



คู่มือลูกค้าและตลาด ประจำปี 2569 (ฉบับทบทวนปี 2568)

บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด







สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
สารบัญ	ก
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
1. วัตถุประสงค์	1
2. ขอบเขต	1
3. คำจำกัดความ	2
4. หน้าที่ความรับผิดชอบ	3
ฝ่ายการตลาด	3
4.1 ส่วนการตลาด 1	3
4.2 ส่วนการตลาด 2	3
4.3 ส่วนการตลาด 3	4
- พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด	5
- นโยบายในการกำหนดอัตราเช่าและระยะเวลาเช่า	13
- ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะยาว ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/ สำนักงาน/ร้านอาหาร/โตมเครื่องดื่ม	13
- ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะสั้น ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลาน อเนกประสงค์	26
- ข้อกำหนด ข้อกำหนดในการใช้พื้นที่พาณิชย์ ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A) และ อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)	30
- ข้อกำหนดในการเข้าใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A) และ อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)	35
- ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์อาคาร C	41
5. คู่มือการจำแนกลูกค้า	45
5.1 วัตถุประสงค์การจำแนกลูกค้า	46
5.2 ขอบเขตการจำแนกลูกค้า	46
5.3 คำจำกัดความ	47
5.4 หน้าที่ความรับผิดชอบ	49
5.5 แนวทางปฏิบัติในการจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย	51

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
6. คู่มือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	68
6.1 แนวคิดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ ธพส.	69
6.2 แนวทางปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	73
7. คู่มือการรับฟังลูกค้า.....	79
7.1 ขอบเขตและวัตถุประสงค์การรับฟังลูกค้า.....	80
7.2 คำจำกัดความ	80
7.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ	83
7.4 ระบบการรับฟังลูกค้า.....	84
7.5 แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า	84
7.7 การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า.....	86
7.8 แนวทางปฏิบัติในประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน	86
8. คู่มือการจัดการข้อร้องเรียน	88
8.1 วัตถุประสงค์การจัดการข้อร้องเรียน	89
8.2 ขอบเขตการจัดการข้อร้องเรียน.....	89
8.3 คำนิยาม (Definition).....	90
8.4 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.....	91
8.5 ผู้เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียน	92
8.6 การกำหนดระยะเวลาการแก้ไขเรื่องร้องเรียน	93
8.7 บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ.....	93
8.8 เครื่องมือ	93
8.9 ระบบรองรับการรับฟังลูกค้า.....	93
8.10 กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า.....	95
8.11 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน	96



สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ภาคผนวก	97
ภาคผนวก 1.....	98
กระบวนการตามเกณฑ์ Core Business Enablers ด้านลูกค้าและตลาด	
1. กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด.....	99
2. กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด.....	100
3. กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า.....	101
4. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า.....	102
5. กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ.....	103
6. กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงานและกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่.....	104
7. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อพัฒนานวัตกรรมมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด.....	105
8. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่.....	106
9. กระบวนการสนับสนุนลูกค้า	107
10. กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	108
11. กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน.....	109
กระบวนการตามภารกิจ	
12. กระบวนการบริหารหนี้.....	110
13. กระบวนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน.....	113
14. กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือน.....	115
ภาคผนวก 2.....	120
แบบบรรยายลักษณะงาน (Job Description).....	120
ภาคผนวก 3.....	122
เอกสารประกอบการให้บริการพื้นที่พาณิชย์ ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา.....	122
๕ ธันวาคม ๒๕๕๐	



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A).....13
2	ตารางบัญชีแนบท้าย (มอบอำนาจ).....17
3	ตัวอย่างวิธีการจำแนกลูกค้าเพื่อจัดทำ Customer Profile.....65
4	ตัวอย่างการจำแนกลูกค้า.....66
5	ตัวอย่างรายละเอียดการวิเคราะห์และจำแนก.....66
6	ตัวอย่างการจัดกลุ่มลูกค้า.....67
7	ตัวอย่างกิจกรรมดำเนินการในระบบนวัตกรรมองค์กร.....74
8	การจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย.....80
9	การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า.....86
10	การติดตามและการประเมินผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน..86
11	มาตรฐานงาน.....87
12	การประเมินผล.....87
13	คำนิยาม (Definition).....90
14	ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.91
15	ผู้เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียน.....92
16	การกำหนดระยะเวลาการแก้ไขเรื่องร้องเรียน.....93
17	บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ.....93

สารบัญญภาพ

ภาพที่

หน้า

1	การให้บริการลูกค้าและการตลาดพื้นที่เช่าพาณิชย์ภายในศูนย์ราชการฯ	2
2	ผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A).....	5
3	พื้นที่ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A).....	6
4	ผังพื้นที่ชั้นที่ 1 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B).....	7
5	พื้นที่ชั้น 2 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ลานอเนกประสงค์.....	7
6	พื้นที่เช่าชั้น 1 อาคารประชุมวายุภักษ์.....	8
7	พื้นที่ชั้น 2 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี.....	9
8	พื้นที่ชั้น 4 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี.....	9
9	พื้นที่ชั้น 5 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี.....	10
10	พื้นที่ภายนอกอาคาร (บริเวณใต้ทางเชื่อมรถไฟฟ้า)	11
11	พื้นที่ภายนอกอาคาร (พื้นที่ส่วนขยายศูนย์ราชการฯ โซนซี).....	11
12	แผนผัง แสดงชื่อถนนและชื่ออาคารภายในศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ	12
13	พื้นที่อาคาร โซน C	13
14	ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทระยะยาว พื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/ สำนักงาน/ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม	14
15	ผังกระบวนการทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์	19
16	ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะสั้น ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์ และลานอเนกประสงค์	24
17	ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์อาคาร C	39
18	รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ (Business Model) ของ ธพส. ปี 2569	45
19	หลักเกณฑ์การประเมินการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด	49
20	Business Model Canvas ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว.....	49
21	Value Enhancement and Value Creation Business	69
22	โมเดลเพชรคู่ หรือ Double Diamond.....	71
23	ระบบนวัตกรรมองค์กร	73
24	การเชื่อมโยง Innovation Stage สู่ Incubation Stage	73
25	กลไกและการดำเนินงานของระบบนวัตกรรมขององค์กรเพื่อความยั่งยืน	74
26	กระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice)	75
27	การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transferring).....	75
28	กระบวนการบ่มเพาะ (Incubation Process).....	76
29	ความสำคัญกับการวัดผลในประเด็นต่าง ๆ	80
30	ระบบการรับฟังลูกค้า.....	84



สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่

หน้า

31	ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของ ธพส.	91
32	กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน.....	94
33	ผังกระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า.....	95
34	ผังกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน.....	96

1. วัตถุประสงค์

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้มีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการให้บริการด้านลูกค้าและการตลาดพื้นที่เช่าพาณิชย์ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ ที่ชัดเจน มีมาตรฐาน ก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์พื้นที่สูงสุดและสร้างรายได้ให้กับ ธพส. สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว รวมถึงตอบสนองต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ของ ธพส.

2. ขอบเขต

คู่มือฉบับนี้จะกำหนดแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการให้บริการด้านลูกค้าและการตลาดพื้นที่เช่าพาณิชย์ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ ประกอบด้วย

(1) อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

พื้นที่พาณิชย์ในอาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ได้แก่ พื้นที่พาณิชย์ชั้น 1 ประกอบด้วย หน่วยงาน ร้านค้า ธนาคาร ศูนย์อาหาร พื้นที่ประชาสัมพันธ์ และพื้นที่พาณิชย์ที่จะกำหนดเพิ่มเติมอื่น ๆ ในอนาคต และพื้นที่พาณิชย์ชั้น 2 ประกอบด้วย หน่วยงาน พื้นที่ลานอเนกประสงค์ และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต

(2) อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

พื้นที่พาณิชย์ในอาคารรัฐประศาสนภักดี ได้แก่ พื้นที่พาณิชย์ชั้น 1 ประกอบด้วย หน่วยงาน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าย่อย ร้านเครื่องดื่ม ธนาคาร ศูนย์อาหาร พื้นที่ประชาสัมพันธ์ และพื้นที่พาณิชย์ที่จะกำหนดเพิ่มเติมอื่น ๆ ในอนาคต และพื้นที่พาณิชย์ชั้น 2 ประกอบด้วย หน่วยงาน พื้นที่ลานอเนกประสงค์ และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต

(3) อาคาร โชน C

พื้นที่รวม 660,000 ตารางเมตร ประกอบด้วย

➤ อาคารพตดว้ง 8 ชั้น พื้นที่รวม 38,856 ตารางเมตร /ชั้น 1-2 พื้นที่พาณิชย์ Retail 3,519 ตารางเมตร /ชั้น 3 พื้นที่ Showcase 2,048 ตารางเมตร /ชั้น4-8 ศูนย์ประชุม

➤ อาคารสนับสนุน Atrium พื้นที่รวม 32,200 ตารางเมตร /ชั้น 1-2 พื้นที่พาณิชย์ 9,629 ตารางเมตร

รวมพื้นที่พาณิชย์ Retail 13,148 ตารางเมตร / พื้นที่ Showcase 2,048 ตารางเมตร รวมทั้งหมด 15,196 ตารางเมตร

➤ พื้นที่จอดรถรวม 9,300 ตารางเมตร (385 คัน)

(4) อาคารศูนย์ประชุม

พื้นที่พาณิชย์ในอาคารศูนย์ประชุม ได้แก่ พื้นที่พาณิชย์ในชั้น 1 ประกอบด้วย พื้นที่สำนักงาน และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต

(5) อาคารจอดรถ B

พื้นที่พาณิชย์ในอาคารจอดรถ B ได้แก่ พื้นที่พาณิชย์ในชั้น 1 ถึงชั้น 5 ประกอบด้วย ร้านค้า หน่วยงาน และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต



ภาพที่ 1 การให้บริการลูกค้าและการตลาดพื้นที่เช่าพาณิชย์ภายในศูนย์ราชการฯ

3. คำจำกัดความ

“ธพส.” หมายถึง บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด

“ศูนย์ราชการฯ” หมายถึง ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐

“ฝ่ายการตลาด” หมายถึง พนักงาน/ลูกจ้างฝ่ายการตลาด ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการบริหารจัดการพื้นที่พาณิชย์ ตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

“ลูกค้า” หมายถึง บุคคล คณะบุคคล นิติบุคคล หรือหน่วยงานภาครัฐ ที่แสดงความประสงค์เพื่อขอเช่าพื้นที่พาณิชย์ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ

“SD” หมายถึง ระบบการขายและการจัดจำหน่าย (Sales & Distribution Module) ที่ ธพส. ได้นำมาใช้เป็นระบบเพื่อช่วยในการบริหารจัดการลูกค้า บนพื้นที่พาณิชย์ภายในศูนย์ราชการฯ

“ผจ.” หมายถึง ผู้จัดการส่วนการตลาด ฝ่ายการตลาด

“ผจอ.” หมายถึง ผู้จัดการอาวุโสส่วนการตลาด ฝ่ายการตลาด

“รผอ.” หมายถึง รองผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด

“ผอ.” หมายถึง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด

“ผกจ.” หมายถึง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

“รกกจ.” หมายถึง รองกรรมการผู้จัดการ

“กกจ.” หมายถึง กรรมการผู้จัดการ

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ควบคุม ดูแล การปฏิบัติงานตามคู่มือนี้ ให้มีการปฏิบัติใช้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้การปฏิบัติงานมีมาตรฐาน รวมทั้งมีหน้าที่ที่บทวนคู่มือการทำงานเพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับการปฏิบัติงานและนโยบายในปัจจุบัน ทั้งนี้ ปัจจุบันฝ่ายการตลาดมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน (Functional Description) ไว้ ดังนี้

ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาด การจัดหาผู้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งจัดสรรการให้เช่าพื้นที่ โอนส่งมอบอาคารหรือพื้นที่ของโครงการศูนย์ราชการฯ และโครงการอื่น ๆ ให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของลูกค้าหลังการขาย การบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และการติดตามการชำระหนี้ โดยแบ่งงานออกเป็น 3 ส่วนงาน ดังนี้

4.1 ส่วนการตลาด 1 มีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. สำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาดสำหรับศูนย์ราชการโซน A และ B
2. วางแผนด้านการจัดสรรพื้นที่ จัดหาผู้เช่า จัดหาประโยชน์และจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และ ให้สิทธิในพื้นที่ลานอเนกประสงค์ พื้นที่ประชาสัมพันธ์ พื้นที่โฆษณา พื้นที่ร้านค้าย่อย พื้นที่ภายนอกอาคาร และพื้นที่อื่น ๆ ในศูนย์ราชการโซน A และ B ที่อยู่ในความดูแลของ ธพส. รวมทั้งดำเนินการอื่น ๆ ตามขั้นตอนให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์
3. บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของลูกค้าหลังการขายและบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้ในศูนย์ราชการโซน A และ B
4. กำกับทิศทาง วางแผนและสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาด รวมถึงนำเสนอข้อมูล ด้านการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ราชการโซน A และ B เพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. บริหารจัดการผู้โต้แย้งข้อพิพาท งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่งหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
6. สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อบูรณาการให้งานในภาพรวมของ ธพส. ประสบความสำเร็จตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย
7. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อประโยชน์ของ ธพส.

4.2 ส่วนการตลาด 2 มีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. สำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาดสำหรับศูนย์ราชการโซน C
2. วางแผนด้านการจัดสรรพื้นที่ จัดหาผู้เช่า จัดหาประโยชน์และจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และ ให้สิทธิในพื้นที่ลานอเนกประสงค์ พื้นที่ประชาสัมพันธ์ พื้นที่โฆษณา พื้นที่ร้านค้าย่อย พื้นที่ภายนอกอาคาร และพื้นที่อื่น ๆ ในศูนย์ราชการโซน C ที่อยู่ในความดูแลของ ธพส. รวมทั้งดำเนินการอื่น ๆ ตามขั้นตอนให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์

3. บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้ในศูนย์ราชการโซน C
4. กำกับทิศทาง วางแผนและสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาด รวมถึงนำเสนอข้อมูล ด้านการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ราชการโซน C เพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่ง หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
6. สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อ บูรณา การให้งานในภาพรวมของ ธพส. ประสบความสำเร็จตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย
7. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อประโยชน์ของ ธพส.

4.3 ส่วนการตลาด 3 มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

1. สำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาดของอาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. นอกศูนย์ราชการทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด
2. จัดให้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ให้บริการพื้นที่ และให้สิทธิในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. รวมทั้งดำเนินการอื่น ๆ ตามขั้นตอนให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์
3. จัดให้บริการพื้นที่ให้สิทธิในการจัดหาประโยชน์ในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. เพื่อเพิ่มรายได้ เช่น ระบบโทรคมนาคม สื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ พื้นที่จากการถ่ายโฆษณา สิทธิการ จำหน่าย สินค้า ฯลฯ รวมถึงให้บริการต่าง ๆ หลังการขายแก่ผู้เช่าพื้นที่และผู้รับบริการ
4. บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขายภายในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. นอกศูนย์ราชการทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด รวมถึงการ จัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้
5. กำกับทิศทาง และร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผน การตลาดที่กำหนดไว้ รวมถึงนำเสนอข้อมูลการตลาดในพื้นที่หรือโครงการที่รับผิดชอบนอกศูนย์ราชการทั้งใน กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และ คณะกรรมการบริษัทพิจารณา
6. บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่ง หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
7. สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อ บูรณาการให้งานในภาพรวมของ ธพส. ประสบความสำเร็จตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย
8. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อประโยชน์ของ ธพส.

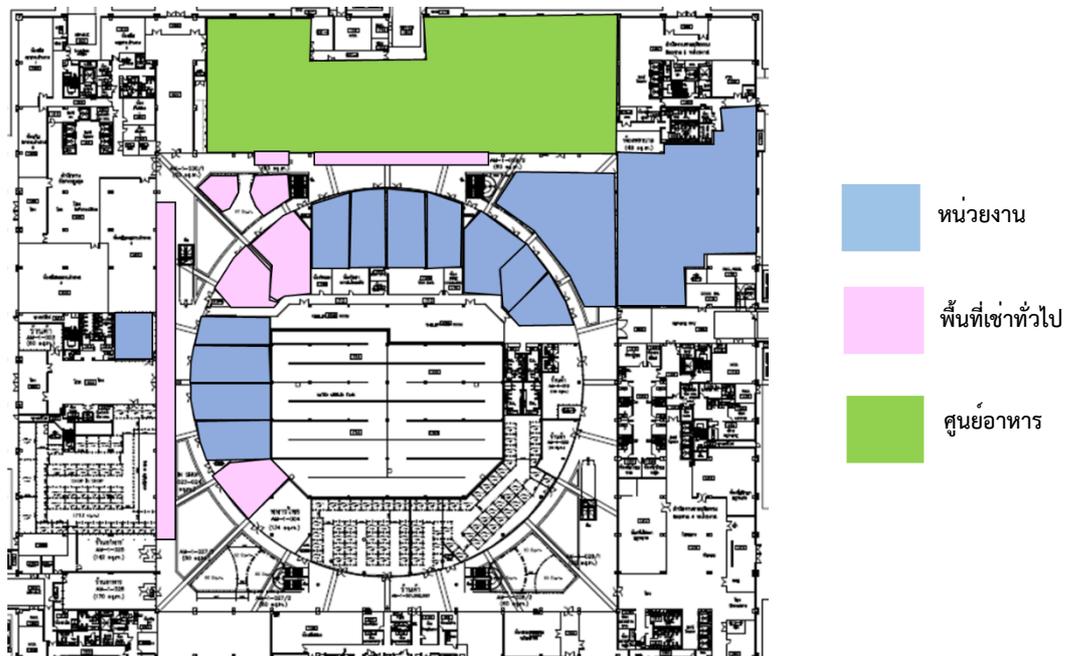
พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด

พื้นที่เช่าพาณิชย์อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

พื้นที่เช่าพาณิชย์อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A) ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด มีขนาดพื้นที่รวม 13,782.50 ตร.ม. โดยจำแนกพื้นที่เช่าออกเป็นจำนวน 3 ประเภท ได้แก่ พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงาน พื้นที่เช่าประเภททั่วไป พื้นที่เช่าประเภทศูนย์อาหาร และพื้นที่ลานอเนกประสงค์ชั้น 2

ลำดับที่	อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)	พื้นที่ (ตร.ม)	จำนวน
1	พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงาน	6,473	3 หน่วยงาน
2	พื้นที่เช่าประเภททั่วไป <ul style="list-style-type: none"> ▪ ร้านเครื่องดื่ม ▪ ร้านค้าย่อย ▪ ร้านสะดวกซื้อ ▪ ธนาคาร ▪ ร้านค้า 	685.50	29 ร้าน
3	ศูนย์อาหาร	2,300	1 ศูนย์ (40 ร้าน)
4	ลานอเนกประสงค์	4,324	1 ลาน
รวมพื้นที่เช่าพาณิชย์อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)		13,782.50	

ผังพื้นที่พาณิชย์ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)



ภาพที่ 2 ผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

พื้นที่ลานอเนกประสงค์ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)



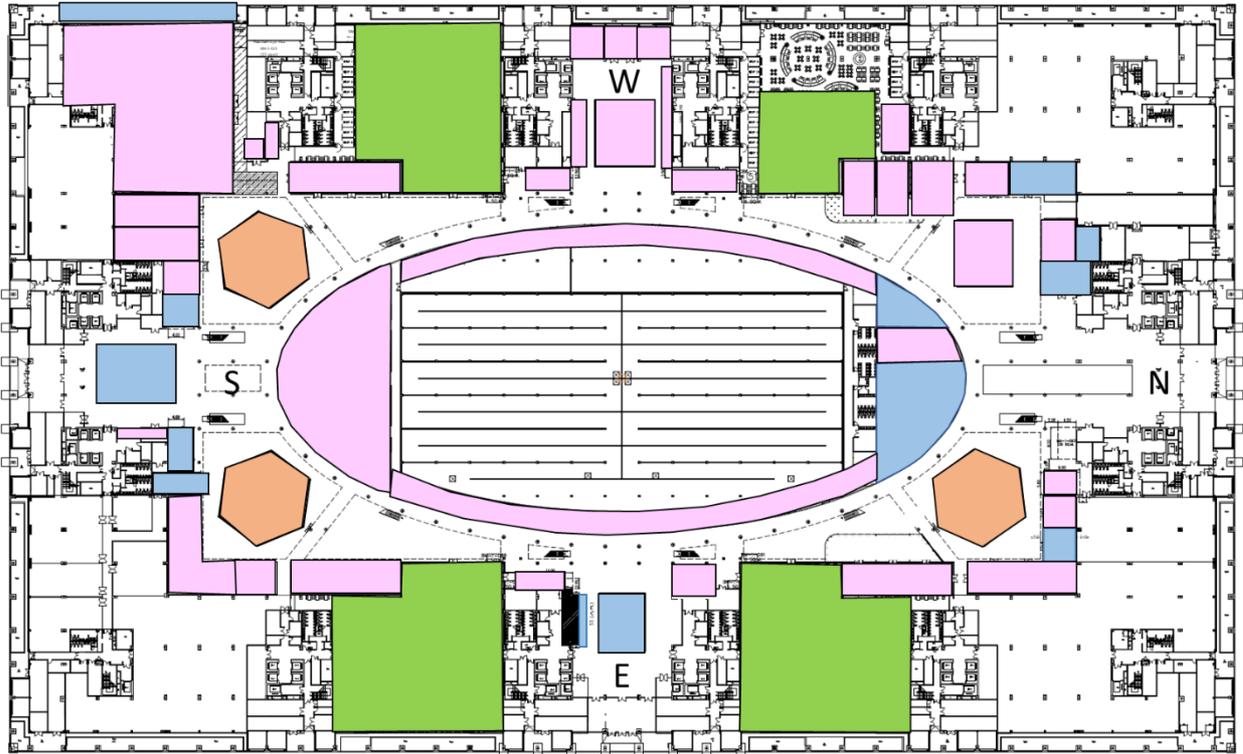
ภาพที่ 3 พื้นที่ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

พื้นที่เช่าพาณิชย์อาคารรัฐประศาสน์ (อาคาร B)

พื้นที่เช่าพาณิชย์อาคารรัฐประศาสน์ (อาคาร B) ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด มีขนาดพื้นที่รวม 25,625.40 ตรม. โดยจำแนกพื้นที่เช่าออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงาน พื้นที่เช่าประเภททั่วไปพื้นที่เช่าประเภทร้านค้าปลีก พื้นที่เช่าประเภทศูนย์อาหาร และพื้นที่ลานอเนกประสงค์

ลำดับที่	อาคารรัฐประศาสน์ (อาคาร B)	พื้นที่ (ตร.ม)	จำนวน
1	พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงาน	4,189	13 หน่วยงาน
2	พื้นที่เช่าประเภททั่วไป <ul style="list-style-type: none"> ▪ ร้านค้า ▪ ร้านอาหาร ▪ ร้านสะดวกซื้อ ▪ ร้านค้าย่อย ▪ ธนาคาร 	5,804.40	131 ร้าน
3	พื้นที่เช่าประเภทร้านค้าปลีก	1,132	18 ร้าน
4	พื้นที่เช่าประเภทศูนย์อาหาร	4,800	3 ศูนย์ (64 ร้าน)
5	ลานอเนกประสงค์	9,700	1 ลาน
รวมพื้นที่พาณิชย์อาคารรัฐประศาสน์ (อาคาร B)		25,625.40	

ผังพื้นที่พาณิชย์ที่ชั้นที่ 1 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)



ภาพที่ 4 ผังพื้นที่ชั้นที่ 1 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)



พื้นที่ลานอเนกประสงค์ชั้น 2 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)



ภาพที่ 5 พื้นที่ชั้น 2 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

พื้นที่เช่าพาณิชย์ (อาคารศูนย์ประชุมวายุภักษ์)

พื้นที่เช่าพาณิชย์ อาคารศูนย์ประชุมวายุภักษ์ (พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงาน) ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด มีขนาดพื้นที่รวม 1,951 ตรม.



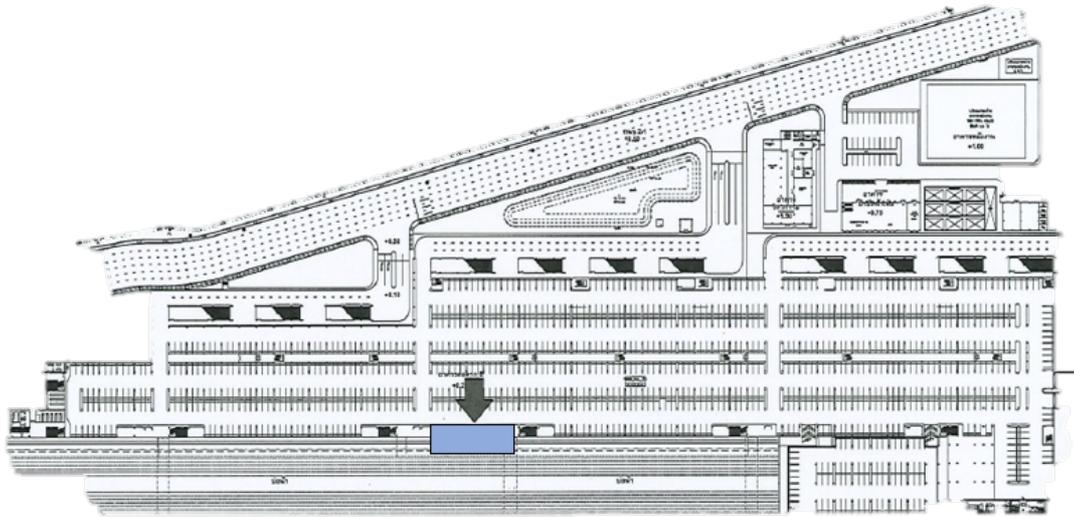
ภาพที่ 6 พื้นที่ชั้น 1 อาคารศูนย์ประชุมวายุภักษ์

พื้นที่เช่าพาณิชย์ (อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี)

พื้นที่เช่าพาณิชย์ อาคารจอดรถ (อาคาร B) ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด มีขนาดพื้นที่รวม 5,959 ตรม. ประกอบด้วยพื้นที่เช่าจำนวน 3 ประเภท ได้แก่ พื้นที่เช่าประเภทร้านค้า พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงานภาคเอกชน พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงานภาครัฐ

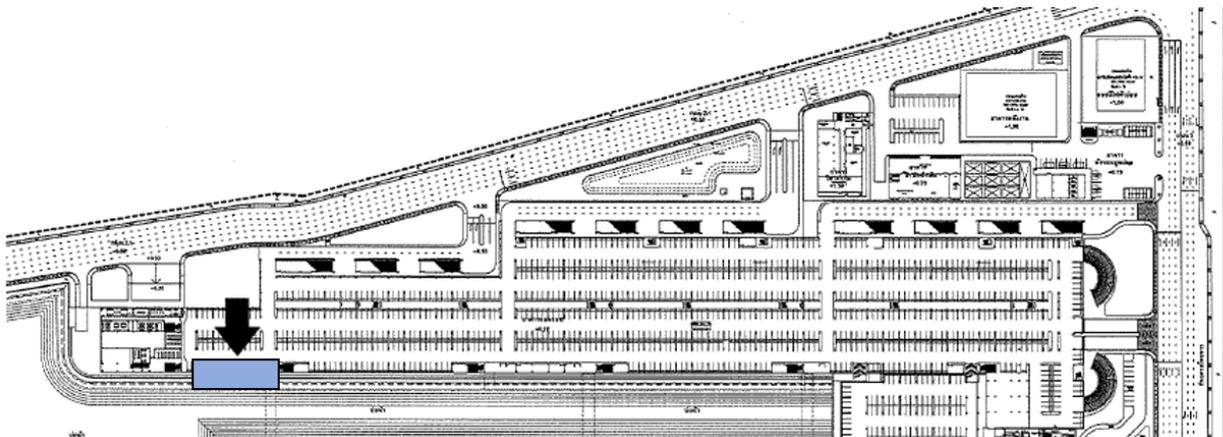
อาคารจอดรถ B	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน
พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงานภาครัฐ	5,874	3 หน่วยงาน
พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงานภาคเอกชน	50	1 หน่วยงาน
พื้นที่เช่าประเภทร้านค้า	35	1 ร้าน
รวมพื้นที่พาณิชย์อาคารจอดรถ B	5,959	

ผังพื้นที่พาณิชย์ที่ชั้น 2 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี (พื้นที่เช่าประเภทร้านค้า)



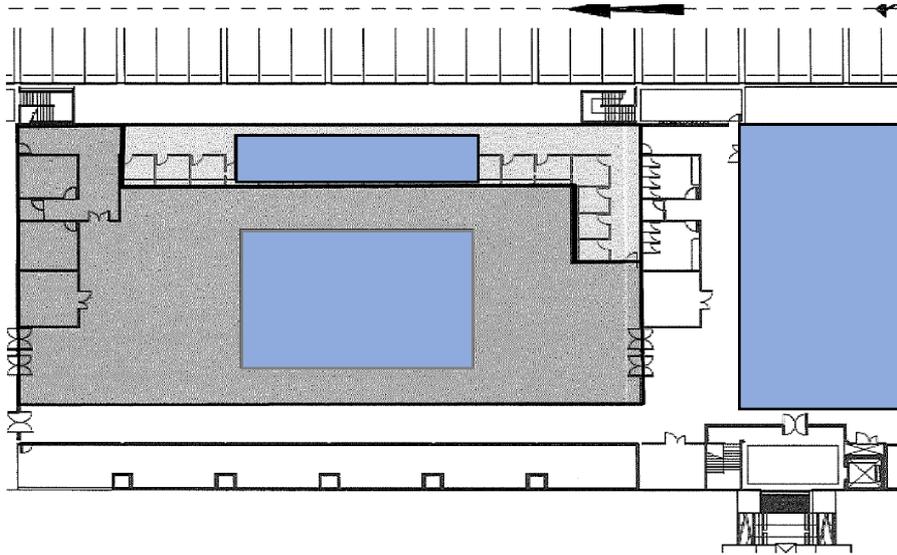
ภาพที่ 7 พื้นที่ชั้น 2 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี

ผังพื้นที่พาณิชย์ที่ชั้น 4 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี (พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงานภาคเอกชน)



ภาพที่ 8 พื้นที่ชั้น 4 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี

ผังพื้นที่พาณิชย์ที่ชั้น 5 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี (พื้นที่เช่าประเภทหน่วยงานภาครัฐ)



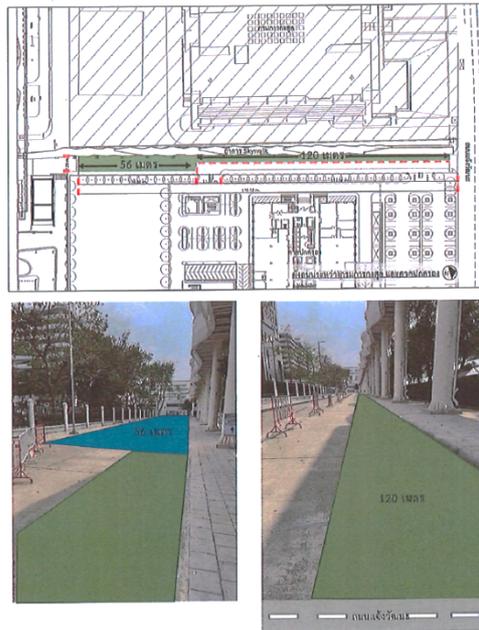
ภาพที่ 9 พื้นที่ชั้น 5 อาคารจอดรถ ของอาคารรัฐประศาสนภักดี

พื้นที่เช่าพาณิชย์ (ภายนอกอาคาร)

พื้นที่เช่าพาณิชย์ ภายนอกอาคาร ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด มีขนาดพื้นที่รวม 2,696 ตรม. ประกอบด้วยพื้นที่เช่าจำนวน 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่บริเวณใต้ทางเชื่อมรถไฟฟ้า (สายสีชมพู) และพื้นที่ส่วนขยายศูนย์ราชการฯ โซนซี

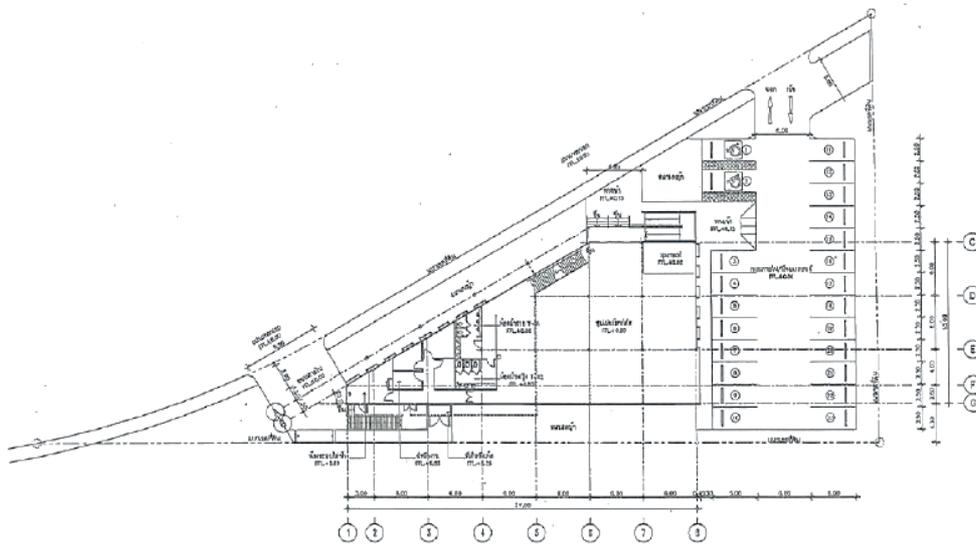
พื้นที่พาณิชย์ภายนอกอาคาร	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน
ร้านสะดวกซื้อ	2,232	1 ร้าน
พื้นที่ใต้ทางเชื่อมรถไฟฟ้า (Skywalk)	464	1 พื้นที่
รวมพื้นที่พาณิชย์ภายนอกอาคาร	2,696	จำนวน

ผังพื้นที่พาณิชย์ภายนอกอาคาร บริเวณใต้ทางเชื่อมรถไฟฟ้า



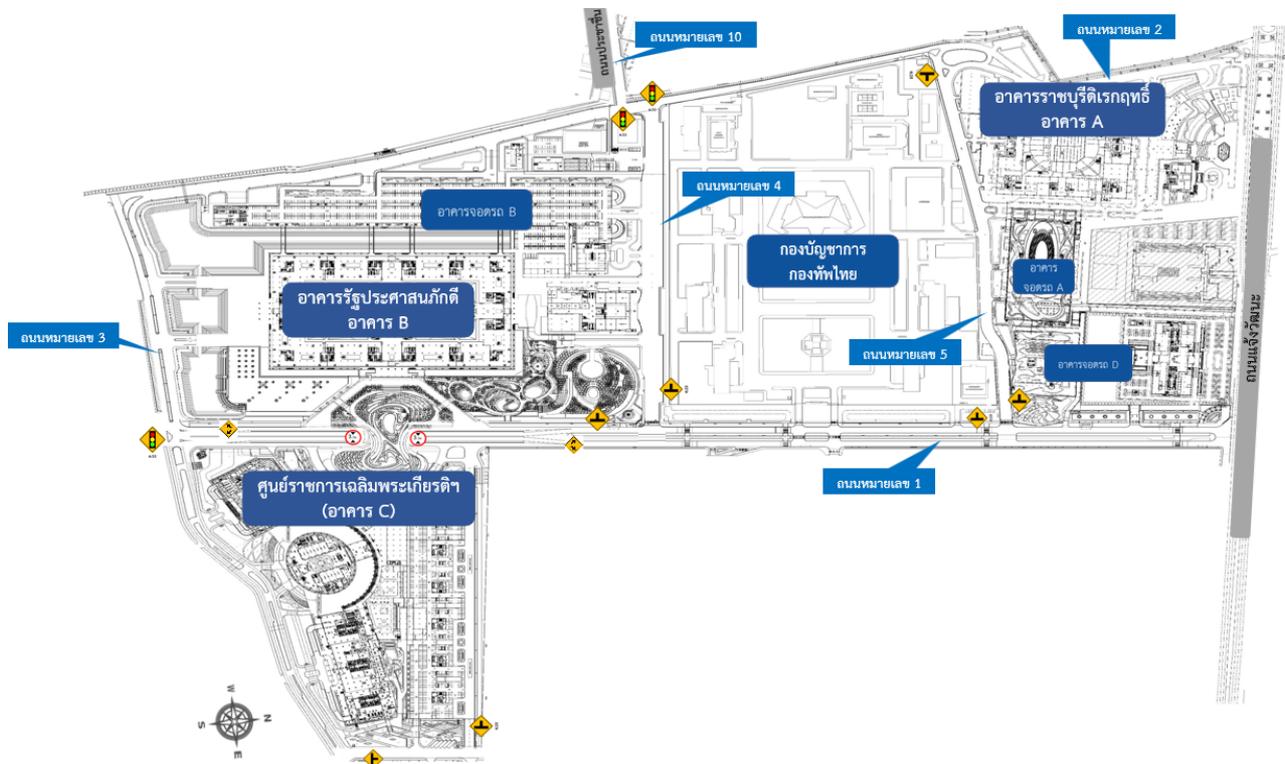
ภาพที่ 10 พื้นที่ภายนอกอาคาร บริเวณใต้ทางเชื่อมรถไฟฟ้า

ผังพื้นที่พาณิชย์ ภายนอกอาคาร (พื้นที่ส่วนขยายศูนย์ราชการฯ โซน C)



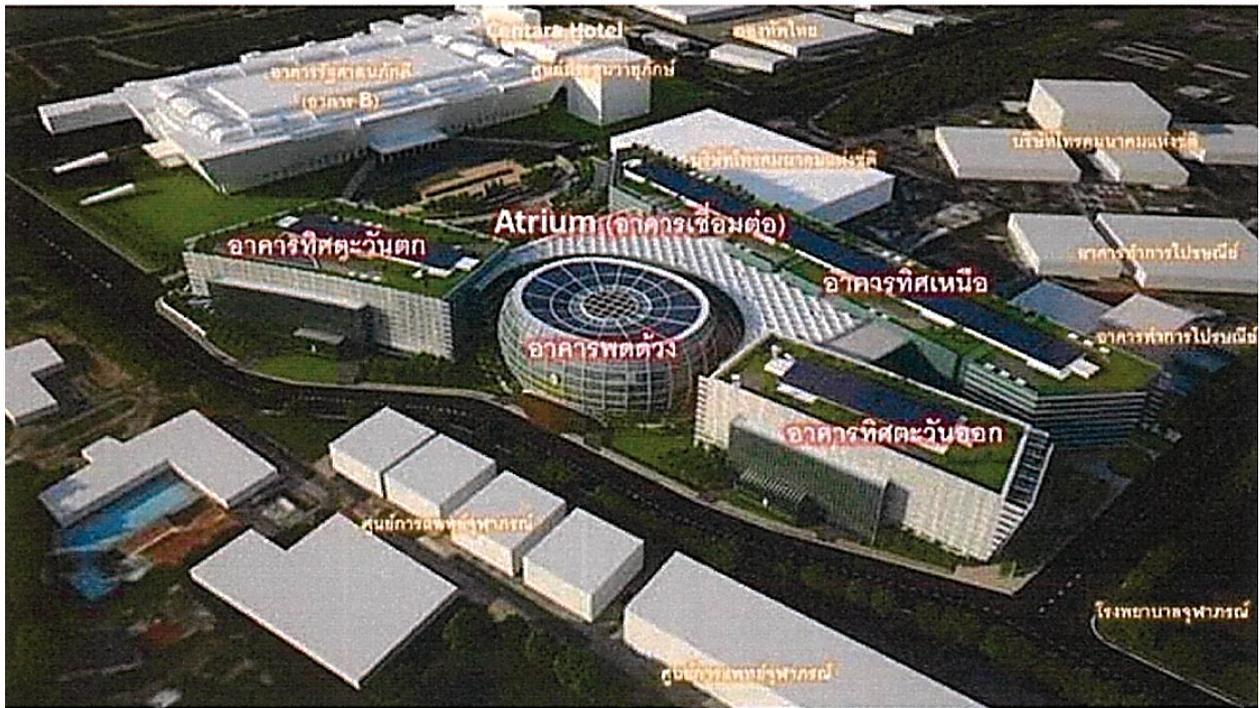
ภาพที่ 11 พื้นที่ภายนอกอาคาร (พื้นที่ส่วนขยายศูนย์ราชการฯ โซน C)

แผนผัง แสดงชื่อถนนและชื่ออาคารภายในศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ



ภาพที่ 12 แผนผัง แสดงชื่อถนนและชื่ออาคารภายในศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ

พื้นที่อาคาร โซน C



ภาพที่ 13 พื้นที่อาคาร โซน C

นโยบายในการกำหนดอัตราเช่าและระยะเวลาเช่า การกำหนดราคาค่าเช่าพื้นที่พาณิชย์ประเภทต่าง ๆ

ตารางที่ 1 การกำหนดราคาค่าเช่าพื้นที่พาณิชย์ประเภทต่าง ๆ

หน่วย: บาท/ตร.ม./เดือน

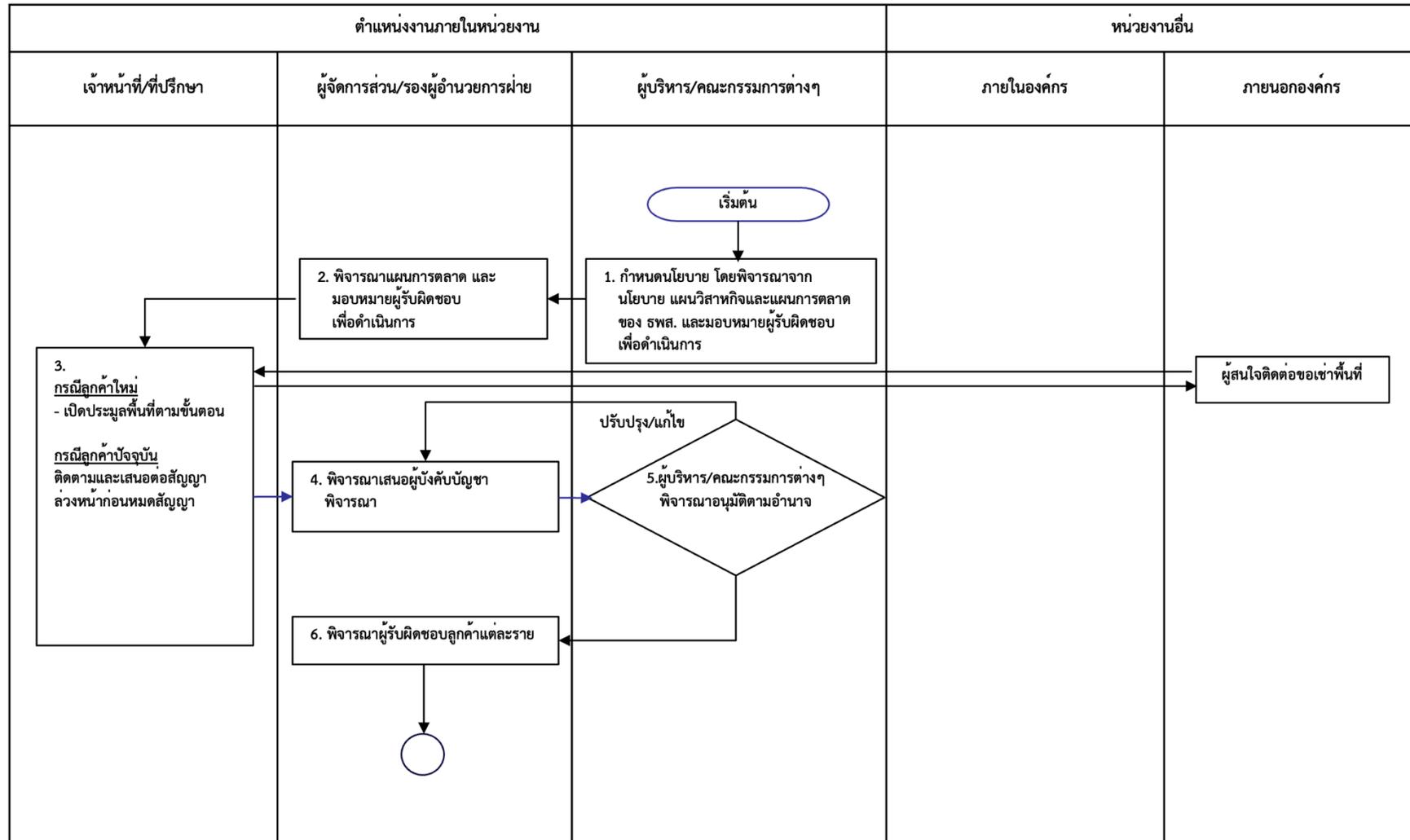
ประเภท	อาคาร A	อาคาร B	อาคารจอดรถ B
1. ธนาคาร	1,300	1,300	-
2. ร้านค้าย่อย	รายปี 1,200 รายเดือน +15% ของรายปี	รายปี 1,200 รายเดือน +15% ของรายปี รายวัน +15% ของรายเดือน	-
3. ประกันภัย	880	880	-
4. ร้านค้า	577.50	577.50	315
5. ร้านสะดวกซื้อ	635.25	635.25	-
6. โดมเครื่องดื่ม	635.25	635.25	-
7. พื้นที่รัฐวิสาหกิจ	500 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	500 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	-
8. องค์การมหาชน	500	500	-
9. พื้นที่สำนักงาน (ราชการ)	479.16 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	479.16 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	479.16 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)
10. ร้านอาหาร	378	378	-
11. ศูนย์อาหาร	16,000 บาท/เดือน	15,000/17,000/เดือน	-

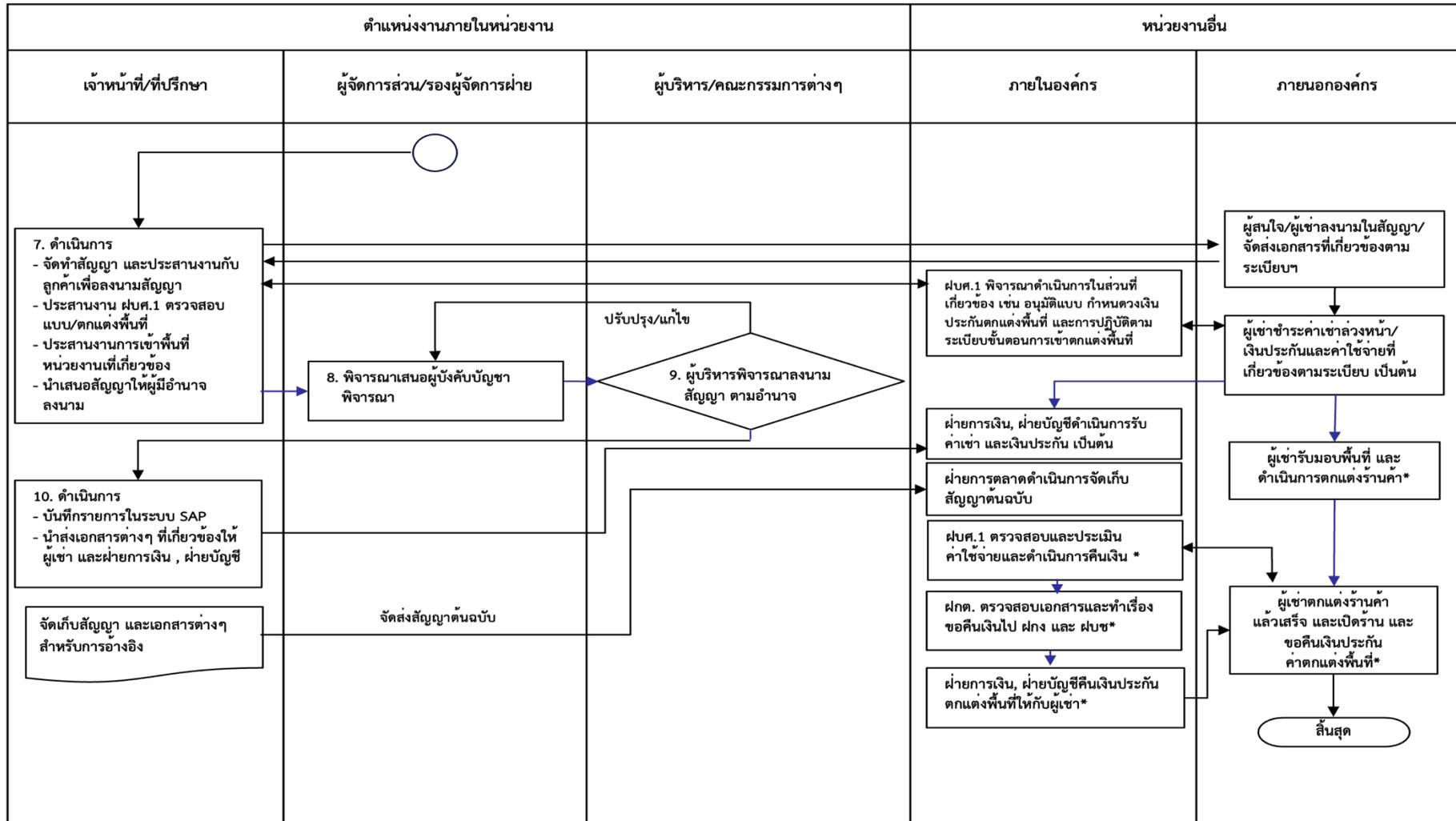


ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะยาว ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โตมเครื่องดื่ม

หน่วยงาน : ส่วนการตลาด 1

ผู้รับผิดชอบ : ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ และลูกจ้าง ส่วนการตลาด 1





หมายเหตุ - * เฉพาะกรณีลูกค้าใหม่

ภาพที่ 14 ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะยาว ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม

คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะยาว ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โถงเครื่องตีม

การขอเช่าพื้นที่

1. ฝ่ายการตลาด ดำเนินการประชาสัมพันธ์และให้รายละเอียดพื้นที่เช่า อัตราค่าเช่า เงินประกัน เงื่อนไขการเช่าพื้นที่กับลูกค้าที่สนใจซึ่งเดินทางมาติดต่อด้วยตนเอง ทางอีเมล หรือช่องทางอื่น ๆ และติดตามให้รายละเอียดอื่น ๆ เพิ่มเติม พร้อมทั้งส่งแบบฟอร์มการเช่า (แบบฟอร์มการขอเช่าพื้นที่ร้านค้า)
2. ลูกค้าที่สนใจเช่าพื้นที่ ดำเนินการประเมินพื้นที่ตามระเบียบ หากเป็นลูกค้ารายเดิมดำเนินการต่อสัญญาตามขั้นตอน

การเสนออนุมัติและการทำสัญญา

1. เมื่อได้ผู้ชนะการประมูลนำเสนออนุมัติและทำสัญญาตามขั้นตอน
2. ลูกค้ารายเดิมที่ต่อสัญญานำเสนออนุมัติและทำสัญญาตามขั้นตอน

การบันทึกข้อมูลลงระบบ การแจ้งค่าใช้จ่าย และการส่งเอกสารให้ฝ่ายการเงิน

1. บันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบ SAP
2. ลูกค้าชำระเงินตามใบแจ้งค่าใช้จ่าย
3. ฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐาน และใช้ประกอบการขอคืนเงินประกันเมื่อสิ้นสุดสัญญา



คำสั่งบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด

ที่ 153/2567

เรื่อง มอบอำนาจหน้าที่ให้ปฏิบัติงานแทนกรรมการผู้จัดการ

เพื่อให้การบริหารงานของ อพส. เป็นไปอย่างเหมาะสม รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับโครงสร้างใหม่ขององค์กร อาศัยอำนาจตามความในข้อ 4 และข้อ 5 แห่งระเบียบบริษัทฯ ว่าด้วยอำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการและผู้รักษาการแทน พ.ศ. 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงยกเลิคำสั่งบริษัทฯ ที่ 435/2565 ลงวันที่ 30 ธันวาคม 2565 เรื่อง มอบอำนาจหน้าที่ให้ปฏิบัติงานแทนกรรมการผู้จัดการ และให้ใช้คำสั่งนี้แทน

1. การมอบอำนาจหน้าที่ให้ปฏิบัติงานแทนกรรมการผู้จัดการ ตามคำสั่งนี้ ประกอบด้วย

1.1 หมดอำนาจหน้าที่ในการลงนาม และ/หรือ การอนุมัติตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัท (ยกเว้นการอนุมัติ TOR)

1.2 หมดอำนาจหน้าที่ในการอนุมัติหรือสั่งการภายในที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานตามโครงสร้างองค์กรและสายการปฏิบัติงาน และอำนาจหน้าที่ในการลงนามเอกสารและหนังสือถึงหน่วยงานภายนอก

2. การปฏิบัติงานแทนกรรมการผู้จัดการ ตามข้อ 1 ให้เป็นไปตามตารางบัญชีแนบท้ายและที่กรรมการผู้จัดการจะกำหนดเพิ่มเติม

3. การปฏิบัติงานใดที่ผู้รับมอบหมายจำเป็นต้องใช้หนังสือมอบอำนาจเป็นการทั่วไปหรือหนังสือมอบอำนาจเฉพาะเรื่อง ให้ผู้ปฏิบัติงานนั้นเสนอหนังสือมอบอำนาจต่อกรรมการผู้จัดการเพื่อลงนามเป็นรายกรณีไป

4. การมอบอำนาจหน้าที่ให้ปฏิบัติงานแทนกรรมการผู้จัดการดังกล่าว ไม่รวมถึงเรื่องดังต่อไปนี้

4.1 เรื่องที่เกี่ยวกับนโยบายแนวทางปฏิบัติและการงบประมาณของบริษัท

4.2 เรื่องที่เสนอกรมธนารักษ์ และ/หรือ กระทรวงการคลัง เพื่อวินิจฉัยหรือให้ความเห็นชอบหรือพิจารณาอนุมัติ

4.3 เรื่องที่เป็นปัญหาและเห็นสมควรเสนอกรรมการผู้จัดการ เพื่อพิจารณาสั่งการ หรือเพื่อทราบ แล้วแต่กรณี

4.4 เรื่องที่เป็นปัญหาและมีผลกระทบร้ายแรงต่อบริษัท

เลขที่ ๑๒๐ อาคารธนพัฒน์ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๕๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐

ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๐๐

โทร. ๐ ๒๕๕๖ ๒๒๒๒ โทรสาร ๐ ๒๕๕๖ ๘๘๘๘ www.dad.co.th



5. กรณีผู้รับมอบอำนาจหน้าที่ไม่มีผู้ดำรงตำแหน่ง ไม่อยู่ หรือ ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้ผู้บังคับบัญชาตามสายงานเหนือขึ้นไปหนึ่งลำดับเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่แทน

6. ให้ผู้ปฏิบัติงานแทนกรรมการผู้จัดการ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนคำสั่งของบริษัทที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และเมื่อดำเนินการตามที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่เรียบร้อยแล้ว ให้สรุปรายงานต่อกรรมการผู้จัดการ เป็นประจำทุกสิ้นเดือน ทั้งนี้หากเป็นเรื่องสำคัญให้รับรายงานกรรมการผู้จัดการเพื่อทราบทันที

7. คำสั่งใดที่ออกก่อน และมีผลขัดหรือแย้งกับคำสั่งนี้ ให้ใช้คำสั่งนี้แทน

ทั้งนี้ ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2567 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2567

(นายนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท)

กรรมการผู้จัดการ

1/7/2567 12:26:27

62002250121100125248



ตารางบัญชีแนบท้าย
หมวดอำนาจหน้าที่ในการอนุมัติหรือสั่งการภายในหน่วยงานเกี่ยวกับการบริหารงาน
ตามโครงสร้างองค์กรและสายปฏิบัติงาน และอำนาจหน้าที่ในการอนุมัติหรือสั่งการหน่วยงานภายนอก

ประเภท	รายการ	ผู้ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ในปฏิบัติงานมอบ กรรมการผู้จัดการ					หมายเหตุ
		ผจ.	ผอ.	ผกน.	รทอ.	ผจจ./ รทอ.	
ฝ่ายการตลาด	อนุมัติการให้จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.ผกน.
	(2) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓		รทอ.	
	(3) ยอดมอบหมายให้สัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓	รทอ.	
	อนุมัติก่อนการให้จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.ผกน.
	(2) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓		รทอ.	
	(3) ยอดมอบหมายให้สัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓	รทอ.	
	อนุมัติยกเลิกการให้จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.ผกน.
	(2) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓		รทอ.	
	(3) ยอดมอบหมายให้สัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓	รทอ.	
	อนุมัติการเรียกเงินคืนส่วนเกิน กรณีล่าช้าก่อนรับสัญญา				✓		รทอ.
	อนุมัติขึ้นหลักประกันสัญญาและในประกันความเสี่ยงพหุ การให้ จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สินและการมอบหมายอื่นที่			✓			รทอ.
	อนุมัติเงินประกันความเสี่ยงพหุที่ในที่ สถานะนอกประเทศ ขึ้นที่ประเทศอื่นที่อื่น		✓				ผอ.ผกน./ ผอ.ผกน.1
	อนุมัติเงินประกันให้จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ/ค่าภาษีต่างๆ กรณี ชำระเป็นอเนกการชำระ		✓				ผอ.ผกน.
	อนุมัติหลักประกันสัญญาและในประกันความเสี่ยงพหุ กรณี ลูกค้าขอเลิกการให้จ้างให้สัญญาหรือหนี้ชำระ			✓			รทอ.
	อนุมัติระงับการให้จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สินบริการ อาคารอุปโภคบริโภคโดยใบสัญญา			✓			รทอ.
	สถานะใบสัญญาการให้จ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน		✓				ผอ.ผกน.
	สถานะใบใบให้จ้างให้จ้างใบให้	✓					ผอ.ผกน.1 , ผอ.ผกน.2 , ผอ.ผกน.3
	สถานะพาณิชย์เอกสารเกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินทางขอเช่าอาคาร			✓			รทอ.
	สถานะรับรองเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการให้จ้าง/ ให้ให้บริการ/ให้สิทธิในทรัพย์สิน	✓					ผอ.ผกน.1 , ผอ.ผกน.2 , ผอ.ผกน.3
	อนุมัติเงื่อนไขการจ้างให้ให้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.ผกน.
	(2) ยอดมอบหมายให้สัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓			รทอ.
	(3) ยอดมอบหมายให้สัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓		รทอ.
	อนุมัติโอนเงินค่าส่วนกลางทรัพย์สิน โครงการพิเศษ (ภายนอก ศูนย์ราชการฯ และโรงแรม) ที่ฝ่ายการตลาดรับผิดชอบบริหารดูแล (1) รายปีไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.ผกน.
(2) รายปีไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓			รทอ.	

ลงชื่อ 
(นายนาถโกวิท แสงสินธุ์)
กรรมการผู้จัดการ

วันที่ 09 ส.ค. 2563

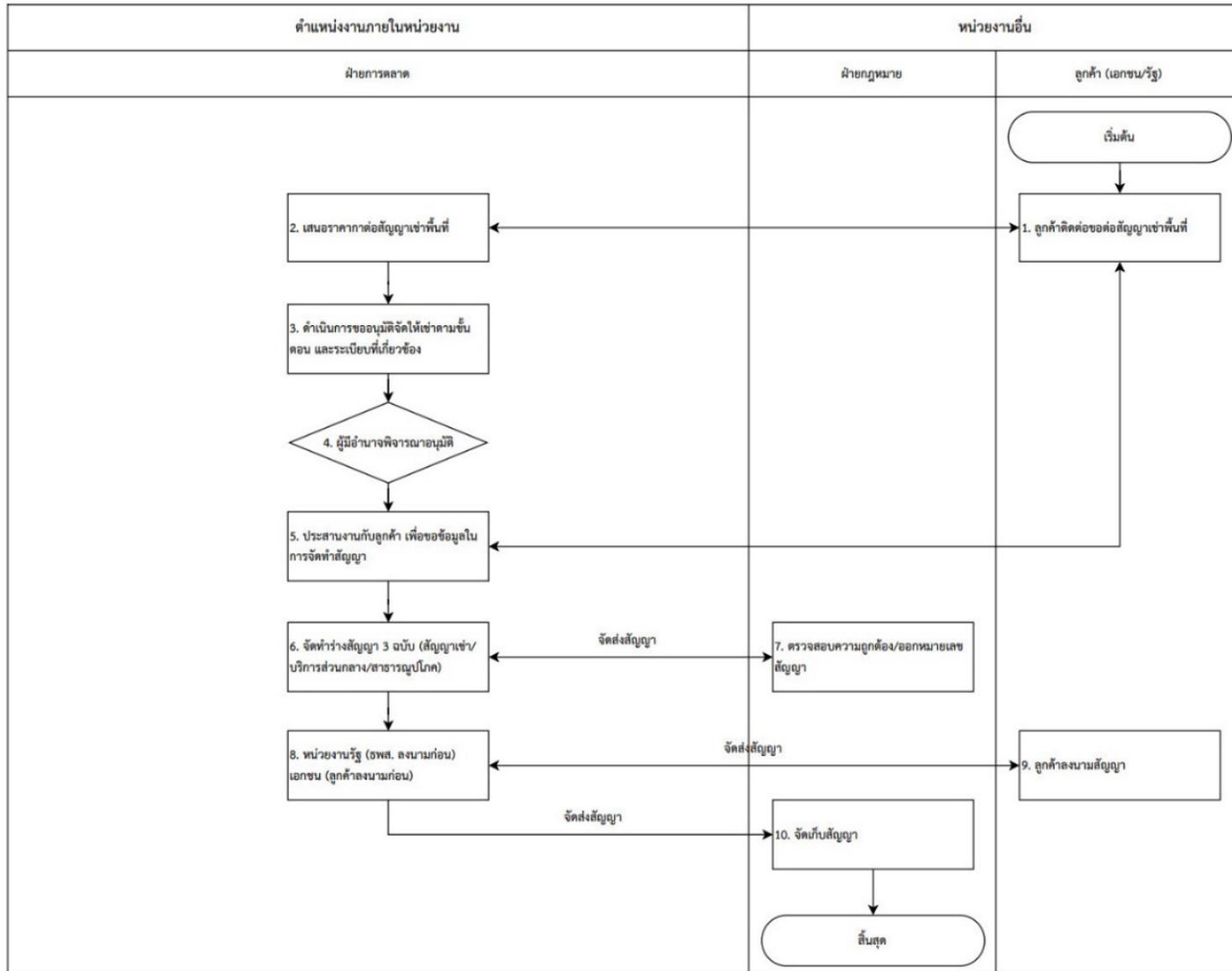


ตารางบัญชีแนบท้าย
หมวดอำนาจหน้าที่ในการอนุมัติหรือให้การภายในเกี่ยวเนื่องกับการบริหารงาน
ศาลากลางจังหวัดและสายปฏิบัติงาน และอำนาจหน้าที่ในการออกเอกสารออกหนังสือเวียนหน่วยงานภายนอก

ประเภท	รายการ	ผู้ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ปฏิบัติงานแทน กรรมการผู้จัดการ					หมายเหตุ
		ผจ.	ผอ.	ผกจ.	รทจ.	รทจ./ รทอ.	
	(3) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)				✓		รทจ.
	อนุมัติจ้างบริหารดูแลพื้นที่ส่วนกลางเออีโครงการพิเศษ (ภายนอก ศูนย์ราชการฯ เออีโชน) ที่จ้างการก่อสร้างอีอีอีของบริหารดูแล (1) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)		✓				ผอ.ผกจ.
	(2) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)			✓			ผกจ.
	(3) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)				✓		รทจ.
	สถานะสัญญาจ้างในสังกัดออีอีจฯ งานบริหารดูแลพื้นที่ส่วนกลาง โครงการพิเศษ (ภายนอกศูนย์ราชการฯ เออีโชน) ที่จ้าง การก่อสร้างอีอีอีของดูแล (1) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)		✓				ผอ.ผกจ.
	(2) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)			✓			ผกจ.
	(3) วรรณสินธุ์ 500,000 (ทั้งแบบฯ)				✓		รทจ.
	อนุมัติคืนเงินค่าธรรมเนียม โครงการพิเศษ (ภายนอกศูนย์ราชการฯ เออีโชน)		✓				ผอ.ผกจ.
	อนุมัติชำระผลประโยชน์ตอบแทนจากการบริหารที่ราชวิทยาลัย สมเด็จพระเทพฯ จังหวัดระยอง		✓				ผอ.ผกจ.
	อนุมัติชำระค่าบริการจ้างสัญญาอินเตอร์เน็ต ค่าบริการโทรศัพท์ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพื่อให้ในการบริหารจัดการศูนย์ประชุมและ แสดงสินค้า นานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา จังหวัดระยอง		✓				ผอ.ผกจ.
	สถานะในคดีฟ้องร้องคดีเรื่องเงินสมทบเงินบำนาญราชการไม่ เข้าการบังคับการบังคับเงินหรือเงินบำนาญสัญญาจ้างที่พาณิชย์		✓				ผอ.ผกจ.
	อนุมัติค่าใช้จ่ายในการดำเนินการชำระค่าธรรมเนียม/ค่าธรรมเนียม สัญญาจ้างพื้นที่หน่วยงานราชการ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		✓				ผอ.ผกจ.
	อนุมัติคืนเงินการไม่เข้าวินโดวบริการ/สิทธิพิเศษค่าเช่ารถ กรณี ชำระไม่ถูกต้องของขโมยรถเช่า		✓				ผอ.ผกจ.
	สถานะในเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเสนอราคา		✓				ผอ.ผกจ.
	สถานะในเอกสาร/ใบขอเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการไม่จ่ายให้ บริการไม่ปฏิบัติตามสัญญา เพื่อให้ผู้ถูกจ้างนำเงินไปชำระหนี้ขาด ใบสัญญาจ้างฯ ที่เกี่ยวข้องกับการประชุมเชิงปฏิบัติการ กับหน่วยงาน ราชการที่เกี่ยวข้อง		✓				ผอ.ผกจ.

ลงชื่อ _____
(นางนภาพิกฉัตร แสนสิน)
กรรมการผู้จัดการ

วันที่ 09 ส.ค. 2567



ภาพที่ 15 ผังกระบวนการทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์

การส่งมอบพื้นที่ การเข้าตักแต่ง และการเข้าใช้พื้นที่

1. ฝ่ายการตลาด ร่วมกับ ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1 และลูกค้าเข้าตรวจสอบพื้นที่เข้าร่วมกัน เพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของพื้นที่และดำเนินการส่งมอบ (หากพบความชำรุดบกพร่องของงานระบบหรืออุปกรณ์ที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของ ธพส. จะต้องปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งมอบ หรือตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าแล้วแต่กรณี)
2. ลูกค้าต้องจัดส่งแบบตักแต่งพื้นที่ให้ ธพส. พิจารณา พร้อมทั้งกรอกเอกสารการขออนุญาตเข้าตักแต่งพื้นที่จัดส่งให้ ธพส. โดยฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1 พิจารณาอนุญาตและกำหนดจำนวนเงินประกันความเสียหาย/เงินประกันการใช้สาธารณูปโภค
3. ลูกค้าต้องวางเงินประกันความเสียหาย /เงินประกันการใช้สาธารณูปโภค และฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐาน และใช้ประกอบการขอคืนเงินประกันเมื่อตักแต่งพื้นที่แล้วเสร็จและหักค่าใช้จ่ายหรือความเสียหายต่าง ๆ แล้ว
4. ลูกค้า/ผู้รับจ้างของลูกค้า เข้าอบรมเรื่องความปลอดภัยในการเข้าปรับปรุงตักแต่งพื้นที่ พร้อมกรอกรายละเอียดในเอกสารการขอเข้างานและขอขนอุปกรณ์เข้า-ออก อาคาร ให้ ธพส. อนุญาต
5. ลูกค้า/ผู้รับจ้างของลูกค้า เข้าปรับปรุงพื้นที่ให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และแจ้งให้ ธพส. เข้าตรวจสอบพื้นที่พร้อมจัดส่งแบบ As-build ให้ ธพส.
6. ลูกค้าเข้าประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์และระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา

ข้อกำหนดในสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์ ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โคมเครื่องดื่ม

1. ผู้เช่าจะชำระหรือใช้คืน (ตามแต่กรณี) เงินทั้งหมดซึ่งติดค้าง และพึงชำระต่อผู้ให้เช่าในระหว่างอายุการเช่าอย่างตรงต่อเวลา หรือในทันทีเมื่อมีการทวงถามจากผู้ให้เช่า
2. ผู้เช่าจะดูแลรักษาทรัพย์สินของผู้เช่า และ/หรือของบริวาร ที่ได้นำเข้าไปไว้ในสถานที่เช่าเอง หากเกิดการสูญหายหรือเสียหายอย่างใด ๆ ผู้เช่าจะเป็นผู้รับผิดชอบเองทั้งสิ้น โดยไม่มีสิทธิที่จะเรียกร้องให้ผู้ให้เช่ารับผิดชอบแต่อย่างใด
3. ผู้เช่าจะเข้าทำการภายในสถานที่เช่าตามเวลาที่ผู้ให้เช่ากำหนด ระหว่างเวลา 6.00 - 18.00 น. ทุกวัน เว้นแต่ ในกรณีที่มีผู้เช่ามีความประสงค์ที่จะเปิดดำเนินกิจการในสถานที่เช่าเกินกว่าเวลาทำการปกติจะต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่าก่อน และผู้เช่าจะรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เนื่องจากได้เปิดดำเนินกิจการในเวลาทำการเพิ่มเติม เช่น ค่ากระแสไฟฟ้า ค่ายามรักษาความปลอดภัยพื้นที่ส่วนกลาง โดยจะชำระให้ตามจำนวนที่ได้ใช้ไปจริง และตามอัตราที่ผู้ให้เช่าเป็นผู้กำหนด
ผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะกำหนดระเบียบ หรือคำสั่งอื่นใดในการกำหนดเวลาเปิดและปิดใช้อาคารโครงการสถานที่เช่า ตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่งได้ตามความเหมาะสม เพื่อการบริหารโครงการของผู้ให้เช่า หรือเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และ/หรือระเบียบที่ทางราชการได้กำหนด หรือมีคำสั่งซึ่งอาจจะมีขึ้นในภายหน้า ตลอดอายุของสัญญานี้ โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายในการที่ผู้ให้เช่าได้เปลี่ยนแปลงกำหนด เวลาการเปิด และปิดอาคาร สถานที่เช่าดังกล่าวแต่ประการใด
4. ผู้เช่าจะไม่ใช้หรืออนุญาตให้มีการใช้สถานที่เช่า เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือผิดศีลธรรม โดยสัญญาว่าจะใช้ประโยชน์ในสถานที่เช่าด้วยความสงบเรียบร้อย ไม่กระทำ หรือยินยอมให้บุคคลอื่นกระทำการใด ๆ ภายในหรือเกี่ยวเนื่องกับสถานที่เช่าที่เป็นการขัดต่อกฎหมาย หรือขัดต่อศีลธรรม หรือโดยเป็น หรืออาจจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ อนามัย หรือเป็นที่น่ารังเกียจ หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อน รำคาญหรือเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ให้เช่าหรือบุคคลอื่นซึ่งเป็นผู้ครอบครองส่วนอื่นใดภายในอาคารหรือต่อบุคคลที่เข้ามาใช้บริการภายในอาคาร
หากผู้เช่าปฏิบัติผิดข้อตกลงตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่ง ไม่ว่าจะโดยผู้เช่า บริวาร หรือโดยผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานที่เช่า และไม่จะเป็นการกระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อ เมื่อผู้ให้เช่าได้บอกกล่าวให้ผู้เช่าปฏิบัติตามสัญญาแล้ว หากไม่ดำเนินการภายในกำหนดผู้ให้เช่าสงวนสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาเช่า
5. ผู้เช่าจะไม่พำนัก หรืออนุญาตให้บุคคลใดพำนักอยู่ในส่วนหนึ่งส่วนใดของสถานที่เช่า ตลอดจนจะไม่นำสัตว์เลี้ยงที่มีชีวิต เช่น สุนัข แมว เป็นต้น ไปเก็บหรือเลี้ยงไว้ในสถานที่เช่า
6. ผู้เช่าจะปฏิบัติตาม กฎ หรือคำสั่ง ที่ออกโดยหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องว่าด้วยการป้องกันอัคคีภัย และมาตรการดับเพลิงภายในสถานที่เช่า ตลอดจนจะไม่เก็บ หรือนำสารติดไฟ วัตถุระเบิด วัตถุไวไฟที่เป็นอันตรายหรือสิ่งของผิดกฎหมายเข้าไปในอาคาร หรือสถานที่เช่า
7. ผู้เช่าจะไม่ทำการขายทอดตลาด หรืออนุญาตให้บุคคลที่สามทำการขายทอดตลาดในสถานที่เช่า

8. ผู้เช่าจะไม่วางสิ่งของซึ่งมีน้ำหนักเกิน 400 (สี่ร้อย) กิโลกรัม ต่อตารางเมตร บนส่วนหนึ่งส่วนใดของพื้นที่ของสถานที่เช่าเว้นแต่จะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่นโดยเฉพาะ

9. ผู้เช่าจะให้ผู้ให้เช่า และ/หรือตัวแทนของผู้ให้เช่าเข้าไปตรวจสอบสถานที่เช่าได้ในเวลาอันสมควร หลังจากที่ได้มีคำบอกกล่าวล่วงหน้า เว้นแต่ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน หรือเหตุสุดวิสัย หากไม่รีบเข้าไปดำเนินการแล้ว จะก่อให้เกิดความเสียหายต่ออาคาร สถานที่เช่า ผู้ให้เช่าหรือตัวแทนสามารถเข้าไปในสถานที่เช่าได้ทันที โดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า ซึ่งในการเข้าไปดำเนินการแก้ไขสถานที่เช่าดังกล่าว หากผู้เช่าหรือบริวารมิได้อยู่ภายในสถานที่เช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าหรือตัวแทนสามารถทำการตัด หรือทำลายกุญแจเท่าที่จำเป็นตามควรแก่กรณีเพื่อเข้าไปในสถานที่เช่าได้โดยผู้เช่าจะไม่กล่าวหา ฟ้องร้องผู้ให้เช่าและ/หรือตัวแทน ทั้งในทางแพ่ง และทางอาญาแต่อย่างใด และผู้เช่าจะต้องชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ให้เช่าได้ออกและดำเนินการไปเพื่อการนี้ ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือบอกกล่าวจากผู้ให้เช่า

10. ผู้เช่าจะไม่ติดตั้ง ปิด แสตง เขียน ทาสี บนส่วนหนึ่งส่วนใดภายนอกสถานที่เช่า หรือโดยตรงหรือผ่านหน้าต่างใด ๆ ของสถานที่เช่าซึ่งแผ่นป้าย โปสเตอร์ประกาศ โฆษณา ป้ายชื่อ เสาโทรทัศน หรือวิทยุ หรือเสาอากาศประเภทใดก็ตาม โดยมีได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่าก่อน แต่ผู้เช่าอาจแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายการค้า ลักษณะของการค้า หรือธุรกิจซึ่งผู้เช่าประกอบอยู่ในสถานที่เช่าได้ตามลักษณะ และรูปแบบที่ได้รับความเห็นชอบเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่า ผู้เช่าอาจแก้ไข เปลี่ยนแปลงและปรับปรุงป้ายแสดงเหล่านี้ได้เป็นครั้งคราว โดยเสนอแบบแปลนที่จะทำการปรับปรุงแก้ไข ให้ผู้ให้เช่าให้ความเห็นชอบเป็นหนังสือก่อนถึงจะดำเนินการได้ โดยผู้เช่าจะเป็นผู้รับผิดชอบในภาษีป้ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการติดตั้งดังกล่าวเอง

11. ผู้เช่าจะทำการซ่อมแซมความชำรุดบกพร่อง ความเสื่อมโทรม หรือสิ่งที่จะต้องซ่อมแซมภายในสถานที่เช่าภายในเวลา 7 (เจ็ด) วัน หลังจากได้รับหนังสือบอกกล่าวจากผู้ให้เช่า หากผู้เช่าไม่ทำการซ่อมแซม หรือไม่ใช้ความพยายามอย่างจริงจัง ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องภายในเวลา 7 วัน หลังจากที่ได้รับคำบอกกล่าวจากผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่ามีสิทธิเข้าไปในสถานที่เช่า และดำเนินการซ่อมแซมและทำงานดังกล่าว โดยผู้เช่าจะชำระค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและทำงานดังกล่าว ให้แก่ผู้ให้เช่าทันที

12. ผู้เช่าจะดูแลรักษาสถานที่เช่าให้สะอาด และถูกสุขอนามัย ปราศจากกลิ่นที่เป็นอันตราย ตลอดจนจะไม่ปล่อยให้หมีเศษขยะกระจายอยู่ในสถานที่เช่า และเสียบรบกวนอยู่เสมอ ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้เช่าเอง ทั้งนี้ จะรักษาบริเวณภายในของสถานที่เช่า และส่วนประกอบของสถานที่เช่า รวมทั้งส่วนภายในของประตู หน้าต่างและส่วนควบที่เป็นกระจก สิ่งติดตั้ง กลอน สายไฟ ท่อน้ำ เพดานในสถานที่เช่า สีกระดานติดผนังและการตกแต่งตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ในสถานที่เช่าให้อยู่ในสภาพที่สะอาดเรียบร้อย และซ่อมแซมดีตลอดระยะเวลาการเช่า

13. ผู้เช่าจะไม่ติดตั้งโครงสร้าง ท่อน้ำ สายไฟฟ้า หรือเสา หรือทำการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงทางโครงสร้างในสถานที่เช่า โดยมีได้รับการอนุมัติจากผู้ให้เช่าก่อน ตลอดจนจะไม่ตัด ทำให้เสื่อมเสีย หรือทำให้เสียหาย หรือยอมให้มีการตัด การทำให้เสื่อมเสีย หรือการทำให้เสียหาย ซึ่งผนังสายไฟฟ้า ท่อน้ำประปา ท่อระบายน้ำ ตลอดจนส่วนประกอบส่วนควบ หรือสิ่งติดตั้งของสถานที่เช่า

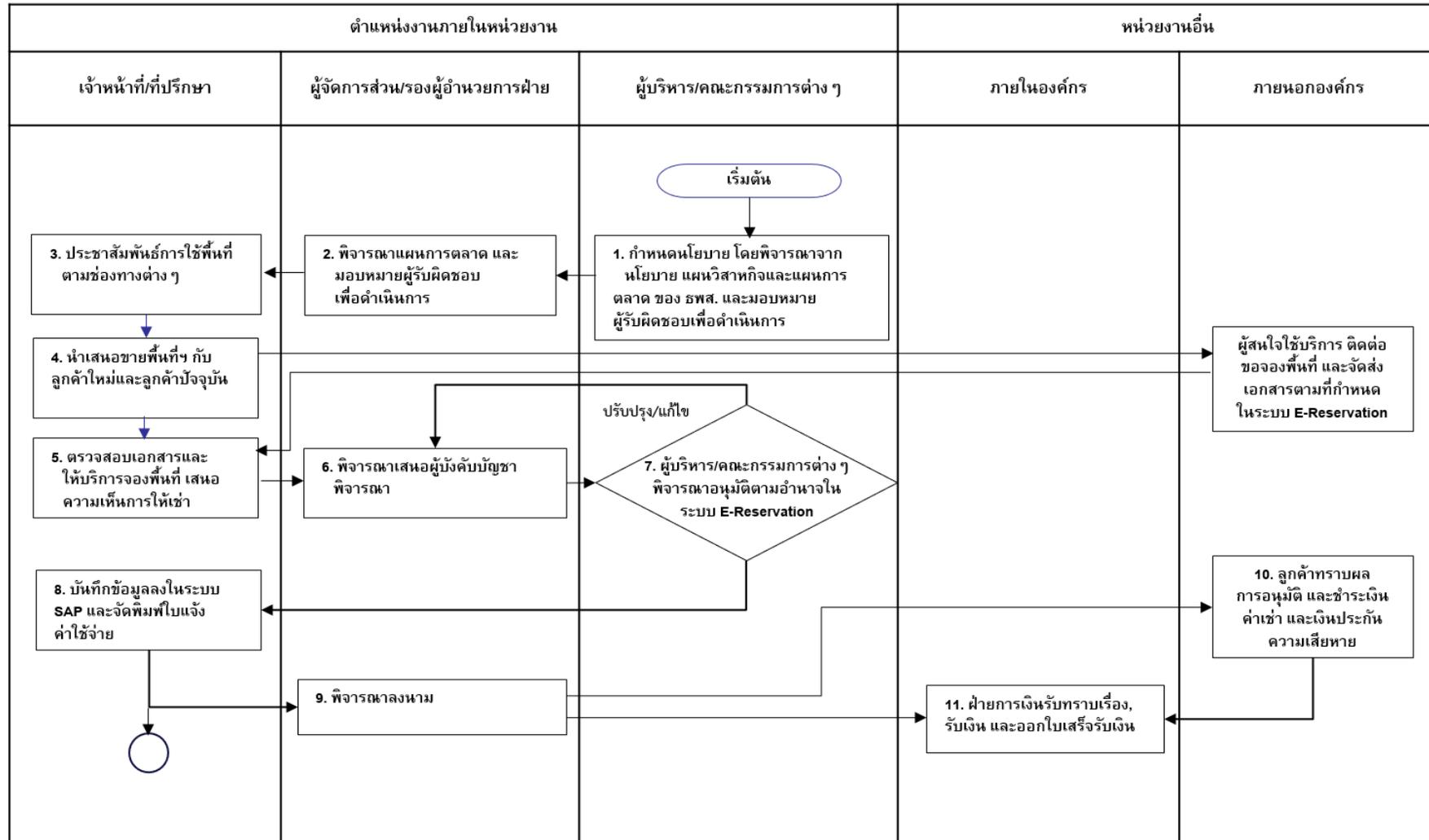
14. ผู้เช่าจะไม่ใช้ทางเดิน ทางเข้า ระเบียง เถลิง บันได และลิฟต์โดยสารเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด นอกจากเพื่อการเข้าและออกจากสถานที่เช่า หรืออาคาร และจะใช้เฉพาะลิฟต์ขนของสำหรับสิ่งของ อุปกรณ์และวัสดุเท่านั้น

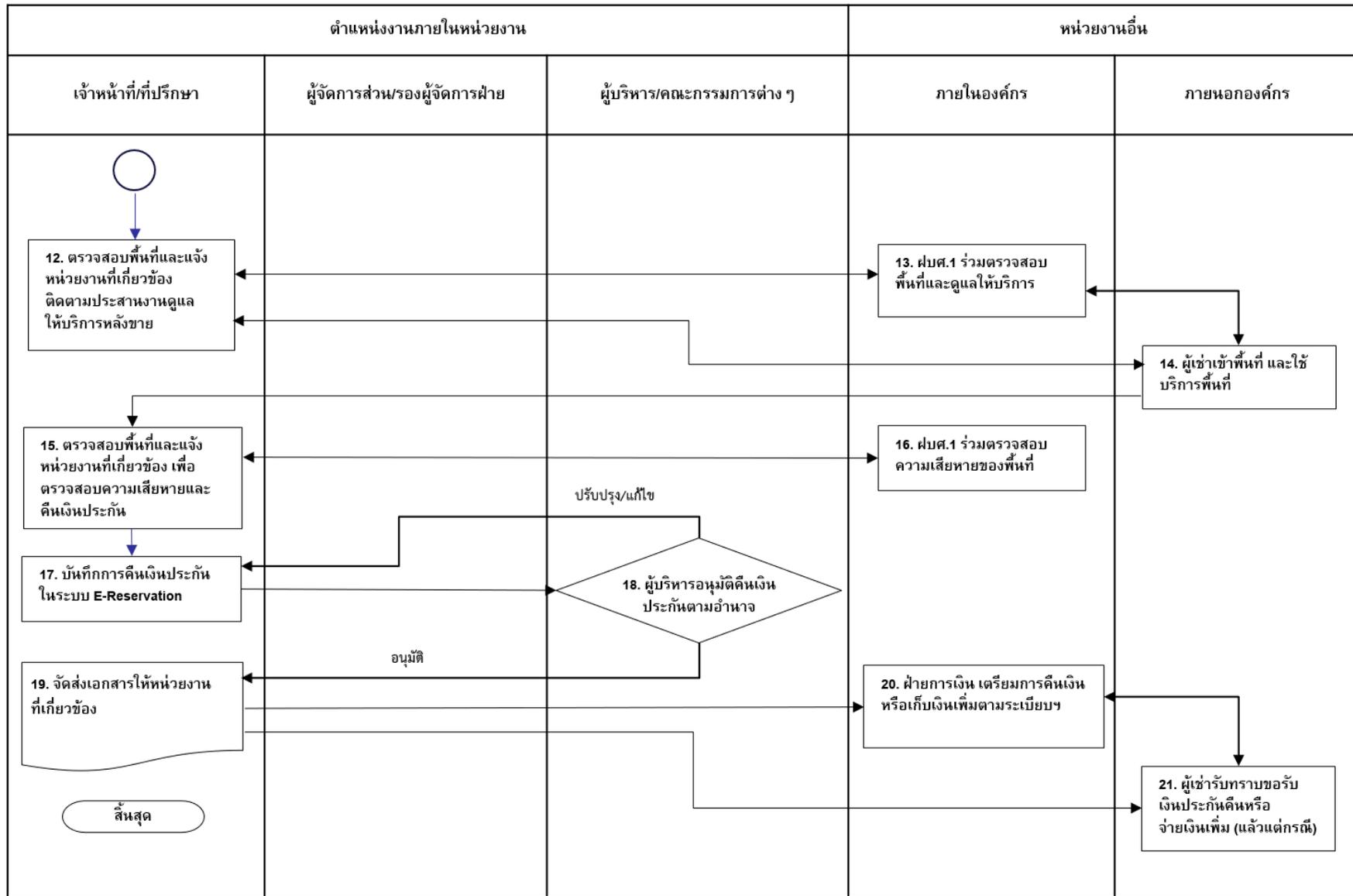
15. ผู้เช่าจะไม่วาง หรือแสดงสินค้า สิ่งของ หรือยานพาหนะใด ๆ ก็ตามเพื่อจำหน่าย ตลอดจนจะไม่ทำการ กีดขวางหรืออนุญาตให้มีการกีดขวางห้องโถงทางเข้า บันได ทางเข้าระเบียง ที่จอดรถ พื้นที่ส่วนกลางของอาคารโดย มิได้รับหนังสืออนุญาตจากผู้ให้เช่า
16. ผู้เช่าจะรักษา และปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งต่าง ๆ ซึ่งผู้ให้เช่าได้ประกาศให้ทราบทั่ว กัน ณ ที่ทำการของผู้ให้เช่า ซึ่งถือว่าผู้เช่าทราบดีแล้วทุกครั้งไป และให้ถือกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งต่าง ๆ ที่ ผู้ให้เช่าได้จัดทำขึ้นดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาด้วย
17. ผู้เช่าจะชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ทั้งหมดที่ได้ใช้ไป โดยผู้เช่าจะชำระทันทีเมื่อถึงกำหนดเวลาที่ระบุ ไว้ในสัญญา หรือเมื่อมีการทวงถาม ซึ่งในการชำระค่าบริการต่าง ๆ ดังกล่าว จะต้องรวมชำระมาพร้อมกับการชำระค่า เช่า จะขอชำระแต่เพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ได้ มิฉะนั้น ผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะบอกปิดไม่รับชำระ และถือว่าผู้ เช่าผิดนัดชำระหนี้ ตลอดจนกระทำการผิดเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาดังกล่าวข้างต้น
18. ผู้เช่าจะดำเนินการจดทะเบียน และขอรับใบอนุญาต สำหรับการประกอบกิจการค้าตามที่ระบุไว้ใน สัญญาเช่านี้ตามที่กฎหมายกำหนด ต่อหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องตามกฎหมาย ตลอดจนจะรับผิดชอบในเรื่องของ ภาษีและอากรอื่น ๆ ทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการค้าของผู้เช่า ที่ได้ก่อให้เกิดขึ้นในสถานที่เช่าตลอดอายุ สัญญาเช่า และจะรับผิดชอบชำระค่าอากรแสตมป์สำหรับติดสัญญาเช่าเองทั้งสิ้น
19. ผู้เช่าจะใช้และครอบครองสถานที่เช่าแต่เพียงผู้เดียวและเพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ในข้อ 2 เท่านั้น โดยจะไม่นำเอาสถานที่เช่าทั้งหมด หรือแต่บางส่วนไปให้ผู้อื่นเช่าช่วง หรือเข้ามาอยู่ หรือก่อให้เกิดภาวะผูกพันอย่างใด ๆ หรือ ให้บุคคลอื่นมีสิทธิเข้ามาใช้ประโยชน์ในสถานที่เช่าแทน หรือโอนสิทธิการเช่าให้ผู้อื่นไม่ว่าจะได้รับค่าตอบแทน หรือไม่ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่าก่อน ทั้งนี้ สิทธิการเช่าตามสัญญานี้เป็นสิทธิเฉพาะตัวของ ผู้เช่าไม่ตกทอดทางมรดก
20. ผู้เช่าจะชำระค่าภาษีโรงเรือน ค่าอากรแสตมป์ หรือภาษีอากรอื่นใด อันเกี่ยวกับการเช่าสถานที่เช่าตาม สัญญานี้และสัญญาที่เกี่ยวข้อง ตามที่ทางราชการเรียกเก็บตลอดอายุการเช่าและนอกจากที่ระบุไว้ในข้อ 4.2 แล้ว ผู้ เช่ามีหน้าที่นำเงินค่าภาษีอากรดังกล่าวไปชำระให้แก่ผู้ให้เช่าภายในกำหนด 7 (เจ็ด) วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากผู้ให้ เช่า แต่หากผู้ให้เช่าได้ชำระไปก่อนแล้ว ผู้เช่าจะต้องชำระคืนให้แก่ผู้ให้เช่าภายในกำหนดเวลาดังกล่าวเช่นกัน
21. ผู้เช่าจะรับผิดชอบในความเสียหาย หรือการสูญหายอย่างไร้ ๆ อันเกิดขึ้นแก่สถานที่เช่า เนื่องจากการ กระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อของผู้เช่า บริวาร หรือผู้เช่าช่วง ทั้งสิ้น โดยความรับผิดชอบดังกล่าว ให้รวมถึง ความเสียหายอย่างไร้ ๆ ที่เกิดขึ้นแก่สถานที่เช่าของผู้เช่ารายอื่น หรือต่อบุคคลที่อยู่ภายในสถานที่เช่าหรือต่อผู้ที่สัญจร อยู่ในอาคารด้วย
22. ผู้เช่าจะให้ความร่วมมือด้วยดีในการที่ผู้ให้เช่าได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ขึ้นภายในอาคาร รายการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ และสถานที่เช่าต่าง ๆ ภายในโครงการ เพื่อให้บุคคลโดยทั่วไปได้เข้ามาใช้ บริการภายในอาคาร ทั้งนี้ก็เพื่อประโยชน์ของผู้เช่า ผู้ให้เช่า และผู้เช่ารายอื่นทุกรายภายในอาคาร

ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะสั้น ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์

หน่วยงาน : ส่วนการตลาด 1

ชื่อผู้รับผิดชอบ : ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ และลูกจ้าง ส่วนการตลาด 1





ภาพที่ 16 ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะสั้น ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์

คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ระยะสั้น ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์

การให้รายละเอียดและการจองใช้พื้นที่

1. ฝ่ายการตลาด ดำเนินการประชาสัมพันธ์และให้รายละเอียดพื้นที่เช่า อัตราค่าเช่า เงินประกัน เงื่อนไขการเช่าพื้นที่กับลูกค้าที่สนใจซึ่งเดินทางมาติดต่อด้วยตนเอง ทางอีเมล หรือช่องทางอื่น ๆ และติดตามให้รายละเอียดอื่น ๆ เพิ่มเติม
2. ลูกค้าที่สนใจเช่าพื้นที่เข้าไปจองพื้นที่ในระบบ E-Reservation โดยแนบเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่ ฐพส. กำหนด
3. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของเอกสาร หากไม่ครบถ้วนแจ้งลูกค้าให้จัดส่งเพิ่มเติม

การเสนออนุมัติและการเช่าพื้นที่

1. เมื่อเอกสารถูกต้อง ครบถ้วน เสนออนุมัติตามอำนาจ
2. การพิจารณาอนุมัติ
 - (1) กรณีไม่อนุมัติให้แจ้งให้ลูกค้าทราบรายละเอียด
 - (2) กรณีอนุมัติ
 - (2.1) บันทึกข้อมูลในระบบ SD
 - (2.2) พิมพ์ใบแจ้งค่าใช้จ่ายเสนอให้ ผส. ลงนาม

การแจ้งค่าใช้จ่ายและการชำระเงิน

1. ส่งใบแจ้งค่าใช้จ่ายให้ลูกค้าทราบ
2. สำเนาเอกสารการอนุมัติ พร้อมแนบเอกสารหลักฐานของลูกค้า (ฉบับที่รับรองสำเนา)
3. ลูกค้าชำระเงิน
4. ฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้า

การส่งมอบ และการเข้าใช้พื้นที่

1. ลูกค้าเข้าใช้พื้นที่ โดยฝ่ายการตลาดและฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1 ดูแลและอำนวยความสะดวกตลอดการเช่า

การตรวจสอบรับคืนพื้นที่และคืนเงินประกัน

1. เมื่อลูกค้าใช้พื้นที่แล้วเสร็จ
2. เสนอให้คืนเงินประกันความเสียหายในระบบ E-Reservation โดยตรวจสอบเลขที่ใบเสร็จรับเงินในระบบ SAP ณ วันที่ทำเอกสารคืนเงินประกันความเสียหาย เพื่อบันทึกในแบบตรวจสอบความเสียหายและคืนเงินประกันความเสียหายหลังใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์ ในระบบ E-reservation
3. บันทึกการคืนเงินประกันในระบบ SD เพื่อทำการบันทึกเลขที่ 3000XXXX ให้ฝ่ายการเงิน
4. นำส่งเอกสารคืนเงินประกันให้ฝ่ายการเงิน
5. ฝ่ายการเงินดำเนินการโอนเงินประกันคืนลูกค้า



แนวปฏิบัติเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเอกสาร

1. ฝ่ายการตลาดส่ง E-mail แจ้งฝ่ายการเงิน ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง/แก้ไข ใบแจ้งค่าใช้จ่าย หลังจากฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินแล้ว
2. ฝ่ายการเงิน ส่ง E-mail แจ้งฝ่ายการตลาด ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง/แก้ไข/ยกเลิก ใบเสร็จรับเงิน

ข้อกำหนดในการใช้พื้นที่พาณิชย์ ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A) และ อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

1. ข้อกำหนดการใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์

1.1 ระยะเวลาการใช้พื้นที่

- 1) ผู้รับบริการต้องใช้พื้นที่เป็นรายสัปดาห์ เต็มตามจำนวนวันทำการ
- 2) กรณีพื้นที่ว่างระหว่างสัปดาห์ ผู้รับบริการสามารถใช้พื้นที่เป็นรายวัน

1.2 เวลาจำหน่ายสินค้า/บริการ วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 07.00 – 16.00 น.

1.3 ผู้รับบริการสามารถเข้าจัดวางสินค้าก่อนวันใช้บริการ 1 วัน หรือในช่วงเช้า (ก่อน 7.00 น.) ของวันจำหน่าย สินค้า/บริการ ซึ่งผู้รับบริการต้องจัดอุปกรณ์มาเอง และต้องต่อเชื่อมปลั๊กไฟกับปลั๊กที่ ธพส. เตรียมไว้ให้เอง

1.4 ห้ามสับเปลี่ยนพื้นที่จำหน่ายสินค้า/บริการ โดยไม่ได้รับอนุญาตจาก ธพส.

1.5 พื้นที่ประชาสัมพันธ์ที่มีขนาดตั้งแต่ 4 ตารางเมตรขึ้นไป

1.6 ตักตเครื่องดื่มทุกประเภท ห้ามขงเครื่องดื่มเพื่อจำหน่าย แต่สามารถโชว์สินค้าหรือแจกใบปลิวได้ภายใน พื้นที่ใช้บริการ

1.7 อนุญาตให้ใช้เสียงเพื่อประชาสัมพันธ์สำหรับพื้นที่บริการตั้งแต่ 8 ตารางเมตรขึ้นไป ในช่วงเวลาดังนี้

- 1) ช่วงเช้า ไม่เกินเวลา 08.45 น.
- 2) ช่วงเที่ยง ตั้งแต่เวลา 11.30 น. ถึง 13.00 น.
- 3) ช่วงเย็น ตั้งแต่เวลา 16.00 น. เป็นต้นไป

1.8 เมื่อสิ้นสุดวันสุดท้ายที่จำหน่ายสินค้า/บริการ ผู้รับบริการต้องเก็บสินค้าหรืออุปกรณ์กลับทั้งหมด ห้ามวาง ทิ้งไว้ ยกเว้นกรณีมีความประสงค์ขายสินค้า/บริการต่อเนื่องและได้จองพื้นที่ไว้แล้ว สามารถวางสินค้าไว้ได้ แต่ต้องคลุมผ้าให้เรียบร้อยมิดชิด หากเกิดความเสียหายหรือสูญหาย ธพส. จะไม่รับผิดชอบใด ๆ ทั้งสิ้น

1.9 การขอใช้พื้นที่สำหรับพื้นที่รายเดือน ต้องยื่นคำร้องล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันทำการพร้อมระบุรายละเอียด สินค้าและลักษณะการตกแต่งเพื่อพิจารณาอนุญาต รายวัน ยื่นล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 2 วันทำการ

2. ข้อกำหนดการใช้พื้นที่จำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม และพื้นที่ร้านค้า

2.1 พื้นที่จำหน่ายอาหาร

- 1) ผู้รับบริการต้องผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร โดยต้องแสดงหนังสือรับรองการอบรม
และบัตรประจำตัวผู้สัมผัสอาหาร ที่ออกให้โดยสำนักงานเขต สังกัดกรุงเทพมหานครหากตรวจสอบ
แล้วพบว่า ผู้รับบริการไม่ผ่านการอบรม และ/หรือไม่มีบัตรประจำตัวผู้สัมผัสอาหาร ผู้รับบริการต้องไป
ดำเนินการอบรมและขอมอบบัตรประจำตัวผู้สัมผัสอาหารภายในระยะเวลาที่ ธพส. กำหนด หากผู้รับ
บริการไม่ดำเนินการ ธพส. สามารถยกเลิกการให้บริการพื้นที่ได้ทันที

- 2) ผู้รับบริการจะต้องจัดหาเครื่องครัวและเครื่องมือเครื่องใช้ที่สะอาดมีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร ตลอดจนต้องใช้ความระมัดระวังมิให้เกิดอันตราย ความเสียหายแก่ร่างกายและทรัพย์สินของ ธพส. และ/หรือของบุคคลภายนอก หากเกิดอันตรายและความเสียหายดังกล่าวผู้รับบริการจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้ ธพส. และ/หรือบุคคลภายนอกจนครบถ้วน
- 3) ผู้รับบริการต้องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่สะอาด สวมเสื้อมีแขน คนปรุงอาหารต้องผูกผ้ากันเปื้อนที่สะอาด สวมหมวก(สีขาว) หรือใช้เน็ตคลุมผม และตัดเล็บให้สะอาด
- 4) ต้องติดป้ายราคาอาหารในจุดที่ผู้บริโภคมองเห็นได้ชัดเจน
- 5) ห้ามเปลี่ยนแปลงราคาขายอาหารเพิ่มขึ้นโดยไม่ได้รับอนุญาต ธพส.
- 6) ห้ามนำอาหาร หรือสิ่งของอย่างอื่นไปแชร์ร่วมกับน้ำแข็งสำหรับบริโภค
- 7) ต้องใช้เขียงที่สะอาด มีสภาพดี ทำด้วยไม้หรือพลาสติกอย่างดี ได้รับมาตรฐาน มอก. หรือเขียงไม้ที่ใช้สำหรับประกอบอาหาร ไม่แตกร้าว หรือเป็นร่อง แยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์สุก เนื้อสัตว์ดิบ และผักผลไม้
- 8) อาหารสดที่นำมาปรุง ต้องคุณภาพดี สะอาด ปลอดภัย เก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมเป็นสัดส่วนมีภาชนะปกปิด ไม้วางบนพื้นหรือบริเวณที่อาจทำให้อาหารปนเปื้อน
- 9) อาหารแห้งต้องไม่มีการปนเปื้อน บรรจุในภาชนะที่บรรจุปิดสนิท เครื่องปรุงรส ต้องสะอาดและได้มาตรฐาน
- 10) ที่เก็บภาชนะและอุปกรณ์ประกอบอาหารต้องสามารถป้องกันสัตว์และแมลง ฆ่าเชื้อภาชนะ หลังทำความสะอาด
- 11) ธพส. หรือตัวแทน มีสิทธิทำการตรวจสอบการประกอบบริการของผู้รับบริการได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้า หากพบว่าการปฏิบัติงานของผู้รับบริการมีข้อบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ หรือไม่ถูกต้อง อันอาจก่อให้เกิดอันตราย ความเสียหายหรือความไม่สะดวกในการใช้บริการ หรือไม่ถูกต้องตามหลักสุขอนามัย ธพส. หรือตัวแทน มีสิทธิบอกกล่าวตักเตือนให้ผู้รับบริการแก้ไขความบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ให้ถูกต้องในเวลาที่กำหนด หรือจะยกเลิกการให้บริการแก่ผู้รับบริการในทันทีก็ได้
- 12) ธพส. และหน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมีสิทธิตรวจสอบ คุณภาพมาตรฐานการประกอบอาหาร/ เครื่องดื่ม โดยต้องมีคุณภาพดีถูกสุขอนามัย และหากมีการตักเตือนให้มีการปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานดังกล่าวแล้ว ผู้รับบริการไม่ปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ธพส. มีสิทธิยกเลิกการให้บริการพื้นที่แก่ผู้รับบริการได้ในทันที ทั้งนี้ ผู้รับบริการจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และข้อกำหนดของกรุงเทพมหานคร และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 13) ผู้ประกอบการต้องให้ความร่วมมือในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ถูกสุขอนามัย ที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

2.2 พื้นที่ภายในศูนย์อาหาร

- 1) ผู้รับบริการสามารถจำหน่ายอาหาร (รวมร้านเครื่องดื่ม) ได้ในระหว่างเวลา 06.00 – 16.00 น.
- 2) ผู้รับบริการจะต้องร่วมกันดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางที่ใช้ร่วมกัน อาทิ ช้อน ส้อม ถาดภาชนะบรรจุอาหาร ฯลฯ ห้ามนำไปใช้ส่วนตัว หรือนำไปกักตุนโดยเด็ดขาด และต้องนำส่งคืนภาชนะที่เหลือใช้ในแต่ละวันให้แก่ผู้ดูแลซึ่งได้รับมอบหมายจาก ธพส. เพื่อดำเนินการทำความสะอาด และแจกจ่ายใหม่ในวันถัดไป
- 3) ผู้รับบริการต้องจำหน่ายอาหารในปริมาณและราคาที่เหมาะสม ไม่จำหน่ายเกินราคาที่แจ้งไว้กับ ธพส. ทั้งนี้ ต้องติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายอย่างชัดเจน หากมีการจำหน่ายอาหารที่ไม่ได้ระบุในป้ายราคาดังกล่าว จะต้องแจ้งราคาต่อผู้บริโภคก่อนการจำหน่ายทุกครั้ง
- 4) ข้อกำหนดอื่นๆ ปฏิบัติเหมือนพื้นที่จำหน่ายอาหาร

2.3 พื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่ม

- 1) ผู้รับบริการต้องจัดเตรียมเครื่องดื่มและ/หรือขนมหรืออาหารบางประเภทที่ได้รับการอนุญาตให้นำมาจำหน่าย ที่มีคุณภาพ สะอาด ถูกสุขลักษณะ ใช้วัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- 2) ผู้รับบริการต้องมีการเก็บรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ในอุณหภูมิที่เหมาะสม และป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก สัตว์ และแมลงทุกชนิด
- 3) เครื่องดื่มร้อน เช่น กาแฟและชา ต้องเตรียมด้วยน้ำที่สะอาดผ่านการกรองหรือระบบที่ได้มาตรฐาน และต้องทำความสะอาดเครื่องชงกาแฟหรืออุปกรณ์ที่ใช้เป็นประจำทุกวัน
- 4) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่ม เบเกอรี่ และขนมอบ ต้องสะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน และห้ามใช้ภาชนะซ้ำ โดยไม่ได้ทำความสะอาดอย่างเหมาะสม หรือใช้ภาชนะที่แตกร้าว
- 5) ห้ามวางเบเกอรี่ ขนมอบ หรือเครื่องดื่มในจุดที่อาจปนเปื้อน หรือสัมผัสฝุ่นละอองโดยตรง ต้องเก็บในตู้กระจก หรือภาชนะที่มีฝาปิดมิดชิด
- 6) ผู้รับบริการต้องแสดงป้ายชื่อรายการสินค้า พร้อมราคาที่ชัดเจน ติดไว้บริเวณหน้าร้านหรือจุดที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
- 7) ห้ามปรับเปลี่ยนราคาสินค้าโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก ธพส. และต้องจำหน่ายสินค้าราคาตามที่แจ้งไว้ล่วงหน้า
- 8) ต้องจัดเก็บและจัดการขยะอย่างถูกสุขลักษณะ แยกขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะรีไซเคิลพร้อมนำขยะไปทิ้งในจุดที่ ธพส. กำหนดอย่างสม่ำเสมอ
- 9) ธพส. หรือตัวแทน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีสิทธิเข้าตรวจสอบสุขลักษณะ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ และขั้นตอนการผลิตได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า
- 10) หากพบการฝ่าฝืน หรือมีการตักเตือนจาก ธพส. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้รับบริการไม่ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ธพส. มีสิทธิยกเลิกการให้บริการพื้นที่โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า

2.4 พื้นที่ร้านค้า

- 1) ผู้รับบริการต้องเปิดให้บริการตามวันและเวลาที่ ธพส. กำหนด เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก ธพส. เป็นกรณีพิเศษ
- 2) การปรับปรุง ตกแต่ง หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบภายในร้านค้า ผู้รับบริการต้องแจ้งความประสงค์พร้อมจัดส่งแบบ รายการ รายละเอียดของการปรับปรุงและตกแต่ง ขออนุญาตจาก ธพส. เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว สามารถดำเนินการได้ โดยต้องใช้ความระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของอาคารหรือโครงสร้างสาธารณูปโภค ทั้งนี้ให้เป็นไปตามที่ ธพส. ประกาศกำหนด
- 3) ห้ามเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์การใช้พื้นที่ โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจาก ธพส.
- 4) ต้องรักษาความสะอาดภายในร้านและพื้นที่โดยรอบ และแยกขยะตามที่ ธพส. กำหนด
- 5) ต้องติดป้ายแสดงชื่อร้านค้าและป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน โดยไม่กีดขวางทางสัญจรหรือบดบังสัญญาณเตือนภัย
- 6) ห้ามนำลำโพง หรือใช้เสียงเพื่อการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก ธพส. เป็นลายลักษณ์อักษร
- 7) ห้ามติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการใช้พลังงานเกินกว่าขนาดที่ได้รับอนุญาตจาก ธพส.
- 8) ต้องชำระค่าเช่า ค่าบริการ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าพลังงานความเย็น และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา
- 9) ธพส. สงวนสิทธิในการตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะ หรือสั่งให้แก้ไขปรับปรุงร้านค้าตามความเหมาะสม เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย
- 10) ห้ามประกอบกิจการใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษ อันตราย หรือความไม่สะดวกแก่ผู้อื่นและร้านค้ารอบข้าง เช่น การใช้เครื่องจักรเสียงดัง การใช้สารเคมีอันตราย หรือกิจกรรมใดที่ไม่ปลอดภัยหรือเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น
- 11) ต้องติดป้ายชื่อร้านค้า และราคาสินค้า/บริการ อย่างชัดเจนในบริเวณที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาหรือเงื่อนไขบริการ ต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้า
- 12) ต้องดูแลพื้นที่ภายในร้านค้าและพื้นที่โดยรอบให้สะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ และห้ามวางสินค้าสิ่งของหรือป้ายโฆษณา นอกพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตหรือพื้นที่ที่ ธพส. ผ่อนปรนให้โดยเด็ดขาด
- 13) ห้ามเก็บ วาง หรือแสดงสินค้าในลักษณะที่กีดขวางหรืออาจกีดขวาง ทางเดิน ทางหนีไฟ หรือรบกวนการใช้พื้นที่สาธารณะ
- 14) ต้องให้ความร่วมมือกับ ธพส. หรือตัวแทน ในการตรวจสอบพื้นที่ร้านค้า และต้องยินยอมให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเข้าตรวจสอบสินค้า บริการ หรือใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องได้ทุกเมื่อ โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า
- 15) ต้องจัดเก็บขยะและเศษวัสดุในภาชนะที่ปิดมิดชิด และนำไปทิ้งในจุดที่ ธพส. กำหนด อย่างเป็นระเบียบ รวมถึงต้องไม่ทิ้งน้ำเสียหรือสิ่งปฏิกูลลงท่อระบายน้ำโดยตรง

- 16) ต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่อาจกระทบต่อภาพลักษณ์และความเรียบร้อยของพื้นที่ เช่น การเปิดเพลงเสียงดัง การพูดจาไม่สุภาพ หรือการเชิญชวนผู้บริโภคอย่างไม่เหมาะสม
- 17) ต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการ และต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของทางราชการอย่างเคร่งครัด
- 18) หากตรวจพบการกระทำผิด หรือฝ่าฝืนข้อกำหนด ธพส. มีสิทธิออกหนังสือตักเตือนสั่งปรับปรุง หรือยกเลิกสิทธิ์ในการใช้พื้นที่ได้ทันทีโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า
- 19) การขอใช้พื้นที่สำหรับรายเดือน หรือรายปี ต้องยื่นคำร้องล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันทำการพร้อมระบุรายละเอียดสินค้าและลักษณะการตกแต่งเพื่อพิจารณาอนุญาต รายวัน ยื่นล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 2 วันทำการ
- 20) ธพส. จะพิจารณาจัดสรรพื้นที่ตามความเหมาะสมของสินค้า บริการ และกิจกรรมให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์อาคาร และความต้องการของผู้ใช้บริการในพื้นที่
- 21) การตกแต่งร้านค้าต้องเป็นไปในลักษณะที่เรียบร้อย ไม่รบกวนร้านค้าข้างเคียง ไม่รบกวนทางเดิน หรือทางหนีไฟ
- 22) เมื่อสิ้นสุดวันสุดท้ายที่จำหน่ายสินค้า/บริการ ผู้รับบริการต้องเก็บสินค้าหรืออุปกรณ์กลับทั้งหมด ห้ามวางทิ้งไว้ ยกเว้นกรณีมีความประสงค์ขายสินค้า/บริการต่อเนื่อง และได้จองพื้นที่และชำระค่าบริการไว้แล้ว สามารถวางสินค้าไว้ได้แต่ต้องคลุมผ้าให้เรียบร้อยมิดชิด หากเกิดความเสียหายหรือสูญหาย ธพส. จะไม่รับผิดชอบใด ๆ ทั้งสิ้น
- 23) ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารและหรือเครื่องดื่ม ให้นำข้อกำหนดในหมวด 2 ข้อ 2 ของคู่มือนี้มาบังคับใช้โดยอนุโลม

ข้อกำหนดในการเข้าใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A) และ อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

1. การเตรียมผังแสดงงาน

- 1.1 ผู้รับบริการต้องนำส่งรายละเอียดดังต่อไปนี้ให้กับ ธพส. เพื่อยืนยันก่อนการจัดแสดงงานอย่างน้อย 15 วัน ก่อนวันติดตั้ง
 - 1) วัตถุประสงค์และรายละเอียดการจัดงาน
 - 2) ชื่อบริษัทและจำนวนคนที่ผู้รับบริการว่าจ้างให้มาดำเนินการ
 - 3) แผนผังการจัดงาน ฉาก เวที การจัดวางที่นั่ง คูหามาตรฐาน คูหาพิเศษพร้อมส่วนตกแต่งและจุดติดตั้งอุปกรณ์แสงและเสียง ฯลฯ
 - 4) รายชื่อศิลปินนักแสดงที่สำคัญ รวมทั้งจำนวนผู้เข้าร่วมแสดงและรายชื่อบุคคลสำคัญ (VIP) ที่จะมาร่วมงาน
- 1.2 การจัดวางผัง ผู้รับบริการจะต้องเว้นระยะให้มีทางเดินหลักอย่างน้อย 1.50 เมตร ภายในพื้นที่งาน โดยไม่กีดขวางเส้นทางหนีไฟ และอุปกรณ์ดับเพลิงพื้นฐานของอาคาร ทั้งนี้ รวมถึงจุดติดตั้งถังดับเพลิงภายในพื้นที่จัดแสดงงานด้วย
- 1.3 ห้ามออกแบบคูหามาตรฐานและคูหาพิเศษ กีดขวางทางเข้า/ออก ทางหนีไฟ ตู้ดับเพลิง ตู้เอทีเอ็ม โทรศัพท์สาธารณะ ห้องสุขา ที่ ธพส. กำหนดไว้ ทั้งภายในและภายนอกอาคารโดยต้องเว้นระยะห่างอย่างน้อย 3.00 เมตร และไม่ก่อสร้างผนังที่ปิดบังทัศนียภาพ
- 1.4 การก่อสร้างเวทีหรือสิ่งก่อสร้างใด ๆ ที่มีความสูงเกิน 5.00 เมตร วิศวกรผู้ออกแบบโครงสร้างและควบคุมงานของผู้รับบริการ จะต้องลงนามในสำเนาใบประกอบวิชาชีพที่รับรองสำเนาถูกต้องแล้วแสดงความยินยอมรับผิดชอบหากมีความเสียหายเกิดขึ้น กรณีที่ไม่มีวิศวกรออกแบบ และควบคุมงาน ผู้รับบริการจะต้องออกหนังสือแสดงความรับผิดชอบในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งหมด ส่งให้ ธพส. ก่อนดำเนินการอย่างน้อย 7 วันทำการ
- 1.5 งานระบบไฟฟ้า ผู้รับบริการจะต้องจัดทำแบบแปลนและรายการคำนวณทางวิศวกรรมไฟฟ้าพร้อมทั้งต้องได้รับการรับรองจากวิศวกรไฟฟ้าหรือช่างไฟฟ้าที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กรณีที่ไม่มีวิศวกรหรือช่างไฟฟ้ารับรอง ผู้รับบริการจะต้องออกหนังสือแสดงความรับผิดชอบในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งหมด ส่งให้ ธพส. ก่อนดำเนินการอย่างน้อย 7 วันทำการ

2. การขออนุญาตจากหน่วยงานราชการเพื่อจัดกิจกรรมพิเศษ

- 2.1 การนำไฟโรเทคนิค (Pyrotechnic) ต่าง ๆ ประกอบการแสดงผู้รับบริการจะต้องนำเอกสารการอนุญาตให้ใช้จัดแสดงงาน ซึ่งลงนามโดยผู้มีอำนาจจากเขตปกครอง นายอำเภอหรือผู้ว่าราชการจังหวัด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาแสดงต่อ ธพส. รวมทั้งต้องออกหนังสือแสดงความรับผิดชอบในความเสี่ยงที่

อาจจะเกิดขึ้น โดยผู้รับบริการจะต้องจัดให้มีพนักงานดับเพลิงและถังดับเพลิงที่มีคุณลักษณะครอบคลุมชนิดและประเภทของไฟที่เพียงพอในวันงาน

- 2.2 การนำอากาศยานไร้คนขับ (โดรน) ขึ้น/ลง ภายในสถานที่ รวมถึงไฟส่องฟ้า ผู้รับบริการจะต้องขออนุญาตกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้รับบริการต้องส่งสำเนาใบอนุญาตให้กับ ธพส. ก่อนการจัดงานอย่างน้อย 15 วัน
- 2.3 การใช้อุปกรณ์เครื่องมือตัดสัญญาณใด ๆ ทุกชนิดภายในสถานที่การจัดงาน ผู้รับบริการจะต้องแสดงใบอนุญาต ขอบเขตการอนุญาต รวมถึงเงื่อนไขอื่นที่จำเป็นสำหรับการขอรับใบอนุญาตให้นำเข้าเครื่องวิทยุคมนาคมที่ถูกต้องก่อนทุกครั้ง
 - 2.3.1 ผู้รับบริการมีหน้าที่จะต้องควบคุมระยะเวลาการตัดสัญญาณที่แจ้งไว้ให้อยู่เฉพาะบริเวณสถานที่จัดงานตามที่ระบุไว้ในสัญญาเท่านั้น
 - 2.3.2 หากการตัดสัญญาณอาจทำให้เกิดผลกระทบกับพื้นที่ข้างเคียงไม่ว่าทางตรง หรือทางอ้อม ธพส. มีสิทธิระงับการตัดสัญญาณได้โดยไม่ต้องแจ้งผู้รับบริการทราบล่วงหน้า โดยผู้รับบริการจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบผลกระทบ รวมถึงค่าความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแต่เพียงผู้เดียว

3. งานป้ายประชาสัมพันธ์และส่วนตกแต่ง

- 3.1 ผู้รับบริการที่ประสงค์ขอใช้พื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ หรือประสงค์ก่อสร้างส่วนตกแต่งใดๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร จะต้องยื่นคำขอเป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมแสดงแผนผัง รวมถึงรูปแบบ และเนื้อหาเพื่อขออนุมัติจาก ธพส. ล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนการจัดแสดงงาน
- 3.2 ข้อปฏิบัติในการติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ และส่วนตกแต่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคารจะต้องมีชื่องาน หรือเนื้อหาข้อความเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพรวมของการจัดงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จากพื้นที่ทั้งหมดของป้ายและส่วนตกแต่งนั้น ๆ ตามที่ ธพส. กำหนดให้
- 3.3 ผู้รับบริการสามารถติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ตามข้อตกลงไว้กับ ธพส. ได้ล่วงหน้า 7 วัน ก่อนวันเริ่มงาน และรื้อถอนให้แล้วเสร็จภายในวันและเวลาสิ้นสุดการรับบริการ
- 3.4 ผู้รับบริการต้องจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ด้วยวัสดุที่ทนทาน และติดตั้งด้วยโครงสร้างที่ใช้วัสดุที่มั่นคงแข็งแรง พร้อมทั้งปรับแต่งผิววัสดุและทำสีให้เรียบร้อย ไม่อนุญาตให้มีการเจาะ หรือยึดใด ๆ กับโครงสร้างของอาคาร และพื้นที่ของการจัดแสดงงานโดยเด็ดขาด
- 3.5 ผู้รับบริการต้องติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์และส่วนตกแต่งในตำแหน่งที่ ธพส. อนุมัติเท่านั้น กรณีที่มีการติดตั้งนอกเหนือจุดติดตั้งซึ่งไม่ตรงกับตำแหน่งที่อนุมัติ ธพส. สามารถระงับการก่อสร้าง โดยผู้รับบริการจะต้องทำการรื้อถอนป้ายประชาสัมพันธ์หรือส่วนตกแต่งดังกล่าวออกทันที หากไม่มีการดำเนินการใด ๆ ธพส. จะเป็นผู้ทำการรื้อถอน โดยจะคิดค่าดำเนินการจุดละ 1,000.00 บาท (หนึ่งพันบาทถ้วน)

- 3.6 ผู้รับบริการที่มีการยึดโยงสิ่งของของชุมนุมประตูทางเข้าอาคารกับพื้น จะต้องมีการติดริ้วธงให้มองเห็นชัดเจน เพื่อความปลอดภัย กรณีผู้สัญจรไปมาได้รับอุบัติเหตุจากการไม่ทำสัญลักษณ์ ริ้วธง หรือการยึดโยงของสิ่งของ ผู้รับบริการต้องเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว
- 3.7 ผู้รับบริการที่ดำเนินการก่อสร้างซุ้มหรือส่วนตกแต่งหน้าประตูบริเวณทางเข้าภายในอาคาร และพื้นที่การจัดแสดงงานทั้งหมดที่ได้รับอนุญาตในการก่อสร้างเรียบร้อยแล้ว จะต้องเว้นระยะให้เหลือพื้นที่ทางเดินเข้า/ออก อย่างน้อยร้อยละ 70 ของพื้นที่ทางเดินทั้งหมด ทั้งนี้ตำแหน่งของการติดตั้งต้องไม่กีดขวางทางสัญจรของบริเวณพื้นที่ส่วนกลางและไม่บดบังป้ายส่วนกลางของ ธพส.
- 3.8 ข้อปฏิบัติในการติดป้ายโฆษณาสำหรับผู้สนับสนุนการจัดแสดงงาน สามารถดำเนินการติดตั้งได้เฉพาะบริเวณพื้นที่การจัดแสดงงานเท่านั้น หากผู้รับบริการมีความประสงค์ที่จะติดตั้งนอกเหนือจากบริเวณพื้นที่การจัดแสดงงาน จะต้องชำระค่าใช้จ่ายตามอัตราค่าเช่าพื้นที่ที่ ธพส. กำหนด

4. การเตรียมงานสาธารณูปโภค

- 4.1 ผู้รับบริการจะต้องแจ้งรายละเอียดการใช้ไฟฟ้าให้ ธพส. ทราบล่วงหน้าก่อนเข้าทำงานในสถานที่ ไม่น้อยกว่า 15 วัน
- 4.2 กรณีที่ผู้รับบริการนำเครื่องปั้นไฟเข้ามาใช้ในการจัดงาน ผู้รับบริการต้องแจ้งให้ ธพส. ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน และสงวนสิทธิ์ในการใช้เครื่องปั้นไฟเฉพาะเวทีกิจกรรม พิธีเปิดหรือเวทีแสดงคอนเสิร์ตเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในกรณีอื่น ๆ ทั้งสิ้น และต้องติดตั้งตามจุดที่ ธพส. กำหนดเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับบริการจะต้องจัดให้มีอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยดังนี้
 - 1) ผ้าใบรองน้ำมันที่มีขนาดใหญ่กว่าเครื่องปั้นไฟร้อยละ 10
 - 2) ขอนไม้รอง ให้มีความหนา 15-20 เซนติเมตร
 - 3) กั้นบริเวณจุดติดตั้ง พร้อมติดป้ายเตือนเพื่อความปลอดภัย
 - 4) ถังดับเพลิงต้องเป็นชนิดผงเคมีแห้ง ขนาด 15 ปอนด์ กำหนดให้ 2 ถังต่อ 1 เครื่อง
 - 5) ติดตั้งสายดินพร้อมรางครอบสายไฟ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุต่อผู้ที่สัญจรในบริเวณดังกล่าว

5. ข้อมูลสำคัญที่ผู้รับบริการควรทราบก่อนการจัดแสดงงาน

- 5.1 การรับน้ำหนักและความสูงของวัสดุอุปกรณ์ที่ติดตั้งในอาคาร
 - 1) พื้นอาคารสามารถรับน้ำหนักได้ ตารางเมตรละ 400 กิโลกรัม และความสูงของการก่อสร้างไม่เกิน 7 เมตร กรณีที่วัสดุอุปกรณ์มีน้ำหนักเกินกว่า 400 กิโลกรัม วิศวกรโครงสร้างจะต้องออกแบบการกระจายน้ำหนักให้ได้ 400 กิโลกรัม ต่อตารางเมตร และลงนามรับรองการออกแบบและการคำนวณในสำเนาใบประกอบวิชาชีพของตนจำนวน 1 ชุด และนำส่งให้ ธพส. รับทราบ
 - 2) พื้นโถงทางเดินของอาคารสามารถรับน้ำหนักได้ ตารางเมตรละ 400 กิโลกรัม
- 5.2 ผู้รับบริการจะต้องวางเงินประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ตามระเบียบที่ ธพส. กำหนด

- 5.3 เว้นแต่ข้อห้ามข้อใดในคู่มือนี้จะระบุไว้เป็นอย่างอื่น หากผู้รับบริการฝ่าฝืนข้อห้ามในการปฏิบัติงาน ข้อหนึ่งข้อใดในเอกสารฉบับนี้ หรือทำให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินของ ธพส. ผู้รับบริการจะถูกปรับ ในอัตราขั้นต่ำ 10,000.00 บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) รวมทั้งต้องชดใช้มูลค่าของทรัพย์สินที่เสียหาย โดย ธพส. มีสิทธิ์หักเงินค่าปรับและค่าเสียหายจากเงินประกันความเสียหายในข้อ 5.2 ทันที หากความเสียหาย ที่เกิดขึ้นมีมูลค่ามากกว่าเงินประกันความเสียหายผู้รับบริการจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายตามจริง เต็มจำนวน
- 5.4 ผู้รับบริการที่ได้รับอนุญาตจาก ธพส. ให้เข้าปฏิบัติงานในอาคารจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ ธพส. กำหนด ไว้อย่างเคร่งครัด โดยผู้รับบริการต้องส่งตัวแทนระดับผู้ควบคุมงาน หรือผู้ปฏิบัติงาน ทุกคนเข้ารับการอบรมกฎระเบียบความปลอดภัยในการทำงานก่อนเริ่มดำเนินงานจัดกิจกรรม และขณะดำเนินงานหาก ธพส. ตรวจพบสภาพความไม่ปลอดภัย ธพส. สามารถแจ้งให้ผู้รับบริการปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความปลอดภัยได้โดยทันที รวมถึงผู้รับบริการต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการจัดแสดงงานที่เกิดขึ้น
- 5.5 การขนถ่ายอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ผู้รับบริการต้องใช้ช่องทางที่กำหนดเท่านั้นไม่อนุญาตให้ ขนถ่ายโดยใช้ประตูหนีไฟ
- 5.6 ไม่อนุญาตให้ใช้ลิฟต์โดยสารในการขนถ่ายอุปกรณ์ใด ๆ
- 5.7 ในการเตรียมงานและการรื้อถอน หากผู้รับบริการต้องการใช้บริการรักษาความสะอาดของอาคาร ผู้รับ บริการจะต้องชำระค่าบริการเพิ่มเติมตามอัตราที่ ธพส. กำหนด
- 5.8 ธพส. ได้กำหนดให้พื้นที่นอกเหนือพื้นที่ให้บริการมีจุดประสงค์หลักให้ผู้รับบริการสามารถใช้เป็นทาง สัญจร แต่ไม่อนุญาตให้ใช้พื้นที่ดังกล่าวในการจัดเวทีกิจกรรม กิจกรรมต่าง ๆ หรือการจัดแสดงและการ จำหน่ายสินค้าเพื่อการพาณิชย์
- 5.9 การเปิดเพลง หรือใช้เสียงเพลงในงานดนตรีกรรมหรือทำให้เกิดเสียง เพลง สิ่งบันทึกเพลงโสตทัศนวัสดุ ซึ่งมีเจ้าของลิขสิทธิ์ภายในสถานที่ ผู้รับบริการจะต้องเป็นผู้ขออนุญาตการใช้ลิขสิทธิ์ รวมถึงชำระค่า ลิขสิทธิ์และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เอง โดยผู้รับบริการต้องได้รับการยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หากเกิดข้อ ร้องเรียนหรือข้อพิพาทต่าง ๆ ผู้รับบริการจะต้องรับผิดชอบ
- 5.10 ผู้รับบริการต้องแน่ใจและรับรองว่าร้านค้าหรือร้านอาหารที่ได้เช่า หรือเช่าช่วงจากผู้รับบริการจะปฏิบัติ ตามคู่มือฉบับนี้ รวมทั้งทำการจำหน่ายสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม โดยไม่เป็นการละเมิดบุคคลอื่น
- 5.11 การถ่ายทอดสดงาน หรือบันทึกเทปโทรทัศน์ งานที่มีการนำรถบันทึกเทป เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต ออนไลน์เข้ามาในสถานที่หรือบริเวณใกล้เคียง ผู้รับบริการจะต้องแจ้ง ธพส. ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วันทำการ เพื่อกำหนดจุดจอดรถและขั้นตอนการเดินทางและอุปกรณ์ต่อเชื่อมต่าง ๆ โดยผู้รับบริการ จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด
- 5.12 ธพส. ไม่อนุญาตให้ผู้รับบริการหรือร้านค้าที่มาขายสินค้าในงานนำมาแสดง และ/หรือ ขายสินค้าที่ ต้องห้ามตามกฎหมาย หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน หากมีการฝ่าฝืน ธพส. จะแจ้งให้นำ สินค้าดังกล่าวออกจากงาน โดยผู้รับบริการจะต้องปฏิบัติตามหรือจัดการให้ร้านค้าปฏิบัติตามโดยไม่มี เงื่อนไข และผู้รับบริการไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จาก ธพส.

- 5.13 ห้ามจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภทในสถานที่ หากฝ่าฝืนผู้รับบริการจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย
- 5.14 ผู้รับบริการไม่มีสิทธิ์แจกจ่ายเผยแพร่เอกสาร และ/หรือแสดงตราสัญลักษณ์ทางการค้าอื่นที่ไม่ใช่ของผู้รับบริการภายในบริเวณงาน
- 5.15 ในระหว่างการจัดแสดงงาน ผู้รับบริการมีสิทธิ์กระจายเสียงในพื้นที่งาน ตามที่กฎหมายกำหนดมีความดังได้ไม่เกิน 85 เดซิเบล (เอ) หากผู้รับบริการกระจายเสียงที่มีความดังเกินกว่าที่กำหนดและ ๗๗.๕. ขอความร่วมมือจากผู้รับบริการให้ดำเนินการลดเสียงนั้นลงทันที หากผู้รับบริการฝ่าฝืน ๗๗.๕. มีความจำเป็นต้องงดการจ่ายกระแสไฟฟ้า จนกว่าจะได้รับความร่วมมือจากผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองทั้งสิ้น
- 5.16 ๗๗.๕. มีสิทธิ์เข้าชี้แจงด้านความปลอดภัยให้กับผู้รับบริการ และทีมปฏิบัติงานรวมถึงผู้เกี่ยวข้อง
- 5.17 ผู้รับบริการจะต้องส่งตารางเวลาปฏิบัติงาน ตัวอย่างบัตรอนุญาตเข้าพื้นที่ทุกประเภท พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ของหัวหน้างานให้ตรวจสอบก่อนเข้าปฏิบัติงานล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน
- 5.18 ห้ามนำสัตว์ทุกประเภท เข้ามาในบริเวณพื้นที่ให้บริการหรืออาคาร เว้นแต่ได้รับอนุญาตโดยจะต้องมีใบรับรองการตรวจโรคจากสัตวแพทย์หรือกรมปศุสัตว์ เพื่อยืนยันความปลอดภัยจากโรคติดต่อของสัตว์ รวมทั้งใบอนุญาตในการเคลื่อนย้ายสัตว์ โดยผู้รับบริการต้องจัดเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดเพื่อจัดเก็บมูลสัตว์

6. ข้อปฏิบัติภายในอาคาร

- 6.1 ห้ามผู้รับบริการใช้ทางเข้า/ออก นอกเหนือจากที่ ๗๗.๕. กำหนดไว้
- 6.2 ห้ามผู้รับบริการทิ้งเศษวัสดุต่างๆ หรือนำมากองทิ้งไว้หลังการขนย้ายภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ หากฝ่าฝืนผู้รับบริการจะต้องชำระค่าปรับในอัตราขั้นต่ำ 10,000.00 บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน)
- 6.3 ห้ามขนย้ายทรัพย์สินที่เป็นของ ๗๗.๕. หรือของบุคคลอื่นออกจากสถานที่ และอาคารโดยเด็ดขาด หากตรวจพบจะถูกดำเนินการทางกฎหมายทันที
- 6.4 ห้ามใช้กาว เทปกาวสองหน้า หรือวัสดุใด ๆ ในทำนองเดียวกัน ทาหรือติดบนพื้น ผนัง และโครงสร้างส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารโดยเด็ดขาด เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ๗๗.๕.
- 6.5 ห้ามตอกตะปูหรือวัสดุแหลมคม ยึดติดกับผิวพื้น ผนัง หรือโครงสร้างส่วนหนึ่งส่วนใดของ อาคาร โดยเด็ดขาด
- 6.6 ห้ามตอกยึดสมอบก บริเวณถนน ทางเดินเท้า เกาะกลางถนนและสวน เว้นแต่บริเวณที่ ๗๗.๕. กำหนด
- 6.7 ห้ามวางวัสดุอุปกรณ์อื่นใด ขวางตู้ใส่อุปกรณ์ดับเพลิง เส้นทางหนีไฟ หรือเส้นทางฉุกเฉินรอบอาคาร
- 6.8 ห้ามเดินสายไฟพาดผ่านช่องประตูเข้า/ออก และประตูหนีไฟ เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ หากมีความจำเป็นต้องเดินสายไฟในลักษณะดังกล่าวจะต้องมีอุปกรณ์ครอบสายให้เห็นชัดเจนและมีความเรียบร้อยสวยงาม
- 6.9 ห้ามใช้ประตูทางออกฉุกเฉิน และประตูหนีไฟ เป็นทางเข้า/ออกปกติ หรือใช้ทำกิจกรรมใด ๆ หากฝ่าฝืนจะถูกปรับในอัตราครั้งละ 2,000.00 บาท (สองพันบาทถ้วน)

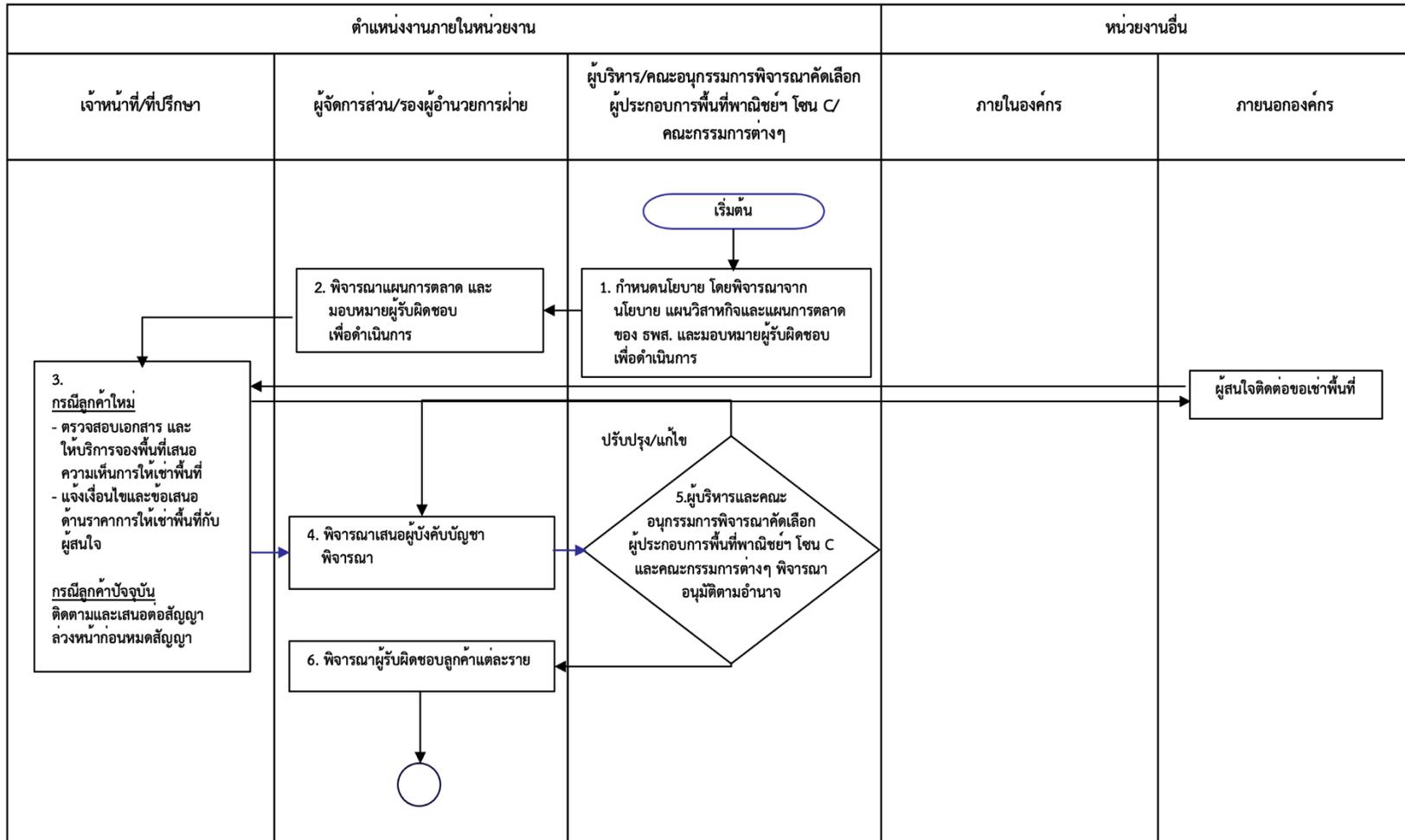
- 6.10 ห้ามถอดหรือเคลื่อนย้ายโคมไฟและหลอดไฟแสงสว่าง หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ที่ติดตั้งภายในอาคาร โดยเด็ดขาด เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจาก ธพส. เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น
- 6.11 ห้ามติดตั้งธง หรือส่วนตกแต่งเพิ่มเติม โดยวิธีปักลงบริเวณพื้นดิน ถนน บ่อน้ำ ในบริเวณอาคารสถานที่ หรือบริเวณศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ โดยเด็ดขาด
- 6.12 ห้ามนำไพโรเทคนิค (Pyrotechnic) ต่าง ๆ เข้ามาในบริเวณอาคารโดยไม่ได้แจ้ง ธพส. ทราบล่วงหน้า
- 6.13 ห้ามสูบบุหรี่ ห้ามรับประทานอาหาร และห้ามนอนพัก หรือนอนค้างคืนบริเวณอาคาร ยกเว้นในพื้นที่ที่จัดเตรียมให้เท่านั้น
- 6.14 ห้ามนำสิ่งเสพติดที่ผิดกฎหมายทุกประเภทเข้ามาในอาคาร สถานที่ หรือบริเวณศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ โดยเด็ดขาด
- 6.15 ห้ามดิ่ง ชิ่ง ยึด โยงลวดสลิง เพื่อการค้ำยันในสถานที่ หรือโครงสร้างอาคาร โดยเด็ดขาด เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก ธพส.
- 6.16 ห้ามพ่นหรือทาสีที่มีส่วนผสมของทินเนอร์ หรือสารไวไฟใด ๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคารโดยเด็ดขาด
- 6.17 ห้ามเก็บเศษวัสดุที่เหลือจากการก่อสร้าง หรือวัสดุที่ไวไฟ เช่น ทินเนอร์ และน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในบริเวณอาคารโดยเด็ดขาด
- 6.18 ห้ามใช้กระแสไฟฟ้าในจุดอื่นที่ไม่ได้กำหนดหรืออนุญาต หากตรวจพบผู้รับบริการต้องเสียค่าปรับจุดละ 5,000.00 บาท (ห้าพันบาทถ้วน)
- 6.19 ห้ามใช้กระแสไฟฟ้าพื้นฐานที่ติดกับตัวอาคาร เช่น ปลั๊กผนัง และปลั๊กตามเสา ในการก่อสร้างโดยเด็ดขาด ทั้งนี้ ผู้รับบริการจะต้องติดตั้งสะพานไฟ (เบรกเกอร์) เพื่อจ่ายกระแสไฟเฉพาะสำหรับการก่อสร้าง
- 6.20 ห้ามผู้รับบริการเปิดห้องหรือประตูใด ๆ ของอาคารโดยพลการ
- 6.21 ห้ามพกพาอาวุธ ของมีคม สารกัมมันตรังสี หรือวัตถุอันตรายอื่น ๆ เข้ามาในอาคาร สถานที่ หรือบริเวณศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ โดยเด็ดขาด
- 6.22 ห้ามก่อเหตุทะเลาะวิวาท ทำร้ายร่างกาย หรือกระทำการใด ๆ ที่ผิดกฎหมายในอาคาร สถานที่ หรือบริเวณศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ โดยเด็ดขาด
- 6.23 ห้ามนำก๊าซหุงต้ม หรือก๊าซติดไฟทุกชนิดเข้ามาในอาคาร หรือสถานที่โดยเด็ดขาด
- 6.24 ห้ามใช้รถเข็น ล้อเลื่อน หรืออุปกรณ์จักรกลใด ๆ ลากผ่านบริเวณพื้นที่ที่ปูผิวด้วย หินแกรนิตหินอ่อน กระเบื้องเคลือบ หรือวัสดุอื่น ๆ ประเภทเดียวกันนี้ โดยไม่ได้ปูรองด้วยยางหรือวัสดุที่สามารถป้องกันรอยขีดข่วนก่อนอย่างเด็ดขาด
- 6.25 ห้ามปัสสาวะหรือทิ้งของเสียใดๆ ลงบนพื้น ผนัง ทางเดินขึ้น/ลง ของอาคาร หรือบริเวณใด ๆ ที่ไม่ใช่ห้องสุขา
- 6.26 ห้ามล้างภาชนะทุกชนิด ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องมือช่างภายในห้องสุขาของอาคารโดยเด็ดขาด หากฝ่าฝืน ผู้รับบริการจะต้องชำระค่าปรับขั้นต่ำครั้งละ 1,500.00 บาท (หนึ่งพันห้าร้อยบาทถ้วน)
- 6.27 ห้ามเชื่อมโลหะ หรือเจียรโลหะที่ทำให้เกิดประกายไฟภายในอาคารโดยเด็ดขาด

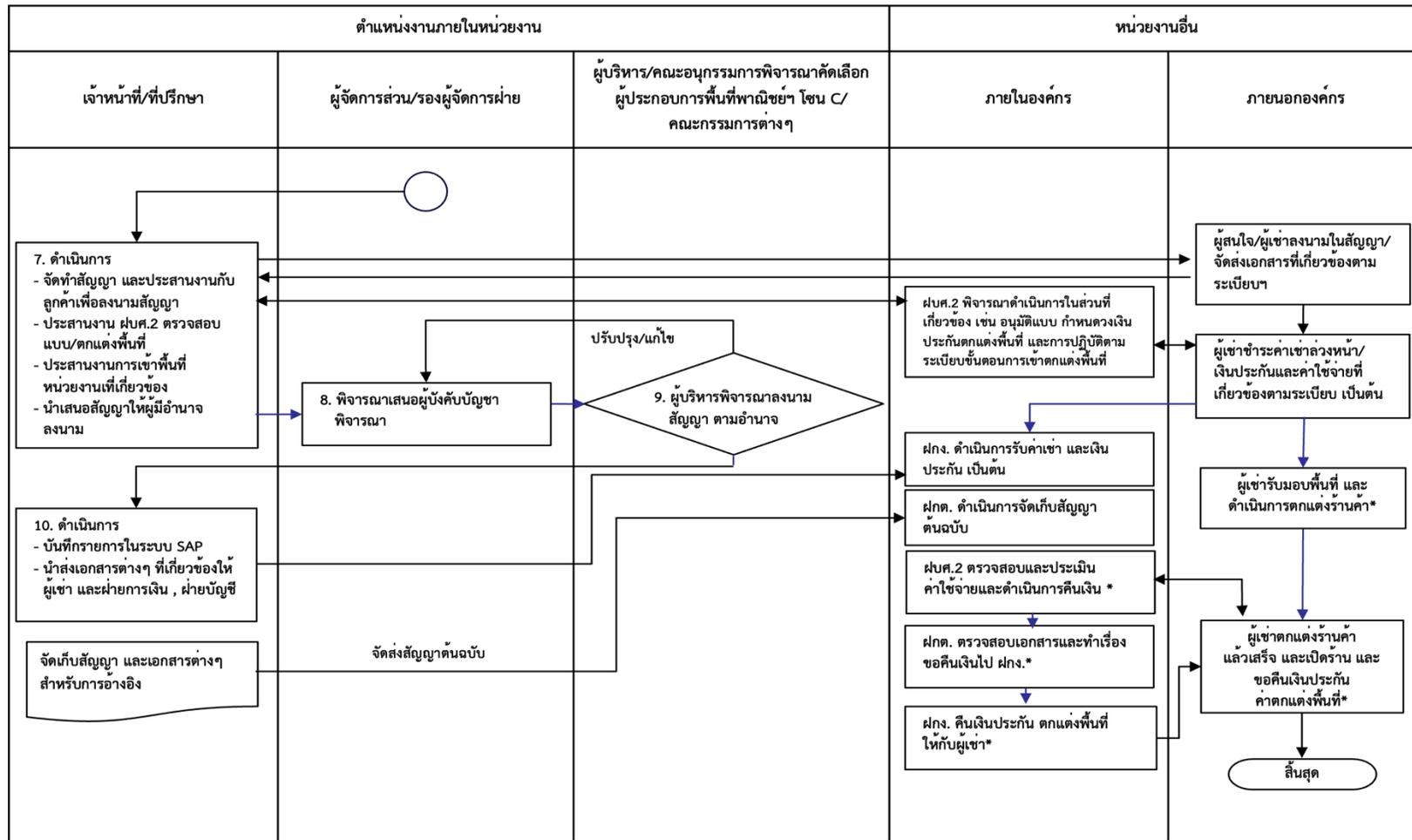
ที่มา : คู่มือการเข้าใช้บริการพื้นที่ลานอเนกประสงค์ อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A) และอาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ หมวด 2

ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์อาคาร C

หน่วยงาน : ส่วนการตลาด 2

ผู้รับผิดชอบ : ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ และลูกจ้าง ส่วนการตลาด 2





หมายเหตุ - * เฉพาะกรณีลูกค้าใหม่

ภาพที่ 17 ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์อาคาร C

คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์อาคาร C

1. การกำหนดนโยบายและแนวทางการให้เช่า

- 1.1 ผู้บริหารหรือคณะอนุกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการพื้นที่พาณิชย์โครงการพัฒนาพื้นที่ส่วนขยาย ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ โซน C กำหนดนโยบายและเกณฑ์การให้เช่า
- 1.2 นำนโยบายไปพิจารณาให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจและแผนการตลาดของบริษัท ธพส.
- 1.3 มอบหมายผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงานเพื่อดำเนินการตามนโยบาย

2. การพิจารณาแผนการตลาดและมอบหมายผู้รับผิดชอบ

- 2.1 ผู้จัดการส่วนการตลาด 2 หรือรองผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด พิจารณาแผนการตลาดของพื้นที่อาคาร C
- 2.2 มอบหมายเจ้าหน้าที่หรือที่ปรึกษาให้รับผิดชอบดำเนินการตามแผนงาน

3. การขอเช่าพื้นที่

3.1 กรณีลูกค้าใหม่

- (1) ตรวจสอบเอกสารและข้อมูลของผู้สนใจเช่าพื้นที่
- (2) ให้บริการจองพื้นที่และเสนอความเห็นในการพิจารณาให้เช่า
- (3) แจ้งเงื่อนไขและข้อเสนอด้านราคาการให้เช่าพื้นที่

3.2 กรณีลูกค้าปัจจุบัน

- (1) ติดตามสถานะสัญญา
- (2) เสนอต่อสัญญาล่วงหน้าก่อนครบกำหนด

- 3.3 เสนอผลการพิจารณาผู้บริหารหรือคณะอนุกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการพื้นที่พาณิชย์โครงการพัฒนาพื้นที่ส่วนขยาย ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ โซน C เพื่อพิจารณาและอนุมัติตามอำนาจ ในลำดับถัดไป

4. การเสนออนุมัติและการทำสัญญา

- 4.1 เจ้าหน้าที่หรือที่ปรึกษาจัดทำร่างสัญญาเช่า และประสานงานกับผู้เช่าพื้นที่เพื่อลงนาม
- 4.2 เสนอร่างสัญญาให้ผู้บริหารพิจารณาลงนามสัญญา ตามอำนาจ
- 4.3 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เช่าเช่าพื้นที่
- 4.4 ผู้เช่าชำระค่าเช่าล่วงหน้า เงินประกัน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ให้ฝ่ายการเงิน
- 4.5 ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 2 (ผบศ.2) พิจารณากำหนดวงเงินประกันตกแต่งพื้นที่ และควบคุมการปฏิบัติตามระเบียบขั้นตอนการเช่าพื้นที่

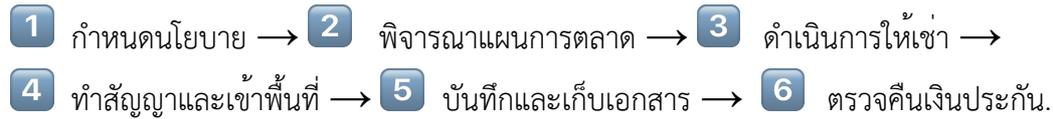
5. การบันทึกข้อมูลลงระบบ การรับชำระเงิน และจัดเก็บเอกสาร

- 5.1 เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบบันทึกข้อมูลในระบบ SAP
- 5.2 จัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องให้ฝ่ายการเงิน
- 5.3 ฝ่ายการเงินดำเนินการรับค่าเช่า และเงินประกันตามระเบียบ
- 5.4 ฝ่ายการตลาดจัดเก็บสัญญาต้นฉบับไว้เป็นหลักฐานอ้างอิง

6. การขอคืนเงินประกันตกแต่งพื้นที่

- 6.1 เมื่อผู้เช่าตกแต่งร้านค้าเสร็จและเปิดให้บริการแล้ว ฝ่ายการตลาด (ฝกต.) ประสานกับฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 2 (ฝบศ.2) เพื่อตรวจสอบสภาพพื้นที่และประเมินค่าใช้จ่าย
- 6.2 ฝ่ายการตลาด (ฝกต.) ตรวจสอบเอกสารและจัดทำเรื่องเสนอขอคืนเงินประกันให้ฝ่ายการเงิน
- 6.3 ฝ่ายการเงินดำเนินการคืนเงินประกันตกแต่งพื้นที่ให้ผู้เช่าตามระเบียบ

ภาพรวมการทำงาน





5. คู่มือการจำแนกลูกค้า

การจำแนกลูกค้า (Segmentation) คือ กระบวนการในการ แบ่ง หรือ แยก ลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ โดยทำการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ทำให้สามารถสื่อสาร และทำกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มลูกค้าย่อย ๆ เหล่านั้น ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น โดยมีหลักเกณฑ์การจำแนกลูกค้าบริษัท คือ การจำแนกลูกค้าตามหลักภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) การจำแนกลูกค้าตามหลักประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) การจำแนกลูกค้าตามหลักพฤติกรรม (Behavioristics Segmentation) และการแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) ซึ่ง ธพส. จะนำผลการจำแนกลูกค้าสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 วัตถุประสงค์การจำแนกลูกค้า

- 1) เพื่อมุ่งเน้นการบริหารจัดการลูกค้าและตลาดรวมถึงกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) เพื่อวิเคราะห์และจำแนกลูกค้าและตลาด แนวโน้ม ความต้องการ เพื่อให้สามารถกำหนดแนวปฏิบัติหรือจัดทำแผนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและตลาด
- 3) เพื่อเตรียมความพร้อมและตอบสนองด้านนโยบายด้านการลงทุนและการพัฒนาธุรกิจใหม่ของ ธพส. ในอนาคต

5.2 ขอบเขตการจำแนกลูกค้า

คู่มือการจำแนกลูกค้า เป็นการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมาย ซึ่ง ธพส. ได้กำหนดกลุ่มลูกค้าครอบคลุมทั่วทุกตลาด โดยฝ่ายการตลาด เป็นผู้รับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ข้อมูลสถิติ ข้อมูลสถานะทางการตลาด ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวัง จากผลสำรวจ หรือ Focus Group เป็นต้น เพื่อมาวิเคราะห์ สรุปผลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมาย รวมถึงสื่อสาร/ถ่ายทอดข้อมูลดังกล่าวให้บุคลากรของ ธพส. เพื่อทราบและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในแนวทางเดียวกัน ตลอดจนการดำเนินงานติดตามผลการนำข้อมูลการจำแนกลูกค้าไปใช้งานในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลการติดตามผลมาพัฒนา ปรับปรุง ทบทวน และวิเคราะห์การจำแนกลูกค้าต่อไป

ทั้งนี้ ธพส. กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) ที่ใช้เป็นกรอบของการดำเนินงานหลักๆ ดังนี้



ภาพที่ 18 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) ของ ธพส. ปี 2569

5.3 คำจำกัดความ

- ข้อมูลสถานะทางการตลาด หมายถึง สิ่งแวดล้อมภายนอกและสิ่งแวดล้อมภายในที่มีผลต่อการตลาด ซึ่งสิ่งแวดล้อมภายนอกธุรกิจเป็นสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้ และสิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจเป็นสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมได้
- สถิติข้อมูลลูกค้า หมายถึง จำนวนของลูกค้า (ผู้เช่าภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ใช้บริการ) ในช่วงเวลาหนึ่ง จะแยกตามโครงการ
- งบกำไรขาดทุน หมายถึง งบการเงินที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของ ธพส. ว่ามีรายได้ (Revenues) และค่าใช้จ่าย (Expenses) เป็นเท่าไร ณ รอบบัญชีประจำปีงบประมาณ
- โครงการของ ธพส. ในอนาคต หมายถึง โครงการก่อสร้าง และโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงการซ่อมแซม ปรับปรุง ต่อเติม ให้เกิดเป็นโครงสร้างและอาคารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สนับสนุนยุทธศาสตร์การลงทุน
- ระดับของรัฐวิสาหกิจ หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่แบ่งตามรายสาขา และจากระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ
- ผลการดำเนินการ หมายถึง ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับลูกค้าและส่วนตลาด ประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า ข้อร้องเรียนที่ ธพส. ได้รับจำแนกตามกลุ่มลูกค้า ความภักดีของลูกค้า
- 7) พฤติกรรมของลูกค้า หมายถึง สถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มลูกค้า
- 8) ทฤษฎี STP หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ย่อมาจาก Segmentation Targeting และ Positioning ซึ่งทั้ง 3 ส่วน หมายถึง การแบ่งส่วนการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
- 9) การจำแนกลูกค้า หมายถึง กระบวนการในการ แบ่ง หรือ แยก ลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ โดยทำการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ทำให้สามารถสื่อสาร และทำกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มลูกค้าย่อย ๆ เหล่านั้น ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น ซึ่งมีหลักเกณฑ์การจำแนกลูกค้า คือ การจำแนกลูกค้าตามหลักภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) เป็นการแบ่งตลาดตามพื้นที่โครงการ ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิต พฤติกรรมการเดินทาง, การจำแนกลูกค้าตามหลักประชากรศาสตร์(Demographic Segmentation) เป็นการแบ่งตลาดตามปัจจัยทางประชากรหรือผู้บริโภครวมที่เกี่ยวข้องกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งตัวแปรด้านประชากรจะมีความสัมพันธ์กับอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์, การจำแนกลูกค้าตามหลักพฤติกรรม (Behavioristics Segmentation) เป็นการแบ่งตลาดตามพฤติกรรม โดยใช้หลักเกณฑ์ การใช้ผลิตภัณฑ์ การตอบสนองต่อคุณสมบัติ หรือโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ และการแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)
- 10) ลูกค้าปัจจุบัน หมายถึง ลูกค้าเช่าภาครัฐ ผู้เช่าภาคเอกชน และผู้ใช้บริการ ของ ธพส. ในโครงการต่าง ๆ ปัจจุบัน
- 11) ลูกค้าในอดีต หมายถึง ลูกค้าผู้ที่เคยเช่าหรือใช้บริการของ ธพส. แต่ปัจจุบันไม่ได้เช่าหรือ ใช้บริการ นานเกินกว่า 1 ปี
- 12) ลูกค้าคู่แข่ง หมายถึง ลูกค้าผู้เช่า/ใช้พื้นที่ หรือใช้บริการของคู่แข่ง โดยผลิตภัณฑ์หรือบริการจะมีลักษณะที่เหมือนหรือต่างกันได้ แต่จะมีลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคู่แข่งอาจมีการปรับเปลี่ยนมาเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ ธพส.
- 13) ลูกค้าคู่เทียบ หมายถึง ลูกค้าเช่า/ใช้พื้นที่ หรือใช้บริการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันระดับเดียวกัน/สามารถเทียบเคียงกับ ธพส.
- 14) ลูกค้าในอนาคต หมายถึง ลูกค้าผู้ที่มีศักยภาพและมีความต้องการที่จะเช่า/ใช้พื้นที่ หรือ ใช้บริการของ ธพส. ทั้งในส่วนของผู้ไม่เคยเช่า/ใช้พื้นที่ หรือใช้

บริการของ ธพส. ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และในส่วนที่เป็นบริการของ ธพส. ที่จะมีเพิ่มเติมในอนาคต

- 15) การจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า หมายถึง เป็นการกำหนดคุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) ในรายละเอียดตามกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด เพื่อใช้ในการสื่อสาร ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด ไปสู่การกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติการด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล
- 16) ตลาดเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพและมีความต้องการในการใช้บริการผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ ของ ธพส. โดยมีความครอบคลุม และปริมาณมากพอที่จะสนับสนุนในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายของหน่วยงานที่กำหนดไว้

5.4 หน้าที่ความรับผิดชอบ

กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง

- 1) ฝ่ายการตลาด รับผิดชอบสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาด การจัดหาผู้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ใช้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งจัดสรรการให้เช่าพื้นที่ โอน ส่งมอบอาคารหรือพื้นที่ของโครงการศูนย์ราชการ และโครงการอื่น ๆ ให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งมีหน้าที่บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขาย การบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ การติดตามการชำระหนี้
- 2) ฝ่ายบริหารอสังหาริมทรัพย์ มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรมและบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุม ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนาจงานด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม ก่อสร้าง การปรับปรุงอาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง
- 3) ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1 มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรมของอาคาร Zone A และ B รวมถึงงานบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุมงาน ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนาจงานด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม การก่อสร้าง การปรับปรุงอาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับอาคาร Zone A และ B รวมถึงการบริหารจัดการอาคาร ดูแลบำรุงรักษาและให้บริการ การใช้อาคารสถานที่ในความรับผิดชอบ ของ ธพส.
- 4) ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 2 มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรมของอาคาร Zone C รวมถึงงานบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุมงาน ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนาจงานด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม การก่อสร้าง การปรับปรุงอาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับอาคาร Zone C รวมถึงการ

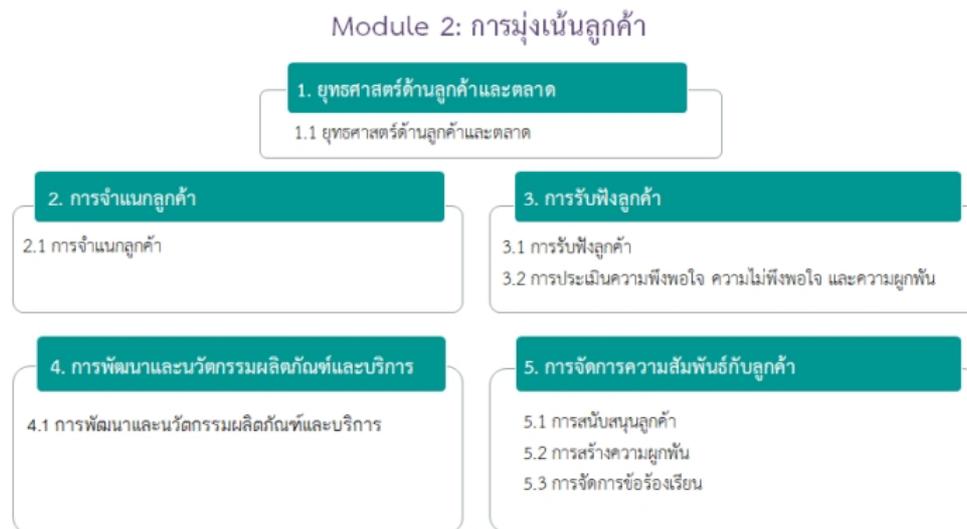
- บริหารจัดการอาคาร ดูแลบำรุงรักษาและให้บริการ การใช้อาคาร สถานที่ในความรับผิดชอบ ของ ธพส.
- 5) ฝ่ายบัญชี กำกับดูแล และควบคุมการจัดทำบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชี และภาษีต่าง ๆ การปิดบัญชีและจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตาม มาตรฐาน และกำกับดูแล และตรวจสอบการใช้งบประมาณของ หน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นตามกำหนด
- 6) ส่วนประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ สร้างอัตลักษณ์ขององค์กร บริหาร สื่อมวลชน และการสื่อสารองค์กร ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ บริหารจัดการ Call Center และ Information Counter รวมทั้ง พิจารณา ตรวจสอบ ติดตามการดำเนินการรับและรวบรวมเรื่อง ร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแจ้งไปยัง หน่วยงานที่รับผิดชอบปรับปรุงหรือแก้ไขให้ทันเวลา เป็นไปตาม มาตรฐานการบริการ

กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยอ้อม

- 7) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาผู้นำและบุคลากร การ จัดการความรู้ และการบริหารนวัตกรรมองค์กร
- 8) ฝ่ายดิจิทัล กำกับดูแลการพัฒนาและรวบรวมข้อมูลความต้องการในการพัฒนา ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและฐานข้อมูลจากฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง บำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารจัดการโครงสร้าง พื้นฐาน เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ความปลอดภัยด้านไซเบอร์ซีเคียวริตี้ กฎหมาย และมาตรฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง
- 9) ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ วางแผนพัฒนาด้านธุรกิจ ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน และบริหารจัดการทรัพย์สินของ ธพส. และทรัพย์สินอื่นของรัฐตาม นโยบายที่ได้รับมอบหมาย
- 10) ฝ่ายการเงิน ดูแลแผนการเงินการลงทุน และบริหารเงินของ ธพส. ควบคุมดูแล การจัดเก็บรายได้ การบริหารหนี้ การเร่งรัดจัดเก็บหนี้ส่วนราชการ การรับ-จ่ายเงินทุกประเภท
- 11) ฝ่ายกฎหมาย ควบคุมดูแลการจัดทำนิติกรรมสัญญาและกำกับงานคดีของบริษัท
- 12) ฝ่ายจัดซื้อ กำกับดูแลการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุของ ธพส.
- 13) ฝ่ายธรรมาภิบาล กำกับดูแลและบริหารจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความยั่งยืน

5.5 แนวทางปฏิบัติในการจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า อ้างอิงหลักการแนวคิดที่เป็นสากลของ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) และระบบประเมินผลคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal: SEPA) และเกณฑ์การประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากรางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา หรือ The Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA) ที่เป็นต้นแบบรางวัลคุณภาพแห่งชาติที่ประเทศต่าง ๆ หลายประเทศทั่วโลกนำไปประยุกต์ใช้ โดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้ามีเป้าหมายให้รัฐวิสาหกิจมีการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างเป็นระบบ กล่าวคือให้รัฐวิสาหกิจรับทราบ เรียนรู้ คาดการณ์ถึงความต้องการ ความคาดหวัง ข้อกังวล และทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า และใช้สารสนเทศเหล่านี้เพื่อกำหนดทิศทาง แนวทาง หรือ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถติดตามและ รายงานผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการประเด็นที่มีสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาพลักษณ์ ตลอดจนความโปร่งใสในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ เพื่อบรรลุผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี และพัฒนาสู่ความยั่งยืนของรัฐวิสาหกิจ



ภาพที่ 19 หลักเกณฑ์การประเมินการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

ธพส. ได้นำแนวคิด วิธีการ และตัวแปรที่สำคัญต่อการจำแนกลูกค้า มาใช้เป็นกรอบแนวปฏิบัติในการจำแนกกลุ่มลูกค้า โดยมีขั้นตอนตั้งแต่ การทบทวนกระบวนการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต การดำเนินการรวบรวม พิจารณาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด สถิติ และพฤติกรรมลูกค้า สรุปผลการจำแนกลูกค้า ส่วนตลาด และกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการจัดทำ Stakeholder Profile และนำไปสู่การปฏิบัติ การติดตามประเมินผล และการประเมินผลความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ที่มีต่อ ธพส. เพื่อนำผลการประเมิน มาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงกระบวนการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า และตลาดในปีถัดไป เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการพัฒนา ธพส. เพื่อยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ขั้นตอนการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดถูกกำหนดอย่างเป็นระบบเพื่อให้การบริหารจัดการด้านการจำแนกลูกค้าและตลาดสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและได้รับการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ทบทวนกระบวนการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาดในปัจจุบันและอนาคต

ฝ่ายการตลาด ดำเนินการทบทวนและปรับปรุง แนวทางการการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาดในปัจจุบันและอนาคต ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่นำข้อมูลการจำแนกลูกค้าไปดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

2. ดำเนินการรวบรวม พิจารณาและวิเคราะห์ข้อมูลสถานะทางการตลาด ข้อมูลทางสถิติ และข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า

รวมทั้งงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ข้อมูลโครงการของ ธพส. ในอนาคต ผลการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า ข้อร้องเรียน ความภักดีของลูกค้า และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล การจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

3. สร้างการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า ส่วนตลาดและกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลลูกค้า (Customer Segment Profile) และแนวทางในการวัดประสิทธิผล

ฝ่ายการตลาดกำหนดส่วนตลาด โดยใช้เกณฑ์การแบ่งตามภารกิจและการให้บริการของ ธพส. ที่มีอยู่ในปัจจุบันของ ธพส. เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งส่วนตลาด ซึ่งในการดำเนินการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนการตลาดเป้าหมาย ได้นำทฤษฎี STP (Segmentation Targeting & Positioning) มาเป็นเกณฑ์ในการดำเนินการ และกำหนดข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) และแนวทางในการวัดประสิทธิผล รวมทั้งนิยามกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าในอดีต ลูกค้าคู่แข่ง ลูกค้าคู่เทียบและลูกค้าในอนาคต

4. แจกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณานำไปประยุกต์ใช้กับงานในความรับผิดชอบและนำผลการจำแนกลูกค้าบันทึกในระบบบริหารจัดการความรู้ (Knowledge Management)

สำหรับกระบวนการสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดข้อมูลการจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมายให้กับบุคลากรของ ธพส. นั้น ฝ่ายการตลาด จะทำเอกสารเพื่อถ่ายทอดและสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมายให้หน่วยงานภายใน เพื่อส่งต่อข้อมูลดังกล่าวให้กับบุคลากรของ ธพส. ทราบและนำข้อมูลฯ ดังกล่าวร่วมเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่าง ๆ ต่อไป อีกทั้งยังได้ทำเอกสารและประสานกับฝ่ายสื่อสาร รวมถึงได้ประสานกับหน่วยงานที่ดูแลระบบบริหารจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวกับบุคลากรของ ธพส. อีกด้วย

5. ดำเนินการติดตามการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมาย

ฝ่ายการตลาด จะติดตามผลการดำเนินงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่นำข้อมูลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมายไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน และรายงานผลการดำเนินงานรายปีที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมาย เพื่อจะได้นำข้อมูลการรายงานผลติดตามการดำเนินงานฯ มาปรับปรุงการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดในทุก ๆ ปีต่อไป

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์/บริการ ตลอดจนทิศทางการดำเนินงาน และภารกิจภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของ ธพส. สามารถกำหนดส่วนตลาด ของ ธพส. ปี 2566 ด้วยเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ ดังนี้

1. ใช้เกณฑ์จำแนกตามส่วนตลาดธุรกิจ (ภารกิจและการให้บริการของ ธพส. ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของ ธพส.) ได้เป็น 4 ส่วน คือ

- 1) ส่วนตลาดด้านการเช่าที่ดินและก่อสร้าง (พื้นที่/อาคารสำนักงาน) แบ่งส่วนตลาดเป็น 3 ส่วน
 - 1.1 โครงการใช้เงินงบประมาณ ชำระค่าเช่า
 - 1.2 โครงการใช้เงินนอกงบประมาณ ชำระค่าเช่า
 - 1.3 โครงการภาครัฐ ธพส. บริหารตลาด
- 2) ส่วนตลาดบริหารทรัพย์สิน แบ่งส่วนตลาดเป็น 2 ส่วน
 - 2.1 โครงการบริหารทรัพย์สินตามนโยบายภาครัฐ
 - 2.2 โครงการบริหารทรัพย์สินภาครัฐอื่น ๆ
- 3) ส่วนตลาดบริหารงานก่อสร้าง แบ่งส่วนตลาดเป็น 1 ส่วน
 - 3.1 โครงการที่อยู่อาศัยตามนโยบายภาครัฐ (จัดหาผู้รับจ้างในการก่อสร้างและควบคุมงาน

การก่อสร้างโครงการ

- 4) ส่วนตลาดร่วมทุนกับเอกชน (PPP) แบ่งส่วนตลาดเป็น 1 ส่วน
 - 4.1 โครงการร่วมลงทุนกับเอกชน

2. ใช้เกณฑ์จำแนกตามประเภทพื้นที่/อาคาร ได้ 4 ส่วน คือ

- 1) พื้นที่/อาคารสำนักงาน
- 2) พื้นที่/อาคาร Mix Use แบ่งส่วนตลาดได้ 9 ส่วน คือ
 - 2.1 ร้านค้าใหญ่ (เช่ารายปี) แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ ธนาคาร ร้านค้าและประกันภัย ร้านอาหารและเครื่องดื่ม โคมเครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อ
 - 2.2 ศูนย์อาหาร
 - 2.3 ร้านค้าย่อย แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ มิลเลียนมอลล์ และร้อยร้าน
 - 2.4 พื้นที่ประชาสัมพันธ์ (เช่ารายวัน)
 - 2.5 ลานอเนกประสงค์
 - 2.6 สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
 - 2.7 ATM และตู้อัตโนมัติ
 - 2.8 KIOSK
 - 2.9 กิจกรรมพื้นที่นอกอาคาร
- 3) พื้นที่/อาคารพาณิชย์
- 4) พื้นที่/อาคารอยู่อาศัย

3. ส่วนตลาดตามแผนงาน/โครงการในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งมี 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

3.1 โครงการบริหารพื้นที่และจัดเก็บรายได้โครงการในศูนย์ราชการ (Zone A B C)

(ปัจจุบัน)

3.1.1 พื้นที่สำนักงาน 3.1.2 พื้นที่พาณิชย์

3.2 โครงการบริหารพื้นที่และจัดเก็บรายได้โครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ แบ่งเป็น

3.2.1 โครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการที่อยู่ระหว่างบริหารจัดการพื้นที่และจัดเก็บรายได้

(ปัจจุบัน)

โครงการบริหารทรัพย์สินตามนโยบายภาครัฐ

1) โครงการการบริหารจัดการพื้นที่ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ
จังหวัดเชียงใหม่ (ปัจจุบัน)

2) โครงการบริหารจัดการสนามกอล์ฟบางพระ (ปัจจุบัน)

โครงการตามภารกิจ

1) โครงการอาคารสำนักงานชอยพหลโยธิน 11 (ปัจจุบัน)

2) โครงการอาคารอเนกประสงค์ กรมสรรพสามิต (ปัจจุบัน)

3) โครงการสวัสดิการที่พักอาศัยฯ 3 แปลง (ปัจจุบัน)

3.2.2 โครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการที่อยู่ระหว่างศึกษาความเป็นไปได้หรืออยู่ระหว่าง
ขออนุมัติหรืออยู่ระหว่างทบทวนทิศทางนโยบายของหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐที่
เป็นลูกค้า (อนาคต)

1) อาคารพักอาศัยบุคลากรทางการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
(เขตสุขภาพที่ 11 จำนวน 4 โรงพยาบาล)

2) อาคารสำนักงานและที่พักอาศัยของกรมสรรพากร

3) อาคารสำนักงานที่ทำการโรงพิมพ์สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลฯ

4) ปรับปรุงอาคารและพัฒนาพื้นที่เพิ่มเติม สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
สนามบินน้ำ

5) โครงการก่อสร้างอาคารศูนย์บริหารและควบคุมการเดินรถไฟฟ้า ของการรถไฟฟ้า
ขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย

6) อาคารสำนักงานและที่พักอาศัยของสรรพสามิตภาคที่10

7) อาคารที่ทำการและสนามกีฬาของกรมพลศึกษา จ. สมุทรปราการ

8) อาคารที่พักอาศัยบุคลากรทางการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

9) อาคารสำนักงานและที่พักอาศัยของสำนักงานอัยการสูงสุด

10) พัฒนาพื้นที่บริเวณท่าเทียบเรือศุลกากรเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ของกรมศุลกากร

11) โครงการที่พักอาศัยผู้สูงอายุมารมา-ธนารักษ์ จ.สมุทรปราการ

4. ใช้เกณฑ์จำแนกตามสถานะของลูกค้ำ ได้ 4 ส่วน

- 1) ลูกค้ำเป้าหมาย
- 2) ลูกค้ำปัจจุบัน
- 3) ลูกค้ำอดีต
- 4) ลูกค้ำอนาคต

5. ใช้เกณฑ์จำแนกตามประเภทลูกค้ำ ได้ 3 ส่วน

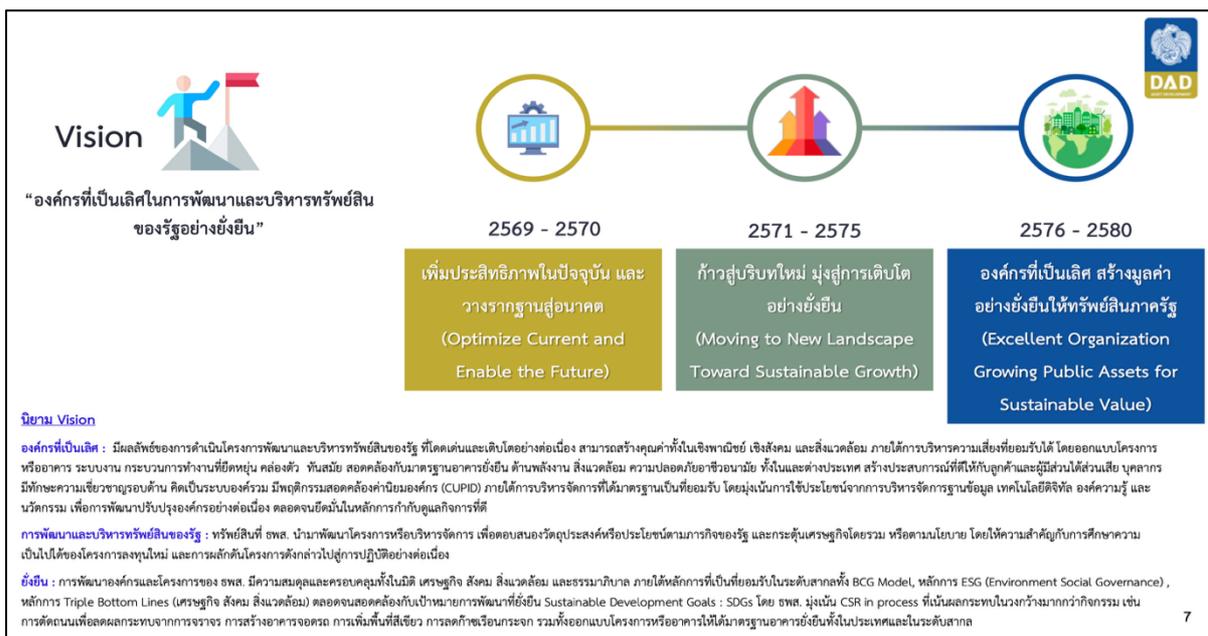
- 1) ผู้เช่าหน่วยงานภาครัฐ
- 2) ผู้เช่าภาคเอกชน
- 3) ผู้ใช้บริการ

หมายเหตุ:

- ผู้เช่าภาครัฐ : หน่วยงานของรัฐที่เป็น (1) ส่วนราชการ (2) รัฐวิสาหกิจ (3) องค์กรมหาชน (4) องค์กรอิสระ (5) หน่วยของรัฐที่เป็นรูปแบบใหม่ ที่เข้าพื้นที่โครงการที่บริหารงานโดย ธพส.
- ผู้เช่าภาคเอกชน : บุคคล หรือนิติบุคคลที่เข้าพื้นที่โครงการที่บริหารงานโดย ธพส.
- ผู้ใช้บริการ : ประชาชนที่มาใช้บริการโครงการที่บริหารงานโดย ธพส.

6. การจำแนกลูกค้ำและส่วนตลาด ให้สอดคล้องกับ Business Model Canvas 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ตามแผนวิสาหกิจของ ธพส.

จากการบูรณาการร่วมกับแผนวิสาหกิจ ปี 2566-2570 (ฉบับทบทวน 2568) ผนวกได้ทบทวนการจำแนกกลุ่มลูกค้ำและส่วนตลาดเป็นระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว สอดคล้องกับกรอบทิศทางยุทธศาสตร์องค์กร โดยเฉพาะในส่วนของ Business Model Canvas 3 ระยะ ดังนี้



วิสัยทัศน์ขององค์กร : องค์กรที่เป็นเลิศในการพัฒนาและบริหารทรัพย์สินของรัฐบาลอย่างยั่งยืน

การแบ่งกลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องกับ Business Model Canvas ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

1. ระยะสั้น (ปี 2569-2575) : เพิ่มประสิทธิภาพในปัจจุบัน และวางรากฐานสู่นาคต
2. ระยะกลาง (ปี 2571-2575) : ก้าวสู่บริบทใหม่ มุ่งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน
3. ระยะยาว (ปี 2576-2580) : องค์กรที่เป็นเลิศ สร้างมูลค่าอย่างยั่งยืนให้ทรัพย์สินภาครัฐ

Business Model Canvas ระยะสั้น 2569 – 2570 เพิ่มประสิทธิภาพในปัจจุบัน และวางรากฐานสู่นาคต				
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแล และภาครัฐ 2) หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจที่เป็นพันธมิตรที่ต้องการพัฒนาทรัพย์สินของรัฐ 3) ผู้ร่วมลงทุน หรือร่วมดำเนินงานจากภาคเอกชน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสิ่งท่างานทรัพย์ 4) ผู้ให้บริการเทคโนโลยี 5) พันธมิตรทางธุรกิจ (โครงการศูนย์ราชการและไม่ใช่ศูนย์ราชการ) 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> 1) พัฒนาศูนย์ข้อมูลของรัฐ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม <ul style="list-style-type: none"> 1.1 การก่อสร้างและบริหารโครงการ 1.2 การรับจ้างบริหารทรัพย์สิน 1.3 ที่ปรึกษาบริหารจัดการโครงการ 2) การบริหารตลาดและลูกค้า 3) Zone A&B Renovate/Overhaul. Initiate 4) Zone C (Smart City/Smart Building) 5) พลัสลอคซ์อัจฉริยะทางกลุ่มและระเบียบเพื่อดำเนินธุรกิจใหม่ 6) จัดทำ EA แล้วเสร็จอย่างสมบูรณ์ และ Digitize Process (C1) 7) Data Analytic 	Value Propositions <p>เพิ่มประสิทธิภาพในปัจจุบัน และวางรากฐานสู่นาคต</p> <p>Optimize Current and Enable the Future</p>	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> 1) กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชนและรักษาฐานลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์ราชการ และโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 2) การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Office Buildings) 3) ชุมชนสังคม : มุ่งเน้น CSR in process ที่เป็นผลกระทบในวงกว้าง เช่นพื้นที่สีเขียวและปลูกต้นไม้เพิ่ม 4) พัฒนาศูนย์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและความสัมพันธ์ 5) Customer Data Platform 6) การให้บริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุก Touch Point 	Customer Segments <p>แบ่งตามโครงการ (สถานที่ตั้ง)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (Zone A B และ C) 2) ลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ (โครงการที่รับรายได้และอยู่ระหว่างดำเนินการ) <p>ส่วนตลาด ธุรกิจ 4 ประเภท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เช่าที่ดินและก่อสร้าง (R) 2) บริหารทรัพย์สิน (M) 3) บริหารงานก่อสร้าง (CM) 4) ภาครัฐและเอกชนที่ต้องการร่วมมือทางธุรกิจ (PPP)
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> 1) โครงการศูนย์ราชการ Zone A B และ C 2) โครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 3) การบริหารจัดการระบบงานวิศวกรรมและอาคาร 4) งบประมาณ (งบฯการ งบลงทุน) 5) ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการดำเนินงาน (ERP) 6) ทักษะบุคลากรที่เกี่ยวข้องงานกำกับดูแลและการบริหารอาคาร 7) Future Core Competency (Multi-Skill) มุ่งเน้น proactive marketing 	Channels <ul style="list-style-type: none"> 1) สำนักงาน ฐท.ส. 2) Information Counter 3) Call Center 4) Application : G-News/DAD Platform/Super App 5) สเปคทีวียูทูบ/โทรทัศน์/DAD magazine 6) Website & Social Media (Facebook/GOVCOMPLEX App/Line OA etc.) 7) ระบบ (Digital signage/e-contract) 	Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> 1) ต้นทุนทางการเงินดอกเบี้ยตามสัญญาเช่า 2) ต้นทุนการเงิน SPV = 971.19 ลบ. 3) ต้นทุนบริการ = 1,223.18 ลบ. 4) ค่าใช้จ่ายในการบริหาร = 557.84 ลบ. 5) ดอกเบี้ยจ่าย = 1,270 ลบ. 6) ต้นทุนโครงการใหม่ที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ = 91.79 ลบ. 7) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายโครงการที่เกิดจากการร่วมลงทุน หรือร่วมดำเนินงานจากภาคเอกชน 	Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> 1) รายได้ดอกเบี้ยรับตามสัญญาเช่าการเงิน (A, B, C) = 2,295.24 ลบ. 2) รายได้ค่าบริการหน่วยงานภาครัฐศูนย์ราชการ (A, B, C) = 1,900.84 ลบ. 3) รายได้ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ธุรกิจ ศูนย์ราชการ (A, B, C) = 205.00 ลบ. 4) รายได้จากโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ = 109.00 ลบ. 5) เพิ่มรายได้จากโครงการใหม่ที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 6) รายได้จากกรรมร่วมลงทุนกับเอกชน 	

Business Model Canvas ระยะกลาง 2571 – 2575 ก้าวสู่บริบทใหม่ มุ่งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน				
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแล และภาครัฐ 2) หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจที่เป็นพันธมิตรที่ต้องการพัฒนาทรัพย์สินของรัฐ 3) ผู้ร่วมลงทุน หรือร่วมดำเนินงานจากภาคเอกชน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสิ่งท่างานทรัพย์ 4) ผู้ให้บริการเทคโนโลยี 5) พันธมิตรทางธุรกิจ (โครงการศูนย์ราชการและไม่ใช่ศูนย์ราชการ/Venue Management, Conference Organizer, Exhibition Organizer, Contactor และ Food & Beverage) 6) Ecosystem การให้บริการที่เกี่ยวข้อง (สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารและร้านค้า แผนที่และการเดินทาง โรงแรมและที่พักอาศัย สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง) 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> 1) พัฒนาศูนย์ข้อมูลของรัฐ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม <ul style="list-style-type: none"> 1.1 การก่อสร้างและบริหารโครงการ 1.2 การรับจ้างบริหารทรัพย์สิน 1.3 ที่ปรึกษาบริหารจัดการโครงการ 2) การบริหารตลาดและลูกค้า 3) พัฒนา Zone A&B และได้ดินมาจัดสรรอาคารเขียว (อาคารเก่า) 4) พัฒนา Zone C และ ได้รับ ESG Building Score (LEED, WELL, Fitwel, TREES) 5) ให้บริการแบบครบวงจร ในการจัด National Events 6) เน้นดำเนินธุรกิจใหม่ (Infrastructure-as-a-Service/Green Consult/ทรัพย์สินสีเขียว) 7) Fully Digital Services (All Core Processes) 8) Digital Solution (Preventive/Predictive Maintenance System/AI Co-Pilot/Green Building) 	Value Propositions <p>ก้าวสู่บริบทใหม่ มุ่งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน</p> <p>Moving to New Landscape Toward Sustainable Growth</p>	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> 1) กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชนและรักษาฐานลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์ราชการ และโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 2) การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Office Buildings) 3) ชุมชนสังคม : มุ่งเน้น CSR in process ที่เป็นผลกระทบในวงกว้าง เช่นพื้นที่สีเขียวและปลูกต้นไม้เพิ่ม 4) พัฒนาศูนย์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและความสัมพันธ์ 5) Customer Data Platform 6) การให้บริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุก Touch Point 7) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (Infrastructure-as-a-service/Green Consult/ทรัพย์สินสีเขียว) 	Customer Segments <p>แบ่งตามโครงการ (สถานที่ตั้ง)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (Zone A B และ C) 2) ลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ (โครงการที่อยู่ระหว่างการศึกษา) <p>ส่วนตลาด ธุรกิจ 4 ประเภท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เช่าที่ดินและก่อสร้าง (R) 2) บริหารทรัพย์สิน (M) 3) บริหารงานก่อสร้าง (CM) 4) ภาครัฐและเอกชนที่ต้องการร่วมมือทางธุรกิจ (PPP) <p>กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : ระยะกลาง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (National Events) 2) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (Infrastructure-as-a-Service, Green Consult และทรัพย์สินสีเขียว)
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> 1) โครงการศูนย์ราชการ Zone A B และ C 2) โครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 3) โครงการสำนักงานภายใต้กระทรวงการคลังและกระทรวงมหาดไทย 4) ทรัพย์สินสีเขียว 5) การบริหารจัดการระบบงานวิศวกรรมและอาคาร 6) งบประมาณ (งบฯการ งบลงทุน) 7) ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการดำเนินงาน (ERP/AI Co-Pilot) 8) ทักษะบุคลากรที่เกี่ยวข้องงานกำกับดูแลและการบริหารอาคาร 9) Future Core Competency (Innovation, AI, Marketing, G2G, CRM) 	Channels <ul style="list-style-type: none"> 1) สำนักงาน ฐท.ส. 2) Information Counter 3) Call Center 4) Application : G-News/DAD Platform/Super App 5) สเปคทีวียูทูบ/โทรทัศน์/DAD magazine 6) Website & Social Media (Facebook/GOVCOMPLEX App/Line OA etc.) 7) ระบบ (Digital signage/e-contract) 8) Digital Platform ในการให้บริการและการสื่อสารประชาสัมพันธ์ 9) Virtual Reality Tour 	Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> 1) ต้นทุนทางการเงินดอกเบี้ยตามสัญญาเช่า 2) ต้นทุนการเงิน SPV = 971.19 ลบ. 3) ต้นทุนบริการ = 1,212.04 ลบ. 4) ค่าใช้จ่ายในการบริหาร = 669.70 ลบ. 5) ดอกเบี้ยจ่าย = 1,270 ลบ. 6) ต้นทุนโครงการใหม่ที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ = 70.65 ลบ. 7) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายโครงการที่เกิดจากการร่วมลงทุน หรือร่วมดำเนินงานจากภาคเอกชน 	Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> 1) รายได้ดอกเบี้ยรับตามสัญญาเช่าการเงิน (A, B, C) = 2,295.24 ลบ. 2) รายได้ค่าบริการหน่วยงานภาครัฐศูนย์ราชการ (A, B, C) = 2,036.63 ลบ. 3) รายได้ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ธุรกิจ ศูนย์ราชการ (A, B, C) = 226.00 ลบ. 4) รายได้จากโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ = 62.82 ลบ. 5) เพิ่มรายได้จากโครงการใหม่ที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 6) รายได้จากกรรมร่วมลงทุนกับเอกชน 	

Business Model Canvas ระยะยาว 2576 – 2580 องค์การที่เป็นเลิศ สร้างมูลค่า อย่างยั่งยืนให้ทรัพย์สินภาครัฐ				
Key Partners <ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแล และภาครัฐ 2) หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจที่เป็นพันธมิตรที่ต้องการพัฒนาทรัพย์สินของรัฐ 3) ผู้ร่วมลงทุน หรือร่วมดำเนินงานจากภาคเอกชน ที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์ 4) ผู้ให้บริการเทคโนโลยี 5) พันธมิตรทางธุรกิจ (โครงการศูนย์ราชการ/Venue Management, Conference Organizer, Exhibition Organizer, Contactor และ Food & Beverage) 6) Ecosystem การให้บริการเกี่ยวเนื่อง (สิ่งอำนวยความสะดวกร้านอาหารและร้านค้า แมงโก้และการเดินทาง โรงแรมและที่พักอาศัย สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง Custom Services, TCEP - Collaboration) 	Key Activities <ol style="list-style-type: none"> 1) พัฒนาการดำเนินงานของรัฐ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม <ol style="list-style-type: none"> 1.1 การก่อสร้างและบริหารโครงการ 1.2 การรับจ้างบริหารทรัพย์สิน 1.3 ที่ปรึกษาบริหารจัดการโครงการ 2) การบริหารตลาดและลูกค้า 3) ตลาดอาคารที่ ขาย, สร้างได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียวไทย 4) Zone C (Smart City/Smart Building) 5) ให้บริการแบบครบวงจร ในการจัด Global Events 6) ดำเนินธุรกิจใหม่ (Infrastructure-as-a-Service/Green Consult/ที่ปรึกษาอีอีซี และอื่นๆ) 7) Digitize Core Processes with Management Processes (C1 - C3 และ S1 - S6) 8) Digital Solution (Smart Building/New Business/New Revenue) 	Value Propositions <p>องค์กรที่เป็นเลิศ สร้างมูลค่า อย่างยั่งยืนให้ทรัพย์สิน ภาครัฐ</p> <p>Excellent Organization Growing Public Assets for Sustainable Value</p>	Customer Relationships <ol style="list-style-type: none"> 1) กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและมีส่วนร่วมกับหน่วยงานผู้ดูแลและบริหารลูกค้าผู้ใช้บริการ ศูนย์ราชการ และโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 2) การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Office Buildings) 3) ชุมชนดิจิทัล - มุ่งเน้น CSR in process ที่ไม่เน้นผลตอบแทนทางกำไร แต่เน้นที่ชื่อเสียงและลูกค้าไม่มีผล 4) พัฒนาระบบข้อมูลระดับความถี่ของและความสัมพันธ์ 5) Customer Data Platform 6) การให้บริการที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุก Touch Point 7) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (Infrastructure-as-a-service/Green Consult/ที่ปรึกษาอีอีซี/อื่นๆ) 	Customer Segments <p>แบ่งตามโครงการ (สถานที่ตั้ง)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (Zone A B และ C) 2) ลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ (โครงการที่อยู่ระหว่างการศึกษา) <p>ส่วนตลาด ธุรกิจ 4 ประเภท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เข้าที่ดินและก่อสร้าง (R) 2) บริหารทรัพย์สิน (M) 3) บริหารงานก่อสร้าง (CM) 4) ภาครัฐและเอกชนที่ต้องการร่วมมือทางธุรกิจ (PPP) <p>กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : ระยะกลาง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (National Events) 2) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (Infrastructure-as-a-Service, Green Consult และที่ปรึกษาอีอีซี) <p>กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : ระยะยาว</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Global Events) 2) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (อื่นๆ)
Cost Structure <ol style="list-style-type: none"> 1) ต้นทุนทางการเงินดอกเบี้ยตามสัญญาเช่า 2) ต้นทุนการเงิน SPV = 971.19 ลบ. 3) ต้นทุนบริการ = 1,188.75 ลบ. 4) ค่าใช้จ่ายในการบริหาร = 816.87 ลบ. 5) ดอกเบี้ยจ่าย = 1,270 ลบ. 6) ต้นทุนโครงการใหม่ที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ = 94.01 ลบ. 7) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายโครงการที่เกิดจากการร่วมลงทุน หรือร่วมดำเนินงานจากภาคเอกชน 	Key Resources <ol style="list-style-type: none"> 1) โครงการศูนย์ราชการ Zone A B และ C 2) โครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 3) โครงการสำนักงานภายใต้การรองรับการตั้งและกรมรองภาคใต้ 4) ทรัพย์สินอีอีซี 5) การบริหารจัดการระบบงานวิศวกรรมและอาคาร 6) ขบวนการ (สบก) การขนส่ง 7) ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการดำเนินงาน (ERP/AI Co-Pilot) 8) ทักษะบุคลากรที่เกี่ยวข้องงานกำกับดูแลและการบริหารอาคาร 9) Future Core Competency (Networking, Collaboration) 	Channels <ol style="list-style-type: none"> 1) สำนักงาน ฐพ.ส. 2) Information Counter 3) Call Center 4) Application : G-News/DAD Platform/Super App 5) สบอคูวิทย์/โทรทัศน์/DAD magazine 6) Website & Social Media (Facebook/GOVCOMPLEX App/Line OA etc.) 7) ระบบ (Digital signage/e-contract) 8) Digital Platform ในการให้บริการ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ 9) Virtual Reality Tour 10) AI Copilot Assistant 	Revenue Streams <ol style="list-style-type: none"> 1) รายได้ดอกเบี้ยรับตามสัญญาเช่าการเงิน (A, B, C) = 2,295.24 ลบ. 2) รายได้ค่าบริการหน่วยงานภาครัฐศูนย์ราชการ (A, B, C) = 2,085.29 ลบ. 3) รายได้ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ธุรกิจ ศูนย์ราชการ (A, B, C) = 255 ลบ. 4) รายได้จากโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ = 65.38 ลบ. 5) เพิ่มรายได้จากโครงการใหม่ที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ 6) รายได้จากความร่วมมือลงทุนกับเอกชน 	

ภาพที่ 20 Business Model Canvas ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

จากกรอบทิศทางแผนวิสาหกิจดังกล่าว ซึ่งได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการรับฟังความคิดเห็น เพื่อจัดทำแผนวิสาหกิจ ปี 2566-2570 (ฉบับทบทวน 2568) และแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2568 โดยเชิญคณะกรรมการ ธพ.ส. ผู้บริหารระดับสูงและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อระดมความคิดเห็นในการจัดทำแผนวิสาหกิจที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ได้พิจารณา วิสัยทัศน์ ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ รวมถึง Business Model Canvas ใน 3 ระยะ คือ ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งในส่วนของผู้เกี่ยวข้องสามารถร่วมกันระดมความคิดเห็น เพื่อกำหนด Customer Segment หรือกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ดังนี้

● **Customer Segment ระยะสั้น (ปี 2569-2570)**

แบ่งตามโครงการ (สถานที่ตั้ง)

- 1) ลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (Zone A B และ C)
- 2) ลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ (โครงการที่รับรู้รายได้และอยู่ระหว่างดำเนินการ)

ส่วนตลาด ธุรกิจ 4 ประเภท (ตาม Business Model ธพ.ส.)

- 1) เข้าที่ดินและก่อสร้าง (R)
- 2) บริหารทรัพย์สิน (M)
- 3) บริหารงานก่อสร้าง (CM)
- 4) ภาครัฐและเอกชนที่ต้องการร่วมมือทางธุรกิจ (PPP)

- **Customer Segment ระยะกลาง (ปี 2571-2575)**

แบ่งตามโครงการ (สถานที่ตั้ง)

- 1) ลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (Zone A B และ C)
- 2) ลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ (โครงการที่อยู่ระหว่างศึกษาความเป็นไปได้หรือขออนุมัติ)

ส่วนตลาด ธุรกิจ 4 ประเภท (ตาม Business Model ทัพส.)

- 1) เช่าที่ดินและก่อสร้าง (R)
- 2) บริหารทรัพย์สิน (M)
- 3) บริหารงานก่อสร้าง (CM)
- 4) ภาครัฐและเอกชนที่ต้องการร่วมมือทางธุรกิจ (PPP)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : ระยะกลาง

- 1) ลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (National Events)
- 2) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (Infrastructure as a service , Green Consult และทรัพย์สินเชิงสิทธิ์)

- **Customer Segment ระยะยาว (ปี 2576-2580)**

แบ่งตามโครงการ (สถานที่ตั้ง)

- 1) ลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (Zone A B และ C)
- 2) ลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ (โครงการที่อยู่ระหว่างศึกษาความเป็นไปได้หรือหาโอกาสจากหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐ ทั้งส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจรายใหม่)

ส่วนตลาด ธุรกิจ 4 ประเภท (ตาม Business Model ทัพส.)

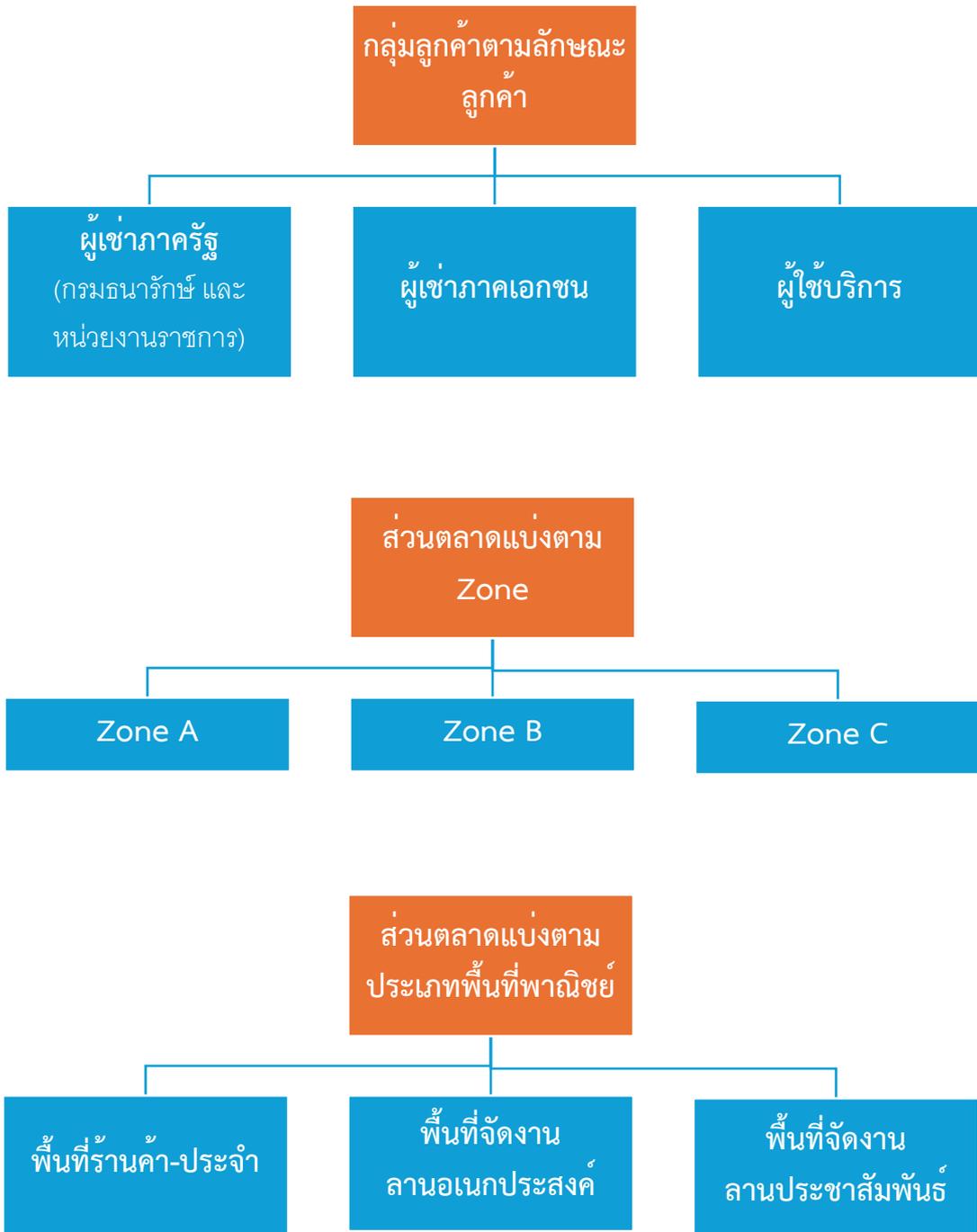
- 1) เช่าที่ดินและก่อสร้าง (R)
- 2) บริหารทรัพย์สิน (M)
- 3) บริหารงานก่อสร้าง (CM)
- 4) ภาครัฐและเอกชนที่ต้องการร่วมมือทางธุรกิจ (PPP)

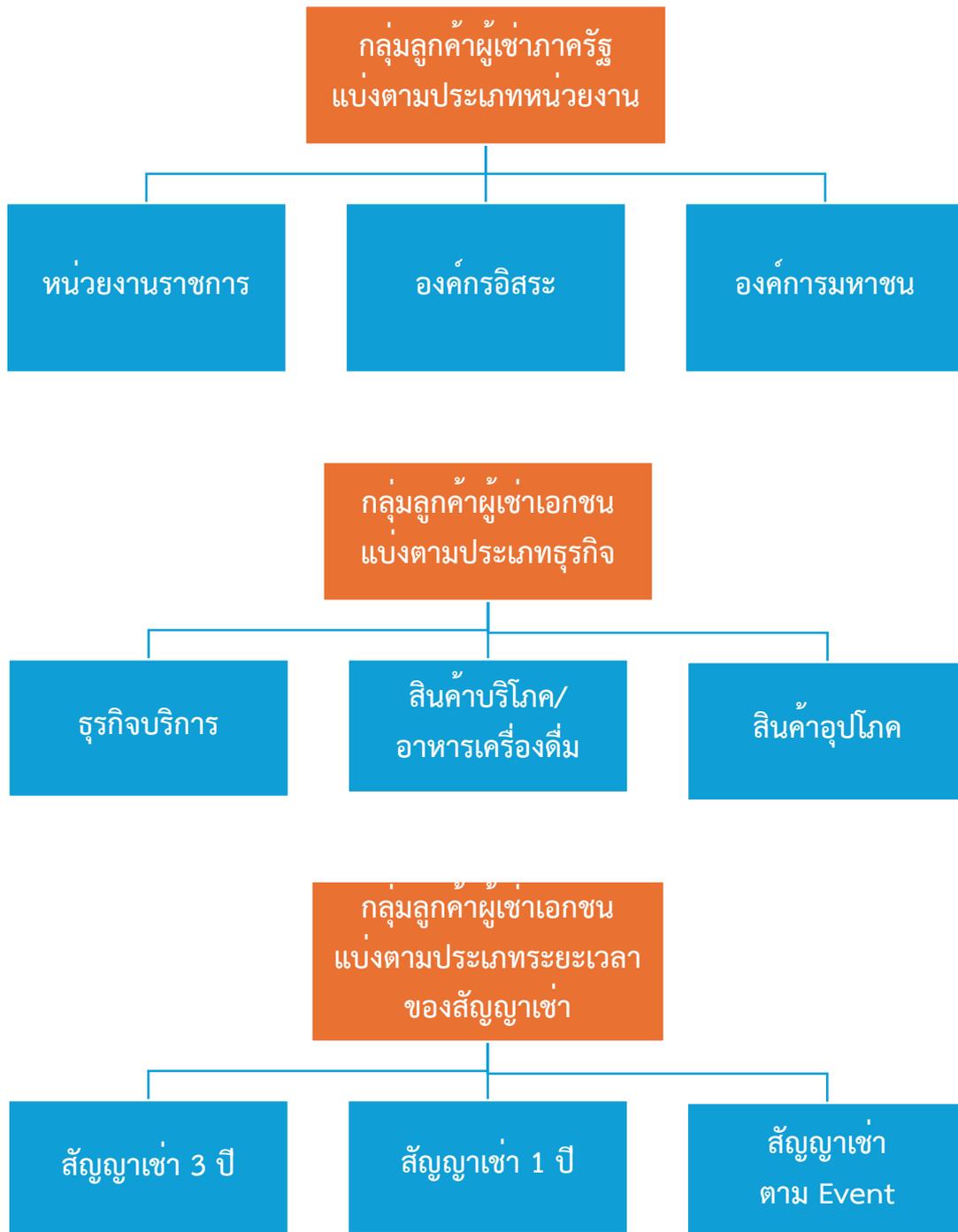
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : ระยะยาว

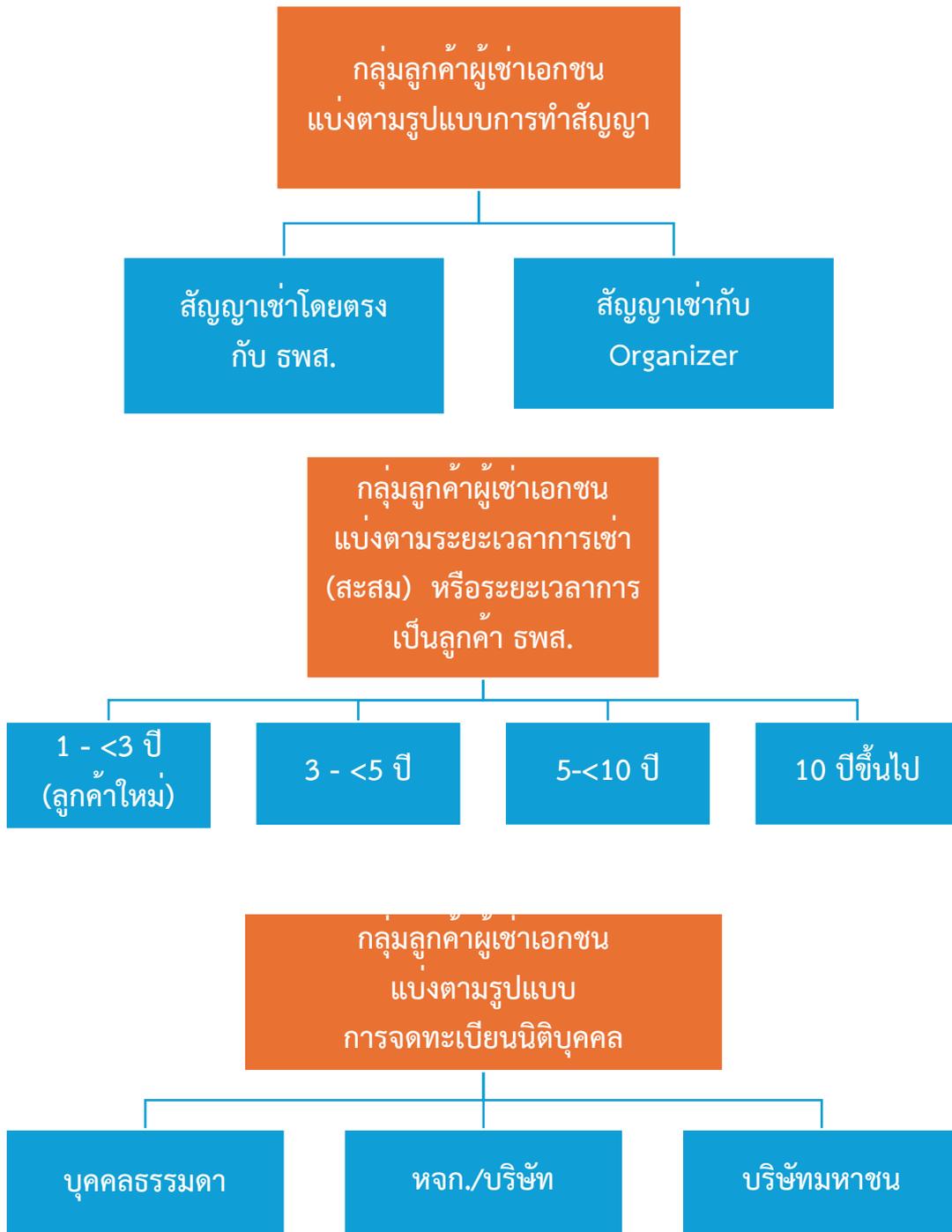
- 1) ลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Global Events)
- 2) ลูกค้าธุรกิจใหม่ (อื่นๆ)

นอกจาก การจำแนกกลุ่มลูกค้าตามทิศทางกรอบแผนวิสาหกิจของ ธพส. และรูปแบบธุรกิจของ ธพส. แล้ว ยังได้วิเคราะห์เพิ่มเติมจากปัจจัยใหม่ต่างๆ ดังนี้

กลุ่มลูกค้าโครงการศูนย์ราชการ (A,B,C)

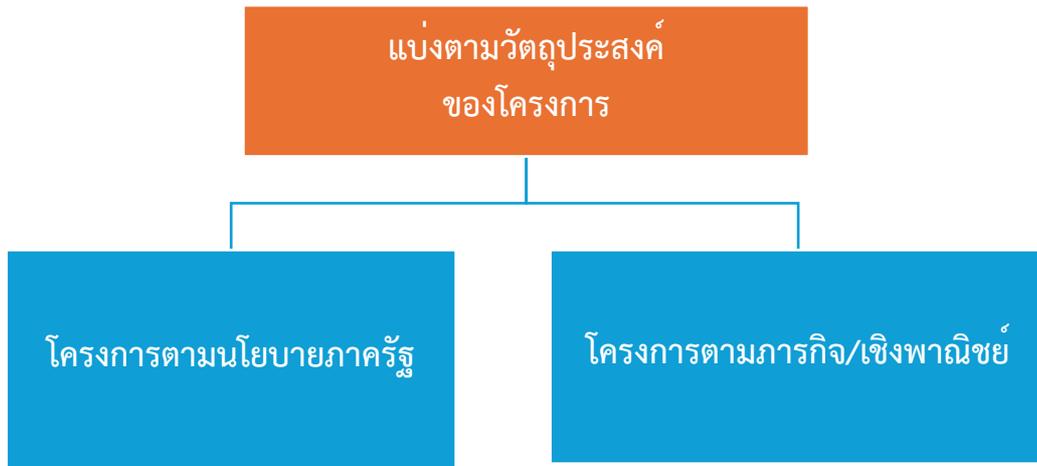


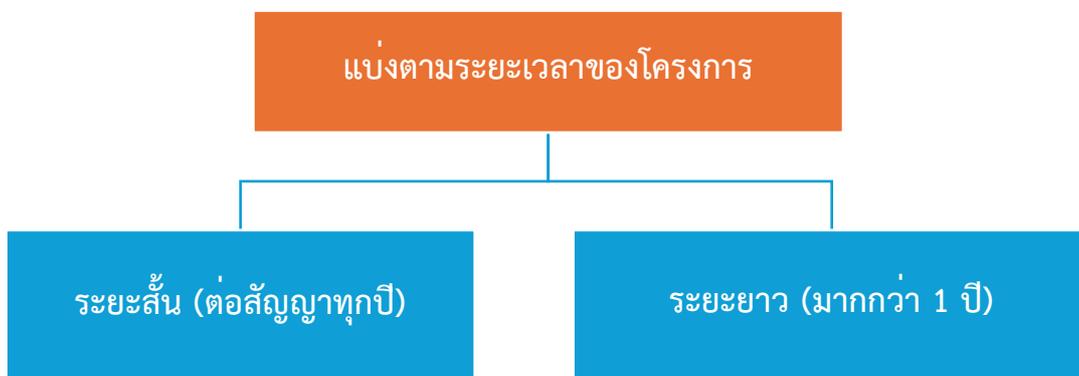
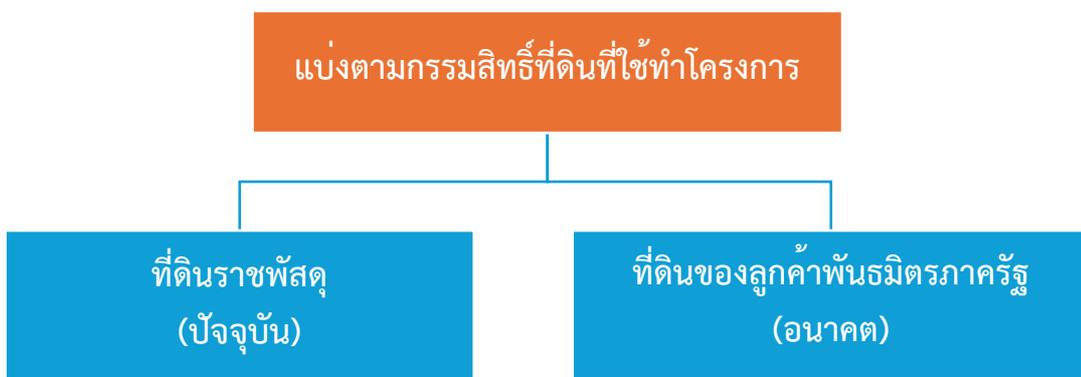






กลุ่มลูกค้าโครงการที่ไม่ใช่ศูนย์ราชการ





เครื่องมือสนับสนุนและวิธีการจำแนกลูกค้า (Customer Segmentation)

- การแบ่งตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)
การแบ่งกลุ่มตามข้อมูลประชากร แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามสถานการณ์ชีวิตที่สำคัญ ตัวอย่างของการแบ่งกลุ่มตามข้อมูลประชากร ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และสถานภาพการสมรส
- การแบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)
การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์จะแบ่งลูกค้าตามที่ตั้ง ที่อยู่อาศัย เช่น ประเทศ ภูมิภาค เมือง หรือพื้นที่ใกล้เคียง
- การแบ่งตามพฤติกรรม (Behavioral Segmentation)
การแบ่งส่วนตามพฤติกรรมมุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร เช่น แนวโน้มและการใช้บริการซ้ำ พฤติกรรมการใช้บริการ ประวัติการให้บริการ รูปแบบการให้บริการ ความภักดีต่อองค์กร
- การแบ่งตามจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)
การแบ่งกลุ่มตามจิตวิทยา ได้แก่ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยมและความสนใจ และทัศนคติ เพื่อใช้ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบโจทย์ให้ได้มากที่สุด

เมื่อพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ รูปแบบการดำเนินธุรกิจของ ธพส. และเครื่องมือสนับสนุนในการจำแนกลูกค้าแล้ว ธพส. ได้ดำเนินการจำแนกลูกค้าตามส่วนธุรกิจทั้ง 4 ส่วน คือ การเช่าที่ดินและก่อสร้าง การบริหารทรัพย์สิน การบริหารงานก่อสร้าง และการร่วมทุนกับเอกชน โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์และจำแนกดังนี้

วิธีการจำแนกลูกค้าเพื่อจัดทำ Customer Profile

ตารางที่ 3 ตัวอย่างวิธีการจำแนกลูกค้าเพื่อจัดทำ Customer Profile

ลักษณะการประกอบธุรกิจ:	<input type="checkbox"/> เช่าที่ดิน+ก่อสร้าง <input type="checkbox"/> บริหารทรัพย์สิน <input type="checkbox"/> บริหารงานก่อสร้าง <input type="checkbox"/> ร่วมทุนกับเอกชน
ลักษณะการดำเนินงาน:	
กลุ่มโครงการ:	
ชื่อโครงการ:	

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ: เพื่อให้สามารถจำแนกกลุ่มลูกค้า จากลักษณะการประกอบธุรกิจของ ธพส. ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ธุรกิจ คือ เช่าที่ดินและก่อสร้าง, บริหารทรัพย์สิน, บริหารงานก่อสร้าง และร่วมทุนกับเอกชน
2. ลักษณะการดำเนินงาน: เพื่อให้สามารถจำแนกกลุ่มลูกค้า ตามลักษณะการดำเนินงานของ ธพส. ซึ่งเป็นรายละเอียดย่อยของการประกอบธุรกิจ เช่น การบริหารค่าเช่า เป็นต้น
3. กลุ่มโครงการ: เพื่อให้สามารถจำแนกกลุ่มลูกค้า ตามกลุ่มโครงการในกลุ่มธุรกิจของ ธพส. เช่น ภายใต้โครงการบริหารงบประมาณโครงการรัฐชำระค่าเช่า เพื่อให้เข้าใจที่ไปที่มาของเงินค่าเช่า เป็นต้น
4. ชื่อโครงการ: เป็นการระบุชื่อโครงการนั้น ๆ ที่ ธพส. กำลังดำเนินงาน

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการจำแนกลูกค้า

การจำแนกลูกค้า			
การแบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)	การแบ่งตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)	การแบ่งตามพฤติกรรม (Behavioral Segmentation)	การแบ่งตามจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)
			-

1. การแบ่งตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

การแบ่งกลุ่มตามข้อมูลประชากร แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามสถานการณ์ชีวิตที่สำคัญ ตัวอย่างของการแบ่งกลุ่มตามข้อมูลประชากร ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และสถานภาพการสมรส

2. การแบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์จะแบ่งลูกค้าตามที่ตั้ง ที่อยู่อาศัย เช่น ประเทศ ภูมิภาค เมือง หรือพื้นที่ใกล้เคียง

3. การแบ่งตามพฤติกรรม (Behavioral Segmentation)

การแบ่งส่วนตามพฤติกรรมมุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร เช่น แนวโน้มและการใช้บริการซ้ำ พฤติกรรมการใช้บริการ ประวัติการให้บริการ รูปแบบการให้บริการ ความภักดีต่อองค์กร

4. การแบ่งตามจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)

การแบ่งกลุ่มตามจิตวิทยา ได้แก่ บุคลิกภาพ ทักษะคติ ค่านิยมและความสนใจ และทัศนคติ เพื่อใช้ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบโจทย์ให้ได้มากที่สุด

เมื่อพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ รูปแบบการดำเนินธุรกิจของ ธพส. และเครื่องมือสนับสนุนในการจำแนกลูกค้าแล้ว ธพส. ได้ดำเนินการจำแนกลูกค้าตามส่วนธุรกิจทั้ง 4 ส่วน คือ การเช่าที่ดินและก่อสร้าง การบริหารทรัพย์สิน การบริหารงานก่อสร้าง และการร่วมทุนกับเอกชน โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์และจำแนกดังนี้

ตารางที่ 5 ตัวอย่างรายละเอียดการวิเคราะห์และจำแนก

คู่แข่ง (Competitor)	
ข้อกังวลของลูกค้า (Pain)	
การเข้าถึงลูกค้า (Approach)	

1. คู่แข่ง: เป็นการระบุคู่แข่ง ของโครงการหรือลักษณะการดำเนินงานนั้น ๆ ของ ธพส. เพื่อให้สามารถบริหารจัดการลูกค้าและตลาด โดยวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน การตัดสินใจ

2. ข้อกังวลของลูกค้า: เป็นการระบุข้อกังวลของลูกค้า ต่อการบริหารโครงการหรือการดำเนินงานนั้น ๆ ของ ธพส. เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าและการปรับปรุง พัฒนาให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3. การเข้าถึงลูกค้า: วิธีการในการให้ข้อมูลหรือรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละโครงการ

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการจัดกลุ่มลูกค้า

การจัดกลุ่มลูกค้า		
ลูกค้าปัจจุบัน	ลูกค้ามุ่งหวัง/เป้าหมาย	ลูกค้าอนาคต

1. ลูกค้าปัจจุบัน: ลูกค้าของ ธพส. ที่มีการดำเนินงานหรืออยู่ระหว่างการดำเนินงาน เป็นกลุ่มลูกค้าที่ ธพส. ต้องดูแลและสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความภักดีในแบรนด์ ธพส.
2. ลูกค้ามุ่งหวัง/เป้าหมาย: กลุ่มลูกค้าหรือตลาด ที่ ธพส. ต้องการขายหรือให้บริการ เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและตลาดนั้น ๆ โดยเป็นการศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและตลาดกลุ่มนี้ เพื่อให้สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมกับส่วนแบ่งตลาดกลุ่มนี้ได้
3. ลูกค้าอนาคต: หมายถึงกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ใช่ลูกค้ามุ่งหวัง/เป้าหมาย ณ ปัจจุบัน แต่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีโอกาสมาเป็นลูกค้าของ ธพส. ทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสาร

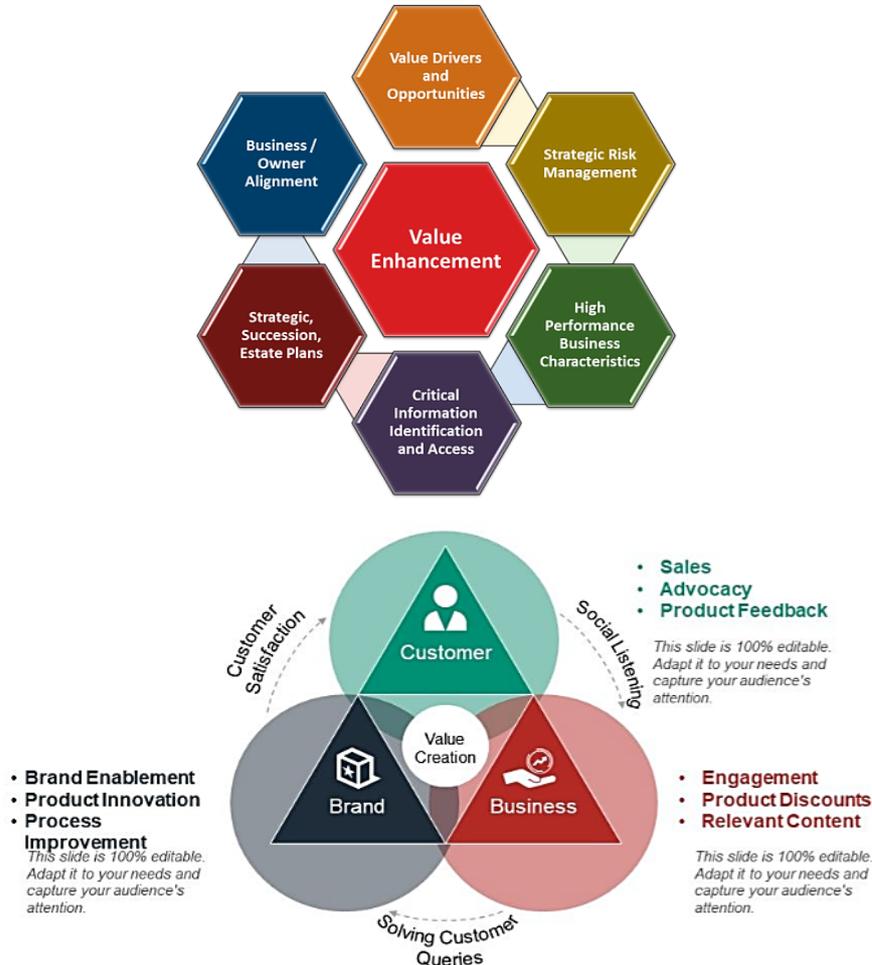
ฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการลูกค้า (Customer Segment Profile)

ธพส. มีการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้นลูกค้า หรือ Customer Segment Profile อย่างเป็นระบบ และถูกจัดเก็บไว้ในรูปแบบข้อมูลดิจิทัล มีการเก็บข้อมูลการติดต่อ การประสานงาน และการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น ผลการสำรวจความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความกังวล เป็นต้น และการเก็บข้อมูลลูกค้า มีการเก็บข้อมูลสอดคล้องกับ PDPA และการรักษาความลับการเข้าถึงข้อมูล โดยรายละเอียด องค์ประกอบของ Customer Segment Profile มีองค์ประกอบได้แก่ คุณลักษณะ คุณสมบัติ รายละเอียดลูกค้า เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ และวิธีปฏิบัติ ด้านลูกค้าและตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล



6. คู่มือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการ (สินค้า) คือ กุญแจสำคัญของการเติบโตของธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเติบโตให้องค์กร การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ จะช่วยสนับสนุนการรักษาคุณค่า (Value Enhancement) และการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) สำหรับกิจการที่มุ่งเน้นดำเนินการสร้างคุณค่า ซึ่งมีปัจจัยขับเคลื่อนดังภาพ



ภาพที่ 21 Value Enhancement and Value Creation Business

6.1 แนวคิดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ ธพส.

กระบวนการที่ ธพส. ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ คือ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ (New Product Development) อยู่เสมอ สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ที่อาจเกิดขึ้นได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ ที่ผู้บริโภคยังคาดไม่ถึง
2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุง มาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม

3. ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too Product)

หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ในท้องตลาดเกิดจากการที่กิจการเห็นว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก ทำให้กิจการมี โอกาสทำกำไรสูง จึงเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเข้าสู่ท้องตลาด โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กร

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) คือ กระบวนการคิดเพื่อแก้ไขปัญหาหรือโจทย์ ให้ถูกจุด ตลอดจนพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาหรือโจทย์ที่ตั้งไว้ เพื่อที่จะหาวิธีทางที่ดีที่สุด และเหมาะสมที่สุด การแก้ปัญหานั้นพื้นฐานกระบวนการนี้จะเน้นยึดไปที่หลักของผู้ใช้/ผู้บริโภค (User-centered) เป็นหลัก โดยมีเจตนาในการสร้างผลลัพธ์ในอนาคตที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้ตอบโจทย์ตลอดจนแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์อีกด้วย

1. Empathize – เข้าใจปัญหา

ขั้นแรกต้องทำความเข้าใจกับปัญหาให้่องแท้ในทุกมุมมองเสียก่อน ตลอดจนเข้าใจผู้ใช้ กลุ่มเป้าหมาย หรือเข้าใจในสิ่งที่เราต้องการแก้ไขนี้เพื่อหาหนทางที่เหมาะสมและดีที่สุดให้ได้ การเข้าใจคำถามอาจเริ่มตั้งด้วยการตั้งคำถาม สร้างสมมติฐาน กระตุ้นให้เกิดการใช้ความคิดที่นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่สุด ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาให้ถ่วงถี่ เพื่อหาแนวทางที่ชัดเจนให้ได้ การเข้าใจในปัญหาอย่างลึกซึ้งถูกต้องนั้นจะนำไปสู่การแก้ปัญหาที่ตรงประเด็นและได้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยม

2. Define – กำหนดปัญหาให้ชัดเจน

เมื่อเรารู้ถึงข้อมูลปัญหาที่ชัดเจน ตลอดจนวิเคราะห์อย่างรอบด้านแล้ว ให้นำเอาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อที่จะคัดกรองให้เป็นปัญหาที่แท้จริง กำหนดหรือบ่งชี้ปัญหาอย่างชัดเจน เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการปฏิบัติการต่อไป รวมถึงมีแก่นยึดในการแก้ไขปัญหาอย่างมีทิศทาง

3. Ideate – ระดมความคิด

การระดมความคิดนี้คือการนำเสนอแนวความคิดตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาในรูปแบบต่าง ๆ อย่างไม่มีกรอบจำกัด ควรระดมความคิดในหลากหลายมุมมอง หลากหลายวิธีการ ออกมาให้มากที่สุด เพื่อที่จะเป็นฐานข้อมูลในการที่เราจะนำไปประเมินผลเพื่อสรุปเป็นความคิดที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ไขปัญหา นั้น ๆ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องเกิดจากความคิดเดียว หรือเลือกความคิดเดียว แต่เป็นการผสมผสานหลากหลายความคิดให้ออกมาเป็นแนวทางสุดท้ายที่ชัดเจนก็ได้ การระดมความคิดนี้ยังช่วยให้เรามองปัญหาได้อย่างรอบด้านและละเอียดขึ้นด้วย รวมถึงหาวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างรอบคอบได้ด้วยเช่นกัน

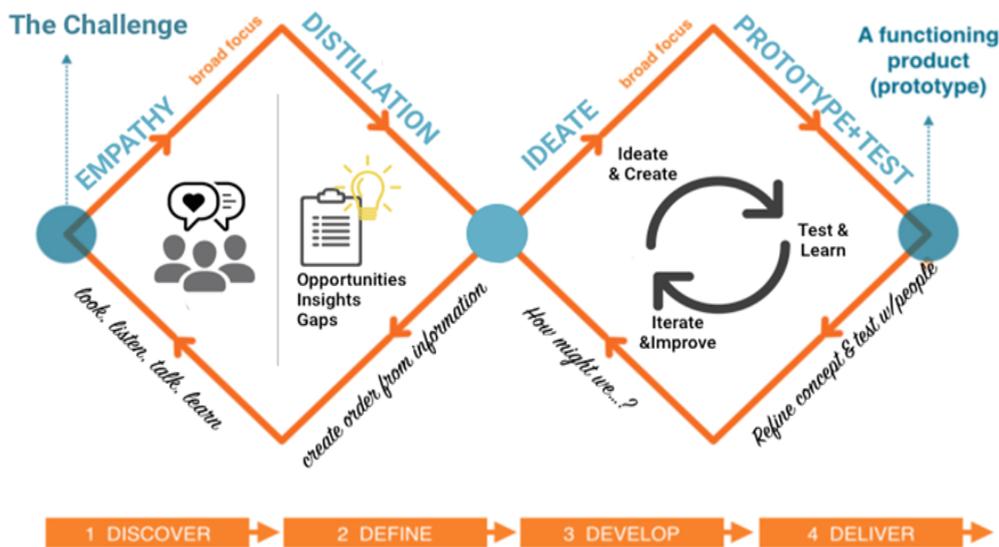
4. Prototype – สร้างต้นแบบที่เลือก

หากเป็นเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมขั้น Prototype นี้ก็คือการสร้างต้นแบบเพื่อทดสอบจริงก่อนที่จะนำไปผลิตจริง สำหรับในด้านอื่น ๆ ขั้นนี้ก็คือการลงมือปฏิบัติหรือทดลองทำจริงตามแนวทางที่ได้เลือกแล้ว ตลอดจนสร้างต้นแบบของปฏิบัติการที่เราต้องการจะนำไปใช้จริง

5. Test – ทดสอบ

ทดลองนำต้นแบบหรือข้อสรุปที่จะนำไปใช้จริงมาปฏิบัติก่อน เพื่อทดสอบประสิทธิภาพ ตลอดจนประเมินผล เสร็จแล้วก็นำเอาปัญหาหรือข้อดีข้อเสียที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้จริงอีกครั้งนั่นเอง

กระบวนการของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) นั้นมีการนำมาประยุกต์ใช้และสร้างเป็นโมเดลขึ้นหลายรูปแบบ และหนึ่งในโมเดลที่นิยม ซึ่ง ธพส. นำมาใช้กับงานบริหารจัดการตลอดจนสร้างสรรค์การทำงานให้กับองค์กรก็คือโมเดลเพชรคู่ หรือ Double Diamond ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนที่เรียกง่าย ๆ ว่า 4D ดังนี้



ภาพที่ 22 โมเดลเพชรคู่ หรือ Double Diamond

1. Discover – ทำความเข้าใจผู้บริโภคเพื่อมองเห็นถึงปัญหา
2. Define – คัดกรองและจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่ต้องการจะแก้ไข
3. Develop – ระดมไอเดียเพื่อแก้ไขปัญหา
4. Deliver – นำไอเดียที่ดีที่สุดไปพัฒนาต่อและทดลองใช้

กระบวนการ Design Thinking นี้ใช้กระบวนการคิด 2 แบบ คือ การคิดแบบ

- **Divergent thinking** เป็นการคิดในมุมมองกว้าง ด้วยการเปิดใจ เปิดกว้าง พิจารณาเรื่องต่าง ๆ และทุกสิ่งทุกอย่างอย่างอยากเปิดใจ

- **Convergent Thinking** การรวมความคิด การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อตัดสินใจในการประเมินผล และระบุประเด็นปัญหาและแนวทางที่สำคัญอย่างน้อยหนึ่งหรือสองประเด็น

ขั้นตอนที่ 1 : ค้นพบ – Discover

ก่อนที่จะเริ่มกระบวนการการคิดเชิงออกแบบทุกครั้งเรามักหยิบเอาปัญหามาเป็นโจทย์สำคัญในการเริ่มต้น ในขั้นตอนแรกนี้ก็คือการค้นพบปัญหาแล้วทำความเข้าใจกับปัญหาให้ลึกซึ้งมากที่สุด หลากหลายมิติที่สุด เพื่อที่จะนำไปสู่การหาทางออกที่ดีและตอบโจทย์มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 : บ่งชี้ / กำหนด – Define

หลังจากที่เรามองปัญหาอย่างรอบด้านแล้ว ให้เราเอาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อที่จะคัดกรองให้เป็นปัญหาที่แท้จริง กำหนดหรือบ่งชี้ว่าเป็นปัญหาอะไร ประเภทไหน เพื่อให้เข้าใจลักษณะของปัญหาให้ได้ชัดเจนที่สุดเพียงประเด็นเดียว เพื่อที่จะได้มีจุดหมายในการหาทางแก้ไขได้อย่างตรงประเด็น มีทิศทางชัดเจน

ขั้นตอนที่ 3 : พัฒนา – Develop

หลังจากที่เรามีแก่นของปัญหาที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนของการพัฒนานี้ก็คือการระดมสมองเพื่อ แชร ไอเดีย เพื่อหาวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ นานา ทั้งในกรอบและนอกกรอบ โดยคิดให้รอบด้านที่สุด ถ้าเปรียบกับการ ออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แล้วขั้นตอนนี้ก็คือการหาไอเดียเพื่อที่จะออกแบบไปในทิศทางต่าง ๆ หลากหลาย รูปแบบเพื่อนำมาเลือกไอเดียที่ดีที่สุดไปผลิตนั่นเอง

ขั้นตอนที่ 4 : นำไปปฏิบัติจริง – Deliver

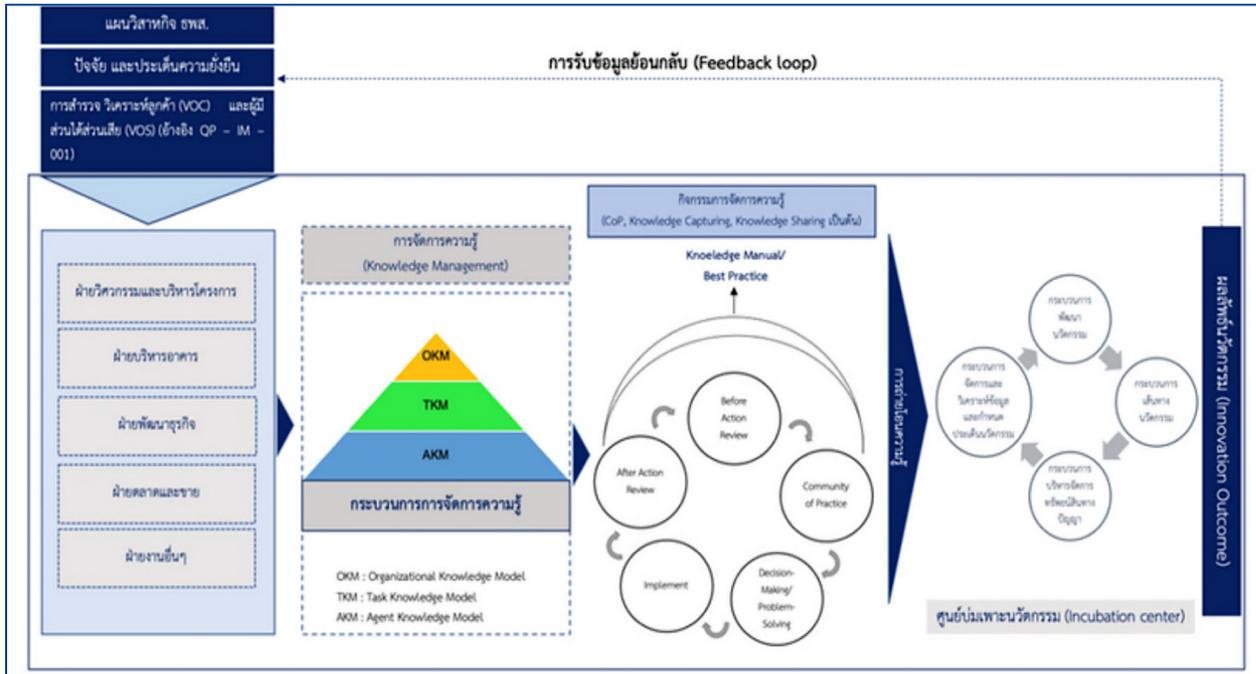
ขั้นตอนนี้เราจะเลือกวิธีที่ดีที่สุดเพื่อนำไปแก้ไขปัญหาดังจริง ปฏิบัติจริง เพื่อตอบโจทย์ปัญหาที่เราตั้งไว้ นำไปทดลองหรือทดสอบจริงว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ ตลอดจนเก็บข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลด้วย

กระบวนการ Design Thinking มีประโยชน์มากมาย ทั้งต่อบุคลากร ถึง องค์กร ดังนี้

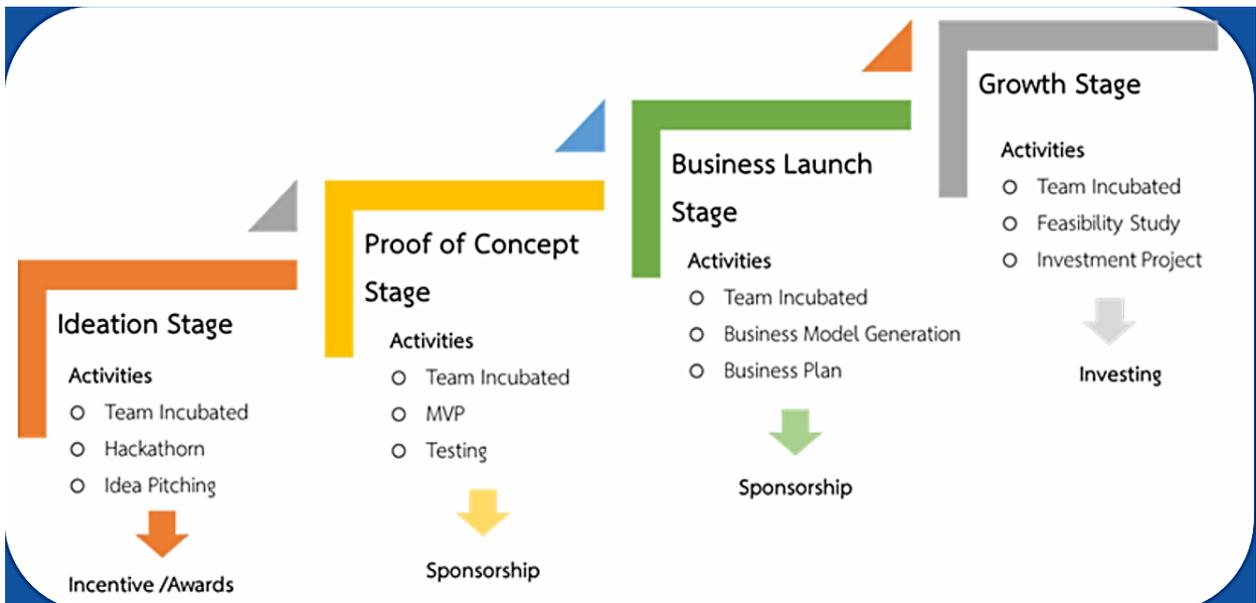
- **ฝึกกระบวนการแก้ไขปัญหาตลอดจนหาทางออกที่เป็นลำดับขั้นตอน** : ปกติเราอาจจะมีการหาทางแก้ปัญหาแบบสะเปะสะปะ ไม่มีการหาสาเหตุ หรือไม่มีการมองรอบด้าน กระบวนการนี้จะทำให้เรามองอย่างรอบคอบและละเอียดมากขึ้น ทำให้เราเข้าใจปัญหาได้อย่างถ่องแท้ และแก้ไขได้ตรงจุด
- **มีทางเลือกที่หลากหลาย** : การคิดบนพื้นฐานข้อมูลที่มีหลากหลาย ตลอดจนพยายามคิดหาวิธีทางหรือแชร์ไอเดียที่ได้ออกมาหลากหลายรูปแบบ ทำให้เรามองเห็นอะไรรอบด้าน และมีตัวเลือกที่ดีที่สุด ก่อนนำไปใช้แก้ปัญหาดังจริง หรือนำไปปฏิบัติจริง
- **มีตัวเลือกที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด** : เมื่อเรามีตัวเลือกหลากหลายเราก็จะรู้จักคิดวิเคราะห์ และการคิดวิเคราะห์นั่นเองจะทำให้เราสามารถเลือกทางเลือกที่ดีและเหมาะสมที่สุดได้ มีประสิทธิภาพมากกว่า
- **ฝึกความคิดสร้างสรรค์** : การแชร์ไอเดีย ตลอดจนระดมความคิดเห็นนั้น จะทำให้สมองเราฝึกคิด หลากหลายรูปแบบ หลากหลายวิธีการ หลากหลายมุมมอง และทำให้เรารู้จักหาวิธีแปลก ๆ ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐาน ในการฝึกความคิดสร้างสรรค์ที่ดี ที่เป็นพื้นฐานที่ดีในการแก้ปัญหา ตลอดจนการบริหารจัดการเช่นกัน
- **เกิดกระบวนการใหม่ตลอดจนนวัตกรรมใหม่** : มีการคิดมากมายหลากหลายรูปแบบ ตลอดจน แชร์ไอเดียดี ๆ มากมาย การที่เราได้พยายามฝึกคิดจะทำให้เรามักค้นพบวิธีใหม่ ๆ เสมอ หรือเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาได้เช่นกัน
- **มีแผนสำรองในการแก้ปัญหา** : การคิดที่หลากหลายวิธีนอกจากจะทำให้เราสามารถวิเคราะห์ เลือกวิธีที่ดีที่สุดได้แล้วนั้นก็ยังทำให้เรามีตัวเลือกสำรองไปในตัวโดยผ่านกระบวนการลำดับความสำคัญมา เรียบร้อยแล้ว ทำให้เราสามารถเลือกใช้แก้ปัญหาได้ทันทั้งที่หากวิธีการที่เลือกไม่ประสบความสำเร็จ
- **องค์กรมีการทำงานอย่างเป็นระบบ** : เมื่อบุคลากรถูกฝึกให้คิดอย่างเป็นระบบแบบแผนแล้วจะปลุกฝังระบบการทำงานที่ดี นั้นย่อมส่งผลให้องค์กรมีการทำงานอย่างเป็นระบบ และทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย เพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากรและองค์กรไปในตัว

6.2 แนวทางปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

รพส. กำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการพัฒนานวัตกรรมที่มุ่งเน้นตอบสนองลูกค้า ตามกระบวนการสำรวจ วิเคราะห์ลูกค้า (VOC) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (VOS) และกระบวนการพัฒนานวัตกรรม โดยดำเนินการภายใต้ระบบนวัตกรรม และมีขั้นตอนการเชื่อมโยง Innovation Stage สู่อุณหภูมิ Incubation Stage ดัง ฝั่งภาพ



ภาพที่ 23 ระบบนวัตกรรมองค์กร



ภาพที่ 24 การเชื่อมโยง Innovation Stage สู่อุณหภูมิ Incubation Stage

ตารางที่ 7 ตัวอย่างกิจกรรมดำเนินการในระบบนวัตกรรมองค์กร

Innovation Stage (ระยะขั้นตอนนวัตกรรม)	กิจกรรม/ระบบของ ธพส.	Incubation Funnel (การบ่มเพาะ)
Ideation Stage (ขั้นตอนการสร้างความคิดสร้างสรรค์)	<ul style="list-style-type: none"> DAD Start up Idea 	Pre-Incubation (ระยะก่อนบ่มเพาะ)
Proof of Concept (ขั้นตอนการพิสูจน์แนวคิด)	<ul style="list-style-type: none"> Hackathon (ระดมความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม) 	Pre-Incubation (ก่อนระยะบ่มเพาะ) Incubation (ระยะบ่มเพาะ)
Business Launch (ขั้นตอนการทดลองการตลาด)	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการพัฒนานวัตกรรม (QP-IM-003) กระบวนการพัฒนาเส้นทางนวัตกรรม (QP-IM-004) 	Incubation (ระยะบ่มเพาะ)
Growth Stage (ขั้นตอนการเติบโตและพัฒนา)	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรเชิงปัญหา (QP-IM-008) กระบวนการประเมินผลลัพธ์เชิงนวัตกรรม (QP-IM-009) การสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากรัฐบาล 	Acceleration Stage หรือ Post Incubation Stage (ระยะเร่งการเติบโต)

กลไกและการดำเนินงานของระบบนวัตกรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน มีดังนี้..

1



KM

ส่วนจัดการความรู้ และนวัตกรรม
พิจารณาถึงปัจจัยนำเข้าในการพิจารณาด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการธุรกิจหลัก อันประกอบด้วย

- o แผนวิสาหกิจ
- o ปัจจัยและประเด็นความยั่งยืน
- o การวิเคราะห์ลูกค้า (VOC) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (VOS)

2



ข้อมูลทั้งหมด จะนำมาวิเคราะห์

ทบทวนโครงสร้างความรู้ทั้งหมดของกระบวนการหลัก ในประเด็นความสอดคล้องและเชื่อมโยงของสิ่งที่กระบวนการหลักต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองปัจจัยนำเข้า เสียงของลูกค้า (VOC) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (VOS)




ภาพที่ 25 กลไกและการดำเนินงานของระบบนวัตกรรมขององค์กรเพื่อความยั่งยืน

3



กระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice)

เป็นการนำเครื่องมือด้านการจัดการความรู้เข้ามาสนับสนุนในการคัดเลือกองค์ความรู้ที่สำคัญของฝ่ายงานหลักและฝ่ายงานสนับสนุน เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ที่สำคัญ หรือแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ผ่านเครื่องมือดังต่อไปนี้...



BAR

Before Action Review

การทบทวนก่อนการปฏิบัติงาน

เป็นการทบทวนก่อนการปฏิบัติงานให้ชัดเจน เพื่อให้มีเป้าหมายร่วมกัน และให้ทุกคนรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง โดยอาจเริ่มจากการบรรยาย ภาพรวมและการนำผลจากการ AAR ในครั้งที่ผ่านมาชี้แจง เพื่อการปฏิบัติในครั้งถัดขึ้น ป้องกันการผิดพลาดและปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นจึงนำสิ่งที่ได้ทำการทบทวนไปสู่การลงมือปฏิบัติ เพื่อแก้ปัญหาในการทำงาน (Problem Solving)

AAR

After Action Review

การทบทวนหลังการปฏิบัติงาน

เป็นการทบทวน/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือเป็นกระบวนการภายหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน เพื่อวิเคราะห์ว่าผลการปฏิบัติเป็นอย่างไร สาเหตุของการเกิด และสามารถดำเนินการให้ดีกว่าเดิมได้อย่างไร สิ่งที่ได้เรียนรู้คืออะไร เพื่อนำมาซึ่งการพัฒนาหรือการปรับปรุงการทำงาน นำไปสู่แนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice/Knowledge Manual)

ภาพที่ 26 กระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice)

4



การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transferring)

การถ่ายโอนรู้นั้นจะดำเนินการผ่านกิจกรรมการจัดการความรู้ และนำไปสู่การกำหนดประเด็นนวัตกรรมและกระบวนการนวัตกรรมทั้งหมด โดยมี 4 กระบวนการหลัก ในการนำเอาความรู้เปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน ได้แก่

1

กระบวนการจัดการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดประเด็นนวัตกรรม

2

กระบวนการพัฒนานวัตกรรม

3

กระบวนการเส้นทางนวัตกรรม

4

กระบวนการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

ซึ่งทั้ง 4 กระบวนการนี้ถือเป็นกระบวนการหลักในการจัดการนวัตกรรม แต่อย่างไรก็ตาม กระบวนการอื่น ๆ ตามคู่มือการบริหารจัดการนวัตกรรมที่กำหนดไว้ก็ต้องดำเนินการซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญ และการดำเนินการทั้งหมดในการบริหารจัดการนวัตกรรม และการขับเคลื่อนถือเป็นหน้าที่หลักของส่วนจัดการความรู้และนวัตกรรม และศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรม (Incubation Center)

ภาพที่ 27 การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transferring)

5



กระบวนการบ่มเพาะ (Incubation Process)

เมื่อนวัตกรรมแต่ละนวัตกรรมเข้าสู่กระบวนการบ่มเพาะ จะต้องมีการทบทวน และทวนสอบ เพื่อพิจารณาถึงประเด็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อนำไป เป็นข้อมูลย้อนกลับของปัจจัยนำเข้าในรอบถัดไป และนั่นคือสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด ได้ออกแบบและดำเนินการระบบนวัตกรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืนภายใต้การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) เป็นวัฏจักร (Cycle)



ภาพที่ 28 กระบวนการบ่มเพาะ (Incubation Process)

ตัวอย่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการ



ฝ่ายการตลาด & ฝ่ายดิจิทัล

ปรับเพื่อเปลี่ยน การตลาดดิจิทัล บูรณาการระหว่างฝ่ายงาน

การประสานงานร่วมกันระหว่างฝ่ายงานภายในรพส. เพื่อเชื่อมโยงแต่ละฝ่ายงานให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ผ่านผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียของรพส.อย่างสูงสุด

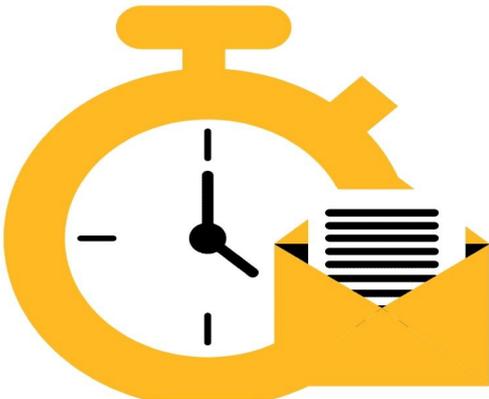
เหตุผล ประกอบการ พิจารณา



ที่มา เหตุผลและความจำเป็น:

- ฝกต.มีหน้าที่หลักในการหารายได้เชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นภารกิจหลักขององค์กร
- ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
- การปรับเปลี่ยนระบบงาน ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม SO4
- การบริหารจัดการการเงินให้มีประสิทธิภาพ SO5
- การเก็บข้อมูลผ่านระบบ SAP
- กำกับ/ติดตามการชำระหนี้ให้ตรงเวลา

ใบแจ้งเตือนค้างชำระหนี้อัตโนมัติ



ฝ่ายการตลาด & ฝ่ายดิจิทัล

ได้บูรณาการร่วมกันจัดทำ โครงการพัฒนาระบบ SAP เพื่อให้องค์กรมีผลตอบแทนจากการบริหารทรัพย์สินที่เหมาะสม โดยบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลลูกค้า ในส่วนการรับชำระหนี้ และการติดตามลูกค้าหนี้ค้างชำระ ให้มีการออก "ใบแจ้งเตือนค้างชำระหนี้อัตโนมัติ" กรณีลูกค้าค้างชำระหนี้ เพื่อลดกระบวนการทำงานลดการใช้กระดาษ และประโยชน์แก่ลูกค้าหากมีการพลาดการชำระหนี้

ผลประโยชน์ที่รพส.จะได้รับจากโครงการ

พัฒนากระบวนการทำงาน

- ลดระยะเวลาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
- ลดการใช้กระดาษ

ติดตามข้อมูลในระบบ

ได้แบบเรียลไทม์

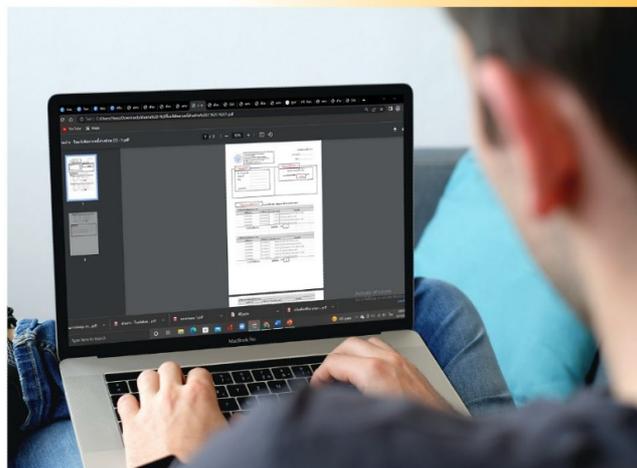
ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถติดตามข้อมูลในระบบได้ทันที

ทราบสถานะการชำระหนี้

ลูกค้าสามารถทราบสถานะการชำระหนี้ และข้อมูลต่างๆ ผ่านระบบติดตาม "ใบแจ้งเตือนค้างชำระหนี้อัตโนมัติ"

“

คุณลักษณะเฉพาะของระบบ





“

ระบบสำหรับลูกค้า (Front Office)

- มีใบแจ้งเตือนหนี้ค้างชำระอัตโนมัติ กรณีลูกค้าผิดพลาดชำระหนี้ตรงเวลา

ใบแจ้งหนี้หนี้ชำระ
เลขที่บัญชี
วันที่

ชื่อ-สกุล (กรุณาคัดเลือก)
รหัสลูกค้า
เลขที่โทรศัพท์

กรุณาชำระเงินหนี้ชำระ
หนี้ที่ค้างชำระต้น
1223 บาท

** ข้อมูลหนี้ชำระ **
รายการหนี้ชำระ (ถึงทุก ณ วันที่ 31 มกราคม 2564)

เลขที่เอกสาร	วันไถ่เอกสาร	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
430003918	01.08.2021	1,122.27	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430003918	01.08.2021	493.05	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430003918	01.08.2021	5,390.57	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430003918	01.08.2021	5,390.57	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น		11,996.46	บาท

** ข้อมูลหนี้ชำระ **
รายการหนี้ชำระ (ถึงทุก ณ วันที่ 31 มกราคม 2564)

เลขที่เอกสาร	วันไถ่เอกสาร	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
430004008	01.10.2021	1,236.28	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430004008	01.10.2021	861.48	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430004008	01.10.2021	1,122.27	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430004008	01.10.2021	493.05	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430004008	01.10.2021	5,390.57	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
430004008	01.10.2021	5,390.57	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2563
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น		15,984.12	บาท

หมายเหตุ (กรณีชำระหนี้ล่าช้า) : 1. ค่าเช่าล่าช้าจะคิดดอกเบี้ยเพิ่มที่ 7% ของหนี้ที่ค้างชำระ
2. ค่าเช่าล่าช้าจะคิดดอกเบี้ยเพิ่มที่ 7% ของหนี้ที่ค้างชำระ
3. ค่าเช่าล่าช้าจะคิดดอกเบี้ยเพิ่มที่ 7% ของหนี้ที่ค้างชำระ
4. ค่าเช่าล่าช้าจะคิดดอกเบี้ยเพิ่มที่ 7% ของหนี้ที่ค้างชำระ

“

ระบบสำหรับเจ้าหน้าที่ (Back Office)

- มีรายละเอียดอายุลูกค้าที่ค้างชำระในแต่ละช่วงเวลา เช่น ลูกค้าที่ค้างชำระอายุ 30 วัน 60 วัน และ 90 วัน
- เป็นการพัฒนาระบบ SAP เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลของลูกค้า การรับชำระหนี้และการติดตามหนี้ค้างชำระ
- สนับสนุนเป้าหมายองค์กรให้มีผลตอบแทนทางการเงินที่เหมาะสม
- ลดการใช้กระดาษในการส่งจดหมายให้ลูกค้า
- ลดระยะเวลาการทำงานของเจ้าหน้าที่การตลาด

ใบแจ้งหนี้หนี้ชำระ
เลขที่บัญชี
วันที่

ชื่อ-สกุล (กรุณาคัดเลือก)
รหัสลูกค้า
เลขที่โทรศัพท์

กรุณาชำระเงินหนี้ชำระ
หนี้ที่ค้างชำระต้น
..... บาท

** ข้อมูลหนี้ชำระ **

รายการหนี้ชำระ

วันที่	จำนวนเงิน (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
01.08.2021	1,122.27	493.05	5,390.57	5,390.57
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	11,996.46			

ปรับเปลี่ยนแสดงยอดคงค้างตามใบแจ้งหนี้รวมภาษีแล้ว

** ข้อมูลหนี้ชำระ **

3. โอนเงินเข้าบัญชี ธนาคารกรุงไทย
ชื่อบัญชี : บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
ประเภทบัญชี : ฝากออมทรัพย์
สาขา : สาขาสาขาเงินฝากออมทรัพย์ สาขาพิเศษ
เลขที่บัญชี : 955-0-00040-0

เพิ่มเติม โอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร

หมายเหตุ : หากท่านไม่ชำระ...
** ข้อมูลหนี้ชำระ **

“

ระบบอื่นๆ

- สนับสนุนระบบการเงินและการรับชำระหนี้
- ระบบแสดงรายงาน ในรูปแบบ PDF/Excel
- ระบบวิเคราะห์และออกแบบ Dashboard
- ระบบพัฒนาช่องทาง การเชื่อมต่อ (Application Programming Interface : API)

ชื่อ-สกุล : นายสมชาย นนธิธำ (110691) ชีเลข ณ วันที่ 20 พฤษภาคม 2564

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนพฤษภาคม 2564

เลขที่เอกสาร	วันที่เอกสาร	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
50064994	01.02.2021	11,550.00	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500064594	01.02.2021	736.21	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500064594	01.02.2021	2,568.00	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
รวมเป็นเงินทั้งสิ้นชำระ		14,854.21	บาท

ปรับเปลี่ยนแสดงยอดคงค้างตามใบแจ้งหนี้รวมภาษีแล้ว

ไม่แสดงรายละเอียดรายการรายการ

รวมเป็นเงินทั้งสิ้นชำระ 35,391.96 บาท

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนมิถุนายน 2564

เลขที่เอกสาร	วันที่เอกสาร	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
500064931	01.03.2021	11,550.00	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500064931	01.03.2021	736.21	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
รวมเป็นเงินทั้งสิ้นชำระ		12,286.21	บาท

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนกรกฎาคม 2564

เลขที่เอกสาร	วันที่เอกสาร	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
500065348	01.04.2021	418.91	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500065348	01.04.2021	2,568.00	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
รวมเป็นเงินทั้งสิ้นชำระ		2,986.91	บาท

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนสิงหาคม 2564

เลขที่เอกสาร	วันที่เอกสาร	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
500065791	01.05.2021	11,550.00	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500065791	01.05.2021	18,537.75	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500065791	01.05.2021	430.94	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
500065791	01.05.2021	2,568.00	ค่าเช่า-สัญญาเช่า BM-1-052 พ.ศ. 2564
รวมเป็นเงินทั้งสิ้นชำระ		33,086.69	บาท



7. คู่มือการรับฟังลูกค้า

7.1 ขอบเขตและวัตถุประสงค์การรับฟังลูกค้า

กระบวนการรับฟังลูกค้า ประกอบด้วย ระบบ และผังการไหลของกระบวนการทำงาน แนวทางปฏิบัติงาน มาตรฐานการปฏิบัติงาน และการติดตามและประเมินผล เพื่อให้ได้สารสนเทศไปใช้ในการพัฒนากระบวนการรับฟัง ตลอดจนการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายใน เพื่อส่งต่อและรวบรวมสารสนเทศที่เกิดจากการรับฟังลูกค้าได้อย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการวัดผลในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 29 ความสำคัญกับการวัดผลในประเด็นต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการรับฟังลูกค้า คือการรับฟังลูกค้าในเรื่องของข้อสอบถาม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ในรูปแบบของการสื่อสาร 2 ทาง เพื่อให้ได้สารสนเทศจากลูกค้าที่เป็นประโยชน์นำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ ธพส.

7.2 คำจำกัดความ

- 1) การจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

ตารางที่ 8 การจำแนกลูกค้า และกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

เกณฑ์จำแนกกลุ่มลูกค้า	ลูกค้า
1. ส่วนตลาดธุรกิจ	1.1 เช่าที่ดินและก่อสร้าง
	1.2 บริหารทรัพย์สิน
	1.3 บริหารงานก่อสร้าง
	1.4 ร่วมทุนกับเอกชน (PPP)

เกณฑ์จำแนกกลุ่มลูกค้า	ลูกค้า
2. ประเภทพื้นที่ /อาคาร	2.1 สำนักงาน
	2.2 Mix Use
	2.3 พาณิชยกรรม
	2.4 ที่อยู่อาศัย
3. โครงการ	3.1 โครงการศูนย์ราชการ (A B C)
	3.2 โครงการอื่น ๆ
4. สถานะลูกค้า	4.1 ลูกค้าเป้าหมาย
	4.2 ลูกค้าปัจจุบัน
	4.3 ลูกค้าอดีต
	4.4 ลูกค้าอนาคต
5. ประเภทลูกค้า	5.1 ผู้เช่าหน่วยงานภาครัฐ
	5.2 ผู้เช่าภาคเอกชน
	5.3 ผู้ใช้บริการ

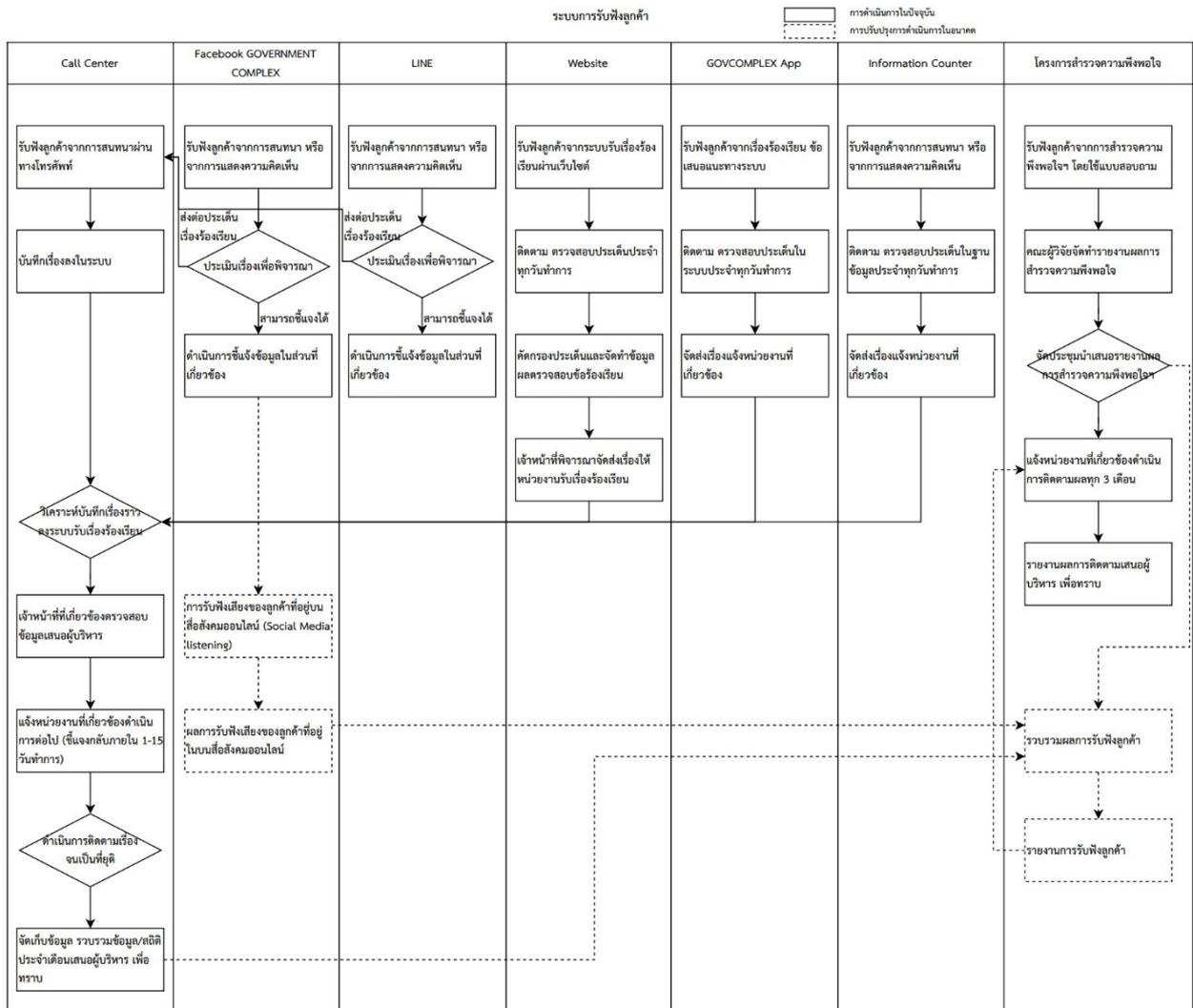
- 2) ลูกค้าของ ธพส. หมายถึง ลูกค้าผู้เช่าภาครัฐ ผู้เช่าภาคเอกชน และผู้ให้บริการของ ธพส. ในโครงการต่าง ๆ
- 3) ลูกค้าเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพและมีความต้องการในการใช้บริการผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ของ ธพส. โดยมีความครอบคลุม และปริมาณมากพอที่จะสนับสนุนในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายและนโยบายของหน่วยงานที่กำหนดไว้
- 4) ลูกค้าคู่แข่งและลูกค้าของคู่แข่ง หมายถึง ลูกค้าผู้เช่า/ใช้พื้นที่ หรือใช้บริการของคู่แข่ง ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ระดับเดียวกัน/สามารถเทียบเคียงกับ ธพส. โดยผลิตภัณฑ์หรือบริการจะมีลักษณะที่เหมือนหรือต่างกันได้ แต่จะมีลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคู่แข่งหรือคู่แข่ง อาจมีการปรับเปลี่ยนมาเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ ธพส.
- 5) อดีตลูกค้า หมายถึง ลูกค้าผู้ที่เคยเช่า หรือใช้บริการของ ธพส. แต่ปัจจุบันไม่ได้เช่าหรือ ใช้บริการ นานเกินกว่า 1 ปี
- 6) ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ ธพส. หมายถึง ผู้ที่มีศักยภาพและมีความต้องการที่จะเช่า/ใช้พื้นที่หรือใช้บริการของ ธพส. ทั้งในส่วนของผู้ไม่เคยเช่า/ใช้พื้นที่ หรือใช้บริการของ ธพส. ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และในส่วนที่เป็นบริการของ ธพส. ที่จะมีเพิ่มเติมในอนาคต

- 7) การรับฟังลูกค้า หมายถึง การรวบรวมเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่ง โดยหมายรวมถึง เรื่องร้องเรียน สอบถาม ข้อเสนอแนะ ในด้านต่าง ๆ เช่น การปฏิบัติงานของ ธพส. ผลกระทบจากการดำเนินโครงการของ ธพส. หรือไม่ได้รับความสะดวก หรือเดือดร้อนจากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการ
- 8) กระบวนการรับฟังลูกค้า หมายถึง กระบวนการที่แสดงลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานตั้งแต่การรับข้อมูลจากลูกค้า จนถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้
- 9) Call Center ศูนย์ราชการฯ 02142 2233 หมายถึง ช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อ ธพส. เพื่อร้องเรียน สอบถาม หรือให้ข้อเสนอแนะ ในเรื่องต่าง ๆ ด้วยการโทรศัพท์ผ่านหลายเลขที่ที่กำหนดตลอด 24 ชั่วโมง และ Call Center ธพส. 02 142 2222, 02 142 2203
- 10) เว็บไซต์ ธพส. www.dad.co.th และเว็บไซต์ ศูนย์ราชการฯ www.governmentcomplex.com หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต และสามารถรับเรื่องร้องเรียน สอบถามหรือให้ข้อเสนอแนะได้ผ่านทางเว็บไซต์
- 11) Information Counter หมายถึง จุดประชาสัมพันธ์ ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ทั้งเชิงประชาสัมพันธ์ และเชิงสนับสนุนลูกค้าด้านต่าง ๆ รวมทั้งรับเรื่องร้องเรียน สอบถาม ให้ข้อเสนอแนะ โดยเจ้าหน้าที่
- 12) GOVCOMPLEX App และ Facebook ธพส. หมายถึง ระบบของศูนย์ราชการ เพื่อให้บริการข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งเป็นช่องทางรับฟังเสียงลูกค้าผ่าน E-service ตลอด 24 ชั่วโมง
- 13) Facebook GOVERNMENT COMPLEX ศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะและ ZONE C หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสาร อัปเดตข่าวสาร และร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับเจ้าของเพจ
- 14) หน่วยงานภาครัฐ หมายถึง กรมธนารักษ์/กระทรวงการคลัง/ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน
- 15) หนังสือราชการ หมายถึง หน่วยงานภาครัฐที่เข้าพื้นที่ของโครงการ
- 14) บัญชี Line Group หมายถึง บัญชี line ของ เจ้าหน้าที่การตลาด ธพส. ที่ไว้ติดต่อสื่อสาร อัปเดตข่าวสาร และร่วมทำกิจกรรม กับลูกค้า
- 15) โครงการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ ธพส. หมายถึง โครงการที่ ธพส. ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ ธพส. ด้านต่าง ๆ

7.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ฝ่ายการตลาด
รับผิดชอบสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาด การจัดหาผู้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ใช้ใช้บริการ และให้สิทธิ์ในพื้นที่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งจัดสรรการให้เช่าพื้นที่ โอน สัมมอบอาคาร หรือพื้นที่ของโครงการศูนย์ราชการ และโครงการอื่น ๆ ให้แก่ลูกค้า จนเสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งมีหน้าที่บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของลูกค้าหลังการขาย การบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ การติดตามการชำระหนี้
2. ฝ่ายบริหารอสังหาริมทรัพย์
มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรม และบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุม ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนาจงานด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม ก่อสร้าง การปรับปรุงอาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง
3. ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1
มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรม ของอาคาร Zone A และ B รวมถึงงานบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุมงาน ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนาจงานด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม การก่อสร้าง การปรับปรุง อาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับอาคาร Zone A และ B รวมถึงการบริหารจัดการอาคาร ดูแลบำรุงรักษาและให้บริการ การใช้อาคารสถานที่ในความรับผิดชอบ ของ ธพส.
4. ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 2
มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิค วิศวกรรม ของอาคาร Zone C รวมถึงงานบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุมงาน ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนาจงานด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม การก่อสร้าง การปรับปรุง อาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับอาคาร Zone C รวมถึงการบริหารจัดการอาคาร ดูแลบำรุงรักษาและให้บริการ การใช้อาคารสถานที่ในความรับผิดชอบ ของ ธพส.
5. ฝ่ายบัญชี
กำกับดูแล และควบคุมการจัดทำบัญชี เอกสารประกอบการ ลงบัญชี และภาษีต่าง ๆ การปิดบัญชีและจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐาน และกำกับดูแล และตรวจสอบการใช้งบประมาณ ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นตามกำหนด
6. ส่วนประชาสัมพันธ์
ดำเนินการประชาสัมพันธ์ สร้างอัตลักษณ์ขององค์กร บริหาร สื่อมวลชน และการสื่อสารองค์กรทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ บริหารจัดการ Call center

7.4 ระบบการรับฟังลูกค้า



ภาพที่ 30 ระบบการรับฟังลูกค้า

7.5 แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า

ช่องทางการรับฟังลูกค้า สรุปได้ดังนี้

1) ช่องทาง Call Center (ส่วนประชาสัมพันธ์)

พนักงานให้บริการข้อมูล รับแจ้งข้อมูลจากผู้ใช้บริการหรือประชาชนทั่วไปที่ติดต่อทางโทรศัพท์ บันทึกข้อมูลชื่อและหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ใช้บริการ ประเภทเรื่อง หัวข้อเรื่อง รายละเอียด ช่วงเวลาที่รับเรื่อง ชื่อพนักงานเจ้าของเรื่อง และความเร่งด่วนของเรื่องในระบบรับแจ้งเรื่อง ดำเนินการแจ้งตอบข้อสอบถาม/ให้คำแนะนำ/ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการหรือประชาชนทั่วไป (กรณีที่ต้องประสานงานเพิ่มเติม พนักงานให้บริการข้อมูล สามารถนำข้อมูลร้องเรียน/ ข้อเสนอแนะ/ชมเชย ลงระบบรับเรื่อง รวมทั้งบันทึกข้อมูลลงในทะเบียนสรุปเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ เมื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเรียบร้อยแล้ว จะต้องจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการเป็นฐานข้อมูลของระบบ Call Center ต่อไป สำหรับเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังดำเนินการไม่ยุติ ผู้บริหาร call Center ต้องประสานติดตามผลความคืบหน้าจนกระทั่งได้ข้อยุติทุกเรื่อง (รายละเอียดปรากฏตามคู่มือการจัดการเรื่องร้องเรียน)

2) ช่องทาง Facebook GOVERNMENT COMPLEX

ส่วนประชาสัมพันธ์ ดำเนินการตรวจสอบ ข้อสอบถาม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ผ่านทางการแสดงความคิดเห็นจากรูปหรือข้อความที่ทาง Facebook Page หรือทางกล่องข้อความ ทุกวันทำการ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ และตอบกลับแจ้งผู้แสดงความคิดเห็นโดยทันทีหากเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ให้ข้อมูลจากรูปหรือข้อความที่ทาง Facebook Page และดำเนินการประชาสัมพันธ์ หากเป็นเรื่องที่อยู่นอกเหนือความเกี่ยวข้องกับ Facebook Page โดยจะแจ้งให้ผู้แสดงความคิดเห็นติดต่อ Call Center เพื่อประสานงานในการดำเนินเรื่องตามระบบหรือช่องทาง Call Center ต่อไป

3) ช่องทาง LINE

พนักงานฝ่ายการตลาด ดำเนินการตรวจสอบ ข้อสอบถาม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ผ่านทางการแสดงความคิดเห็นจากรูปหรือข้อความที่ทาง LINE หรือทางกล่องข้อความ ทุกวันทำการ โดยตอบกลับแจ้งผู้แสดงความคิดเห็นโดยทันทีหากเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ให้ข้อมูลจากรูปหรือข้อความที่ทาง LINE และดำเนินการประชาสัมพันธ์ หากเป็นเรื่องที่อยู่นอกเหนือความเกี่ยวข้องกับ LINE โดยจะแจ้งให้ผู้แสดงความคิดเห็นติดต่อ Call Center เพื่อประสานงานในการดำเนินเรื่องตามระบบงานหรือช่องทาง Call Center ต่อไป

4) ช่องทางเว็บไซต์

ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ จัดส่งข้อสอบถาม/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ผ่านระบบรับเรื่องร้องเรียนในเว็บไซต์ของ ธพส. ผู้ปฏิบัติงานฝ่ายสื่อสาร ตรวจสอบ/ติดตาม ข้อสอบถาม/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ในเว็บไซต์ ทุกวันทำการ ดำเนินการคัดกรองข้อสอบถาม/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ในเบื้องต้น และดำเนินการจัดส่งให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป (ภายใน 1 วันทำการ) ผู้ปฏิบัติงานดำเนินประสานงานกับ ส่วนประชาสัมพันธ์ เพื่อตอบ/ชี้แจง ผู้ใช้บริการได้รับทราบ ผ่านทางระบบรับเรื่องร้องเรียนในเว็บไซต์ และดำเนินการจัดเก็บ รวบรวมข้อมูลเพื่อดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

5) ช่องทาง GOVCOMPL EX App

ส่วนประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ผ่านช่องทางระบบ Web ของศูนย์ราชการ จัดส่งเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทราบและดำเนินการ ติดตามผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจนกว่าจะได้รับแจ้งข้อมูลเพื่อใช้ตอบชี้แจง และแจ้งตอบข้อเท็จจริง/ผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะทางระบบ Web ของศูนย์ราชการ

6) ช่องทาง Information Counter

ส่วนประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ผ่านช่องทางจุดประชาสัมพันธ์ ทุกวัน จัดส่งเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทราบ ติดตามผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจนกว่าจะได้รับแจ้งข้อมูลเพื่อใช้ตอบชี้แจง และแจ้งตอบข้อเท็จจริง/ผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ทางระบบฐานข้อมูล

7.7 การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า

ตารางที่ 9 การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า

รายการตรวจสอบและติดตาม	การประเมินผล
1. ช่องทาง Call Center	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจความพึงพอใจหลังสิ้นสุดการสนทนา และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
2. ช่องทาง เว็บไซต์	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
3. ช่องทาง Facebook	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
4. ช่องทาง LINE	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี

7.8 แนวทางปฏิบัติในประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี ของผู้ใช้บริการศูนย์ราชการ ที่มีต่อการให้บริการ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ของ ธพส. ภายใต้แผนวิสาหกิจ และแผนปฏิบัติการประจำปี รวมทั้งแผนพัฒนาดิจิทัล เพื่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ ธพส. และแผนปฏิบัติการพัฒนาดิจิทัลaa ประจำปี ทั้งนี้ ธพส. กำหนดวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสำรวจเป็นหลัก โดยมีการทดสอบแบบสำรวจให้เป็นไปตามหลักสถิติ กำหนดให้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่สามารถทำให้ผลการสำรวจครอบคลุมและเป็นตัวแทนผู้ใช้บริการในทุกกลุ่ม โดยกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้เหมาะสมกับปริมาณผู้ใช้บริการ

- การติดตามและการประเมินผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

ตารางที่ 10 การติดตามและการประเมินผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

รายการตรวจสอบและติดตาม	การประเมินผล
1. โครงการสำรวจความพึงพอใจ	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินประสิทธิผลจากร้อยละความสำเร็จของงานตามแผนที่กำหนด และความสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ของ ธพส. - ดำเนินการควบคุมการสำรวจตามรายละเอียดจัดซื้อจัดจ้างผ่านคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

● **มาตรฐานงาน**

ตารางที่ 11 มาตรฐานงาน

ช่องทาง กิจกรรม และขั้นตอน	มาตรฐานคุณภาพของกิจกรรม
1. งานให้บริการข้อมูล ผ่าน Call Center	กำหนดให้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจหลังสิ้นสุดการสนทนา ทั้งนี้ให้พิจารณาความเหมาะสม และความพร้อมในการให้ข้อมูลของผู้สนทนา
2. งานรับเรื่องร้องเรียน และข้อเสนอแนะ ช่องทางเว็บไซต์	กำหนดให้ดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียน และข้อเสนอแนะ อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ในวันทำการ
3. ช่องทาง Facebook	กำหนดให้ตรวจสอบและตอบกลับ เรื่องสอบถามและข้อคิดเห็น อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ในวันทำการ
4. ช่องทาง LINE	กำหนดให้ตรวจสอบและตอบกลับ เรื่องสอบถามและข้อคิดเห็น อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ในวันทำการ
5. งานชี้แจงตอบกลับผู้ร้องเรียน	กำหนดให้พิจารณาตอบกลับผู้ร้องเรียนในเบื้องต้น ภายใน 1-15 วันทำการ ทั้งนี้ให้พิจารณาความเหมาะสมของเรื่องร้องเรียน
6. จัดเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล/สถิติ ประจำเดือน เสนอผู้บริหาร เพื่อทราบ	กำหนดให้รวบรวมข้อมูล/สถิติ เดือนละ 1 ครั้ง
7. โครงการสำรวจความพึงพอใจ	ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ โดยหน่วยงานภายนอก ปีละ 1 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 1,500 ตัวอย่าง ครอบคลุมลูกค้าศูนย์ราชการ กำหนดวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสำรวจเป็นหลัก กำหนดให้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่สามารถทำให้ผลการสำรวจครอบคลุมและเป็นตัวแทนลูกค้าทุกกลุ่ม
8. การปรับปรุงคู่มือและกระบวนการรับฟังลูกค้า	กำหนดให้ปรับปรุงคู่มือและกระบวนการรับฟังลูกค้าปีละ 1 ครั้ง

● **การประเมินผล**

ตารางที่ 12 การประเมินผล

รายการตรวจสอบและติดตาม	การประเมินผล
1. งานให้บริการข้อมูลผ่าน Call Center	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจความพึงพอใจหลังสิ้นสุดการสนทนา และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
2. ช่องทาง เว็บไซต์	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
3. ช่องทาง Facebook	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
4. ช่องทาง LINE	ประเมินประสิทธิผลจากการสำรวจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
5. โครงการสำรวจความพึงพอใจ	ประเมินประสิทธิผลจากร้อยละความสำเร็จของงานตามแผนที่กำหนด และความสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ของ รพส.



8. คู่มือการจัดการข้อร้องเรียน

การจัดการข้อร้องเรียน เป็นการจัดการข้อร้องเรียนของการสื่อสาร การรับข้อคิดเห็น การติดตาม การตอบรับ การตรวจสอบและตอบสนองข้อร้องเรียนจากช่องทางต่าง ๆ การวิเคราะห์ระดับข้อร้องเรียน การแจ้งกลับผู้ร้องเรียน การประสานข้อมูลลูกค้า การประสานหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก การติดตามและการแก้ไข ปรับปรุงในการแจ้งกลับให้ผู้ร้องเรียนทราบ และการรายงานผลการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

8.1 วัตถุประสงค์การจัดการข้อร้องเรียน

- 1) เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ ธพส. ให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ ธพส.
- 2) เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการรับข้อร้องเรียนและการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ ธพส. ได้มีการปฏิบัติตามขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับนโยบายและระเบียบปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนที่กำหนดไว้ อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ
- 3) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ ธพส. ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ
- 4) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า สามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองข้อร้องเรียนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุร้องเรียนซ้ำ
- 5) เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า ธพส. มีช่องทางและกระบวนการรับข้อร้องเรียนที่โปร่งใส ปลอดภัย และเป็นธรรมต่อผู้ร้องเรียน รวมถึงเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานของ ธพส.

8.2 ขอบเขตการจัดการข้อร้องเรียน

ธพส. ตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อใช้เป็นวิธีการปฏิบัติงานของผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ทุกฝ่าย/ส่วนงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบว่าด้วยการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ ธพส. เพื่อบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า เสริมสร้างความภักดี ตลอดจนนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานของ ธพส. ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดความเป็นรูปธรรม มีมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ปลอดภัย และเป็นธรรม

8.3 คำนิยาม (Definition)

ตารางที่ 13 คำนิยาม (Definition)

ลำดับ	คำ (Word)	คำนิยาม / คำจำกัดความ (Definition)
1	ข้อร้องเรียน	เรื่องร้องเรียนอันเนื่องมาจากการดำเนินงานหรือการประกอบกิจการของ ธพส. ซึ่งผู้ร้องเรียนได้ยื่นหรือส่งข้อร้องเรียนเพื่อขอความเป็นธรรมหรือขอความช่วยเหลือด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งตามที่ ธพส. กำหนดช่องทางการรับฟังหรือช่องทางการร้องเรียน
2	การบริหารจัดการข้อร้องเรียน	กระบวนการจัดการตามข้อกำหนดและมาตรฐานในการจัดการข้อร้องเรียนที่สำคัญ ได้แก่ การร้องเรียนและการรับข้อร้องเรียน การตรวจสอบข้อเท็จจริงและการแก้ไขข้อร้องเรียน การกำหนดมาตรการติดตามและรายงานผลข้อร้องเรียน เพื่อให้ผู้ร้องเรียนเกิดความพึงพอใจ
3	การแจ้งเหตุ	การแจ้งเรื่องราวความผิดปกติ ให้ ธพส. ทราบ เพื่อดำเนินการแก้ไขอยู่ในสภาวะปกติ หรือแจ้งเบาะแสต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ ธพส. ในด้านต่าง ๆ
4	การตอบสนองต่อข้อร้องเรียน	การนำข้อร้องเรียนเข้าสู่กระบวนการ และสื่อสารแจ้งรับข้อร้องเรียน พร้อมดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนภายใน 15 วัน
5	องค์ประกอบเรื่องร้องเรียน	<ul style="list-style-type: none"> - เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามภารกิจของ ธพส. - ชื่อ-นามสกุล ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียน - หมายเลขโทรศัพท์ หรือ E-mail
6	ประเภทของเรื่องร้องเรียน	<ul style="list-style-type: none"> - การปฏิบัติงานตามภารกิจของ ธพส. - การทุจริตคอร์รัปชัน - ข้อร้องเรียนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
7	ตัวชี้วัดมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียน	<p>ตัวชี้วัดกรอบเวลาดำเนินการตามขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาตอบรับข้อร้องเรียนไปยังผู้ร้องเรียน (Response Time) 1 วันทำการ นับจากวันที่ได้รับเรื่องร้องเรียน - ระยะเวลาในการจัดการข้อร้องเรียนให้แล้วเสร็จ (Close Out Rate) ภายใน 15 วัน

		- ระยะเวลาตอบรับข้อร้องเรียนไปยังผู้ร้องเรียน (Response Time) การแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ร้องเรียนทราบภายใน 15 วัน หลังจากแก้ไขข้อร้องเรียนแล้วเสร็จ
--	--	--

8.4 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.



ภาพที่ 31 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.

ตารางที่ 14 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.

ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน	หน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน	วิธีการดำเนินงาน
1. Call Center ศูนย์ราชการฯ 0 2142 2233	ส่วนประชาสัมพันธ์	- โทรศัพท์แจ้งเรื่องร้องเรียนได้ทันที
2. Call Center ธพส. 02 142 2222, 02 142 2203	ส่วนประชาสัมพันธ์	- แจ้งข้อร้องเรียนต่อเจ้าหน้าที่ ธพส. ได้โดยตรงทันที
3. เว็บไซต์ ธพส. www.dad.co.th	ส่วนประชาสัมพันธ์	- กรอกรายละเอียดและเรื่องร้องเรียนใน website ที่เมนู ติดต่อเรา > ร้องเรียน,ติชม
4. เว็บไซต์ ศูนย์ราชการฯ www.governmentcomplex.com	ส่วนประชาสัมพันธ์	
5. Information Counter	ส่วนประชาสัมพันธ์	- แจ้งเรื่องร้องเรียนแก่เจ้าหน้าที่ประจำเคาน์เตอร์
6. E-Service (QR Code) (รับฟังความคิดเห็น/เสนอแนะ/ร้องเรียน,ติชม/แจ้งซ่อม)	ส่วนประชาสัมพันธ์	- กรอกรายละเอียด และเรื่องร้องเรียนใน website ที่เมนู ติดต่อเรา > ร้องเรียน,ติชม
7. Facebook: ธพส. และ GOVCOMPLEX App	ส่วนประชาสัมพันธ์	- แจ้งเรื่องร้องเรียนในช่อง Inbox Message

8. Facebook: GOVERNMENT COMPLEX ศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ	ส่วนประชาสัมพันธ์	
9. Facebook: GOVERNMENT COMPLEX ศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ ZONE C	ส่วนประชาสัมพันธ์	
10. หน่วยงานภาครัฐ (กรมธนารักษ์/ กระทรวงการคลัง/ ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ 1111)	กรมธนารักษ์, กระทรวงการคลัง	- โทรแจ้งผ่านสำนักนายกรัฐมนตรี
11. หนังสือร้องเรียน	ส่วนประชาสัมพันธ์	- Walk-in ยื่นหนังสือแก่เจ้าหน้าที่ - ทางไปรษณีย์ ธพส.
12. ช่องทาง LINE	ฝ่ายการตลาด	- แจ้งเรื่องร้องเรียนในช่องแชท Chat Line

8.5 ผู้เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียน

ตารางที่ 15 ผู้เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียน

ผู้เกี่ยวข้อง	ความหมาย
1. ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียน	บุคคลทั่วไป, ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, ผู้บริหารและพนักงานทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ที่ได้แจ้งเรื่องร้องเรียน
2. ผู้ประสานงาน	ส่วนประชาสัมพันธ์ และคณะทำงานศูนย์ป้องกันและปราบปรามการทุจริตภายในหน่วยงาน ทำหน้าที่เป็นผู้รับเรื่อง เก็บข้อมูลเบื้องต้น รวมทั้งเก็บผลสรุปของการดำเนินงาน กรณีมีการแจ้งข้อร้องเรียนต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ให้ส่งสำเนาเรื่องร้องเรียนให้ผู้ประสานงานทุกครั้ง
3. ผู้ดูแลเรื่องร้องเรียน	ผู้บังคับบัญชาโดยตรงของผู้ถูกร้องเรียน
4. ผู้ดูแลเรื่องระเบียบวินัย	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล
5. ผู้บังคับบัญชาสูงสุด	กรรมการผู้จัดการ

8.6 การกำหนดระยะเวลาการแก้ไขเรื่องร้องเรียน

ตารางที่ 16 การกำหนดระยะเวลาการแก้ไขเรื่องร้องเรียน

เรื่องร้องเรียน	ระยะเวลา
1. กลุ่มเรื่องร้องเรียนที่อยู่นอกเหนือขอบเขตความรับผิดชอบของ ธพส. ซึ่ง ธพส. จะต้องพิจารณาและดำเนินการตอบกลับหรือชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ร้องเรียน หากตอบกลับหรือชี้แจงเกินกว่าระยะเวลาที่กำหนด จะไม่นับเป็นผลสำเร็จ	ภายใน 1 วันทำการ นับจากวันที่รับเรื่องร้องเรียน
2. กลุ่มเรื่องร้องเรียนที่สามารถแก้ไขได้ ภายใน 15 วันทำการ ธพส. จะต้องดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จ และแจ้งกลับผู้ร้องเรียนภายใน 15 วันทำการ นับจากวันที่ ธพส. ได้รับเรื่องร้องเรียน หากแก้ไขเกินกว่า 15 วันทำการ จะไม่นับเป็นผลสำเร็จ	ภายใน 15 วันทำการ
3. กลุ่มเรื่องร้องเรียนที่ไม่สามารถแก้ไขได้ภายใน 15 วันทำการ ธพส. ต้องแจ้งแนวทางการแก้ไขปัญหา พร้อมระบุระยะเวลาที่ชัดเจนในการแก้ไขปัญหาต่อผู้ร้องเรียน ภายใน 15 วันทำการ นับจากวันที่ ธพส. ได้รับเรื่องร้องเรียน และสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาตามระยะเวลาที่แจ้งต่อผู้ร้องเรียน	ภายใน 15 วันทำการ

8.7 บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ

ตารางที่ 17 บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ

ฝ่าย/ส่วนงาน	บทบาทและอำนาจหน้าที่
ส่วนประชาสัมพันธ์	รับข้อร้องเรียน กลั่นกรอง แจกจ่ายเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของ ธพส. ให้กับฝ่ายที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ติดตามเรื่องร้องเรียนจากฝ่ายที่รับผิดชอบ พร้อมติดต่อไปยังผู้ร้องเรียนแจ้งให้ทราบถึงสถานะการดำเนินการแก้ไขและผลการแก้ไข รวบรวมและจัดทำรายงานการจัดการข้อร้องเรียน
ฝ่าย/ส่วนงาน ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องร้องเรียน	รับเรื่องร้องเรียนจากส่วนประชาสัมพันธ์ ดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียนภายใน 15 วัน ตามเกณฑ์ที่กำหนด และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้ผู้ร้องเรียนทราบ

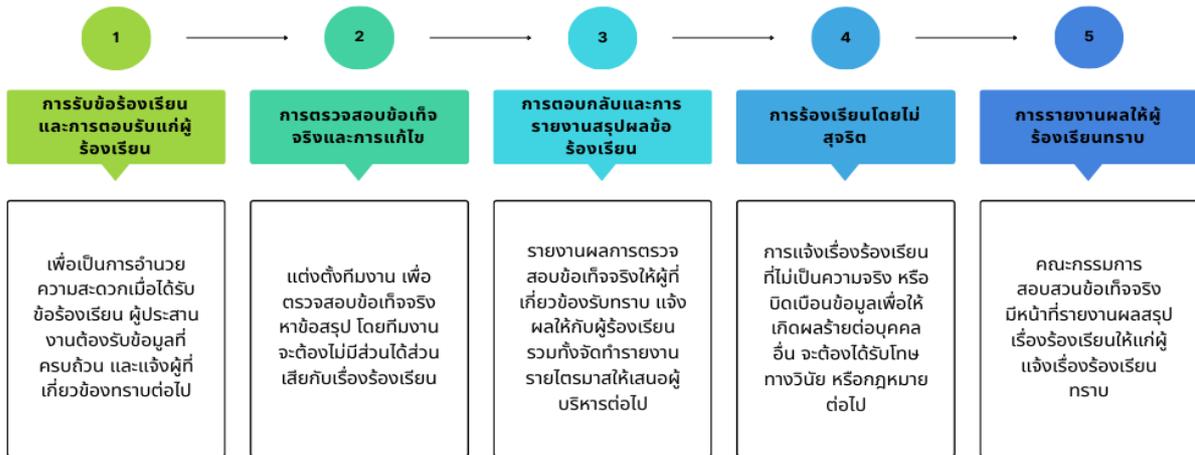
8.8 เครื่องมือ

- 1) ระบบรับเรื่องร้องเรียน
- 2) แบบฟอร์มตรวจสอบข้อร้องเรียน
- 3) แบบฟอร์มแจ้งผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน

8.9 ระบบรองรับการรับฟังลูกค้า ประกอบด้วย

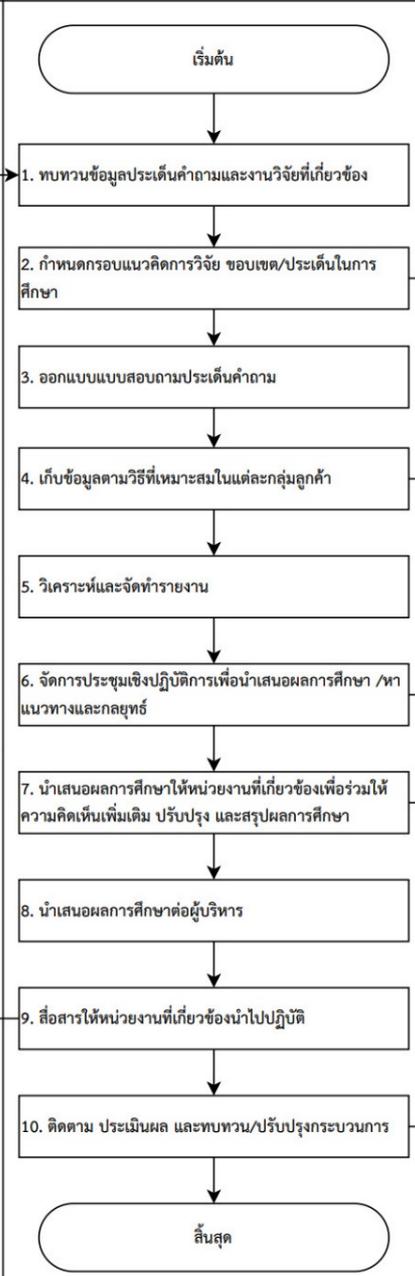
- 1) ระบบประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี
- 2) ระบบจัดการข้อร้องเรียน
(รายละเอียดดังตาราง)

กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน



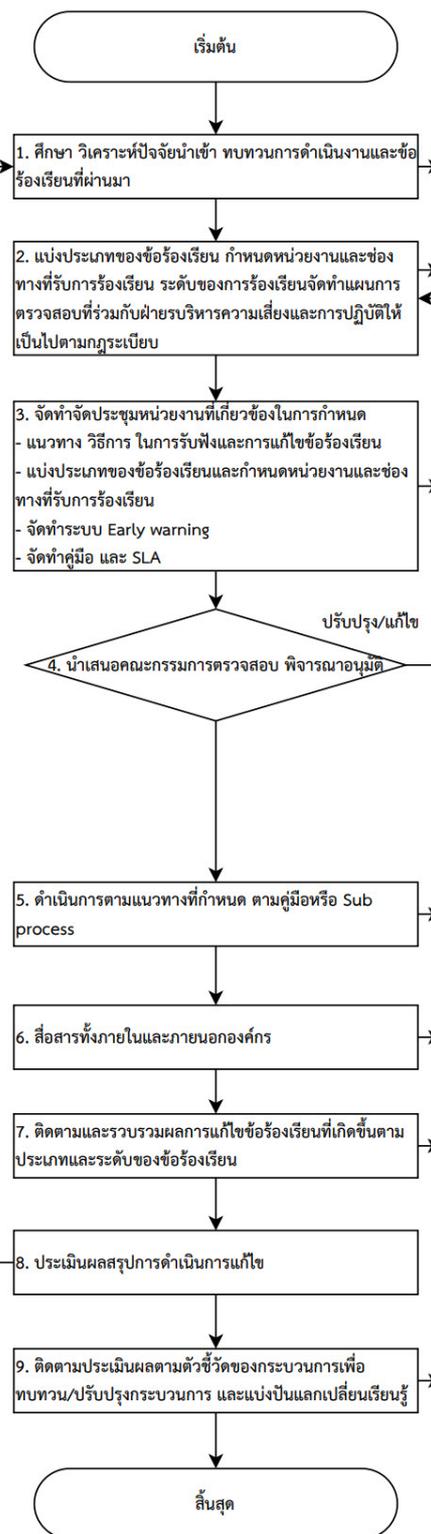
ภาพที่ 32 กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

8.10 กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดธพส. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าที่ผ่านมา - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ฝ่ายแผนและบริหารความเสี่ยง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดธพส. - ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - สถิติการใช้ช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า - ผลการสำรวจพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - ข้อเสนอแนะ คำติชม ข้อร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - นโยบายและทิศทางของ ธพส. - ช่องทางการรับฟังของคู่แข่ง/คู่เทียบ - การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี - ความคิดเห็นของพนักงาน 	 <pre> graph TD Start([เริ่มต้น]) --> Step1[1. ทบทวนข้อมูลประเด็นคำถามและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง] Step1 --> Step2[2. กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ขอบเขต/ประเด็นในการศึกษา] Step2 --> Step3[3. ออกแบบแบบสอบถามประเด็นคำถาม] Step3 --> Step4[4. เก็บข้อมูลตามวิธีที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มลูกค้า] Step4 --> Step5[5. วิเคราะห์และจัดทำรายงาน] Step5 --> Step6[6. จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอผลการศึกษา /หาแนวทางและกลยุทธ์] Step6 --> Step7[7. นำเสนอผลการศึกษาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมให้ความคิดเห็นเพิ่มเติม ปรับปรุง และสรุปผลการศึกษา] Step7 --> Step8[8. นำเสนอผลการศึกษาต่อผู้บริหาร] Step8 --> Step9[9. สื่อสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ] Step9 --> Step10[10. ติดตาม ประเมินผล และทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการ] Step10 --> End([สิ้นสุด]) </pre>	<ul style="list-style-type: none"> - กรอบแนวคิดในการศึกษา - ขอบเขต/ประเด็นการศึกษา - วิธีการศึกษา - กลุ่มตัวอย่าง - ผลการศึกษา - แนวทางและกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าเหนือความคาดหวัง - รายงานผลการศึกษา - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์กรความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้า - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - ฝ่ายการตลาด - ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ - ฝ่ายแผนและบริหารความเสี่ยง 	<p>ม.ค.</p> <p>ก.พ. - มี.ค.</p> <p>เม.ย. - พ.ค.</p> <p>พ.ค. - มิ.ย.</p> <p>มิ.ย.</p> <p>มิ.ย. - ส.ค.</p> <p>ส.ค.</p> <p>ม.ค.</p>

ภาพที่ 33 ผังกระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

8.11 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<p>- กระบวนการกำหนดออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีต และอนาคต) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>- กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์</p> <p>- ผู้เข้าพื้นที่</p> <p>- ผู้ให้บริการ</p> <p>- ชุมชน</p> <p>- ผู้บริหาร/คณะกรรมการ</p>	<p>ข้อมูลภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทิศทางการดำเนินงานของ ธพส. - ข้อเสนอแนะจากผู้บริหาร ธพส. - ข้อมูลลูกค้า ธพส. - ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้า - ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า - ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง <p>ข้อมูลภายนอก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลสรุปการประเมินตามระบบ TRIS (Feedback Report) - สภาพการแข่งขันของธุรกิจ - กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของคู่แข่ง - กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดที่อาจมีในอนาคต 	 <pre> graph TD Start([เริ่มต้น]) --> Step1[1. ศึกษา วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า ทบทวนการดำเนินงานและข้อร้องเรียนที่ผ่านมา] Step1 --> Step2[2. แบ่งประเภทของข้อร้องเรียน กำหนดหน่วยงานและช่องทางที่รับการร้องเรียน ระดับของการร้องเรียนจัดทำแผนการตรวจสอบที่ร่วมกับฝ่ายบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎระเบียบ] Step2 --> Step3[3. จัดทำจัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนด - แนวทาง วิธีการ ในการรับฟังและการแก้ไขข้อร้องเรียน - แบ่งประเภทของข้อร้องเรียนและกำหนดหน่วยงานและช่องทางที่รับการร้องเรียน - จัดทำระบบ Early warning - จัดทำคู่มือ และ SLA] Step3 --> Decision{4. นำเสนอคณะกรรมการตรวจสอบ พิจารณานอนุมัติ} Decision --> Step5[5. ดำเนินการตามแนวทางที่กำหนด ตามคู่มือหรือ Sub process] Decision --> Step4[ปรับปรุง/แก้ไข] Step5 --> Step6[6. สื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร] Step6 --> Step7[7. ติดตามและรวบรวมผลการแก้ไขข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นตามประเภทและระดับของข้อร้องเรียน] Step7 --> Step8[8. ประเมินผลสรุปการดำเนินการแก้ไข] Step8 --> Step9[9. ติดตามประเมินผลตามตัวชี้วัดของกระบวนการเพื่อ ทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการ และแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้] Step9 --> End([สิ้นสุด]) </pre>	<ul style="list-style-type: none"> - สารสนเทศลูกค้าและส่วนตลาด - ประเภท ระดับ ช่องทางการร้องเรียน - แนวทางในการแก้ไขข้อร้องเรียนตามประเภท (ความเสียหายของพื้นที่ ภาพลักษณ์ การให้บริการ ฯลฯ) - ระดับ รุนแรงน้อย รุนแรงปานกลาง รุนแรงมาก - หน่วยงานที่รับผิดชอบ - คู่มือ/ SLA - ระบบ Early warning - คู่มือและวิธีปฏิบัติในการตรวจสอบหน่วยงานช่องทางและกรอบอัตราค่าสิ่ง - รายงานสรุปผลการตรวจสอบของหน่วยงาน - รายงานสรุปผลการแก้ไขข้อร้องเรียน - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์ความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า - กระบวนการกำหนดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการสนับสนุนลูกค้า - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ส่วนประชาสัมพันธ์ - ฝ่ายทรัพยากรบุคคล - ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า 	<p>พ.ค.</p> <p>พ.ค.</p> <p>พ.ค.</p> <p>มี.ย. - ก.ค.</p> <p>ส.ค.</p> <p>ก.ย.</p> <p>ค.ค.</p> <p>รายเดือน</p> <p>ธ.ค.</p>

ภาพที่ 34 ผังกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน



ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

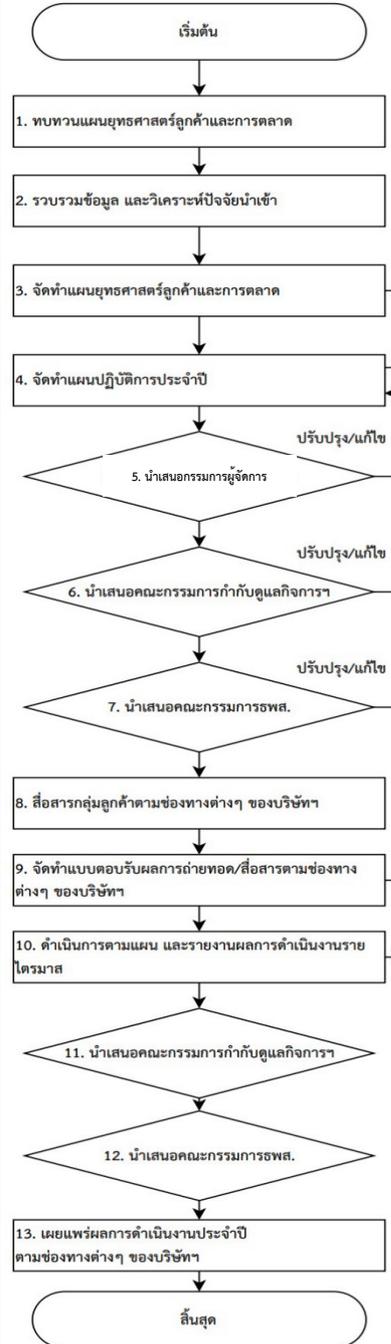
กระบวนการตามเกณฑ์ Core Business Enablers ด้านลูกค้าและตลาด

15. กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด
16. กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด
17. กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า
18. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า
19. กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
20. กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงาน และกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่
21. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด
22. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่
23. กระบวนการสนับสนุนลูกค้า
24. กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
25. กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน

กระบวนการตามภารกิจ

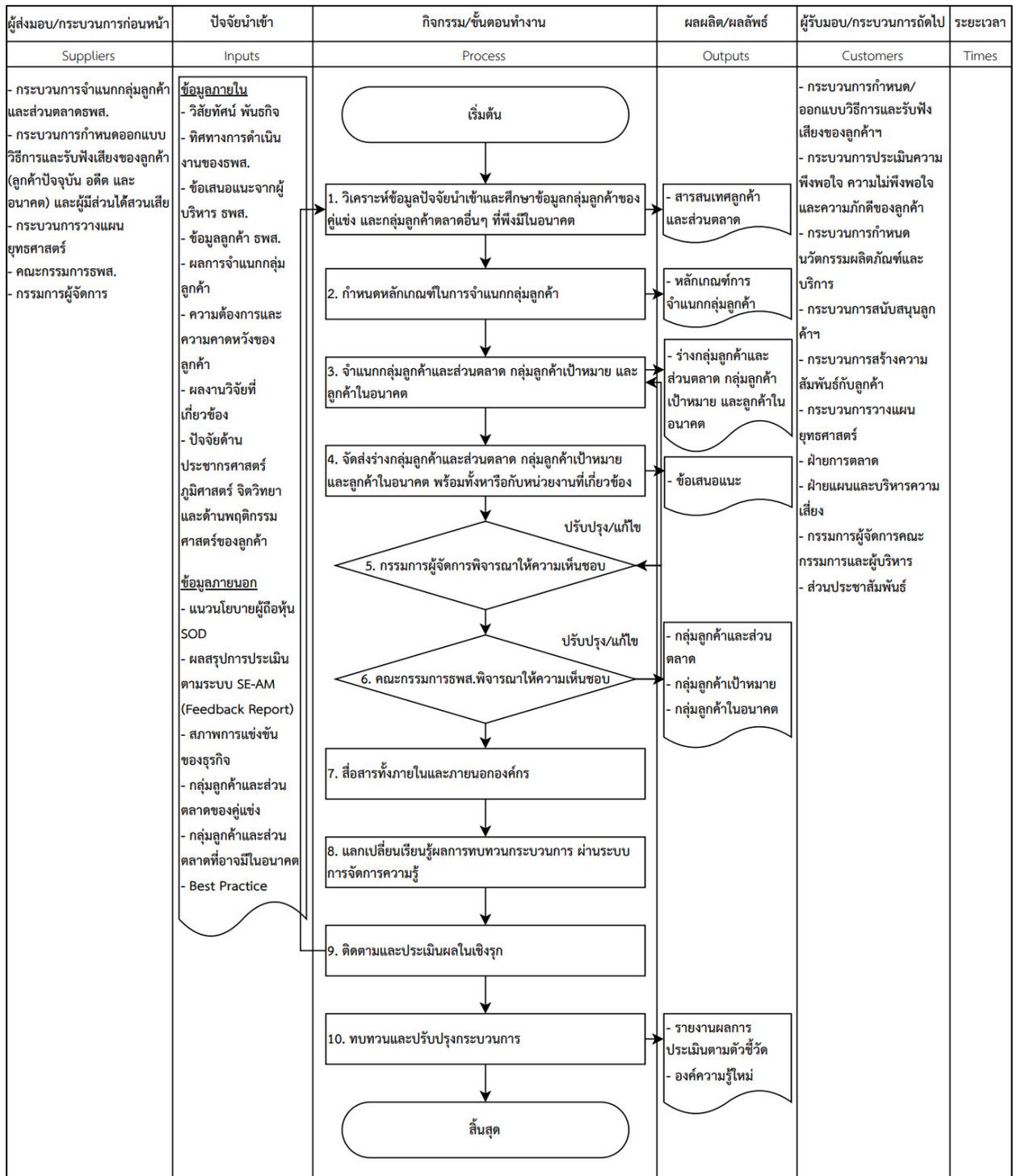
26. กระบวนการบริหารหนี้
27. กระบวนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน
28. กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือน

1. กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
- ฝ่าย/ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	- แผนยุทธศาสตร์ลูกค้าและการตลาดของปีที่ผ่านมา - ผลลัพธ์ของการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา - ทิศทาง/นโยบายขององค์กร - กลุ่มลูกค้าระดับองค์กร - ปัจจัยนำเข้าตามเกณฑ์ประเมินผลด้านลูกค้าและการตลาด - แผนวิสัยทัศน์ขององค์กร - วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร		- แผนยุทธศาสตร์ลูกค้าและการตลาด - แผนปฏิบัติการประจำปี	- ฝ่าย/ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 5 : ได้รับความเห็นชอบจากกรรมการผู้จัดการภายในเดือนสิงหาคม
ตัวชี้วัด Leading	แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดและแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการฯ ภายในเดือนกันยายน
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดและแผนปฏิบัติการแล้วเสร็จและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ รพส. ภายในเดือนกันยายน
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ดำเนินการได้ตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดร้อยละ 100

2. กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของ บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด



จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 4 : จัดทำหรือทบทวนร่างกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดได้แล้วเสร็จ
ตัวชี้วัด Leading	การสื่อสารทั้งภายในและภายนอก
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	อัตราการรับรู้กลุ่มลูกค้าและตลาดของบุคลากร
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	การนำกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดไปใช้ในการวางแผนด้านลูกค้าและตลาด



3. กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า และลูกค้าในอนาคต) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ธพส. - กระบวนการกำหนดออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีต และอนาคต) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ธพส. - ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - สถิติการใช้ช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า - ผลการสำรวจพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - ข้อเสนอแนะ คำติชม ข้อร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - นโยบายธนาคารและทิศทางของ ธพส. - ช่องทางการรับฟังของคู่แข่ง/คู่เทียบ - การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี - ความคิดเห็นของพนักงาน 		<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทาง/วิธีการในการรับฟังเสียงลูกค้า - วิธีการสื่อสารช่องทางให้ลูกค้าทราบ - คู่มือการรับฟังเสียง - คำสั่งการรับฟังเสียง - ความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญ - ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - ข้อมูลสถิติการใช้ช่องทาง - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์ความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าแต่ละส่วนตลาด - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - กระบวนการออกแบบปรับปรุงและนวัตกรรมกระบวนการทำงาน - กระบวนการพัฒนาบุคคล - กระบวนการจัดการความรู้ - หน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ละช่องทางฯ - ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 	

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 7 : รวบรวมและวิเคราะห์เสียงของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ตัวชี้วัด Leading	การรับฟังเสียงของลูกค้าและบันทึกเข้าสู่ระบบ
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	การติดตามรายงานผลการรับฟังเสียงของลูกค้า (อย่างน้อยรายไตรมาส)
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า



4. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดธพส. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าปีที่ผ่านมา - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ฝ่ายแผนและบริหารความเสี่ยง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดธพส. - ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - สถิติการใช้ช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า - ผลการสำรวจพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจเกี่ยวกับช่องทาง/วิธีการรับฟัง - ข้อเสนอแนะ คำติชม ข้อร้องเรียนของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - นโยบายและทิศทางของ ธพส. - ช่องทางการรับฟังของคู่แข่ง/คู่เทียบ - การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี - ความคิดเห็นของพนักงาน 		<ul style="list-style-type: none"> - กรอบแนวคิดในการศึกษา - ขอบเขต/ประเด็นการศึกษา - วิธีการศึกษา - กลุ่มตัวอย่าง - ผลการศึกษา - แนวทางและกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าเหนือความคาดหวัง - รายงานผลการศึกษา - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์ความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้า - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - ฝ่ายการตลาด - ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ - ฝ่ายแผนและบริหารความเสี่ยง 	<p>ม.ค.</p> <p>ก.พ. - มี.ค.</p> <p>เม.ย. - พ.ค.</p> <p>พ.ค. - มิ.ย.</p> <p>มิ.ย.</p> <p>มิ.ย. - ส.ค.</p> <p>ส.ค.</p> <p>ม.ค.</p>

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 4 : การเก็บข้อมูลตามวิธีการที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มลูกค้า
ตัวชี้วัด Leading	ความสำเร็จในการเก็บข้อมูลผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความสำเร็จในการจัดทำรายงานผลการศึกษาหรือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ระดับคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจของลูกค้า ระดับคะแนนความผูกพันของลูกค้า

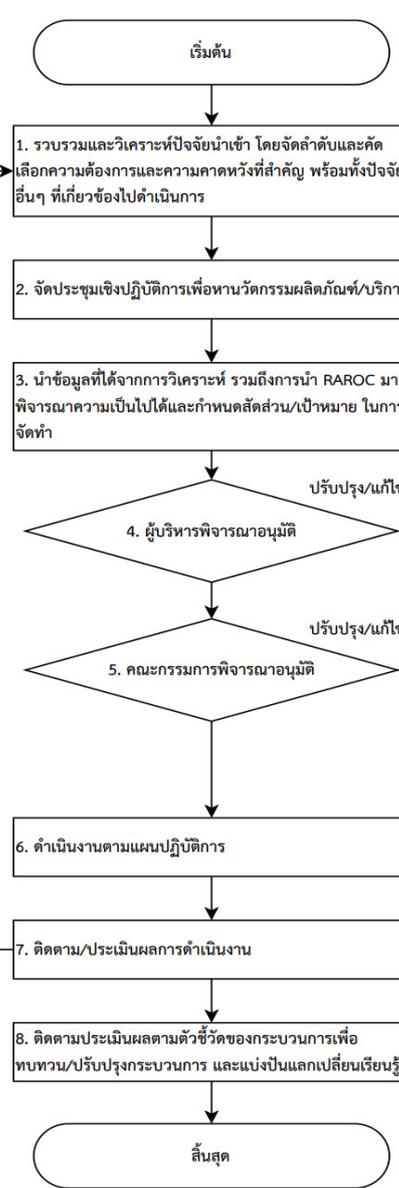


5. กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้สนับสนุน/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด อพ.ส. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี - กระบวนการประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจและการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาด การปรับปรุงระบบงาน - กระบวนการทำงานและการพัฒนาโลกทัศน์ใหม่ - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - กระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน - กระบวนการวางแผนวิสาหกิจ - กระบวนการจัดการความรู้ - กระบวนการบริหารจัดการนวัตกรรม - กระบวนการคลัง - คณะกรรมการ อพ.ส. - ผู้บริหารระดับสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด - แผนการหารายได้ แผนการตลาด แนวทางการปรับปรุงกระบวนการทำงาน และแผนพหุพัฒนาโลกทัศน์ใหม่ - ความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งในปัจจุบันและในอนาคต จากช่องทาง - พฤติกรรมลูกค้า - ผลการศึกษาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า - ผลการศึกษาคำติชม/ข้อเสนอแนะ/ข้อเสนอแนะ - ระยะเวลาความต้องการผลิตภัณฑ์ - คู่แข่ง คู่เทียบในตลาด - ผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและความกังวลต่อสาธารณะ - องค์ความรู้จากโครงการผลิตภัณฑ์ บริการ ต่างๆ - Innovation Portfolio - นโยบายของรัฐบาล - นโยบาย คณะกรรมการ อพ.ส. และผู้บริหารระดับสูง - นโยบายการแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรม 	<p>เริ่มต้น</p> <p>1. วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า เพื่อกำหนดรายละเอียดการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะผลิตภัณฑ์ เป้าหมายการค้า/การเงิน - ลักษณะการแข่งขันในตลาด - การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และบริการของผู้เทียบหรือคู่แข่ง รวมทั้งพิจารณาถึงการวาง Positioning ของ อพ.ส. ให้ชัดเจน - โอกาสทางธุรกิจและโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การวิเคราะห์ความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม - องค์ความรู้จากโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง <p>ปรับปรุง/แก้ไข</p> <p>2. นำเสนอกรรมการผู้จัดการ</p> <p>ปรับปรุง/แก้ไข</p> <p>3. นำเสนอคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ</p> <p>ปรับปรุง/แก้ไข</p> <p>4. นำเสนอคณะกรรมการ อพ.ส. พิจารณานอมนิติ</p> <p>5. เตรียมความพร้อมในการออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ติดต่อกู้ยืมหรือพันธบัตร - พัฒนาระบบงาน/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน - พิจารณาโครงสร้าง/อัตราค่าจ้าง - จัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบพัสดุ - จัดทำระเบียบ ประกาศ คำสั่ง หนังสือขั้วข้อง และคู่มือการปฏิบัติงาน - จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก <p>ปรับปรุง/แก้ไข</p> <p>6. นำเสนอกรรมการผู้จัดการพิจารณาอนุมัติ</p> <p>7. สำรองความคิดเห็น/ความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการกับลูกค้า (Pre-Sale)</p> <p>8. การทวนสอบหรือทดสอบ และรับรองผลของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม</p> <p>9. ดำเนินการนำผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาด</p> <p>10. ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน การออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม</p> <p>11. สรุปบทเรียนและจัดทำองค์ความรู้กระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ</p> <p>12. ทบทวนกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ</p> <p>สิ้นสุด</p>	<ul style="list-style-type: none"> (ร่าง) รายงานการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม (ร่าง) รายงานการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม (ร่าง) รายงานการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม รายงานการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม (ฉบับสมบูรณ์) รายงานสรุปผลการเตรียมความพร้อมในการออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม รายงานสรุปผลการเตรียมความพร้อมในการออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม รายงานสรุปผลการทวนสอบหรือทดสอบ และรับรองผลของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/ปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม พร้อมดำเนินการนำออกสู่ตลาดจริง โดยมีตัวชี้วัดผลผลิต/ผลลัพธ์ รายงานผลการนำผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาด รายงานสรุปผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์และบริการใหม่หรือการปรับปรุงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม รายงานองค์ความรู้กระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ (ที่ทบทวน/ปรับปรุงใหม่) 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการวางแผนการขาย - กระบวนการทางการตลาด - กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศ - กระบวนการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการพัฒนาบุคลากร - กระบวนการจัดการความรู้ - กระบวนการบริหารจัดการนวัตกรรม - ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ - ส่วนจัดการความรู้และนวัตกรรม - ลูกค้า 	

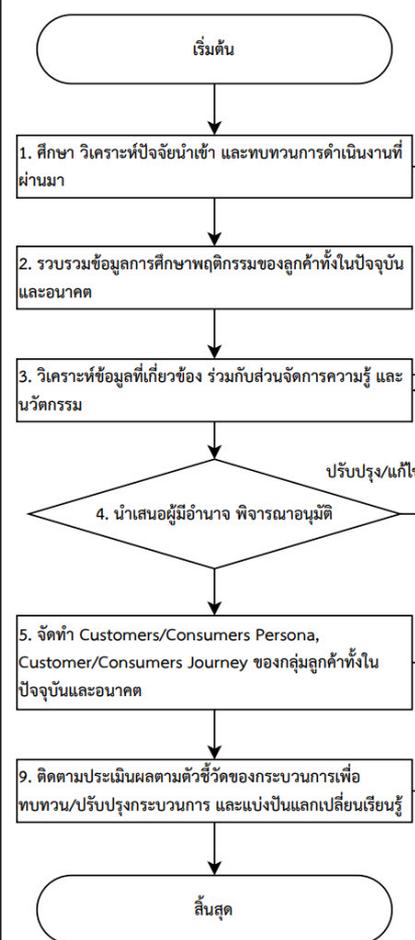
จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 9 : ดำเนินการนำผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาด
ตัวชี้วัด Leading	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินโครงการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ (ประสิทธิภาพของโครงการ)
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ (คุณค่าหรือมูลค่าที่ลูกค้าได้รับ)
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	รายได้หรือยอดขายของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ หรือค่าใช้จ่ายที่ลดลงหลังการใช้นวัตกรรม (ผลกระทบต่อทางธุรกิจ)

6. กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงาน และกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดอพล. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจหลังการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - กระบวนการจัดการความรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดอพล. - ความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและในอนาคต - ข้อมูลลูกค้าของอพล. - พฤติกรรมลูกค้า - ผลการศึกษาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความภักดีของลูกค้า - ผลการศึกษาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจหลังการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ - นโยบายของรัฐบาล - นโยบายของ อพล. - องค์ความรู้จากโครงการต่างๆ - สภาพแวดล้อมภายนอก - คู่แข่งในตลาด - ผลวิจัยตลาด - ข้อมูลคู่แข่ง/คู่เทียบ - นโยบายการแข่งขันทางตลาดที่เป็นธรรม 		<ul style="list-style-type: none"> - รายงานฐานข้อมูลและกลยุทธ์กลุ่มลูกค้า - (ร่าง) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการ - แผนผลิตภัณฑ์บริการและการตลาด แนวทางการปรับปรุงกระบวนการ แนวทางพัฒนาโอกาสทางธุรกิจใหม่ - (ร่าง) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการ - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์ความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการวางแผนการตลาด - กระบวนการวางแผนการขาย - กระบวนการออกแบบปรับปรุงกระบวนการทำงาน 	

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 2 : จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวคิดผลิตภัณฑ์/บริการ
ตัวชี้วัด Leading	การนำเสนอแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ผู้บริหารระดับสูงอนุมัติ
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	จำนวนเสียงของลูกค้าหรือข้อเสนอแนะที่นำไปใช้ในการวางแผนผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือปรับปรุงกระบวนการทำงาน
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการทำงานที่มีการพัฒนาปรับปรุง

7. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล สารสนเทศเพื่อการพัฒนาวัตกรมมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดธพส. - กระบวนการกำหนดออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีต และอนาคต) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า - ผู้เข้าพื้นที่ - ผู้ให้บริการ - ชุมชน - ผู้บริหาร/คณะกรรมการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทิศทางการดำเนินงานของ ธพส. - ข้อเสนอแนะจากผู้บริหาร ธพส. - ข้อมูลลูกค้า ธพส. - ผลการจำหน่ายกลุ่มลูกค้า - ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า - ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง - ชื่อเรื่องเรียน - พฤติกรรมของลูกค้า 		<ul style="list-style-type: none"> - สารสนเทศลูกค้าและส่วนตลาด - คาดการณ์ความต้องการของกลุ่มลูกค้า - การกำหนดตัวตนของลูกค้า - เส้นทางของผู้บริโภค - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์ความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการพัฒนานวัตกรรม - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงานและกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่ - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ หลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ - ส่วนจัดการความรู้ และนวัตกรรม - ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า 	

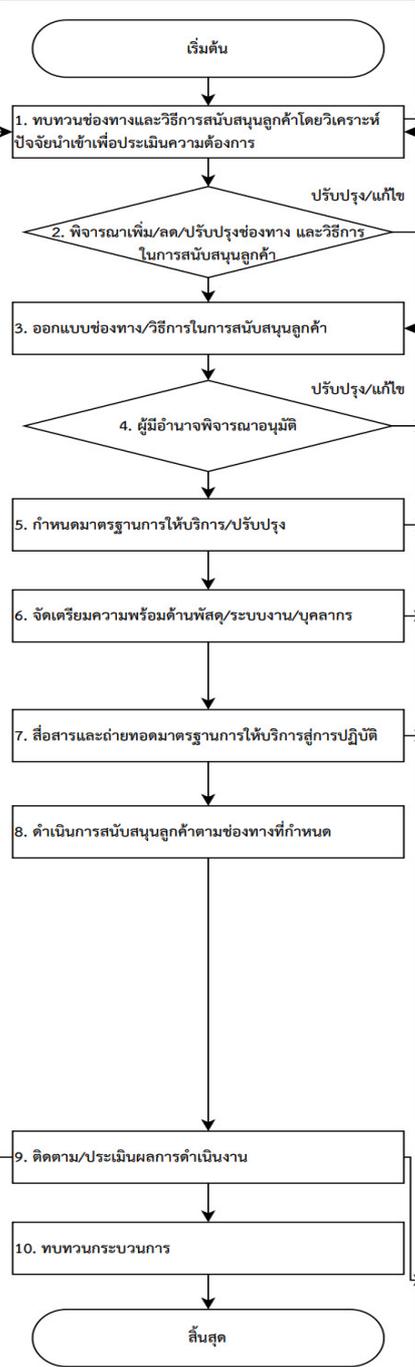
จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและนำเสนอผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติ
ตัวชี้วัด Leading	ความสำเร็จในการรวบรวมข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความสำเร็จในการจัดทำรายงานวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ความสำเร็จในการจัดทำหรือทบทวน Customer Journey ของกลุ่มลูกค้า

8. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด รพส. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าปีที่ผ่านมา - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ฝ่ายแผนและบริหารความเสี่ยง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด รพส. - ผลการรับฟังเสียงของลูกค้า - ผลการศึกษาความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง - ผลิตภัณฑ์และบริการ - ผลการประเมินตามระบบ SE-AM (Feedback Report) - ยุทธศาสตร์ รพส. 	<p>เริ่มต้น</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ 2. ดำเนินการสอบถามตามกลุ่มลูกค้าที่ได้ใช้บริการ 3. วิเคราะห์และจัดทำรายงานความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ 4. นำเสนอผลการศึกษาก่อนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 5. ติดตาม ประเมินผล และทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการ <p>สิ้นสุด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานผลการศึกษา - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์กรความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้า - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - ส่วนจัดการความรู้ และนวัตกรรม 	

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 2 : ดำเนินการสอบถามตามกลุ่มลูกค้าที่ได้ใช้บริการ
ตัวชี้วัด Leading	ความสำเร็จในการสุ่มตัวอย่างสอบถามลูกค้า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความสำเร็จในการจัดทำรายงานผลการศึกษาหรือผลสำรวจความพึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ระดับคะแนนความพึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่

9. กระบวนการสนับสนุนลูกค้า

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด อพส. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความกักตึงของลูกค้า - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด อพส. - ความต้องการ ความคาดหวังของกุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและในอนาคตจากช่องทาง - พฤติกรรมลูกค้า - นโยบายภาครัฐ - สภาพแวดล้อมภายนอก - การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี - ผลวิจัย/สถิติการใช้ช่องทาง - คู่แข่งตลาด - ข้อมูลคู่แข่ง/คู่เทียบ 	 <pre> graph TD Start([เริ่มต้น]) --> Step1[1. ทบทวนช่องทางและวิธีการสนับสนุนลูกค้าโดยวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าเพื่อประเมินความต้องการ] Step1 --> Decision1{2. พิจารณาเพิ่ม/ลด/ปรับปรุงช่องทาง และวิธีการในการสนับสนุนลูกค้า} Decision1 --> Step2[3. ออกแบบช่องทาง/วิธีการในการสนับสนุนลูกค้า] Decision1 --> Step1 Step2 --> Decision2{4. ผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติ} Decision2 --> Step3[5. กำหนดมาตรฐานการให้บริการ/ปรับปรุง] Decision2 --> Step2 Step3 --> Step4[6. จัดเตรียมความพร้อมด้านพัสดุ/ระบบงาน/บุคลากร] Step4 --> Step5[7. สื่อสารและถ่ายทอดมาตรฐานการให้บริการสู่การปฏิบัติ] Step5 --> Step6[8. ดำเนินการสนับสนุนลูกค้าตามช่องทางที่กำหนด] Step6 --> Step7[9. ติดตาม/ประเมินผลการดำเนินงาน] Step7 --> Step8[10. ทบทวนกระบวนการ] Step8 --> End([สิ้นสุด]) </pre>	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการ/ความคาดหวังในการบริการสนับสนุน - แนวทางการปรับปรุงช่องทางและวิธีการสนับสนุนลูกค้า - ช่องทางใหม่/วิธีการใหม่ในการสนับสนุนลูกค้า - มาตรฐานการให้บริการด้านต่างๆ - พิสัยระบบงาน - คำสั่ง/คู่มือปฏิบัติงาน - การสรรหาบุคลากร - ภายในองค์กร <ul style="list-style-type: none"> - การฝึกอบรม - บันทึกข้อความ/ป้ายประกาศ - Call Center Script - E-Mail Response Standards - Line Group/Sale Kit - Q&A/การลงพื้นที่ - ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานภายนอกองค์กร (ด้านลูกค้า) - พนักงาน (ด้านลูกค้า/คู่ความร่วมมือ) - การลงนามยอมรับ - การจัดทำ SLAs - การกำหนดเงื่อนไขในสัญญา - ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด - ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้า - ฝ่ายทรัพยากรบุคคล - ส่วนประชาสัมพันธ์ 	

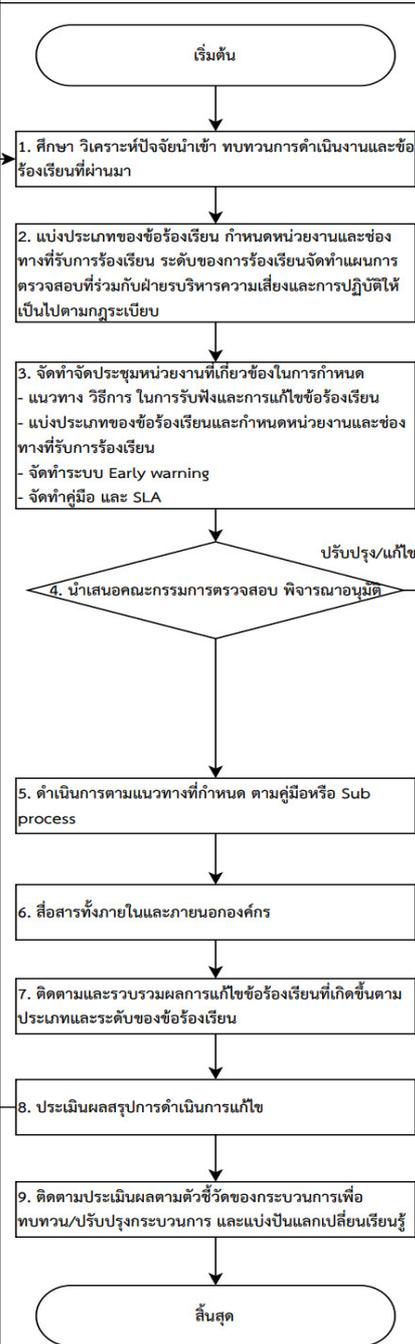
จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 9 : การติดตาม/ประเมินผลการดำเนินงานการให้บริการตาม SLA
ตัวชี้วัด Leading	ระดับการรับรู้ของบุคลากรในเรื่องมาตรฐานการให้บริการลูกค้า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความสำเร็จในการสนับสนุนลูกค้าหรือให้บริการลูกค้าได้ตาม SLA
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกระบวนการสนับสนุนลูกค้า

10. กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการกำหนด/การออกแบบวิธีการรับฟังเสียงลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า - กระบวนการจำแนกลูกค้า - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - องค์กรชั้นนำ 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลช่องทางติดต่อของลูกค้า - ข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า แต่ละกลุ่ม - ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - พฤติกรรมและวงจรชีวิตของลูกค้า - แนวทางการดำเนินงานขององค์กรชั้นนำ 	<p style="text-align: center;">เริ่มต้น</p> <ol style="list-style-type: none"> ศึกษา วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า เช่น ช่องทางที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มใช้ ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า พฤติกรรมลูกค้าและแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรชั้นนำ การวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการจัดการบริหารความสัมพันธ์ให้ตรงตามกลุ่มลูกค้า กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกลูกค้า/กิจกรรม/ช่องทาง/วิธีการ/ผู้รับผิดชอบ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม ร่วมประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าประจำปี <p style="text-align: center;">ปรับปรุง/แก้ไข</p> <p style="text-align: center;">5. นำเสนอคณะกรรมการธพส.</p> <ol style="list-style-type: none"> จัดทำคู่มือ สื่อสาร เผยแพร่ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพนักงานและลูกจ้าง ดำเนินการและ ติดตาม ประเมินผล <p style="text-align: center;">ปรับปรุง/แก้ไข</p> <p style="text-align: center;">8. นำเสนอคณะกรรมการธพส.</p> <ol style="list-style-type: none"> ปรับเปลี่ยนแผนงาน/กิจกรรม ติดตามประเมินผลตามตัวชี้วัดของกระบวนการเพื่อ ทบทวน/ปรับปรุง <p style="text-align: center;">สิ้นสุด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลสรุป และแนวทางการดำเนินงาน - เกณฑ์การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่นำไปทำกิจกรรม CRM - เกณฑ์การคัดเลือกลูกค้าเป้าหมายและ กิจกรรมที่ตรงตามความต้องการลูกค้า และวงจรชีวิตลูกค้า - แผนสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า - คู่มือและวิธีปฏิบัติ - สรุปผลการดำเนินงานและแนวทางแก้ไข - แผนสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าที่ปรับเปลี่ยน - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด องค์กรความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด - กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้า - กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน - กระบวนการติดตามและวิเคราะห์ที่ตัววัดผลการดำเนินการที่สำคัญ - ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1,2 - ส่วนประชาสัมพันธ์ - ส่วนบัญชีบริหารและงบประมาณ - ฝ่ายการตลาด - ฝ่ายพัฒนารูจิก - ส่วนการเงิน - ลูกค้าทุกกลุ่ม 	<p style="text-align: center;">รายเดือน/ ไตรมาส</p> <p style="text-align: center;">รายเดือน/ ไตรมาส</p>

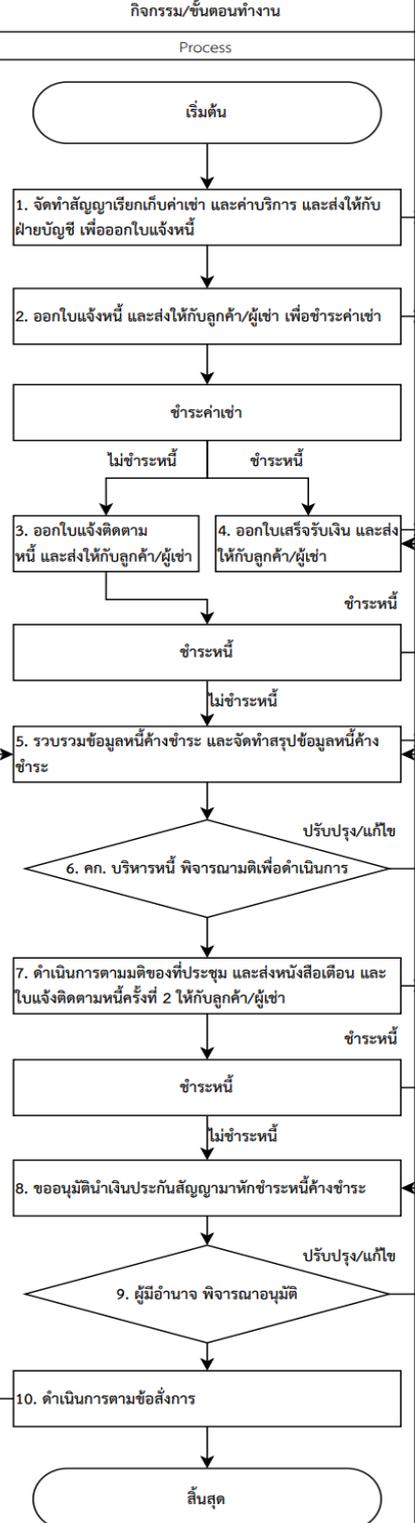
จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 5 : จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้แล้วเสร็จและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ธพส.
ตัวชี้วัด Leading	การสื่อสารเผยแพร่แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ระดับคะแนนความผูกพันของลูกค้า

11. กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการกำหนดออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีต และอนาคต) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ผู้เข้าพื้นที่ - ผู้ให้บริการ - ชุมชน - ผู้บริหาร/คณะกรรมการ 	<p>ข้อมูลภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทิศทางการดำเนินงานของ ธพส. - ข้อเสนอแนะจากผู้บริหาร ธพส. - ข้อมูลลูกค้า ธพส. - ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้า - ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า - ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง <p>ข้อมูลภายนอก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลสรุปการประเมินตามระบบ TRIS (Feedback Report) - สภาพการแข่งขันของธุรกิจ - กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของผู้แข่ง - กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดที่อาจมีในอนาคต 		<ul style="list-style-type: none"> - สารสนเทศลูกค้าและส่วนตลาด - ประเภท ระดับ ช่องทางการร้องเรียน - แนวทางในการแก้ไขข้อร้องเรียนตามประเภท (ความเสียหายของพื้นที่ ภาพลักษณ์ การให้บริการ) - ระดับ รุนแรงน้อย รุนแรงปานกลาง รุนแรงมาก - หน่วยงานที่รับผิดชอบ - คู่มือ/ SLA - ระบบ Early warning - คู่มือและวิธีปฏิบัติในการตรวจสอบหน่วยงาน ช่องว่างและกรอบอัตรากำลัง - รายงานสรุปผลการตรวจสอบของหน่วยงาน - รายงานสรุปผลการแก้ไขข้อร้องเรียน - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์กรความรู้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความภักดีของลูกค้า - กระบวนการกำหนดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการสนับสนุนลูกค้า - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ส่วนประชาสัมพันธ์ - ฝ่ายทรัพยากรบุคคล - ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า 	<p>พ.ค.</p> <p>พ.ค.</p> <p>พ.ค.</p> <p>มี.ย. - ก.ค.</p> <p>ส.ค.</p> <p>ก.ย.</p> <p>ต.ค.</p> <p>รายเดือน</p> <p>ธ.ค.</p>

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 7 : ติดตามและรวบรวมผลแก้ไขข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นตามประเภทและระดับของข้อร้องเรียน
ตัวชี้วัด Leading	- ความสำเร็จในการทบทวนคู่มือการบริหารจัดการข้อร้องเรียน (ภายในเดือน ธ.ค.)
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	- ร้อยละจำนวนเรื่องร้องเรียนที่สามารถตอบกลับหรือแจ้งผู้ร้องเรียนเบื้องต้นภายในเวลาที่กำหนด (การตอบสนอง)
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	- ร้อยละจำนวนเรื่องร้องเรียนที่สามารถแก้ไขได้แล้วเสร็จ (การแก้ไข) - ระดับคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าหลังแก้ไขข้อร้องเรียน (ความพึงพอใจ)

12. กระบวนการบริหารหนี้

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการบริหารหนี้ - ฝ่ายการตลาด - ฝ่ายบัญชี - ฝ่ายการเงิน - ผู้มีอำนาจในการอนุมัติ - ลูกค้ำ/ผู้เช่า 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลลูกค้ำและสัญญาการใช้บริการ - ข้อมูลใบแจ้งหนี้และการชำระหนี้ - ข้อมูลหนี้ค้างชำระ 	 <pre> graph TD Start([เริ่มต้น]) --> Step1[1. จัดทำสัญญาเรียกเก็บค่าเช่า และค่าบริการ และส่งให้กับฝ่ายบัญชี เพื่อออกใบแจ้งหนี้] Step1 --> Step2[2. ออกใบแจ้งหนี้ และส่งให้กับลูกค้ำ/ผู้เช่า เพื่อชำระค่าเช่า] Step2 --> Step3[ชำระค่าเช่า] Step3 --> Decision1{ไม่ชำระหนี้ / ชำระหนี้} Decision1 --> Step3a[3. ออกใบแจ้งติดตามหนี้ และส่งให้กับลูกค้ำ/ผู้เช่า] Decision1 --> Step3b[4. ออกใบเสร็จรับเงิน และส่งให้กับลูกค้ำ/ผู้เช่า] Step3a --> Step3c[ชำระหนี้] Step3b --> Step3c Step3c --> Step5[5. รวบรวมข้อมูลหนี้ค้างชำระ และจัดทำสรุปข้อมูลหนี้ค้างชำระ] Step5 --> Decision2{ปรับปรุงแก้ไข} Decision2 --> Step6{6. ค.ก. บริหารหนี้ พิจารณามติเพื่อดำเนินการ} Decision2 --> Step5 Step6 --> Step7[7. ดำเนินการตามมติของที่ประชุม และส่งหนังสือเตือน และใบแจ้งติดตามหนี้ครั้งที่ 2 ให้กับลูกค้ำ/ผู้เช่า] Step7 --> Step8[ชำระหนี้] Step8 --> Decision3{ไม่ชำระหนี้} Decision3 --> Step8a[8. ขออนุมัตินำเงินประกันสัญญามาหักชำระหนี้ค้างชำระ] Step8a --> Decision4{ปรับปรุงแก้ไข} Decision4 --> Step8a Decision4 --> Step9{9. ผู้มีอำนาจ พิจารณาอนุมัติ} Step9 --> Step10[10. ดำเนินการตามข้อสั่งการ] Step10 --> End([สิ้นสุด]) </pre>	<ul style="list-style-type: none"> - สัญญาเรียกเก็บค่าเช่า และค่าบริการ - ใบแจ้งหนี้ - ใบแจ้งติดตามหนี้ - ใบเสร็จรับเงิน - สรุปข้อมูลหนี้ค้างชำระ - ส่งหนังสือเตือน - ใบแจ้งติดตามหนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการบริหารหนี้ - ฝ่ายการตลาด - ฝ่าย/ส่วนที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้ำ 	<p style="text-align: center;">31 - 60 วัน</p> <p style="text-align: center;">61 - 90 วัน</p>

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 5 : การรวบรวมข้อมูลหนี้ค้างชำระและจัดทำสรุปข้อมูลหนี้ค้างชำระ
ตัวชี้วัด Leading	ความสำเร็จในการจัดทำรายงานสถานะหนี้ค้างชำระ
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความสำเร็จในการดำเนินการตามมติคณะกรรมการบริหารหนี้
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	อัตราส่วนหนี้ค้างชำระ

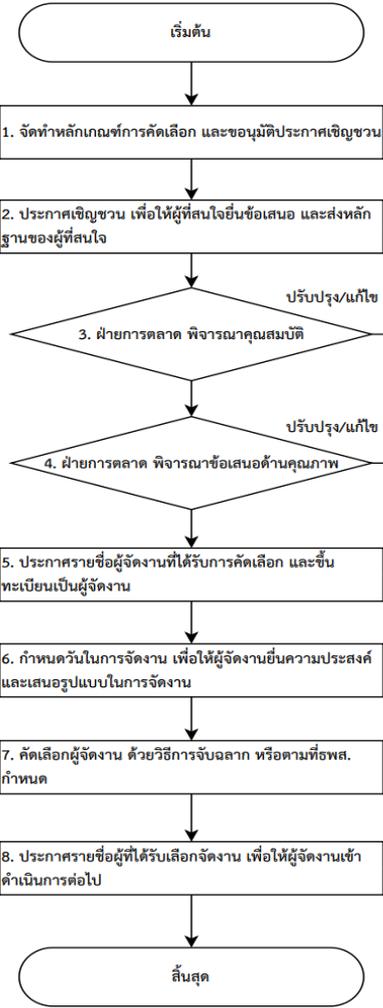
กระบวนการบริหารหนี้

ธพส. มีคณะกรรมการบริหารหนี้ที่คอยทำหน้าที่กำกับติดตามหนี้ค้างชำระของบริษัท และพิจารณาแนวทางการดำเนินการ โดยขั้นตอนการติดตามและดำเนินการดังนี้

หลังจากฝ่ายการตลาดจัดทำสัญญาและบันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายบัญชีจะมีหน้าที่ออกใบแจ้งหนี้ให้กับลูกค้า เพื่อนำใบแจ้งหนี้ไปชำระค่าเช่าหรือค่าบริการต่าง ๆ ต่อไป ทั้งนี้หากลูกค้าไม่ได้มีการชำระเข้ามาตามกำหนด ฝ่ายการตลาดจะพิจารณาดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กรณีอายุหนี้ค้างชำระ 31-60 วัน ฝ่ายการตลาดจะทำการออกใบแจ้งติดตามหนี้ค้างชำระ ให้ลูกค้าได้ทราบเพื่อเป็นแจ้งเตือนการผิดนัดชำระ
2. หากลูกค้าได้รับหนังสือเตือนและทวงหนี้แล้ว แต่ยังไม่มีการชำระหนี้เข้ามาตามที่กำหนด ฝ่ายการตลาดจะทำการรวบรวมข้อมูลหนี้ค้างชำระลูกค้าแต่ละราย เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการฯ เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป
3. หากลูกค้าได้รับใบแจ้งติดตามหนี้ค้างชำระแล้วแต่ยังไม่มีการชำระหนี้เข้ามา และมีอายุหนี้ค้างชำระ 61-90 วัน ฝ่ายการตลาดจะจัดทำหนังสือเตือนและทวงหนี้ ครั้งที่ 2 พร้อมเสนอคณะกรรมการฯ เพื่อเห็นชอบและขออนุมัตินำเงินประกันสัญญานำมาหักชำระหนี้ค้างชำระต่อไป
4. กรณีลูกค้าที่ถูกหักเงินประกันสัญญาแล้ว แต่ยังคงหนี้ค้างชำระใหม่ ฝ่ายการตลาดจะเสนอคณะกรรมการฯ เพื่อเห็นชอบยกเลิกสัญญาลูกค้ารายนั้น ๆ พร้อมทำหนังสือแจ้งยกเลิกสัญญาต่อไป

13. กระบวนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
<ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายการตลาด - ผู้ยื่นข้อเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> - คุณสมบัติของผู้จัดงาน (การจดทะเบียน, ทุนจดทะเบียน, ประวัติที่ดีในการทำงาน) - ข้อเสนอด้านคุณภาพ (ประสบการณ์, จำนวนงาน, รูปแบบงาน, ฐานะทางการเงิน, โครงสร้างองค์กร, การจัดงานที่ผ่านมา) - เอกสารยื่นขึ้น และเสนอแผนงาน 		<ul style="list-style-type: none"> - หลักเกณฑ์การคัดเลือก - รายชื่อผู้จัดงานที่ได้รับการคัดเลือกและได้รับการขึ้นทะเบียน - ผู้จัดงานที่มีความสามารถและมีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐาน - การจัดงานที่โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายการตลาด - ฝ่าย/ส่วนที่เกี่ยวข้อง - ผู้จัดงาน - ลูกค้า 	

จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 2 : ประกาศเชิญชวน เพื่อให้ผู้ที่สนใจยื่นข้อเสนอ และส่งหลักฐานของผู้ที่สนใจ
ตัวชี้วัด Leading	ความสำเร็จในการพิจารณาคุณสมบัติและข้อเสนอด้านคุณภาพ
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ความสำเร็จในการคัดเลือกและขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ความสำเร็จในการคัดเลือกผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐาน

ปรับปรุงกระบวนการจัดหาผู้จัดงานบริเวณลานอเนกประสงค์ชั้น 2

ของอาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคารเอ) และอาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคารบี)

ฝ่ายการตลาด ปรับปรุงกระบวนการทำงานในการจัดหาผู้จัดงานบริเวณลานอเนกประสงค์ชั้น 2 เพื่อยกระดับมาตรฐานในการคัดเลือกผู้ประกอบการที่จะเข้ามาจัดงาน ทำให้ได้ผู้จัดงานที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และเหมาะสมกับขนาดพื้นที่ รวมถึงก่อให้เกิดความโปร่งใส โดยจัดให้มีการยื่นข้อเสนอเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน โดยต้องยื่นข้อเสนอดังนี้

1. คุณสมบัติของผู้จัดงาน เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทมหาชน จำกัด ที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทยนับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยมีทุนจดทะเบียน ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ซึ่งนิติบุคคลรวมทั้งกรรมการหรือผู้มีอำนาจในการจัดการของนิติบุคคล ดังกล่าว ไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

1.1 ไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

1.2 ไม่เป็นผู้ที่ถูกศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์ เป็นนิติบุคคลล้มละลาย หรือเคยเป็นผู้ล้มละลายทุจริต หรืออยู่ระหว่างการประนอมหนี้ หรือฟื้นฟูกิจการตามคำสั่งศาล

1.3 กรรมการหรือผู้มีอำนาจในการจัดการ ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

2. ด้านคุณภาพ

2.1 ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และการจัดงานอีเวนต์ และงานแฟร์ที่ผ่านมา ในระยะเวลา 1 ปี

1) จำนวนงานที่จัดงานในระยะเวลา 1 ปี

2) ระยะเวลาการดำเนินกิจการของผู้จัดงาน

2.2 รายละเอียดและรูปแบบของงานอีเวนต์และงานแฟร์ที่เคยจัด ภายในระยะเวลา 2 ปี

1) จำนวนงานที่มีพื้นที่ต่อหนึ่งงานไม่ต่ำกว่า 2,000 ตารางเมตร

2) รูปแบบงานการจัดงาน มีเอกลักษณ์โดดเด่น

2.3 ฐานะทางการเงิน

2.4 โครงสร้างองค์กร บุคลากร

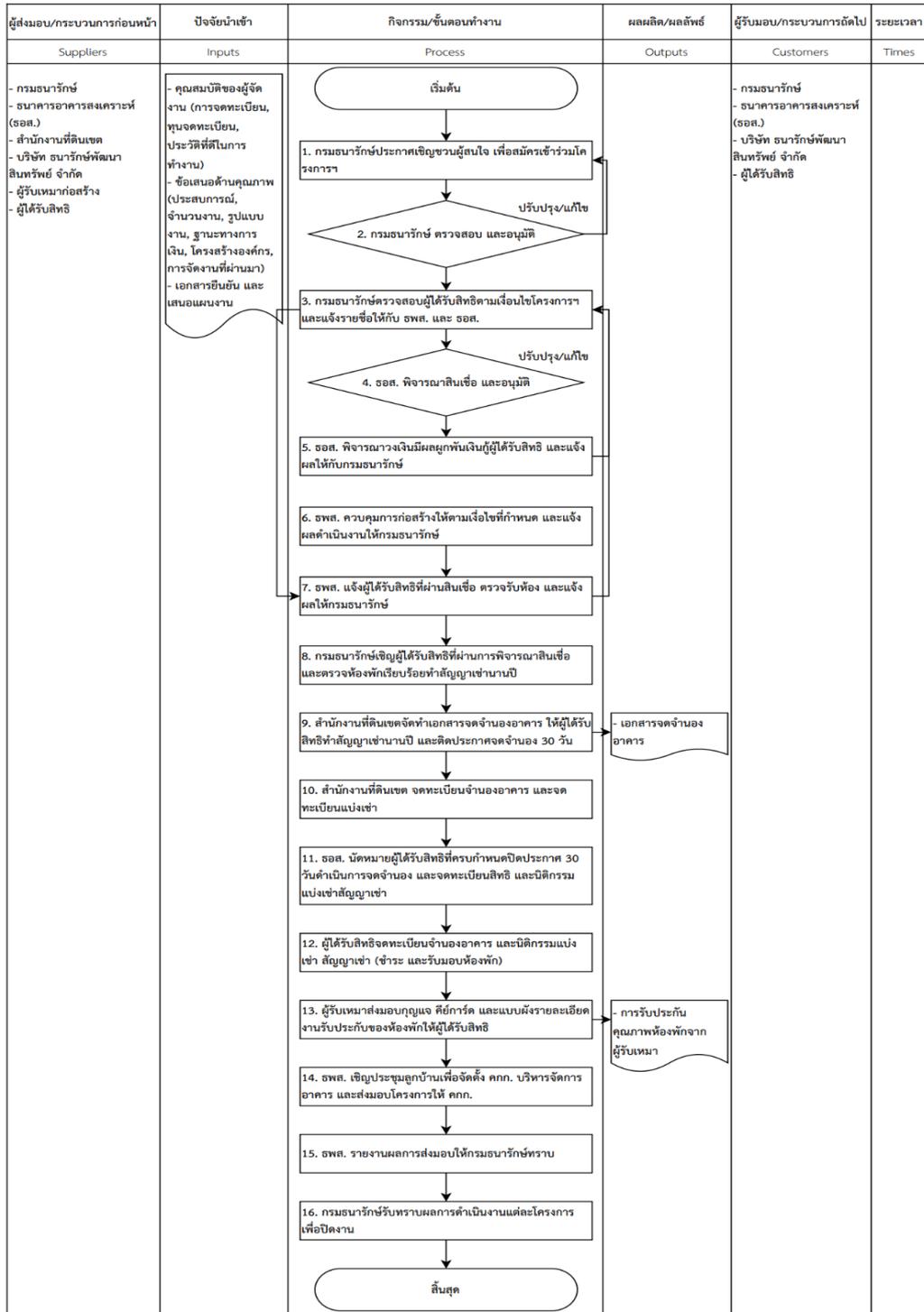
2.5 ประมาณการรายรับ-รายจ่าย ต่องาน

2.6 รูปแบบการจัดงานแฟร์จำนวน 2 งาน บริเวณลานอเนกประสงค์อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคารบี)

โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องผ่านเกณฑ์คุณสมบัติผู้จัดงาน หากไม่ผ่านเกณฑ์จะไม่พิจารณาเอกสารด้านข้อเสนอ ด้านคุณภาพ การพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนไม่น้อยกว่า 75 คะแนน จึงสามารถขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงานภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ โดนมมีระยะเวลาขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงานตั้งแต่วันที่ประกาศ จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568



14. กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือน



จุดควบคุม/ขั้นตอนสำคัญ	ขั้นตอนที่ 6 : ธพส. ควบคุมการก่อสร้างให้ได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดและแจ้งผลการดำเนินงานให้กรมธนารักษ์
ตัวชี้วัด Leading	ผู้ได้รับสิทธิจดทะเบียนจองอาคารและนิติกรรมแบ่งเช่า สัญญาเช่า
ตัวชี้วัด Lagging - ผลผลิต	ร้อยละความสำเร็จในการส่งมอบห้องพักให้กับผู้ได้รับสิทธิได้ตามแผนงาน
ตัวชี้วัด Lagging - ผลลัพธ์	ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับมอบห้องพัก

กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือนสามัญ

แนวทางการดำเนินโครงการ

ด้วย รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ได้เห็นชอบให้สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (สำนักงาน ก.พ.) และกรมธนารักษ์ ร่วมมือในการพัฒนาแนวคิดในการจัดหาสวัสดิการและเสริมสร้างคุณภาพงานคุณภาพชีวิตให้แก่ข้าราชการพลเรือนสามัญ โดยบูรณาการเรื่องของสถานที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และศูนย์บริการประชาชนให้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งกรมธนารักษ์ สำนักงาน ก.พ. ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) และบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.) ได้จัดทำบันทึกความร่วมมือ “โครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงานและศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือนสามัญ” โดยมีการระบุหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานที่ชัดเจน เพื่อสนับสนุนโครงการดังกล่าวให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ข้อมูลโครงการ

เป็นอาคารพักอาศัยรวม สูง 7 ชั้น ประกอบด้วยห้องพักอาศัยขนาด 40 ตารางเมตร จำนวน 76 ห้อง พื้นที่ก่อสร้างประมาณ 3,960 ตารางเมตร จำนวนรวม 4 อาคาร ราคาเช่าต่อห้อง 999,999 บาท และอัตราค่าส่วนกลางเรียกเก็บล่วงหน้า 1 ปี ตารางเมตรละ 25 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 12,000 บาท/ห้อง

วัตถุประสงค์โครงการ

เพื่อก่อสร้างอาคารสวัสดิการที่พักอาศัยสถานที่ทำงานและศูนย์บริการสำหรับข้าราชการพลเรือน

สถานที่

แต่ละอาคารตั้งอยู่บนที่ราชพัสดุแต่ละแปลง ดังนี้

- 1) แปลงหมายเลขทะเบียน นบ.380 (บางส่วน) ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวนห้อง 76 ห้อง ก่อสร้างโดยบริษัท เอสเคที จำกัด
- 2) แปลงหมายเลขทะเบียน กท.2918 (บางส่วน) ถนนพระราม 3 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร จำนวนห้อง 76 ห้อง ก่อสร้างโดยกิจการร่วมค้า มรรค โปร
- 3) แปลงหมายเลขทะเบียน กท.0475 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร จำนวนห้อง 76 ห้อง ก่อสร้างโดยกิจการร่วมค้าแสงเจริญและพรธิสาร
- 4) แปลงหมายเลขทะเบียน กท.1060 ถนนเพชรบุรี แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร จำนวนห้อง 72 ห้อง ก่อสร้างโดยบริษัท ไกล่าบิลด์ดิ้ง จำกัด

ค่าก่อสร้าง

4 อาคารรวม 267.1 ล้านบาท และงบดำเนินการโครงการ 4 อาคารรวมเป็นเงิน 21 ล้านบาท

บทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน

กรมธนารักษ์

1. ให้การสนับสนุนโครงการโดยจัดหาที่ดินราชพัสดุสำหรับการดำเนินโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงานและศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือนสามัญ
2. ให้การสนับสนุนโครงการโดยจัดให้ผู้ได้รับสิทธิเข้าร่วมโครงการเช่าที่ดินราชพัสดุที่ตั้งโครงการโดยไม่ต้องประมูล โดยสัญญาเช่ามีกำหนดระยะเวลา 30 ปี และเอาครบกําหนดระยะเวลาการเช่ากรมธนารักษ์ให้คํ่ามั่นที่จะพิจารณาต่ออายุสัญญาเช่าได้ 30 ปี
3. ให้การสนับสนุนโครงการโดยการผ่อนปรนอัตราค่าเช่า ร้อยละ 25 จากอัตราปกติที่กำหนดไว้ตามกฎหมายว่าด้วยที่ดินราชพัสดุ และยกเว้นค่าธรรมเนียมการต่ออายุสัญญาเช่า

สำนักงาน ก.พ.

1. ให้การสนับสนุนโครงการโดยจัดทำและดูแลระบบการรับรองเพื่อเข้าร่วมโครงการ
2. ให้การสนับสนุนโครงการโดยทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางต่าง ๆ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.)

1. สนับสนุนวงเงินสินเชื่อเพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย (Pre-Finance) และสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (Post Finance) ให้แก่ผู้ได้รับคัดเลือกให้รับสิทธิเข้าร่วมโครงการ โดยพิจารณาสินเชื่อเป็นไปตามเงื่อนไข อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์กำหนด

บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.)

1. ให้การสนับสนุนโครงการโดยดำเนินการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ออกแบบ จัดหาผู้รับจ้างในการก่อสร้างและผู้ควบคุมการก่อสร้าง และพัฒนาโครงการฯ ให้เป็นไปตามกรอบหน้าที่และอำนาจของบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอำนวยการโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงานและศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือนสามัญ
2. ให้การสนับสนุนโครงการโดยบริหารจัดการโครงการและพื้นที่ส่วนกลางตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่คณะกรรมการอำนวยการโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงานและศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือนสามัญ กำหนดหรือจนกว่าจะมีการตั้งนิติบุคคลหรือหน่วยงานที่บริหารพื้นที่ส่วนกลางแล้วเสร็จ ทั้งนี้ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน นับตั้งแต่การก่อสร้างแต่ละโครงการแล้วเสร็จ

เอกสารจัดทำสัญญาโครงการแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 : ก่อนการก่อสร้าง

1. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อก่อสร้างโครงการฯ
2. สัญญาจ้างก่อสร้าง
3. สัญญาจ้างควบคุมงาน

ช่วงที่ 2 : ก่อสร้างแล้วเสร็จ

1. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อยู่อาศัย
2. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อเป็นพื้นที่ส่วนกลาง

ขั้นตอนการจัดทำสัญญาเช่า

1. ธพส. รายงานผลการก่อสร้าง และธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) ตรวจสอบอาคารสำหรับการนำไปเป็นหลักประกันทางการเงิน
2. กรมธนารักษ์ (กองพัฒนาธุรกิจและศักยภาพที่ราชพัสดุ) แจ้งผู้ได้รับสิทธิยื่นสินเชื่อกับ ธอส. และ ธอส. รายงานผลการพิจารณาสินเชื่อกำหนดกรมธนารักษ์ทราบเพื่อแจ้ง ธพส. ต่อไป
3. ผู้ได้รับสิทธิผ่านการพิจารณาสินเชื่อ เข้าตรวจความเรียบร้อยห้องพักกับบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง (คู่สัญญา) และ ธพส. รายงานผลการตรวจความเรียบร้อยห้องพักให้กรมธนารักษ์ทราบ
4. กรมธนารักษ์ (กองพัฒนาธุรกิจและศักยภาพที่ราชพัสดุ) แจ้งผู้ได้รับสิทธิทำสัญญาเช่า พร้อมนำสิทธิการเช่าไปผูกพันเงินกู้

เอกสารสำหรับการทำสัญญาเช่าและการชำระเงิน

กรมธนารักษ์ส่งรายชื่อผู้ได้รับสิทธิที่ผ่านการตรวจรับห้อง และผ่านการพิจารณาสินเชื่อกับ ธอส. เรียบร้อยให้กับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี นำข้อมูลเข้าระบบจัดประโยชน์และสัญญาเช่า เพื่อตรวจสอบข้อมูลรายการที่ผู้ได้รับสิทธิต้องชำระให้ถูกต้อง และนัดผู้ได้รับสิทธิชำระเงินและจัดทำสัญญาเช่าต่อไป

การทำสัญญา กรณี สินเชื่อ

ผู้ได้รับสิทธิต้องทำสัญญากับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/กทม. และ ธอส. ประกอบด้วย :

1. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่ออยู่อาศัย
2. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อเป็นพื้นที่ส่วนกลาง
3. คำขอนำสิทธิการเช่าที่ราชพัสดุเพื่อทำสัญญาผูกพันเงินกู้
4. บันทึกคำยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขการนำสิทธิการเช่าไปผูกพันเงินกู้
5. หนังสือมอบอำนาจ

การทำสัญญา กรณี เงินสด

ผู้ได้รับสิทธิต้องทำสัญญากับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/กทม. และ ธอส. ประกอบด้วย :

1. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่ออยู่อาศัย
2. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อเป็นพื้นที่ส่วนกลาง

การจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม

เมื่อผู้ได้รับสิทธิ ได้ทำสัญญาเช่าเพื่ออยู่อาศัยเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนการจดทะเบียนสิทธิ และนิติกรรม จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

กรณี สินเชื่อ

1. ธอส. จะชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับสินเชื่อ ให้ผู้ได้รับสิทธิทราบ
2. ธอส. จะเป็นผู้นำหมายผู้ได้รับสิทธิให้ไปดำเนินการยื่นคำร้องขอปิดประกาศจำนอง 30 วัน ทั้ง 3 ที่ ได้แก่ :

- 2.1 โครงการอาคารที่พักอาศัยฯ (คอนโด)
- 2.2 สำนักงานเทศบาล
- 2.3 สำนักงานที่ดินเขต
3. รอส. นัดหมายผู้ได้รับสิทธิที่ครบกำหนดปิดประกาศ 30 วัน ดำเนินการจดจำนอง และจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมแบ่งเช่าสัญญาเช่า (สัญญานานปี) ณ สำนักงานที่ดินเขต
4. อพส. รับโอนค่าควบคุมงานก่อสร้าง รายละเอียด 103,946.36 บาท จากผู้ได้รับสิทธิ
5. ผู้รับเหมาก่อสร้างส่งมอบห้องพัก พร้อมรายละเอียดการรับประกัน

กรณี เงินสด

1. สำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/สำนักงานเขต กทม. จะเป็นผู้นัดหมายผู้ได้รับสิทธิให้ไปจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมแบ่งเช่าสัญญาเช่า (สัญญานานปี) ณ สำนักงานที่ดินเขต
2. อพส. รับโอนค่าควบคุมงานก่อสร้าง รายละเอียด 103,946.36 บาท จากผู้ได้รับสิทธิ
3. ผู้รับเหมาก่อสร้างส่งมอบห้องพัก พร้อมรายละเอียดการรับประกัน

หน้าที่ของหน่วยงานในการส่งมอบห้องพัก

กรมธนารักษ์ (พธ.)

1. ประกาศเชิญชวนผู้สนใจสมัครจองโครงการฯ
2. อนุมัติหลักการในการจัดทำสัญญาเช่าและนำสิทธิการเช่าผูกพันเงินกู้
3. แจ้งผู้ได้รับสิทธิจัดทำสัญญาเช่า
4. จัดเก็บข้อมูลผู้ได้รับสิทธิเข้าสู่ระบบเพื่อทำสัญญา และบันทึกคำยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขการนำสิทธิการเช่าไปผูกพันเงินกู้

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.)

1. พิจารณาสินเชื่อผู้ได้รับสิทธิตามรายชื่อที่กรมธนารักษ์นำส่งตรวจสอบ
2. จัดทำบันทึกคำยินยอมตามเงื่อนไขการผูกพันเงินกู้
3. แจ้งรายรายละเอียดเงื่อนไขการชำระเงินกู้
4. รายงานผลการพิจารณาสินเชื่อไปยังกรมธนารักษ์เพื่อดำเนินการต่อไป

สำนักงานธนารักษ์นนทบุรี/สำนักงานเขต กทม.

1. จัดทำสัญญาเช่าที่
2. จัดทำบันทึกคำยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขการนำสิทธิการเช่าไปผูกพันเงินกู้
3. จัดทำนิติกรรมสัญญา ณ สำนักงานที่ดิน ร่วมกับ ธอส.

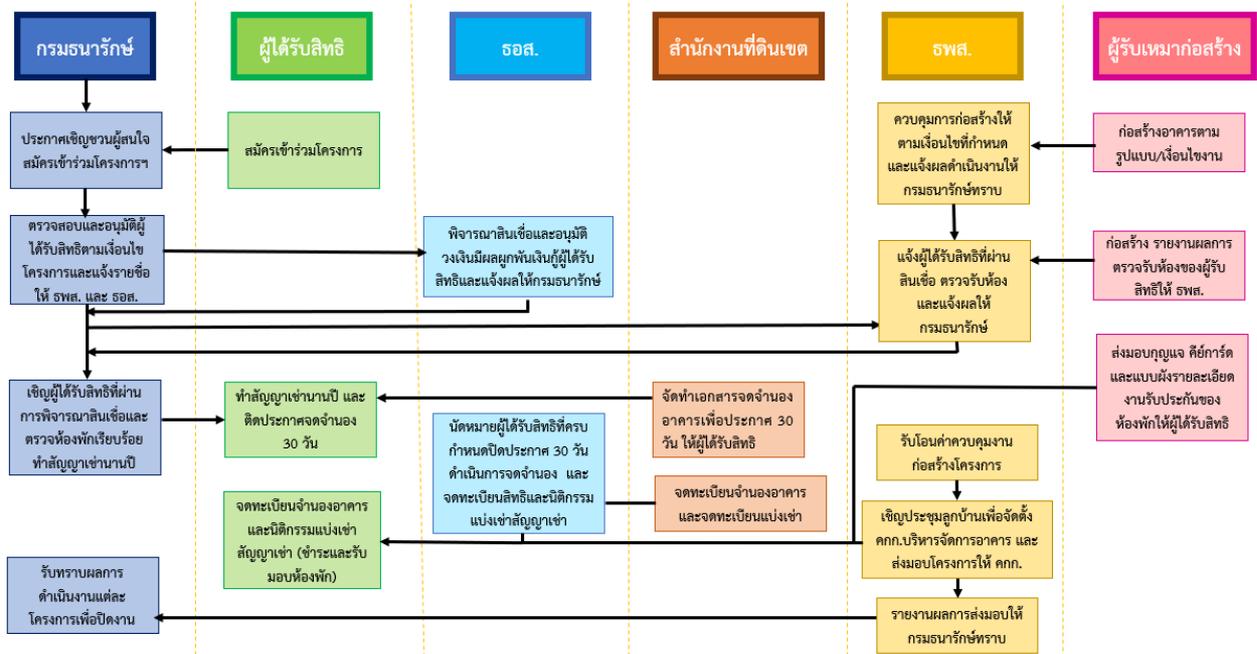
สำนักงานที่ดินนนทบุรี/สำนักงานที่ดินเขต กทม.

1. จัดทำเอกสารจดจำนองอาคารเพื่อประกาศ 30 วัน ให้ผู้ได้รับสิทธิ
2. จดทะเบียนจำนองอาคารโรงเรือน และจดทะเบียนแบ่งเช่า

บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.)

1. ประธานผู้รับเหมาก่อสร้าง และผู้ได้รับสิทธิเข้าตรวจห้องพัก
2. ให้คำแนะนำผู้ได้รับสิทธิเกี่ยวกับระเบียบการพักอาศัยเบื้องต้นในวันทำสัญญาเช่า
3. บริหารทรัพย์สินส่วนกลางโครงการไปจนกว่าจะมีการจัดตั้งคณะกรรมการลูกบ้าน (ไม่เกิน 6 เดือน)

กระบวนการส่งมอบห้องพัก



ภาคผนวก 2

แบบบรรยายลักษณะงาน (Job Description)

ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้าน การตลาด การจัดหาผู้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งจัดสรร การให้เช่าพื้นที่ โอนส่งมอบอาคารหรือพื้นที่ของโครงการศูนย์ราชการฯ และโครงการอื่น ๆ ให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์ นอกจากนั้นยังมีหน้าที่บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขาย การบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และการติดตามการชำระหนี้ โดยแบ่งงานออกเป็น 3 ส่วนงาน ดังนี้

ส่วนการตลาด 1 มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

- 1) สำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาดสำหรับศูนย์ราชการโซน A และ B
- 2) วางแผนด้านการจัดสรรพื้นที่ จัดหาผู้เช่า จัดหาประโยชน์และจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่ลานอเนกประสงค์ พื้นที่ประชาสัมพันธ์ พื้นที่โฆษณา พื้นที่ร้านค้าย่อย พื้นที่ภายนอกอาคาร และพื้นที่อื่น ๆ ในศูนย์ราชการโซน A และ B ที่อยู่ในความดูแลของ ธพส. รวมทั้งดำเนินการอื่น ๆ ตามขั้นตอน ให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์
- 3) บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้ในศูนย์ราชการโซน A และ B

4) กำกับทิศทาง วางแผน และสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาด รวมถึงนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ราชการโซน A และ B เพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทพิจารณา

5) บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่ง หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

6) สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อบูรณาการ ให้งานในภาพรวมของ ธพส. ประสบความสำเร็จตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย

7) ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อประโยชน์ของ ธพส.

ส่วนการตลาด 2 มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

1) สำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาดสำหรับศูนย์ราชการโซน C

2) วางแผนด้านการจัดสรรพื้นที่ จัดหาผู้เช่า จัดหาประโยชน์และจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่ลานอเนกประสงค์ พื้นที่ประชาสัมพันธ์ พื้นที่โฆษณา พื้นที่ร้านค้าย่อย พื้นที่ภายนอกอาคาร และพื้นที่อื่น ๆ ในศูนย์ราชการโซน C ที่อยู่ในความดูแลของ ธพส. รวมทั้งดำเนินการอื่น ๆ ตามขั้นตอนให้แก่ ลูกจ้างจนเสร็จสมบูรณ์

3) บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขาย การจัดการเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้ในศูนย์ราชการโซน C

4) กำกับทิศทาง วางแผน และสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาด รวมถึงนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ราชการโซน C เพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทพิจารณา

5) บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่ง หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

6) สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อบูรณาการ ให้งานในภาพรวมของ ธพส. ประสบความสำเร็จตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย

7) ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อประโยชน์ของ ธพส.

ส่วนการตลาด 3 มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

1) สำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาดของอาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. นอกศูนย์ราชการทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

2) จัดให้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ให้บริการพื้นที่ และให้สิทธิในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. รวมทั้งดำเนินการอื่น ๆ ตามขั้นตอนให้แก่ลูกจ้างจนเสร็จสมบูรณ์

3) จัดให้บริการพื้นที่ให้สิทธิในการจัดหาประโยชน์ในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. เพื่อเพิ่มรายได้ เช่น ระบบโทรคมนาคม สื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ พื้นที่จากการถ่ายโฆษณา สิทธิการจำหน่ายสินค้า ฯลฯ รวมถึงให้บริการต่าง ๆ หลังการขายแก่ผู้เช่าพื้นที่และผู้รับบริการ

4) บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขายภายในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. นอกศูนย์ราชการทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด รวมถึงการ จัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้

5) กำกับทิศทาง และร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้ รวมถึงนำเสนอข้อมูลการตลาดในพื้นที่หรือโครงการที่รับผิดชอบนอกศูนย์ราชการทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และ คณะกรรมการบริษัทพิจารณา

6) บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่ง หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

7) สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อบูรณาการ ให้งานในภาพรวมของ ธพส. ประสบความสำเร็จตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย

8) ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อประโยชน์ของ ธพส.

ภาคผนวก 3

เอกสารประกอบการให้บริการพื้นที่พาณิชย์ ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐

1. แบบฟอร์มขอเช่าพื้นที่ร้านค้า
2. แบบฟอร์มขอใช้บริการพื้นที่ประชาสัมพันธ์
3. แบบฟอร์มขอใช้บริการพื้นที่ลานอเนกประสงค์
4. แบบฟอร์มตรวจสอบความเสียหายก่อน-หลังใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์
5. แบบฟอร์มขออนุญาตเข้าตกแต่งพื้นที่เช่า
6. แบบฟอร์มขออนุญาตเข้าปฏิบัติงานตกแต่งต่อเติมพื้นที่ในอาคารศูนย์ราชการฯ
7. แบบฟอร์มนำของเข้า-ออกอาคาร

