



แผนปฏิบัติการ ด้านการมุ่งเน้น ลูกค้าและตลาด ประจำปี 2568



องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.)
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

โครงการและกิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย ปี 68	หน่วยงานรับผิดชอบ	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป้าหมาย SDG	แผนวิสาหกิจ อพ. ฉบับที่ 6			
						ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสารบันเทิง (Edutainment) ระดับภาคพื้นเอเชีย									
กลยุทธ์ที่ 1 เผยแพร่ภาพลักษณ์ของ อพวช. ในฐานะแหล่งเรียนรู้เชิงสารบันเทิง (Edutainment)									
โครงการที่ 1 สื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรสู่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเทศและต่างประเทศ	จำนวนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ของ อพวช.	10 ในประเทศ 7 / ต่างประเทศ 3	ทุกสำนัก/ สสค.รวบรวม	ทุกกลุ่ม	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดเชิงรุกกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ									
โครงการที่ 2 ส่งเสริมการตลาดเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม				ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 4 SDG 9			กลยุทธ์ที่ 3	
• รักษาลูกค้ากลุ่มโรงเรียน (นักเรียนและเยาวชน)	จำนวนผู้รับบริการกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และเยาวชน (แสนคน)	5	สสค.						
• กระตุ้นผู้รับบริการที่กลับมาซ้ำ (re-visit)	จำนวนผู้รับบริการที่กลับมาซ้ำในแต่ละปี (ร้อยละ)	7	สสค.						
โครงการที่ 3 ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรในการเพิ่มจำนวนลูกค้า	จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการสร้างการรับรู้ ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร	10	สสค./สพช.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ พันธมิตรทางธุรกิจ	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
โครงการที่ 4 ส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่				ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 4 SDG 9			กลยุทธ์ที่ 3	
• ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่มครอบครัว ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนที่ยังไม่รู้จัก อพ.	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	2 ครั้ง ร้อยละ 5	สพช./สสค.						
• ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	2 ครั้ง ร้อยละ 5	สพช./สสค.						
• ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	2 ครั้ง ร้อยละ 5	สพช./สสค.						
• ส่งเสริมการตลาดลูกค้ากลุ่ม นิสิต นักศึกษา	จำนวนครั้งที่ส่งเสริมการตลาด (ครั้ง) / จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ร้อยละ)	2 ครั้ง ร้อยละ 5	สพช./สสค.						

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 บริการความทันสมัยกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง									
กลยุทธ์ที่ 1 ปรับปรุงและพัฒนาด้านการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Point) เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจ									
โครงการที่ 5 การสร้างความทันสมัยในการจัดแสดง/ต้อนรับ ผู้ชม เพื่อการสร้างประสบการณ์ที่จดจรัส (Museum Experience)	ระดับการสร้างความทันสมัยในการจัดแสดง/ต้อนรับ ผู้เข้าชม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่จดจรัส (Museum Experience)	5	ศาส./สพช.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9			กลยุทธ์ที่ 2	
โครงการที่ 6 พัฒนาศักยภาพในการให้บริการนิทรรศการครบวงจรทั้งในประเทศและต่างประเทศ			ศาส.						
• การให้บริการนิทรรศการครบวงจรในประเทศ	คู่มือ/ขั้นตอน และแนวปฏิบัติ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนิทรรศการครบวงจร ในประเทศ	1	ศาส./สพช.						
โครงการที่ 7 ยกระดับคุณภาพการให้บริการผู้เข้าชม (Customer Focus) ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล				ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9			กลยุทธ์ที่ 1	
• ปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาพื้นที่ touch point อพวช. แบบ On-site	จำนวน touch point ที่ปรับปรุง/เพิ่มเติม	3	สพช./ศาส./สธศ.						
• พัฒนา ปรับปรุง คุณภาพการให้บริการ touch point แบบ Online	จำนวนระบบที่พัฒนา/ปรับปรุงเพื่อผู้เข้าชม	1	สพช./ศาส./สธศ.						
• ยกระดับคุณภาพการให้บริการผู้เข้าชม (Customer Focus) ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	จำนวนครั้งในสื่อสารกับลูกค้า/ผู้รับบริการ	24	สพช./ศาส./สธศ.						
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริการ									
โครงการที่ 8 พัฒนากลไกและระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าและตลาด ข้อมูล Voice of Customer	จำนวนฐานข้อมูล	1	สพช./ศาส./สธศ.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 9			กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 2	
กลยุทธ์ที่ 3 สร้างวัฒนธรรมองค์กรและพัฒนาพัฒนาบุคลากรที่มีลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Centric)									
โครงการที่ 9 พัฒนาศักยภาพ บุคลากร อพวช. ด้านการบริการทางวิชาการ และการบริการ	จำนวนเรื่อง/กิจกรรม	5	สพก. /สพช.	บุคลากร อพวช.	SDG 9				กลยุทธ์ที่ 1

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด									
กลยุทธ์ที่ 1 สำรวจและวิจัยข้อมูลด้านลูกค้าและตลาด									
โครงการที่ 10 สำรวจและวิจัย ความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความกังวลของลูกค้าและตลาด				ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 17		กลยุทธ์ที่ 2		
• เพื่อวางแผนทางธุรกิจ พัฒนาลิขิตภัณฑ์และบริการ	จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ (คน/หน่วยงาน)	100	ธธค./สพช./ ศพช./สพว./ สพร./สวช.						
• เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ	ร้อยละความพึงพอใจ	ร้อยละ 85	สพช./สธค.						
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาลิขิตภัณฑ์บนพื้นฐานความต้องการของลูกค้าและตลาด									
โครงการที่ 11 พัฒนาวัตถุกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางวิชาการ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาด	จำนวนกิจกรรม	18	ศพช./สพว./สพร./สวส.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ	SDG 4 SDG 9		กลยุทธ์ที่ 2	กลยุทธ์ที่ 2	กลยุทธ์ที่ 1
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนไทยในประเทศ			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับครอบครัว			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้มีความต้องการพิเศษ			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับผู้สูงอายุ			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัย			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับครู			ศพช./สพว./สพร./สวส.						
• การพัฒนาลิขิตภัณฑ์/นวัตกรรม/กิจกรรมวิทยาศาสตร์สำหรับเด็กและเยาวชน			ศพช./สพว./สพร./สวส.						

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์									
กลยุทธ์ที่ 1 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรด้านการตลาด									
โครงการที่ 12 ความร่วมมือด้านการตลาดกับ กลุ่มพันธมิตรทางวิชาการ พันธมิตรทางธุรกิจ ชุมชนโดยรอบพื้นที่ให้บริการ	จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม	4	ตธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ พันธมิตรทางวิชาการ พันธมิตรทางธุรกิจ	SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 2 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร สื่อมวลชน ด้านการประชาสัมพันธ์									
โครงการที่ 13 ความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มสื่อและสื่อมวลชน	จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม	4	ตธค.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ สื่อมวลชนและสื่อ	SDG 9 SDG 17			กลยุทธ์ที่ 3	
กลยุทธ์ที่ 3 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรในการบริการ									
โครงการที่ 14 ความร่วมมือด้านการให้บริการร่วมกับ กลุ่มลูกค้า ผู้จ้าง และผู้จัดหาทรัพยากร ในพัฒนาการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า/ผู้รับบริการของ อพวช.	จำนวนความร่วมมือหรือกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกันกับ ลูกค้า	5	ตธค./ทพส.	ลูกค้า/ผู้รับบริการ พันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า/ผู้จ้าง	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 เทคโนธานี 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