



แผนปฏิบัติการด้านลูกค้ำและการตลาด
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๑ บทนำ	
๑.๑ ความเป็นมา	๑
๑.๒ นโยบาย	๑
๑.๓ วัตถุประสงค์	๒
๑.๔ เป้าหมาย	๒
บทที่ ๒ แผนปฏิบัติการลูกค้าและการตลาด	
๒.๑ โครงการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการที่ใช้บริการสะพานปลา และทำเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา	๕

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมา

องค์การสะพานปลา (อสป.) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดตั้งโดยพระราชบัญญัติกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๔๙๖ มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

๑. จัดดำเนินการและนำมาซึ่งความเจริญของสะพานปลา ตลาดสินค้าสัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมประมง

๒. จัดดำเนินการหรือควบคุม และอำนวยความสะดวกซึ่งกิจการแพปลา การขนส่ง และกิจการอื่นๆ อันเกี่ยวกับกิจการแพปลา

๓. จัดส่งเสริมฐานะสวัสดิการ หรืออาชีพของชาวประมง และบูรณะหมู่บ้านการประมง

๔. จัดส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมการประมง

อสป. มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร และเป็นเสียงสะท้อนสำคัญที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนาองค์กร

ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ และเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร อสป. จึงได้จัดทำได้ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด ฉบับนี้ขึ้น โดยมุ่งหวังให้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ เพื่อลดช่องว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้าให้ลดลง อันนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้เพิ่มขึ้น

สำหรับแผนปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการด้านลูกค้าและการตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ อสป. ได้กำหนดการดำเนินกิจกรรมโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๗ ซึ่งกำหนดในการดำเนินงาน ๑ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

๑.๒ นโยบาย

การกำหนดนโยบายการกำกับดูแลที่ดีด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder & Customer Management : SCM) เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการขององค์การสะพานปลา ดังต่อไปนี้

๑. มุ่งมั่นสนับสนุน และสร้างบรรยากาศด้านการให้บริการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าให้เกิดการมีส่วนร่วม กระบวนการทำงาน รูปแบบธุรกิจใหม่ ซึ่งสามารถสร้าง คุณค่าใหม่ (Value) ให้แก่องค์กรได้อย่างเป็นธรรม

๒. ส่งเสริมการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าให้มีการร่วมมือในกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (Productivity) และเพิ่มโอกาสในการดำเนินงานขององค์กรสู่ความยั่งยืน

๓. กำหนดให้มีการเสริมสร้าง วิสัยทัศน์ และทัศนคติของพนักงาน รวมถึงการส่งเสริมค่านิยม และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

๔. กำหนดให้มีการส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรสะพานปลา มีการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

๕. กำหนดให้ผู้บริหารต้องมีส่วนร่วมในการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าดังกล่าว และมีหน้าที่ในการสนับสนุนด้านทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามเจตนารมณ์แห่งนโยบายนี้

๑.๓ วัตถุประสงค์

๑.๓.๑ เพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมหลักในการดำเนินการด้านลูกค้าและการตลาด ของ อสป. ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓

๑.๓.๒ เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการและการติดตามประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด ของ อสป. อย่างเป็นระบบ

๑.๓.๓ เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด ของ อสป. ให้ทุกหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกทราบ เพื่อสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีของบุคลากรต่อการนำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด มาประยุกต์ใช้ในองค์กร

๑.๔ เป้าหมาย

องค์กรสะพานปลามีเป้าหมายที่จะดำเนินกิจกรรมโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๗ ที่มีความสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์องค์กรสะพานปลา ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ อันประกอบด้วย

๑. ยกระดับธุรกิจสะพานปลาสู่ศูนย์กลางการขนถ่ายตลาดสัตว์น้ำอย่างมีมาตรฐานสุขอนามัย
๒. เพิ่มช่องทางและประสิทธิภาพการแสวงหารายได้
๓. ขยายการส่งเสริมอาชีพชาวประมง
๔. เสริมสร้างระบบการบริหารจัดการองค์กรให้ทันสมัยและมีธรรมาภิบาล

ทั้งนี้ เพื่อให้ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านลูกค้าและการตลาด ขององค์กรสะพานปลาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๗ และยุทธศาสตร์ขององค์กรสะพานปลา ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๗ จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ นี้ขึ้น

บทที่ ๒

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด

การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด ประจำปี พ.ศ.๒๕๖๓ เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด ปี พ.ศ.๒๕๖๓ - ๒๕๖๗ โดยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของหลักเกณฑ์ตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ด้านลูกค้าและการตลาดนำมากำหนดยุทธศาสตร์ และแผนงานต่างๆ สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : สร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมของลูกค้า โดยการกำหนดลูกค้าที่สำคัญและวิธีการมีส่วนร่วมตามระดับความสำคัญและผลกระทบที่มีต่อกัน เพื่อให้มีกระบวนการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกับลูกค้าและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างเป็นระบบ

เป้าประสงค์ :

๑. เพื่อเพิ่มความความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานขององค์กร
๒. เพื่อสร้างความรับรู้และเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กรสู่สาธารณะ
๓. เพื่อยกระดับและพัฒนาการบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

โครงการ :

๑. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการที่ใช้บริการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา
๒. พัฒนาการสื่อสารการตลาดและบริหารจัดการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงสู่ระดับสากล

ตารางที่ ๒.๑ แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด ปี พ.ศ.๒๕๖๓ - ๒๕๖๗

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	แผนงาน/ โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ
					๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	
๑. สร้าง ความสัมพันธ์ และพัฒนาความ พึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อองค์กร	๑. เพื่อเพิ่มความ ความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อองค์กร ๒. เพื่อสร้างความ รับรู้และเป็นการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมของ องค์กรสู่สาธารณะ	๑. ศึกษาความพึง พอใจของ ผู้ใช้บริการและ ผู้ประกอบการที่ใช้ บริการสะพานปลา และทำเทียบ เรือประมงของ องค์การสะพานปลา	ฝยส., สบตส.	ความพึงพอใจ ของลูกค้า	>= ๖๕%	>= ๗๐%	>= ๗๕%	>= ๘๐%	>= ๘๕%	
		๒. พัฒนาการ สื่อสารการตลาด และบริหารจัดการ สะพานปลาและทำ เทียบเรือประมง ระดับสากล	ฝยส., สบตส.	การจัดกิจกรรม สื่อสาร การตลาด	-	>= ๑ ครั้ง	>= ๑ ครั้ง	>= ๑ ครั้ง	>= ๑ ครั้ง	

๒.๑ โครงการสำรวจพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง

๑. หลักการและเหตุผล

องค์การสะพานปลาเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. ๒๔๙๖ มีวิสัยทัศน์ “ศูนย์กลางตลาดสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ประมงไทยมาตรฐานสากล” และมีพันธกิจ ดังนี้

- ๑.๑ บริหารจัดการสะพานปลา ตลาดสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำที่ถูกต้องกฎหมายได้ มาตรฐานสุขอนามัยและเป็นธรรม
- ๑.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการจัดการรายได้ และบริหารฐานะการเงินที่มั่นคงขององค์กร
- ๑.๓ สนับสนุนส่งเสริมความรู้ เทคโนโลยี และอาชีพให้แก่ชาวประมง
- ๑.๔ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรด้วยเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ
- ๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลที่ดีแก่องค์กร

การดำเนินงานตามภารกิจดังกล่าว องค์การสะพานปลามีหน่วยงานสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมง กระจายอยู่ชายฝั่งทะเลทั้งด้านอ่าวไทยและอันดามัน รวม ๑๘ แห่ง สามารถบริการด้านการขนถ่ายและการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำให้แก่ผู้ใช้บริการทุกภาคส่วน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการของสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงได้อย่างทั่วถึง องค์การสะพานปลาเป็นหน่วยงานให้บริการด้านการประมง ทำให้มีความจำเป็นต้องมีการปรับปรุงพัฒนางานบริการให้มีประสิทธิภาพบนรากฐานของความพึงพอใจของภายนอก เพื่อศึกษาสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาองค์การสะพานปลาในแนวทางที่สามารถสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพประมงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

๒. วัตถุประสงค์ของการสำรวจ

- ๒.๑ เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา
- ๒.๒ เพื่อนำผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการ จัดทำเป็นข้อมูลเชิงวิชาการ สำหรับปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานขององค์การสะพานปลา เพื่อสามารถสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพประมงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๓. ระยะเวลาดำเนินการ

ปีงบประมาณ ๒๕๖๓ โดยให้ดำเนินการสำรวจและรายงานวิเคราะห์ข้อมูล อีกทั้งจัดทำรายงานผลการสำรวจให้แล้วเสร็จภายในเดือน กันยายน

๔. เป้าหมายโครงการ

สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกอบด้วย ผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการของ สะพานปลา และท่าเทียบเรือประมง ๘ แห่ง ดังนี้

- ๔.๑ สะพานปลาสมุทรสาคร
- ๔.๒ ท่าเทียบเรือประมงชุมพร
- ๔.๓ ท่าเทียบเรือประมงหลังสวน

- ๔.๔ สะพานปลานครศรีธรรมราช
- ๔.๕ ทำเทียบเรือประมงสงขลา
- ๔.๖ ทำเทียบเรือประมงภูเก็ต
- ๔.๗ ทำเทียบเรือประมงระนอง
- ๔.๘ ทำเทียบเรือประมงปัตตานี

๕. งบประมาณดำเนินการ

งบประมาณดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๓

๖. สถานที่ดำเนินการ

สะพานปลาและทำเทียบเรือประมง ๘ แห่ง ดังนี้

- ๖.๑ สะพานปลาสมุทรสาคร
- ๖.๒ ทำเทียบเรือประมงชุมพร
- ๖.๓ ทำเทียบเรือประมงหลังสวน
- ๖.๔ สะพานปลานครศรีธรรมราช
- ๖.๕ ทำเทียบเรือประมงสงขลา
- ๖.๖ ทำเทียบเรือประมงภูเก็ต
- ๖.๗ ทำเทียบเรือประมงระนอง
- ๖.๘ ทำเทียบเรือประมงปัตตานี

๗. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานบริหารการตลาดและกิจกรรมสังคม ฝ่ายสินเชื่อและบริหารการตลาด

๘. รายละเอียดโครงการ

- ๘.๑. ทำการออกแบบเครื่องมือการสำรวจ
- ๘.๒ ดำเนินการสำรวจ รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล
- ๘.๓ จัดทำรายงานผลการสำรวจ

๙. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ องค์การสะพานปลามีข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลทางวิชาการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของสะพานปลา และทำเทียบเรือประมง

๙.๒ หน่วยงานสะพานปลาและทำเทียบเรือประมง ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาตามความต้องการของผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการอย่างตรงประเด็น

๙.๓ ผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริหารจัดการที่ดีขององค์การ
สะพานปลา

๙.๔ ผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับการประมงได้รับการสนับสนุน
และส่งเสริมให้มีการประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน

๑๐. แผนการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรม	๒๕๖๒			๒๕๖๓									
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
๑.	ขออนุมัติโครงการฯ													
๒.	ออกแบบสำรวจ													
๓.	ดำเนินการสำรวจและ รายงานวิเคราะห์ข้อมูล													
๔.	จัดทำรายงานสรุปผลการ สำรวจ													