



แผนปฏิบัติการ ด้านการมุ่งเน้น ลูกค้าและตลาด ประจำปี 2567



องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

แผนปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2567

ทบทวน ณ มกราคม 2567

โครงการและกิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้าหมาย SDG	แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6			
					ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment) ระดับนานาชาติ								
กลยุทธ์ที่ 1 เผยแพร่ภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสาระบันเทิง (Edutainment)								
โครงการที่ 1 สื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรสู่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเทศ	จำนวนกิจกรรม (สื่อ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/อบรมสัมมนา) ที่ทำให้เกิดการเผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ของ อพวช.	สธค./ทุกสำนัก	ทุกกลุ่ม	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
โครงการที่ 2 สื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรสู่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างประเทศ	จำนวนกิจกรรม (สื่อ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/อบรมสัมมนา) ที่ทำให้เกิดการเผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ของ อพวช.	สธค./ทุกสำนัก	ทุกกลุ่ม	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดเชิงรุกกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ								
โครงการที่ 3 ส่งเสริมการตลาดเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม			ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 4 SDG 9			กลยุทธ์ที่ 3	
<ul style="list-style-type: none"> รักษากลูกค้ากลุ่มโรงเรียน (นักเรียนและเยาวชน) 	จำนวนผู้รับบริการกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และเยาวชน (แสนคน)	สธค.						
<ul style="list-style-type: none"> กระตุ้นผู้รับบริการที่กลับมาซ้ำ (re-visit) 	จำนวนผู้รับบริการที่กลับมาซ้ำในแต่ละปี (ร้อยละ)	สธค.						
โครงการที่ 4 ส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่			ลูกค้า/ผู้รับบริการ กลุ่มอื่น ๆ	SDG 4 SDG 9			กลยุทธ์ที่ 3	
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่มครอบครัว ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนที่ยังไม่รู้จัก อพ. 	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	สบช./สธค.						
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนที่ยังไม่รู้จัก อพ. 	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	สบช./สธค.						
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ 	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	สบช./สธค.						
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่ม นิสิต นักศึกษา 	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	สบช./สธค.						
โครงการที่ 5 ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรในการเพิ่มจำนวนลูกค้า	จำนวนหน่วยงานพันธมิตร	สธค./สบช.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ พันธมิตร	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	

โครงการและกิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน รับผิดชอบ	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้าหมาย SDG	แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6			
					ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง								
กลยุทธ์ที่ 1 ปรับปรุงและพัฒนาด้านการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Point) เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจ								
โครงการที่ 6 การสร้างความทันสมัยในการจัดแสดง/ต้อนรับ ผู้ชม เพื่อการสร้างประสบการณ์ พิพิธภัณฑ์ (Museum Experience)	ระดับความสำเร็จในการดำเนิน	สวส. /สบข.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9		กลยุทธ์ที่ 1		
• สร้างความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีเพื่อจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์	ระดับความสำเร็จในการสร้างความทันสมัยในการ จัดแสดง/ต้อนรับผู้เข้าชม							
• ปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาพื้นที่ touch point อพวช. แบบ On-site รวมถึงสิ่ง อำนวยความสะดวก ให้ อพวช. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสาระบันเทิง	จำนวน touch point ที่ปรับปรุง/เพิ่มเติม							
• พัฒนาความสามารถในการให้บริการนิทรรศการครบวงจรทั้งในประเทศและระดับ ภูมิภาค	ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผน							
โครงการที่ 7 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน (NSM Brand Loyalty)	จำนวนการส่งข้อความอัตโนมัติไปยังลูกค้า เป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ครั้ง)	สบข. /สธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9 SDG 17		กลยุทธ์ที่ 3		
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริการ								
โครงการที่ 8 ยกระดับคุณภาพการให้บริการผู้เข้าชม (Customer Focus) ด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล	ร้อยละจำนวนสมาชิก อพวช. ที่เพิ่มขึ้น	สบข./ สธค. / สวส.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9			กลยุทธ์ที่ 3	
โครงการที่ 9 ยกระดับคุณภาพการให้บริการผู้เข้าชมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงพื้นที่ touch point อพวช. แบบ Online	จำนวนระบบที่พัฒนา/ปรับปรุงเพื่อผู้เข้าชม จำนวน touch point ที่ปรับปรุง/เพิ่มเติม	สบข./สวส./ สธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9		กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 3		
กลยุทธ์ที่ 3 สร้างวัฒนธรรมองค์กรและพัฒนาพัฒนาบุคลากรที่มีลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Centric)								
โครงการที่ 10 พัฒนาศักยภาพ บุคลากร อพวช. ด้านการบริการทางวิชาการ และการบริการ (การฝึกอบรมและกิจกรรม)	จำนวนเรื่อง/กิจกรรม	สบก. /สบข.	บุคลากร อพวช.	SDG 9				กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 3

โครงการและกิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน รับผิดชอบ	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้าหมาย SDG	แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6			
					ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนารูรจิบนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด								
กลยุทธ์ที่ 1 สำรวจและวิจัยข้อมูลด้านลูกค้าและการตลาด								
โครงการที่ 11 สำรวจและวิจัย ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวลของลูกค้าและตลาด เพื่อวางแผนเชิงธุรกิจประเภทอื่นที่ อพ. ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ (อพวช. ดำเนินการเอง)	จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ (คน/หน่วยงาน)	สถค./สบช./ ศพช./สปว./ สปธ./สวส.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 17		กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 3		
โครงการที่ 12 สำรวจความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ อพวช.	ร้อยละความพึงพอใจ	สบช./ สถค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด								
โครงการที่ 13 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (นิทรรศการและกิจกรรมวิทยาศาสตร์) ทั้ง On-site และ Online	จำนวนกิจกรรม	ศพช./สปว./ สปธ./สวส.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 4 SDG 9	กลยุทธ์ที่ 2	กลยุทธ์ที่ 2	กลยุทธ์ที่ 1	กลยุทธ์ที่ 3
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศ		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับครอบครัว		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้มีความต้องการพิเศษ		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับผู้สูงอายุ		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัย		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับครู		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						
• การพัฒนานิทรรศการ/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับเด็กและเยาวชน		ศพช./สปว./ สปธ./สวส.						

โครงการและกิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน รับผิดชอบ	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้าหมาย SDG	แผนวิสาหกิจ อพวช. ฉบับที่ 6			
					ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์								
กลยุทธ์ที่ 1 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรด้านการตลาด								
โครงการที่ 14 ความร่วมมือด้านการตลาดกับพันธมิตร (หน่วยงานเอกชน พิพิธภัณฑ์ ชุมชน ท่องเที่ยว)	จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม	สธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ พันธมิตร	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 2 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร สื่อมวลชน ด้านการประชาสัมพันธ์								
โครงการที่ 15 สร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับกลุ่มสื่อ สื่อมวลชน และบริษัทท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม	สธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ สื่อมวลชนและสื่อ	SDG 9 SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 3 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรในการบริการ								
โครงการที่ 16 ความร่วมมือกับคู่ค้าในการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม	สธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ พันธมิตร	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	

Curiosity WINS

ดินแดนแห่งการค้นพบความมหัศจรรย์ของวิทยาศาสตร์



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