



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2569-2573
และแผนปฏิบัติการประจำปี 2569



สำนักจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	1
บทที่ 1 4	
กรอบแนวคิด และกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569	4
บทที่ 2 6	
แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569	6

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 10 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 กลยุทธ์ที่ 1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและ อุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม	10
ตารางที่ 11 แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 กลยุทธ์ที่ 2: ยกระดับความสามารถ แข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน	11

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

ภาพที่ 4 ความเชื่อมโยงและสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาดกับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ วว.

8

บทสรุปผู้บริหาร

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

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2569-2573 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2569

ความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว.

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

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

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

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ที่ 1 : เสริมสร้างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

แผนงานด้านลูกค้าและตลาด

- 1.1 การพัฒนากลไกเพื่อบริหารจัดการงานวิจัยให้มีศักยภาพเชิงพาณิชย์
- 1.2 การพัฒนาฐานข้อมูลและการสื่อสารงานวิจัยที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ให้เข้าสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

ผลลัพธ์ (Output)

- 1.1 ทรัพยากรทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์
เป้าหมาย: 28 เรื่อง* (KR 1.2)
- 1.2 การจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรทางปัญญาที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์
เป้าหมาย: 1 ฐาน
- 1.3 จำนวนโครงการถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์
เป้าหมาย: ร้อยละ (จากปีก่อนหน้า) (KRCM1)

ผลลัพธ์ (Outcome)

- 1.1 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี
เป้าหมาย : 2 หน่วยงาน (KR3.4)

ยุทธศาสตร์ วว. : ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ที่ 2 : ยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน

แผนงานด้านลูกค้าและตลาด

- 2.1 การทำการตลาดเชิงรุกและ Total Solution Platform
- 2.2 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและส่งเสริมการตลาด

ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ประกอบด้วย

ผลผลิต (Output)

- 2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม
เป้าหมาย: 100 ราย* (KR 3.1)
- 2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย
เป้าหมาย: 2 Platform/ปี (KR3.2)
- 2.3 รายได้จากบริการ งานวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน
เป้าหมาย: 347 ล้านบาท (KR5.1)

ผลลัพธ์ (Outcome)

- 2.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า
เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)

หมายเหตุ : * สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

¹ ยุทธศาสตร์ วว. ที่ปรับปรุงจากการทบทวนแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569-2573

² ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569-2573

กองพัฒนารัฐกิจนวัตกรรม
กันยายน 2568

บทที่ 1

กรอบแนวคิด และกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

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

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

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

2. การวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge: SC) ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด นำไปสู่การกำหนด

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางในการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด โดยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร ด้วยการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมายที่ต้องการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ สะท้อนผลลัพธ์ที่คาดหวังและต้องการบรรลุในแต่ละกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน

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

4. กำหนดแนวทางการกระบวนการทบทวนแผนประจำปีเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ฉบับปรับปรุงปีต่อไป

บทที่ 2

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2569-2573 ที่สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจและแผนแม่บทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ภายใต้วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรสู่เป้าหมายและกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด เพื่อผลักดันภารกิจทางการตลาดในด้านต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

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

ยุทธศาสตร์ วว.	S1: สร้างผลงานวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม 4 กลุ่ม 10 ด้าน	S3: สร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
กลยุทธ์ วว.	กลยุทธ์ที่ 1 มุ่งเน้นและเร่งสร้างผลงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ	กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างผู้ประกอบการ และอุตสาหกรรมด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	CMS1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรม ด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม	CMS2: ยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน
กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด	กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและส่งเสริมการตลาด
ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด	<u>ผลผลิต (Output)</u> 1.1 จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ (28 เรื่อง)* (KR 1.2) 1.2 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี (2 หน่วยงาน)* (KR3.4) <u>ผลลัพธ์ (Outcome)</u> 1.1 จำนวนลูกค้าใหม่ที่รับถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์จาก วว. (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อนหน้า) * (KRCM1)	<u>ผลผลิต (Output)</u> 2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม (100 ราย)*(KR3.1) 2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่ การวิเคราะห์ ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย (2 Platform/ปี)*(KR3.2) 2.3 รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน (347 ล้านบาท)* (KR5.1) <u>ผลลัพธ์ (Outcome)</u> 2.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)

หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

¹ ยุทธศาสตร์ วว. ที่ปรับปรุงจากการทบทวนแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569

² ตัวชี้วัดด้านลูกค้าและตลาด ที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว. ปี 2569

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ จำแนกตามกลยุทธ์ ปี 2569-2573

ยุทธศาสตร์ที่ 1 S1: เสริมสร้างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรม ด้วยวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
กลยุทธ์ที่ 1: การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมายการดำเนินงาน					ผู้รับผิดชอบ
		ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572	ปี 2573	
1.1 จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ (28 เรื่อง)* (KR 1.2)	เรื่อง	28	30	-	-	-	กพน.,สจท., กบน.
1.2.1 การจัดทำฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์	ฐานข้อมูล	1					กพน.,สจท., กบน.
1.2.2 จำนวนโครงการถ่ายทอดงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ (KRCM1)	ร้อยละ (จากปีก่อนหน้า)	-	กำหนดค่าพื้นฐานเพื่อทดแทนตัววัด 1.1	+5 จากค่าพื้นฐาน	+5 จากผลปี 71	+5 จากผลปี 72	สจท.
1.3 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี (2 หน่วยงาน)* (KR3.4)	หน่วยงาน	2	2	2	2	2	สจท.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 S2: ยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม SMEs และวิสาหกิจชุมชน
กลยุทธ์ที่ 2: การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและส่งเสริมการตลาด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมายการดำเนินงาน					ผู้รับผิดชอบ
		ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572	ปี 2573	
2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม (KR3.1)	ราย	100	105	110	115	120	สจท.
2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการเป้าหมาย (KR3.2)	Platform/ปี	2	-	เพิ่มจากปี 69 อีก 2 Platform	-	เพิ่มจากปี 71 อีก 2 Platform	กบน.
2.3 รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน (KR 5.1)	ล้านบาท	347	350	353	356	360	กปส.+สจท.
2.4 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (KPI)	ร้อยละ	80	80	85	85	85	กพน.

หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

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

ภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงและสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาดกับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ วว.



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี 2569-2573 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2569

ความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ วว.

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

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

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1.1 ทรัพย์สินทางปัญญาที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: 28 เรื่อง* (KR 1.2)	• คัดเลือก IP/นวัตกรรม เพื่อการต่อยอดใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสังคม • รวบรวมฐานข้อมูลลูกค้า On-going • จัดทำแผนธุรกิจ • ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 5 เรื่อง			• สำรวจ ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ ประเมินความเป็นไปได้ • ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 7 เรื่อง			• นำเสนอ IP ไปใช้ประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการและภาคสังคม • ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 10 เรื่อง			• วิเคราะห์และสรุปผล การพัฒนานวัตกรรม องค์ความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกสร้างเพื่อแก้ไข ปัญหา/ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า • สรุปจำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่มีการนำไปใช้ประโยชน์ ที่นำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย • ได้ทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดเชิงพาณิชย์ 6 เรื่อง			กพท., สจท., กบน.
1.2 การจัดทำฐานข้อมูลที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ เป้าหมาย: 1 ฐานข้อมูล	- จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมดของ วว. ที่ Active - ผลการศึกษาข้อมูลเพื่อจัดทำร่างเกณฑ์การคัดเลือกทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพ			- ได้เกณฑ์การคัดเลือกทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพ			- ได้ฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่ผ่านเกณฑ์ พร้อมลำดับความสำคัญ คุณสมบัติเด่น TRL ส่วนประกอบสำคัญ			- เกณฑ์การพิจารณา IP ฉบับสมบูรณ์ - จัดทำ E-catalog ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพพร้อมถ่ายทอดเชิงพาณิชย์ปี 70			กพท., สจท., กบน.
1.3 จำนวนการร่วมทุนใหม่ในแต่ละปี เป้าหมาย: 2 หน่วยงาน (KR3.4)	• ผลการวิเคราะห์ การคัดเลือกเทคโนโลยีที่มีศักยภาพเพื่อหาแนวทางการร่วมทุนการดำเนินการร่วมทุน • รายชื่อหน่วยงานเพื่อการร่วมทุนเป้าหมายตามเทคโนโลยีเป้าหมายที่มีศักยภาพที่ได้รับการคัดเลือก			• จัดกิจกรรมนำเสนอผลงาน เจริญจาการร่วมทุน			• จัดทำข้อเสนอโครงการและสัญญาร่วมทุน			• สนับสนุนการดำเนินงานบริษัทร่วมทุน			สจท.

*หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร

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

ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงานปีงบประมาณ 2569												หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2568			ปี 2569									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
2.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม เป้าหมาย: 100 ราย* (KR 3.1)	• ผลการวิเคราะห์ การคัดเลือกผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับศักยภาพการให้บริการของ วว. • จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม 20 ราย			• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมเพิ่มอีก 25 ราย			• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมเพิ่มอีก 30 ราย			• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพด้วยการให้บริการ Total Solution ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมเพิ่มอีก 25 ราย			สจท.
2.2 Total Solution Platform ที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ ออกแบบ จนถึงการตลาด ผ่านระบบนิเวศนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการ เป้าหมาย: 2 Platform2ปี *(KR3.2)	• ได้ความต้องการของผู้ประกอบการ วิเคราะห์ระบบและออกแบบโครงสร้าง Total Solution Platform ของ ICOS และ FISP เพื่อใช้ในการพัฒนา Platform			• Platform ต้นแบบสำหรับ ICOS สำหรับ FISP			• ทดสอบระบบและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้ปฏิบัติงานภายใน • ทดสอบระบบและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากลูกค้า			• เปิดใช้งานระบบจริงและติดตามผล			สจท.
2.3 รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน เป้าหมาย: 347 ล้านบาท *(KR 5.1)	• จำนวนเทคโนโลยี นวัตกรรม งานบริการ วิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ และโครงสร้างพื้นฐานที่มีศักยภาพผลักดันสู่เชิงพาณิชย์ • จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุก - รายได้จากบริการงานวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน 50 ล้านบาท			• รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน • อีก 50 ล้านบาท			• รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน • อีก 150 ล้านบาท			• รายได้จากบริการงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐาน อีก 97 ล้านบาท			สจท.
2.4 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (KPI)	• ผลการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย • ออกแบบแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ที่เหมาะสม			• ดำเนินการตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) อย่างต่อเนื่อง			• ดำเนินการตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) อย่างต่อเนื่อง			• ติดตามผลการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ตามแผนอย่างต่อเนื่อง • ความพึงพอใจ ของลูกค้า ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80			กพน.

* หมายเหตุ : *สอดคล้องกับตัวชี้วัดองค์กร