

## หลักสูตร Marketing Transformation Program รุ่นที่ 5 (MTP)

โดย มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ (IRDP)

อบรมวันที่ 26 เมษายน – 21 มิถุนายน 2566

### 1. หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสำนักกำกับและประเมินผลรัฐวิสาหกิจ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการประเมินผลรัฐวิสาหกิจโดยใช้แนวทาง ที่เรียกว่า State Enterprise Assessment Model (SE-AM) มาใช้ในการประเมิน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจของโลก ที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ภาคธุรกิจต้องมีการปรับตัวเป็นอย่างมาก เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และวิถีชีวิตของผู้คนที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดโดยตรงคือ ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า (Stakeholder & Customer : SCM)

หลักสูตร Marketing Transformation Program (MTP) รุ่น 5 จึงได้ทำการปรับปรุงหลักสูตรใหม่ เป็นหลักสูตรที่ ครอบคลุม Module 1 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสีย และ Module 2 การมุ่งเน้นลูกค้า ตามเกณฑ์ประเมินผล ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า ของเกณฑ์ SE-AM ในการประเมินรัฐวิสาหกิจ โดยองคกรขนาดใหญ่สามารถนำ เครื่องมือตามเกณฑ์ดังกล่าวไปปรับใช้ เพื่อพัฒนามาตรฐาน ในการดำเนินธุรกิจ ในการตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า โดยหลักสูตรดังกล่าวครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่

- กลยุทธ์ ในการบริหารผู้มีส่วนได้เสีย
- การจำแนกลูกค้า
- การรับฟังลูกค้า การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน
- การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน การจัดการข้อร้องเรียน
- ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด
- การพัฒนา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
- กรณีศึกษาด้านการบริหารผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้าของ รัฐวิสาหกิจ
- การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อทดลองนำความรู้จากการอบรม มาทำเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของผู้เข้าอบรม

มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนองค์กรในด้าน การตลาดและลูกค้า ให้ทันสมัยสอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนในยุคดิจิทัล และรองรับแนวทางการประเมิน รัฐวิสาหกิจรูปแบบใหม่ ด้านการบริหารจัดการลูกค้าและการตลาด ไม่ได้นำไปใช้ได้เฉพาะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เท่านั้น แต่ยังเหมาะกับการนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของบริษัทเอกชน เพื่อนำระบบ ฐานข้อมูล Big Data ทั้งภายในองค์กรเอง และข้อมูลจากพันธมิตรทางธุรกิจและหน่วยงานภายนอก เข้ามาใช้ ประกอบในการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด ในการตอบสนองลูกค้า สร้างนวัตกรรมใหม่ และสร้าง การเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับองค์กร ด้วยการเติบโตจากฐานลูกค้าเดิม และ การขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้าในอนาคต ได้ อีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

2.1 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารลูกค้าและการตลาดขององค์กร เพื่อปรับเปลี่ยนในสอดคล้องกับเทคโนโลยีและความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าในยุคดิจิทัล

2.2 สามารถวางแผนกำหนดกลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้เสีย ลูกค้าและการตลาดขององค์กร ตามแนวทาง State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ได้

2.3 ปรับเปลี่ยนมุมมองของผู้บริหารเกี่ยวกับการทำงานด้านการตลาดบนฐานข้อมูลและนวัตกรรม

2.4 สร้างเครือข่ายระหว่างผู้บริหารทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำมาสู่การเรียนรู้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และประสบการณ์ข้ามองค์กร

## 3. โครงสร้างและรายละเอียดหลักสูตร

หลักสูตร Marketing Transformation Program รุ่นที่ 5 (MTP) เน้นการเรียนรู้การสื่อสารระหว่างกัน แบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างผู้อบรมและวิทยากรจึงจำกัดจำนวนผู้เข้ารับการอบรมไม่เกิน 20 ท่าน แบ่งเป็น 12 หัวข้อ ดังนี้

ลำดับที่	รายละเอียดการอบรม	ชั่วโมง
1	กิจกรรมแนะนำตัวและกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์	3
2	กลยุทธ์ด้านลูกค้าและการตลาด	3
3	Marketing Transformation in Organization การปรับเปลี่ยนองค์กร เพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและการตลาด ยุคดิจิทัล	3
4	การจำแนกลูกค้าและเข้าใจลูกค้า ด้วยการใช้ Customer Data Platform (CDP)	3
5	Personalized Product, Service and Communication	3
6	การปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals –SDGs)	3
7	Social Listening การใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการรับฟังและเข้าใจความต้องการของลูกค้า บน social media	3
8	เครื่องมือวิจัยในการรับฟังลูกค้า การประเมินความพึงพอใจ และความผูกพัน	3
9	การพัฒนา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	6
10	กลยุทธ์ด้านผู้มีส่วนได้เสีย และกระบวนการ สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	3
11	กรณีศึกษา จากประเมิน รัฐวิสาหกิจ หมวด การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสีย และการมุ่งเน้นลูกค้า	3
12	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน	3
13	นำเสนอผลงาน Business Model	3

#### 4. การศึกษาดูงาน

##### 4.1 การศึกษาดูงานต่างประเทศ

การศึกษาดูงานต่างประเทศสำหรับหลักสูตร Marketing Transformation Program รุ่นที่ 5 (MTP) ได้กำหนดให้มีการศึกษาดูงาน ณ ประเทศเยอรมนี เดินทางระหว่างวันที่ 18 -24 พฤษภาคม 2566 โดยจะศึกษาดูงานกระบวนการผลิต การตลาด การสร้างแบรนด์ และภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานซึ่งมีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีชื่อเสียงระดับโลกพร้อมทั้งวิเคราะห์กลยุทธ์และปัจจัยที่ทำให้หน่วยงานดังกล่าวประสบความสำเร็จ (หมายเหตุ :สถานที่ศึกษาดูงานอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม)

ทั้งนี้ การศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศถือเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร และเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการผ่านหลักสูตร หากจำนวนผู้ได้รับอนุมัติ/แจ้งความประสงค์ร่วมเดินทางขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 15 คน ทั้งนี้ทางหลักสูตรขอสงวนสิทธิ์ในการเลื่อนการอบรมรวมกับรุ่นถัดไป

#### 5. ระยะเวลาหลักสูตร

Marketing Transformation Program รุ่นที่ 5 (MTP) เปิดรับสมัครตั้งแต่บัดนี้จนถึง วันที่ 20 เมษายน 2566 และจัดอบรมระหว่างวันที่ 26 เมษายน – 21 มิถุนายน 2566

โดยจัดอบรมทุกในพุธ เวลา 09.00 – 16.30 น. รวม ชั่วโมง โดยมีรายละเอียดดังนี้

การอบรมและนำเสนอแผนงานของผู้เข้าอบรม 7 วัน (13 หัวข้อ)

การศึกษาดูงานในต่างประเทศ 7 วัน

กิจกรรม	เดือนเมษายน	เดือนพฤษภาคม	เดือนมิถุนายน
รับสมัคร	บัดนี้ถึงวันที่ 20 เมษายน		
อบรม	26 เมษายน	3,10,31 พฤษภาคม	7,14,21 มิถุนายน
ศึกษาดูงานต่างประเทศ		18-24 พฤษภาคม	

#### 6. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้เข้ารับการอบรม จำนวนรุ่นละไม่เกิน 20 คน\* ประกอบด้วย

ประกอบด้วยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และบริษัทเอกชน หรือผู้สนใจที่ต้องการนำความรู้ระหว่างการตลาดแบบเดิมกับการตลาดดิจิทัลไปปรับกลยุทธ์และแผนงานทางการตลาด

#### 7. เงื่อนไขการผ่านหลักสูตร

ผู้เข้าร่วมอบรมที่จะผ่านการอบรมตามหลักสูตร จะต้องใช้เวลาเข้าร่วมกิจกรรมและปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายครบถ้วนตามหลักสูตร และเข้ารับการฝึกอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาทั้งหมดในหลักสูตร

#### 8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ผู้เข้าอบรมได้รับความรู้ ความเข้าใจ แนวทางการวางแผน และประเมินผลการทำงานด้านการตลาด ภายใต้กรอบ SE-AM เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงในการทำงานขององค์กร

8.2 ผู้เข้ารับการอบรมตระหนักถึงการปรับปรุงการบริการต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ

8.3 ผู้เข้ารับการอบรมได้รับประโยชน์จากการศึกษาดูงานด้านการตลาด จากองค์กรภาครัฐ และเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

8.4 ผู้เข้ารับการอบรมได้เปิดโลกทัศน์ วิสัยทัศน์ ในการบริหารการตลาดลูกค้าสัมพันธ์ยุคใหม่

8.5 ผู้เข้ารับการอบรมมีการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ทางด้านการตลาด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการประสานการทำงานและกำหนดนโยบายของหน่วยงานในลักษณะ บูรณาการร่วมกันกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างกว้างขวาง

## 9. ค่าธรรมเนียมหลักสูตร

ค่าธรรมเนียมหลักสูตร จำนวน 195,000 บาท เป็นราคาเหมาจ่ายสำหรับการลงทะเบียนฝึกอบรมตลอดทั้ง หลักสูตร โดยรวมค่าใช้จ่ายการศึกษาในประเทศ 1 ครั้ง และการศึกษาดูงานต่างประเทศ 1 ครั้ง ณ ประเทศ เยอรมนี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการศึกษาดูงานต่างประเทศ		ค่าใช้จ่าย/ท่าน
1. ค่าตัวเครื่องบินชั้นประหยัด รวมค่าบริการและห้องพักผู้		รวมในหลักสูตร
2. มีความประสงค์พักเดี่ยว	ชำระเพิ่ม	จะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง
3. มีความประสงค์เดินทางตัวเครื่องบินชั้นธุรกิจ	ชำระเพิ่ม	จะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง

หมายเหตุ ในการศึกษาดูงานต่างประเทศ IRDP ได้มอบหมายให้บริษัททัวร์เป็นผู้ดำเนินการ โดยมีค่าใช้จ่ายดัง ปραกฏข้างต้น ในกรณีที่ผู้เข้าอบรมแจ้งความประสงค์เข้าร่วมดูงานต่างประเทศ หากมีการยกเลิกการภายหลัง **น้อยกว่า 30 วัน ก่อนการเดินทาง** ทางบริษัททัวร์จะไม่สามารถคืนเงินให้ได้ ดังนั้นในกรณีดังกล่าว IRDP ก็จะไม่ สามารถคืนเงินให้กับผู้เข้าอบรมได้เช่นกัน

การเบิกค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมสำหรับการเข้าอบรมและ/หรือร่วมศึกษาดูงานต่างประเทศเป็นกรณีที่หน่วยงาน สามารถพิจารณาดำเนินการตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของแต่ละหน่วยงานให้กับผู้เข้าอบรมในสังกัดได้ ทั้งนี้ ค่าธรรมเนียมสามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล 200 เปอร์เซ็นต์ ตามประกาศ กระทรวงการคลังฯ เรื่อง การกำหนดสถานศึกษาหรือสถานฝึกอบรมฝีมือแรงงาน ที่รับลูกจ้างของบริษัทหรือห้าง หุ้นส่วนนิติบุคคลเข้าศึกษาหรือฝึกอบรม (พ.ศ. 2548) และ IRDP เป็นองค์การ สถานสาธารณกุศล และสถานศึกษา ลำดับที่ 807 ของประกาศกระทรวงการคลังฯ ว่าด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 524 พ.ศ. 2555)

## 10. การชำระค่าธรรมเนียมการฝึกอบรม

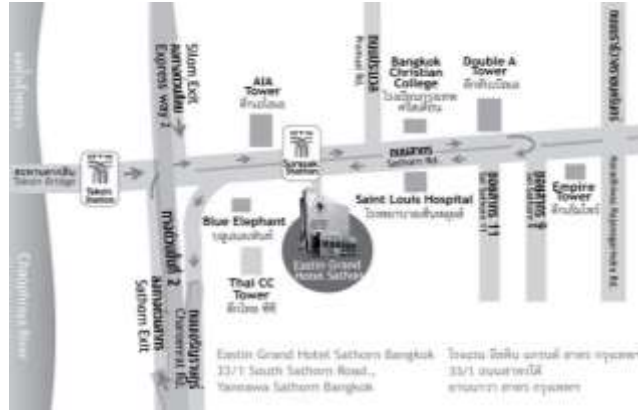
เมื่อผู้สมัครได้รับหนังสือตอบรับการเข้าร่วมอบรมกับทางหลักสูตรแล้ว กรุณาโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝาก ธนาคารกรุงไทย สาขาซอยอารีย์ ในนาม มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ เลขที่บัญชี 069-0-02998-5 และส่งหลักฐานการโอนเงินจากธนาคาร พร้อมระบุรายละเอียดที่อยู่ในการออกใบเสร็จรับเงิน มายัง E-mail : mtp.irdp@gmail.com หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หมายเลข 02-714-5560,66

## 11. สถานที่ฝึกอบรม

โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร กรุงเทพฯ (Eastin Grand Hotel Sathorn)

สถานที่ตั้ง : 33/1 ถนนสาทรใต้ ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

การเดินทาง : BTS สุรศักดิ์ ใช้ทางออกหมายเลข 4 มีทางเชื่อมจากรถไฟฟ้าเข้าสู่โรงแรมอีสติน



## 12. คณะกรรมการบริหารหลักสูตร

- |                                     |                             |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร. วรภัทร โตรณะเกษม | ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร |
| 2. ดร. เสรี นนทสูติ                 | ผู้อำนวยการหลักสูตร         |
| 3. ศาสตราจารย์ วิทวัส รุ่งเรืองผล   | ที่ปรึกษาหลักสูตร           |

## 13. ที่อยู่ติดต่อประสานงาน

คุณทิพย์สกาญจน์ สังข์สวน      เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม      โทร. 094-926-2651 / 02-7145560  
 คุณนงนภัส อินทร์บัว      หัวหน้าฝ่ายฝึกอบรมอาวุโส โทร. 086-303-2592 / 02-7145566  
 ฝ่ายฝึกอบรม มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ (IRDP)  
 เลขที่ 1193 อาคาร EXIM ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400  
 โทรศัพท์ 02-714-5560,64 – 67      โทรสาร 02-619-5960  
 เว็บไซต์ <http://www.irdp.org>      E-mail: [mtp.irdp@gmail.com](mailto:mtp.irdp@gmail.com)

### หมายเหตุ :

- ขอสงวนสิทธิ์เปลี่ยนแปลงวิทยากร วันและเวลาอบรม ตามความเหมาะสม
- ค่าธรรมเนียมดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายต่อ 1 ท่าน และขอความกรุณาชำระค่าธรรมเนียมก่อนเริ่มอบรม
- ขอสงวนสิทธิ์การอบรมและเดินทางศึกษาดูงานต่างประเทศ สำหรับผู้เข้าอบรมเท่านั้น
- กรณีไม่สามารถเข้าร่วมอบรมได้ จะต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันทำการก่อนการอบรม มิฉะนั้นทางหลักสูตร ขอคิดค่าใช้จ่ายตามจริงในการดำเนินการ