

**แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดของ กนอ. ระยะ 5 ปี
ปีงบประมาณ 2566 – 2570 (ทบทวนปีงบประมาณ 2568)
และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2568
และกฎบัตรและมาตรฐานบริการ**



Input		Segment	Target	Positioning
- สารสนเทศด้านลูกค้า เช่น สถานภาพการลงทุนในนิคมฯ, ฐานข้อมูลลูกค้า (ประเภทอุตสาหกรรม, ระยะเวลาอยู่ในนิคมฯ, ความต้องการความคาดหวัง) - สารสนเทศด้านตลาด เช่น มูลค่าลงทุนใหม่ในอุตสาหกรรมทั้งของโลกและมูลค่าของไทย - สารสนเทศจากคู่แข่ง/ คู่เทียบ เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย - นโยบาย และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย, กลุ่มอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของ BOI, BCG Model - ผลการจำแนกลูกค้าปีที่ผ่านมา	★★ ลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต	กลุ่มเริ่มต้น 0-3 ปี กลุ่มเติบโต 3-10 ปี กลุ่มมั่นคง 10 ปีขึ้นไป	กลุ่มศักยภาพ (Competitive): กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีการเติบโตของมูลค่าการลงทุน และความต้องการลงทุนในไทยสูง และมีมูลค่าการลงทุนสะสมในนิคมฯ สูง ได้แก่ ยานยนต์และยานยนต์ไฟฟ้า, อิเล็กทรอนิกส์และอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ, โลหะและวัสดุอัจฉริยะ, ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์มูลค่าสูง กลุ่มขยายฐาน (Explore): กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีการเติบโตของมูลค่าการลงทุน และความต้องการลงทุนในไทยสูง แต่มีมูลค่าการลงทุนสะสมในนิคมฯ ไม่มากนัก ได้แก่ อุตโนมัติและหุ่นยนต์ และอากาศยาน กลุ่ม BCG: กลุ่มอุตสาหกรรมที่เพิ่มมูลค่าจากวัสดุชีวภาพ การนำของเสียกลับมาใช้ในกระบวนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ได้แก่ เกษตรและแปรรูปอาหาร, เคมีชีวภาพ, หมุนเวียนการใช้ทรัพยากร และพลังงานสะอาด	นิคมอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมการลงทุนและสร้างศักยภาพการเติบโตในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ★ นิคมอุตสาหกรรมที่ยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ★ นิคมอุตสาหกรรมที่สร้างความเชื่อมั่นด้วยการบริหารจัดการมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ★

★ ประเด็นที่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2568

★★ กลุ่มลูกค้าปัจจุบันมีการยกเลิกการจำแนกลูกค้าตามสัญชาติ

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด กนอ. ระยะ 5 ปี ปีงบประมาณ 2566-2570 (ทบทวนปีงบประมาณ 2568)



ยุทธศาสตร์ (Strategy)

ยุทธศาสตร์ที่ 1

สร้างการเติบโตด้านการลงทุน
ในนิคมอุตสาหกรรม
และแสวงหาโอกาสในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2

ขับเคลื่อนการบริการและบริหารจัดการ
อัจฉริยะ Smart I.E. และพัฒนา
สู่การเป็นนิคมอุตสาหกรรมยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3

เพิ่มขีดความสามารถ
และส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4

พัฒนาระบบนิเวศ
เพื่อเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ
และสานสัมพันธ์เพื่อการเติบโต

กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด (Tactic)

กลยุทธ์ที่ 1

สร้างโอกาสในการขาย และพัฒนา/
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
และธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ตอบโจทย์
ความต้องการของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 2

พัฒนาระบบอัจฉริยะ และยกระดับการให้บริการ
และการกำกับดูแล

กลยุทธ์ที่ 3

เป็นศูนย์กลางความรู้และความร่วมมือ
เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ
และการพัฒนาสู่ SDGs I.E.

กลยุทธ์ที่ 4

เพิ่มประสิทธิภาพและความคล่องตัว
รองรับการดำเนินธุรกิจ/ ภารกิจใหม่

กลยุทธ์ที่ 5

สร้างภูมิคุ้มกันและเสริมความเข้มแข็ง
แก่ผู้ประกอบการสู่การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 6

ต่อยอดความเชื่อมั่นสู่ความภาคภูมิใจ

โครงการ

โครงการที่ 1

โครงการแสวงหาพันธมิตรในการขยาย/
จัดตั้งนิคมฯ ร่วมดำเนินงาน

โครงการที่ 2

โครงการพัฒนารูปแบบธุรกิจ
และความร่วมมือเพื่อพัฒนาธุรกิจ
ที่เกี่ยวข้อง

โครงการที่ 3

โครงการบริหารจัดการบริษัทร่วมทุน

โครงการที่ 4

โครงการขาย/ ให้เช่าพื้นที่นิคมฯ
ที่ กนอ. ดำเนินการเอง

โครงการที่ 5

โครงการพัฒนานิคมฯ อัจฉริยะ และทำเรื่องฯ
อัจฉริยะในพื้นที่มาบตาพุดตามการดำเนินงาน
Smart I.E.

โครงการที่ 6

แผนยกระดับ TSC และปรับปรุงระบบ e-PP

โครงการที่ 7

ส่งเสริมนิคมอุตสาหกรรมเชิงนิเวศตามเกณฑ์
ตัวชี้วัด SDGs I.E.

โครงการที่ 8

โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลภายใน
การตลาด ผู้ประกอบการ ระบบนวัตกรรม
และหน่วยงานภายนอก และพัฒนา Platform
เพื่อดึงดูดนักลงทุน

โครงการที่ 9

โครงการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะ
ด้านการตลาด และการลงทุนในธุรกิจใหม่
ให้แก่พนักงาน กนอ.

โครงการที่ 10

แผนงานส่งเสริมการนำองค์ความรู้
และประเมินผลลัพธ์ของการนำองค์ความรู้
มาพัฒนาองค์กร

โครงการที่ 11

โครงการสร้างพันธมิตรเพื่อสร้าง Eco System
ในการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ

โครงการที่ 12

โครงการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของลูกค้า

โครงการที่ 13

โครงการพัฒนาศักยภาพเครื่องมือการตลาด
(Digital Marketing Tools)

โครงการที่ 14

โครงการศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการ

โครงการที่ 15

โครงการ Customer Visit

โครงการที่ 16

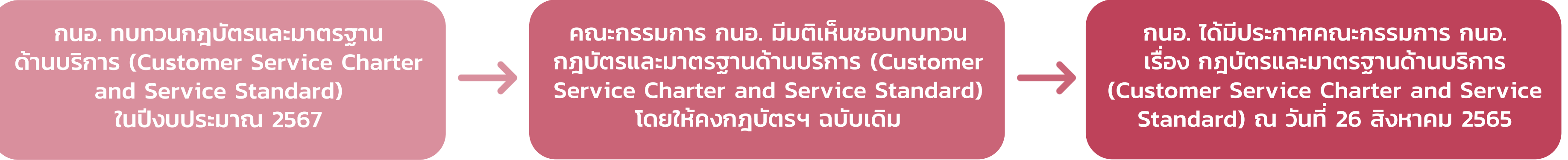
แผนงานในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร
สู่บทบาทใหม่ของ กนอ.

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint) สำหรับกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกอนาคต



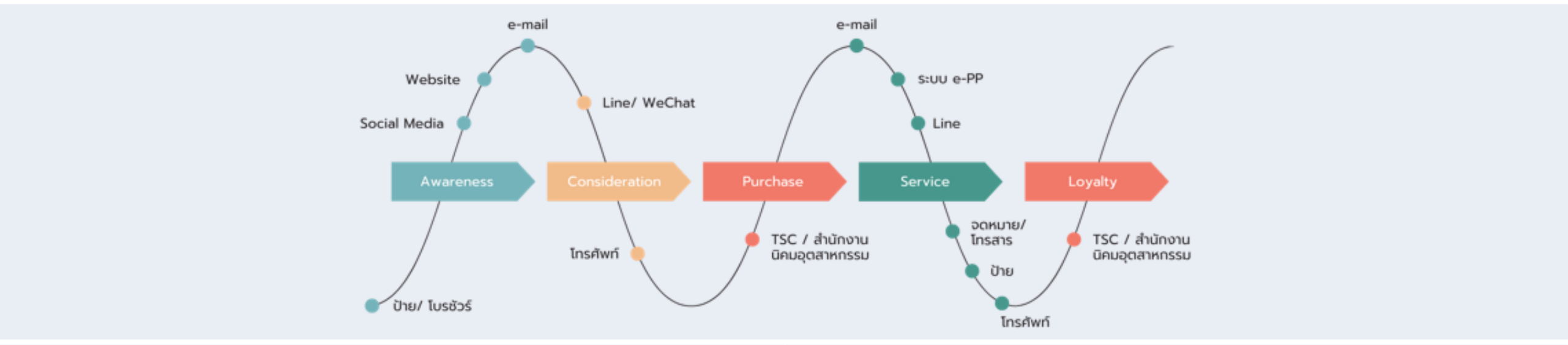
จุดสัมผัสบริการ (Touchpoints)	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าอนาคต		ประเภทการสนับสนุน			ความถี่ของการให้บริการ	ผู้รับผิดชอบช่องทางให้บริการ	ความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า
	เริ่มต้น (< 3 ปี)	เติบโต (3 – 10 ปี)	มั่นคง (> 10 ปี)	กลุ่มอุตสาหกรรมฐานการผลิต (Cluster Base Industry)	กลุ่มอุตสาหกรรม BCG	การบริการสารสนเทศ	การทำธุรกรรม/ขอรับบริการ	การให้ข้อมูลป้อนกลับ			
Digital Touchpoints											
(1) เว็บไซต์ กนอ.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ตลอด 24 ชั่วโมง	กสอ. สผก.	- ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน - ตอบกลับรวดเร็ว - อำนวยความสะดวกลูกค้า
(2) สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Twitter, LinkedIn, WeChat, Weibo)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ตลอด 24 ชั่วโมง	กสอ. สผก.	
(3) อีเมล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ตลอด 24 ชั่วโมง	กตล. ฝตล./ กสอ. สผก.	
(4) Line Official/ Line กลุ่มผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ตลอด 24 ชั่วโมง	ฝบก./ สนง. นิคมฯ	
Physical Touchpoints											
(1) โทรศัพท์สำนักงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	เวลาทำการ	กสอ. ฝพส./ สนง. นิคมฯ	
(2) เอกสาร/ จดหมาย/ โทรสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	เวลาทำการ	สนง. นิคมฯ	- อำนวยความสะดวกลูกค้า - ตอบกลับรวดเร็ว - ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน
(3) ป้ายประชาสัมพันธ์/ โบรชัวร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	เวลาทำการ	กสอ. สผก./ สนง. นิคมฯ	ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน
(4) ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ ครบวงจร (Total Solution Center: TSC)/ สำนักงาน นิคมอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	เวลาทำการ	ฝบก./ สนง. นิคมฯ	- ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน - อำนวยความสะดวกลูกค้า - ตอบกลับรวดเร็ว

กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter and Service Standard)



การบริการสารสนเทศ	การทำธุรกรรม/ การขอรับบริการ	การให้ข้อมูลป้อนกลับ
- บริการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ / ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจให้กับนักลงทุน - บริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายและคู่มือต่าง ๆ - บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถามเบื้องต้น และอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุน	- บริการด้วยระบบลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (e – Signature) - QR Code และระบบอนุมัติ อนุญาตอิเล็กทรอนิกส์ครบวงจร (e – Paperless & e – PP) - บริการใบเสร็จรับเงิน/ ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e – Tax Invoice & e – Receipt) - ให้บริการด้านการยื่นคำขอต่าง ๆ รวมถึงการชำระค่าใช้จ่าย	- การรับแจ้งเหตุ - การร้องเรียน - การให้ข้อคิดเห็น คำติชม

ช่องทาง/ กลไกการรับฟังลูกค้าในทุกจุด Touchpoint ของ Customer Journey



Digital Touchpoints	Physical Touchpoints
- เว็บไซต์ กนอ. - สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook/ Twitter/ LinkedIn/ WeChat/ Weibo) - s:UU I-EA-T e-PP - e – mail - Line Official/ Line กลุ่มผู้ประกอบการ/ WeChat	- โทรศัพท์สำนักงาน - จดหมาย/ โฆษณา - ป้ายประชาสัมพันธ์/ โทรศัพท - ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จครบวงจร (Total Solution Center: TSC)/ สำนักงานนิคมอุตสาหกรรม



ประกาศคณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter and Service Standard)
การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงประกาศคณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter and Service Standard) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุงปี ๒๕๖๕) ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM)

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๓ (๑๔) แห่งพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และมติคณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๖๕ คณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า “ประกาศคณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter and Service Standard) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย”

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกประกาศคณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter and Service Standard) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ลงวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๖๔

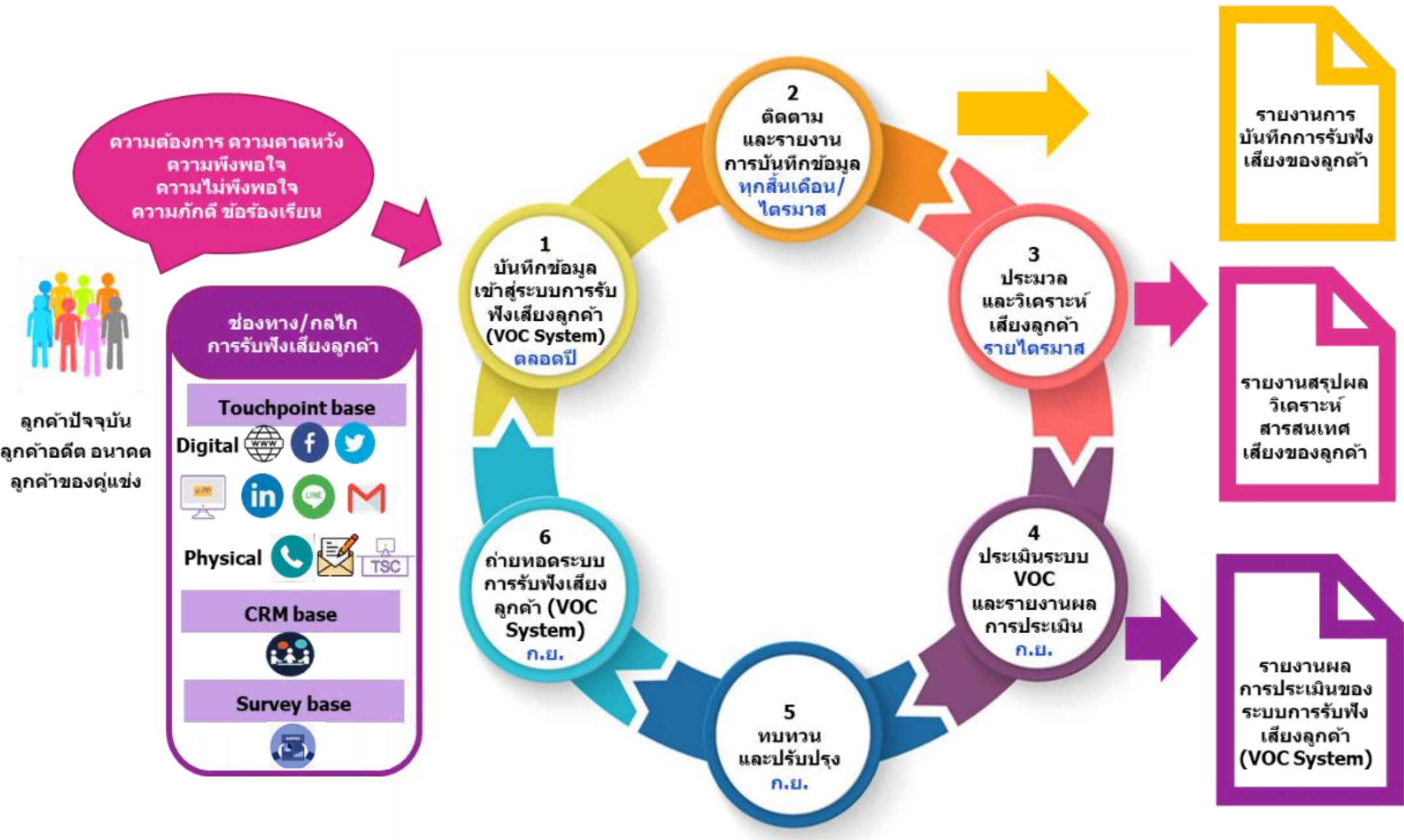
ข้อ ๔ ในประกาศนี้

“กฎบัตรการบริการลูกค้า (Customer Service Charter)” หมายความว่า นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของรัฐวิสาหกิจในการให้บริการ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้บุคลากรของ กนอ. และลูกค้าทราบ

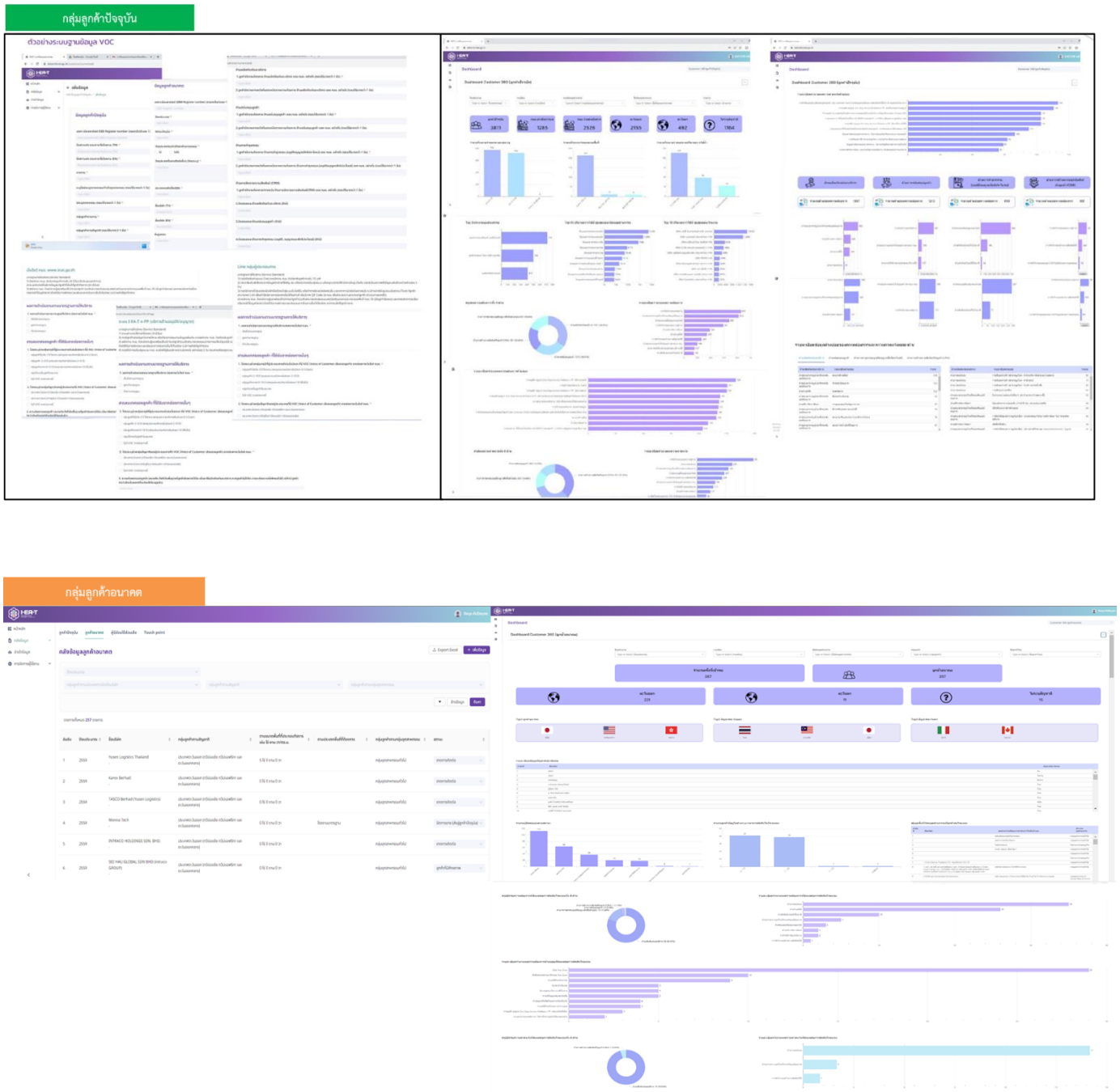
“มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard)” หมายความว่า นโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้บุคลากรของ กนอ. เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touchpoints) ทางธุรกิจ ที่อาจมีกับลูกค้าซึ่งประกอบด้วย พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน (Service Protocol) การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Service Recovery Plan) จุดสัมผัสบริการ (Touchpoints) โดยต้องกำหนดให้ครอบคลุมทั้ง Physical Touchpoints

กระบวนการรับฟังลูกค้า และระบบการรับฟังเสียงลูกค้า (Voice of Customer System: VOC System)

กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า



ระบบ Data Driven Marketing



6 ช่องทางร้องเรียน และผู้รับผิดชอบ



- | | | | | | |
|--|-------------|-------------|--|---|---|
| <p>1) สำนักงานใหญ่ (คสป./ กอป./ กอก./ กสป./ ฟชส./ ฟตล./ กวพ.)</p> <p>2) สำนักงานนิคมฯ / สำนักงานท่าเรือฯ ทุกแห่ง</p> | <p>กาว.</p> | <p>กสอ.</p> | <p>1) สำนักงานใหญ่ (คสป./ กอป./ กอก./ กสป./ ฟชส./ ฟตล./ กวพ.)</p> <p>2) สำนักงานนิคมฯ / สำนักงานท่าเรือฯ ทุกแห่ง</p> | <p>สำนักงานนิคมฯ / สำนักงานท่าเรือฯ ทุกแห่ง</p> | <p>1) ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2) กวพ.</p> |
|--|-------------|-------------|--|---|---|

ระยะเวลาดำเนินการ

 ภายใน **1** วัน การตอบสนองข้อร้องเรียน (Response Time)

 ภายใน **15** วัน การจัดการข้อร้องเรียน (Close Out Rate)



กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนจำแนกออกเป็น 3 กระบวนการ ดังนี้

1 กระบวนการรับข้อร้องเรียน



2 กระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงและแก้ไขข้อร้องเรียน



3 กระบวนการติดตามและรายงานผลข้อร้องเรียน

