
	รหัสเอกสาร : UNISERV-MKT-QP-02	
	ชื่อเอกสาร : ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Quality Procedure) : การทำแผนการตลาด	
	Revision : 00	
	วันที่บังคับใช้ : มีนาคม 2567	หน้าที่ : 1 จาก 4

ผู้จัดทำ	ผู้ทบทวน	ผู้อนุมัติ
 นางสาวกรรณก คำสอน วันที่ 28 มีนาคม 2567	 ดร.กฤษฏี กาญจนกิตติ QMR สำนักบริการวิชาการ วันที่ 28 มีนาคม 2567	 รศ.ดร.เศรษฐ์ สัมภักตะกุล วิชาการแทนผู้อำนวยการ สำนักบริการวิชาการ วันที่ 28 มีนาคม 2567

ประวัติการแก้ไข

ครั้งที่แก้ไข	รายละเอียดการแก้ไข
00	จัดทำเอกสารครั้งแรก

	รหัสเอกสาร : UNISERV-MKT-QP-02	
	ชื่อเอกสาร : ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Quality Procedure) : การทำแผนการตลาด	
	Revision : 00	
	วันที่บังคับใช้ : 28 มีนาคม 2567	หน้าที่ : 2 จาก 4

## 1. วัตถุประสงค์

- 1.1 เพื่อกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงานด้านการตลาด
- 1.2 เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจและภาระงานด้านการตลาด
- 1.3 เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการตลาดให้ดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน

## 2. ขอบเขต

- 2.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงานนี้ใช้เมื่อสำนักบริการวิชาการดำเนินกิจกรรมโดยตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการบริการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

## 3. คำนิยาม

- 3.1 “การตลาด” หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้นๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ
- 3.2 “แผนการตลาด” เอกสารที่มีรายละเอียดมากขึ้นซึ่งใช้ในการดำเนินกลยุทธ์การตลาด โดยจะให้แผนงานสำหรับการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติตามระยะเวลาที่กำหนด

## 4. เครื่องมือและอุปกรณ์




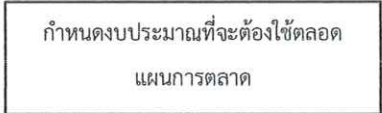
- 4.1 คู่มือแผนการตลาดของสำนักบริการวิชาการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

## 5. ผู้ปฏิบัติงาน

- 5.1 ผู้บริหาร
- 5.2 หัวหน้าฝ่าย
- 5.3 เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจด้านการตลาด



	รหัสเอกสาร : UNISERV-MKT-QP-02	
	ชื่อเอกสาร : ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Quality Procedure) : การทำแผนการตลาด	
	Revision : 00	
	วันที่บังคับใช้ : 28 มีนาคม 2567	หน้าที่ : 3 จาก 4

## 6. วิธีการปฏิบัติงาน

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
1		- ทำความเข้าใจในธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของสำนักบริการวิชาการธุรกิจของ Uniserv ได้เปรียบหรือเสียเปรียบคู่แข่งอย่างไร และควรนำเสนออะไร จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ของ Uniserv แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาด	- ผู้บริหาร - เจ้าหน้าที่โครงการ	-UNISERV-MKT-FM-07 -UNISERV-MKT-FM-02
2		- ทำการสำรวจค้นหาว่าใคร กลุ่มไหน หรือองค์กรไหน คือกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ของ Uniserv ศึกษารวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การสำรวจจาก Social Media Insights การใช้กลุ่มเป้าหมายเดียวกับคู่แข่ง ฯลฯ	- เจ้าหน้าที่โครงการ	-UNISERV-MKT-FM-07
3		- กำหนด KPI โดยจะต้องวางแผนว่า ควรโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางใด ด้วยวิธีการแบบไหน และจะมีวิธีการวัดผลสัมฤทธิ์อย่างไร เช่น โปรโมทผ่าน Social Media ผ่าน Platform Facebook , Line OA ซึ่งเป็นช่องทางที่มีกลุ่มลูกค้าอยู่มากที่สุด	- ผู้บริหาร - เจ้าหน้าที่โครงการ	-UNISERV-MKT-FM-07
4		- วางแผนการกำหนดงบประมาณที่จะใช้ - ชี้แจงงบประมาณกับหัวหน้างานและดำเนินการเบิกงบประมาณ	- หัวหน้าฝ่าย - เจ้าหน้าที่โครงการ - ฝ่ายการเงิน	-UNISERV-MKT-FM-07

A

	รหัสเอกสาร : UNISERV-MKT-QP-02	
	ชื่อเอกสาร : ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Quality Procedure) : การทำแผนการตลาด	
	Revision : 00	
	วันที่บังคับใช้ : 28 มีนาคม 2567	หน้าที่ : 4 จาก 4

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
5		-ดำเนินการตามแผนการตลาดที่วางไว้	- เจ้าหน้าที่โครงการ	- ไม่มี
6		- จัดประชุมทบทวนการดำเนินงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องของแต่ละส่วนงาน พร้อมบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึก AAR - รายงานผลให้ผู้บริหารรับทราบ	- หัวหน้าฝ่าย - เจ้าหน้าที่โครงการ	- UNISERV-MKT-FM-04 - UNISERV-MKT-FM-03

## 7. เอกสารอ้างอิง

7.1 -ไม่มี-

## 8. เอกสารแนบท้าย

8.1 UNISERV-MKT-FM-01 Memo (การตลาด)

8.2 UNISERV-MKT-FM-02 Business Model Canvas

8.3 UNISERV-MKT-FM-03 รายงานผลการดำเนินงาน

8.4 UNISERV-MKT-FM-04 แบบบันทึก AAR

8.5 UNISERV-MKT-FM-07 แผนปฏิบัติงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ (Action Plan)