

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่ไม่ใช่งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ "จัดจ้างบริษัท/องค์กรภายนอก เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของ
ผู้ให้บริการธนาคาร และการบริหารข้อโต้แย้งเปรียบเทียบ (Comparative
Disadvantage ประจำปี 2565)"
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,000,000 บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ - 8 เม.ย. 2565
เป็นเงิน ..2,700,000.บาท (สองล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) (ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
- พิจารณาตามข้อบังคับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 80 ว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ
ที่เกี่ยวกับการพาณิชย์โดยตรง พ.ศ. 2561 ข้อ 3 (18)
- (4) ราคาที่ได้มาจากการสืบราคาจากท้องตลาด
- โดยทำการสืบราคาจาก 3 บริษัท ประกอบด้วย
1. บริษัท อินโฟเลิร์ซ จำกัด
2. บริษัท รีเลิร์ซ อินเทลลิเจนซ์ จำกัด
3. บริษัท คัสต้อม เอเซีย จำกัด
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
- นางสาวสินีนาง วังศ์สวัสดิ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- นายณัฏฐวัฒน์ อัสมาเจริญสถิต หัวหน้าส่วนวางแผนกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์
- นายไพบุลย์ ทองเพิ่มพูน ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนวางแผนกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference :TOR) โครงการจัดจ้างบริษัท/องค์กรภายนอก เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร และการบริหารข้อด้อยเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Disadvantage) ประจำปี 2565 โดยวิธีพิเศษ

1. หลักการและเหตุผล

ด้วยธนาคารอาคารสงเคราะห์มีการดำเนินงานตามระบบประเมินผลการดำเนินงาน รัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM หมวด 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ที่กำหนดให้นำเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้ามาพิจารณาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการบริการ รวมถึงการดำเนินงานต่างๆ ของธนาคาร และมีวิธีการประเมิน รวบรวมข้อมูล และรายงานผลการ ประเมินที่มีความน่าเชื่อถืออย่างเหมาะสม

ดังนั้น เพื่อให้ธนาคารบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น จึงกำหนดให้มีการประเมินความพึงพอใจและ ความไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อและเงินฝาก โดยพิจารณา กลุ่มตัวอย่างให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร และการจำแนกกลุ่มลูกค้า ตามที่ระบุไว้ในบริบทองค์กร รวมทั้งรวบรวมและระบุข้อด้อยเชิงเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์และ บริการของคู่แข่งอื่น ๆ ทั้งด้านสินเชื่อและเงินฝาก โดยการประเมินดังกล่าวเป็นงานที่ต้องการ ผู้มีความชำนาญเป็นพิเศษที่มีความรู้และประสบการณ์

2. วัตถุประสงค์

2.1 กลุ่มลูกค้า

(1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ของผู้ใช้บริการสินเชื่อและเงินฝาก ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

(2) เพื่อสำรวจความผูกพันและความภักดี ของผู้ใช้บริการสินเชื่อและเงินฝากทั้งใน ภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

(3) เพื่อทำการรวบรวมและระบุข้อด้อยเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Disadvantage) ของธนาคารเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

(4) เพื่อนำผลการสำรวจมาทำการทบทวนพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อ เงินฝากและบริการ ของธนาคารให้ตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า ทั้งในภาพรวมและจำแนก ตามกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

(5) เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อคู่ค้าของธนาคาร ได้แก่ บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สิน บริษัทนิติกรรม ตัวแทนรับชำระเงินงวดของธนาคาร บริษัทติดตามหนี้

2.2 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร

(2) เพื่อสำรวจความผูกพันและความภักดี ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร

(3) เพื่อศึกษาการรับรู้ ทักษะ และความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ และภาพลักษณ์ด้าน CSR ของธนาคารจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(4) เพื่อวิเคราะห์ผลการรับรู้ ความต้องการ และลำดับความต้องการในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งอาจรวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการของธนาคาร เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการสำรวจนำไปวางแผนปรับปรุงของการจัดสร้างแผนความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(5) เพื่อศึกษาการรับรู้ ความต้องการ และความคาดหวังต่อการให้บริการในด้านต่างๆ จัดลำดับความสำคัญของความต้องการ และความคาดหวัง รวมถึงช่องว่างระหว่างความพึงพอใจกับความคาดหวังตามหลักการวิเคราะห์ Gap Analysis ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(6) เพื่อนำผลการสำรวจมาทำการทบทวนและเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจ ตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจกรรมของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างทำงานตามรายละเอียดขอบเขตงาน ที่ธนาคารว่าจ้างและเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการสำรวจความพึงพอใจ/ ความไม่พึงพอใจ

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ธนาคาร ณ วันประกาศประกวดราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการ ประกวดราคาครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e – GP) ของกรมบัญชีกลาง

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องของธนาคารทั้งหมดไว้เป็น ความลับ จะไปเผยแพร่ที่อื่นไม่ได้

4. หลักฐานการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับซองใบเสนอราคา โดยแยกไว้ นอกซองใบเสนอราคาเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ส่วนที่ 1 อย่างน้อยต้องมีเอกสารข้อมูลหลักฐานของผู้เสนอราคา จำนวน 1 ชุด จะต้องมียรายละเอียดครอบคลุมดังนี้.

(1) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการ จดทะเบียน นิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน นิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิบัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม และบัญชีผู้ถือหุ้นราย ใหญ่ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช่นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนา บัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัว ประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(3) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนา สัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใด เป็นบุคคลธรรมดาที่มีเชื้อชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคลให้ยื่น เอกสารตามที่ระบุไว้ใน (1)

(4) บัญชีเอกสารส่วนที่ 1 ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับซองใบเสนอราคา

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อเสนอ (Proposal) ทางด้านเทคนิค จำนวน 8 ชุด จะต้องมีรายละเอียดครอบคลุมดังนี้

- (1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ระเบียบวิธีวิจัย
- (2) รายละเอียดแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) และกรอบระยะเวลา (Time Frame)
- (3) แผนการปฏิบัติงานสำรองพร้อมกรอบระยะเวลา เพื่อรองรับกรณีไม่สามารถดำเนินการสำรวจได้ตามแผนการปฏิบัติงานที่เสนอข้างต้น อันเนื่องมาจากสถานการณ์ฉุกเฉิน ตัวอย่างเช่น สถานการณ์ Covid - 19 เป็นต้น

4.3 ข้อเสนอใบเสนอราคา จำนวน 1 ชุด จะต้องมีรายละเอียดประกอบด้วย

- (1) ราคาที่เสนอต้องเป็นราคาสุทธิ ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มรวมทั้งภาษีอากรอื่น และ ค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว
- (2) ราคาที่เสนอต้องเป็นเงินบาท และต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งหากมีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงใดๆ ผู้มีอำนาจของสถาบันหรือบริษัทนั้นๆ จะต้องลงลายมือชื่อพร้อมประทับตรากำกับไว้ด้วยทุกแห่ง
- (3) ในการจัดจ้างครั้งนี้ หากข้อเสนอและเอกสารต่างๆ ของผู้เสนอราคาไม่เป็นจริง ธนาคารมีสิทธิยกเลิกการจัดจ้างครั้งนี้ได้ ทั้งนี้อยู่ในดุลยพินิจของธนาคาร

5. รายละเอียดของงาน

โครงการฯ นี้มีขอบเขตในการสำรวจ ดังนี้

5.1 หัวข้อในการสำรวจแบ่งตามลูกค้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	สำรวจเชิงปริมาณ	สำรวจเชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(1) ลูกค้าปัจจุบัน แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก	✓	✓	(1) ความพึงพอใจ ของลูกค้าทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส. โดยมุ่งเน้นสำรวจความพึงพอใจ 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลิตภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร
	✓	✓	(2) ความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส. โดยต้องได้ประเด็นครอบคลุมธุรกรรมประเภทใดที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ และมีรายละเอียดความไม่พึงพอใจที่ธนาคารสามารถนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงได้

กลุ่มลูกค้า	สำรวจ เชิงปริมาณ	สำรวจ เชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(1) ลูกค้าปัจจุบัน แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่ 2) ลูกค้าเงินฝาก	✓	✓	(3) ความพึงพอใจของลูกค้า (เฉพาะลูกค้าสินเชื่อ) ที่มีต่อคู่ค้าของ ธอส. ที่ดำเนินการโดยตรง ได้แก่ บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สิน บริษัทนิติกรรม ตัวแทนรับชำระเงินงวด บริษัทติดตามหนี้
	✓	✓	(4) ความไม่พึงพอใจของลูกค้า (เฉพาะลูกค้าสินเชื่อ) ที่มีต่อคู่ค้าของ ธอส. ที่ดำเนินการโดยตรง ได้แก่ บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สิน บริษัทนิติกรรม ตัวแทนรับชำระเงินงวด บริษัทติดตามหนี้
	✓	✓	(5) ความพึงพอใจของลูกค้าสลากออมทรัพย์ ธอส.
	✓	✓	(6) ความไม่พึงพอใจของลูกค้าสลากออมทรัพย์ ธอส.
		✓	(7) ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าสลากออมทรัพย์ ธอส.
	✓	✓	(8) ความผูกพัน และความภักดีโดยใช้การวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของลูกค้าของ ธอส. ที่มีต่อ ธอส. ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธอส.
		✓	(9) ปัจจัยสำคัญ ในการ เป็นผู้สนับสนุน องค์กร ที่มีต่อ ธอส. (Detractor, Passive และ Promoters)
	✓		(10)ความคาดหวังของลูกค้าทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส. โดยมุ่งเน้นสำรวจ 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลិតภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร
		✓	(11) ความกังวลถึงผลกระทบเชิงลบทางสังคมของลูกค้าธอส.
		✓	(12) ความต้องการ ความคาดหวังด้านสินเชื่อและเงินฝากของลูกค้า ธอส. จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธอส. พร้อมทั้งค้นหาปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อ ธอส. (Basic Factor , Standard Factor และ Delight Factor) และจัดลำดับความสำคัญ โดยจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธอส.

กลุ่มลูกค้า	สำรวจเชิงปริมาณ	สำรวจเชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(1) ลูกค้าปัจจุบัน แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก	✓	✓	(13) ความกังวลของลูกค้าปัจจุบันที่มีความกังวลต่อธนาคารในด้านความเชื่อมั่น ความปลอดภัย ความโปร่งใส ความสะดวก และความพร้อมการใช้งานผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
		✓	(14) ประเด็นความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารในอนาคตด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านเงินฝาก และด้าน Digital Service
	✓		(15) Customer Service Standard การให้บริการด้านต่างๆของธนาคาร
		✓	(16) Customer Value คุณค่าที่ลูกค้าต้องการได้รับจากธนาคาร ด้านต่างๆ จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธอส.
(2) ลูกค้า ธอส. ผู้ใช้บริการ Digital Service	✓	✓	(1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Digital Service ของธอส. ในปัจจุบัน
	✓	✓	(2) ความไม่พึงพอใจโดยต้องได้ประเด็นครอบคลุมธุรกรรมประเภทใดที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ และมีรายละเอียดความไม่พึงพอใจที่ธนาคารสามารถนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงได้
	✓	✓	(3) ความผูกพัน และความภักดี โดยใช้การวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของผู้ให้บริการ Digital Service ของธอส. ในปัจจุบัน
		✓	(4) ปัจจัยสำคัญในการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรที่มีต่อ ธอส. (Detractor,Passive และ Promoters)
	✓	✓	(5) ความกังวลของลูกค้าปัจจุบันที่มีความกังวลต่อธนาคารในด้านความเชื่อมั่น ความปลอดภัย ความโปร่งใส ความสะดวก และความพร้อมการใช้งานผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
		✓	(6) ความต้องการ ความคาดหวังด้านความต้องการการใช้งาน Digital ของลูกค้าปัจจุบัน
		✓	(7) ประเด็นความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารในอนาคตด้าน Digital Service
(3) อดีตลูกค้า		✓	(1) ปัจจัยที่ลูกค้าได้ถอนใจออกจาก ธอส.
		✓	(2) ปัจจัยที่ลูกค้าปิดบัญชีเงินฝาก
		✓	(3) การสำรวจความต้องการ ความคาดหวังด้านสินเชื่อและเงินฝากของลูกค้าในอดีต

กลุ่มลูกค้า	สำรวจ เชิงปริมาณ	สำรวจ เชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(4) ลูกค้ามุ่งหวังในอนาคต		✓	(1) ความต้องการ ความคาดหวังด้านสินค้าและบริการ ความต้องการใช้งานด้าน Digital เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า และการทำธุรกรรม
		✓	(2) ประเด็นความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารในอนาคตด้านสินค้าและบริการด้านเงินฝาก และด้าน Digital Service
		✓	(3) Customer Persona ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัย ลูกค้าเงินฝาก ลูกค้าสลากออมทรัพย์ ที่จะใช้บริการของธนาคาร
		✓	(4) ปัจจัยที่ลูกค้าได้รับการอนุมัติแล้วแต่ไม่ทำนิติกรรมกับ ธอส.
(5) ลูกค้าคู่แข่ง แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก 3) ลูกค้า Digital Service	✓	✓	(1) ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารคู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่งทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้า 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลิตภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธนาคาร
	✓		(2) นำผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารคู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง มาเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธอส. ที่มีต่อ ธอส. ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มลูกค้า 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลิตภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธนาคาร
	✓	✓	(3) ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ Digital Service ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(4) ความไม่พึงพอใจของลูกค้าธนาคารคู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(5) ความไม่พึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ Digital Service ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(6) ความผูกพัน และความภักดี โดยใช้การวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของลูกค้าของคู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง ทั้งลูกค้าสินเชื่อ และลูกค้าเงินฝาก ลูกค้า Digital Service ทั้งภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	สำรวจ เชิงปริมาณ	สำรวจ เชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(5) ลูกค้าคู่แข่ง แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก 3) ลูกค้า Digital Service		✓	(7) ปัจจัยสำคัญในการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้าธนาคารคู่แข่งที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง ทั้งในภาพรวม ด้านสินเชื่อ เงินฝาก Digital Service และ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า
	✓		(8) Customer Service Standard การให้บริการของธนาคาร ด้านต่างๆ พร้อมเปรียบเทียบกับ Customer Service Standard ของ ธอส.
	✓	✓	(9) ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้า ด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านเงินฝาก และด้าน Digital Service ของอุตสาหกรรมธนาคาร
		✓	(10) ความต้องการ ความคาดหวังด้านความต้องการการใช้งาน Digital ของลูกค้าปัจจุบัน
		✓	(11) ประเด็นความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารในอนาคต ด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านเงินฝาก และด้าน Digital Service
		✓	(12) ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าคู่แข่งไม่ใช้บริการ ธอส
	✓	✓	(13) ความกังวลของลูกค้าธนาคารคู่แข่งที่มีความกังวลต่อธนาคารคู่แข่งใน ด้านความเชื่อมั่น ความปลอดภัย ความโปร่งใส ความสะดวก และ ความพร้อมการใช้งานผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
(6) ลูกค้าองค์กรอื่นที่มี ผลิตภัณฑ์และบริการ คล้ายคลึงกับ ธอส.	✓		(1) ความพึงพอใจ ของลูกค้าองค์กรอื่นที่มีต่อองค์กรนั้น
	✓	✓	(2) ความผูกพัน และความภักดี โดยใช้การวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของลูกค้าองค์กรอื่นที่มีต่อองค์กรนั้น
(7) บุคคลทั่วไป	✓	✓	(1) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไปที่มีต่อธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงธนาคารที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอันดับแรก
	✓	✓	(2) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไปที่มีต่อธนาคารเพื่อให้ ทราบถึงธนาคารเพื่อที่อยู่อาศัยที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอันดับแรก
		✓	(3) Top of Mind ด้านสินเชื่อ เงินฝาก และบริการ ของบุคคลทั่วไปที่มีต่อ ธนาคาร เพื่อให้ทราบสิ่งที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อนึกถึง ธนาคารแห่งนั้น
		✓	(4) Top of Mind ด้านสินเชื่อ เงินฝาก และบริการ ของบุคคลทั่วไปที่มีต่อ ธอส. เพื่อให้ทราบสิ่งที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อนึกถึง ธอส. ทั้งในด้านสินเชื่อ เงินฝากและบริการ

วิธีการในการสำรวจ

1. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interviews)

ดำเนินการสำรวจในทุกกลุ่มลูกค้า ยกเว้น กลุ่มลูกค้ามุ่งหวังอนาคต (นอกเหนือจากข้อมูลที่ธนาคารส่งให้), ลูกค้าคู่แข่ง ลูกค้าองค์กรอื่นที่มีผลิตภัณฑ์และบริการคล้ายคลึงกับ ธอส. และบุคคลทั่วไป ให้ใช้การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interviews)

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ดำเนินการสำรวจ กลุ่มลูกค้า ดังนี้

- ลูกค้าปัจจุบัน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก 3) ลูกค้า Digital Service
- ลูกค้าคู่แข่ง จำนวน 6 กลุ่ม ตามธนาคารที่กำหนด (โดยเป็นลูกค้าสินเชื่อ, ลูกค้าเงินฝาก, ลูกค้า Digital Service ของธนาคารดังกล่าว)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ (Telephone Interviews)

กลุ่ม ที่	ประเภทลูกค้า				จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ไม่น้อยกว่า)	หมายเหตุ
1	ลูกค้าปัจจุบัน	สินเชื่อ	1	1.1	250	1. ดำเนินการสำรวจพื้นที่สาขากรุงเทพ และปริมณฑล และภูมิภาค (7ภูมิภาค) ตามที่ธนาคารกำหนด 2. การสำรวจความพึงพอใจ ใช้การ วัดผลแบบ 5 ระดับ (Likert Scale) ประเมินผลแบบ Top 2 Box โดยมี SERVQUAL Model ในการวิเคราะห์ หา GAP ของความคาดหวัง และความ พึงพอใจของลูกค้าในแต่ละด้าน
				1.2	250	
			2	2.1	250	
				2.2	250	
		เงินฝาก	1	2	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้	
				3	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้	
				4	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้	
				สลากออมทรัพย์		
		สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจลูกค้าปัจจุบัน ที่มีต่อคู่ค้าของธอส. ที่ดำเนินการโดยตรง	บริษัทประเมิน มูลค่าทรัพย์สิน		400	
	บริษัทนิติกรรม		400			
	ตัวแทนรับชำระเงินงวด		ตัวแทนละ 100 ตัวอย่าง (หรือตามข้อมูลที่ธนาคารส่งให้)	ตัวแทนรับชำระเงินงวด 7 ตัวแทน		
	บริษัทติดตามหนี้		100 (หรือตามข้อมูลที่ธนาคารส่งให้)	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้		
	2	ลูกค้า ธอส. ผู้ใช้บริการ Digital Service		GHB ALL+ GHB Buddy	400	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้

กลุ่ม ที่	ประเภทลูกค้า		จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ไม่น้อยกว่า)	หมายเหตุ
3	อดีตลูกค้า	สินเชื่อ	100	(หรือตามข้อมูลที่ธนาคารส่งให้)
		เงินฝาก	100	(หรือตามข้อมูลที่ธนาคารส่งให้)
4	ลูกค้ามุ่งหวังในอนาคต	สินเชื่อ	100	
		เงินฝาก	100	
		ลูกค้าได้รับการอนุมัติแล้วแต่ ไม่ทำนิติกรรมกับ ธอส.	100	(หรือตามข้อมูลที่ธนาคารส่งให้)
5	ลูกค้าคู่แข่ง (ตามที่ธนาคารกำหนด รวม 6 ธนาคาร)	สินเชื่อ	600	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละ 100 แบบสอบถาม)
		เงินฝาก	600	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละ 100 แบบสอบถาม)
		Digital Service (Mobile APP)	600	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละ 100 แบบสอบถาม)
6	ลูกค้าองค์กรอื่นที่มีผลิตภัณฑ์และบริการคล้ายคลึงกับ ธอส.		องค์กรละ 100 ตัวอย่าง	อย่างน้อย 2 องค์กร ที่มีผลิตภัณฑ์หรือ บริการคล้ายคลึงกับของ ธอส. ยกตัวอย่างเช่น ด้านสินเชื่อ, บริการ แบบ One Stop Service เป็นต้น
7	บุคคลทั่วไป		400	ต้องไม่ซ้ำกับลูกค้ากลุ่มที่ 1 - 6

5.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแบ่งกลุ่ม รูปแบบ และหัวข้อในการสำรวจตามเกณฑ์การประเมินผล
องค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้ง 10 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของ , หน่วยงานกำกับดูแล, คณะกรรมการธนาคาร,
พนักงาน, ผู้มีรายได้น้อย, ลูกค้า, พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partners/Collaborator), ผู้ให้บริการภายนอก /
ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Outsource / Supplier) , สังคมและชุมชน และ สื่อมวลชน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
1. เจ้าของ	✓	✓	สำรวจเชิงปริมาณ (1) ความพึงพอใจ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนก ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจความพึงพอใจ 4 ประเด็น ดังนี้ 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลัก CG 4. การสร้างความสัมพันธ์
2. หน่วยงานกำกับดูแล	✓	✓	
3. คณะกรรมการธนาคาร	✓	✓	
4. พนักงาน	✓	✓	
5. ผู้มีรายได้น้อย	✓	✓	
6. ลูกค้า	✓	✓	
7. พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partners/Collaborator)	✓	✓	

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
8.ผู้ให้บริการภายนอก / ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Outsource / Supplier)	✓	✓	(2) ความไม่พึงพอใจ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยต้องได้ประเด็นครอบคลุมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่พึงพอใจ และมีรายละเอียดความไม่พึงพอใจที่ธนาคารสามารถนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงได้ (3) ความผูกพัน และความภักดี ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. โดยให้การวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร (4) ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. โดยมุ่งเน้นสำรวจ 4 ประเด็น ดังนี้ 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลัก CG 4. การสร้างความสัมพันธ์ แล้วนำมาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (5) ภาพลักษณ์ ธอส. ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจด้านภาพลักษณ์และด้าน CSR ของธนาคารในด้านต่าง ๆ 5 ประเด็น ดังนี้ 1. ด้านความเชี่ยวชาญด้านที่อยู่อาศัย 2. ด้านความมั่นคง การบริการ และผลิตภัณฑ์ 3. ด้านเทคโนโลยี Digital Banking 4. ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส 5. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สำรวจเชิงคุณภาพ (1) ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. (2) ความไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส.
9.สังคมและชุมชน	✓	✓	
10.สื่อมวลชน	✓	✓	

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
			(3) ความผูกพัน และความภักดี โดยการใช้การเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ ธอส.ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. (4) ปัจจัยสำคัญในการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรที่มีต่อ ธอส. (Detractor, Passive และ Promoters) (5) ความกังวลถึงผลกระทบเชิงลบทางสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ ธอส.ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลัก CG 4. การสร้างความสัมพันธ์ (6) ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. พร้อมทั้งค้นหาปัจจัยความต้องการความคาดหวังที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ ธอส. (Basic Factor , Standard Factor และ Delight Factor) และจัดลำดับความสำคัญ โดยจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. (7) ประเด็นความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารในอนาคต ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. ทั้ง 4 ประเด็น ดังนี้ 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลัก CG 4. การสร้างความสัมพันธ์ (8) ภาพลักษณ์ ธอส.ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจด้านภาพลักษณ์และด้าน CSR ของธนาคารในด้านต่าง ๆ 5 ประเด็น ดังนี้ 1. ด้านความเชี่ยวชาญด้านที่อยู่อาศัย 2. ด้านความมั่นคง การบริการ และผลิตภัณฑ์ 3. ด้านเทคโนโลยี Digital Banking

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
			4. ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส 5. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

วิธีการในการสำรวจ

1. การสำรวจแบบสอบถาม Online Survey (สำรวจเชิงปริมาณ)
(บริษัทฯ เป็นผู้จัดทำ Link แบบสอบถามออนไลน์ และส่งให้กับฝ่ายงานที่รับผิดชอบของธนาคารเพื่อนำส่ง Link ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้ง 10 กลุ่ม)
2. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) และ/หรือสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) (สำรวจเชิงคุณภาพ)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (ราย)	
	เชิงปริมาณ (Online Survey)	เชิงคุณภาพ (Telephone Interview/ In-Depth Interviews)
1. เจ้าของ	4	2
2.หน่วยงานกำกับดูแล	10	5
3.คณะกรรมการธนาคาร	10	2
4.พนักงาน	815	24
5.ผู้มีรายได้น้อย	10	5
6.ลูกค้า	ใช้ผลสำรวจเดียวกับกลุ่มลูกค้า (ตามกลุ่มที่ 1 ลูกค้าปัจจุบัน)	
7.พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partners/Collaborator)	29	7
8.ผู้ให้บริการภายนอก / ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Outsource / Supplier)	143	13
9.สังคมและชุมชน	4	2
10.สื่อมวลชน	15	4
รวม	1,030	64

5.3 บทสรุปวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพันและความภักดีโดยใช้การเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า เพื่อนำไปจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ แผนการออกผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงบริการ

5.4 เสนอแนวทางลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และลดการสูญเสีย เพื่อใช้ในการปรับปรุงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งให้คู่ค้านำไปปรับปรุงด้วยเช่นกัน

5.5 สรุปวิเคราะห์ Customer Persona ของลูกค้าทั้งสิ้นเชื่อและเงินฝาก จำแนกตามกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรในแต่ละกลุ่ม

5.6 กำหนดและคัดเลือกความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้าทั้งสิ้นเชื่อและเงินฝาก จำแนกตามกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรในแต่ละกลุ่ม เพื่อกำหนดความสำคัญเชิงเปรียบเทียบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อหรือสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าให้ชัดเจน รวมทั้งเพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นลูกค้ามากขึ้น สามารถตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และหาโอกาสในการสร้างนวัตกรรม

5.7 บทสรุปวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพันและความภักดี โดยใช้การเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ความต้องการ และความคาดหวัง เพื่อนำไปจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร

5.8 บทสรุปวิเคราะห์จากการสำรวจภาพลักษณ์ นำมาใช้เป็นเครื่องมือประเมินความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคาร และเพื่อใช้วางแผนการสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ธนาคารให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

5.9 เสนอแนวทางลดความไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลดการสูญเสีย เพื่อใช้ในการปรับปรุงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำไปปรับปรุงด้วยเช่นกัน

5.10 กำหนดและคัดเลือกความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบันโดยจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบริบทองค์กรในแต่ละกลุ่ม เพื่อกำหนดความสำคัญเชิงเปรียบเทียบที่มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ชัดเจน รวมทั้งเพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น และสามารถตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ดีขึ้น และหาโอกาสในการสร้างนวัตกรรมรวมทั้งเพิ่มระดับความพึงพอใจในปัจจุบันและอนาคต

5.11 การจัดทำรายงาน จะประกอบด้วยรายงานต่าง ๆ ดังนี้

5.11.1 รายงานขั้นต้น (Inception Report) แยกเป็น 2 ฉบับ ได้แก่

5.11.1.1 ฉบับลูกค้า

5.11.1.2 ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1) รายละเอียดขอบเขตงาน

(2) วิธีการดำเนินโครงการสำรวจ (Methodology)

(3) แผนการดำเนินงานในภาพรวมของโครงการ (Project Work Plan)

- ภาพรวมทั้งโครงการ (ทั้งการสำรวจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)
 - แผนการดำเนินงานเฉพาะการสำรวจลูกค้า (สำหรับฉบับลูกค้า)
 - แผนการดำเนินงานเฉพาะการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สำหรับฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)
- (4) แผนการดำเนินงานสำรองพร้อมกรอบระยะเวลา เพื่อรองรับกรณีไม่สามารถดำเนินการสำรวจได้ตามแผนการดำเนินงานข้างต้น
- (5) การกำหนด เลือกลง และระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- (6) รูปแบบสอบถาม สำหรับใช้ในการสำรวจเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ
- (7) แนวทางสถิติและการวิเคราะห์ รูปแบบการแสดงผลรายงาน และรายละเอียดทางเทคนิคอื่นๆ (ถ้ามี)
- (8) แผนการอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่สำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางโทรศัพท์ และแนวทางการตรวจสอบคุณภาพ

5.11.2 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ของการดำเนินการสำรวจ แยกเป็น 2 ฉบับ ได้แก่

5.11.2.1 ฉบับลูกค้า

5.11.2.2 ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยมีเนื้อหาของรายงานที่แสดงผลความคืบหน้าในการสำรวจ ผลคะแนนการสำรวจที่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้ง(ถ้ามี) และปัญหาอุปสรรคที่เป็นปัจจัยสำคัญและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของคะแนน (ถ้ามี)

5.11.3 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับลูกค้า โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- (1) สารบัญตามข้อ 5.11.1 รายงานขั้นต้น โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของธนาคาร
- (2) สรุปผลการสำรวจและบทวิเคราะห์ที่มีสาระสำคัญตามข้อ 5.1, 5.3 - 5.6 โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของธนาคาร
- (3) ระบุและเสนอประเด็นข้อด้อยเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Disadvantage) ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์หลักและบริการตามภารกิจของ ธอส. ทั้ง 2 ด้าน เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
- (4) ข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักและบริการตามภารกิจของ ธอส.ตามเสียงของลูกค้า
- (5) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร หรือบทวิเคราะห์ ผลการสำรวจตามข้อ 5.1 , 5.3 - 5.6 ที่มีสาระสำคัญ
- (6) ข้อเสนอแนะการวางมาตรฐานกระบวนการงานที่สอดคล้องกับกรอบการทำงานตามระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM หมวด 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า

5.11.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1) สาระสำคัญตามข้อ 5.11.1 รายงานขั้นต้น โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องแล้ว

(2) สรุปผลการสำรวจและบทวิเคราะห์ที่มีสาระสำคัญตามข้อ 5.2, 5.7 - 5.10 โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของธนาคาร

(3) ข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักและบริการตามภารกิจของ ธอส. ตามเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(4) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร หรือบทวิเคราะห์ ผลการสำรวจตามข้อ 5.2, 5.7 - 5.10 ที่มีสาระสำคัญ

(5) ข้อเสนอแนะการวางมาตรฐานกระบวนการงานที่สอดคล้องกับกรอบการทำงานตามระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM หมวด 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า

5.12 บรรยายสรุปผลการสำรวจ รวมถึงบทวิเคราะห์ ให้กับธนาคาร

6. วิธีการดำเนินงานโครงการ

ลูกค้า

ดำเนินการสำรวจเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research) สำหรับกลุ่มลูกค้า ดังนี้ ลูกค้าปัจจุบัน, ลูกค้าผู้ใช้บริการ Digital Service, อดีตลูกค้า, ลูกค้าที่ธนาคารมุ่งหวังในอนาคต, ลูกค้าธนาคารคู่แข่ง, ลูกค้าองค์กรอื่นที่มีผลิตภัณฑ์และบริการคล้ายคลึงกับ ธอส., บุคคลทั่วไป

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ดำเนินการสำรวจเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research) สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคารในปัจจุบัน ซึ่งมีประเด็นที่ทำการศึกษา 4 ประเด็น คือ

1. ความพึงพอใจ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจความพึงพอใจ 4 ประเด็น ดังนี้

(1) การปฏิบัติงาน

(2) การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล

(3) การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลัก CG

(4) การสร้างความสัมพันธ์

2. ความไม่พึงพอใจ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยต้องได้ประเด็นครอบคลุมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่พึงพอใจ และมีรายละเอียดความไม่พึงพอใจที่ธนาคารสามารถนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงได้

3. ความผูกพัน และความภักดี ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. โดยใช้การวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร

4. ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. โดยมุ่งเน้นสำรวจ 4 ประเด็น ดังนี้

- (1) การปฏิบัติงาน
- (2) การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล
- (3) การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลัก CG
- (4) การสร้างความสัมพันธ์

แล้วนำมาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. ภาพลักษณ์ ธอส. ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจด้านภาพลักษณ์และด้าน CSR ของธนาคารในด้านต่าง ๆ 5 ประเด็น ดังนี้

- (1) ด้านความเชี่ยวชาญด้านที่อยู่อาศัย
- (2) ด้านความมั่นคง การบริการ และผลิตภัณฑ์
- (3) ด้านเทคโนโลยี Digital Banking
- (4) ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส
- (5) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยสามารถจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 10 กลุ่ม 43 ตัวแทน ดังนี้

1. เจ้าของ

- 1.1 สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ
- 1.2 สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

2. หน่วยงานกำกับดูแล

- 2.1 ธนาคารแห่งประเทศไทย
- 2.2 สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
- 2.3 สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
- 2.4 สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
- 2.5 หน่วยงานประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ

3. คณะกรรมการธนาคาร

- 3.1 คณะกรรมการธนาคาร

4. พนักงาน

- 4.1 ผู้บริหาร
- 4.2 พนักงาน
- 4.3 พนักงานสัญญาจ้าง / ลูกจ้างธนาคาร
- 4.4 สหภาพแรงงาน

76

5.ผู้มีรายได้น้อย

5.1 ผู้มีรายได้น้อย

6.ลูกค้า *

6.1 ลูกค้าเงินฝากกลุ่ม 1

6.2 ลูกค้าเงินฝากกลุ่ม 2

6.3 ลูกค้าเงินฝากกลุ่ม 3

6.4 ลูกค้าเงินฝากกลุ่ม 4

6.5 ลูกค้าสินเชื่อ 1

6.6 ลูกค้าสินเชื่อ 2

7.พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partners/Collaborator)

7.1 บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

7.2 หน่วยงานสวัสดิการ

7.3 บริษัทประกัน

7.4 สภาวิชาชีพ / กลุ่มบริษัทรับสร้างบ้าน

7.5 พันธมิตร (ด้านส่งเสริมการขาย)

7.6 บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด

7.7 การเคหะแห่งชาติ

8.ผู้ให้บริการภายนอก / ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Outsource / Supplier)

8.1 บริษัทประเมินราคาหลักทรัพย์

8.2 บริษัทจดทะเบียนนิติกรรม

8.3 บริษัทติดตามหนี้

8.4 บริษัทฟ้องคดี

8.5 บริษัทสำรวจและดูแลทรัพย์สิน

8.6 บริษัทติดตามหนี้ส่วนขาดฯ

8.7 บริษัทบริการรับชำระหนี้เงินกู้ (Banking Agent) / Direct Debit

8.8 บริษัทบริการรับส่งเงิน

8.9 บริษัทบำรุงรักษาอุปกรณ์ IT

8.10 บริษัท Outsource การให้บริการ IT

8.11 บริษัทที่ธนาคารจ้าง แม่บ้าน ยาม ดูแลสวน บริหารอาคาร

8.12 บริษัท Outsource ธุรกิจ

8.13 บริษัทที่ขายสินค้า / บริการ / พิมพ์ใบเสร็จให้ธนาคาร

9. สังคมและชุมชน

9.1 ชุมชนใกล้เคียง – ชุมชนต้นแบบ

9.2 ชุมชนใกล้เคียง - โรงเรียนตชด.

10. สื่อมวลชน

10.1 สื่อมวลชน ดั้งเดิม

10.2 สื่อ online เช่น Agent

หมายเหตุ * กลุ่มที่ 6 ลูกค้า ใช้ผลสำรวจเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า (ตามกลุ่มที่ 1 ลูกค้าปัจจุบัน)

7. ระยะเวลาดำเนินการ/ส่งมอบงาน

บริษัท/องค์กรภายนอก นำส่งเอกสารต้นฉบับสี่และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย

7.1 ระยะเวลาดำเนินโครงการ ตั้งแต่นับถัดจากวันลงนามในสัญญา – 30 กันยายน 2565

7.2 รายงานขั้นต้น (Inception Report) ฉบับลูกค้า จำนวน 10 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 10 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด โดยมีกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายใน 3 สัปดาห์นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

7.3 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ฉบับลูกค้า จำนวน 3 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 3 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด ทุกเดือน เป็นอย่างน้อยนับจากนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายในวันที่ 28 ของทุกเดือน จนกว่าจะจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เรียบร้อยแล้ว

7.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับลูกค้า เอกสารต้นฉบับสี่ จำนวน 12 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด โดยกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2565

7.5 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เอกสารต้นฉบับสี่ จำนวน 10 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด โดยกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายในวันที่ 30 กันยายน 2565

8. การทำสัญญา

ผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องติดต่อกับธนาคารเพื่อทำสัญญาจ้างกับธนาคารภายใน 7 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา และให้ธนาคารยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(1) เงินสด

(2) เช็คหรือตราฟัที่ธนาคารภายในประเทศเซ็นส่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราฟัลงวันที่ ที่ใช้เช็คหรือตราฟันั้นชำระต่อเจ้าหน้าทีหรือก่อนวันนั้นไม่เกิน 3 วันทำการ

(3) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนดโดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

(4) หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนหรือหลักทรัพย์เพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของ

ธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

(5) พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน 15 วัน นับจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาพ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ดำเนินการภายในระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น ธนาคารสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการจ้าง และพิจารณาแจ้งเป็นผู้ทำงาน

9. เงื่อนไขการชำระเงิน

ธนาคารจะชำระเงินค่าจ้างให้แก่บริษัท/องค์กรภายนอก (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) เมื่อคณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง เพื่อดำเนินการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร ได้ทำการตรวจรับการจ้าง และ อนุมัติ. ได้อนุมัติรับไว้ใช้งานเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ อนุมัติ. จะชำระเงินตามผลงานที่ส่งมอบในแต่ละงวด โดยแบ่งงวดการชำระเงินเป็น 3 งวด ดังต่อไปนี้

งวดที่ 1 ชำระร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อส่งมอบรายงานขั้นต้น (Inception Report) ฉบับลูกค้ำ และฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ส่งมอบงานตามข้อ 7.2)

งวดที่ 2 ชำระร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับลูกค้ำ (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.4)

งวดที่ 3 ชำระที่เหลืออีกร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.5)

10. วงเงินที่จะจัดจ้าง

ในวงเงินงบประมาณ 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน)

11. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การคัดเลือกผู้รับจ้างในครั้งนี้ ธนาคารจะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคา

12. ลิขสิทธิ์ผลงาน

ให้ธนาคารเป็นเจ้าของ ข้อมูล และรายงานการสรุปผลงานการสำรวจที่ได้ดำเนินการจัดทำได้ตามกฎหมาย

13. อัตราค่าปรับ

กำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของค่าจ้าง (กรณีที่ผู้รับจ้างไม่ดำเนินการตามขอบเขตของงานข้อใดข้อหนึ่ง)

14. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เบอร์ติดต่อ 1988 / 2086

(นายศรพงศ์ ดุรงค์เวโรจน์)

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานการตลาดและพัฒนาธุรกิจ 1

ประธานกรรมการ

(นายศรพงศ์ สุวรรณศรี)

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจสินเชื่อ

กรรมการ

(นางจินตนา สงศิริ)

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจเงินฝาก

กรรมการ

(นางดาริน แก้วงาม)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการบริการอิเล็กทรอนิกส์
และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการบริการอิเล็กทรอนิกส์

กรรมการ

(นางสุวดี นานาจงสวัสดิ์)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

กรรมการ

(นายปิยพงษ์ รัตนันท์)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายพิธีการสินเชื่อ

กรรมการ

(นายนันทวัฒน์ อัชมาเจริญสถิต)

หัวหน้าส่วนวางแผนกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

กรรมการ

(นายไพบุลย์ ทองเพิ่มพูน)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนวางแผนกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

กรรมการและเลขานุการ

(นางวราภรณ์ ภูษณรัตน์)

ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายสินเชื่อธุรกิจและภาครัฐ

กรรมการ

(นางชนากานต์ จิตบริบูรณ์)

ผู้อำนวยการฝ่ายสาขา กทม.และปริมณฑล 2

กรรมการ

(นางสาววณัฐรัตน์ บุญศุภนิสัย)

ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

กรรมการ

(นายชัชชนา รูปเทวินทร์)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ กทม. และปริมณฑล

กรรมการ

(นายต่อศักดิ์ นุชองงค์)

หัวหน้าส่วนตรวจประเมินผลองค์กร ฝ่ายประเมินผลองค์กร

กรรมการ

(นางสาววรลักษณ์ ศิริวัลลภ)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนวางแผนและผลิตสื่อโฆษณา ฝ่ายสื่อสารองค์กร

กรรมการ

(นางสาวสมพร ฝากาม)

นักประเมินราคาหลักทรัพย์ ฝ่ายประเมินราคาหลักทรัพย์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ