครอบคลุมตามหลักสูตร มีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีนิทรรศการ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย สถานที่กว้างขวางรองรับผู้เข้าชมได้จำนวนมาก - มีนักวิชาการ นักสื่อสารวิทยาศาสตร์ และนักพัฒนากิจกรรมที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ที่ครอบคลุมหลากหลายสาขาวิชา และยังมีเครือข่ายด้านวิชาการทั้งใน และต่างประเทศ	- อพวช. เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับ และสามารถให้บริการผู้เข้าชมทั้งแบบหมู่คณะ และแบบกลุ่มย่อย มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้เข้าชมแบบครอบครัว - อพวช. เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย มีสาระความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ครอบคลุมตามหลักสูตร มีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีนิทรรศการ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย สถานที่กว้างขวางรองรับผู้เข้าชมได้จำนวนมาก - มีนักวิชาการ นักสื่อสารวิทยาศาสตร์ และนักพัฒนากิจกรรมที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ที่ครอบคลุมหลากหลายสาขาวิชา และยังมีเครือข่ายด้านวิชาการทั้งใน และต่างประเทศ
วิธีการสื่อสาร	- สิ่งพิมพ์ : จดหมายเชิญ แผ่นพับ โบรชัวร์ School Program - สื่อออนไลน์ : website, Facebook, ระบบรับจอง Online, e-mail - ช่องทางอื่นๆ : โทรศัพท์ / Road Show	- สิ่งพิมพ์ : จดหมายเชิญ แผ่นพับ โบรชัวร์ School Program - สื่อออนไลน์ : website, Facebook, ระบบรับจอง Online, e-mail - ช่องทางอื่นๆ : โทรศัพท์ / Road Show	- สิ่งพิมพ์ : จดหมายเชิญ แผ่นพับ โบรชัวร์ School Program - สื่อออนไลน์ : website, Facebook, ระบบรับจอง Online, e-mail - ช่องทางอื่นๆ : โทรศัพท์

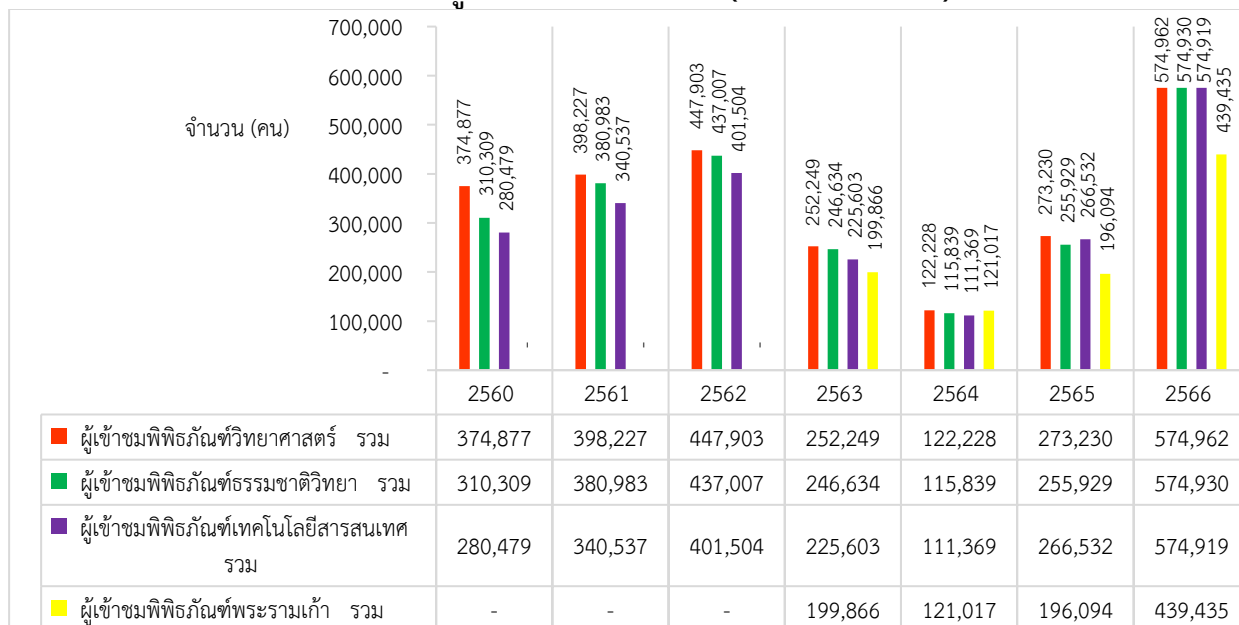
ลักษณะ	โรงเรียน		
	โรงเรียนทั่วไป	โรงเรียนห้องเรียนพิเศษ (English Program และ Gifted)	Home School
	ไปยังโรงเรียน หรือการเข้าพบผู้บริหาร หน่วยงานต้นสังกัด - บริษัททัวร์ หรือตัวแทนจัดการทัศนศึกษา - การหาผู้สนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ และเอกชน เพื่อสนับสนุนการทัศนศึกษาหรือจัดกิจกรรมให้เยาวชน	ไปยังโรงเรียน หน่วยงาน หรือองค์กรที่จัดกิจกรรมด้านการศึกษา เช่น การคัดเลือกตัวแทนเยาวชนในโครงการต่างๆ มาทัศนศึกษา	สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับกลุ่มผู้ปกครอง เช่น page แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว / ช่องทาง Youtuber หรือ influencer ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายพ่อ แม่ ผู้ปกครอง

การวิเคราะห์ลูกค้า : กลุ่มนักท่องเที่ยว

ลักษณะ	นักท่องเที่ยว
อายุ และสถานภาพทางครอบครัว	อายุ 13 ปี ขึ้นไป รายได้ของครอบครัวระดับปานกลางขึ้นไป
แนวโน้มช่วงเวลาการมาเที่ยว อพวช.	วันหยุดยาว เสาร์ - อาทิตย์
แนวโน้มการซื้อของ	ของที่ระลึก iconic ของที่ระลึกที่บ่งบอกถึงสถานที่นั้น ๆ
เหตุผลที่มาเที่ยว อพวช.	ตามเพจรีวิว สถานที่สวยงามน่าสนใจ
วิธีการสื่อสาร	Line Facebook Email โทรศัพท์ บริษัททัวร์

➤ ข้อมูลสารสนเทศด้านลูกค้ามาประกอบการพิจารณาการวางกลยุทธ์ (ทบทวนปี 2566)
โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สถิติผู้เข้าชมแต่ละพิพิธภัณฑ์(ตามปีงบประมาณ)



ในปี 2566 (ระหว่างเดือนตุลาคม 2565 - สิงหาคม 2566) จำนวนผู้เข้าชมรวมของ อพวช. แยกตามแต่ละพิพิธภัณฑ์ โดยแต่ละพิพิธภัณฑ์มีจำนวนผู้เข้าชม ดังนี้

พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ จำนวน 574,962 คน

พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา จำนวน 574,930 คน

พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 574,919 คน

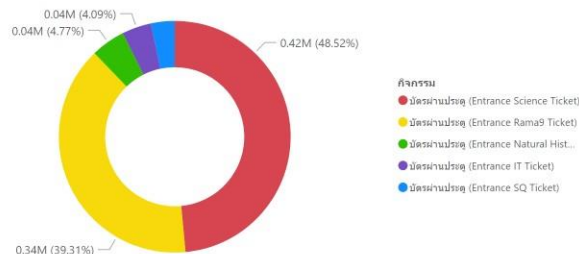
พิพิธภัณฑ์พระรามเก้า จำนวน 439,435 คน

ในปี 2566 อพว.ได้นำข้อมูลสถิติผู้เข้าชมจากระบบจำหน่ายบัตร โดยได้นำข้อมูลมาประมวล และวิเคราะห์พบว่า จากจำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ใน 4 พิพิธภัณฑ์หลักที่ อพวช. คลองห้า จ.ปทุมธานี ลูกค้าส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 48.52 ซื้อบัตรเข้าชมจากพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มากที่สุด อันดับรองลงมาลูกค้าร้อยละ 39.31 ซื้อบัตรเข้าชมที่พิพิธภัณฑ์พระรามเก้า

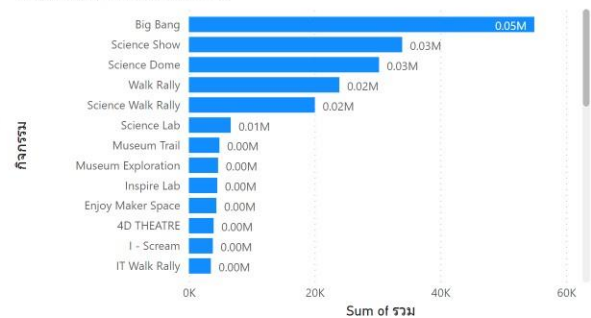
จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเสริมศึกษา ที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด คือกิจกรรม Bigbang ที่พิพิธภัณฑ์พระรามเก้า รองลงมาคือกิจกรรม Science show และกิจกรรม Science Dome ณ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ในส่วนของรายได้จากค่าผ่านประตูพิพิธภัณฑ์เปรียบเทียบ ทั้ง 4 พิพิธภัณฑ์ที่ อพวช. คลองห้า พิพิธภัณฑ์พระรามเก้า มีสัดส่วนได้รายได้มากที่สุดถึงร้อยละ 46.95 รองลงมาคือรายได้ค่าผ่านประตูจากพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ร้อยละ 39.29

เมื่อเปรียบเทียบรายได้จากกิจกรรมเสริมศึกษา กิจกรรมที่สร้างรายได้ให้อพวช. มากที่สุด คือ กิจกรรม Science Dome รองลงมาคือกิจกรรม Science Show ณ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ กิจกรรมที่สร้างรายได้น้อยที่สุดคือ IT Lab

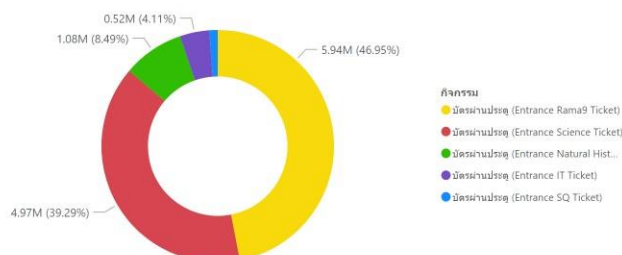
จำนวนคนเข้าแต่ละพิพิธภัณฑ์ อพ.



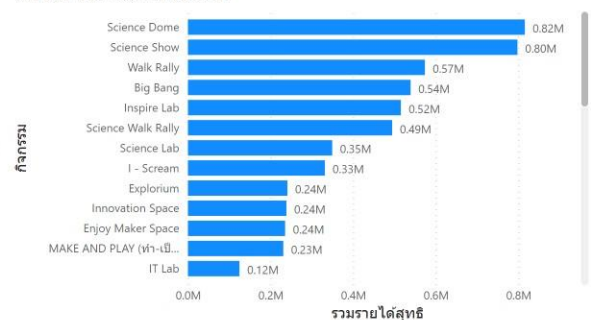
จำนวนคนเข้าร่วมกิจกรรม อพ.



รายได้รวมบัตรผ่านประตู อพ.

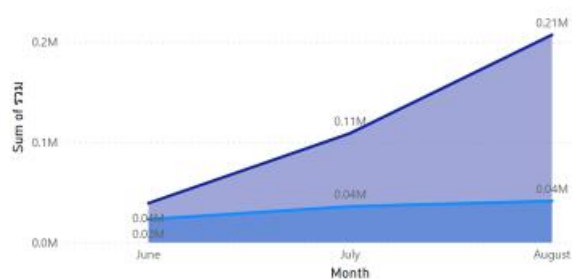


รายได้การเข้าร่วมกิจกรรม อพ.



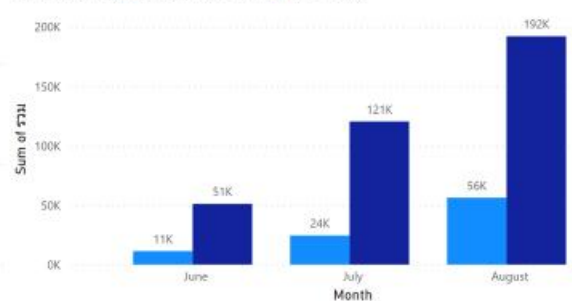
รวมจำนวนคน (ต.ค.-ส.ค.66)

กลุ่มลูกค้า (groups) ● ลูกค้าทั่วไป ● ลูกค้าสถาบันการศึกษา



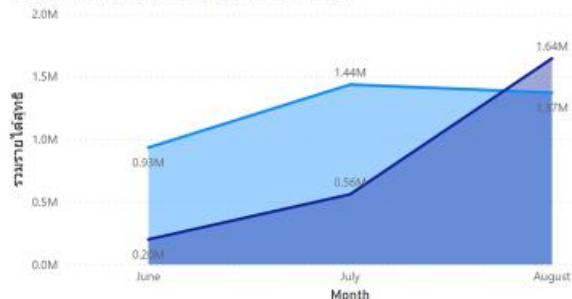
รวมจำนวนคน (มิ.ย.-ส.ค.66)

กิจกรรม (groups) ● กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ● บัตรผ่านประตู



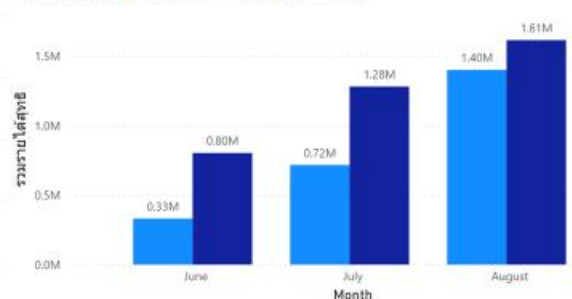
รวมรายได้ (ต.ค.-ส.ค.66)

กลุ่มลูกค้า (groups) ● ลูกค้าทั่วไป ● ลูกค้าสถาบันการศึกษา



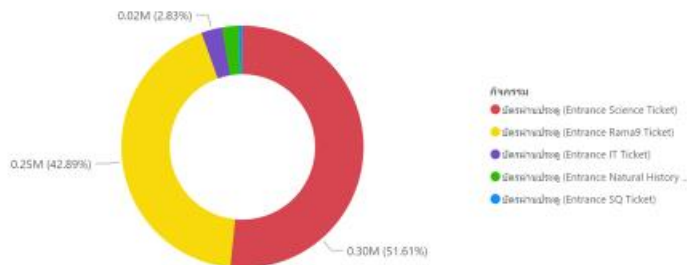
รวมรายได้ (มิ.ย.-ส.ค.66)

กิจกรรม (groups) ● กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ● บัตรผ่านประตู

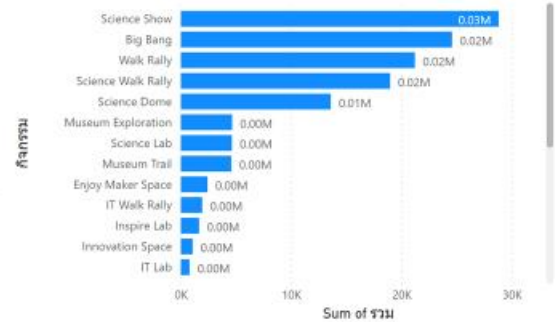


เมื่อนำข้อมูลผู้เข้าชมแต่ละกลุ่มมาวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มสถาบันการศึกษาจะจองเข้าชมพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มากที่สุด ถึง ร้อยละ 51.61 และเข้าชมพิพิธภัณฑ์พระรามเก้าร้อยละ 42.89 กิจกรรมเสริมศึกษาที่สถาบันการศึกษาเข้าชมมากที่สุดคือ กิจกรรม Science Show อันดับรองลงมาคือ Big bang และ Walk Rally ในส่วนของรายได้รายได้จากกิจกรรมเสริมศึกษา กิจกรรมที่สร้างรายได้จากกลุ่มสถาบันศึกษามากที่สุด คือ Science Show อันดับรองลงมาคือ กิจกรรม Walk Rally

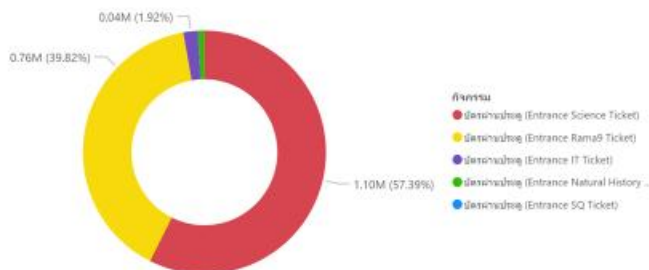
จำนวนคนเข้าแต่ละพิพิธภัณฑ์ กลุ่มสถาบันการศึกษา



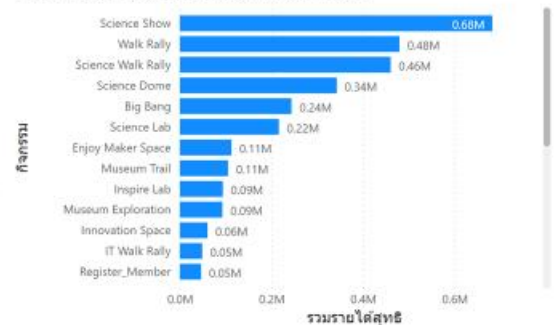
จำนวนคนเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มสถาบันการศึกษา



รายได้รวมบัตรผ่านประตู กลุ่มสถาบันการศึกษา

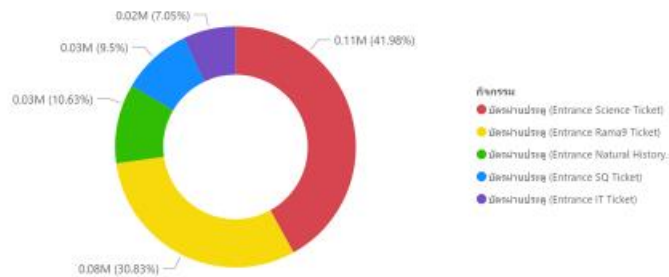


รายได้การเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มสถาบันการศึกษา

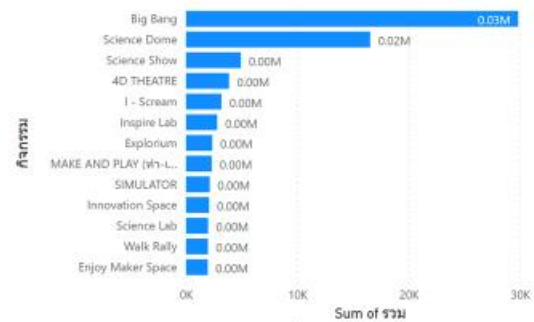


กลุ่มบุคคลทั่วไป คือ ครอบครัว และนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาเป็นหมู่คณะ จะเข้าชมพิพิธภัณฑ์พระรามเก้ามากที่สุด ถึงร้อยละ 48.15 และเข้าชมพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ร้อยละ 36.01 กิจกรรมเสริมศึกษาที่บุคคลทั่วไปเข้าชมมากที่สุดคือ กิจกรรม Big bang อันดับรองลงมาคือ Science Dome และ Science Show ตามลำดับ ในส่วนของรายได้จากกิจกรรมเสริมศึกษา กิจกรรมที่สร้างรายได้จากกลุ่มบุคคลทั่วไป มากที่สุด คือ Science Dome อันดับรองลงมาคือ กิจกรรม Bigbang

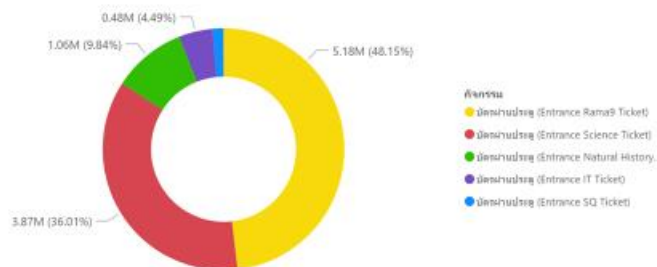
จำนวนคนเข้าแต่ละพิพิธภัณฑ์ กลุ่มบุคคลทั่วไป



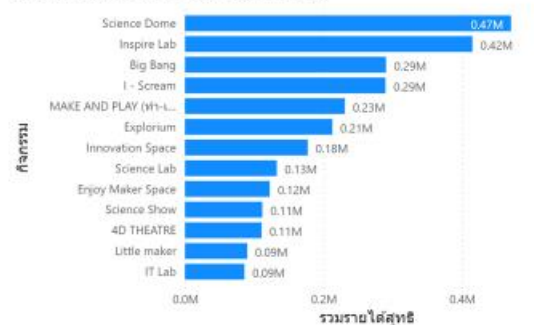
จำนวนคนเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มบุคคลทั่วไป



รายได้รวมบัตรผ่านประตู กลุ่มลูกค้าทั่วไป



รายได้การเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มลูกค้าทั่วไป



สมาชิก อพวช. เป็นกลุ่มลูกค้าที่ อพวช.ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะเป็นกลุ่มที่เคยมาใช้บริการ และ อพวช. มีข้อมูลลูกค้าที่สามารถสื่อสารข่าวสาร และทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเชิญชวนให้กลับมาใช้บริการซ้ำ จากข้อมูลสถิติที่นำมาวิเคราะห์ พบว่าสมาชิก อพวช.ประเภทสถาบันการศึกษา มาจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยสถาบันการศึกษาในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑลมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 63.26 รองลงมา คือสถาบันการศึกษาในภาคกลาง ร้อยละ 14.66

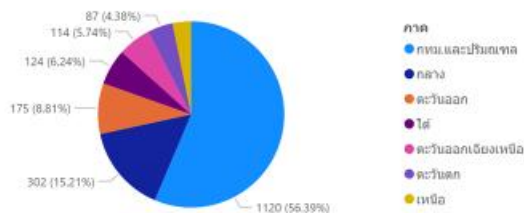
กลุ่มลูกค้า

- ☐ MEMBER กลุ่มสถาบันการศึกษา
- ☐ MEMBER สมาชิกประเภทเล็ก
- ☐ MEMBER สมาชิกประเภทครอบครัว
- ☐ MEMBER สมาชิกประเภทใหญ่

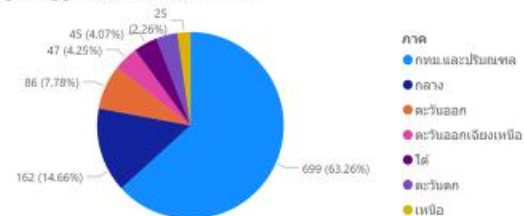
จำนวนสมาชิก

5518

ข้อมูลที่อยู่ลูกค้า อพ แยกตามภาค



ข้อมูลที่อยู่ลูกค้าสมาชิก แยกตามภาค



ข้อมูลสมาชิกที่ใช้บริการ มากกว่า 1 วัน

กลุ่มลูกค้า	จำนวนวันที่ใช้บริการ	จำนวนสมาชิก	รวมรายได้สุทธิ
MEMBER สมาชิกประเภทใหญ่	206	248	36320
MEMBER สมาชิกประเภทครอบครัว	290	1044	224095
MEMBER กลุ่มสถาบันการศึกษา	190	177	729015
Total	317	1469	989430

ข้อมูลสมาชิกที่ใช้บริการ 1 วัน

กลุ่มลูกค้า	จำนวนวันที่ใช้บริการ	จำนวนสมาชิก	รวมรายได้สุทธิ
MEMBER สมาชิกประเภทใหญ่	188	703	26085
MEMBER สมาชิกประเภทครอบครัว	258	2706	141615
MEMBER สมาชิกประเภทเด็ก	3	4	350
MEMBER กลุ่มสถาบันการศึกษา	211	640	768485
Total	295	4050	936535

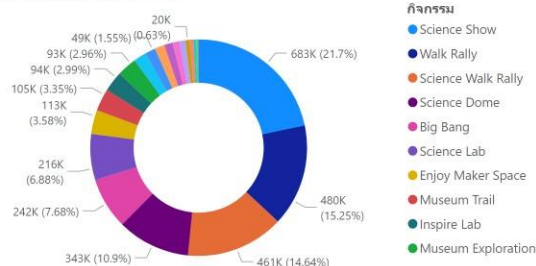
กลุ่มลูกค้า

- ☐ MEMBER กลุ่มสถาบันการศึกษา
- ☐ WALK-IN กลุ่มสถาบันการศึกษา

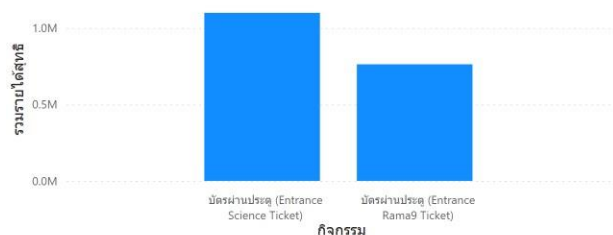
5.08M

รวมรายได้สุทธิ

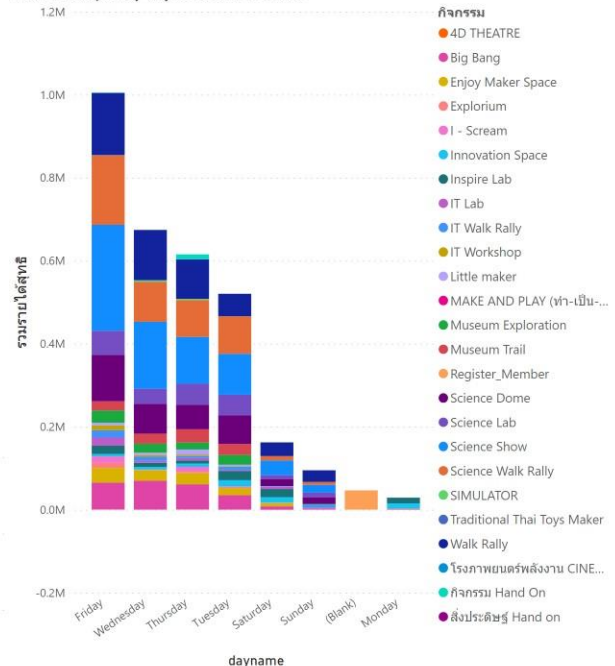
รวมรายได้สุทธิ by กิจกรรม



รวมรายได้สุทธิ by กิจกรรม



รวมรายได้สุทธิ by dayname and กิจกรรม



เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาใช้บริการของลูกค้า โดยพิจารณาจากรายได้จากการซื้อบัตรผ่านประตูและรายได้จากกิจกรรมเสริมศึกษา พบว่ารายได้จากบัตรผ่านประตูส่วนใหญ่จะเป็นรายได้ในวันเสาร์ อาทิตย์ รองลงมาคือ วันศุกร์ ช่วงเดือนที่มีรายได้มากที่สุด คือเดือนสิงหาคม ซึ่งมีรายได้สูงกว่าช่วงเวลาอื่นอย่างมาก รองลงมาคือ เดือนกรกฎาคม และช่วงเวลาอื่นที่มีรายได้เฉลี่ยใกล้เคียงกับเดือนกรกฎาคม คือเดือนตุลาคม มีนาคม เมษายน และเดือนมกราคม ซึ่งเป็นช่วงเดือนที่เป็นช่วงปิดภาคเรียน และเดือนที่มีวันหยุดติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน ในส่วนของรายได้จากกิจกรรมเสริมศึกษาก็มีสัดส่วนไปในทิศทางเดียวกับรายได้จากบัตรผ่านประตู คือมีรายได้ในวันเสาร์มากที่สุด รองลงมาคือวันอาทิตย์ และวันศุกร์ เดือนที่มีรายได้จากกิจกรรมเสริมศึกษามากที่สุด คือเดือนสิงหาคม และเดือนที่มีรายได้น้อยที่สุดคือเดือน พฤศจิกายน และเดือนกุมภาพันธ์

➤ การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดขององค์กร ด้วย SWOT Analysis

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วย SWOT Analysis เป็นการประเมินสถานการณ์ สภาพแวดล้อมและปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และข้อจำกัด (Threats) โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ดังนี้

ตาราง การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ด้วย SWOT Analysis ในปี 2563 - 2565

จุดแข็ง (S: Strengths)	จุดอ่อน (W: Weaknesses)
1. อพวช. ได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้รับบริการในส่วนของการดำเนินงานด้านวิชาการ การสื่อสาร วิทยาศาสตร์และด้านธรรมชาติวิทยา 2. อพวช. มีบริการด้านกิจกรรมที่สื่อองค์ความรู้ที่หลากหลายสำหรับเด็ก เยาวชน ครอบครัว และโรงเรียน 3. อพวช. มีภาคีเครือข่ายและพันธมิตรความร่วมมือด้านวิชาการที่เข้มแข็งสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัว และโรงเรียน ได้อย่างดี 4. อพวช. มีอัตราค่าเข้าชมและค่ากิจกรรมที่ราคาไม่สูงมากเมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชน 5. อพวช. มีฐานกลุ่มลูกค้าประจำ (Fan Club) และมีฐานข้อมูลลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียน 6. อพวช. มีระบบการบริหารจัดการการเข้าชมอย่างเป็นมาตรฐาน และมีพื้นที่กว้างขวาง รองรับผู้ใช้บริการจำนวนมากได้	1. อพวช. ยังขาดการบำรุงสถานที่ให้ทันสมัย พื้นที่ภายนอกยังมีพื้นที่ที่ยังไม่มีชีวิตชีวา 2. อพวช. ยังขาดการทำตลาดเชิงรุกที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มและขาดการสานต่อความร่วมมือทางการตลาดกับพื้นที่ในชุมชน 3. ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า 4. ขาดการจัดการระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและตลาด และด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมการใช้งานภายในองค์กรและขาดการบูรณาการการมีส่วนร่วมของส่วนงานในองค์กร 5. ขาดกิจกรรมและโครงการที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายใหม่ในประเทศและขาดกิจกรรมสำหรับลูกค้าต่างประเทศ (มีความเข้มแข็งในเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียนในประเทศ) 6. ขาดรูปแบบกลไกการบริหารจัดการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ 7. ขาดการให้บริการลูกค้าที่ครบวงจร โดยยังขาดการติดตามก่อนเข้าชมและการบริการหลังการเยี่ยมชม 8. ขาดการให้บริการในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มเช่น ความหลากหลายของอาหาร พื้นที่สำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย

โอกาส (O: Opportunities)	ข้อจำกัด (T: Threats)
1. รัฐบาลให้การสนับสนุนแหล่งทุนด้านวิทยาศาสตร์ ในการดำเนินงาน เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ได้มากขึ้น 2. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้นอกห้องเรียนมีมากขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ามาเรียนรู้ที่พิพิธภัณฑ์ 3. สังคมไทยเริ่มต้นตัวและยอมรับสิ่งแปลกใหม่ เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ได้มากขึ้น 4. มีตลาดเฉพาะ เป็นโอกาสให้สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่ม สร้างโอกาสการทำการตลาดเชิงรุกแบบเฉพาะกลุ่มได้ 5. การมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ช่วยให้การนำเสนอเนื้อหาในนิทรรศการน่าสนใจและสามารถสื่อสารวิทยาศาสตร์ให้เข้าถึงและง่ายขึ้น	1. ระเบียบข้อบังคับเรื่องของการระดมทุน การรับบริจาคจากประชาชนแก่องค์กรภาครัฐที่กำหนดทำให้ไม่สามารถให้มีการรับบริจาคในทรัพยากรเท่าที่ควร และมีขั้นตอนมาก 2. ข้อกำหนดเรื่องนโยบายใช้ข้อมูลทางดิจิทัล การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้การสำรวจข้อมูลอาจไม่สามารถทำได้ครบถ้วนและการนำข้อมูลไปใช้ได้ยากขึ้น 3. ภัยธรรมชาติอาจส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลง และงดการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมนอกสถานที่ 4. วัฒนธรรมการท่องเที่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของไทยยังไม่มากเท่าที่ควร 5. การเติบโตของเนื้อหาความรู้บนออนไลน์ OTT (Over the top) ทำให้ลูกค้ามีช่องทางการรับข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่หลากหลายและมีทางเลือกมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2566 อพวช. ได้ทบทวนแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) ซึ่งมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศในปีที่ผ่านมา เพื่อนำมาทบทวนแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 คณะทำงานการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าจึงได้มีการทบทวนปรับปรุงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดขององค์กร ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และข้อจำกัด (Threats) ด้วย SWOT Analysis โดยอ้างอิงตามแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2566 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์สถานภาพด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดขององค์กร ด้วย SWOT Analysis (ทบทวนปี 2566)

จุดแข็ง (Strengths)	ได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้รับบริการในส่วนของงานด้านวิชาการ การสื่อสารวิทยาศาสตร์และด้านธรรมชาติวิทยา
	มีบริการด้านกิจกรรมที่สื่อองค์ความรู้ที่หลากหลายสำหรับเด็ก เยาวชน ครอบครัว และ โรงเรียน
	มีภาคีเครือข่ายและพันธมิตรความร่วมมือด้านวิชาการที่เข้มแข็งสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัว และโรงเรียน ได้อย่างดี
	มีอัตราค่าเข้าชมและค่ากิจกรรมที่ราคาไม่สูงมากเมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชน
	มีฐานกลุ่มลูกค้าประจำ (Fan Club) และมีฐานข้อมูลลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียน
	มีระบบการบริหารจัดการการเข้าชมอย่างเป็นมาตรฐาน และมีพื้นที่กว้างขวาง รองรับผู้ใช้บริการจำนวนมากได้
	มีการพัฒนารูปแบบกิจกรรมและนิทรรศการอยู่เสมอเพื่อให้ทันกับประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ ทันสถานการณ์
	มีการพัฒนารูปแบบช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่ม
	มีพื้นที่ในการให้บริการ facility และพื้นที่ เช่น ห้องประชุม หอพัก ที่สามารถจัดกิจกรรมได้หลากหลาย
จุดอ่อน (Weaknesses)	ขาดการปรับปรุงภูมิทัศน์/สถานที่ให้ทันสมัย พื้นที่ภายนอกยังมีส่วนที่ยังไม่มีชีวิตชีวา
	กิจกรรมและโครงการที่ อพวช. จัดขึ้นยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และบางกิจกรรมยังไม่รองรับลูกค้าต่างประเทศ (มีความเข้มแข็งในเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียนในประเทศ)
	ขาดความคล่องตัวในการจัดทำรูปแบบกลไกการบริหารจัดการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบอย่างสม่ำเสมอ ต้องมีการพัฒนาระบบติดตามลูกค้า / การตลาดเชิงดิจิทัล
	ขาดการให้บริการในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มเช่น ความหลากหลายของอาหาร พื้นที่สำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย
	การจัดเก็บข้อมูลลูกค้ากระจายอยู่ในหลายหน่วยงาน ยังไม่มีการจัดการระบบฐานข้อมูลให้เป็นศูนย์กลาง เพื่อให้สามารถนำมาให้ประโยชน์ร่วมกันได้
	อพวช.มีการกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าแต่หน่วยงานภายในบางส่วนยังไม่ทราบถึงช่องทางในการส่งข้อมูลเสียงจากลูกค้าและขั้นตอนการจัดการเสียงจากลูกค้าทำให้ข้อร้องเรียนของลูกค้าบางส่วนได้รับการแก้ไขปรับปรุงล่าช้า
	การวิเคราะห์เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ชัดเจน เช่น อาเซียน จีน เกาหลี ญี่ปุ่น จึงทำให้การตลาดและประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย
	การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เพื่อสื่อสารสินค้าและบริการกับลูกค้าเดิม รวมทั้งขยายสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ยังทำได้น้อย และขาดการทำงานเชิงรุก เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับแหล่งทุนในระดับชาติและระดับนานาชาติ
	ขาดความพร้อมเรื่องภาษาในการให้บริการนิทรรศการและบริการ
	ขาดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์

โอกาส (Opportunities)	• รัฐบาลให้การสนับสนุนแหล่งทุนด้านวิทยาศาสตร์ในการดำเนินงาน เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ได้มากขึ้น
	• นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้นอกห้องเรียนมีมากขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสให้ลูกค้มาเรียนรู้ที่พิพิธภัณฑ์
	• สังคมไทยเริ่มต้นตัวและยอมรับสิ่งแปลกใหม่ เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ได้มากขึ้น
	• มีตลาดเฉพาะ เป็นโอกาสให้สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่ม สร้างโอกาสการทำการตลาดเชิงรุกแบบเฉพาะกลุ่มได้
	• การมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ช่วยให้การนำเสนอเนื้อหาในนิทรรศการน่าสนใจ และสามารถสื่อสารวิทยาศาสตร์ให้เข้าถึงและเข้าใจง่ายขึ้น
	• วิถีชีวิตและพฤติกรรมของลูกค้เปลี่ยนไปโดยเฉพาะด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต
	• การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการให้บริการของ อพวช. รวมทั้งเป็นโอกาสในการใช้ความรู้ ความสามารถของผู้สูงอายุ ในการสนับสนุนการดำเนินงานของ อพวช.
	• โรงเรียนกลับมาจัดการเรียนการสอนที่โรงเรียนตามปกติ
	• การขยายตัวของตลาดโลก ทำให้เริ่มมีการจ้างงานมากขึ้น รายได้และรายจ่ายของครัวเรือนสูงขึ้น ทิศทางการลงทุนมีแนวโน้มดีขึ้น
	• สถาบันการศึกษามีการจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลายขึ้นทำให้ครู/อาจารย์มีความต้องการพัฒนาทักษะในการสอนโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ กระตุ้นความสนใจของผู้เรียน
	• นักเรียน/นักศึกษา เยาวชน และประชาชนทั่วไป สามารถเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้จากสื่อออนไลน์ได้มากขึ้น
ข้อจำกัด (Threats)	• ระเบียบข้อบังคับเรื่องของการระดมทุน การรับบริจาคจากประชาชนแก่องค์กรภาครัฐที่กำหนดทำให้ไม่สามารถให้มีการรับบริจาคในทรัพยากรเท่าที่ควรและมีขั้นตอนมาก
	• ข้อกำหนดเรื่องนโยบายใช้การข้อมูลทางดิจิทัล การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้การสำรวจข้อมูลอาจไม่สามารถทำได้ครบถ้วนและการนำข้อมูลไปใช้ได้ยากขึ้น
	• ภัยธรรมชาติอาจส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลง และงดการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมนอกสถานที่
	• วัฒนธรรมการท่องเที่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของไทยยังไม่มากเท่าที่ควร
	• การเติบโตของเนื้อหาความรู้บนออนไลน์ OTT (Over the top) ทำให้ลูกค้มีช่องทางในการรับข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่หลากหลายและมีทางเลือกมากขึ้น
	• ขาดบริการขนส่งมวลชนสาธารณะจากกรุงเทพฯ เข้าถึง อพวช. คลองห้า ปทุมธานี ในปัจจุบันยังไม่มีรถยนต์ขนส่งมวลชนสาธารณะจากใจกลางเมือง ที่มีความสม่ำเสมอแน่นอน เป็นอุปสรรคต่อกลุ่มลูกค้ครอบครัวที่จะเดินทางมายัง อพวช. คลองห้า
	• ประเทศไทยมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใหม่หลายประเภทเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ มีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน ซึ่งทำให้มีคู่แข่งทางการตลาดที่น่าสนใจและทันสมัยเพิ่มมากขึ้น

	กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นทำให้มีตัวเลือกมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมักเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก และเดินทางง่าย สามารถตอบโจทย์การท่องเที่ยวได้หลากหลาย
--	--

➤ จุดแข็ง (Strengths)

S1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

- มีเครือข่ายพันธมิตรด้านวิชาการที่หลากหลายจากหลายภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศที่เข้มแข็ง ที่สามารถร่วมมือในการดำเนินโครงการต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัว และโรงเรียน
- อพวช. ได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้รับบริการในส่วนของการงานด้านวิชาการ การสื่อสาร วิทยาศาสตร์และด้านธรรมชาติวิทยา
- อพวช. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายสำหรับเด็ก เยาวชน ครอบครัว และโรงเรียน และทำให้สร้างความร่วมมือได้กับหน่วยงานพันธมิตรทางวิชาการและพันธมิตรทางธุรกิจ กลุ่มผู้ลงทุนและผู้สนับสนุน
- อพวช. มีอัตราค่าเข้าชมและค่ากิจกรรมที่ราคาไม่สูงมากเมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่น มีกำหนดเวลาเปิดให้บริการอย่างสม่ำเสมอแม้ในวันหยุดราชการ
- มีการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ที่เข้มแข็ง

S2 สิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่

- อาคารพิพิธภัณฑ์มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม
- มีพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ซึ่งมีมาตรฐานระดับสากลที่ได้รับความนิยม สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากในช่วงเวลาเดียวกัน
- เป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางเลือก สำหรับครอบครัว เหมาะสำหรับผู้เข้าชมทุกช่วงวัย ประชาชนไทยในทุกวัย ในทุกพื้นที่สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้ง่าย
- พื้นที่โดยรอบกว้างขวาง สามารถปรับปรุงให้ใช้ประโยชน์ได้มาก

S3 ด้านระบบและการบริหารจัดการทรัพยากร

- อพวช. มีฐานกลุ่มลูกค้าประจำ (Fan Club) และมีฐานข้อมูลลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียน
- อพวช. มีระบบการบริหารจัดการการเข้าชมอย่างเป็นมาตรฐาน และมีพื้นที่กว้างขวาง รองรับผู้ใช้บริการจำนวนมากได้
- เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่เป็นบริการของรัฐ ที่ให้บริการฟรีสำหรับเยาวชน ผู้พิการ ผู้สูงอายุ

S4 องค์ความรู้ นิทรรศการ กิจกรรม

- มีองค์ความรู้ด้านธรรมชาติวิทยา และการสื่อสารวิทยาศาสตร์ที่เป็นความเชี่ยวชาญหลักขององค์กร
- นิทรรศการมีการเชื่อมโยงจากงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์หลากหลายสาขา มีอุปกรณ์ สิ่งประดิษฐ์ ที่น่าสนใจ มีประโยชน์ ทันสมัย
- มีคาราวานวิทยาศาสตร์ และจัตุรัสวิทยาศาสตร์ที่สามารถให้บริการสู่ชุมชนนอกพื้นที่ อพวช. (ให้กับลูกค้าที่ไม่สามารถเข้าชมที่พิพิธภัณฑ์)
- มีกิจกรรมทางวิทยาศาสตร์ที่หลากหลายจัดขึ้นเป็นประจำทุกวันอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่ อพวช. และทั่วประเทศ และมีการจัดกิจกรรมเทศกาลอย่างต่อเนื่อง

S5 บุคลากร

- อพวช. มีนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญ ความรู้ความสามารถในด้าน วทน. หลากหลายสาขาและสามารถให้คำแนะนำได้อย่างน่าเชื่อถือ

- มีนักสื่อสารวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ มืออาชีพ รู้ลึก รู้จริง

➤ จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

- ขาดการให้บริการในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น ความหลากหลายของอาหาร พื้นที่สำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย
- การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เพื่อสื่อสารสินค้าและบริการกับลูกค้าเดิม รวมทั้งขยายสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ยังทำได้น้อย
- ขาดการทำงานเชิงรุกเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับแหล่งทุนในระดับชาติและระดับนานาชาติ
- กิจกรรมและโครงการที่ อพวช. จัดขึ้นยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และบางกิจกรรมยังไม่รองรับลูกค้าต่างประเทศ (มีความเข้มแข็งในเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียนในประเทศ)
- การวิเคราะห์เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ชัดเจน เช่น อาเซียน จีน เกาหลี ญี่ปุ่น จึงทำให้การตลาดและประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

W2 สิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่

- ขาดการบำรุงสถานที่ให้ทันสมัย พื้นที่ภายนอกยังมีส่วนที่ยังไม่มีชีวิตชีวา ขาดการให้บริการแบบสถานที่ท่องเที่ยว (การให้บริการ ด้านบุคลากร) ยังไม่มีจุดแลนด์มาร์คที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มคนที่ชอบท่องเที่ยวและถ่ายภาพ
- ยังเป็นสถานที่สำหรับเด็กและโรงเรียนเป็นหลัก ยังไม่เข้าถึงกลุ่มคนทั่วไปที่ไม่มีครอบครัว/นักท่องเที่ยวมักนัก
- การเดินทางมายัง อพวช. ไม่สะดวกสำหรับผู้เข้าชมที่เดินทางด้วยรถบริการสาธารณะ ที่ตั้งอยู่ห่างไกล ขาดการคมนาคมขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงได้สะดวก ทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกไปในสถานที่ที่เดินทางสะดวกกว่า

W3 ระบบและการบริหารจัดการทรัพยากร

- ขาดการทำตลาดเชิงรุกที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มและขาดการสานต่อความร่วมมือทางการตลาดกับพื้นที่ในชุมชน ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- ขาดความคล่องตัวในการจัดทำรูปแบบกลไกการบริหารจัดการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบอย่างสม่ำเสมอ ต้องมีการพัฒนาระบบติดตามลูกค้า / การตลาดเชิงดิจิทัล
- อพวช. มีการกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าแต่หน่วยงานภายในบางส่วนยังไม่ทราบถึงช่องทางการส่งข้อมูลเสียงจากลูกค้าและขั้นตอนการจัดการเสียงจากลูกค้าทำให้ข้อร้องเรียนของลูกค้าบางส่วนได้รับการแก้ไขปรับปรุงล่าช้า
- การจัดเก็บข้อมูลลูกค้ากระจายอยู่ในหลายหน่วยงาน ยังไม่มีการจัดการระบบฐานข้อมูลให้เป็นศูนย์กลาง เพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ร่วมกันได้

W4 องค์ความรู้ นิทรรศการ กิจกรรม

- การวางแผนล่วงหน้าระยะยาวระหว่างการพัฒนา นิทรรศการ และงานทางการตลาด/ประชาสัมพันธ์ ยังไม่ได้ทำร่วมกันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถนำไปวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และดึงดูดและตอบโต้กับผู้สนับสนุนในการร่วมลงทุน/สนับสนุนในนิทรรศการ
- นิทรรศการถาวรมีการเปลี่ยนแปลงช้า ทำให้ขาดโอกาสการมาเยี่ยมชมซ้ำจากลูกค้ากลุ่มเดิม ชี้นำงานเป็นของจำลองให้ความรู้ลึกๆไม่ตื่นตา ไม่ค่อยเปลี่ยนการนำเสนอ ยังมีนิทรรศการลักษณะเดิมเป็นเวลานาน

- ขาดการนำเสนอนิทรรศการทางออนไลน์ที่น่าสนใจและมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของ collection ที่ยังไม่ได้ทำออนไลน์ใหม่ (เพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย)
- กิจกรรมสหนาการ พักผ่อนหย่อนใจ หรือการจัดกิจกรรมภายนอกอาคารยังมีน้อย
- ขาดกิจกรรมและโครงการที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายใหม่ในประเทศและขาดกิจกรรมสำหรับลูกค้าต่างประเทศ (มีความเข้มแข็งในเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียนในประเทศ) กิจกรรมที่มีเน้นสำหรับเด็กและโรงเรียนเป็นหลัก ยังไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายอื่น โดยกิจกรรมทางออนไลน์เน้นเฉพาะกลุ่มเด็กและครอบครัว ยังไม่เข้าถึงกลุ่มอื่น (เช่น วัยรุ่น หรือคนที่ไม่สนใจวิทยาศาสตร์) (ควรเพิ่มกิจกรรมเชิงสาระบันเทิง)
- การนำเสนอเนื้อหาของพิพิธภัณฑ์ กิจกรรม และพื้นที่การให้บริการ ยังไม่สามารถให้บริการกลุ่มของผู้พิการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

W5 บุคลากร

- ขาดความพร้อมเรื่องภาษาในการให้บริการนิทรรศการและบริการ
- จำนวนนักวิชาการ ด้าน วทน. ยังไม่เพียงพอต่อการผลิตองค์ความรู้ต่าง ๆ ของ อพวช. เช่น นักวิชาการด้าน FUTURIUM รวมถึงอัตรากำลังคน
- เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าชม ยังไม่สามารถให้บริการลูกค้าต่างประเทศ ได้เต็มรูปแบบ

➤ โอกาส (Opportunities)

O1 นโยบาย

- รัฐบาลให้การสนับสนุนแหล่งทุนด้านวิทยาศาสตร์ในการดำเนินงาน สามารถเพิ่มโอกาสให้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่มากขึ้น
- นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้นอกห้องเรียนมีมากขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ามาเรียนรู้ที่พิพิธภัณฑ์ และทำให้กระทรวงศึกษาธิการจัดสรรงบประมาณให้โรงเรียนเพื่อเรียนรู้นอกสถานที่มากขึ้น
- นโยบายการจัดตั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ทำให้มีความร่วมมือกับหน่วยงานในกระทรวงมากขึ้น ทำให้สามารถมีผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่มากขึ้นที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้มากขึ้น เช่น ร่วมมือกับภาควิชาเคมี ภาควิชาศิลปะเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยที่พร้อมจะร่วมมือทางวิชาการมากขึ้น
- นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ชาติ ให้ความสำคัญกับการสร้างคนและพัฒนา วทน. สามารถเชื่อมโยงกับกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการ

O2 สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม

- สังคมไทยเริ่มต้นตัวและยอมรับสิ่งแปลกใหม่ เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ได้มากขึ้น
- สังคมออนไลน์ปัจจุบันทำให้สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ หรือ social media ได้สะดวก และรวดเร็วขึ้น และมีต้นทุนต่ำลงเป็นโอกาสให้สร้างรับรู้ทางสื่อออนไลน์ได้มากขึ้น
- การมีความต้องการเฉพาะด้านหรือความต้องการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน (Niche market) เป็นโอกาสให้สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่มและโอกาสการทำตลาดเชิงรุกแบบเฉพาะกลุ่มได้ (Customize Program)
- สังคมไทยมีพฤติกรรมที่จะศึกษาหรือค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า หรือการเลือกไปในสถานที่ต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจมากขึ้น การรีวิวสินค้าจากคนใกล้ชิด คนรู้จัก คนที่มี

อิทธิพลทางสังคม หรือ influencer ทำให้มีโอกาสนในการพัฒนาสื่อเพื่อการส่งเสริมการตลาดในช่องทางใหม่มากขึ้นด้วย

- การเปลี่ยนแปลงยุคของผู้บริโภค โดยเฉพาะการใช้จ่ายเงินในการส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียนให้กับเด็ก (ในปัจจุบันเยาวชนและผู้ปกครองให้ความสนใจการเรียนรู้นอกห้องเรียน และการเสริมความรู้ทักษะพิเศษมากขึ้น ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านภาษา ด้านศิลปะ)
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ มีราคาสูง โดยพิพิธภัณฑ์ อพวช. ยังมีราคาที่ไม่สูงมาก และคุ้มค่าแก่การมาเรียนรู้นอกห้องเรียน
- ระบบการเรียนรู้ทั้งในระบบ ทั้งโรงเรียนไทย โรงเรียนนานาชาติ และนอกระบบ (Home school) มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้คนแสวงหาแหล่งเรียนรู้มีเพิ่มมากขึ้น
- การขยายตัวของเมือง ทำให้มีหมู่บ้าน ชุมชน และประชากร ทำให้เกิดเครือข่ายชุมชนในพื้นที่โดยรอบ อพวช. มากขึ้น ซึ่งสามารถเป็นจุดประชาสัมพันธ์ของ อพวช. สามารถทำความร่วมมือ และขยายโอกาสทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น
- แนวโน้มการท่องเที่ยว สังคมไทย ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์มากขึ้น ทำให้ อพวช. มีโอกาสมากขึ้น

O3 ระบบและการบริหารจัดการทรัพยากร

- เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้การนำเสนอเนื้อหาในนิทรรศการน่าสนใจและสามารถสื่อสารวิทยาศาสตร์ให้เข้าถึงและเข้าใจง่ายขึ้น
- มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อปรับปรุงขั้นตอนหรือกระบวนการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้จ่ายด้วย e-banking มากขึ้น ส่งผลให้มีการใช้จ่ายผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น ช่วยลดต้นทุนการจัดการ และทำให้การบริการสะดวกรวดเร็วขึ้น
- การมี Course online ที่มากขึ้นและเริ่มมีคนให้ความสนใจ ทำให้สามารถจัดทำ course online ได้ และทำให้ลูกค้าสามารถ Feedback ความพึงพอใจในระบบออนไลน์ ซึ่ง อพวช. สามารถจัดการได้ไว

➤ ข้อจำกัด (Threats)

T1 นโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ

- ระเบียบข้อบังคับเรื่องของการระดมทุน การรับบริจาคจากประชาชนแก่องค์กรภาครัฐที่กำหนดทำให้ไม่สามารถให้มีการรับบริจาคในทรัพยากรเท่าที่ควรและมีขั้นตอนมาก กฎหมายไม่เอื้ออำนวยต่อการระดมทุนในภาคประชาชน ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ของรัฐได้
- ข้อกำหนดเรื่องนโยบายใช้การข้อมูลทางดิจิทัล การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้การสำรวจข้อมูลอาจไม่สามารถทำได้ครบถ้วนและการนำข้อมูลไปใช้ได้ยากขึ้น
- ความไม่แน่นอนทางการเมือง ทำให้นโยบายการทำงานและงบประมาณเปลี่ยนทิศทางการเปลี่ยนแปลงบ่อยเป็นอุปสรรคต่อการวางแผนการตลาดระยะยาว

T2 สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม

- ภัยธรรมชาติอาจส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลง และงดการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมนอกสถานที่ เหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดเดาเกิดขึ้น เช่น ภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) หรืออุบัติเหตุ โรคระบาดจากโควิด - 19 ทำให้ลูกค้าหลัก คือกลุ่มโรงเรียน มีการปรับรูปแบบในการเดินทางทัศนศึกษา
- วัฒนธรรมการท่องเที่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของไทยยังไม่มากเท่าที่ควร ประชาชนทั่วไปยังไม่เห็นความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ และทัศนคติของคนทั่วไปต่อพิพิธภัณฑ์ไม่สนใจเท่ากับไปเที่ยวที่ห้างสรรพสินค้า สวนน้ำ สวนสนุก

- ประเทศไทยมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใหม่หลายประเภทเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ มีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน ซึ่งทำให้มีคู่แข่งทางการตลาดที่น่าสนใจและทันสมัยเพิ่มมากขึ้น
- กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นทำให้มีตัวเลือกมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมักเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก และเดินทางง่าย สามารถตอบโจทย์การท่องเที่ยวได้หลากหลาย
- Lifestyle ของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนไป อัตราการเกิดของเด็กลดลง อาจต้องปรับรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายกลุ่มมากขึ้น

T3 ระบบและการบริหารจัดการทรัพยากร

- การผลิตสื่อในยุคปัจจุบัน ต้องอยู่ในกระแสสังคมทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ และมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว มีกระแสใหม่ ๆ มาทดแทนตลอดเวลา
- เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ สามารถส่งผลกระทบทางลบต่อชื่อเสียงองค์กร ได้อย่างรวดเร็วหากเกิดปัญหา ข้อพิพาท หรือข้อร้องเรียน

➤ การระบุความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านบริหารจัดการลูกค้า

ความต้องการ ความกังวลและความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละกลุ่มมีความหลากหลายและแตกต่างกัน เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง รวมทั้งลดความกังวลของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง องค์กรจะต้องเตรียมรับมือกับความท้าทายและเตรียมความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการยอมรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ เพื่อให้กระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของ อพวช. มีประสิทธิภาพ การระบุความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ด้านบริหารจัดการจึงต้องคำนึงถึง ประเด็นที่มีความสำคัญต่อ ความต้องการ ความกังวลและความคาดหวังของลูกค้าแยกตามกลุ่ม เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ ประเมินผล และจัดทำกระบวนการควบคุมให้หน่วยงานใน อพวช. มีการสร้างความสัมพันธ์ในแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องตรงกัน และให้มีการจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดรวมทั้ง การทบทวนกระบวนการสร้างความสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด และการกำหนดแผนแม่บทในภาพรวมขององค์กร

➤ การวิเคราะห์สารสนเทศจากการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มลูกค้าผู้รับบริการ (ทบทวนในปี 2566)

เพื่อให้การจัดทำแผนแม่บทฯ มีความสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนของการมุ่งเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ และให้การบริหารจัดการลูกค้าและตลาดมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและนำไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานของ อพวช. อย่างยั่งยืน จึงได้ทำการสำรวจเพื่อรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและผู้รับบริการ ที่ได้รับผลกระทบและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของ อพวช. และการมีส่วนร่วมในการให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผ่านการทำแบบสอบถามและการสำรวจ โดยมีข้อสรุปความคิดเห็นจากการสำรวจความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ อพวช. ในปี 2564 และในปี 2566 สรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มลูกค้า/ผู้รับบริการ (ภายนอก) (ทบทวนปี 2566)

ประเด็นหลัก	ความคิดเห็น
ด้านการสื่อสารและเผยแพร่องค์ความรู้	ความต้องการ • เผยแพร่งานวิจัยที่ผ่านการรับรองให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ • จัดทำสื่อการเรียนรู้ อุปกรณ์วิทยาศาสตร์สำหรับเด็กในราคาถูกและง่าย

ประเด็นหลัก	ความคิดเห็น
	- เพิ่มการสื่อสารประเด็นด้านวิทยาศาสตร์ที่เป็นที่สนใจของสังคมเพิ่มมากขึ้น - จัดการสื่อสารองค์ความรู้ให้กับโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น ความคาดหวัง - ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับประชาชน สามารถเข้าถึงง่ายและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศไทย - การนำเสนอความรู้ด้านวิทยาศาสตร์สำหรับเด็กและเยาวชน ที่มีการลงมือทำได้จริง เพื่อเยาวชนทุกคนในประเทศไทย
ด้านการส่งเสริม สร้างแรงบันดาลใจ และความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์	ความคาดหวัง - ส่งเสริมด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์มากกว่านี้ - จัดให้มีการสนับสนุนส่งเสริมให้คนไทยมีอาชีพด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
ด้านการพัฒนานิทรรศการ กิจกรรม และข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม	ความต้องการ - ปรับปรุงชิ้นงานนิทรรศการและอุปกรณ์ ให้สามารถใช้งานได้ดีเสมอ - พัฒนางิจกรรมสำหรับเด็กอนุบาลและเด็กประถมต้นเพิ่มมากขึ้น - จัดกิจกรรมเชิง Hand-on เพิ่มมากขึ้น - พัฒนาสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น - มีการให้บริการหูฟังสำหรับการนำชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ ความคาดหวัง - พัฒนาเทคนิคการนำเสนอ และข้อมูลนิทรรศการและกิจกรรมให้น่าสนใจและทันสมัยตลอดเวลา - พัฒนางิจกรรมด้านวิทยาศาสตร์ให้ครอบคลุมทุกช่วงวัย รวมทั้งมีความหลากหลายของกิจกรรม - จัดให้มีกิจกรรมสำหรับเด็ก เยาวชน ผ่านระบบออนไลน์โดยสามารถใช้อุปกรณ์ในบ้านร่วมทำกิจกรรมได้ - จัดให้บริการกิจกรรมวิทยาศาสตร์แบบเต็มวันที่ผู้ปกครองสามารถฝากบุตรหลานไว้ได้ ความกังวล - การซ่อมบำรุงเครื่องเล่นหรือกิจกรรมที่เก่า เสียหาย ชำรุด - การไม่พบผลิตภัณฑ์หรือการบริการเมื่อมาเยี่ยมชมจริง
ด้านการให้บริการ	ความต้องการ - จัดให้มีการให้บริการผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น - เพิ่มการบริการที่รับประทานอาหารให้หลากหลาย - อำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถในร่มให้มากขึ้น และจัดทำทางเชื่อมในร่มระหว่างอาคาร - จัดทำนิตยสาร อพวช. เป็นไฟล์ดิจิทัล - พัฒนาบุคลากรในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น - เพิ่มจำนวนห้องน้ำในการให้บริการหอพักสำหรับนักเรียน - ปรับปรุงการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ความคาดหวัง - ปรับปรุงการคมนาคมขนส่งให้สะดวกในการเข้าถึงมากขึ้น

ประเด็นหลัก	ความคิดเห็น
	• จัดให้มีการบริการนิทรรศการและกิจกรรมนอกสถานที่เพิ่มมากขึ้น • จัดการรองรับกับปริมาณนักเรียนกลุ่มใหญ่ • จัดให้มีเจ้าหน้าที่รองรับที่เพียงพอ การจัดรูปแบบในการนำเสนอและการได้รับความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ตามวัตถุประสงค์ • การพัฒนากระบวนการประสานงานการให้ข้อมูลและการติดต่อประสานงานที่สะดวกขึ้น • การเอื้ออำนวยความสะดวกที่ยึดหยุ่นกับข้อจำกัดที่โรงเรียน เช่น การเปิดให้บริการนานขึ้น มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก มีห้องที่มีสภาพเหมาะสม, การซ่อมแซมอุปกรณ์ชำรุดและมีสถานที่ให้บริการสะอาด และมีที่นั่งพักที่เพียงพอ ความกังวล • การซ่อมบำรุงห้องน้ำชำรุด ป้ายชำรุดไม่ชัดเจนและรู้สึกท้อใจว่าอันตราย • ด้านในพื้นที่อาคารที่ค่อนข้างมืด
ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์	ความต้องการ • ปรับปรุงงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้การดำเนินงานของอพวช. เพิ่มมากขึ้น • จัดให้มีการสื่อสารในลักษณะที่ อพวช. ควรเป็นสถานที่ที่เด็กไทยทุกคนต้องมา

กลุ่มบุคคลทั่วไปที่ยังไม่รู้จัก อพวช. และยังไม่มีความเกี่ยวข้องกับ อพวช. (ลูกค้าในอนาคต)

ประเด็นหลัก	ความคิดเห็น
ด้านการสื่อสารและเผยแพร่องค์ความรู้	ความต้องการ • เพิ่มเติมด้านการสื่อสารให้กว้างขึ้นไม่เฉพาะเจาะจงเพียงด้านการศึกษาเท่านั้น • มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการนำเสนอและเผยแพร่องค์ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ • พัฒนาด้านการสื่อสารให้ทั่วถึงประชาชนไทยทุกพื้นที่ • เพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการให้ความรู้ให้ครอบคลุมทุกช่วงวัย ความคาดหวัง • นำงานวิจัยมาใช้งาน และทำให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศให้ได้มากที่สุด
ด้านการส่งเสริม สร้างแรงบันดาลใจ และความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์	ความคาดหวัง • สร้างแรงจูงใจให้เยาวชนสนใจความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้น
ด้านการให้บริการ	ความต้องการ • ปรับปรุงบรรยากาศภูมิทัศน์รอบนอกอาคารให้ร่มรื่นผ่อนคลาย ความกังวล • ความกังวลในการเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจการเดินทางมาที่อพวช.

โดยมีภาพรวมสรุปข้อมูลสารสนเทศจากผลการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าผู้ให้บริการ ปี 2566

กลุ่มตัวอย่าง	ประเด็นการ สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ให้บริการของ อพวช.	ระดับผล การสำรวจ
กลุ่มลูกค้า ผู้ให้บริการ	ความเห็นต่อความคาดหวังในการมาใช้บริการ ของ อพวช.	มากที่สุด
	ความเห็นต่อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก อพวช.	พอใจมาก
	ความเห็นต่อความพึงพอใจต่อการเข้าถึงพื้พธัณท์ อพวช.	พอใจมาก
	ความเห็นต่อคุณภาพของการแสดง/นิทรรศการ อพวช.	พอใจมาก
	ความเห็นต่อการดูแลผู้มาใช้บริการของเจ้าหน้าที่ อพวช.	พอใจมาก
	ความเห็นต่อการอำนวยความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก	พอใจมาก
	ความเห็นต่อระดับความพึงพอใจด้านราคา	พอใจมาก
	ความเห็นต่อคุณภาพของการบริการ อพวช. โดยภาพรวม	พอใจมาก
	ความเห็นต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการ โดยรวม	พอใจมาก
	ความเห็นต่อค่าเฉลี่ยพฤติกรรมความภักดีที่จะแนะนำพื้พธัณท์และจะพูดความประทับใจให้คนอื่น	อย่างแน่นอน
	ความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการเปรียบเทียบกับประสบการณ์ในการให้บริการจากแหล่งอื่น ๆ	ดีกว่ามาก
	โดยรวมความผูกพันและความภักดีของลูกค้าผู้ให้บริการ อพวช.	NPS = 71.75%
กลุ่มลูกค้า/ ผู้รับบริการ ภายนอก (ครู อาจารย์)	ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความกังวล และความคาดหวัง ของ กลุ่มลูกค้า/ผู้รับบริการภายนอก (ครู อาจารย์) ต่อกระบวนการทำงานของ อพวช. โดยรวม	พอใจมากที่สุด
	โดยรวมความผูกพันและความภักดีของ กลุ่มลูกค้า/ผู้รับบริการภายนอก (ครู อาจารย์) ต่อ อพวช.	NPS = 72.73%

➤ **วัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: กลุ่มลูกค้าผู้รับบริการ**

การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. มาจากการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์ ตามแผนวิสาหกิจ อพวช. ตามกรอบการดำเนินงานและห่วงโซ่คุณค่า ของ อพวช. ซึ่งสามารถแบ่งกระบวนการที่สำคัญและจำเป็นขององค์กรออกเป็น 3 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการจัดการ (Management Process) กระบวนการหลัก (Primary Process) และกระบวนการสนับสนุน (Support Process)



*หมายเหตุ ทุกกระบวนการมีการสอบทานการดำเนินงาน การบริหารความเสี่ยง และความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน

รูป กระบวนการที่สำคัญตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของ อพวช.

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กระบวนการจัดการ (Management Process)

การให้บริการนิทรรศการ กิจกรรม และองค์ความรู้

กระบวนการหลัก (Primary Process) ได้แก่

1. กระบวนการสำรวจ และกระบวนการวิจัย
2. กระบวนการผลิต และกระบวนการพัฒนา
3. กระบวนการส่งเสริมการขาย และการตลาด

กระบวนการสนับสนุน (Support Process) ได้แก่

1. กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
2. กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล
3. กระบวนการบริหารการคลัง
4. กระบวนการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ
5. กระบวนการบริการกลาง
6. กระบวนการสื่อสาร

➤ ระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

ระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อพวช. จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในระดับกองจนถึงระดับองค์กร โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามระดับความสำคัญ ดังนี้

ระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
A = Key Player	- ลูกค้า/ผู้รับบริการภายนอก - บุคลากร อพวช. - พันธมิตรความร่วมมือ (ภาครัฐและเอกชน) - ผู้ลงทุนผู้สนับสนุน - ชุมชน/หน่วยงานในพื้นที่ให้บริการของ อพวช.
B = Meet Their Need	- หน่วยงานเชิงนโยบายระดับประเทศและองค์กร - สื่อมวลชนและสื่อ
C = Keep Informed	คู่ค้า/ผู้รับจ้าง/ผู้จัดหาทรัพยากร
D = Low Priority	คนทั่วไปที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับ อพวช. คู่แข่ง และอื่น ๆ

บทที่ 5

การจัดทำแผนแม่บทการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช. ปี 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566)

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพการจัดการด้านลูกค้าและตลาด การระบูกลุ่มลูกค้าขององค์กร การกำหนดขอบเขตของการมุ่งเน้นและบริหารจัดการกับกลุ่มลูกค้า และการวิเคราะห์ช่องว่างในการดำเนินงาน ในการประชุมเชิงปฏิบัติการของคณะทำงานการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า อพวช. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารองค์กร ผู้อำนวยการสำนัก/กอง ผู้ที่เกี่ยวข้อง และจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าผู้รับบริการของ อพวช. จึงดำเนินการวางแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ที่สอดคล้องเชื่อมโยงกันขององค์กร ได้ดังนี้

➤ วิสัยทัศน์ขององค์กรด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

เป็นองค์กรที่สร้างประสบการณ์และแรงบันดาลใจด้านวิทยาศาสตร์ ที่ใส่ใจความต้องการและสร้างความผูกพันกับลูกค้าอย่างยั่งยืน

➤ เป้าหมายของแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

1. เพื่อให้ อพวช. เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment) ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และด้านธรรมชาติวิทยาระดับนานาชาติ
2. เพื่อเพิ่มการรับรู้และเพิ่มจำนวนผู้รับบริการของ อพวช. ให้มากขึ้น
3. เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการให้มากขึ้น
4. เพื่อสร้างรายได้และลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับองค์กร
5. เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงวิทยาศาสตร์ให้กับสังคมไทย

➤ ประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช.

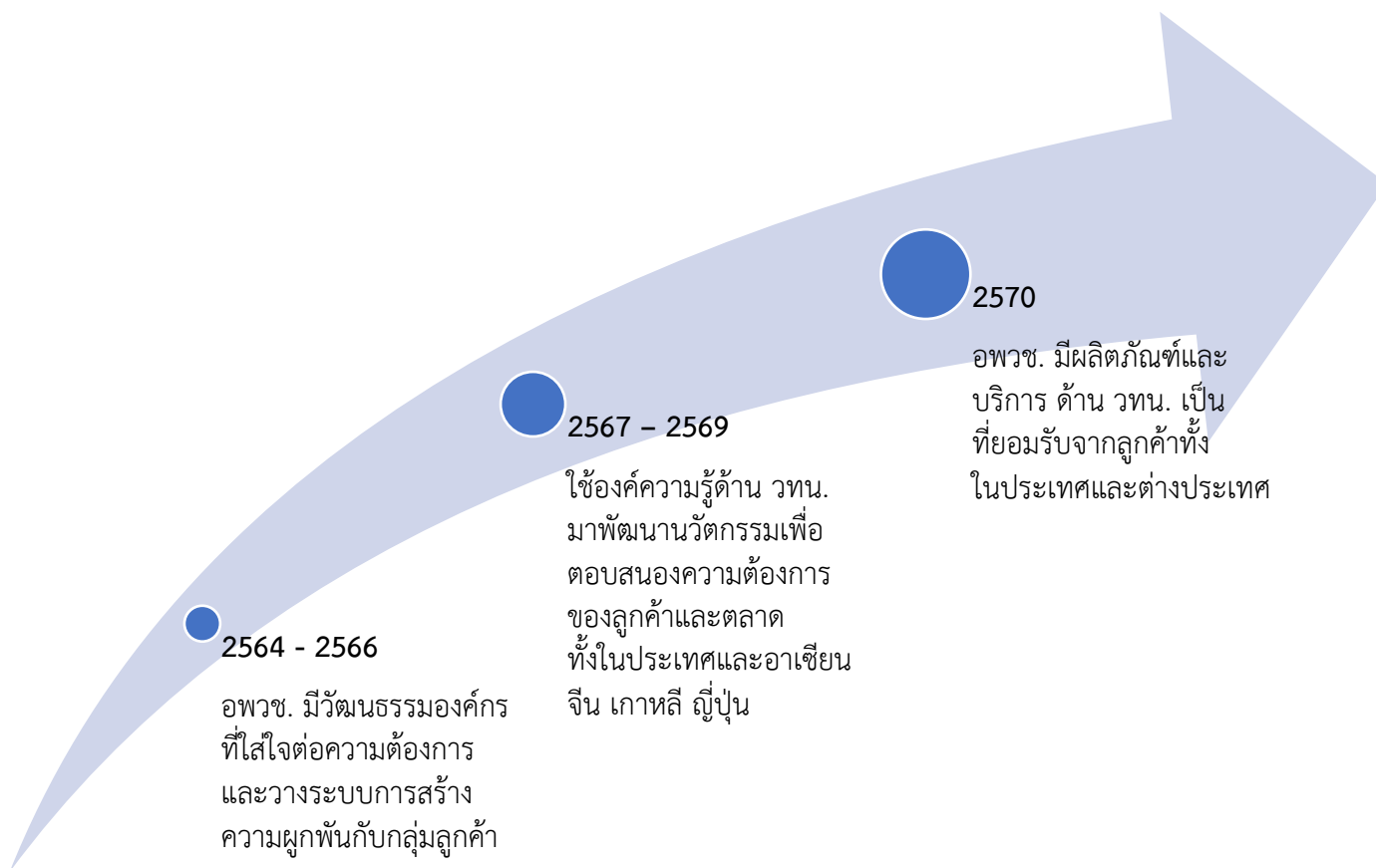
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิงระดับนานาชาติ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

➤ การกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ของแผนฯ





แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี 2567 - 2570 (ปรับปรุง ปี พ.ศ. 2566)

วิสัยทัศน์ขององค์กรด้าน การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

"เป็นองค์กรที่สร้างประสบการณ์และแรงบันดาลใจด้านวิทยาศาสตร์
ที่ใส่ใจความต้องการและสร้างความผูกพันกับลูกค้าอย่างยั่งยืน"

เป้าหมายของ แผนแม่บท ด้านการมุ่งเน้น ลูกค้าและตลาด

1. เพื่อให้ อพวช. เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment) ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และด้านธรรมชาติวิทยาระดับนานาชาติ
2. เพื่อเพิ่มการรับรู้และเพิ่มจำนวนผู้รับบริการของ อพวช. ให้มากขึ้น
3. เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบความคาดหวังของผู้ใช้บริการให้มากขึ้น
4. เพื่อสร้างรายได้และลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับองค์กร
5. เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงวิทยาศาสตร์ให้กับสังคมไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 1
สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช.
ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิง
สาระบันเทิงระดับนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2
บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
อย่างต่อเนื่อง

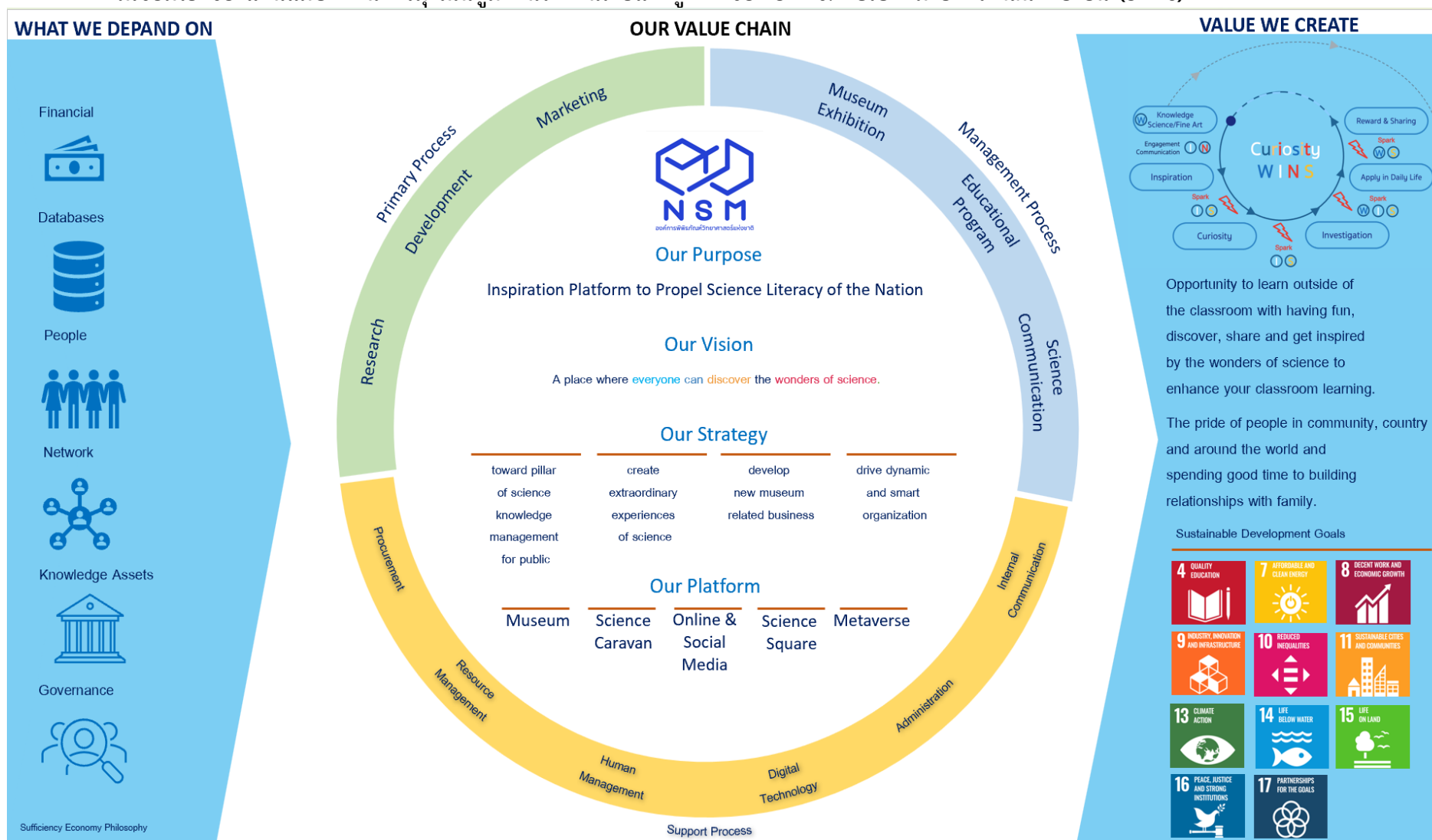
ยุทธศาสตร์ที่ 3
พัฒนารูจิกบนพื้นฐานความ
ต้องการของลูกค้าและตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 4
สร้างความร่วมมือกับพันธมิตร
ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง ระดับนานาชาติ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า อย่างต่อเนื่อง	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานความต้องการของ ลูกค้าและตลาด	ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความร่วมมือกับพันธมิตร ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์
กลยุทธ์ที่ 1: เผยแพร่ภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment) (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: โดยการเผยแพร่ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ การสื่อสารองค์กร และการประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้เป็นไปใน ทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของ อพวช.) กลยุทธ์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์และทำการตลาด เชิงรุกกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: ทำแผนการ ประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดเชิงรุก การ เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายและตรง ความต้องการ (Target Marketing) เพื่อสร้าง การรับรู้ดึงดูดความสนใจ และเพิ่มอัตราการใช้ บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งใน ระดับประเทศและนานาชาติ)	กลยุทธ์ที่ 1 ปรับปรุงและพัฒนาด้านการ บริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Point) เพื่อ สร้างความพึงพอใจและความประทับใจ (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: โดยพัฒนา ปรับปรุง และให้ความสำคัญกับทุกจุดสัมผัสของลูกค้าทั้ง ด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของ อพวช. เพื่อสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับความพึง พอใจในทุกจุดเดินทางและการใช้บริการ (Customer Journey)) กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการบริการ (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: โดยการพัฒนา ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อ พัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย และรวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า) กลยุทธ์ที่ 3 สร้างวัฒนธรรมองค์กรและพัฒนา บุคลากรที่มีลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Centric) (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: โดยเน้นด้านทุน มนุษย์ ทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรขององค์กร สร้างวัฒนธรรมและปลูกฝัง Service Mind ให้แก่เจ้าหน้าที่ เพื่อสร้างความเข้าใจลูกค้าและ ผู้ใช้บริการ (Empathy) และนำมาปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานด้านการบริการและ การตลาดที่ตอบโจทย์แก่ผู้ใช้บริการ)	กลยุทธ์ที่ 1 สำรวจและวิจัยข้อมูลด้านลูกค้า และการตลาด (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: โดยการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ ศึกษา และรายงานข้อมูลทาง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ อพวช. เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนและ การตัดสินใจทางทางการตลาด ให้บรรลุเป้าหมาย สูงสุดในการทำให้การดำเนินงานด้านธุรกิจของ อพวช. รวมถึง สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่กลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้) กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานความ ต้องการของลูกค้าและตลาด (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: การต่อยอดจากการ สำรวจและวิเคราะห์ตลาดในกลยุทธ์ที่ 1 โดย นำมาปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบการ ให้บริการ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของ ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย)	กลยุทธ์ที่ 1 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงาน พันธมิตรด้านการตลาด (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: เน้นการสร้าง ความสัมพันธ์ ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงาน ภายนอกเพื่อขยายการดำเนินงานด้านการตลาด การจัดส่งข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมขององค์กร ให้กับหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการสร้าง กิจกรรมการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร) กลยุทธ์ที่ 2 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงาน พันธมิตร สื่อมวลชน ด้านการประชาสัมพันธ์ (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: เน้นการสร้าง ความสัมพันธ์ ขยายความร่วมมือกับหน่วยงาน ด้านสื่อมวลชนและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริม การดำเนินงานด้านการการประชาสัมพันธ์ ร่วมกัน) กลยุทธ์ที่ 3 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงาน พันธมิตรในการบริการ (คำอธิบายเพิ่มเติมกลยุทธ์: เน้นสร้าง ความสัมพันธ์ ส่งเสริมความร่วมมือกับ หน่วยงานภายนอกเพื่อส่งเสริมการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาการบริการ การสร้างกิจกรรม การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร การ ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก เป็นต้น)

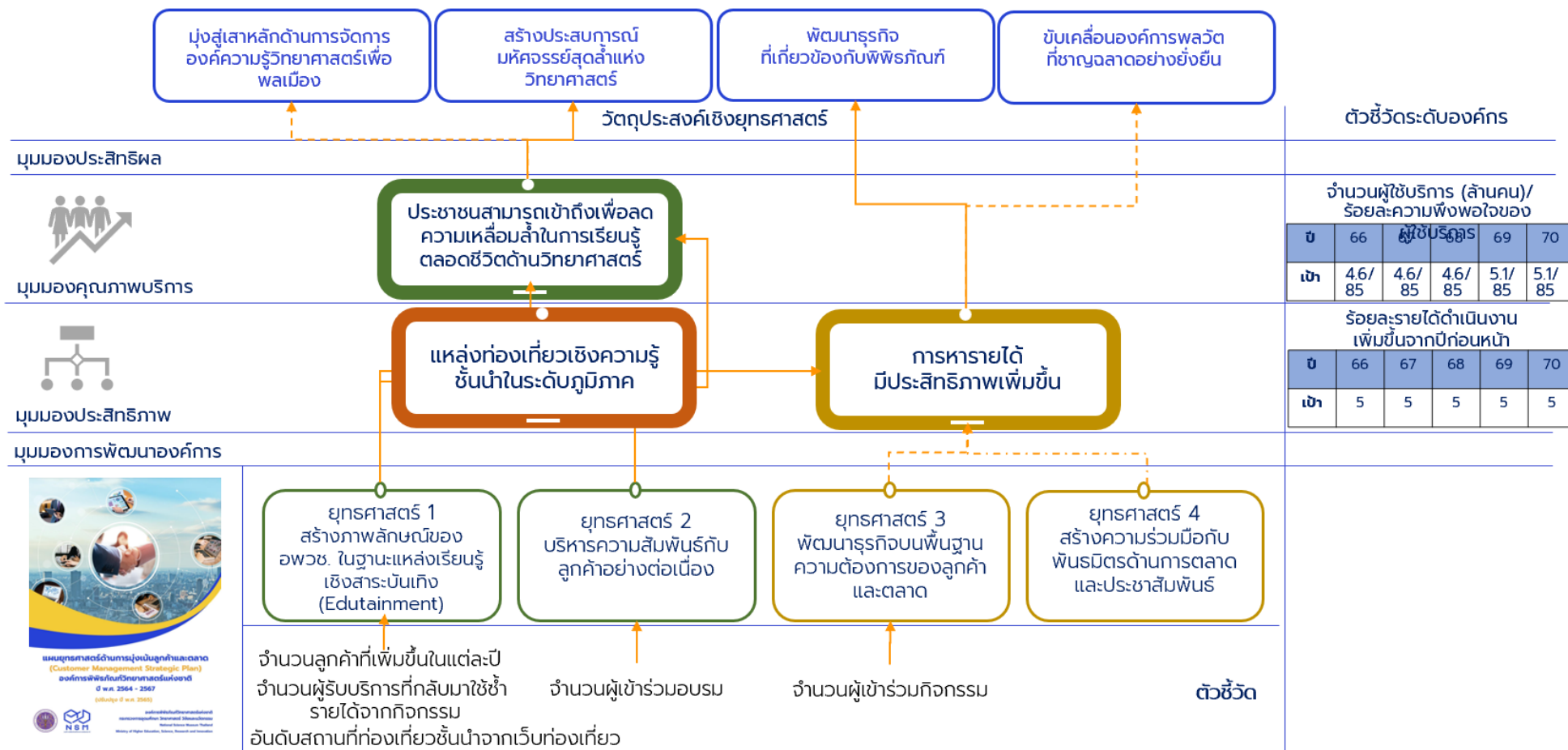
	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้ เชิงสาระบันเทิงระดับนานาชาติ	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนารูทกิจบนพื้นฐานความต้องการ ของลูกค้าและตลาด	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้าน การตลาดและประชาสัมพันธ์
ตัวชี้วัดตามแผน* *สอดคล้องกับแผน วิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6	1. จำนวนกิจกรรมเผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ 2. ร้อยละความสำเร็จของการเผยแพร่ brand 3. จำนวนผู้มารับบริการ 4. จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด 5. จำนวนหน่วยงานพันธมิตร	1. ระดับความสำเร็จในการ ดำเนินงาน 2. จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น 3. จำนวนระบบที่ถูกพัฒนาเพื่อ ผู้รับบริการ 4. จำนวนเรื่องที่จัดอบรม	1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ร้อยละความพึงพอใจ 3. จำนวนกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น	1. จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรมร่วมกับ หน่วยงานพันธมิตร
ความเชื่อมโยงกับ ประเด็นยุทธศาสตร์ ตามแผนวิสาหกิจ อพ. ฉบับที่ 6	# 3. พัฒนารูทกิจที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์	# 2. สร้างประสบการณ์หัตถกรรมสุด ล้ำแห่งวิทยาศาสตร์ # 3. พัฒนารูทกิจที่เกี่ยวข้องกับ พิพิธภัณฑ์ # 4. ขับเคลื่อนองค์การพลวัตที่ชาญ ฉลาด	# 1. มุ่งสู่เสาหลักด้านการจัดการองค์ ความรู้วิทยาศาสตร์เพื่อพลเมือง # 2. สร้างประสบการณ์หัตถกรรมสุด ล้ำแห่งวิทยาศาสตร์ # 3. พัฒนารูทกิจที่เกี่ยวข้องกับ พิพิธภัณฑ์ # 4. ขับเคลื่อนองค์การพลวัตที่ชาญ ฉลาด	# 3. พัฒนารูทกิจที่เกี่ยวข้องกับ พิพิธภัณฑ์
วัตถุประสงค์เชิง ยุทธศาสตร์ตาม แผนวิสาหกิจ อพ. ฉบับที่ 6	1. ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านวิทยาศาสตร์ 2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงความรู้ชั้นนำในระดับภูมิภาค 3. การหารายได้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น			

ความเชื่อมโยงของแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ของ อพวช. กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)



การเชื่อมโยงของแผนวิสาหกิจ ระดับองค์กร

สู่ แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ของ อพวช. ปี 2567 - 2570



ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment) ระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 1: เผยแพร่ภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment) โดยการเผยแพร่กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ การสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของ อพวช. ตามแผนการจัดการด้าน Rebranding

กลยุทธ์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดเชิงรุกกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ทำแผนการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดเชิงรุก การเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายและตรงความต้องการ (Target Marketing) เพื่อสร้างการรับรู้ดึงดูดความสนใจ และเพิ่มอัตราการใช้บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

ในประเด็นยุทธศาสตร์นี้ (SO) พิจารณาจากการที่ อพวช. มีภาพลักษณ์เฉพาะตัวด้านวิชาการ ได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้รับบริการในส่วนของงานด้านวิชาการ การสื่อสารวิทยาศาสตร์และด้านธรรมชาติวิทยา มีเครือข่ายพันธมิตรด้านวิชาการที่หลากหลายจากหลายภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศที่เข้มแข็ง ที่สามารถร่วมมือในการดำเนินโครงการต่าง ๆ รวมทั้งความโดดเด่นในพิพิธภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ มาตรฐานระดับสากลสามารถรองรับลูกค้าจำนวนมากในช่วงเวลาเดียวกัน และจากการที่ยังขาดการทำตลาดเชิงรุกที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มและขาดการสานต่อความร่วมมือทางการตลาดกับพื้นที่ในชุมชน โดยใช้โอกาสที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้นอกห้องเรียนมีมากขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ามาเรียนรู้ที่พิพิธภัณฑ์ และการที่สังคมไทยเริ่มต้นตัวและยอมรับสิ่งแปลกใหม่ เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ได้มากขึ้น รวมทั้งการมีตลาดเฉพาะ เป็นโอกาสให้สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่ม สร้างโอกาสการทำการตลาดเชิงรุกแบบเฉพาะกลุ่มได้

และประเด็นยุทธศาสตร์นี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางของแผนวิสาหกิจ อพวช. ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ ในส่วนของกลยุทธ์การดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างรายได้และเป็นประโยชน์ต่อสังคมและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและตลาด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 1 ปรับปรุงและพัฒนาด้านการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Point) เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจ โดยพัฒนา ปรับปรุง และให้ความสำคัญกับทุกจุดสัมผัสของลูกค้าทั้งด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของ อพวช. เพื่อสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจในทุกจุดตลอดการเดินทางและการมาใช้บริการ (Customer Journey)

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริการ โดยการพัฒนา ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย และรวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างวัฒนธรรมองค์กรและพัฒนาบุคลากรที่มีลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Centric) โดยเน้นด้านทุนมนุษย์ ทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรขององค์กร สร้างวัฒนธรรมและปลูกฝัง Service Mind ให้แก่

เจ้าหน้าที่ อพวช. เพื่อสร้างความเข้าใจลูกค้าและผู้ให้บริการ (Empathy) และนำมาปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานด้านการบริการและการตลาดที่ตอบโจทย์แก่ผู้ให้บริการ

ในประเด็นยุทธศาสตร์นี้ พิจารณาจากการที่ อพวช. ควรต้องมีการจัดการระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและตลาดและด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมการใช้งานภายในองค์กรและขาดการบูรณาการการมีส่วนร่วมของส่วนงานในองค์กร และโอกาสในการมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นทำให้บุคลากรสามารถนำมาใช้เพื่อปรับปรุงขั้นตอนหรือกระบวนการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีการจัดทำยุทธศาสตร์นี้เพื่อปรับปรุงแก้ไขในส่วนของผู้บุคลากรในองค์กรที่ยังขาดกลไกการทำงานชัดเจนและทันต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ข้อมูลกับลูกค้าในพื้นที่นครหลวง และการสนับสนุนของรัฐบาลในการให้แหล่งทุนด้านวิทยาศาสตร์ในการดำเนินงาน เพิ่มโอกาสให้สามารถพัฒนาบริการใหม่ ๆ ได้มากขึ้น

และประเด็นยุทธศาสตร์นี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางของแผนวิสาหกิจ อพวช. ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างประสบการณ์หัตถกรรมสู่ล้าแห่งวิทยาศาสตร์ ในส่วนของกลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะแหล่งท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค กลยุทธ์การพัฒนา นิทรรศการ กิจกรรมเสริมศึกษาให้มีความหลากหลายโดดเด่นครบวงจรเพื่อมุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และกลยุทธ์การพัฒนาระบบดิจิทัลให้รองรับภารกิจขององค์กรในการพัฒนาธุรกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ ในส่วนของกลยุทธ์การดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างรายได้และเป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ขับเคลื่อนองค์การพลวัตที่ชาญฉลาด อย่างยั่งยืน ในส่วนของกลยุทธ์ด้านการเสริมสร้างศักยภาพทุนมนุษย์ให้พร้อมสำหรับศตวรรษที่ 21 และกลยุทธ์การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนารูทกิจบนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ที่ 1 สืบค้นและวิจัยข้อมูลด้านลูกค้าและการตลาด โดยการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ ศึกษา และรายงานข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ อพวช. เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผน และการตัดสินใจทางการตลาด ให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดในการทำให้การดำเนินงานด้านธุรกิจของ อพวช. รวมถึง สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาลิขสิทธิ์บนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด การต่อยอดจากการสำรวจ และวิเคราะห์ตลาดในกลยุทธ์ที่ 1 โดยนำมาปรับปรุง พัฒนาลิขสิทธิ์และรูปแบบการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ในประเด็นยุทธศาสตร์นี้ พิจารณาจากการที่ อพวช. มีบริการด้านกิจกรรมที่สื่อองค์ความรู้ที่หลากหลาย โดยเฉพาะสำหรับเด็ก เยาวชน ครอบครัว และโรงเรียน มีระบบการบริหารจัดการการเข้าชมอย่างเป็นมาตรฐาน มีฐานกลุ่มลูกค้าประจำ (Fan Club) และมีฐานข้อมูลลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก เยาวชน ครอบครัวและโรงเรียน มีพื้นที่กว้างขวางรองรับผู้ให้บริการจำนวนมากให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้ โดยการดำเนินการในยุทธศาสตร์นี้เพื่อเตรียมการรับมือกับสถานการณ์การเติบโตของเนื้อหาความรู้ในสื่อต่าง ๆ จากคู่แข่งที่ทำให้ลูกค้ามีช่องทางการรับข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่หลากหลายและมีทางเลือกมากขึ้น และการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดที่ต้องเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งเตรียมผลิตภัณฑ์และบริการที่

เหมาะสมกับสถานการณ์จากภัยธรรมชาติหรือโรคระบาดที่อาจส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลง และงดการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมนอกสถานที่

และประเด็นยุทธศาสตร์นี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางของแผนวิสาหกิจ อพวช. ใน**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการมุ่งสู่เสาหลักด้านการจัดการองค์ความรู้วิทยาศาสตร์เพื่อพลเมือง** ในส่วนของกลยุทธ์พัฒนาการสื่อสารวิทยาศาสตร์เพื่อตอบโจทย์สังคมเพื่อมุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างประสบการณ์หัตถกรรมสู่ตลาดแห่งวิทยาศาสตร์** ในส่วนของกลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะแหล่งท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค กลยุทธ์พัฒนานิทรรศการกิจกรรมเสริมศึกษาให้มีความหลากหลายโดดเด่นครบวงจรเพื่อมุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และกลยุทธ์พัฒนาระบบดิจิทัลให้รองรับภารกิจขององค์กรในการพัฒนาธุรกิจ **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์** ในส่วนของกลยุทธ์การขยายโอกาสทางธุรกิจและสร้างรายได้ด้วยนวัตกรรมและกลยุทธ์ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างรายได้และเป็นประโยชน์ต่อสังคม และ**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ขับเคลื่อนองค์การพลวัตที่ชาญฉลาดอย่างยั่งยืน** ในส่วนของกลยุทธ์การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ที่ 1 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรด้านการตลาด เน้นการสร้างความสัมพันธ์ ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อขยายการดำเนินงานด้านการตลาด การจัดส่งข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมขององค์กรให้กับหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร

กลยุทธ์ที่ 2 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร สื่อมวลชน ด้านการประชาสัมพันธ์ เน้นการสร้างความสัมพันธ์ ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานด้านสื่อมวลชนและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

กลยุทธ์ที่ 3 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรในการบริการ เน้นสร้างความสัมพันธ์ ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานด้านการพัฒนาการบริการ การสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก เป็นต้น ในประเด็นยุทธศาสตร์นี้ พิจารณาจากการที่ อพวช. ต้องมีรูปแบบกลไกการบริหารจัดการด้านการตลาด และประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและการให้บริการลูกค้าที่ครบวงจร รวมทั้ง การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการให้บริการในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น ความหลากหลายของอาหาร พื้นที่สำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย ร้านของที่ระลึก และพิจารณาจากการดำเนินงานด้านการร่วมทุน ระดมทุนที่ยังมีข้อจำกัดทางระเบียบข้อบังคับขององค์กร การรับบริจาคจากประชาชนแ่งองค์กรภาครัฐ และการร่วมกับพันธมิตรในการส่งเสริมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวกับพิพิธภัณฑ์สำหรับคนไทยให้มากขึ้น

และประเด็นยุทธศาสตร์นี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางของแผนวิสาหกิจ อพวช. ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ ในส่วนของกลยุทธ์การดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างรายได้และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

➤ คำนิยาม

คำที่ใช้	ความหมาย
ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue)	ประเด็นหลักที่ อพวช. ต้องคำนึงถึง ต้องการพัฒนา ต้องการมุ่งเน้น และดำเนินการ
เป้าประสงค์ (Goal)	เป็นสิ่งที่ อพวช. ต้องการจะบรรลุ โดยต้องนำประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue) มาพิจารณาว่าหากดำเนินการตามประเด็นยุทธศาสตร์จนประสบความสำเร็จแล้ว อพวช. จะได้รับประโยชน์อย่างไร
ตัวชี้วัด (Key Performance Indicator)	สิ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ว่า อพวช. สามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้หรือไม่ ขั้นตอนนี้จะต้องพิจารณาหาปัจจัยที่เป็น ตัวบ่งชี้ดังกล่าว
ค่าเป้าหมาย (Value Added)	ตัวเลข หรือค่าของตัวชี้วัดความสำเร็จที่ อพวช. ต้องการบรรลุขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนของการกำหนด หรือระบุในแผนงานนั้น ๆ อพวช. ต้องการทำอะไร ให้ได้เป็นจำนวนเท่าไร และภายในกรอบระยะเวลาเท่าใด
มาตรการและแนวทางการปฏิบัติ (Methods)	แนวทางหรือวิธีการที่ อพวช. จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ (Goal) โดยมาตรการและแนวทางการปฏิบัตินี้จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาจากปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success factors) เป็นสำคัญ กล่าวคือต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่ง ๆ นั้น มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จ และเราจำเป็นต้องทำอย่างไร จึงจะไปสู่จุดนั้นได้

บทที่ 6

ความเชื่อมโยงกับแผนด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขอบเขต แนวทางและช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้าผู้รับบริการของ อพวช.

จากแนวทางในการดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า อพวช.ได้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้รับบริการ โดยมีความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์และแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อพวช. ปี 2567 - 2570 ตามแนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วย

ความเชื่อมโยงกับแผนด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ขอบเขต แนวทางและช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผู้รับบริการของ อพวช.



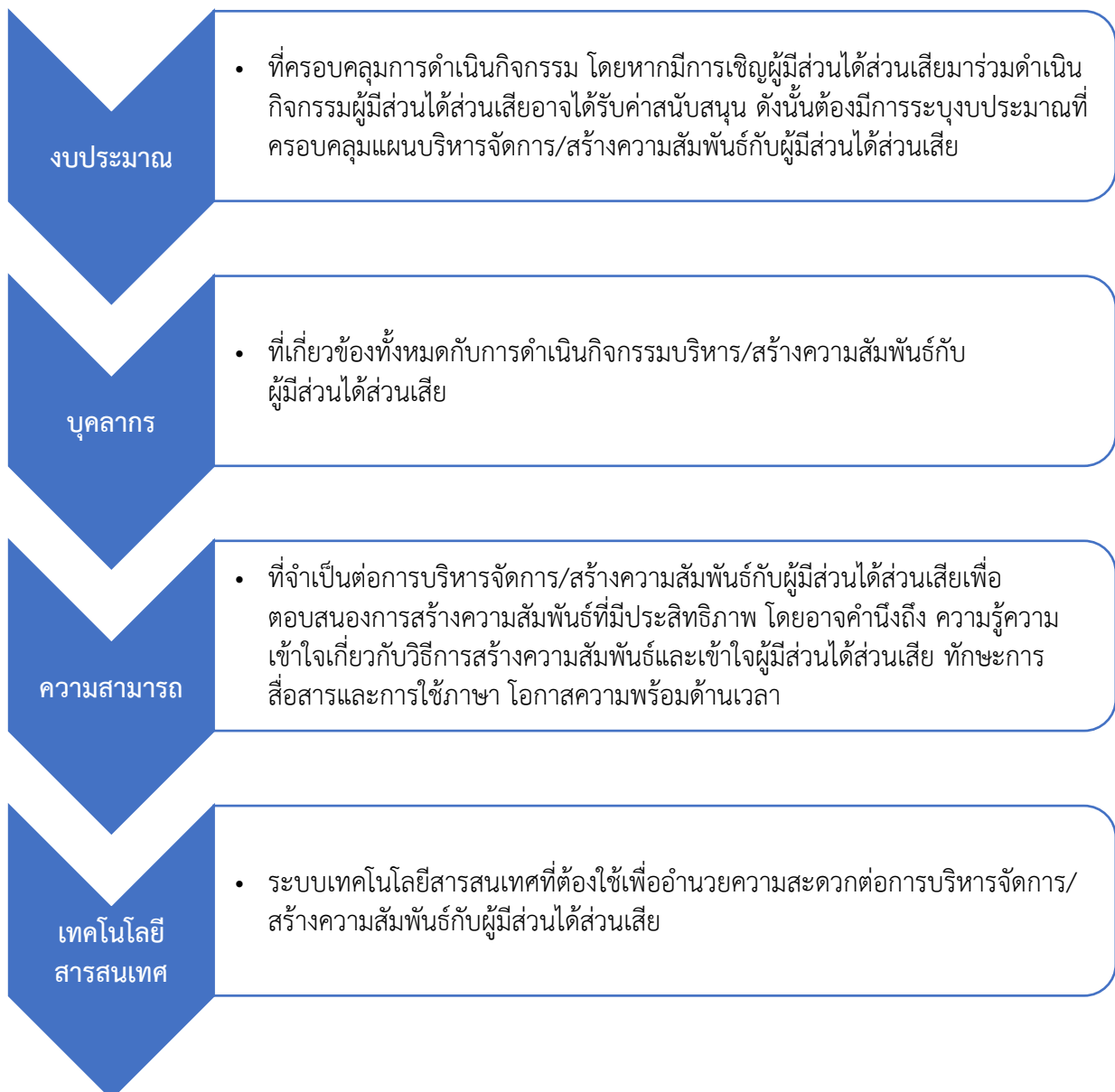
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ระดับ ความสำคัญ	ประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รูปแบบแนวทางการสร้างความสัมพันธ์	วิธีการสื่อสาร
ลูกค้า/ผู้รับบริการ ภายนอก	การบริหาร จัดการอย่าง ใกล้ชิด	- ติดตามผลการรับบริการอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง - รับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะ - พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ - การให้บริการที่เป็นประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า - การให้บริการที่มีมาตรฐาน จริยธรรม และความปลอดภัย	- ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและลดความกังวลโดยการรับฟังความเห็น - การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - การติดตามความพึงพอใจของลูกค้า - การสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ลูกค้าที่หลากหลายกลุ่ม - การพัฒนาและนำมามาตรฐานพิพิธภัณฑสถานใช้ในการบริหารจัดการในทุกส่วนงาน - การให้ความสำคัญกับประเด็นด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยในการบริหารจัดการ	แจ้งข้อมูลตาม ช่องทางการ สื่อสาร

➤ การสร้างความพร้อม

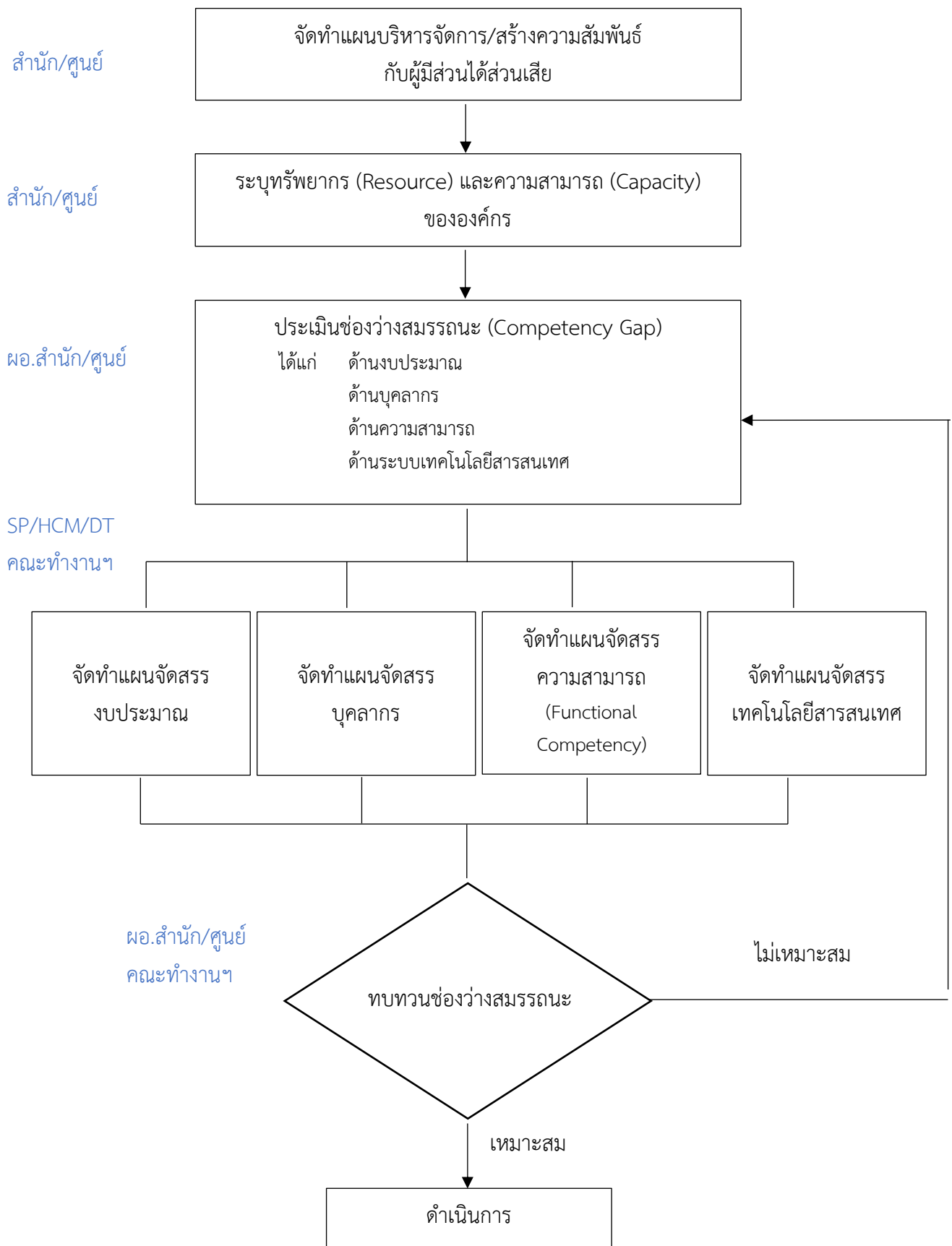
การระบุทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capacity)

การจัดสรรทรัพยากร

การบริหารจัดการ/สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ต้องใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองเป็นผลผลิตของความสัมพันธ์ซึ่งอาจมีผลสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์และการบริหารจัดการขององค์กร โดยทรัพยากรที่ต้องระบุได้แก่ งบประมาณ บุคลากร ความสามารถ และเทคโนโลยีที่ต้องใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



แนวทางการปิด/ลดช่องว่าง (Gaps) ของการจัดหาทรัพยากร (Resource)

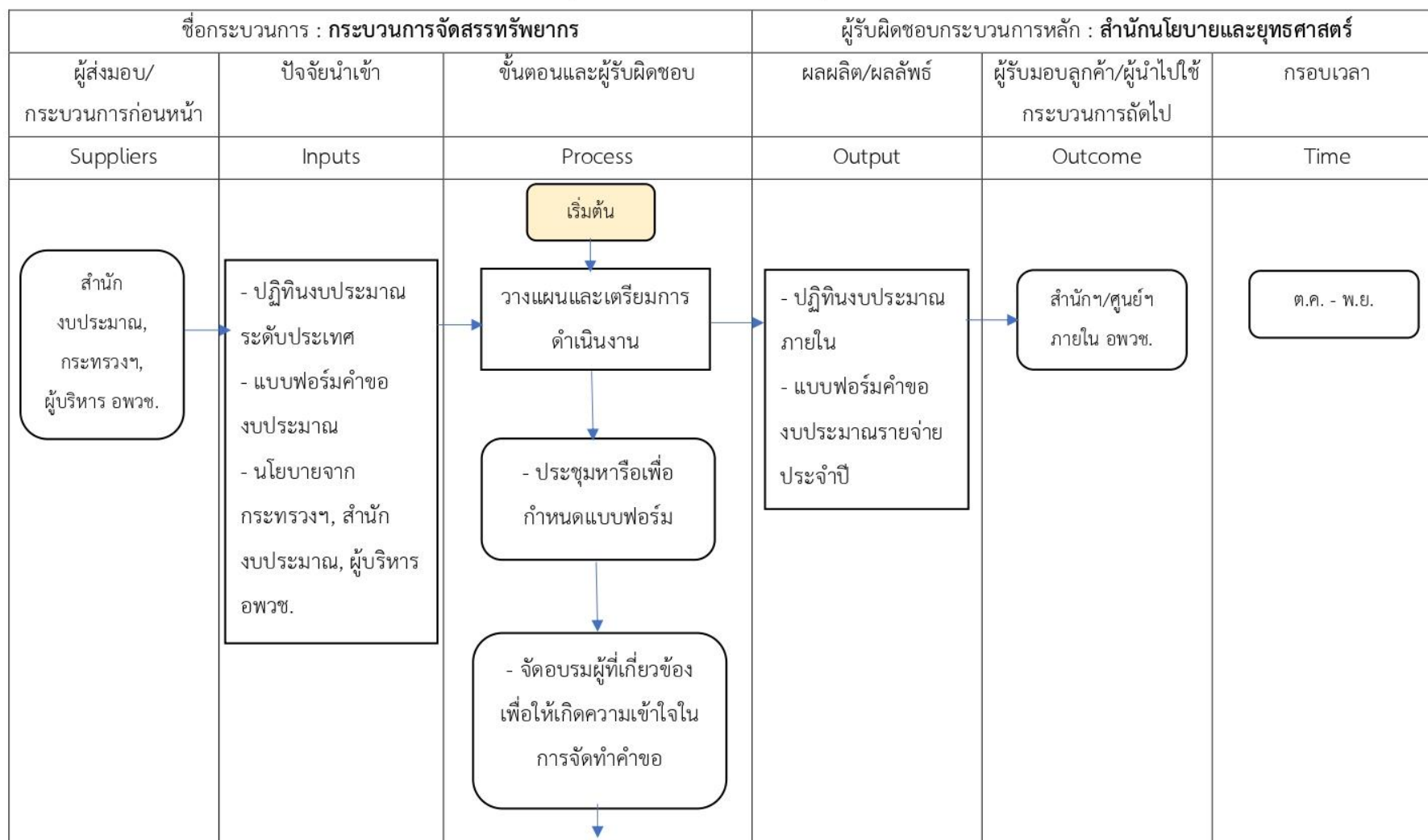


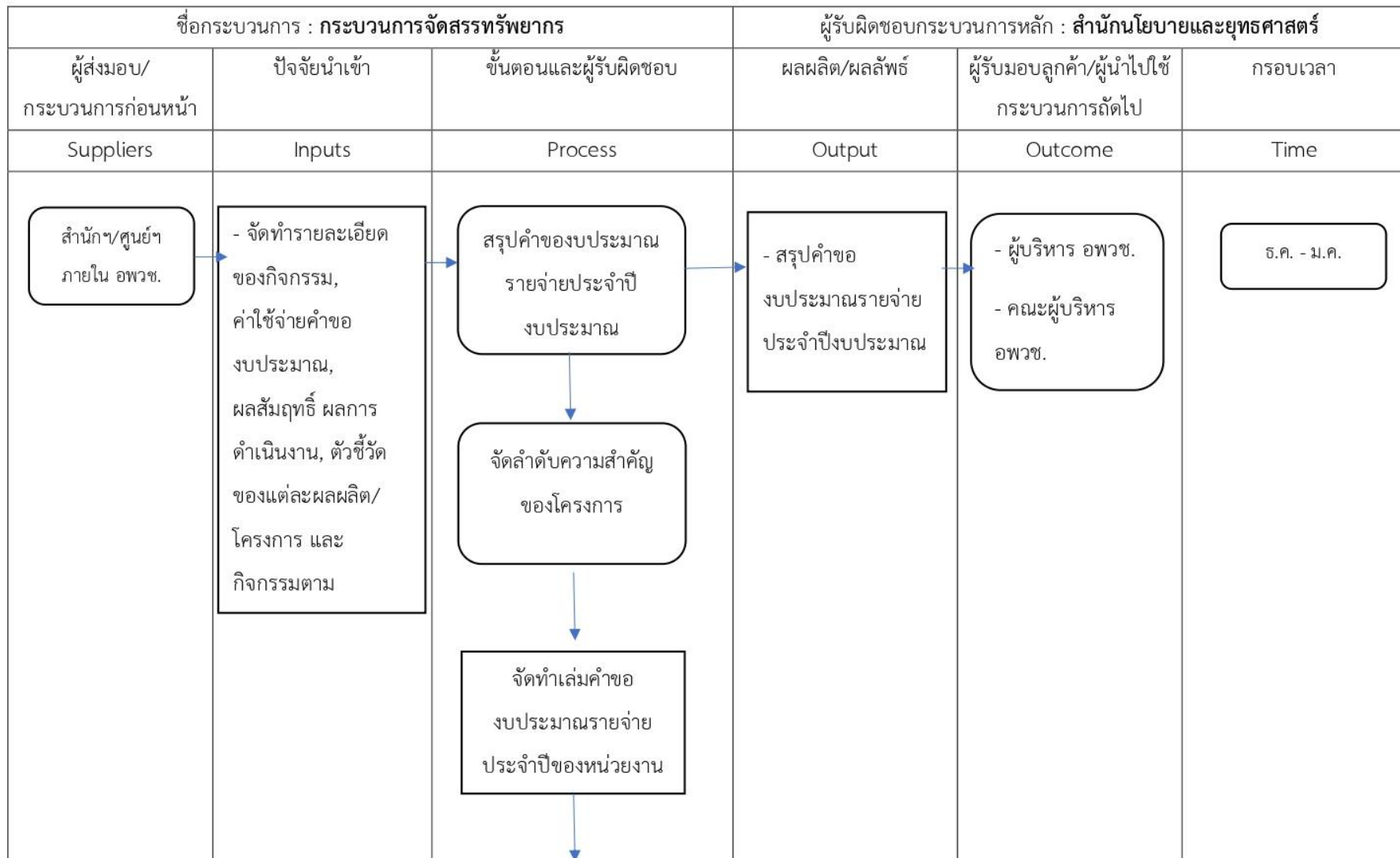
ด้านงบประมาณ

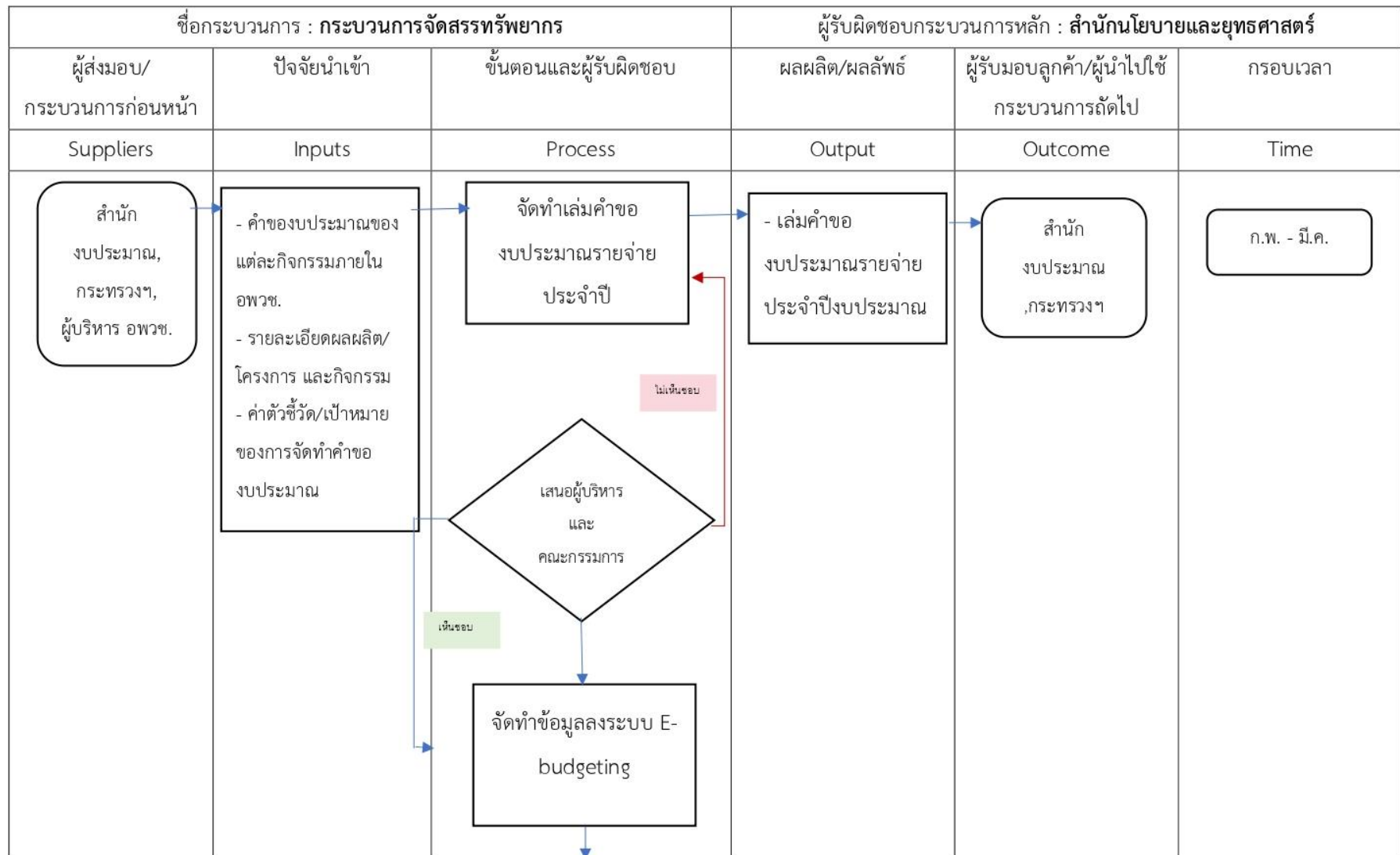
อพวช. ดำเนินการตามแนวทาง/ระบบในการดำเนินงานตามกรอบระยะเวลาและขั้นตอนที่กำหนดทุกแผนงาน/โครงการ การจัดสรรทรัพยากรเป็นกระบวนการในการกำหนดทรัพยากรที่ช่วยสนับสนุนในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด เป็นเครื่องมือในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานในอนาคต เป็นแผนงานที่จัดทำอย่างเป็นระบบด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ และแหล่งทรัพยากรอื่น โดยมีกระบวนการจัดสรรทรัพยากร ดังนี้

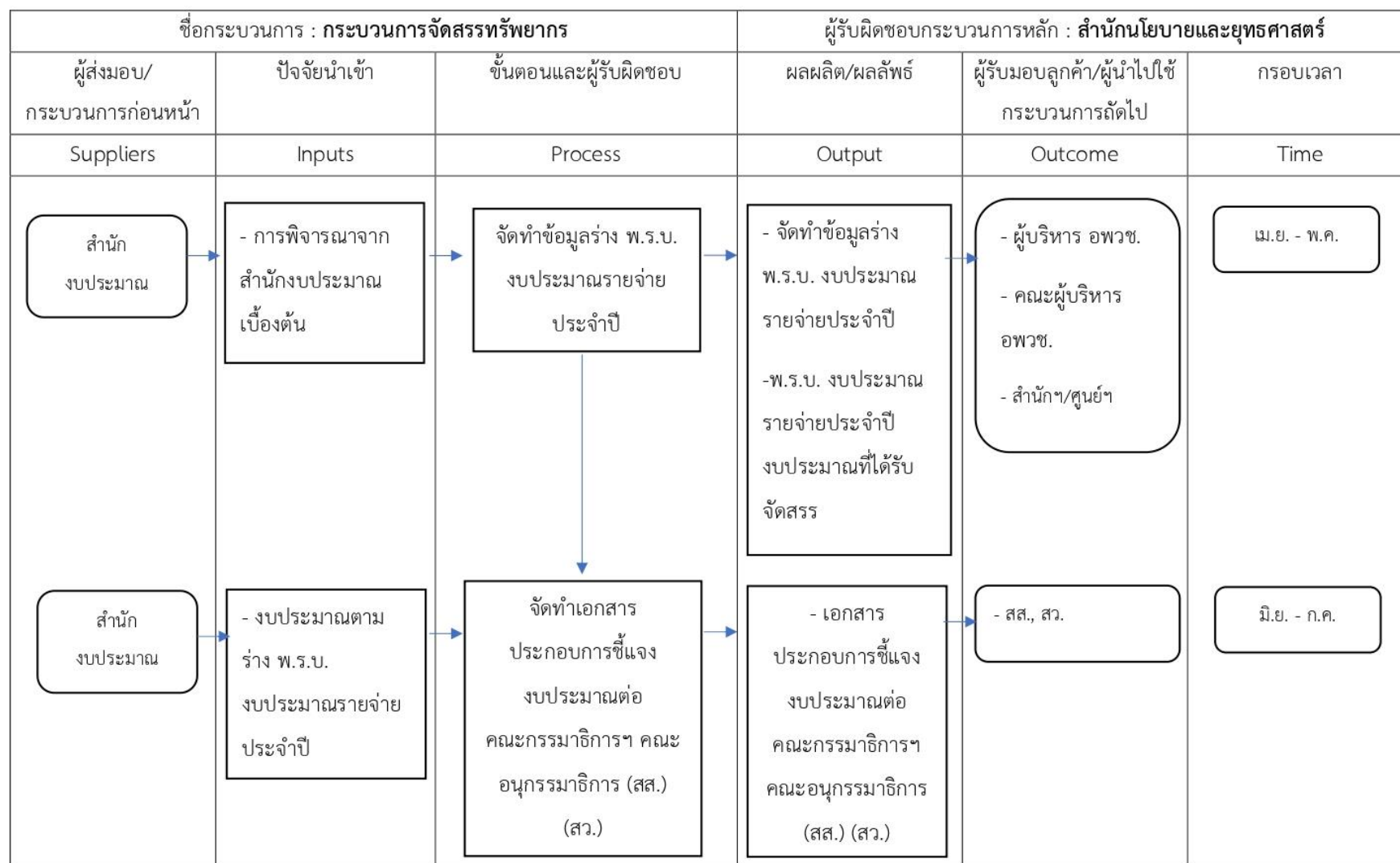
1. กำหนดปฏิทินการจัดสรรทรัพยากร
2. ประชุมหารือเพื่อกำหนดแบบฟอร์ม
3. จัดอบรมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการจัดทำข้อมูล
4. นำข้อมูลมาสรุปและวิเคราะห์การจัดสรรทรัพยากรเพื่อเป็นภาพรวมของหน่วยงาน
5. จัดลำดับความสำคัญของแผนงาน/โครงการ
6. บันทึกข้อมูลผ่านระบบ E-Budgeting เพื่อเสนอผ่านกระทรวงต้นสังกัดไปยังสำนักงบประมาณ เพื่อให้สำนักงบประมาณพิจารณาเบื้องต้น
7. นำเสนองบประมาณต่อคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการ (สส.) (สว.) เพื่อพิจารณาจัดสรรทรัพยากร
8. จัดทำแผนการปฏิบัติงาน/แผนการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อให้สำนักงบประมาณดำเนินการอนุมัติต่อไป
9. ถ่ายทอดการจัดสรรทรัพยากรให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

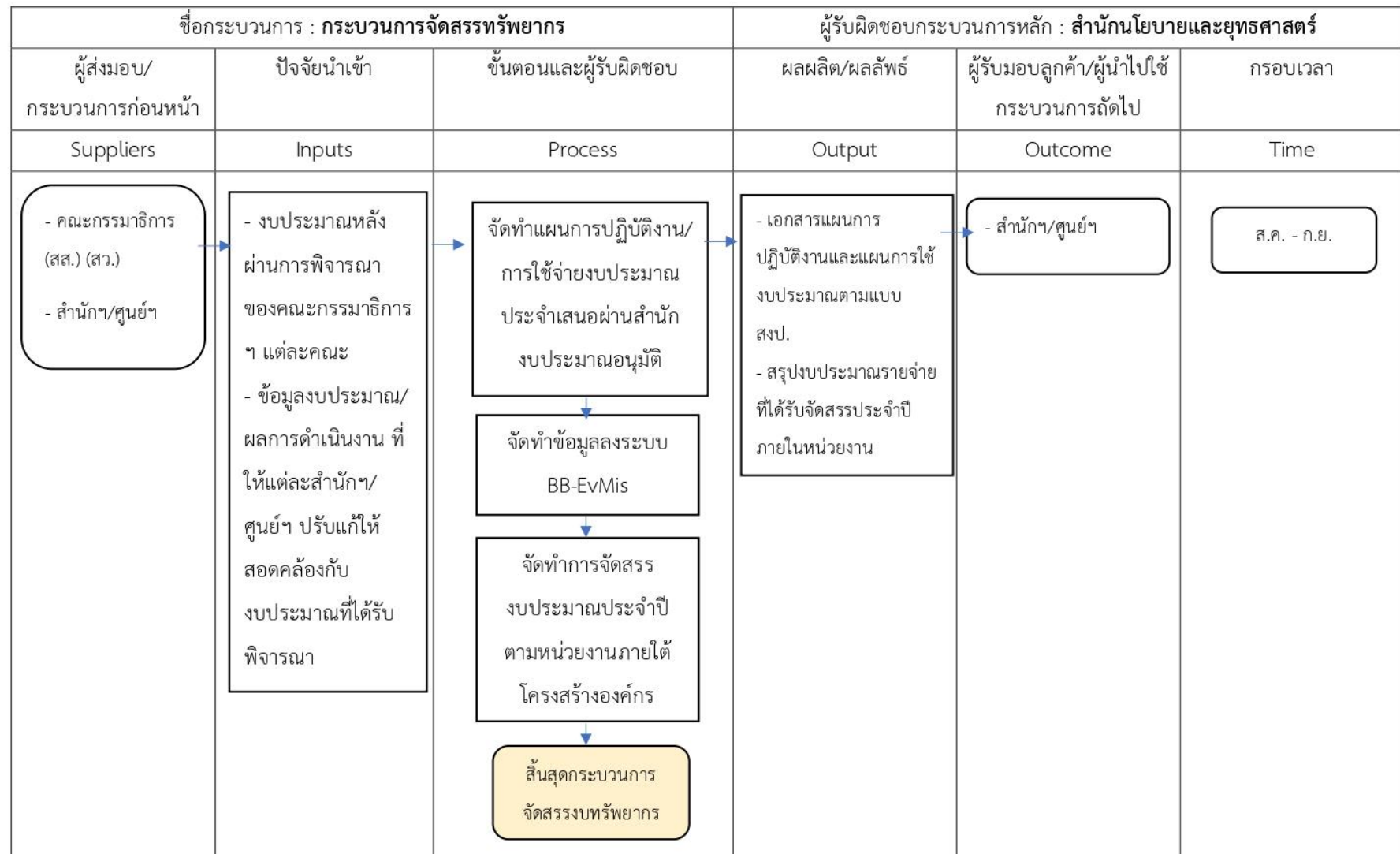
กระบวนการจัดสรรทรัพยากร











ด้านบุคลากร

อพวช. มีการบริหารจัดการภายใต้การจัดแบ่งโครงสร้างองค์กรซึ่งมีการปรับเปลี่ยนและได้รับอนุมัติให้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับการขยายปริมาณงาน และให้เกิดความชัดเจนในแง่บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในงานแต่ละด้าน อย่างไรก็ตามก็ยังบริหารจัดการในรูปของ matrix คือการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยต่าง ๆ ที่มีบทบาทแตกต่างกัน โครงสร้างการทำงานของ อพวช. ในปัจจุบันประกอบด้วย 11 สำนัก โดยมีผู้อำนวยการ และรองผู้อำนวยการ อพวช. กำกับดูแล ดังนี้

1. **สำนักวิชาการพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์** รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้นคว้า ศึกษา วิจัยข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนางค์ความรู้และสื่อสารด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
2. **สำนักวิชาการพิพิธภัณฑธรรมชาติวิทยา** รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้นคว้า ศึกษา วิจัยข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ พัฒนางค์ความรู้และสื่อสารด้านธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ
3. **สำนักวิทยาศาสตร์สู่ชุมชน** รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และขยายบริการกิจกรรมการเรียนรู้ขององค์การพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค (Outreach) และนอกพื้นที่องค์การพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ
4. **ศูนย์พัฒนาความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์แห่งชาติ** รับผิดชอบเกี่ยวกับการวิจัย พัฒนางค์ความรู้ด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์ พัฒนาหลักสูตรและดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ ให้เกิดการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์แก่สังคมไทย
5. **สำนักบริการผู้เข้าชม** รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาและบริหารระบบการบริการผู้เข้าชม เพื่ออำนวยความสะดวก สร้างความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ
6. **สำนักตรวจสอบภายใน** รับผิดชอบในการสร้างความเชื่อมั่น (Assurance service) และการให้คำปรึกษา (Consulting service) แก่ผู้บริหารและหน่วยงานอย่างเป็นอิสระและเที่ยงธรรม โดยการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบควบคุมภายใน ระบบบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ
7. **สำนักผู้อำนวยการ** รับผิดชอบเกี่ยวกับการสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ผู้อำนวยการองค์การพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ ในการกำกับดูแลงานโครงการพิเศษ การสื่อสารองค์กรทั้งภายในและภายนอก ให้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร การจัดทำนโยบาย แผนแม่บทและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคม
8. **สำนักบริการกลาง** รับผิดชอบสนับสนุนภารกิจภายในองค์กร ด้านการบริหารงานสารบรรณ ควบคุม ดูแลการจัดส่งหนังสือเข้า-ออกให้กับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก ด้านทรัพยากรบุคคลทั้งการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ
9. **สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์** รับผิดชอบการจัดทำนโยบายและแผน การจัดทำยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจ แผนงบประมาณและแผนปฏิบัติการประจำปี การติดตามและประเมินผล การรายงานผลการปฏิบัติงาน การดำเนินการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน
10. **สำนักวิศวกรรมและการผลิตสื่อ** รับผิดชอบสนับสนุนการทำงานของส่วนงานต่าง ๆ ในองค์การพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ ด้านการออกแบบ และผลิตนิทรรศการ สื่อ และอุปกรณ์ประกอบที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ รวมทั้งการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบโสตทัศนูปกรณ์ และการจัดการห้องสตูดิโอ การดูแลและซ่อมบำรุงนิทรรศการ อาคารสถานที่และระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์

11. สำนักพัฒนาธุรกิจและเครือข่าย รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการวางแผน วิจัย และพัฒนาฐานข้อมูล เพื่อกำหนดนโยบายด้านการตลาด การพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ และการระดมทุน ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสร้าง ความร่วมมือและเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

การจัดทำแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ฉบับนี้ ได้ดำเนินงานภายใต้การมีส่วนร่วมจากทุก สำนัก/ศูนย์ เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมในทุกมิติ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมและนำไปสู่การสร้างมูลค่าแก่องค์กรและลูกค้าผู้รับบริการอย่างแท้จริง และยั่งยืน

ด้านความสามารถ

สมรรถนะของตำแหน่งงาน

1. สมรรถนะหลัก Core Competency ประกอบด้วย
 - การบริการที่ดี (Service Mind)
 - การทำงานเป็นทีม (Teamwork)
 - การพัฒนาตัวเองเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์ขององค์กร (Conscientiousness)
 - การสร้างความผูกพันต่อองค์กร (Supporting the organization)
2. สมรรถนะด้านบริหาร Managerial Competency ประกอบด้วย
 - การสื่อสาร (Communication)
 - การสร้างทีม (Team building)
 - การจัดการตนเอง (Self-management)
 - การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic planning)
3. สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ Functional Competency จำนวน 37 ด้าน

สมรรถนะที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารและพัฒนาบุคลากรขององค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มีกรอบและทิศทางในการกำหนดสมรรถนะที่เหมาะสมโดยแบ่งเป็นประเภท และวิธีการจัดทำสมรรถนะแต่ละประเภท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเภทของสมรรถนะ

Competency ขององค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บุคลากรในนั้น แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. Core Competency หมายถึง Competency ที่บุคลากรทุกคนทุกระดับในองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไม่ว่าจะอยู่ในสายงานใดต้องมี Competency นี้เหมือนกัน หรือเรียกได้ว่าเป็นขีดสมรรถนะหลักของบุคลากรองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
2. Managerial Competency หมายถึง Competency ที่เป็นความสามารถในการจัดการซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทักษะในการบริหาร และจัดการงานต่างๆ ซึ่งต้องมีทั้งระดับผู้บริหาร และระดับพนักงานปฏิบัติการ โดยจะแตกต่างกันตามบทบาท และความรับผิดชอบ
3. Functional Competency หมายถึง Competency ที่เป็นความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นในแต่ละสายงาน ไม่ว่าคนๆ นั้นจะอยู่ในสายงานใดหรือตำแหน่งใดจะต้องมี Functional Competency ของตนเอง

วิธีการจัดทำสมรรถนะแต่ละประเภท

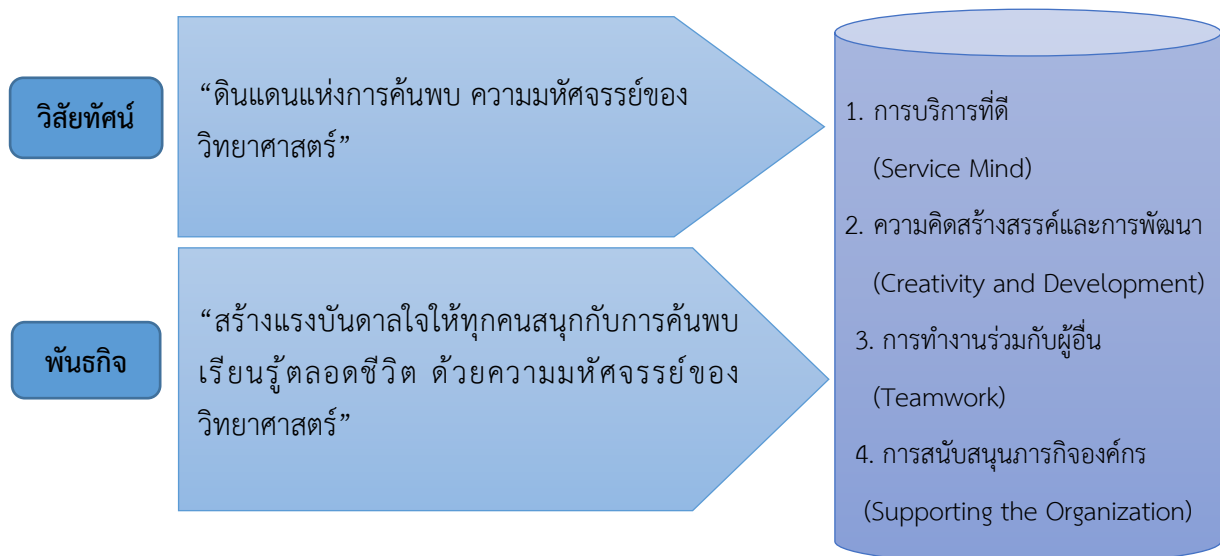
วิธีการจัดทำ Functional Competency ทั้ง 3 ประเภท ประกอบด้วยแนวทางและวิธีการปฏิบัติรวม 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้



Core Competency

ตลอดช่วงเวลาดำหนด Core Competency นั้น องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ได้กำหนดกรอบหรือแนวทางการจัดทำ Core Competency ขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การกำหนด Competency – CC กำหนดขึ้นจากวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติเป็นหลัก โดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ร่วมกันพิจารณาและให้ความเห็นชอบกับ Core Competency ที่นำมาใช้ปฏิบัติในองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ดังต่อไปนี้



สมรรถนะหลัก Core Competency ขององค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติ ประกอบด้วย

CC 01 : การบริการที่ดี (Service Mind)

CC 02 : ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนา (Creativity and Development)

CC 03 : การทำงานร่วมกับผู้อื่น (Teamwork)

CC 04 : การสนับสนุนภารกิจองค์กร (Supporting the Organization)

ขั้นตอนที่ 2 : การจัดทำ Behavior Indicator – แนวทางการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ (Behavior Indicator) ของ Core Competency นั้นมีแนวทางการเขียนดังต่อไปนี้

- พฤติกรรมจะต้องเขียนขึ้นต้นด้วยคำกริยา
- พฤติกรรมจะต้องสามารถสังเกตเห็นได้
- พฤติกรรมจะสามารถตรวจสอบและสอบทานจากบุคคลที่เกี่ยวข้องได้
- พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นส่วนใหญ่ของคนที่มีผลงานดี (Good Performer) หรือเป็นพฤติกรรมที่คาดหวังให้เกิดขึ้นจากผู้บังคับบัญชา

ในการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ องค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติได้กำหนดแยกตามระดับความเชี่ยวชาญ (Proficiency Level : PL) และปัจจุบันกำหนดไว้ที่ 5 ระดับความเชี่ยวชาญซึ่งใช้กรอบหรือแนวทางในการกำหนด PL ตามมาตรฐานดังต่อไปนี้

ระดับความเชี่ยวชาญ	คำนิยาม
PL-1: ประยุกต์ใช้ (Basic Level)	- มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และคุณสมบัติพื้นฐานที่เหมาะสมกับงานและลักษณะองค์การ - ปฏิบัติงานและแก้ไขปัญหาในงานได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐาน/แนวทาง/นโยบายที่องค์กรกำหนด
PL-2: พัฒนา (Doing Level)	- มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ คุณสมบัติ ประสบการณ์ที่เหมาะสมกับงานและลักษณะองค์การเป็นอย่างดี - ประยุกต์ใช้ความรู้/ประสบการณ์และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในงานได้อย่างเหมาะสม - พัฒนาระบบงาน ป้องกัน/แก้ไขปัญหาในงานได้ - ให้คำแนะนำ/คำปรึกษา/สอนงานได้
PL-3: ก้าวหน้า (Developing Level)	- มีความรู้ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในทุกกระบวนการที่รับผิดชอบ มีความชำนาญเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นอย่างดี - เชื่อมต่อกับระบบงานอื่นๆ ขององค์กรในภาพรวมได้เป็นอย่างดี - คิดและวิเคราะห์ได้อย่างเป็นระบบ - ป้องกัน/แก้ไขปัญหาในงานที่มีความยาก/ซับซ้อน พัฒนาระบบงานทั้งระบบย่อย และภาพรวมได้ดี - เป็นที่ปรึกษา/ให้ข้อเสนอแนะกับหน่วยงานอื่นได้
PL-4: เป็นตัวอย่าง (Advance Level)	- มีความรู้ ความเข้าใจในภาพรวมของระบบงานต่างๆ ขององค์กรอย่างดีเยี่ยม - ถ่ายทอดความรู้/ได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญ/เพื่อนร่วมสาขาวิชาชีพของตน - คิดและวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์ได้ดี - พัฒนาองค์ความรู้/ผลิตภัณฑ์/บริการ/ระบบงานใหม่ๆ ที่เพิ่มคุณค่าแก่หน่วยงานและองค์กร - เป็นต้นแบบที่ดีในองค์กรได้
PL-5 (Expert Level)	เชื่อมโยงและบูรณาการองค์ความรู้ตามหลักอำนาจหน้าที่ของกอง/ส่วน วินิจฉัย สั่งการ ควบคุม ตรวจสอบ การบริหารงานขององค์กร

ขั้นตอนที่ 3 : การจัดทำ Competency Mapping – หมายถึงการกำหนดระดับความชำนาญ (Proficiency Level/Scale) ที่คาดหวังของแต่ละตำแหน่งงานว่าควรอยู่ในระดับใด ทั้งนี้ในการกำหนด PL ของ Core Competency องค์กรพิพิธภัณฑสถานวิทยาศาสตร์ยึดวิธีการจัดทำแบบ Role Based หรือ Hierarchy Based ที่กำหนด PL ที่คาดหวังไว้เหมือนกันตามระดับตำแหน่งงานดังต่อไปนี้

ระดับ 1 Basic Level	สำหรับ พนักงานระดับปฏิบัติการ
ระดับ 2 Doing Level	สำหรับ พนักงานระดับชำนาญการ/หัวหน้างาน
ระดับ 3 Developing Level	สำหรับ พนักงานระดับอาวุโส/ชำนาญการพิเศษ/หัวหน้ากอง/ผู้อำนวยการกอง
ระดับ 4 Advance Level	สำหรับ พนักงานระดับผู้เชี่ยวชาญ/ผู้อำนวยการสำนักและศูนย์
ระดับ 5 Expert Level	สำหรับ พนักงานระดับผู้เชี่ยวชาญพิเศษ/รองผู้อำนวยการ

Managerial Competency

ขั้นตอนที่ 1 : การกำหนด Competency – Managerial Competency (MC) กำหนดขึ้นจากการศึกษาคำบรรยายลักษณะงาน ของตำแหน่งงานระดับบริหารขององค์การพิพิธภัณฑิวิทยาศาสตรแห่งชาติที่สะท้อนให้เห็นถึงทักษะในการบริหารจัดการงานต่างๆ ของผู้บริหารที่ต้องดูแลพนักงานระดับต่างๆ ขององค์การ ซึ่งจะแตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงาน โดยกำหนดขึ้นได้ดังนี้



ขั้นตอนที่ 2 : การจัดทำ Behavior Indicators – แนวทางการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ (Behavior Indicators) ของ Managerial Competency นั้นมีแนวทางการเขียน โดยยึดกรอบหรือการกำหนด PL ตามมาตรฐาน เช่นเดียวกับ Core Competency

ขั้นตอนที่ 3 : การจัดทำ Competency Mapping – หมายถึงการกำหนดระดับความชำนาญ (Proficiency Level/Scale) ที่คาดหวังของแต่ละตำแหน่งงานว่าจะอยู่ในระดับใด ทั้งนี้ในการกำหนด PL ของ Managerial Competency ขององค์การพิพิธภัณฑศึกษาาสตร์แห่งชาติยึดวิธีการจัดทำแบบ Role Based หรือ Hierarchy Based ที่กำหนด PL ที่คาดหวังไว้เหมือนกันตามระดับตำแหน่งงาน ดังต่อไปนี้

Proficiency Level 1 – สำหรับ หัวหน้างาน

Proficiency Level 2 – สำหรับ หัวหน้ากอง

Proficiency Level 3 – สำหรับ ผู้อำนวยการกอง

Proficiency Level 4 – สำหรับ ผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์

Proficiency Level 5 – สำหรับ รองผู้อำนวยการ

Functional Competency

ขั้นตอนที่ 1 : การกำหนด Competency - Functional Competency (FC) กำหนดขึ้นจากประชุม สัมมนาหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งนำคำบรรยายลักษณะงาน (Job Description) ของตำแหน่งงานต่างๆ ขององค์การพิพิธภัณฑศึกษาาสตร์แห่งชาติที่สะท้อนให้เห็นถึงขอบเขตของหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งงาน ต่างๆ และคุณสมบัติที่จำเป็นของแต่ละตำแหน่งงาน รวมทั้งความชัดเจนของความรับผิดชอบระหว่างพนักงาน ปฏิบัติงานและผู้บังคับบัญชา มาเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อทำการกำหนด FC ซึ่งกำหนด ได้ จำนวน 37 ตัว โปรดพิจารณารายละเอียดของ ชื่อ Functional Competency ที่กำหนดไว้ในสารบัญ Competency Functional Competency ขององค์การฯ

การกำหนด Functional Competency แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้

กลุ่มงานพิพิธภัณฑ

- ❖ นักวิชาการ
- ❖ ภัณฑารักษ์

- ความรู้ด้านการจัดการพิพิธภัณฑ
- ความรู้พื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม
- ความรู้ในการวิจัยและพัฒนา
- ความรู้ในการจัดการวัตถุตัวอย่าง และเอกสาร สำคัญ
- ความรู้วิชาการ/เทคนิคเฉพาะทาง
- การบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลทางวิชาการ และวิจัย
- ความคิดอย่างเป็นระบบ

กลุ่มงานสนับสนุน

- ❖ เจ้าหน้าที่สื่อสารองค์กร
- ❖ เจ้าหน้าที่นโยบายและแผน
- ❖ เจ้าหน้าที่โครงการพิเศษ
- ❖ เจ้าหน้าที่ทรัพยากรบุคคล
- ❖ เจ้าหน้าที่พัสดุ
- ❖ เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี
- ❖ นิติกร
- ❖ เจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์
- ❖ เจ้าหน้าที่บริการผู้เข้าชม
- ❖ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
- ❖ เลขานุการ
- ❖ เจ้าหน้าที่ธุรการ
- ❖ พนักงานขับรถ
- ❖ เจ้าหน้าที่ดูแลภูมิทัศน์

- ความรู้เกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ
- ความรู้กฎหมายแรงงาน
- ความรู้เกี่ยวกับระบบสารบรรณ
- ความรู้ทางธุรกิจและการตลาด
- ความรู้การบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อธุรกิจและการตลาด
- ความรู้เกี่ยวกับกฎการจราจรและการใช้รถยนต์
- ทักษะด้านงานวิเทศสัมพันธ์
- ทักษะด้านดิจิทัลในการปฏิบัติงาน
- ทักษะการบริหารการเงินและงบประมาณ
- ทักษะการให้คำปรึกษา

กลุ่มงานเทคนิคเฉพาะ

- ❖ นักเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ❖ วิศวกร
- ❖ สถาปนิก
- ❖ นักออกแบบนิทรรศการ
- ❖ เจ้าหน้าที่ออกแบบและกราฟฟิก
- ❖ เจ้าหน้าที่เทคนิค
- ❖ ช่างเทคนิค

- ทักษะด้านการซ่อมบำรุง – ติดตั้งระบบประกอบอาคาร
- ทักษะด้านการซ่อมบำรุง – ติดตั้งระบบจัดแสดงนิทรรศการ
- ทักษะด้านบริหารการจัดการงานคลังวัสดุ-อะไหล่
- ทักษะด้านการออกแบบ พิมพ์ ติดตั้งกราฟิก
- ทักษะด้านการออกแบบนิทรรศการ
- ทักษะการถ่ายภาพนิ่ง – ภาพวิดีโอ
- ทักษะด้านการบริหาร ควบคุมการผลิตสื่อ
- การวิเคราะห์และพัฒนาระบบสารสนเทศ
- ทักษะด้านวิศวกรรม
- ทักษะด้านสถาปัตยกรรม

ขั้นตอนที่ 2 : การจัดทำ Behavior Indicator – แนวทางการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ (Behavior Indicator) ของ Functional Competency นั้นมีแนวทางการเขียน โดยนำคำบรรยายลักษณะงานมาพิจารณาแยกเป็นองค์ประกอบย่อยของงานเพื่อให้ทราบว่ามียงานลักษณะใดบ้างที่จะมาสนับสนุนให้เกิดผลงานตามที่ระบุไว้ตามหน้าที่ โดยกำหนดรายละเอียดการจัดทำพฤติกรรมบ่งชี้แยกตามระดับความเชี่ยวชาญในภาคผนวก ค

ขั้นตอนที่ 3 : การจัดทำ Competency Mapping – การกำหนดระดับความชำนาญ (Proficiency Level/Scale) ที่คาดหวังของแต่ละตำแหน่งงานว่าควรอยู่ในระดับใด ทั้งนี้ในการกำหนด PL ของ Core Competency องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ยิธีวิธีการจัดทำแบบ Role Based หรือ Hierarchy Based ที่กำหนด PL ที่คาดหวังไว้เหมือนกันตามระดับตำแหน่งงานดังต่อไปนี้

ระดับ 1 Basic Level	สำหรับ พนักงานระดับปฏิบัติการ
ระดับ 2 Doing Level	สำหรับ พนักงานระดับชำนาญการ
ระดับ 3 Developing Level	สำหรับ พนักงานระดับอาวุโส/ชำนาญการพิเศษ
ระดับ 4 Advance Level	สำหรับ พนักงานระดับผู้เชี่ยวชาญ
ระดับ 5 Expert Level	สำหรับ พนักงานระดับผู้เชี่ยวชาญพิเศษ

ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

อพพช. มีการจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) เพื่อมุ่งเน้นการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการมุ่งเน้นการบริหารจัดการ/สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

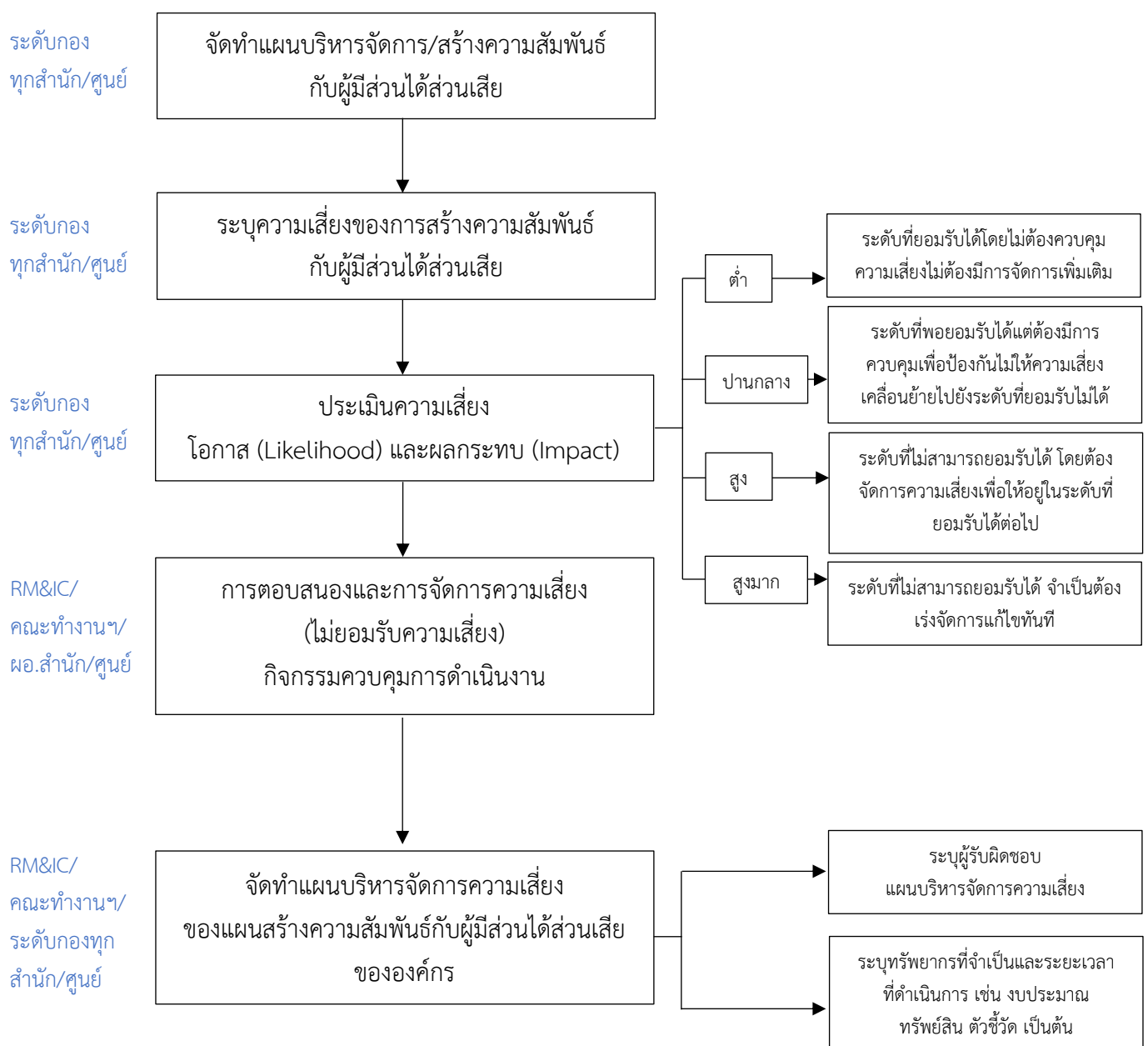
- ด้าน Business ได้แก่ กระบวนการทำงาน ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ตามแผนแม่บทต่าง ๆ ขององค์กร
- ด้าน Data ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลหน่วยงานพันธมิตร
- ด้าน Application ได้แก่ การใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนการทำงาน การเก็บฐานข้อมูล เช่น Microsoft Office
- ด้าน Technology ได้แก่ อุปกรณ์ Hardware และอุปกรณ์ Software ต่าง ๆ ที่สนับสนุนการทำงาน
- ด้าน Security ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายต่าง ๆ รวมถึงนโยบายด้าน PDPA และความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งครอบคลุมในทุกด้านข้างต้น

การบริหารความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

คณะกรรมการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า กำหนดให้มีการจัดทำรายงานภาพรวมการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าผู้รับบริการ และการดำเนินการตามแผนแม่บทฯ และแผนปฏิบัติการของแต่ละสำนัก/ศูนย์/กอง โดยให้มีการวิเคราะห์การบริหารจัดการความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ครอบคลุมการวิเคราะห์ใน 2 มิติ ได้แก่

1. การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่ตอบสนองตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มลูกค้าผู้รับบริการ
2. การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่ตอบสนองตามความต้องการของ อพวช.

จึงได้กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ดังนี้



บทที่ 7

การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดสู่การปฏิบัติ

➤ แนวทางการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสู่การปฏิบัติ

จากแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. คณะทำงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้ดำเนินการจัดทำการวิเคราะห์และสรุปแผนการดำเนินการในภาพรวม เพื่อนำเสนอต่อคณะทำงานคณะกรรมการบริหาร อพว. และคณะกรรมการ อพวช. เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยกำหนดให้มีการเผยแพร่แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570 (ปรับปรุงปี 2566) สู่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้รับรู้ และกำหนดการถ่ายทอดแผนแม่บทฯ ไปยัง สำนัก/ศูนย์ เพื่อการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีในระดับสำนัก/ศูนย์ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

ขอบเขตการดำเนินงาน

- ประเภทของแผนที่สื่อสารและถ่ายทอด
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่สื่อสารและถ่ายทอดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก
- วิธีการสื่อสารและถ่ายทอดแผน
- ขั้นตอนในการสื่อสารและถ่ายทอดแผน

การดำเนินงาน

1. ประเภทของแผนและกลุ่มเป้าหมายที่สื่อสารและถ่ายทอด ประกอบด้วย

1.1 สื่อสารและถ่ายทอดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ได้แก่ กลุ่มบุคลากร อพวช.

- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี 2564 - 2567
- แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี 2566
- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี 2567 - 2570
- แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี 2567
- แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ของ อพวช.

1.2 สื่อสารและถ่ายทอดแผนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ประกอบด้วย

- แผนยุทธศาสตร์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี 2564 - 2567
- แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดของ อพวช. ปี 2566

2. กำหนดวิธีการสื่อสารและถ่ายทอดแผน

2.1 วิธีการสื่อสารและถ่ายทอดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ได้แก่ กลุ่มบุคลากร อพวช.

- สื่อสารแผน ฯ และถ่ายทอดตัวชี้วัด/เป้าหมายในระดับสำนัก/กอง ในการประชุมคณะทำงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
- สื่อสารแผน ฯ และถ่ายทอดตัวชี้วัด/เป้าหมายในระดับบุคลากร ในการประชุมภายในของสำนัก จากผู้บังคับบัญชาสู่ระดับปฏิบัติ
- สื่อสารให้บุคลากรภายในองค์กรทุกคนทราบ โดยผ่านระบบข้อมูลภายใน (Intranet)

2.2 วิธีการสื่อสารและถ่ายทอดแผนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

- สื่อสารผ่านการทำสำรวจ Focus group กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น กลุ่มลูกค้า/ผู้ให้บริการ กลุ่มลูกค้าผู้รับบริการ กลุ่มชุมชนหน่วยงานในพื้นที่ให้บริการ และกลุ่มพันธมิตรความร่วมมือของ อพวช. ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญตามกระบวนการดำเนินงานในการกิจหลักของ อพวช. และตามแผนวิสาหกิจ ฉบับที่ 6
- สื่อสารผ่าน Website อพวช. สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
- สื่อสาร ด้วยการส่งเล่มแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ ฯ ให้หน่วยงานที่สำคัญ ได้แก่ คณะกรรมการ อพวช. ก่อนเริ่มปีบัญชี 2566 และ 2567

3. ขั้นตอนในการสื่อสารและถ่ายทอดแผน

- การสื่อสารและถ่ายทอดแผนที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ภายในแก่บุคลากร อพวช. ผ่านการประชุมคณะทำงาน ผ่านระบบ Intranet Website Line Facebook ภายใน
- การสื่อสารและถ่ายทอดแผนที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ภายนอก ได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก รายงานต่อคณะกรรมการ อพวช. และสื่อสารผ่านเว็บไซต์ www.nsm.or.th และการทำ Focus Group

การติดตามและประเมินผล

คณะทำงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า กำหนดให้มีการกำกับติดตามการดำเนินงานของคณะทำงานฯ รวมถึงการดำเนินงานตามแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดและแผนปฏิบัติการประจำปี รวมถึงแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อรายงานความคืบหน้าต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง

การเรียนรู้ การจัดการความรู้ และการทบทวนแผนฯ

คณะทำงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า กำหนดให้มีการทบทวนแผนแม่บทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการรายปี โดยทบทวนกระบวนการสำคัญและสำรวจกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาแผนฯ ที่กำหนด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งนวัตกรรม ให้ตรงตามความต้องการและความคาดหวัง และลดความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตาราง ภาพรวมแผนการดำเนินงานของคณะกรรมการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า อพวช. ปี 2567 - 2570

การดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ ปี 2566												ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.				
แผนการดำเนินการภาพรวม																
ทบทวนคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า โดยเพิ่มผู้แทนของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนและสนับสนุนการดำเนินงานในปี 2566 เป็นต้นไป																
จัดการประชุมของคณะกรรมการฯ เพื่อขับเคลื่อนแผนการดำเนินงาน																
ทบทวนแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี พ.ศ. 2566 - 2570																
ทบทวนแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2566 - 2570																
ดำเนินการตามแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการประจำปี 2566 ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการ อพวช. ก่อนเริ่มปีบัญชี 2566 - ติดตามการดำเนินงานตามแผนปี 2566 รายไตรมาส - รายงานการดำเนินงานต่อคณะกรรมการ อพวช. รายไตรมาส																
สื่อสารและถ่ายทอดแผนฯ ทั้งหมดสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ได้แก่ บุคลากร อพวช. (ระดับสำนัก ระดับกอง ระดับบุคคล)																
สื่อสารและถ่ายทอดแผนฯ สู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก																
ทบทวนและปรับปรุงแผนแม่บททำให้เกิดประสิทธิภาพสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6 (ฉบับทบทวนปี 2566) ประกอบด้วย - ทบทวนชื่อและขยายเวลาเป็น แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อพวช. ปี 2567 - 2570 - ทบทวนชื่อและขยายเวลาเป็น แผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด อพวช. ปี พ.ศ. 2567 - 2570																

การดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ ปี 2566												ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.				
- ทบทวนประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ - ขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
- ทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ทบทวนการจำแนกกลุ่มลูกค้า ด้วยข้อมูลสารสนเทศ - วิเคราะห์สถานภาพการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดด้วย SWOT Analysis																
- ปรับปรุงแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระยะยาว เป็นปี 2567 - 2570 - ปรับปรุงแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ระยะยาว เป็นปี 2567 - 2570 - ปรับปรุงแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567 - ปรับปรุงแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2567																
- สสำรวจและประเมินช่องว่างด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Gap Analysis) จากผู้มีส่วนร่วมภายในและภายนอกองค์กร																
นำเสนอแผนทั้งหมดคณะกรรมการบริหาร อพวช. และ คณะกรรมการ อพวช.																
ถ่ายทอดแผนแม่บท (ฉบับทบทวน) และแผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก																
จัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า และทบทวนรายปี																

การดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ ปี 2566												ปี	ปี	ปี	ปี
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	2567	2568	2569	2570
ดำเนินการตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
ดำเนินการติดตาม รายงาน และประเมินผล - ตามแผนการสร้างความสัมพันธ์และการจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า - ตามแผนปฏิบัติการประจำปี																
จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
กำหนดแนวทางการรับฟังและการประเมินประสิทธิภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า จัดทำแผนยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
ทบทวนแผนแม่บทด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าระยะยาว และแผนปฏิบัติการประจำปี ก่อนเริ่มปีบัญชีถัดไป																
การติดตามและประเมินผล																
การเรียนรู้ การจัดการความรู้ และการทบทวนแผน																
การเตรียมระบบการสนับสนุนเพื่อพัฒนาการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
ด้านข้อมูลและระบบดิจิทัลที่สนับสนุนงานสารสนเทศด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
รวบรวมข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า จัดทำ Stakeholder Profile ให้ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ พร้อมใช้งานและสื่อสารในองค์กร																
ดำเนินการตามแผนด้านระบบสารสนเทศ Customer Focus และแผนดิจิทัลขององค์กร																

การดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ ปี 2566												ปี	ปี	ปี	ปี
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	2567	2568	2569	2570
ด้านสิ่งสนับสนุนทางกายภาพ																
การพัฒนาพื้นที่และอุปกรณ์ทางกายภาพเบื้องต้นเพื่อสนับสนุน การพัฒนาการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																
การพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการเพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ ลูกค้า																
ด้านงบประมาณ																
การวิเคราะห์สถานภาพด้านงบประมาณที่ใช้ดำเนินการด้าน การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า																

ภาคผนวก 1

คำสั่งองค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติที่ 2/2564

ลงวันที่ 8 มกราคม 2564

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

และ

คำสั่งองค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติที่ 42/2566

ลงวันที่ 5 กันยายน 2566

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (แก้ไขเปลี่ยนแปลง)



คำสั่งองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

ที่ ๒ / ๒๕๖๔

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

ตามที่ได้มีคำสั่งองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติที่ ๓๔/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๔ สิงหาคม ๒๕๖๓ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและภารกิจ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตลอดจนลูกค้าที่ใช้บริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดเครือข่ายความร่วมมือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ จึงให้ยกเลิกคำสั่งที่ ๓๔/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๔ สิงหาคม ๒๕๖๓ และแต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าชั้นใหม่ ประกอบด้วย

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑. รองผู้อำนวยการ องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (นางกรรณิการ์ เณร) | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒. นางสาวรณิ ยูธานุสรณ์ | รองประธานคณะกรรมการ |
| ๓. ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาธุรกิจและเครือข่าย | รองประธานคณะกรรมการ |
| ๔. ผู้อำนวยการสำนักผู้อำนวยการ หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๕. ผู้อำนวยการสำนักวิชาการพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๖. ผู้อำนวยการสำนักวิชาการพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๗. ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาความตระหนักรู้ด้านวิทยาศาสตร์แห่งชาติ หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๘. ผู้อำนวยการสำนักบริการผู้เข้าชม หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๙. ผู้อำนวยการสำนักบริการกลาง หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๑๐. ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๑๑. ผู้อำนวยการสำนักวิศวกรรมและการผลิตสื่อ หรือผู้แทน | คณะกรรมการ |
| ๑๒. นางสาวศิริรัตน์ พรหมแก้ว | คณะกรรมการ |
| ๑๓. นางสาวธัญญา อัครโชคชัย | คณะกรรมการและเลขานุการ |
| ๑๔. นางสาวชนิกา คงสวัสดิ์ | คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑๕. นางสาวกัญญาก็ค แรงจริง | คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑๖. นางสาวฐิตียา ชุ่มมาลี | คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

ให้คณะกรรมการดังกล่าวมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด
๒. กำหนดระดับความสำคัญและจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๓. วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานและการแข่งขัน

๔. จัดทำแผน...

๔. จัดทำแผนบริหารจัดการลูกค้าและตลาด การจำแนกกลุ่มลูกค้าและกำหนดเป้าหมายการตลาด การรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
๕. ติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
๖. ร่วมมือกับคณะกรรมการและคณะทำงานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการบูรณาการด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
๗. ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังค์)

ผู้อำนวยการ

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ



คำสั่งองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

ที่ ๔๒ / ๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (แก้ไขเปลี่ยนแปลง)

ตามคำสั่งองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ที่ ๒/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๖๔ ได้แต่งตั้งนางสุวรรณี ยูธานุสรณ์ เป็นรองประธานคณะกรรมการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยนางสุวรรณี ยูธานุสรณ์พ้นจากการเป็นพนักงานองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ตั้งแต่วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๖ นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและภารกิจ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตลอดจนลูกค้าที่ใช้บริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดเครือข่ายความร่วมมือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ จึงแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำสั่งองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ที่ ๒/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๖๔ ดังนี้

๑. ให้ นางสุวรรณี ยูธานุสรณ์ พ้นจากรองประธานคณะกรรมการ
๒. แต่งตั้งให้ ผู้อำนวยการสำนักบริการผู้เข้าชม เป็นรองประธานคณะกรรมการ
๓. แต่งตั้งให้ ผู้อำนวยการสำนักวิทยาศาสตร์สู่ชุมชน หรือผู้แทน เป็นคณะกรรมการแทน ผู้อำนวยการสำนักบริการผู้เข้าชม หรือผู้แทน

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังค์)

ผู้อำนวยการ

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

ภาคผนวก 2

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลที่ดีด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder and Customer Management: SCM)



ประกาศคณะกรรมการองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
เรื่อง นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลที่ดีด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholder & Customer Management: SCM)

องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพพช.) มีความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อสร้างและดำรงความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสามารถบริหารจัดการผลกระทบจากการปฏิบัติงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะเสริมสร้างรากฐานในการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

เพื่อให้การบริหารจัดการความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่น ความสัมพันธ์อันดีและความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลที่ดีด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

๑. คำนิยาม

“ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร ทั้งภายในและภายนอกที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของ อพพช.

“ภายใน” หมายถึง พนักงาน ลูกจ้าง

“ภายนอก” หมายถึง หน่วยงานกำกับดูแลเชิงนโยบาย (กระทรวงการคลัง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และสำนักงานงบประมาณ) ลูกค้า ผู้ใช้บริการและผลิตภัณฑ์ คู่ค้า พันธมิตร ผู้สนับสนุน สื่อมวลชน และชุมชนในพื้นที่ให้บริการของ อพพช.

๒. นโยบายด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒.๑ ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเคารพสิทธิ รับฟังความคิดเห็น สร้างความเข้าใจและส่งเสริมความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์

๒.๒ ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ อพพช. ตลอดจนหลักการกำกับกิจการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ภายใต้การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

๒.๓ กำหนดกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบ ทั้งทางตรงและทางอ้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน เพื่อนำไปจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์และออกแบบแนวทางตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเหมาะสม

๒.๔ เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเปิดช่องทางการรับข้อเสนอแนะ ขอร้องเรียน โดยให้ความสำคัญกับการรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเพียงพอ

๒.๕ จัดให้มีการสื่อสารและสร้างความเข้าใจอย่างสม่ำเสมอกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่คลุมเครือ โปร่งใสและทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน รวมทั้งเกิดความมั่นใจ และความไว้วางใจระหว่างกัน

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลที่ดีด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับความเห็นชอบ
จากคณะกรรมการองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

๓. แนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

๓.๑ พนักงานและลูกจ้าง

- ๑) สื่อสารนโยบายทิศทางขององค์กร รวมถึงหัวข้อที่มีความสำคัญต่อพนักงานและลูกจ้าง
- ๒) ปฏิบัติต่อพนักงานและลูกจ้างทุกคนอย่างเท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน
- ๓) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถ พร้อมความมั่นคงและความก้าวหน้าในสายอาชีพ รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานและลูกจ้างมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม
- ๔) ให้พนักงานและลูกจ้างปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร จริยธรรมและจรรยาบรรณการดำเนินงาน รวมถึงกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด
- ๕) ปลุกฝังให้พนักงานและลูกจ้างมีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

๓.๒ หน่วยงานกำกับดูแลเชิงนโยบาย

- ๑) ปฏิบัติงานตามนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแลเชิงนโยบาย ในฐานะเจ้าของ ผู้กำกับดูแลและผู้กำหนดนโยบาย อีกทั้งร่วมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- ๒) ดำเนินงานตามภารกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ โปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงรายงานผลการดำเนินงานและสภาพขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ครบถ้วน และตามความเป็นจริง
- ๓) บริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และพัฒนาองค์การให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

๓.๓ ลูกค้า ผู้ใช้บริการและผลิตภัณฑ์

- ๑) ให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยให้ลูกค้า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวัง
- ๒) ขยายพื้นที่การให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างสังคมวิทยาศาสตร์อย่างยั่งยืน
- ๓) พัฒนากระบวนการทำงานและช่องทางการให้บริการ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างหลากหลายมิติ
- ๔) ปฏิบัติต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการทุกรายอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม ด้วยใจให้บริการ มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- ๕) จัดเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบ ปลอดภัย และไม่นำข้อมูลไปใช้ในทางไม่ถูกต้อง
- ๖) จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังเสียงของลูกค้า และดำเนินการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วอย่างเป็นระบบ

๓.๔ คู่ค้า พันธมิตร ผู้สนับสนุน

- ๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ได้ตกลงไว้กับคู่ค้า พันธมิตร ผู้สนับสนุน อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมาย
- ๒) ให้ความสำคัญและเท่าเทียมในการคัดเลือก และการปฏิบัติต่อคู่ค้า พันธมิตร ผู้สนับสนุนทุกราย

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลที่ดีด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับการเห็นชอบจากคณะกรรมการองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

๓) ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ชุมชน
๔) หลีกเลี่ยงการซื้อขายสินค้ากับคู่ค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
๕) ให้ความช่วยเหลือคู่ค้า พันธมิตร ผู้สนับสนุน ในสิ่งที่ถูกต้องเพื่อบรรลุข้อตกลงที่มีต่อกัน
๖) ไม่เรียกรับ หรือจ่ายผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตต่อคู่ค้า พันธมิตร ผู้สนับสนุน และปฏิบัติ
ตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง และอื่น ๆ อย่างเคร่งครัด

๓.๕ สื่อมวลชน

๑) เปิดเผยข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนอย่างเท่าเทียมกัน โดยเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และตรงประเด็น

๒) สื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์

๓) เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนสามารถพบปะ พูดคุยกับผู้บริหารระดับสูงอย่างใกล้ชิด

๔) อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ

๕) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน เช่น จัดให้มีการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หรือกิจกรรมของ อพวช. เพื่อให้เห็นกระบวนการในการให้บริการ รวมถึงได้รับข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้อง

๓.๖ ชุมชนในพื้นที่ให้บริการของ อพวช.

๑) ดำเนินงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และไม่กระทำการใด ๆ ที่จะมีผลเสียหายต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และประโยชน์สาธารณะ

๒) สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมกับสังคมและชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่รอบ อพวช.

๓) ปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นกับผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างทุกระดับ

๔) สนับสนุนกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างความเข้มแข็ง ให้กับชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยใช้ความสามารถหลักของ อพวช. เป็นกลไกหลักให้กับชุมชนและเสริมสร้างประโยชน์สุขของชุมชนโดยรอบ อพวช.

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๔ เดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(ศาสตราจารย์สิริฤกษ์ ทรงศิวิไล)

ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประธานกรรมการองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลที่ดีด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับความเห็นชอบ
จากคณะกรรมการองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

ภาคผนวก 3

นโยบายและการปฏิบัติด้านลูกค้าองค์กรพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติ



ประกาศองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
เรื่อง นโยบายและการปฏิบัติด้านลูกค้าองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) มุ่งมั่นที่จะยกระดับมาตรฐานการให้บริการและให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ใช้บริการ ด้วยความใส่ใจตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าและผู้ให้บริการได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้รับการบริการอย่างเป็นธรรมและมีมาตรฐานการบริการในระดับสากล

อพวช. จึงมีนโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ผู้ให้บริการ โดยผู้บริหารระดับสูง พนักงาน ลูกจ้าง อาสาสมัคร และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง จะปฏิบัติตามหลักการและแนวนโยบาย ดังนี้

๑. ค่านิยมหลัก

ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง อาสาสมัคร และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง มีค่านิยมในการให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Centric) ใส่ใจในการบริการ ให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว เป็นธรรมและเป็นมืออาชีพ

๒. วัฒนธรรมองค์กรและบทบาทของผู้บริหารระดับสูง

ผู้บริหารระดับสูง รับผิดชอบในการผลักดันและสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรมและคำนึงถึงลูกค้าเป็นอันดับแรก โดยการมอบหมายและกำหนดบทบาทของผู้บริหาร บุคลากร หรือจัดให้มีคณะทำงาน เพื่อดำเนินการให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมและควบคุมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นไปตามทิศทางและตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้

๓. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ

๓.๑ พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์จะถูกพัฒนาและผลิตขึ้นอย่างมีคุณภาพ ได้มาตรฐานและคำนึงถึงประโยชน์และความปลอดภัยของลูกค้า

๓.๒ ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์แก่ลูกค้า เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยไม่มีการกล่าวเกินความเป็นจริงที่เป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณ หรือเงื่อนไขใด ๆ ของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

๓.๓ ทำการส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตาม หรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม โดยปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดได้ต้องรีบแจ้งให้ลูกค้าทราบ เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหา

/๓.๔ จัดให้มี...

๓.๔ จัดให้มีช่องทางการสื่อสารข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และเพียงพอ ติดต่อกับลูกค้าด้วยความสุภาพและน่าเชื่อถือ

๔. การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า

จัดให้มีระบบและกระบวนการที่ให้ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณ ความปลอดภัย ของสินค้าและบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม รวมทั้งมีกระบวนการตรวจสอบ แก้ไขปรับปรุง และ สื่อสารกลับไปยังลูกค้าในเวลาที่กำหนดด้วยความสุภาพและใส่ใจในรายละเอียด

๕. การรักษาข้อมูลด้านลูกค้า

กำหนดวิธีปฏิบัติและระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าโดยคำนึงถึง สิทธิส่วนบุคคล ไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปใช้หรือส่งต่อให้บุคคลอื่น การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่น ต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อนและต้องตรวจสอบให้มั่นใจได้ว่าหน่วยงานภายนอกที่ได้ข้อมูล ของลูกค้าไปนั้น มีกระบวนการปกป้องข้อมูลของลูกค้าที่รัดกุม

๖. การสนับสนุนและรับฟังเสียงลูกค้า

จัดให้มีช่องทางสื่อสารกับลูกค้าอย่างเพียงพอและเหมาะสมในการรับฟังข้อเสนอแนะติชม เพื่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รวมทั้งจัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ อย่างน้อย ปีละ ๑ ครั้ง

๗. การติดตามกำกับดูแลตามนโยบายและการปฏิบัติด้านลูกค้า

ผู้บริหาร บุคลากรที่เกี่ยวข้อง จะกำกับติดตามผลการดำเนินงานตามนโยบายและการปฏิบัติ ด้านลูกค้า สื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับได้เข้าใจตรงกัน และจัดให้มีการพัฒนาศักยภาพของ บุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการตอบสนองลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์)

ผู้อำนวยการ

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

Curiosity WINS

ดินแดนแห่งการค้นพบความมั่งคั่งของวิทยาศาสตร์



พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์



พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา



พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ



พิพิธภัณฑ์พระรามเก้า

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)
National Science Museum Thailand, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation

39 หมู่ 3 เทคโนโลยีธานี ต.คลองห้า อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120

โทร: 02 577 9999 โทรสาร: 02 577 9900 E-mail: info@nsm.or.th



www.nsm.or.th



NSM Thailand