

ผังการคัดเลือกหัวข้อ การพัฒนากระบวนการงาน (Process Improvement Landscape)

หน่วยงาน ฝ่ายการตลาดและฝ่ายบริหารงานขาย

ชื่อกระบวนการงาน โครงการลดความเสี่ยงการบริหารอาคารคงเหลือ

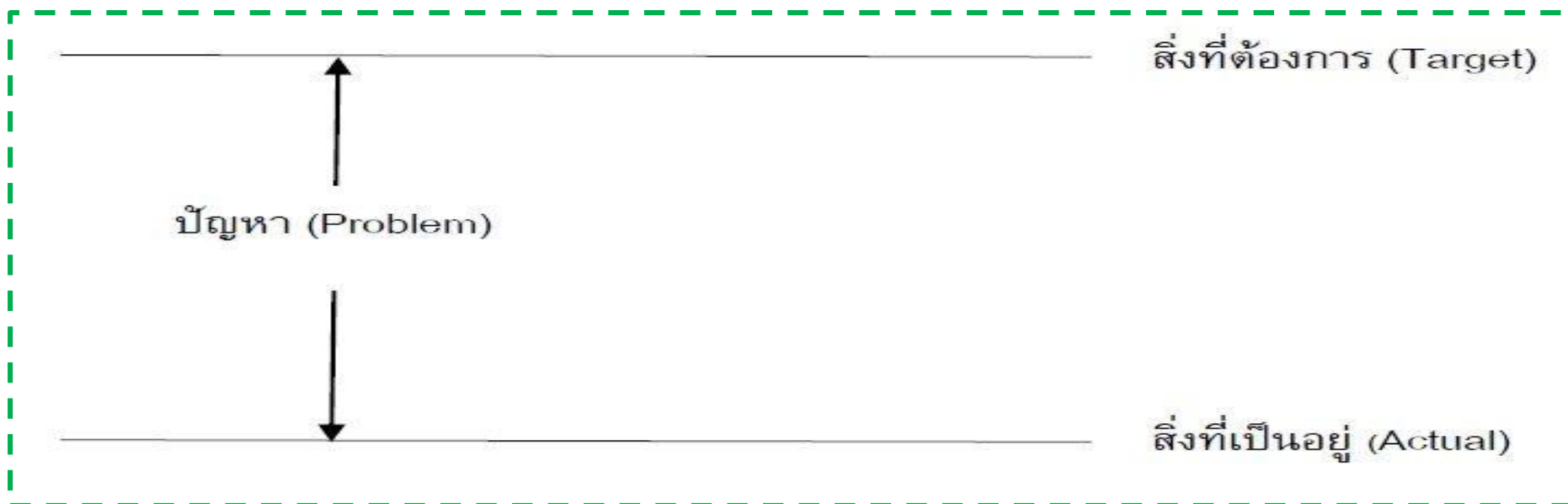
ส่วนที่ 1 การกำหนดประเด็นปัญหาและการคัดเลือกหัวข้อปัญหา เพื่อพัฒนากระบวนการงาน

ประเด็นความเสี่ยง	ปัจจัยพิจารณาความสำคัญของความเสี่ยง			น้ำหนักของความเสี่ยง 1 x 2 x 3	ลำดับความสำคัญ
	(1) โอกาสเกิด	(2) ผลกระทบของความเสี่ยง	(3) ศักยภาพในการลดความเสี่ยง		
อาคารคงเหลือสะสมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	5	5	3	75	1
การยึดคืนอาคารเพิ่มขึ้น (หน่วยยึดคืน+ซื้อคืน+หน่วยขายที่ขายก่อนเริ่มก่อสร้าง+หน่วยขายในช่วงระหว่างการก่อสร้าง+หน่วยขายหลังการก่อสร้าง)	3	2	3	18	2

คะแนนของปัจจัยในการประเมินจะเรียงตามลำดับจากมากที่สุดเท่ากับ 5 และน้อยที่สุดเท่ากับ 1

สิ่งเริ่มต้นในการนำความรู้ที่จัดการไปพัฒนากระบวนการงานหรือแก้ปัญหาคือ ต้องระบุหัวข้อปัญหาให้ชัดเจน มีตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องได้

นิยามของคำว่า “ปัญหา (Problem)” คือ “ความแตกต่าง (Gap)” ระหว่าง “สิ่งที่เป็นอยู่ (Actual)” กับ “สิ่งที่ต้องการ (Target)” สามารถเขียนเป็นแผนภาพอธิบายได้ดังนี้

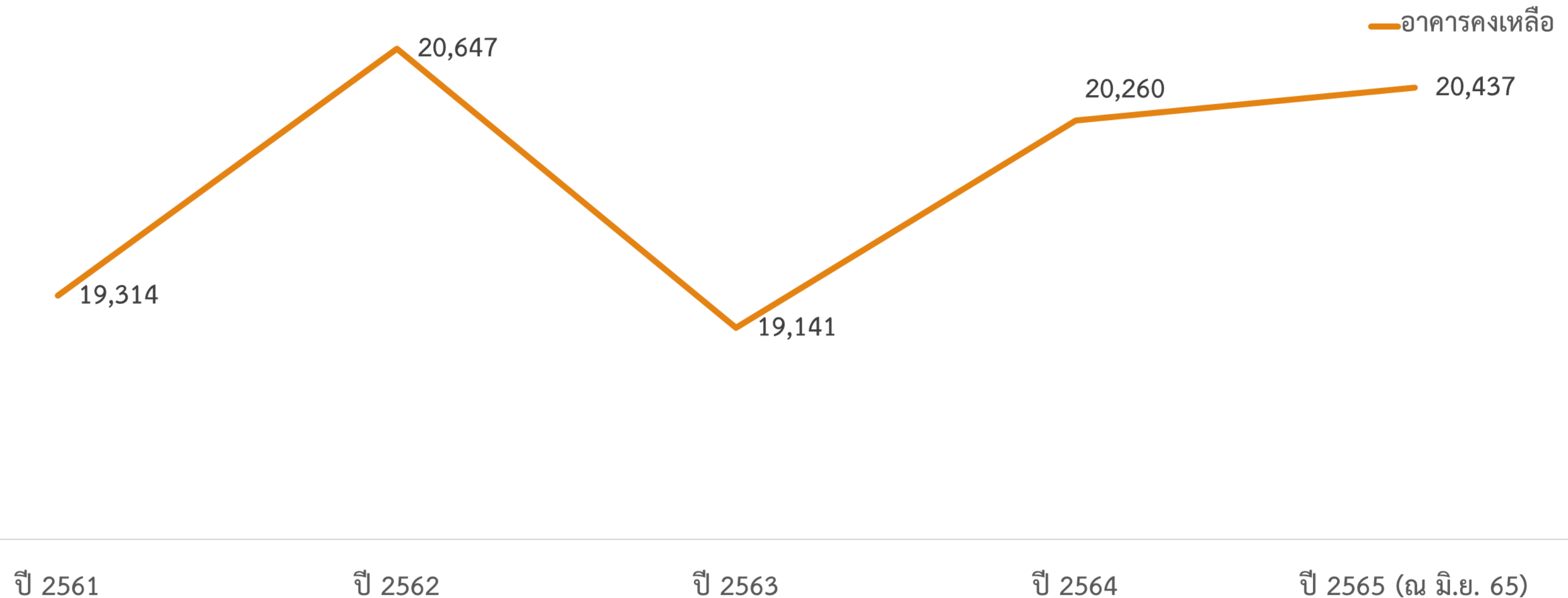


เพราะฉะนั้นการระบุหัวข้อปัญหาให้ชัดเจนต้องระบุให้ได้ว่า

1. เราใช้อะไรเป็นตัวชี้วัด (Indicator)?
2. สิ่งที่เป็นอยู่ (Actual) มีค่าเท่าไร?
3. สิ่งที่ต้องการ (Target) มีค่าเท่าไร?

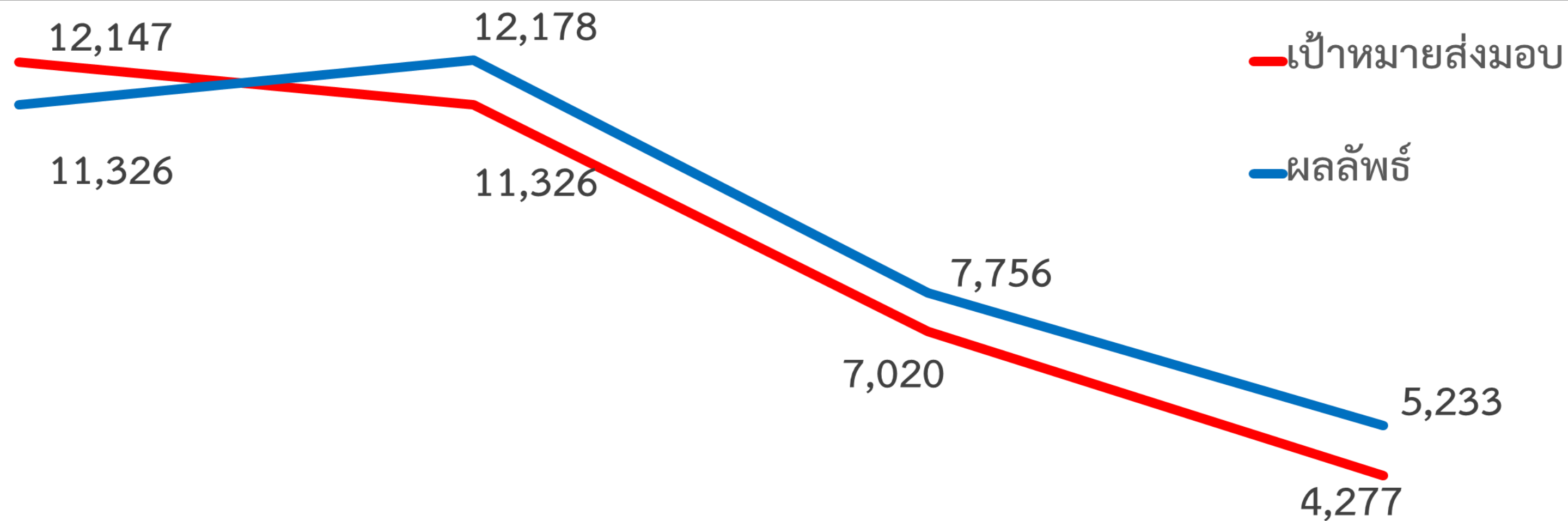
ที่มาและความสำคัญ

ข้อมูลอาคารคงเหลือ ปีงบประมาณ 2561 – 2565 (ณ มิ.ย. 65)



หมายเหตุ : ปี 64-65 โครงการบ้านเอื้ออาทร มีการรับคืนหน่วยเช่าเหมา จำนวน 7,181 หน่วย และหน่วยเช่ารายย่อย จำนวน 5,383 หน่วย **รวม 12,887 หน่วย**

ข้อมูลเป้าหมายและผลส่งมอบ ปีงบประมาณ 2561 – 2565 (ณ มิ.ย. 65)

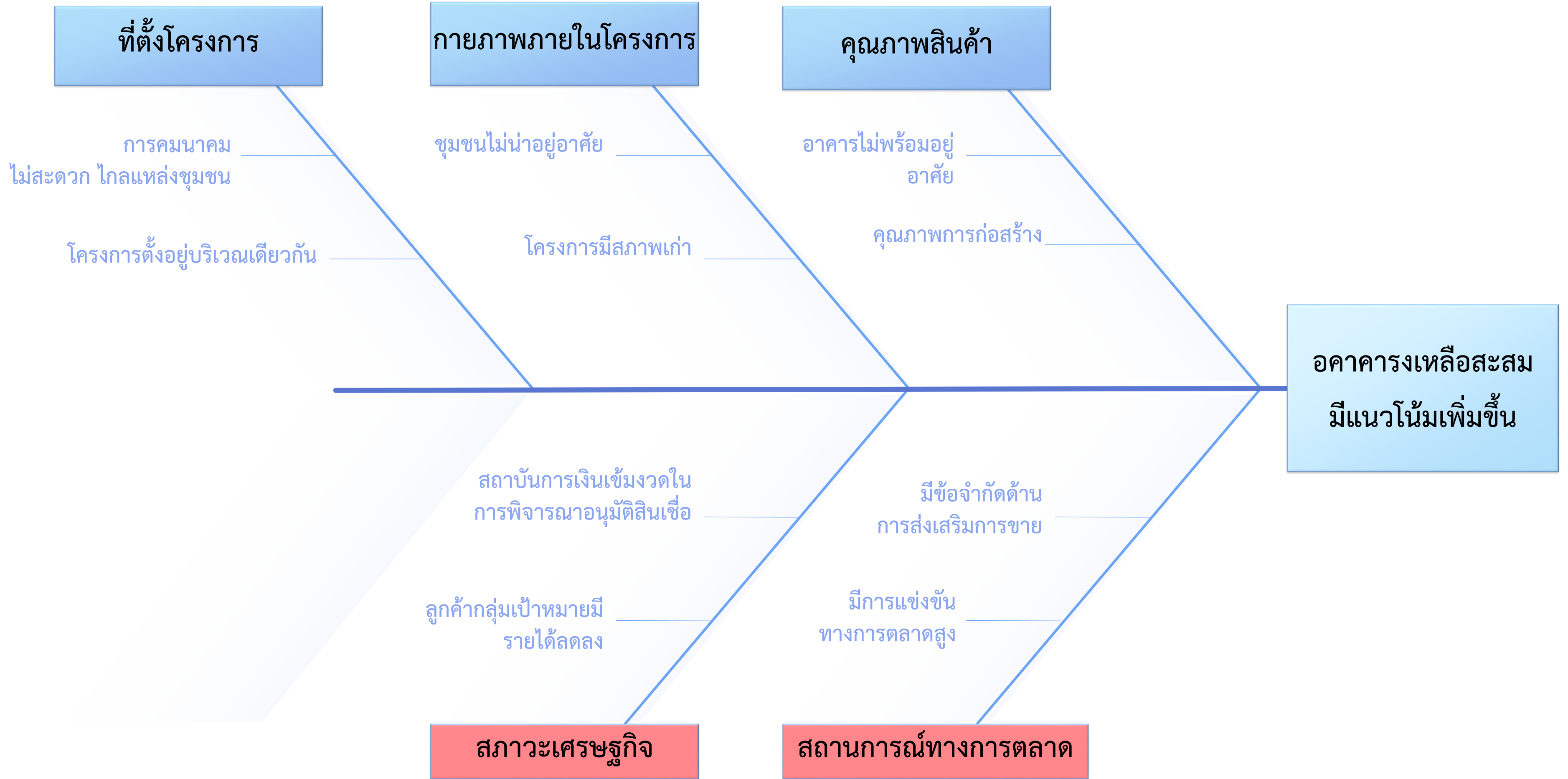


ปี 2562

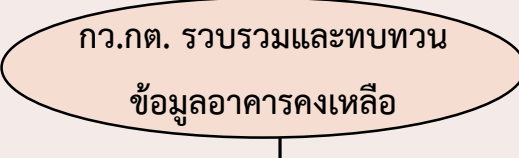
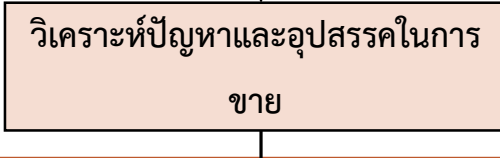
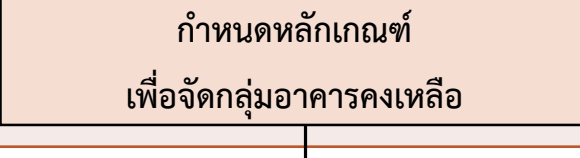
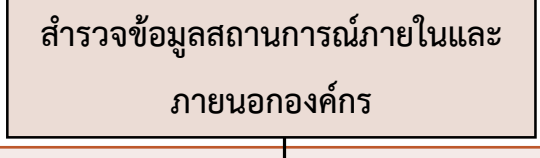
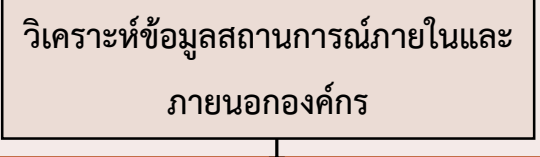
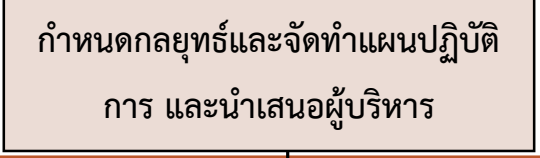

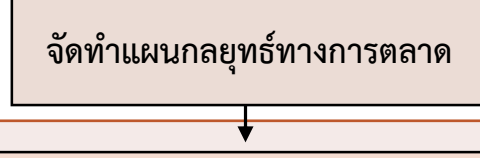
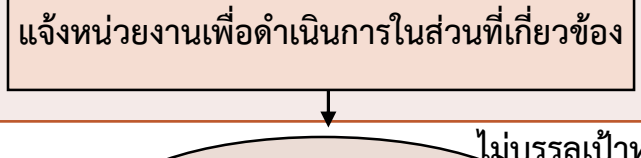
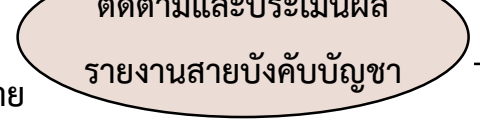
ปี 2563

ปี 2564

ปี 2565 (ณ มิ.ย. 65)



ส่วนที่ 2. สรุปรายละเอียดตัววัด (PI) หรือตัววัดที่สำคัญ (KPI) หรือ ปัญหาที่สำคัญ (Problem) และการวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ปัญหาที่เหมาะสม : โครงการบริหารอาคารคงเหลือ เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ กคช. มีอาคารคงเหลือเพิ่มขึ้น

ลำดับ	กิจกรรม/ขั้นตอน	ส่วนงาน กต.	ส่วนงาน บข.
1		กต.	บข.
2		กต.	บข.
3		กต.	บข.
4		กต.	-
5		กต.	-
6		กต.	-
7		กต.	-
8		กต.	-
9		กต.	บข.
10		กต.	-

ส่วนที่ 3 สรุปภาพรวมแนวทางการพัฒนากระบวนการงาน

3.1 สรุป ตัววัด ค่าเป้าหมาย ผลลัพธ์การดำเนินงานที่ผ่านมา

3.2 สรุปหัวข้อ เพื่อพัฒนากระบวนการงาน

3.3 สรุปวัตถุประสงค์ การพัฒนากระบวนการงาน

3.4 กำหนดตัววัดผลเชิงประสิทธิภาพ

3.5 กำหนดตัววัดผลเชิงประสิทธิผล

3.6 หัวข้อการพัฒนากระบวนการงาน มีความเชื่อมโยงกับ ยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนงานที่สำคัญหรือกระบวนการปฏิบัติงานใดขององค์กร

เชื่อมโยงกับ ยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนงานที่สำคัญหรือกระบวนการปฏิบัติงาน	ตัววัด ค่าเป้าหมาย ผลลัพธ์การดำเนินงานที่ผ่านมา	หัวข้อ การพัฒนากระบวนการงาน	วัตถุประสงค์ ประสิทธิภาพ / ประสิทธิผล การพัฒนากระบวนการ (ตารางร่างโครงการ)																								
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี กลยุทธ์ที่ 1.2 เร่งรัดขาย และส่งมอบที่อยู่อาศัย</p>	<p>เป้าหมาย อาคารคงเหลือ เป้าหมายและผลลัพธ์ย้อนหลัง 3 ปี (ไม่มีปัญหาเรื่องเป้าหมาย)</p> <table border="1" data-bbox="706 577 1642 934"> <thead> <tr> <th>ปี</th> <th>เป้าหมาย ส่งมอบ</th> <th>ผลลัพธ์</th> <th>+/- เทียบกับ เป้าหมาย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2562</td> <td>12,147</td> <td>11,326</td> <td>- 821</td> </tr> <tr> <td>2563</td> <td>11,326</td> <td>12,178</td> <td>+ 852</td> </tr> <tr> <td>2564</td> <td>7,020</td> <td>7,756</td> <td>+ 736</td> </tr> </tbody> </table> <p>เป้าหมาย อาคารคงเหลือ เป้าหมายและผลลัพธ์ปีงบประมาณ 2565 (ต.ค. 64 – ก.ค. 65)</p> <table border="1" data-bbox="706 1039 1642 1290"> <thead> <tr> <th>ปี</th> <th>เป้าหมาย ส่งมอบ</th> <th>ผลลัพธ์</th> <th>+/- เทียบกับ เป้าหมาย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2565 (ต.ค 64 - ก.ค.65)</td> <td>5,621</td> <td>5,650</td> <td>+ 29</td> </tr> </tbody> </table> <p>ความเสี่ยงอาคารคงเหลือ โอกาสเกิด ค่าระดับ 5 ผลกระทบ ค่าระดับ 5 ระดับความเสี่ยง เท่ากับ 25 (ความเสี่ยงสูง) ระดับความเสี่ยง สูง = มากกว่า 20 คะแนน ปานกลาง = 15 – 20 คะแนน ต่ำ = น้อยกว่า 15 คะแนน</p>	ปี	เป้าหมาย ส่งมอบ	ผลลัพธ์	+/- เทียบกับ เป้าหมาย	2562	12,147	11,326	- 821	2563	11,326	12,178	+ 852	2564	7,020	7,756	+ 736	ปี	เป้าหมาย ส่งมอบ	ผลลัพธ์	+/- เทียบกับ เป้าหมาย	2565 (ต.ค 64 - ก.ค.65)	5,621	5,650	+ 29	<p>โครงการลดความเสี่ยงการ บริหารอาคารคงเหลือ</p>	<p>วัตถุประสงค์ (Objective) 1. เพื่อลดความเสี่ยงอาคารคงเหลือที่จะเกิดขึ้นของ กคช. 2. เพื่อให้ความรู้พนักงานขาย ด้านกลยุทธ์และช่องทางการขาย 3. เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย</p> <p>ประสิทธิภาพ (Key Result) 1. ความเสี่ยงอาคารคงเหลือลดลง จากระดับสูงมาเป็นระดับปานกลาง 2. พนักงาน กต. และ บข. มีความรู้ด้านกลยุทธ์และช่องทางการขายเพิ่มขึ้น จำนวน 30 คน 3. ปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการขายแบบออนไลน์ ได้แก่ Website : www.nha.co.th, Facebook : NHA Marketing, Line OA : @nha_marketing, Instagram : NHA Marketing, TikTok : NHA Marketing, Twitter : NHA Marketing, Youtube : NHA Marketing Channel และตัวแทนขาย</p> <p>ประสิทธิผล (Effeteness / Outcome) 1. อาคารคงเหลือลดลง 5,621 หน่วย (ปี 2564 มีอาคารคงเหลือ 20,248 หน่วย) 2. ระดับคะแนนความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า (ปี 2565 อยู่ระหว่างจัดจ้างสำรวจ)</p>
ปี	เป้าหมาย ส่งมอบ	ผลลัพธ์	+/- เทียบกับ เป้าหมาย																								
2562	12,147	11,326	- 821																								
2563	11,326	12,178	+ 852																								
2564	7,020	7,756	+ 736																								
ปี	เป้าหมาย ส่งมอบ	ผลลัพธ์	+/- เทียบกับ เป้าหมาย																								
2565 (ต.ค 64 - ก.ค.65)	5,621	5,650	+ 29																								

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ภาพรวมของการพัฒนากระบวนการ

SIPOC คือ ภาพรวมของกระบวนการทำงาน ที่ทำให้คนทำงานเข้าใจ วัตถุประสงค์และขอบเขตของงานมากขึ้น

S-Supplier บุคคล/ส่วนงานที่ให้ปัจจัยนำเข้า I -Input ปัจจัยนำเข้า P -Process กระบวนการพัฒนางาน O -Output ผลลัพธ์ C -Customer ผู้รับบริการ

ผู้ส่งมอบ(supplier)	ปัจจัยนำเข้า (Input)	กระบวนการพัฒนางาน (PI Process)	ตัววัด (Output) / มิติของการวัดผล				ลูกค้า (Customer)
1.ฝ่าย บข. 2.ฝ่าย พก.1-3 3.ฝ่าย บข. 4.ฝ่าย ชช.1-6 (ชล., ชบ., ชน., ชฉ., ชอ., ชต.)	1. ข้อมูลอาคารคงเหลือในระบบฐานข้อมูล กคช. 2. ผลการสำรวจวิจัยตลาด 3. ผลการสำรวจความพึงพอใจไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความภักดีและผูกพัน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มลูกค้าที่ซื้อโครงการและยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการ 5. ข้อมูลสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กรในมิติต่างๆ เช่น ต้นทุน ราคาขาย เงื่อนไขการขาย แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจ สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัย คู่แข่งขันทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเสียงของลูกค้า เป็นต้น	1. อบรมให้ความรู้พนักงานด้านกลยุทธ์และช่องทางการขาย 2. คั้นหามาตรการช่วยเหลือลูกค้า (มาตรการช่วยเหลือลูกค้าฯ ระยะ 2) 3. คั้นหามาตรการส่งเสริมการขาย (มาตรการการให้ค่าตอบแทนการขาย) 4. สร้างช่องทางการขาย 5. ติดตามและปรับปรุง	ผลผลิตภาพ (Productivity)	คุณภาพ (Quality)	ต้นทุน / ค่าใช้จ่าย (Cost)	เวลา (Time Delivery)	ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการตามกำหนดและมีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ในราคาที่สามารถจับต้องได้
			1. ความเสี่ยงอาคารคงเหลือลดลง จากระดับสูงเป็นระดับปานกลาง 2. พนักงานมีความรู้ด้านกลยุทธ์และช่องทางการขายเพิ่มขึ้น จำนวน 30 คน 3. ปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการขายแบบออนไลน์ เช่น Website : www.nha.co.th , Facebook : NHA Marketing, Line OA : @nha_marketing, Instagram : NHA Marketing, TikTok : NHA Marketing, Twitter : NHA Marketing, Youtube : NHA Marketing Channel ตัวแทนขาย 4.อาคารคงเหลือลดลง 5,621 หน่วย (ปี 2564 มีอาคารคงเหลือ 20,248 หน่วย)				
			ความปลอดภัย (Safety)	ความโปร่งใสธรรมาภิบาล (Transparency)	สภาพแวดล้อม (Environment)	ความเสี่ยง (Risk)	ระดับคะแนนความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าของ กคช. (ปี 2564 ระดับคะแนน 76.23)
สรุปรายชื่อหน่วยงานที่ดำเนินการร่วมกัน (ถ้ามี)							
หมายเหตุ	การกำหนดตัววัด (Output) ต้องสามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรมตามหลัก SMART S - specific มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ชัดเจน M - measurable สามารถวัดได้ A - achievable สามารถบรรลุ หรือสำเร็จได้ R - realistic สอดคล้องกับความเป็นจริง T - timely วัดได้ตามช่วงเวลาที่กำหนด						

ภาพบรรยากาศ

“Digital Marketing by Baania”



“การตลาด 4.0 และการประยุกต์ใช้สร้างกลยุทธ์”



“อบรม ตัวแทนขาย”