



การทบทวนคู่มือการปฏิบัติงาน  
(Work Manual)

กระบวนการขาย/ให้เช่านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง

กองลูกค้าสัมพันธ์  
ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์  
การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

จัดทำโดย กองลูกค้าสัมพันธ์

มีนาคม ๒๕๖๖

**คู่มือการปฏิบัติงาน**  
**กระบวนการขาย/ให้เข้านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง**

**๑. วัตถุประสงค์**

เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการขาย/ให้เข้านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง ให้มีมาตรฐานและถือปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน

**๒. ขอบเขต**

ขอบเขตของกระบวนการในคู่มือครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (นิคมอุตสาหกรรม) ของ กนอ. พร้อมด้วย การกำหนดกลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย การดำเนินกิจกรรมและการขาย และการติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายการขาย/ให้เข้าพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม

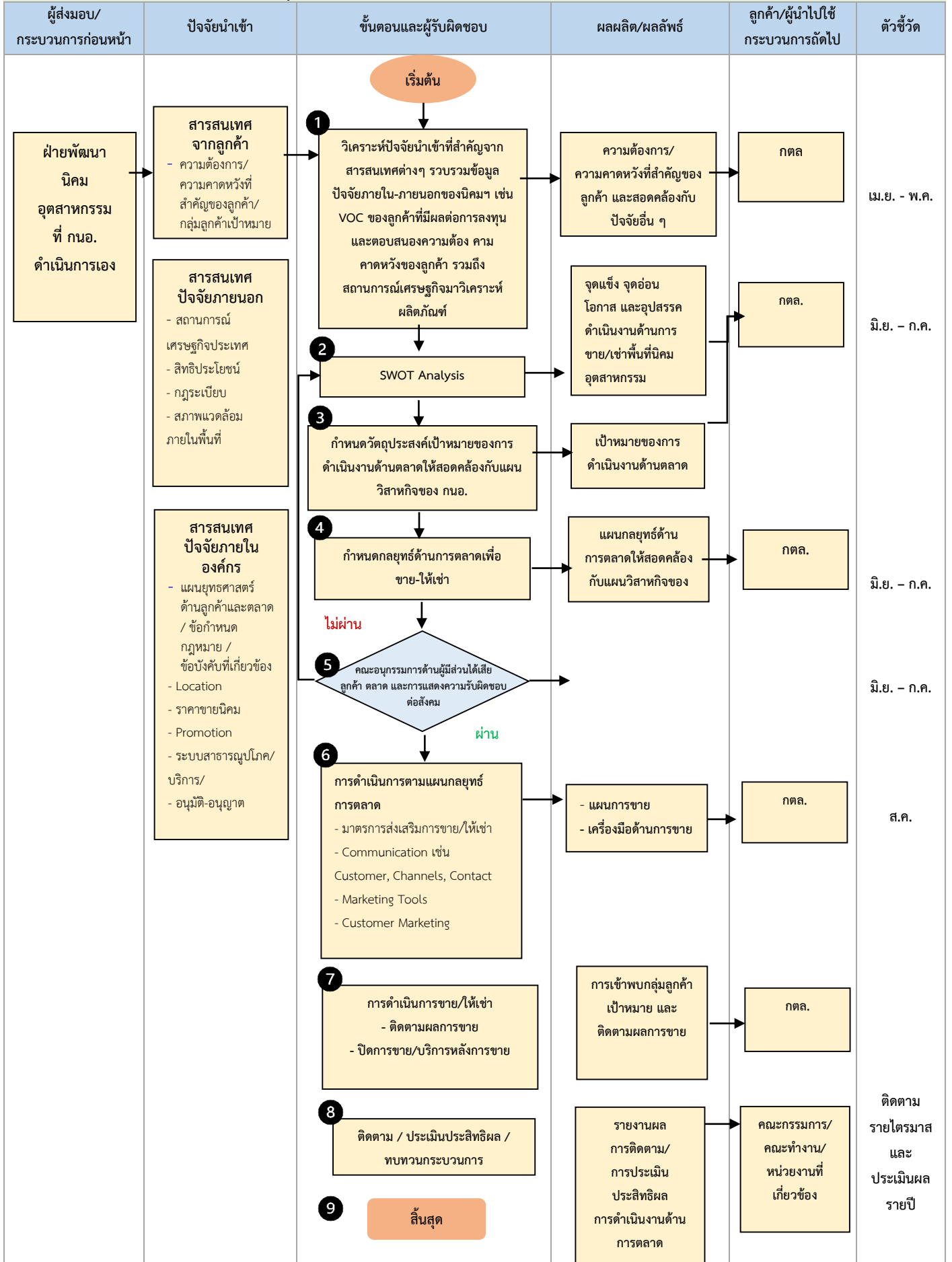
**๓. คำจำกัดความ**

๑. กตล. หมายถึง กองการตลาด
๒. ฟตล. หมายถึง ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
๓. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำกระบวนการไปปฏิบัติ หมายถึง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายการตลาด และลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายบริการผู้ประกอบการ สายงานปฏิบัติการ ๑/๒/๓

**๔. หน้าที่ความรับผิดชอบ**

๑. กองการตลาด มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการสำรวจตลาด และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การดำเนินงานด้านการขายผลิตภัณฑ์และบริการของ กนอ. การดำเนินการกิจกรรมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์และบริการของ กนอ. และการดำเนินการประเมินผลกระบวนการทางการตลาด ทบทวนและรายงานผลทางการตลาด
๒. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีหน้าที่ในการสนับสนุนข้อมูลและการให้คำปรึกษากับผู้ประกอบการ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม

๕. แผนผังกระบวนการทำงานในปัจจุบัน (As-is Process)



## ๖. สาเหตุในการปรับปรุงกระบวนการทำงานในปัจจุบัน (As-Is Process)

- ไม่มีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ใช้กระบวนการเดิมในปัจจุบัน (As-Is Process) เนื่องจากกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และการติดตามรายงานผลการดำเนินงาน (เดิม) ยังใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด/ ด้อยกว่าคู่แข่ง
- ตัววัดไม่เหมาะสม และ/ หรือไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านลูกค้า ตลาดและ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับ

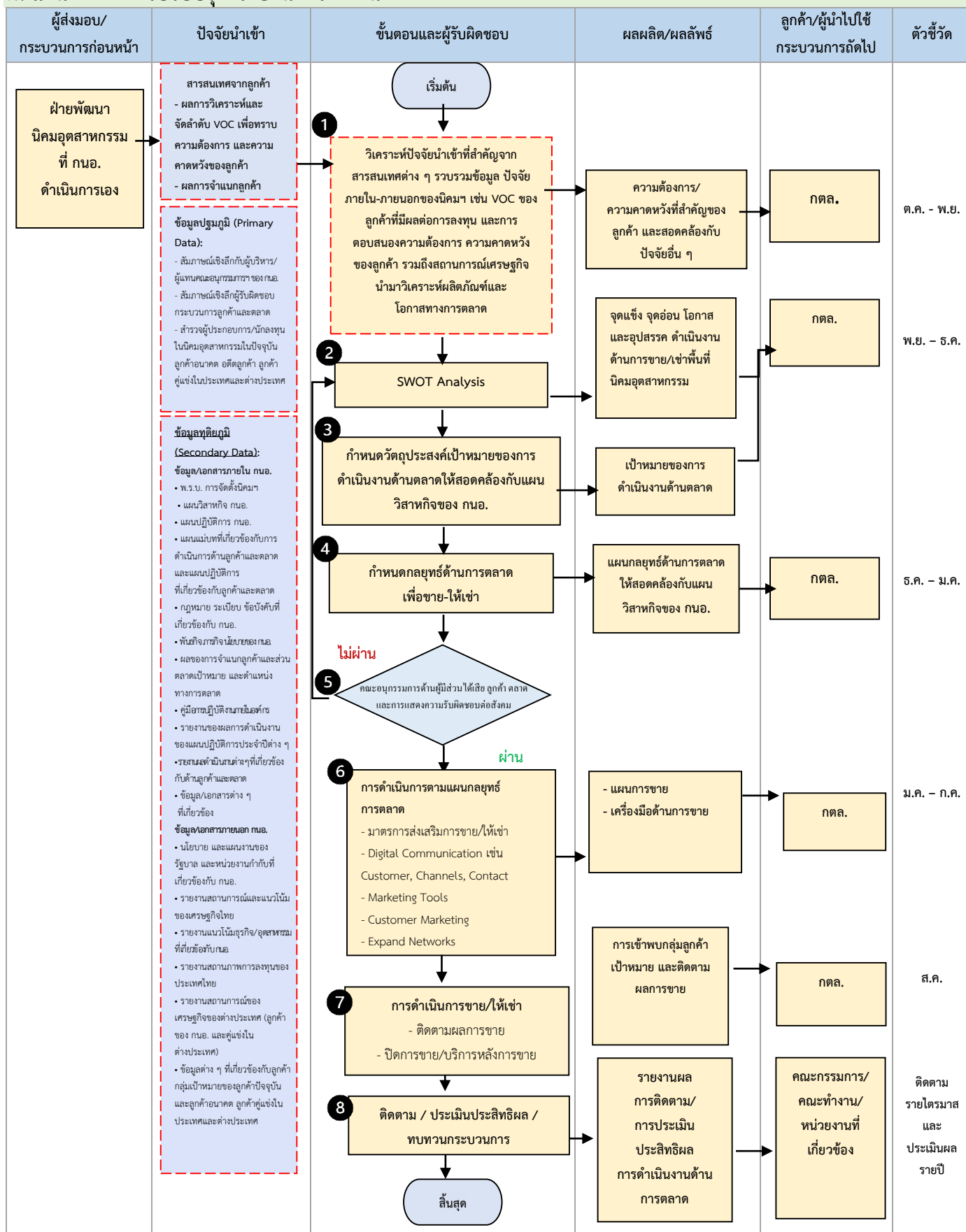
กระบวนการ

- เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ ลดข้อร้องเรียนของลูกค้า
- เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน โดยการเพิ่มขึ้นตอน/กระบวนการทำงาน เช่น เพิ่มการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับด้านลูกค้า และตลาดที่เป็นปัจจัยนำเข้า สำหรับการวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญ หรือเพิ่มหน่วยงานรับผิดชอบภายในองค์กร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม เช่น สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ/ การค้า/ การลงทุนในประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก/กฎหมาย กฎระเบียบ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป
- เพื่อนำกระบวนการไปปฏิบัติได้อย่างทั่วถึงยิ่งขึ้น และสม่ำเสมอตามรอบเวลาการดำเนินการที่ระบุ

## ๗. ข้อเสนอแนะการปรับปรุงกระบวนการ

สาเหตุ	แนวทาง	ระยะเวลาดำเนินการ	สิ่งที่คาดว่าจะได้รับการปรับปรุง
<p><b>ในปีงบประมาณ ๒๕๖๕</b></p> <p><b>๑. ข้อมูลปัจจัยนำเข้า</b> สารสนเทศปัจจัยภายในองค์กรที่ กนอ. ได้รวบรวมและสรุป วิเคราะห์เป็นปัจจัยนำเข้าสำคัญ ยังไม่เพียงพอต่อการปรับปรุงกระบวนการขาย/ให้เช้านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง</p> <p><b>๒. ปรับแก้ตัวชี้วัดระยะเวลาการปฏิบัติงาน</b> เพื่อให้สอดคล้องกับภาพรวมการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด กนอ. ระยะ ๕ ปี (ปีงบประมาณ ๒๕๖๖-๒๕๗๐) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า และตลาด ปีงบประมาณ ๒๕๖๖</p>	<p>ระบุรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยนำเข้า โดยมีการจำแนกกลุ่มข้อมูลด้านลูกค้าและตลาดให้ครบถ้วนมากขึ้น เพื่อให้การวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า สำหรับการปรับปรุงกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และการติดตามผลการดำเนินการสามารถนำไปประกอบการปฏิบัติงานให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า/ส่วนของตลาดลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าอนาคต ดังนี้</p> <p>๑. ข้อมูลปฐมภูมิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้บริหาร กนอ./ผู้รับผิดชอบกระบวนการด้านลูกค้าและตลาด</li> <li>- ผลสำรวจ VOC ลูกค้าในนิคมฯ/ท่าเรือ</li> </ul> <p>๒. ข้อมูลทุติยภูมิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลเอกสารภายในและภายนอก กนอ.</li> </ul>	<p>ไตรมาส ๑</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>เพิ่มข้อมูลปัจจัยนำเข้า</b> ให้มีความครบถ้วน มีประสิทธิภาพต่อการนำไปใช้ปรับปรุงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และนวัตกรรม โดยมีการแก้ไขเพิ่มเติมรายละเอียดข้อมูลปัจจัยนำเข้าดังนี้</li> <li><input type="checkbox"/> <b>สารสนเทศจากลูกค้า</b></li> <li>- ผลการวิเคราะห์ และจัดลำดับ VOC เพื่อทราบความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า/ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้า/ข้อมูลด้านราคาในพื้นที่ใกล้เคียง</li> <li>- <b>เพิ่มข้อมูลในขั้นตอนและผู้รับผิดชอบ</b> วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญจากสารสนเทศต่าง ๆ รวบรวมข้อมูลปัจจัยภายใน-ภายนอกของนิคมฯ เช่น VOC ของลูกค้าที่มีผลต่อการลงทุนและการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงสถานการณ์เศรษฐกิจ นำมาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และโอกาสทางการตลาด</li> <li>- <b>ตัวชี้วัด (ปรับระยะเวลาการปฏิบัติงาน)</b></li> </ul> <p><b>ขั้นตอนที่ ๑</b> ปรับจากเดือน เม.ย.-พ.ค. เป็น ต.ค.-พ.ย.</p> <p><b>ขั้นตอนที่ ๒</b> ปรับจากเดือน มิ.ย.-ก.ค. เป็น พ.ย.-ธ.ค.</p> <p><b>ขั้นตอนที่ ๓ ถึง ๕</b> ปรับจาก มิ.ย.-ก.ค. เป็น ธ.ค.-ม.ค.</p> <p><b>ขั้นตอนที่ ๖</b> ปรับจากเดือน มิ.ย.-ก.ค.เป็น ม.ค.- ก.ค.</p>

## ๘. แผนผังหลังการปรับปรุงกระบวนการทำงาน



หมายเหตุ :



คือ ขั้นตอนที่ได้รับการปรับปรุง

**๙. ผู้รับผิดชอบขั้นตอนต่าง ๆ และมาตรฐานคุณภาพงาน**

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	มาตรฐานคุณภาพงาน
วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญจากสารสนเทศต่าง ๆ รวบรวมข้อมูล ปัจจัยภายใน-ภายนอกของนิคมฯ เช่น ผลการวิเคราะห์ VOC ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในนิคมฯ การตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงสถานการณ์เศรษฐกิจฯ นำมาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และโอกาสทางการตลาด	กตล.	- สารสนเทศผลการวิเคราะห์ VOC เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในนิคมฯ/ การตอบสนองความต้องการ/ ความคาดหวังของลูกค้า - ข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์ ข้อมูลสภาพแวดล้อม/สถานการณ์เศรษฐกิจฯ ของพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม - ดำเนินการแล้วเสร็จตามกำหนด
SWOT Analysis	กตล.	จุดเด่น-จุดด้อยของพื้นที่นิคมฯ
กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายของการดำเนินงาน ด้านตลาดให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจของ กนอ.	กตล.	ดำเนินการแล้วเสร็จตามกำหนด
กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อขาย-ให้เช่า	กตล.	ดำเนินการแล้วเสร็จตามกำหนด
การดำเนินการตามแผนกลยุทธ์การตลาด - มาตรการส่งเสริมการขาย/ให้เช่า - Digital Communication เช่น Customer, Channels, Contact - Marketing Tools - Customer Marketing - Expand Networks	กตล.	ดำเนินการแล้วเสร็จตามกำหนด
การดำเนินการขาย/ให้เช่า - ติดตามผลการขาย - ปิดการขาย/บริการหลังการขาย	กตล.	ดำเนินการแล้วเสร็จตามกำหนด
ติดตาม / ประเมินประสิทธิผล / ทบทวน กระบวนการ	กตล.	ดำเนินการแล้วเสร็จตามกำหนด

**๑๐. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน**

๑๐.๑ กองการตลาด ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากปัจจัยภายในและภายนอกของนิคมอุตสาหกรรม การวิเคราะห์ SWOT Analysis ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่กระทบต่อผลิตภัณฑ์ รวมถึงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด กฎระเบียบของ กนอ. นโยบายของรัฐบาล กระแสด้านการลงทุน

๑๐.๒ กองการตลาด นำข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ทั้งหมด เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดรายนิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง โดยมีรายละเอียด ดังนี้ การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด ได้แก่ วัตถุประสงค์ด้านการเงินและวัตถุประสงค์ด้านการตลาด การกำหนด กลยุทธ์การตลาด ได้แก่ STP การแบ่งส่วนตลาด การวางตำแหน่ง Marketing Mix กลยุทธ์การขาย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสาร

๑๐.๓ กองการตลาด ดำเนินการนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดที่จัดทำขึ้นให้คณะกรรมการพิจารณา

๑๐.๔ ภายหลังจากแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดรายนิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง ได้รับความเห็นชอบกองการตลาดดำเนินการสื่อสารข้อมูลแผนกลยุทธ์การตลาดกับพนักงานขายของ กนอ. พร้อมจัดทำเครื่องมือส่งเสริมการขาย กำหนดช่องทางการและเผยแพร่ข้อมูลทั้งช่องทางสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และการจัดทำมาตรการส่งเสริมการขาย/ให้เข้าพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม

๑๐.๕ กองการตลาด ดำเนินการขยายพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเข้าพบให้คำปรึกษา ด้านการลงทุน การประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group/ Round Table/ Market Sounding) กิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) กิจกรรม Door Knocking และการดำเนินการผ่านเครือข่ายหน่วยงานด้านการส่งเสริมการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๑๐.๖ ในกรณีผู้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม กองการตลาด อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการตั้งแต่ขั้นตอนการขออนุญาตใช้ที่ดินเพื่อประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม จนถึงขั้นตอนการแจ้งเริ่มประกอบอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ระหว่างการดำเนินการ กองการตลาดดำเนินการจัดเก็บข้อมูลสำคัญความต้องการ ความคาดหวังและพฤติกรรมของผู้ประกอบการลงในฐานะข้อมูลลูกค้าของกองการตลาด

๑๐.๗ กองการตลาดดำเนินการติดตามและประเมินผล ประสิทธิภาพของกระบวนการ ทั้งในมิติของกระบวนการและผลลัพธ์ ตลอดจนการนำผลที่ได้รับมาปรับปรุงการดำเนินงานด้านการขยาย/ให้เข้านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง

#### ๑๑. ระบบติดตามประเมินผล

กองการตลาด ทบทวนกระบวนการขยาย/ให้เข้านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกเดือน

ตัวชี้วัดประสิทธิผล	เป้าหมายตัวชี้วัดประสิทธิผล
จำนวนพื้นที่ขาย/เช่าพื้นที่ในนิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง	ดำเนินการขาย/เช่าพื้นที่ในนิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเองเป็นไปตามเป้าหมาย

#### ๑๒. เอกสารอ้างอิง

๑) พ.ร.บ. กนอ. พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติมกฎกระทรวง

๒) คู่มือการขอประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรมและการขอรับสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม

#### ๑๓. แบบฟอร์มที่ใช้

ไม่มี

#### ๑๔. ภาคผนวก

ไม่มี

#### ๑๕. ข้อเสนอแนะ/ เทคนิคในการปฏิบัติงาน/ ปัญหาอุปสรรค แนวทางการแก้ไขและพัฒนางาน

ข้อเสนอแนะ/ เทคนิคในการปฏิบัติงาน/ ปัญหาอุปสรรค	แนวทางการดำเนินการ
-	-

ทั้งนี้ กระบวนการขยาย/ให้เข้านิคมอุตสาหกรรมที่ กนอ. ดำเนินการเอง ที่ได้ผ่านการปรับปรุงจะถูกทบทวนทุกปีงบประมาณ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานยิ่งขึ้น

-----