



คู่มือการปฏิบัติงาน ฝ่ายกิจการพิเศษ 2568

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย



WORK MANUAL

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงานฝ่ายกิจการพิเศษฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ติดตามแผนปฏิบัติงานของฝ่ายกิจการพิเศษ องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย เพื่อให้เป็นคู่มือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของฝ่ายกิจการพิเศษทุกระดับ ซึ่งเป็นการจัดทำรายละเอียดของการทำงานในฝ่ายกิจการพิเศษอย่างเป็นระบบและครบถ้วน โดยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประการ เช่น การสอนงาน การตรวจสอบการทำงาน การควบคุมงาน การติดตามและการประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรและของฝ่ายกิจการพิเศษในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานไว้ใช้อย่างมีให้เกิดความผิดพลาดในการทำงาน และเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความถูกต้อง รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน และใช้เป็นแนวทางในการศึกษาขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างความเข้าใจ และความสะดวกในการปฏิบัติงานร่วมกันต่อไป ซึ่งผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือปฏิบัติงานฉบับนี้คงจะเป็นประโยชน์แก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานหรือหน่วยงาน อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่มากนัก

จัดทำโดย
ฝ่ายกิจการพิเศษ

สารบัญ

๑. วัตถุประสงค์	๔
๒. ขอบเขตการดำเนินงาน	๔
๓. คำจำกัดความ	๔ - ๕
๔. โครงสร้างอัตรากำลัง	๖
๕. โครงสร้างมาตรฐานการกำหนดตำแหน่ง	๗ - ๑๐
๖. กระบวนการบริหารงานหน้าที่ความรับผิดชอบ	๑๐ - ๑๒
๗. แผนผังกระบวนการทำงาน	๑๑
๘. ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow)	๑๒ - ๑๔
๙. ระบบติดตามประเมินผล	๑๔
๑๐. เอกสารอ้างอิง	๑๔
๑๑. ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง	๑๔
๑๒. ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work flow) โครงการสนับสนุนและส่งเสริมให้การตลาด ให้แก่สินค้าไทย	๑๕
๑๓. ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow) โครงการ Life dd market roadshow by อต.	๑๖ - ๑๗
๑๔. ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow) โครงการ E – Commerce	๑๘

คู่มือการปฏิบัติงานฝ่ายกิจการพิเศษ

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานของฝ่ายกิจการพิเศษให้มีมาตรฐานและปฏิบัติงานไปในแนวทางและทิศทางเดียวกัน

๑.๒ เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ปฏิบัติงานให้สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนและมีประสิทธิภาพรวมถึงลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน

๑.๓ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและบริหารจัดการงานในฝ่ายกิจการพิเศษ

๑.๔ เพื่อใช้ในการกำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในฝ่ายกิจการพิเศษ

๒. ขอบเขตการดำเนินงาน

การดำเนินงานครอบคลุมถึงการรับนโยบายจากผู้อำนวยการ แต่งตั้งคณะทำงาน การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ การสำรวจตลาด การเขียนโครงการเพื่อเสนอขออนุมัติโครงการ การดำเนินงานตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย การสร้างช่องทางการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การติดตามและประเมินผลของการดำเนินโครงการ และการสรุปผลเพื่อเสนอผู้อำนวยการ รวมถึงคณะกรรมการองค์การตลาด

๓. คำจำกัดความ

กิจการพิเศษ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายจากฝ่ายบริหารหรือผู้อำนวยการ เพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร เช่น การเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้แก่องค์กร การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรหรือผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อแก้ปัญหาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการหรือการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าโครงการที่เลือกมานั้นมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ มีผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่คุ้มค่าต่อการลงทุน และสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและสังคมตามมาในภายหลัง รวมถึงสามารถทำให้บรรลุได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและระยะเวลา การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจำเป็นต้องวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการเงินและเศรษฐศาสตร์ ด้านการบริหารจัดการทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละโครงการ

การสร้างช่องทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถนำสินค้าจากผู้ผลิต (ต้นทาง) ไปสู่ผู้บริโภค (ปลายทาง) โดยผ่านตัวกลางทางการตลาด เช่น ช่องทาง Traditional Trade (TT) คือ ช่องทางตลาดสด ร้านค้าปลีกหรือร้านค้าทั่วไปในชุมชน Modern Trade (MT) คือ ช่องทางห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทต่าง ๆ เหมาะกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่องทางใดบ้าง โดยจะต้องผ่านการวิเคราะห์และศึกษาตลาด เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มและรักษายอดขายหรือกำไรไม่ให้ลดลง ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาในตลาดเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ทันต่อความต้องการของตลาดอยู่เสมอ

การวิเคราะห์การขาย คือ การวัดผลการขายที่เกิดขึ้นจริงเปรียบเทียบกับเป้าหมายการขายที่ได้กำหนดไว้ การวิเคราะห์การขายควรจะทำทุกเดือนและตลอดปี และในบางครั้งอาจจะทำบ่อยกว่านั้น การวิเคราะห์การขายจะทำได้ในหลายๆ ด้าน ได้แก่ มูลค่าการขาย และปริมาณการขาย

สถานการณ์ด้านตลาด เป็นการนำเสนอข้อมูลของตลาดเป้าหมาย ขนาด และความเติบโตของตลาด มีการแสดงให้เห็นตัวเลขหลายปีที่ผ่านมา และยังมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค

สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการนำเสนอยอดขายสินค้า (ในรูปจำนวนหน่วยและจำนวนเงิน) ในปีที่ผ่านมา ราคา กำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิ

สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมภาค เป็นการอธิบายแนวโน้มของสิ่งแวดล้อมภาคอย่างกว้าง ๆ เช่น ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ถือเป็นโอกาสและอุปสรรคต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด จะเป็นที่นัดพบหรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด ก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม

เป้าหมาย หมายถึง เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานหรือเพื่อดำเนินการจัดทำผลผลิต/โครงการตามที่กำหนดของหน่วยงาน ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมายการให้บริการ

กลยุทธ์ หมายถึง แนวทาง มาตรการ หรือวิธีการดำเนินงานสำคัญ ๆ อันถือเป็นกุญแจสำคัญต่อการบรรลุผลตามเป้าหมายการให้บริการหน่วยงานที่ได้มีการกำหนดไว้ รวมทั้งเป็นเงื่อนไขในการมอบหมายให้หน่วยงานย่อยรับผิดชอบดำเนินการต่อ

ผลผลิต หมายถึง ผลของการดำเนินงานตามกิจกรรม ซึ่งอาจจะเป็นผลผลิต (Product) หรือการให้บริการ (Service) ที่ดำเนินงานโดยหน่วยงานของรัฐหรือการตอบคำถามว่า หน่วยงานของรัฐจัดทำบริการอะไร (What) ในฐานะผู้จัดหาบริการ (Service Provider) ตามความต้องการของรัฐบาลในฐานะผู้ซื้อบริการ (Service Purchaser) ทั้งในรูปแบบการให้บริการโดยตรง หรือโดยการใช้วัตถุดิบของและหรือสิ่งก่อสร้าง เพื่อนำไปใช้ในการให้บริการองค์กรภายนอกหน่วยงานหรือประชาชน โดยมีตัวชี้วัดผลสำเร็จในเชิงปริมาณ คุณภาพ เวลา รวมทั้งค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกอบพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี หรือพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมหรือที่กำหนดขึ้นใหม่ระหว่างปีงบประมาณ

กิจกรรม หมายถึง กระบวนการนำส่งผลผลิต ประกอบด้วย

กิจกรรมหลัก

- เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนำส่งผลผลิต
- เป็นกิจกรรมที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์ของหน่วยงาน

กิจกรรมย่อย หมายถึง กิจกรรมซึ่งเป็นข้อย่อยของกิจกรรมหลัก ใช้ในกรณีที่ต้องการจำแนกกิจกรรมหลักออกเป็นข้อย่อยตามหน่วยปฏิบัติหรือลักษณะงานที่แตกต่างกัน ซึ่งงบประมาณของกิจกรรมย่อยจะรวมเข้ากับกิจกรรมหลักเต็มจำนวน

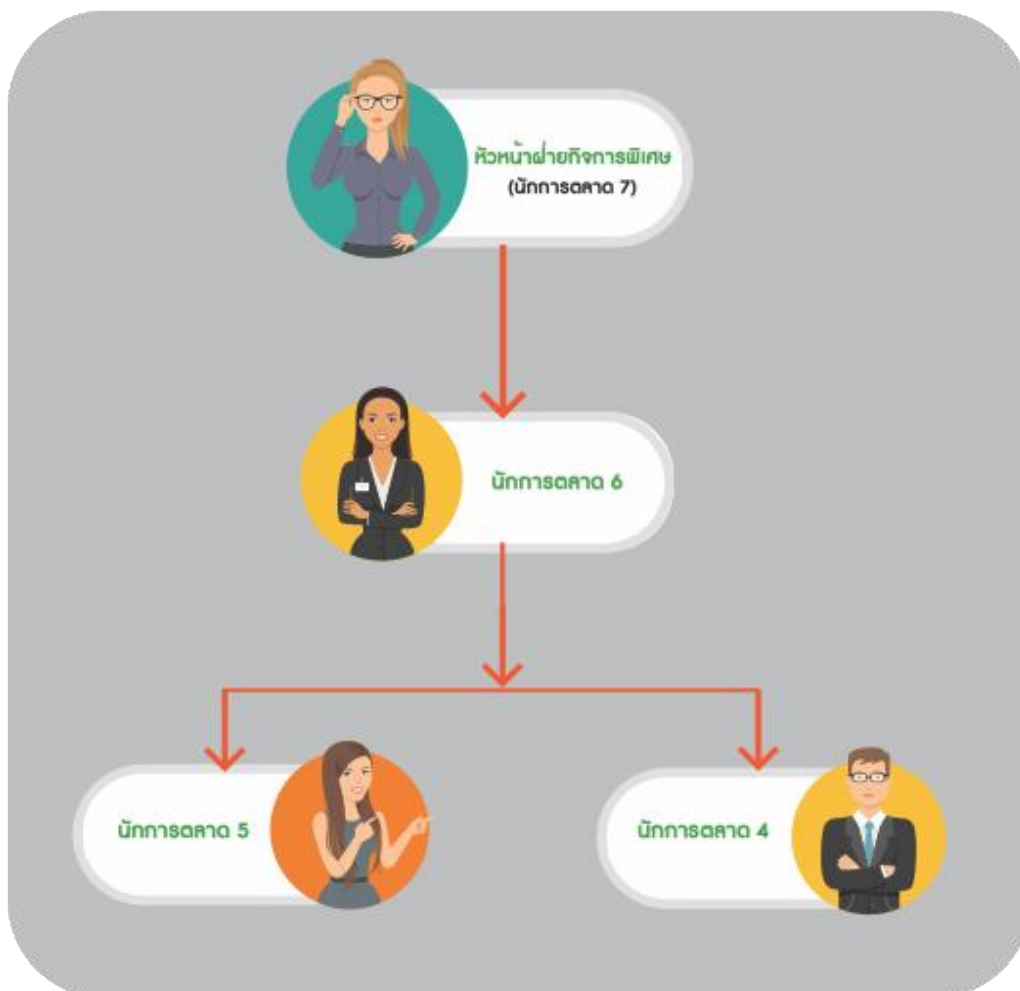
กิจกรรมรอง หมายถึง กิจกรรมในการจัดทำและส่งมอบผลผลิต/บริการระหว่างหน่วยงานภายใน เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินการกิจกรรมหลักมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมสนับสนุน หมายถึง กิจกรรมอำนวยการภายในหน่วยงานที่ทำให้สามารถจัดทำและส่งมอบ
ผลผลิต/บริการโดยตรงแก่ผู้รับบริการภายนอก

ตัวชี้วัด หมายถึง ตัวชี้วัดผลสำเร็จ มี ๔ มิติ คือ

- ปริมาณ หมายถึง การกำหนดเป้าหมายในการผลิต/การดำเนินโครงการด้านปริมาณ โดยกำหนดใน
รูปของสิ่งที่สามารถวัดได้ด้วยปริมาณ ซึ่งระบุตัวเลขชัดเจนและสามารถแสดงความก้าวหน้าในการดำเนินการได้
- คุณภาพ หมายถึง การกำหนดเป้าหมายคุณภาพของผลผลิต/โครงการ มี ๒ ลักษณะ
- คุณภาพของผลผลิต หรือสิ่งของที่ให้บริการ/โครงการนั้นเป็นไปตามมาตรฐานที่หน่วยงานกำหนดไว้
- คุณภาพของวิธีการนำส่งผลผลิตหรือวิธีการให้บริการ/ดำเนินโครงการ ได้แก่ การวัดความพึง
พอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อกระบวนการผลิต

๔. โครงสร้างอัตรากำลัง



๕. โครงสร้างมาตรฐานการกำหนดตำแหน่ง

มาตรฐานการกำหนดตำแหน่ง

กลุ่มงาน : ปริญญา

สังกัด : ฝ่ายกิจการพิเศษ

สายงาน : นักการตลาด

ลักษณะงานโดยทั่วไป (Job Description)

สายงานนี้จะปฏิบัติงานทางด้านการตลาด ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ครอบคลุมทุกส่วนงานในฝ่ายกิจการพิเศษ เพื่อปฏิบัติงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายของฝ่ายกิจการพิเศษ พร้อมทั้งดูแลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาด้วยความเรียบร้อย และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้อง

ชื่อและระดับของตำแหน่ง

ตำแหน่งในสายงานนี้มีชื่อ และระดับตำแหน่งงานดังนี้

นักการตลาด ๗ ระดับ ๗ ตำแหน่งประเภท กลุ่มงานปริญญา

นักการตลาด ๖ ระดับ ๖ ตำแหน่งประเภท กลุ่มงานปริญญา

นักการตลาด ๕ ระดับ ๕ ตำแหน่งประเภท กลุ่มงานปริญญา

นักการตลาด ๔ ระดับ ๔ ตำแหน่งประเภท กลุ่มงานปริญญา

*** ระดับ ๗ เทียบเท่า หัวหน้าฝ่าย

*** ระดับ ๖ เทียบเท่า ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่าย

ชื่อตำแหน่ง

นักการตลาด ๔ - ๕

ตำแหน่งประเภท

กลุ่มงานปริญญา

หน้าที่และความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibility)

ปฏิบัติงานในฐานะพนักงานระดับต้นในส่วนงานระดับฝ่าย ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณภาพของงานสูง หรือฐานะเจ้าหน้าที่ระดับฝ่าย ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณภาพของงานเทียบได้ในระดับเดียวกัน รับผิดชอบด้านงานธุรการ เอกสาร และวิเคราะห์ฝ่ายการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ โดยประเมินลักษณะของโครงการ ความเป็นไปได้ และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Job Description)

ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ได้รับมอบหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น ศึกษาสภาพการตลาดโดยรวม วิเคราะห์เบื้องต้น ประสานงาน เสนอแนะเพื่อใช้ประกอบการจัดทำฝ่ายการดำเนินงานหรือโครงการ จัดทำเอกสารและงานธุรการภายในฝ่าย รวมถึงปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง (Job Specification)

๑. ได้รับปริญญาตรี/โท ทางการตลาด บริหารธุรกิจ ธุรกิจระหว่างประเทศ โลกีสติกส์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
๒. สามารถใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม Microsoft Office
๓. มีทักษะในการติดต่อประสานงาน
๔. มีคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ๔ และ ๕

ความรู้ความสามารถที่ต้องการ (Knowledge and Skills)

๑. มีความรู้ความสามารถในงานด้านการตลาด การวางแผนและบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมแก่การปฏิบัติงานในหน้าที่
๒. มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามกระบวนการ
๓. มีความรู้ความสามารถในการสำรวจข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่
๔. มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษา
๕. มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์

ชื่อตำแหน่ง

นักการตลาด ๖

ตำแหน่งประเภท

กลุ่มงานปัญญา

หน้าที่และความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibility)

ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะรองหัวหน้างานระดับฝ่าย ซึ่งมีความรับผิดชอบและคุณภาพของงานสูงตามระดับ โดยต้องใช้ความคิดริเริ่มในงานที่มีแนวทางปฏิบัติงานด้านการตลาด ในฐานะผู้มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญงานด้านการตลาด โดยงานที่ปฏิบัติต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญงานและประสบการณ์สูง แก้ไขปัญหาในส่วนงานที่รับผิดชอบ และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Job Description)

ปฏิบัติงานที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และประสบการณ์ทางด้านการวิเคราะห์และวางแผนด้านการตลาด โดยปฏิบัติหน้าที่อย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่าง เช่น การศึกษา วิเคราะห์ วิจัย สังเคราะห์ ประสานงาน ประมวล และทบทวน จัดทำสรุปผลการดำเนินงานเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ ตามที่ได้รับแต่งตั้ง และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ในฐานะรองหัวหน้าฝ่าย นอกจากปฏิบัติงานดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังทำหน้าที่ประสานงานแก้ไขปัญหาขัดข้องในการปฏิบัติงานในหน่วยงานที่รับผิดชอบ

คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง (Job Specification)

๑. ปริญญาตรี/โท ทางการตลาด บริหารธุรกิจ ธุรกิจระหว่างประเทศ โลจิสติกส์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
๒. สามารถใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม Microsoft Office
๓. มีประสบการณ์ด้านการตลาดทั้งตลาดดั้งเดิม ตลาดสมัยใหม่ และตลาดออนไลน์
๔. มีทักษะในการติดต่อประสานงาน เจริญต่อรอง
๕. มีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
๖. มีภาวะผู้นำ
๗. มีคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ๖

ความรู้ความสามารถที่ต้องการ (Knowledge and Skills)

๑. มีความรู้ความสามารถในการวางแผน และเขียนแผนทางการตลาด และการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมแก่การปฏิบัติงานในหน้าที่
๒. มีความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ วิจัยกลุ่มเป้าหมาย เพื่อคาดการณ์เกี่ยวกับการผลิตสินค้างบประมาณ และผลกำไรที่จะได้รับเพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่
๓. มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามกระบวนการ
๔. มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษา และคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานในหน้าที่

๕. มีความรู้ความสามารถในการวางแผนกิจกรรมการส่งเสริมการขาย
๖. มีความสามารถในการจัดทำฝ่ายการดำเนินงาน ควบคุม ตรวจสอบ ให้คำปรึกษา แนะนำ และเสนอแนะวิธีการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ

ชื่อตำแหน่ง นักการตลาด ๗
ตำแหน่งประเภท กลุ่มงานปัญญา

หน้าที่และความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibility)

บริหารงานในฐานะหัวหน้างานระดับฝ่าย ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณภาพของงานสูงมากตามระดับ รับผิดชอบงานที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบ ปกครองผู้ใต้บังคับบัญชาระดับล่างลงมา หรือปฏิบัติงานวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาดในลักษณะผู้มีประสบการณ์ด้านการตลาดสูง หรือมีความเชี่ยวชาญ และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Job Description)

ปฏิบัติหน้าที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานด้านการตลาด โดยปฏิบัติหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย จัดทำฝ่ายการดำเนินงานหรือโครงการ ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนและโครงการ ให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ ตามที่ได้รับแต่งตั้ง และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ในฐานะหัวหน้าฝ่าย นอกจากอาจปฏิบัติงานดังกล่าวข้างต้นบ้างแล้ว ยังทำหน้าที่กำหนดแผนงาน มอบหมายงาน ควบคุม ตรวจสอบ ให้คำปรึกษาแนะนำ ปรับปรุง แก้ไข ติดตามประเมินผลและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานด้วย

คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง (Job Specification)

๑. ปริญญาตรี/โท ทางการตลาด บริหารธุรกิจ ธุรกิจระหว่างประเทศ โลจิสติกส์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
๒. สามารถใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม Microsoft Office
๓. มีประสบการณ์ด้านการตลาดทั้งตลาดดั้งเดิม ตลาดสมัยใหม่ และตลาดออนไลน์
๔. มีทักษะในการติดต่อประสานงาน เจรจาต่อรอง
๕. มีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
๖. มีภาวะผู้นำ
๗. มีคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ๗

ความรู้ความสามารถที่ต้องการ (Knowledge and Skills)

๑. มีความรู้ความสามารถในการวางแผน และเขียนแผนทางการตลาด และการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมแก่การปฏิบัติงานในหน้าที่
๒. มีความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ วิจัยกลุ่มเป้าหมาย เพื่อคาดการณ์เกี่ยวกับการผลิตสินค้างบประมาณ และผลกำไรที่จะได้รับเพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่
๓. มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามกระบวนการ
๔. มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษา และคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานในหน้าที่
๕. มีความรู้ความสามารถในการวางแผนกิจกรรมการส่งเสริมการขาย

๖. มีความสามารถในการจัดทำฝ่ายการดำเนินงาน ควบคุม ตรวจสอบ ให้คำปรึกษา แนะนำ และ
เสนอแนะวิธีการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ
๗. มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ
๘. มีประสบการณ์ด้านการบริหารทีม

สมรรถนะ (Competency)

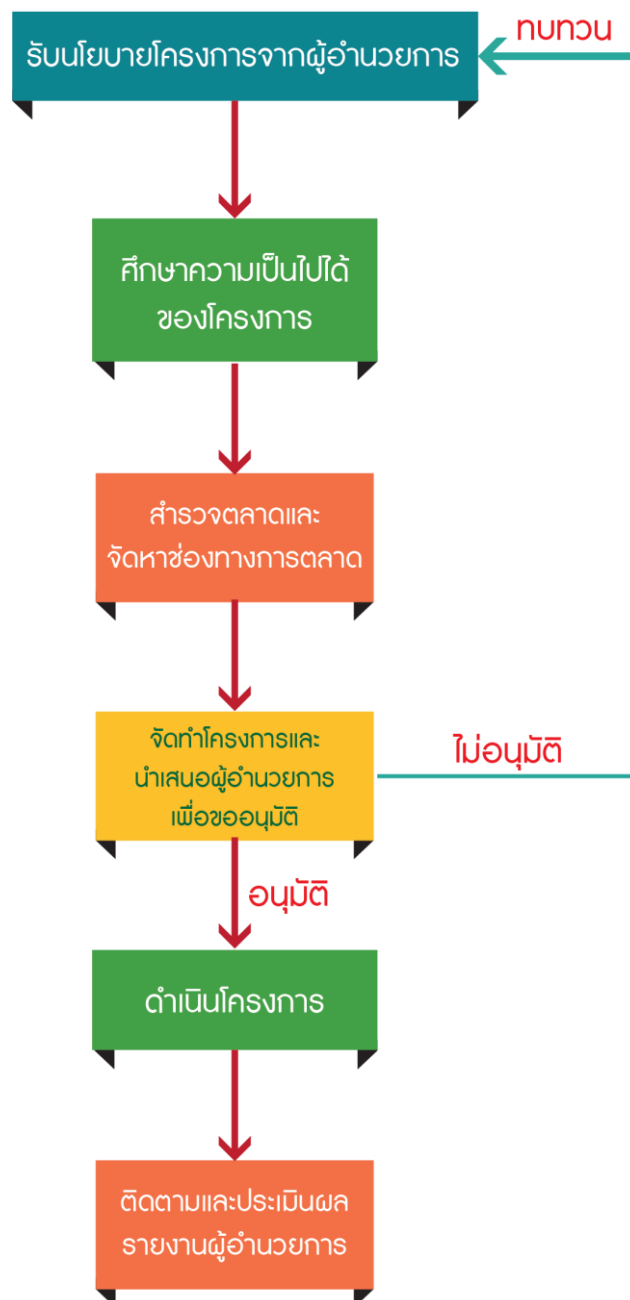
รายงานสมรรถนะหลัก (Core Competency)	รายการสมรรถนะเฉพาะกลุ่มงาน (Functional Competency)
๑. มีความคิดสร้างสรรค์	๑. มีความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการ
๒. มีความสามารถในการแก้ปัญหา	๒. มีความรู้ความสามารถด้านกฎระเบียบ
๓. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	๓. มีความรู้เรื่องสัญลักษณ์ของตลาด
๔. มีความสามารถในการสื่อสาร	๔. มีความรู้ความสามารถด้านแผนงาน/โครงการ
๕. มีจิตใจรักการบริการ	๕. มีความรู้ความสามารถด้านคอมพิวเตอร์
๖. มีความคิดการดำเนินงานเพื่อมุ่งประโยชน์องค์กร	๖. มีความรู้ความสามารถด้านการจัดทำฝ่ายการตลาด
๗. มีความเป็นเลิศในการบริการลูกค้า	๗. มีความรู้ความสามารถด้านการบริหารแรงงานสัมพันธ์

๖. กระบวนการบริหารงานหน้าที่ความรับผิดชอบ

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
หัวหน้าฝ่ายกิจการพิเศษ	- รับนโยบายจากผู้อำนวยการ - วางแผนการใช้งบประมาณการจัดทำโครงการและงบประมาณการดำเนินงาน - วิเคราะห์และวางแผนแนวทางด้านการตลาดในการดำเนินโครงการ - จัดทำโครงการการดำเนินงานนำเสนอโครงการ/กิจกรรมต่อผู้อำนวยการ - มอบหมายงานให้ผู้ปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม - บริหารทีมให้สามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์โครงการ - ติดต่อประสานงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก - ตรวจสอบติดตามและกำกับดูแลการดำเนินโครงการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย
นักการตลาด ๖	- วางแผนการใช้งบประมาณการจัดทำโครงการและงบประมาณในการดำเนินงาน - วิเคราะห์และวางแผนแนวทางด้านการตลาดในการดำเนินโครงการ - จัดทำโครงการการดำเนินงานและนำเสนอโครงการ/กิจกรรมต่อผู้อำนวยการ - ติดต่อประสานงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก - ตรวจสอบติดตามและกำกับดูแลการดำเนินโครงการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย - สรุปรายงานการดำเนินโครงการรายเดือน - รับงานตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย
นักการตลาด ๕	- ดำเนินงานตามแผนงานที่ได้รับมอบหมาย - สรุปรายงานการดำเนินโครงการรายเดือน

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
	- ติดต่อประสานงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก - รับงานตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย
นักการตลาด ๔	- ดำเนินงานตามแผนงานที่ได้รับมอบหมาย - สรุปรายงานการดำเนินโครงการรายเดือน - ติดต่อประสานงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก - รับงานตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย

๗. แผนผังกระบวนการทำงาน



๘. ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow)

ลำดับที่	กระบวนการ	ระยะเวลา (หน่วย)	รายละเอียดงาน	ผู้รับผิดชอบ
๑	รับนโยบายโครงการจาก ผู้อำนวยการ 	ต.ค. (๑ เดือน)	จัดเตรียมข้อมูลเพื่อ ดำเนินการจัดทำแผน โครงการของฝ่ายกิจการพิเศษ	ฝ่ายกิจการพิเศษ
๒	ศึกษาและวิเคราะห์ 	ต.ค. (๑ เดือน)	ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อ มาทำการวิเคราะห์แนว ทางการดำเนินงานของ โครงการ	ฝ่ายกิจการพิเศษ
๓	จัดทำโครงการและ นำเสนอขออนุมัติ 	พ.ย. (๑ เดือน)	ดำเนินการจัดทำโครงการและ นำเสนอขออนุมัติต่อ ผู้อำนวยการ	ฝ่ายกิจการพิเศษ
๔	พิจารณาอนุมัติ /ไม่อนุมัติ  Yes	พ.ย. – ธ.ค. (๒ เดือน)	ผู้บริหารพิจารณาความเป็นไป ได้ของโครงการ	ฝ่ายกิจการพิเศษ
๕	เอกสารการอนุมัติ โครงการ 	ต.ค. (๑ เดือน)	ดำเนินการทางด้านเอกสาร โดยได้รับการอนุมัติโครงการ จากผู้บริหาร	ฝ่ายกิจการพิเศษ
๖	ดำเนินโครงการ 	ต.ค.-ก.ย. (๑๒ เดือน)	ดำเนินงานตามฝ่ายการ ดำเนินงานของโครงการที่ ได้รับมอบหมาย	ฝ่ายกิจการพิเศษ

				
๖.	 สรุปผลรายงาน ข้อมูลการ ดำเนินงาน	ต.ค. - ก.ย. (๑๒ เดือน)	จัดทำสรุปผลการดำเนินการ โครงการประจำเดือน	ฝ่ายกิจการพิเศษ
๗.	 รายงานผลการ ดำเนินงาน	ต.ค. - ก.ย. (๑๒ เดือน)	ดำเนินการรายงานผลการ ดำเนินงานโครงการให้ ผู้อำนวยการรับทราบ	ฝ่ายกิจการพิเศษ

รายละเอียดของขั้นตอน

๑. รับนโยบายโครงการจากผู้อำนวยการ ระยะเวลา ๑ เดือน
๒. ศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ โดยศึกษาแนวทางการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของโครงการ ขั้นตอนการดำเนินการ งบประมาณที่ใช้ในโครงการ ผลที่ได้จากการดำเนินโครงการ ความคุ้มค่าในการลงทุน รวมถึงสถานะตลาดโดยรวม สภาพเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมในขณะนั้น เพื่อนำมาหาบทสรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ระยะเวลา ๑ เดือน
๓. สำรวจตลาดและหาช่องทางตลาด การสำรวจกลุ่มลูกค้าในช่องทางต่าง ๆ ว่าตลาดใดหรือช่องทางใดที่ตอบสนองเป้าหมายของโครงการได้ และการลงสำรวจพื้นที่ที่จะดำเนินโครงการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจากพื้นที่จริงมาวางแผนดำเนินโครงการ ระยะเวลา ๑ เดือน
๔. ดำเนินการเขียนโครงการ เพื่อนำเสนอผู้อำนวยการอนุมัติ ระยะเวลา ๑ เดือน
๕. ดำเนินโครงการ ตามแผนของโครงการที่กำหนดไว้ ระยะเวลา ๑๒ เดือน
๖. ติดตามและประเมินผลโครงการ และรายงานผลต่อผู้อำนวยการองค์การตลาด ระยะเวลา ๑๒ เดือน

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
๒. เพื่อพัฒนาองค์กรและเพิ่มศักยภาพการทำงานของฝ่ายกิจการพิเศษ
๓. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของฝ่ายกิจการพิเศษ

ประโยชน์ที่ได้รับ

๑. พัฒนาผลการดำเนินงานและเพิ่มรายได้
๒. พัฒนาประสิทธิภาพ ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน
๓. ลดค่าใช้จ่าย

ขอบเขตความรับผิดชอบ

๑. กระบวนการจัดทำแผนโครงการ
๒. การปฏิบัติงาน
๓. ติดตามผลการปฏิบัติงาน
๔. รายงานผลการปฏิบัติงาน
๕. บรรลุเป้าหมายการทำงาน
๖. สร้างความพึงพอใจแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการพิเศษ

๑. ประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอกขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน
๒. วางแผนงานการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ
๓. เก็บรวบรวมข้อมูล และประมวลผลข้อมูลเพื่อรายงานแก่ผู้อำนวยการองค์การตลาดและหัวหน้าฝ่าย
๔. ติดตามผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
๕. ปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๙. ระบบติดตามประเมินผล

เนื่องจากกระบวนการงบประมาณดำเนินการตามปฏิทินฝ่ายการปฏิบัติงานประจำปี ดังนั้น ระบบการติดตามประเมินผลจะติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามปฏิทินงบประมาณรายจ่ายประจำปี

- การรายงานผลความคืบหน้าโครงการต่อผู้อำนวยการองค์การตลาดทุกเดือน

ด้านการควบคุมภายใน

๙.๑ ตัวชี้วัด

- ระดับความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

๙.๒ เกณฑ์การวัดคุณภาพ

- ความสำเร็จที่ได้ดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน

๑๐. เอกสารอ้างอิง

- ปฏิทินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗
- แนวทาง/หลักเกณฑ์การจัดทำประมาณการรายจ่ายประจำปีขั้นต่ำที่จำเป็น ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓
- แนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗
- การจัดทำข้อเสนอโครงการที่สนับสนุนการขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาตามร่างกรอบแผนพัฒนา

ภาค พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๑๑. ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๑๑.๑ พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. ๒๔๙๖

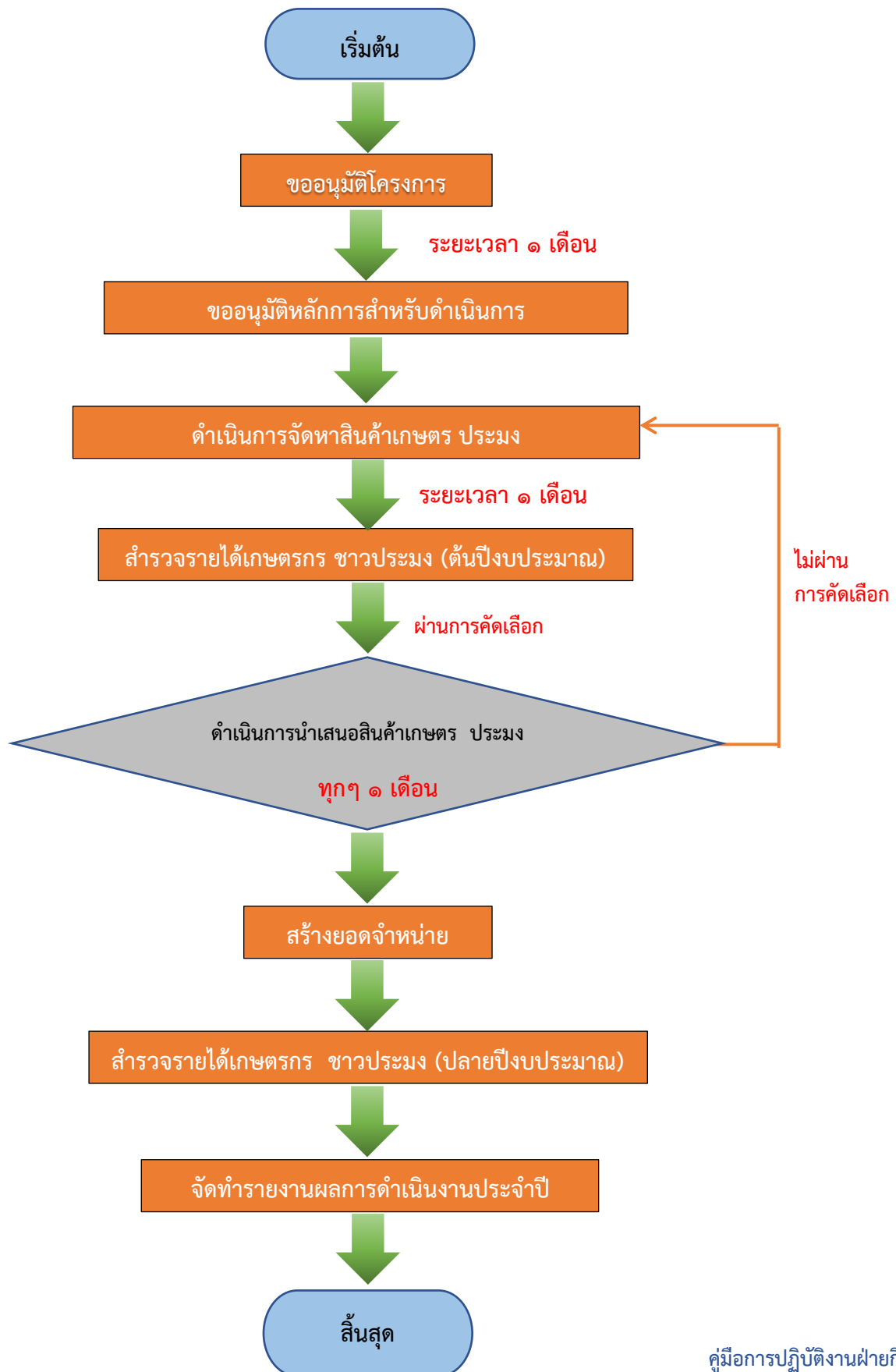
๑๑.๒ พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และอนุบัญญัติที่เกี่ยวข้อง

๑๑.๓ ข้อบังคับองค์การตลาด ว่าด้วยการจัดหาสินค้าเพื่อการค้าขององค์การตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑

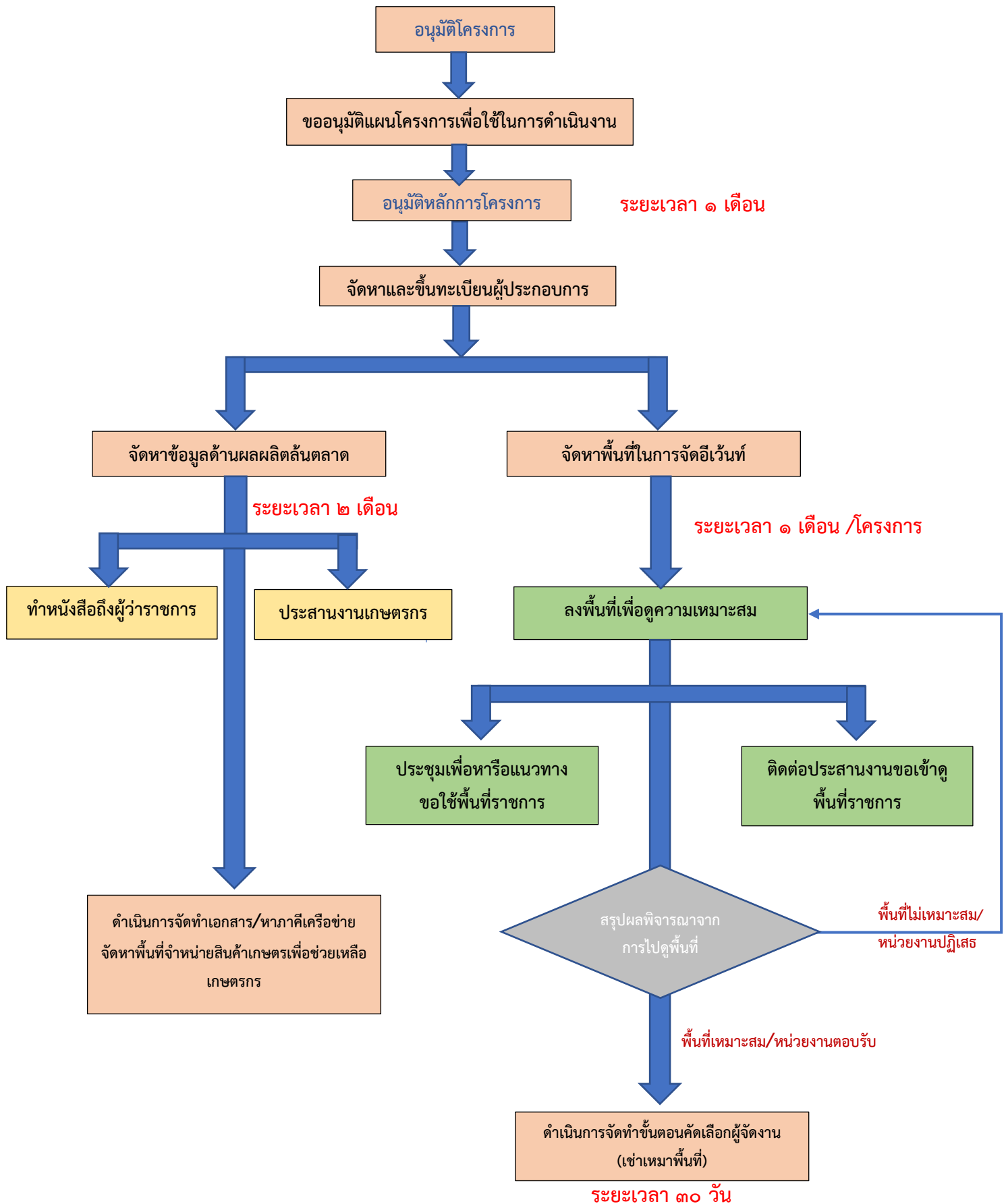
๑๑.๔ ระเบียบหรือข้อบังคับขององค์การตลาดที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow) โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย

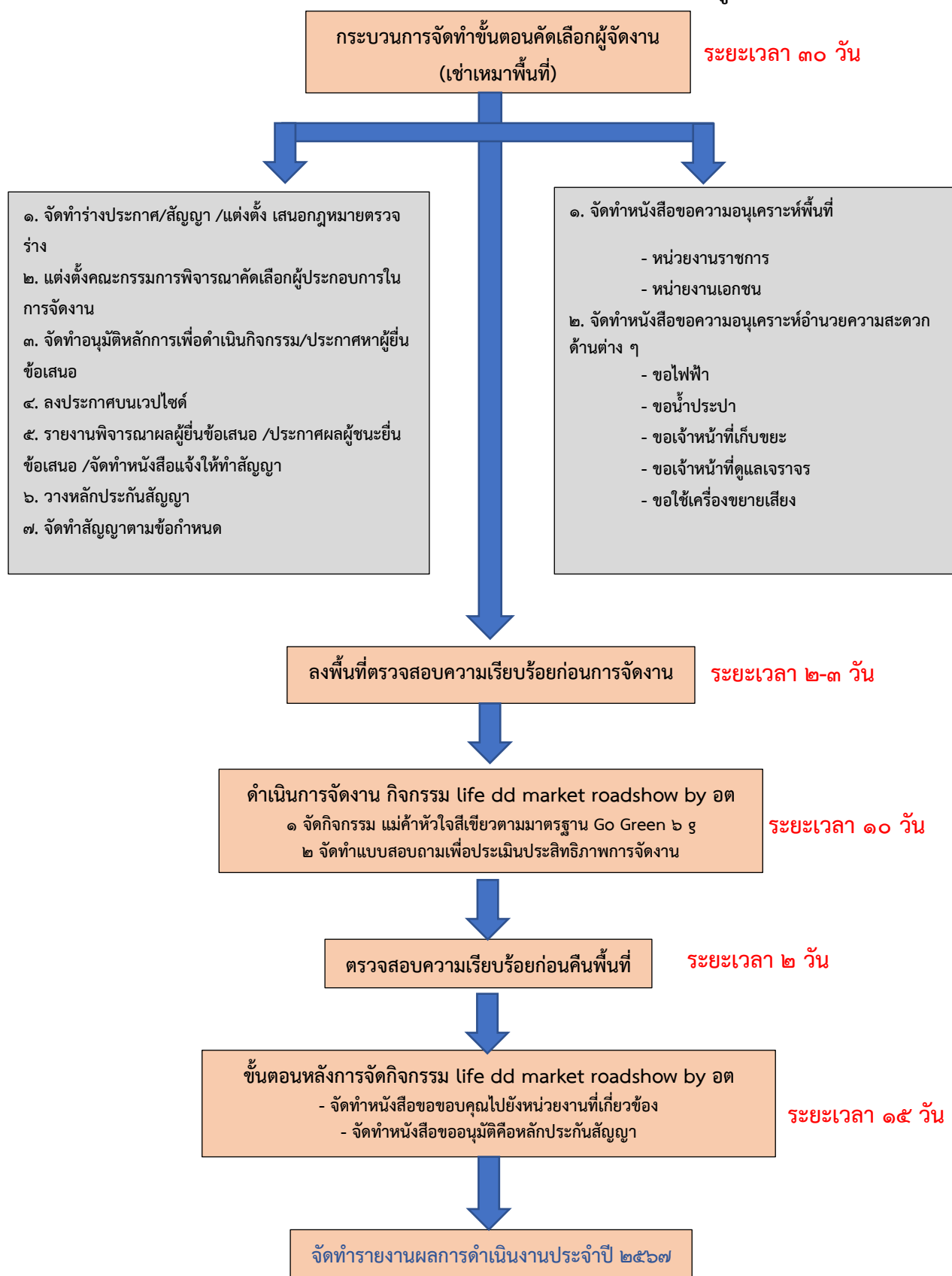
โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าไทย



ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow) โครงการ Life dd market roadshow by อต.
โครงการตลาดนัดสัญจร Life dd market roadshow by อต.



ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow) ขั้นตอนการคัดเลือกผู้จัดงาน



ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (Work Flow) โครงการ E – Commerce

