

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีไข่งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการงานจ้างบริษัทสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ประจำปี 2567
 2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
 3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร3,000,000 บาท..... (สามล้านบาทถ้วน)
 4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ **29 มิ.ค. 2567**
เป็นเงิน 2,910,400 บาท (สองล้านเก้าแสนหนึ่งหมื่นสี่ร้อยบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
 5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
- พิจารณาตามข้อบังคับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 80 ว่าด้วยการจัดซื้อ
ที่เกี่ยวกับการพาณิชย์โดยตรง พ.ศ. 2561 ข้อ 3 (18) (4) ราคาที่ได้มาจากการสืบราคา
สืบราคาจาก 3 บริษัท ประกอบด้วย
- 5.1 บริษัท ดี อิมเพรสชั่น คอนซัลแทนท์ จำกัด
 - 5.2 บริษัท ซีเอสเอ็น รีเสิร์ช จำกัด
 - 5.3 บริษัท เพอร์ฟอร์แมนซ์ เอกซ์เซลเลนซ์ เซนเตอร์ จำกัด

- | | |
|---|---------------------|
| 6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน | |
| 6.1 นางสาววณิสรรัตน์ บุญสุภานิตย์ | ประธานกรรมการ |
| 6.2 นางชนากานต์ จิตบริบูรณ์ | กรรมการ |
| 6.3 นางสาวปานเนตร จันทสิงห์ | กรรมการ |
| 6.4 นายวรพงษ์ นิลวัชรามรณ | กรรมการ |
| 6.5 นายปิยพงษ์ ธนानันท์ | กรรมการ |
| 6.6 นายต่อศักดิ์ นุชอนงค์ | กรรมการ |
| 6.7 นางสาวอรุณี รัตนประทีปพร | กรรมการ |
| 6.8 นางสาวรุ่งฤดี ศรีอุดมกิจ | กรรมการ |
| 6.9 นางสาวอภิญญา สุทธิศาสนกุล | กรรมการ |
| 6.10 นายพงศา คุณมานุกุลกิจ | กรรมการ |
| 6.11 นางชนิษฐา พลขำนิ | กรรมการ |
| 6.12 นางสาวนิตินา สะสมทรัพย์ | กรรมการ |
| 6.13 นายไพบุลย์ ทองเพิ่มพูน | กรรมการและเลขานุการ |

[Handwritten signature]

.....

[Handwritten signature]

.....

- ลาป่วย -
- ลาพักผ่อน -

.....

ระหว่างวันที่ 21-26 มี.ค. 67..

[Handwritten signature]

.....

[Handwritten signature]

.....

อยู่หอ

.....

ขอเรียนลา คณะศึกษาศาสตร์
[Handwritten signature]

.....

ขอ ออกรับ

.....

สมัคร ส.ส. พรรค

[Handwritten signature]

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference :TOR) งานจ้างบริษัทสำรวจความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการธนาคาร ประจำปี 2567 โดยวิธีพิเศษ

1. หลักการและเหตุผล

ด้วยธนาคารอาคารสงเคราะห์มีการดำเนินงานตามระบบประเมินผลการดำเนินงาน รัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM หมวด4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ที่กำหนดให้นำเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้ามาพิจารณาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการบริการ รวมถึงการดำเนินงานต่างๆ ของธนาคาร และมีวิธีการประเมิน รวบรวมข้อมูล และรายงานผลการ ประเมินที่มีความน่าเชื่อถืออย่างเหมาะสม

ดังนั้น เพื่อให้ธนาคารบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น จึงกำหนดให้มีการประเมินความพึงพอใจและ ความไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อและเงินฝาก โดยพิจารณา กลุ่มตัวอย่างให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร และการจำแนกกลุ่มลูกค้า ตามที่ระบุไว้ในบริบทองค์กร รวมทั้งรวบรวมและระบุข้อดีข้อเสียเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์และ บริการของคู่แข่งอื่นๆ ทั้งด้านสินเชื่อและเงินฝาก โดยการประเมินดังกล่าวเป็นงานที่ต้องการ ผู้มีความชำนาญเป็นพิเศษที่มีความรู้และประสบการณ์

2. วัตถุประสงค์

2.1 กลุ่มลูกค้า

(1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ของผู้ใช้บริการสินเชื่อและเงินฝาก ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

(2) เพื่อสำรวจความผูกพัน และความภักดี ของผู้ใช้บริการสินเชื่อและเงินฝากทั้งใน ภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

(3) เพื่อทำการรวบรวมและระบุข้อดีข้อเสียเปรียบเทียบกับ (Comparative Disadvantage) ของธนาคารเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

(4) เพื่อนำผลการสำรวจมาทำการทบทวนพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อ เงินฝากและบริการ ของธนาคารให้ตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า ทั้งในภาพรวมและจำแนก ตามกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

(5) เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการภายนอก / ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Outsource / Supplier) ได้แก่ บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สิน บริษัทนิติกรรม

2.2 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- (1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร
- (2) เพื่อสำรวจระดับความผูกพันและความภักดี ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร
- (3) เพื่อศึกษาการรับรู้ ทักษะ และความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ และภาพลักษณ์ด้าน CSR ของธนาคารจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- (4) เพื่อวิเคราะห์ผลการรับรู้ ความต้องการ และลำดับความต้องการในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งอาจรวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการของธนาคาร เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการสำรวจ นำไปวางแผนปรับปรุงของการจัดสร้างแผนความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- (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 ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างทำงานตามรายละเอียดขอบเขตงานที่ธนาคารว่าจ้างและเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ

๗- ๗๒๖

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ธนาคาร ณ วันประกาศประกวดราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาค้างนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องของธนาคารทั้งหมดไว้เป็นความลับ จะไปเผยแพร่ที่อื่นไม่ได้

4. หลักฐานการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับซองใบเสนอราคา โดยแยกไว้นอกซองใบเสนอราคาเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ส่วนที่ 1 อย่างน้อยต้องมีเอกสารข้อมูลหลักฐานของผู้เสนอราคา จำนวน 1 ชุด จะต้องมียาละเอียดครอบคลุมดังนี้.

(1) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิบัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(3) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคลให้ยื่นเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (1)

(4) บัญชีเอกสารส่วนที่ 1 ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับซองใบเสนอราคา

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

(1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ระเบียบวิธีวิจัย

(2) รายละเอียดแผนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลา (Time Frame)

(3) แผนการดำเนินงานสำรองพร้อมกรอบระยะเวลา เพื่อรองรับกรณีไม่สามารถดำเนินการสำรวจได้ตามแผนการปฏิบัติงานที่เสนอข้างต้น อันเนื่องมาจากสถานการณ์ฉุกเฉิน ตัวอย่างเช่น สถานการณ์ Covid - 19 เป็นต้น

4.3 ใบเสนอราคา จำนวน 1 ชุด จะต้องมียละเอียดประกอบด้วย

(1) ราคาที่เสนอต้องเป็นราคาสุทธิ ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มรวมทั้งภาษีอากรอื่น และ ค่าใช้จ่ายที่พึงพอใจแล้ว

(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) ระดับความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในภาพรวม และความพึงพอใจด้านต่างๆ อย่างน้อย 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลិតภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส.
	✓	✓	(2) ระดับความไม่ความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ ธอส. ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส.

กลุ่มลูกค้า	สำรวจ เชิงปริมาณ	สำรวจ เชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(1) ลูกค้าปัจจุบัน แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก	✓	✓	(3) ความผูกพัน และความภักดี โดยวัดระดับความผูกพัน (engagement score) และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (NPS) ที่มีต่อ ธอส. พร้อมหาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (Promoters, Passive, Detractor) ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส.
	✓	✓	(4) ระดับความต้องการคาดหวังของลูกค้า และปัจจัยความต้องการความคาดหวังของลูกค้าใน 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลិតภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส. เปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจ
		✓	(5) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า แบ่งตามระดับ (Basic Factor, Standard Factor และ Delight Factor) จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส.
	✓		(6) ระดับความพึงพอใจต่อช่องทางรับฟังเสียงลูกค้าของ ธอส. ทั้งภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ ธอส.
(2) ลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝาก, สลากออมทรัพย์ ปี 2567	✓	✓	(1) ระดับความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์เงินฝาก, สลากออมทรัพย์ ธอส.
	✓	✓	(2) ระดับความไม่ความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์เงินฝาก, สลากออมทรัพย์ ธอส.
		✓	(3) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์เงินฝาก, สลากออมทรัพย์ ธอส.
	✓		(4) ความผูกพัน และความภักดี โดยวัดระดับความผูกพัน (engagement score) และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร (NPS) ลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝาก, สลากออมทรัพย์ ธอส.
		✓	(5) Customer Value คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคาร
(3) ลูกค้าผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ปี 2567	✓	✓	(1) ระดับความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สินเชื่อ
	✓	✓	(2) ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคู่ค้าของ ธอส. ที่ดำเนินการโดยตรง ได้แก่ บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สิน บริษัทนิติกรรม

กลุ่มลูกค้า	สำรวจ เชิงปริมาณ	สำรวจ เชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(3) ลูกค้าผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ปี 2567	✓	✓	(3) ระดับความไม่พึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อลูกค้าของ ธอส. ที่ดำเนินการโดยตรง ได้แก่ บริษัท ประเมินมูลค่าทรัพย์สิน บริษัทนิติกรรม
		✓	(4) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สินเชื่อ
		✓	(5) Customer Value คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการของ ธนาคาร
(4) ลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN)	✓	✓	(1) ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN)
	✓	✓	(2) ระดับความไม่พึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจ ของลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN) เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการของ ธอส.
	✓	✓	(3) ความผูกพัน และความภักดี (engagement score) และระดับการเป็น ผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (NPS) ของลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN) พร้อมหาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการเป็นผู้สนับสนุน องค์กรของลูกค้า (Promoters, Passive, Detractor)
	✓	✓	(4) ความกังวลของลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN) ในด้าน ความเชื่อมั่น ความปลอดภัย ความโปร่งใส ความสะดวก และ ความพร้อมการใช้งานผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
		✓	(5) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าด้าน Mobile Application (GHB ALL GEN)
(5) อดีตลูกค้า		✓	(1) ปัจจัยที่ลูกค้าได้ถอนเงินจาก ธอส.
		✓	(2) ปัจจัยที่ลูกค้าปิดบัญชีเงินฝาก / ได้ถอนสลากออมทรัพย์
		✓	(3) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวัง ด้านสินเชื่อ เงินฝาก และสลากออมทรัพย์ ของอดีตลูกค้า
(6) ลูกค้ามุ่งหวังในอนาคต		✓	(1) ความต้องการ ความคาดหวังด้านสินเชื่อและเงินฝาก สลากออมทรัพย์ Mobile Application เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และ บริการ การสนับสนุนลูกค้า และการทำธุรกรรม
		✓	(2) Customer Persona ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัย ลูกค้าเงินฝาก ลูกค้าสลากออมทรัพย์ ที่จะใช้บริการของธนาคาร
		✓	(3) ปัจจัยที่ลูกค้าได้รับอนุมัติแล้ว แต่ไม่ทำนิติกรรมกับธนาคาร

กลุ่มลูกค้า	สำรวจ เชิงปริมาณ	สำรวจ เชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(7) ลูกค้าคู่แข่ง แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่ 2) ลูกค้าเงินฝาก 3) ลูกค้า Mobile Application 4) ลูกค้าสลากออมทรัพย์	✓		(1) ระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารคู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้า อย่างน้อย 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผลิตภัณฑ์ 2. การสนับสนุนลูกค้า 3. การให้บริการ 4. ภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร พร้อมเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธอส. ทั้งในภาพรวม และความพึงพอใจประเด็นต่างๆ
	✓	✓	(2) ระดับความไม่ความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารคู่แข่ง ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มลูกค้า
	✓	✓	(3) ความผูกพัน และความภักดีโดยวัดระดับความผูกพัน (engagement score) และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (NPS) ของลูกค้าธนาคาร คู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง พร้อมหาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการเป็น ผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (Promoters, Passive, Detractor) ทั้งใน ภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มลูกค้า
		✓	(4) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าธนาคารคู่แข่ง จำแนกตามกลุ่มลูกค้า
	✓		(5) ระดับความพึงพอใจของลูกค้า Mobile Application ธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(6) ระดับความไม่ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจของลูกค้า Mobile Application ธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(7) ความผูกพัน และความภักดี โดยวัดระดับความผูกพัน (engagement score) และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (NPS) ของลูกค้า Mobile Application ธนาคารคู่แข่ง ที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง และปัจจัยสำคัญที่มี ผลต่อระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (Promoters, Passive, Detractor)
		✓	(8) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า Mobile Application ธนาคารคู่แข่ง
	✓		(9) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าสลากออมทรัพย์ธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(10) ระดับความไม่ความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อ ความไม่พึงพอใจของลูกค้าสลากออมทรัพย์ธนาคารคู่แข่ง

กลุ่มลูกค้า	สำรวจเชิงปริมาณ	สำรวจเชิงคุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
(7) ลูกค้าคู่แข่ง แบ่งเป็น 1) ลูกค้าสินเชื่ 2) ลูกค้าเงินฝาก 3) ลูกค้า Mobile Application 4) ลูกค้าสลากออมทรัพย์	✓	✓	(11) ความผูกพัน และความภักดีโดยวัดระดับความผูกพัน (engagement score) และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (NPS) ของลูกค้าสลากออมทรัพย์ธนาคารคู่แข่งที่มีต่อธนาคารคู่แข่ง พร้อมหาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (Promoters, Passive, Detractor)
		✓	(12) ปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าสลากออมทรัพย์ธนาคารคู่แข่ง
	✓	✓	(13) การให้บริการของธนาคารคู่แข่งด้านต่างๆ เปรียบเทียบกับ Customer Service Standard ของ ธอส.
		✓	(14) ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าคู่แข่งไม่ใช้บริการ ธอส จำแนกตามประเภทลูกค้า
(8) ลูกค้าองค์กรอื่นที่มีผลิตภัณฑ์และบริการคล้ายคลึงกับ ธอส.	✓		(1) ระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าองค์กรอื่นที่มีต่อองค์กรนั้น
	✓	✓	(2) ความผูกพัน และความภักดีโดยวัดระดับความผูกพัน (engagement score) และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (NPS) ของลูกค้าองค์กรอื่นที่มีต่อองค์กรนั้น พร้อมหาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรของลูกค้า (Promoters, Passive, Detractor)
(9) บุคคลทั่วไป	✓	✓	(1) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไป ในหัวข้อธนาคารที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอันดับแรก เพราะอะไร
	✓	✓	(2) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไป ในหัวข้อธนาคารเพื่อที่อยู่อาศัยที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอันดับแรก เพราะอะไร
	✓	✓	(3) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไป ในหัวข้อนี้ถึงบริการด้านเงินฝากของธนาคารใดเป็นอันดับแรก เพราะอะไร
	✓	✓	(4) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไป ในหัวข้อนี้ถึงสลากออมทรัพย์ของธนาคารใดเป็นอันดับแรก เพราะอะไร
	✓	✓	(5) Top of Mind Brand Awareness ของบุคคลทั่วไป ในหัวข้อนี้ถึง Mobile Application ของธนาคารใดเป็นอันดับแรก เพราะอะไร
		✓	(6) Top of Mind ของบุคคลทั่วไป ที่นึกถึงธนาคาร (จำนวน 6 ธนาคารตามที่กำหนด) ในด้านใดเป็นอันดับแรก
		✓	(7) Top of Mind ของบุคคลทั่วไป ที่นึกถึง ธอส. ในด้านใดเป็นอันดับแรก

วิธีการในการสำรวจ

1. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interviews) / ทางระบบ Digital หรือ วิธีอื่นๆ ตามความเหมาะสม

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

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ดำเนินการสำรวจ กลุ่มลูกค้า ดังนี้

- ลูกค้าปัจจุบัน จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ลูกค้าสินเชื่อ 2) ลูกค้าเงินฝาก 3) ลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN) 4) ลูกค้าสลากออมทรัพย์ (ลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่น้อยกว่า 8 ราย)
- ลูกค้าคู่แข่ง จำนวน 7 กลุ่ม ตามธนาคารที่กำหนด (โดยเป็นลูกค้าสินเชื่อ, ลูกค้าเงินฝาก, ลูกค้า Mobile Application, ลูกค้าสลากออมทรัพย์ ของธนาคารดังกล่าว)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ (Telephone Interviews / ทางระบบ Digital หรือ วิธีอื่นๆ

ตามความเหมาะสม

กลุ่ม ที่	ประเภทลูกค้า				จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ไม่น้อยกว่า)	หมายเหตุ	
1	ลูกค้าปัจจุบัน	สินเชื่อ	1	1.1	250	1. ดำเนินการสำรวจลูกค้าสาขากรุงเทพ และปริมณฑล และภูมิภาค (7ภูมิภาค) หรือตามที่ธนาคารกำหนด 2. การสำรวจความพึงพอใจ ใช้การวัดผลแบบ 5 ระดับ (Likert Scale) ประเมินผลแบบ Top 2 Box โดยมี SERVQUAL Model ในการวิเคราะห์ หา GAP ของความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละด้าน	
				1.2	250		
			2	2.1	250		
				2.2	250		
		เงินฝาก	1		500		
			2		ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้		
			3		ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้		
			4		ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้		
2	ลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝาก, สลากออมทรัพย์ ธอส. ปี 2567				400	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้	
3	ลูกค้าผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ปี 2567				400	สอบถามความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สิน และบริษัทนิติกรรม ตามข้อมูลที่ได้รับจากธนาคาร	
4	ลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN)				400	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้	
5	อดีตลูกค้า	สินเชื่อ		100	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้		
		เงินฝาก		100	ธนาคารจัดเตรียมข้อมูลให้		

กลุ่ม ที่	ประเภทลูกค้า		จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ไม่น้อยกว่า)	หมายเหตุ
6	ลูกค้ามุ่งหวังในอนาคต	สินเชื่อ	400	
		เงินฝาก	400	
		ลูกค้าได้รับการอนุมัติแล้ว แต่ไม่ทำนิติกรรมกับ ธอส.	100	(หรือตามข้อมูลที่ธนาคารส่งให้)
7	ลูกค้าคู่แข่ง (ตามที่ธนาคารกำหนด รวม 6 ธนาคาร ยกเว้นลูกค้าสลากออมทรัพย์ สำรวจ 2 ธนาคาร)	สินเชื่อ (6 ธนาคารเป้าหมาย)	600	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละไม่น้อยกว่า 100 ราย)
		เงินฝาก (6 ธนาคารเป้าหมาย)	600	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละไม่น้อยกว่า 100 ราย)
		(Mobile APP) (6 ธนาคารเป้าหมาย)	600	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละไม่น้อยกว่า 100 ราย)
		สลากออมทรัพย์ (2 ธนาคารเป้าหมาย)	200	เป็นลูกค้าที่ใช้ธนาคารนั้นเป็นหลัก (ธนาคารละไม่น้อยกว่า 100 ราย)
8	ลูกค้าองค์กรอื่นที่มีผลิตภัณฑ์และบริการคล้ายคลึงกับ ธอส.		องค์กรละ 100 ตัวอย่าง	อย่างน้อย 2 ประเภทองค์กร ได้แก่ 1. องค์กรที่มีผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกับ ธอส. 2. องค์กรที่มีบริการคล้ายคลึงกับ ธอส.
9	บุคคลทั่วไป		400	ต้องไม่ซ้ำกับลูกค้ากลุ่มที่ 1 - 8

5.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแบ่งกลุ่ม รูปแบบ และหัวข้อในการสำรวจตามเกณฑ์
การประเมินผลองค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้ง 10 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของ, หน่วยงานกำกับดูแล,
คณะกรรมการธนาคาร, พนักงาน, ผู้มีรายได้ในกลุ่มเป้าหมาย, ลูกค้า, พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic
Partners/Collaborator), ผู้ให้บริการภายนอก/ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Supplier), สังคมและชุมชน
และสื่อมวลชน

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 และเป็นไปตามหลักการกำกับ ควบคุมกิจการที่ดี (CG) 4. การสร้างความสัมพันธ์
2. หน่วยงานกำกับดูแล	✓	✓	
3. คณะกรรมการธนาคาร	✓	✓	
4. พนักงาน	✓	✓	
5. ผู้มีรายได้ในกลุ่มเป้าหมาย	✓	✓	
6. ลูกค้า	✓	✓	
7. พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partners/Collaborator)	✓	✓	
8. ผู้ให้บริการภายนอก / ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Supplier)	✓	✓	

2- ไท

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
9.สังคมและชุมชน	✓	✓	(2) ความไม่พึงพอใจ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยต้องได้ประเด็นครอบคลุมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่พึงพอใจ และมีรายละเอียดความไม่พึงพอใจที่ธนาคารสามารถนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงได้
10.สื่อมวลชน	✓	✓	(3) ความผูกพัน และความภักดี ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. (4) ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. โดยมุ่งเน้นสำรวจ 4 ประเด็น ดังนี้ 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (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 (6) ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์/การบริหารจัดการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารที่สำคัญของ ธอส.

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
			(7) สำรวจระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในภาพรวม และจำแนกตาม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจเพื่อวัดระดับ ความผูกพัน (Engagement Level) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้ มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานของ ธอส. สำรวจเชิงคุณภาพ (1) ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร ทั้งในภาพรวมและ จำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. (2) ความไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. (3) ความผูกพัน และความภักดี โดยใช้การเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ ธอส. ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียของ ธอส. (4) ปัจจัยสำคัญในการเป็นผู้สนับสนุนองค์กรที่มีต่อ ธอส. (Detractor, Passive และ Promoters) (5) ความกังวลถึงผลกระทบเชิงลบทางสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ ธอส. ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลักการกำกับ ดูแลกิจการที่ดี (CG) 4. การสร้างความสัมพันธ์ (6) ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. ทั้งใน ภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. พร้อมทั้ง ค้นหาปัจจัยความต้องการความคาดหวังที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ ธอส. (Basic Factor , Standard Factor และ Delight Factor) และ จัดลำดับความสำคัญ โดยจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส.

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจ เชิง ปริมาณ	สำรวจ เชิง คุณภาพ	หัวข้อในการสำรวจ
			(7) ประเด็นความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารในอนาคต ทั้งในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธอส. ทั้ง 4 ประเด็น ดังนี้ 1. การปฏิบัติงาน 2. การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล 3. การสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (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 4. ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส 5. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (9) ประเด็นความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสาร ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์/การบริหารจัดการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารที่สำคัญของ ธอส. (10) ประเด็นในการสำรวจระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจเพื่อวัดระดับความผูกพัน (Engagement Level) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานของ ธอส.

วิธีการในการสำรวจ

1. การสำรวจแบบสอบถาม Online Survey (สำรวจเชิงปริมาณ)
(บริษัทฯ เป็นผู้จัดทำ Link แบบสอบถามออนไลน์ และส่งให้กับฝ่ายงานที่รับผิดชอบของธนาคารเพื่อนำส่ง Link ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 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	6	2
4. พนักงาน	400	23
5. ผู้มีรายได้ปล่อยกลุ่มเป้าหมาย	10	5
6. ลูกค้า	400	32*
7. พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partners/Collaborator)	37	11
8. ผู้ให้บริการภายนอก/ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Supplier)	143	13
9. สังคมและชุมชน	4	2
10. สื่อมวลชน	15	4
รวม	1,029	99

หมายเหตุ *สำรวจพร้อม focus group ลูกค้าปัจจุบัน

5.3 บทสรุปวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพันและความภักดี ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า เพื่อนำไปจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ แผนการออกผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงบริการ

5.4 เสนอแนวทางลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และลดการสูญเสีย เพื่อใช้ในการปรับปรุงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งให้คำแนะนำไปปรับปรุงด้วยเช่นกัน

5.5 สรุปวิเคราะห์ Customer Persona ของลูกค้าสินเชื่อและเงินฝาก จำแนกตามกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรในแต่ละกลุ่ม

5.6 สรุปวิเคราะห์แนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้าและลูกค้าเป้าหมายด้านสินเชื่อและเงินฝาก โดยใช้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้าคู่แข่ง ผ่านเครื่องมือและกระบวนการที่น่าเชื่อถือ พร้อมเหตุผลประกอบการพิจารณา

2- Inan

5.7 สรุปวิเคราะห์ความเหมาะสมของวิธีการประเมิน การรวบรวมข้อมูล และความน่าเชื่อถือของการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า ที่ดำเนินการในครั้งนี้นำเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสำหรับการดำเนินการในปีต่อไป

5.8 กำหนดและคัดเลือกความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้าทั้งสิ้นเชื่อและเงินฝาก จำแนกตามกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรในแต่ละกลุ่ม เพื่อกำหนดความสำคัญเชิงเปรียบเทียบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อหรือสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าให้ชัดเจน รวมทั้งเพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นลูกค้ามากขึ้น สามารถตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และหาโอกาสในการสร้างนวัตกรรม

5.9 บทสรุปวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพันและความภักดี โดยใช้การเป็นผู้สนับสนุนองค์กร ความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร และระดับความผูกพัน (Engagement Level) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำไปจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร

5.10 บทสรุปวิเคราะห์จากการสำรวจภาพลักษณ์ นำมาใช้เป็นเครื่องมือประเมินความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคาร และเพื่อใช้วางแผนการสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ธนาคารให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

5.11 เสนอแนวทางลดความไม่พึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลดการสูญเสีย เพื่อใช้ในการปรับปรุงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำไปปรับปรุงด้วยเช่นกัน

5.12 กำหนดและคัดเลือกความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบันโดยจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามบริบทองค์กรในแต่ละกลุ่ม เพื่อกำหนดความสำคัญเชิงเปรียบเทียบที่มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ชัดเจน รวมทั้งเพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น และสามารถตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ดีขึ้น และหาโอกาสในการสร้างนวัตกรรมรวมทั้งเพิ่มระดับความพึงพอใจในปัจจุบันและอนาคต

5.13 การจัดทำรายงาน จะประกอบด้วยรายงานต่าง ๆ ดังนี้

5.13.1 รายงานขั้นต้น (Inception Report) แยกเป็น 2 ฉบับ ได้แก่

5.13.1.1 ฉบับลูกค้า

5.13.1.2 ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

(1) รายละเอียดขอบเขตงาน

(2) วิธีการดำเนินโครงการสำรวจ (Methodology)

(3) แผนการดำเนินงานในภาพรวมของโครงการ (Project Work Plan)

- ภาพรวมทั้งโครงการ (ทั้งการสำรวจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

- แผนการดำเนินงานเฉพาะการสำรวจลูกค้า (สำหรับฉบับลูกค้า)

- แผนการดำเนินงานเฉพาะการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สำหรับฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

- (4) แผนการดำเนินงานสำรวจพร้อมกรอบระยะเวลา เพื่อรองรับกรณีไม่สามารถดำเนินการสำรวจได้ตามแผนการดำเนินงานข้างต้น
- (5) การกำหนด เลือก และระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- (6) ร่างแบบสอบถาม สำหรับใช้ในการสำรวจเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ
- (7) แนวทางสถิติและการวิเคราะห์ รูปแบบการแสดงผลรายงาน และรายละเอียดทางเทคนิคอื่นๆ (ถ้ามี)
- (8) แผนการอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่สำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางโทรศัพท์ และแนวทางการตรวจสอบคุณภาพ

5.13.2 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ของการดำเนินการสำรวจ แยกเป็น 2 ฉบับ ได้แก่

5.13.2.1 ฉบับลูกค้า

5.13.2.2 ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยมีเนื้อหาของรายงานที่แสดงผลความคืบหน้าในการสำรวจ ผลคะแนนการสำรวจที่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้ง(ถ้ามี) และปัญหาอุปสรรคที่เป็นปัจจัยสำคัญและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของคะแนน (ถ้ามี)

5.13.3 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับลูกค้า โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- (1) สารบัญตามข้อ 5.13.1 รายงานขั้นต้น โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของธนาคาร
- (2) สรุปผลการสำรวจและบทวิเคราะห์ที่มีสาระสำคัญตามข้อ 5.1, 5.3 - 5.8 โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของธนาคาร
- (3) ระบุและเสนอประเด็นข้อด้อยเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Disadvantage) ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์หลักและบริการตามภารกิจของ ธอส. ทั้ง 2 ด้าน เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
- (4) ข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักและบริการตามภารกิจของ ธอส. ตามเสียงของลูกค้า
- (5) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร หรือบทวิเคราะห์ ผลการสำรวจตามข้อ 5.1, 5.3 - 5.7 ที่มีสาระสำคัญ
- (6) ข้อเสนอแนะการวางมาตรฐานกระบวนการที่สอดคล้องกับกรอบการทำงานตามระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM หมวด 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า

5.13.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- (1) สารบัญตามข้อ 5.13.1 รายงานขั้นต้น โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องแล้ว
- (2) สรุปผลการสำรวจและบทวิเคราะห์ที่มีสาระสำคัญตามข้อ 5.2, 5.8 - 5.11 โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้มีการปรับปรุงตามความเห็นของธนาคาร

~ ไทย ~

(3) ข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักและบริการตามภารกิจของ ธอส. ตามเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(4) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร หรือบทวิเคราะห์ ผลการสำรวจตามข้อ 5.3, 5.9 - 5.12 ที่มีสาระสำคัญ

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

5.14 บรรยายสรุปผลการสำรวจ รวมถึงบทวิเคราะห์ ให้กับธนาคาร

6. วิธีการดำเนินงานโครงการ

ลูกค้า

ดำเนินการสำรวจเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research) กลุ่มลูกค้า ดังนี้ ลูกค้าปัจจุบัน, ลูกค้าผลิตภัณฑ์เงินฝาก สลากออมทรัพย์ ธอส. ปี 2567, ลูกค้าผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ปี 2567, ลูกค้า Mobile Application (GHB ALL GEN), อดีตลูกค้า, ลูกค้ามุ่งหวังในอนาคต, 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 และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (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 และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (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

6. ความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสาร ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์/การบริหารจัดการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารที่สำคัญของ ธอส.

7. สสำรวจระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธนาคาร โดยมุ่งเน้นสำรวจเพื่อวัดระดับความผูกพัน (Engagement Level) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานของ ธอส.

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 คณะกรรมการประเมินผลงานรัฐวิสาหกิจ

3. คณะกรรมการธนาคาร

3.1 คณะกรรมการธนาคาร

4. พนักงาน

4.1 ผู้บริหาร

4.2 พนักงาน

4.3 พนักงานสัญญาจ้าง / ลูกจ้างธนาคาร

4.4 สหภาพแรงงาน

5. ผู้มีรายได้นอกกลุ่มเป้าหมาย

5.1 ผู้มีรายได้นอกกลุ่มเป้าหมาย*

6. ลูกค้า

6.1 ลูกค้าเงินฝาก

6.2 ลูกค้าเงินสินเชื่อ

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

7.8 สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.)

7.9 กรมธนารักษ์ (ที่ราชพัสดุ)

7.10 ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินของรัฐ

7.11 บริหารสินทรัพย์ (AMC)

8. ผู้ให้บริการภายนอก / ผู้ส่งมอบ (Business Facilitator / Supplier)

8.1 บริษัทประเมินราคาหลักทรัพย์

8.2 บริษัทจดทะเบียนนิติกรรม

8.3 บริษัทติดตามหนี้

8.4 บริษัทฟ้องคดี

8.5 บริษัทสำรวจและดูแลทรัพย์สิน / นายหน้าขายทรัพย์สิน NPA

8.6 บริษัทติดตามหนี้ส่วนตัว

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 ธุรการ

8.13 บริษัทที่ขายสินค้า / บริการ / พิมพ์ใบเสร็จให้ธนาคาร

9. สังคมและชุมชน

9.1 ชุมชนใกล้ – ชุมชนต้นแบบ

9.2 ชุมชนไกล - โรงเรียนตชด.

10. สื่อมวลชน

10.1 สื่อมวลชน ดั้งเดิม

10.2 สื่อ online เช่น Agent

หมายเหตุ *แบบสอบถามใช้ชื่อ “กลุ่มลูกค้าในอนาคต (ผู้มีรายได้ไม่น้อยกลุ่มเป้าหมาย)”

7. ระยะเวลาดำเนินการ/ส่งมอบงาน

บริษัท/องค์กรภายนอก นำส่งเอกสารต้นฉบับสี่และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย

7.1 ระยะเวลาดำเนินโครงการ นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจนถึงเดือนกันยายน 2567

7.2 รายงานขั้นต้น (Inception Report) ฉบับลูกค้า จำนวน 1 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 1 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด โดยมีกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายใน 3 สัปดาห์นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

7.3 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ฉบับลูกค้า จำนวน 1 ชุด และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 1 ชุด และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด ทุกเดือนเป็นอย่างน้อย นับจากนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายในวันที่ 28 ของทุกเดือน จนกว่าจะจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เรียบร้อยแล้ว

7.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับลูกค้า เอกสารต้นฉบับสี่ จำนวน 12 ชุด และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด โดยกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายในวันที่ 30 สิงหาคม 2567

7.5 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เอกสารต้นฉบับสี่ จำนวน 10 ชุด และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ชุด โดยกำหนดจัดส่งให้ธนาคาร ภายในวันที่ 30 กันยายน 2567

8. การทำสัญญา

ผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องติดต่อกับธนาคารเพื่อทำสัญญาจ้างกับธนาคารภายใน 7 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา และให้ธนาคารยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(1) เงินสด

(2) เช็คหรือตราพื้ที่ธนาคารภายในประเทศเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพื้ลงวันที่ ที่ใช้เช็คหรือตราพื้้นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน 3 วันทำการ

(3) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนดโดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

(4) หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนหรือหลักทรัพย์เพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

(5) พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน 15 วัน นับจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาพ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ดำเนินการภายในระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น ธนาคารสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการจ้าง และพิจารณาแจ้งเป็นผู้ทำงาน

9. เงื่อนไขการชำระเงิน

ธนาคารจะชำระเงินค่าจ้างให้แก่บริษัท/องค์กรภายนอก (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) เมื่อคณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง เพื่อดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ได้ทำการตรวจรับการจ้าง และ ธอส. ได้อนุมัติรับไว้ใช้งานเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ ธอส. จะชำระเงินตามผลงานที่ส่งมอบในแต่ละงวด โดยแบ่งงวดการชำระเป็น 3 งวด ดังต่อไปนี้

งวดที่ 1 ชำระร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อส่งมอบ

รายงานขึ้นต้น (Inception Report) ฉบับลูกค้ำ และฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.2)

งวดที่ 2 ชำระร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อส่งมอบ

- รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับลูกค้ำ (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.4)
- รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ฉบับลูกค้ำ (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.3)

งวดที่ 3 ชำระที่เหลืออีกร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อส่งมอบ

- รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.5)
- รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ฉบับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ส่งมอบงานตาม ข้อ 7.3)

10. วงเงินที่จะจัดจ้าง

ในวงเงินงบประมาณ 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน)

11. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

11.1 การคัดเลือกผู้รับจ้างในครั้งนี้ ธนาคารจะพิจารณาคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์คุณภาพประกอบกับ เกณฑ์ราคา คะแนนเต็ม 100 คะแนน โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) คะแนน 100 คะแนน กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 40 โดยมีวิธีคำนวณ ดังนี้

- คะแนนด้านราคาที่ได้รับ = (คะแนนจากราคาที่เสนอ*น้ำหนัก)/100
- คะแนนจากราคาที่เสนอ = $100 - \frac{(\text{ราคาที่เสนอ} - \text{ราคาต่ำสุด}) \times 100}{\text{ราคาต่ำสุด}}$

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 60 (100 คะแนน) แบ่งออกเป็น 4 ข้อหลัก โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ดังนี้

- 2.1 ผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ 20 คะแนน
- 2.2 แผนการดำเนินงาน 20 คะแนน
- 2.3 ทฤษฎีที่ใช้ 20 คะแนน
- 2.4 ขั้นตอนสัมมนาณัฐลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 20 คะแนน
- 2.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ 20 คะแนน

11.2 ธนาคารจะพิจารณาข้อเสนอในการทำงาน (Proposal) ที่มีเนื้อหาครอบคลุมขอบเขตของงาน ตามขอบเขตของงาน (Scope of Work) เพื่อจัดจ้างบริษัท/องค์กรภายนอกสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ประจำปี 2567 โดยวิธีพิเศษ ฉบับนี้

11.3 หลักเกณฑ์การพิจารณาการจัดจ้างบริษัท/องค์กรภายนอก เป็นไปตามกรอบการพิจารณา ที่ธนาคารกำหนดเห็นว่าข้อเสนอมีความเหมาะสม เป็นไปได้ในการที่จะดำเนินการให้บรรลุความสำเร็จและมีแผนการทำงานที่ชัดเจนและการตัดสินใจที่ชัดเจนขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของธนาคาร

11.4 ธนาคารทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใดหรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ หรืออาจจะยกเลิกการเสนอราคาโดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้แต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางธนาคารเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของธนาคารเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งธนาคารจะพิจารณายกเลิกการเสนอราคาและลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทำงานไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่าการเสนอราคาก่อการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคาอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อนหรือบิดเบือนมาเสนอราคาแทน เป็นต้น

12. ลิขสิทธิ์ผลงาน

ให้ธนาคารเป็นเจ้าของข้อมูล และรายงานการสรุปผลงานการสำรวจที่ได้ดำเนินการจัดทำได้ตามกฎหมาย

13. อัตราค่าปรับ

กำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 บาท ของค่าจ้างรายงวด

14. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เบอร์ติดต่อ 0 2202 1988

ลงชื่อ..........ประธานคณะกรรมการ

(นางสาววณิฐารัตน์ บุญศุภนิตย)

ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นางชนากานต์ จิตบริบูรณ์)

ผู้อำนวยการฝ่ายสาขา กทม. และปริมณฑล 2

-ลาพักผ่อน-

ลงชื่อ.....ระหว่างวันที่ 21 – 26 มี.ค. 67.....กรรมการ

(นายวรพงษ์ นิลวัชรภรณ์)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายสินเชื่อธุรกิจและภาครัฐ

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นายต่อศักดิ์ นุชอนงค์)

หัวหน้าส่วนตรวจประเมินผลองค์กร

ฝ่ายประเมินผลองค์กร

ลงชื่อ.....ลาป่วย.....กรรมการ

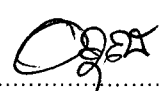
(นางสาวปานเนตร จันทสิงห์)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นายปิยพงษ์ รัตนันท์)

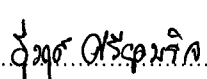
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายพิธีการสินเชื่อ

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นางสาวอรุณี รัตนประทีปพร)

หัวหน้าส่วนวางแผนกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์

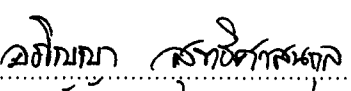
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นางสาวรุ่งฤดี ศรีอุดมกิจ)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนวิเคราะห์ทางการตลาด

ฝ่ายพัฒนารูธุรกิจเงินฝาก

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นางสาวอริญญา สุทธิศาสนกุล)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนส่งเสริมการตลาดและสื่อดิจิทัล

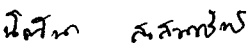
ฝ่ายสื่อสารองค์กร

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นายพงศา คุณานุกุลกิจ)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื้อ

ฝ่ายพัฒนาธุรกิจสินเชื้อ

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นางสาวนิตินา สะสมทรัพย์)

พนักงานปฏิบัติการบริการอิเล็กทรอนิกส์อาวุโส

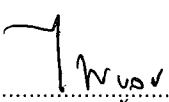
ฝ่ายปฏิบัติการบริการอิเล็กทรอนิกส์

ลงชื่อ..........กรรมการ

(นางชนิษฐา พลชำนาญ)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนบริการบัญชีเงินกู้ ศูนย์ปรับปรุงบัญชีเงินกู้

ฝ่ายพิธีการสินเชื้อ

ลงชื่อ..........กรรมการและเลขานุการ

(นายไพบุลย์ ทองเพิ่มพูน)

ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนวางแผนกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

โครงการจ้างบริษัทสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ประจำปี 2567 โดยวิธีพิเศษ

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอการคัดเลือกผู้รับจ้างในครั้งนี้ ธนาคารจะพิจารณาคัดสินโดยใช้เกณฑ์คุณภาพประกอบกับเกณฑ์ราคา คะแนนเต็ม 100 คะแนน โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) คะแนน 100 คะแนน กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 40 โดยมีวิธีคำนวณดังนี้

- คะแนนด้านราคาที่ได้รับ = (คะแนนจากราคาที่เสนอ*น้ำหนัก)/100
- คะแนนจากราคาที่เสนอ = $100 - \frac{(\text{ราคาที่เสนอ} - \text{ราคาต่ำสุด}) \times 100}{\text{ราคาต่ำสุด}}$

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 60 (100 คะแนน) แบ่งออกเป็น 4 ข้อหลัก โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ดังนี้

- 2.1 ผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ 20 คะแนน
- 2.2 แผนการดำเนินงาน 20 คะแนน
- 2.3 ทฤษฎีที่ใช้ 20 คะแนน
- 2.4 ขั้นตอนสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 20 คะแนน
- 2.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ 20 คะแนน

โดยการพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพในแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดดังนี้

2.1) ผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (20 คะแนน)

ธนาคารจะพิจารณาจากผลงานของบริษัทผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้ดำเนินการในระยะเวลา 3 ปีล่าสุดที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจความพึงพอใจ และเป็นผู้สัญญาโดยตรงกับ สถาบันการเงิน หน่วยงานราชการ และบริษัทเอกชน ภายในระยะเวลา 3 ปี (2564 – 2566) โดยมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
มีหลักฐานงานสำรวจความพึงพอใจจำนวน 7 งานขึ้นไป	20
มีหลักฐานงานสำรวจความพึงพอใจจำนวน 4 - 6 งาน	15
มีหลักฐานงานสำรวจความพึงพอใจจำนวน 1 - 3 งาน	10
ไม่มีหลักฐานงานสำรวจความพึงพอใจ	0

2.2) แผนการดำเนินงาน (20 คะแนน)

ธนาคารจะพิจารณาจากแผนการดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอที่ระบุไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR) โดยรายละเอียดของแผนการดำเนินงานมีความถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับขอบเขตงาน (TOR) และระยะเวลาของกิจกรรม วิธีการจัดการบริหารการดำเนินงานและข้อมูลอื่น ๆ โดยมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
แผนการดำเนินงานมีความละเอียดการดำเนินงานสอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR) และมีแผนการดำเนินงานสำรองพร้อมกรอบระยะเวลา สำหรับรองรับกรณีไม่สามารถดำเนินการสำรวจได้ตามแผนการดำเนินงานที่เสนอข้างต้น	20
แผนการดำเนินงานมีความละเอียดการดำเนินงานสอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR)	10
ไม่มีการนำเสนอแผนงาน และไม่มีการเพิ่มเติมรายละเอียดวิธีการ ขั้นตอนดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานใด ๆ	0

2.3) ทฤษฎีที่ใช้ (20 คะแนน)

ธนาคารจะพิจารณาจาก ทฤษฎีประกอบการดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ที่สอดคล้องตามรายละเอียดข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR) หรือเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของธนาคาร ที่บริษัทนำเสนอ โดยมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
ทฤษฎีที่เสนอ ครอบคลุมครบประเด็นการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน สอดคล้องตามรายละเอียดข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR) รวมถึงมีทฤษฎีแนวคิดใหม่ ที่ คกก. พิจารณาแล้วเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของธนาคาร	20
ทฤษฎีที่เสนอ ครอบคลุมครบประเด็นการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน สอดคล้องตามรายละเอียดข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR)	10
ทฤษฎีที่เสนอ ครอบคลุมไม่ครบประเด็นการสำรวจ ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน สอดคล้องตามรายละเอียดข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR)	0

2.4) ขั้นตอนสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (20 คะแนน)

ธนาคารจะพิจารณาจาก ขั้นตอนการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่บริษัทนำเสนอ รวมถึงแผนชดเชยความไม่พึงพอใจลูกค้าที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินการสำรวจ โดยมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
มีขั้นตอนการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยขั้นตอนมีความเหมาะสมที่จะช่วยลดโอกาสการเกิดความไม่พึงพอใจจากการสัมภาษณ์ และมีแผนชดเชยความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่เกิดจากการดำเนินการสำรวจ ที่เหมาะสม และธนาคารไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม	20
มีขั้นตอนการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยขั้นตอนมีความเหมาะสมที่จะช่วยลดโอกาสการเกิดความไม่พึงพอใจจากการสัมภาษณ์	10
ไม่มีขั้นตอนการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และไม่มีแผนรองรับความไม่พึงพอใจจากการดำเนินการสำรวจ	0

2.5) จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ (20 คะแนน)

ธนาคารจะพิจารณาจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจข้อมูลด้านลูกค้า (ลูกค้ามุ่งหวังอนาคต/ลูกค้าคู่แข่ง/ลูกค้าคู่แข่ง/บุคคลทั่วไป) ที่บริษัทเสนอมาในข้อเสนอ โดยต้องเป็นจำนวนที่สามารถดำเนินการได้ผล ความพึงพอใจที่มีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ ซึ่งมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่ระบุไว้ใน TOR และเป็นอันดับ 1 ในการยื่นข้อเสนองาน	20
จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่ระบุไว้ใน TOR และเป็นอันดับ 2 ในการยื่นข้อเสนองาน	15
จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ เท่ากับจำนวนขั้นต่ำที่ระบุไว้ใน TOR	10
จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ น้อยกว่าจำนวนขั้นต่ำที่ระบุไว้ใน TOR	0

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ธนาคารจึงได้กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยสามารถศึกษารายละเอียดที่ QR Code นี้

