

บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
DHANARAK ASSET DEVELOPMENT CO.,LTD



คู่มือลูกค้าและตลาด ประจำปี 2568
(ฉบับทบทวนปี 2567)





บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
DHANARAK ASSET DEVELOPMENT CO., LTD.



คู่มือลูกค้าและตลาด ประจำปี 2568
(ฉบับทบทวนปี 2567)



คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย ฝ่ายการตลาด บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.) โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านลูกค้าและตลาด

จัดทำโดย

นายชยพล ลาภศิริ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการตลาด 

นายศิริภูษณ์ ปธานะพานิช รองผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาด 

นางสาวมานิตา กิ่งโคกกรวด ผู้จัดการอาวุโส ส่วนการตลาด 1 

นางอชิญากรณ์ ทศพรสรศิลป์ ผู้จัดการอาวุโส ส่วนการตลาด 3 

นางสาวเสริมศิริ นาคขำนาญ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการตลาด 



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.....	10
ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/	11
ร้านอาหาร/โคมเครื่องดื่ม	
- คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/....	13
สำนักงาน/ร้านอาหาร/โคมเครื่องดื่ม	
ข้อกำหนดในสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์ ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/.....	17
โคมเครื่องดื่ม	
ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์	20
- คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์.....	22
และลานอเนกประสงค์	
ข้อกำหนดในการใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์.....	23
ข้อกำหนดในการใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์.....	24
5. คู่มือการจำแนกลูกค้า	25
5.1 วัตถุประสงค์การจำแนกลูกค้า	26
5.2 ขอบเขตการจำแนกลูกค้า.....	26
5.3 คำจำกัดความ.....	27
5.4 หน้าที่ความรับผิดชอบ.....	29
5.5 แนวทางปฏิบัติในการจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย.....	31

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา

หน้า

6. คู่มือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	38
6.1 แนวคิดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ ธพส.	39
6.2 แนวทางปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	43
7. คู่มือการรับฟังลูกค้า	49
7.1 ขอบเขตและวัตถุประสงค์การรับฟังลูกค้า.....	50
7.2 คำจำกัดความ.....	50
7.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ.....	53
7.4 ระบบการรับฟังลูกค้า	54
7.5 แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า	54
7.7 การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า	56
7.8 แนวทางปฏิบัติในประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน	56
8. คู่มือการจัดการข้อร้องเรียน	58
8.1 วัตถุประสงค์การจัดการข้อร้องเรียน	59
8.2 ขอบเขตการจัดการข้อร้องเรียน.....	59
8.3 คำนิยาม (Definition)	60
8.4 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.....	61
8.5 ผู้เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียน	62
8.6 การกำหนดระยะเวลาการแก้ไขเรื่องร้องเรียน.....	62
8.7 บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ	62
8.8 เครื่องมือ	63
8.9 ระบบรองรับการรับฟังลูกค้า	63
8.10 กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า	64
8.11 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน	65



สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา

หน้า

ภาคผนวก.....	66
ภาคผนวก 1	67
กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของ บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด	68
กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า.....	69
และลูกค้าในอนาคต) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	
กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า.....	70
กระบวนการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่.....	71
กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	72
กระบวนการสนับสนุนลูกค้า.....	73
กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงาน	74
และกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่	
กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	75
กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน.....	76
กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	77
กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล สารสนเทศเพื่อพัฒนานวัตกรรมมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด.....	78
กระบวนการบริหารหนี้	79
กระบวนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน.....	82
กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน	84
และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือน	
ภาคผนวก 2	89
แบบบรรยายลักษณะงาน (Job Description).....	89
ภาคผนวก 3	91
เอกสารประกอบการให้บริการพื้นที่พาณิชย์ ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา.....	91
๕ ธันวาคม ๒๕๕๐	

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1	พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A).....	6
2	พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B).....	7
3	พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารอื่น ๆ	8
4	การกำหนดราคาเช่าพื้นที่พาณิชย์ประเภทต่าง ๆ	10
5	ตัวอย่างวิธีการจำแนกลูกค้าเพื่อจัดทำ Customer Profile	35
6	ตัวอย่างการจำแนกลูกค้า.....	36
7	ตัวอย่างรายละเอียดการวิเคราะห์และจำแนก.....	36
8	ตัวอย่างการจัดกลุ่มลูกค้า	37
9	ตัวอย่างกิจกรรมดำเนินการในระบบนวัตกรรมองค์กร	44
10	การจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย	50
11	การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า	56
12	การติดตามและการประเมินผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน..	56
13	มาตรฐานงาน	57
14	การประเมินผล	57
15	คำนิยาม (Definition)	60
16	ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.	61
17	ผู้เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียน	62
18	การกำหนดระยะเวลาการแก้ไขเรื่องร้องเรียน	62
19	บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ	62

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1	การให้บริการลูกค้าและการตลาดพื้นที่เช่าพาณิชย์ภายในศูนย์ราชการฯ	2
2	ผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)	5
3	พื้นที่ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)	5
4	ผังพื้นที่ชั้นที่ 1 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)	6
5	พื้นที่ชั้น 2 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ลานอเนกประสงค์	7
6	พื้นที่เช่าชั้น 1 อาคารประชุมวายุภักษ์	8
7	พื้นที่ชั้น 5 อาคารจตุรภ B	9
8	แผนผังแสดงชื่อถนนและชื่ออาคารภายในศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ	9
9	พื้นที่อาคาร โซน C	10
10	ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/..... ร้านอาหาร/โถมเครื่องดื่ม	12
11	ภาพตารางบัญชีแนบท้าย	14
12	ผังกระบวนการทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์	15
13	ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์	21
	และลานอเนกประสงค์	
14	รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) ของ ธพส. ปี 2568	27
15	หลักเกณฑ์การประเมินการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด	31
16	Value Enhancement and Value Creation Business	39
17	โมเดลเพชรคู่ หรือ Double Diamond	41
18	ระบบนวัตกรรมองค์กร	43
19	การเชื่อมโยง Innovation Stage สู่ Incubation Stage	43
20	กลไกและการดำเนินงานของระบบนวัตกรรมขององค์กรเพื่อความยั่งยืน	44
21	กระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice)	45
22	การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transferring)	45
23	กระบวนการบ่มเพาะ (Incubation Process)	46
24	ความสำคัญกับการวัดผลในประเด็นต่าง ๆ	50
25	ระบบการรับฟังลูกค้า	54
26	ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของ ธพส.	61
27	กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน	63
28	ผังกระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า	64
29	ผังกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน	65

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 ร้านค้า ธนาคาร สำนักงาน ศูนย์อาหาร พื้นที่ประชาสัมพันธ์ และพื้นที่พาณิชย์ที่จะกำหนดเพิ่มเติมอื่น ๆ ในอนาคต และพื้นที่พาณิชย์ชั้น 2 ประกอบด้วย สำนักงาน พื้นที่ลานอเนกประสงค์ และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต

(2) อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

พื้นที่พาณิชย์ในอาคารรัฐประศาสนภักดี ได้แก่ พื้นที่พาณิชย์ชั้น 1 ประกอบด้วย ร้านค้า ธนาคาร สำนักงาน ร้านอาหาร โดมเครื่องดื่ม ร้านค้าย่อย ศูนย์อาหาร พื้นที่ประชาสัมพันธ์ และพื้นที่พาณิชย์ที่จะกำหนดเพิ่มเติมอื่น ๆ ในอนาคต และพื้นที่พาณิชย์ชั้น 2 ประกอบด้วย พื้นที่ลานอเนกประสงค์ และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต

(3) อาคาร โซน C

พื้นที่รวม 660,000 ตารางเมตร ประกอบด้วย

➤ อาคารพดด้วง 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 สำนักงาน และพื้นที่พาณิชย์อื่น ๆ ที่จะกำหนดเพิ่มเติมในอนาคต

ทั้งนี้ สามารถสรุปแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าและการตลาดพื้นที่เช่าพาณิชย์ภายในศูนย์ราชการฯ เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) พื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม 2) พื้นที่ลานอเนกประสงค์ 3) พื้นที่ประชาสัมพันธ์



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

“ผอ.” หมายถึง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด

“ผกจ.” หมายถึง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

“รกจ.” หมายถึง รองกรรมการผู้จัดการ

“กจ.” หมายถึง กรรมการผู้จัดการ

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

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

ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาด การจัดหาผู้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ให้ใช้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งจัดสรรการให้เช่าพื้นที่ โอนส่งมอบอาคารหรือพื้นที่ของโครงการศูนย์ราชการฯ และโครงการอื่น ๆ ให้แก่ลูกค้าจนเสร็จสมบูรณ์ นอกจากนั้นยังมีหน้าที่บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขาย 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. บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และ การติดตามชำระหนี้ในศูนย์ราชการโซน A และ B
4. กำกับทิศทาง วางแผนและสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาด รวมถึงนำเสนอข้อมูล ด้านการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ราชการโซน A และ B เพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่งหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
6. สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อบูรณา การให้งานในภาพรวมของ 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

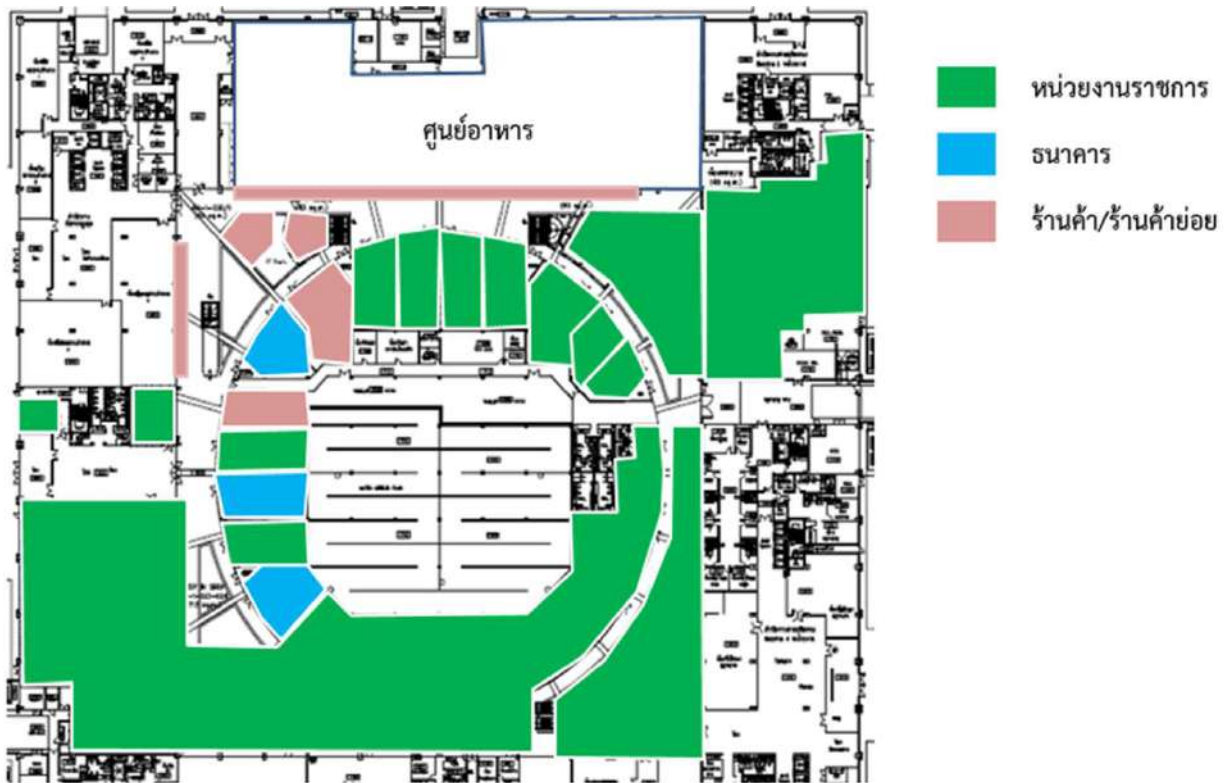
3. บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้ในศูนย์ราชการโซน C
4. กำกับทิศทาง วางแผนและสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาด รวมถึงนำเสนอข้อมูล ด้านการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ราชการโซน C เพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. บริหารจัดการผู้ได้บังคับบัญชา งบประมาณและแผนงานของส่วน ให้เป็นไปตามระเบียบ คำสั่ง หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
6. สนับสนุนการปฏิบัติข้ามหน่วยงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Agile Team, Scrum Team เพื่อ บูรณาการให้งานในภาพรวมของ 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 สิทธิการจำหน่าย สินค้า ฯลฯ รวมถึงให้บริการต่าง ๆ หลังการขายแก่ผู้เช่าพื้นที่และผู้รับบริการ
4. บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขายและบริการหลังการขายภายในพื้นที่อาคารต่าง ๆ หรือโครงการพิเศษของ ธพส. นอกศูนย์ราชการทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด รวมถึงการ จัดเก็บรายได้ และการติดตามชำระหนี้
5. กำกับทิศทาง และร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้ 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

ผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)



ภาพที่ 2 ผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

พื้นที่ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

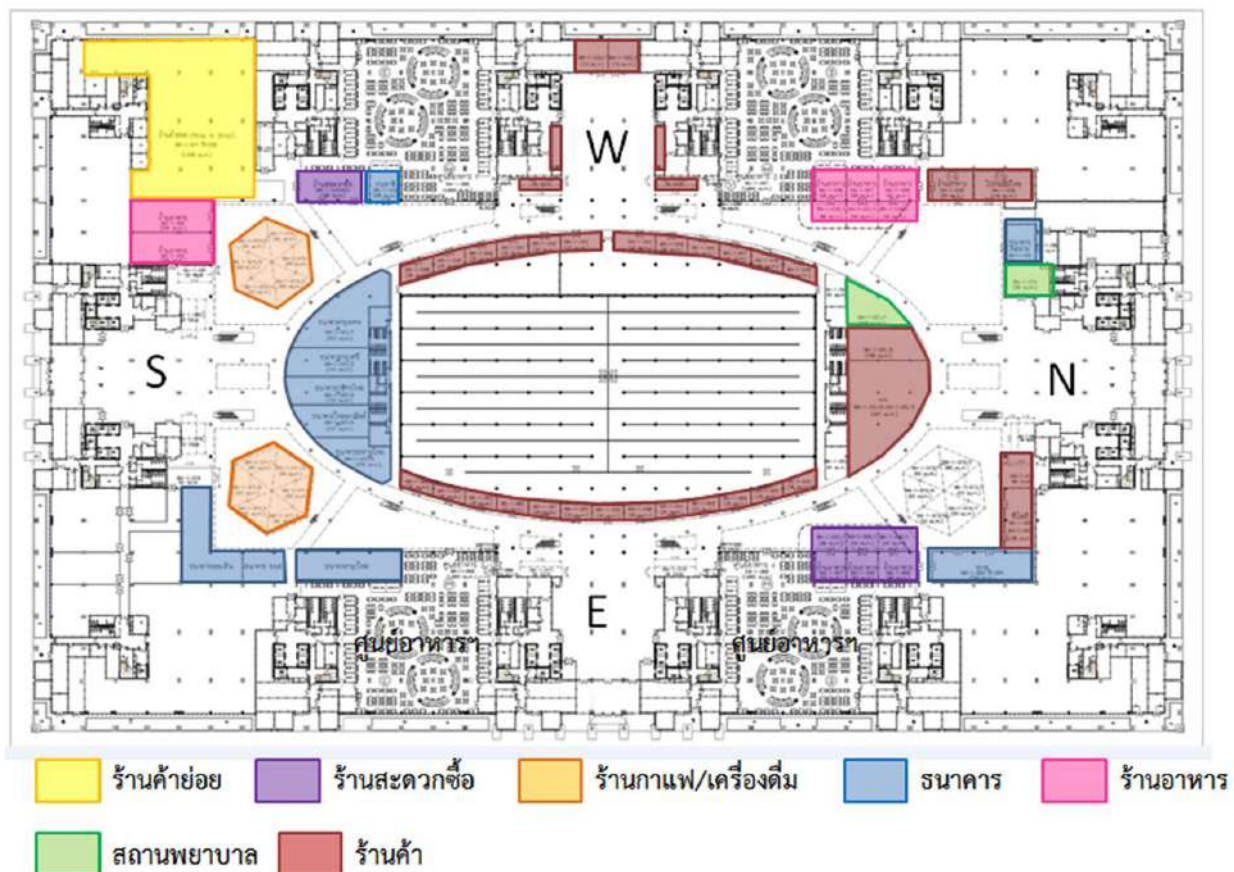


ภาพที่ 3 พื้นที่ชั้น 2 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

ตารางที่ 1 พื้นที่เข้าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)

#	อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)	พื้นที่ (ตร.ม)	จำนวน
1	หน่วยงานรัฐ	6,047	3 หน่วยงาน
2	ธนาคาร	250	2 ธนาคาร
3	ร้านค้า	0	1
4	ร้านอาหาร	0	0
5	โดมเครื่องดื่ม	64	0
6	ร้านสะดวกซื้อ	169	1 ร้าน
7	ศูนย์อาหาร	2,300	1 ศูนย์ (27 ร้าน)
8	ร้านค้าย่อย	194	25 ร้าน
9	ลานอเนกประสงค์	4,324	1 ลาน
	รวมพื้นที่พาณิชย์อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ (อาคาร A)	13,348	

ผังพื้นที่ชั้นที่ 1 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)



ภาพที่ 4 ผังพื้นที่ชั้นที่ 1 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

พื้นที่ชั้น 2 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ลานอเนกประสงค์



ภาพที่ 5 พื้นที่ชั้น 2 อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ลานอเนกประสงค์

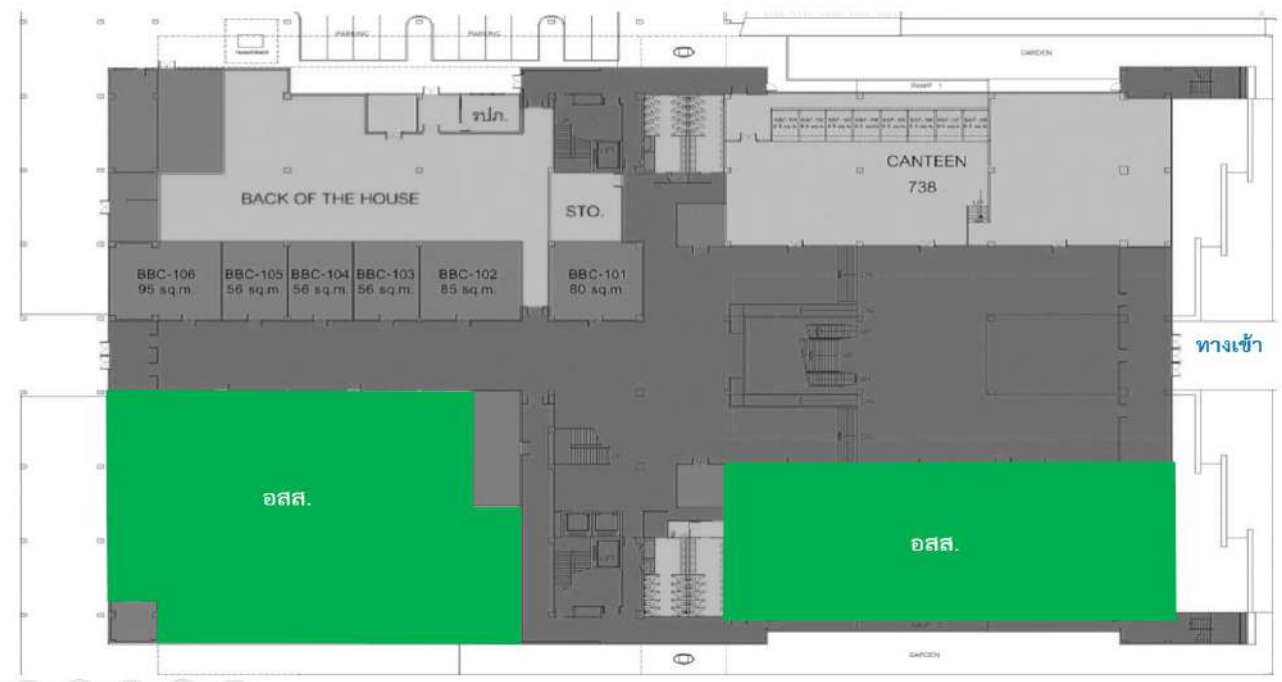
ตารางที่ 2 พื้นที่เช่าพาณิชย์ในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)

#	อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)	พื้นที่ (ตร.ม)	จำนวน
1	หน่วยงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	6,137	20 หน่วยงาน
2	ธนาคาร	1,695	7 ธนาคาร
3	ร้านค้า	1,789	40 ร้าน
4	ร้านอาหาร	1,093	4 ร้าน
5	โดมเครื่องดื่ม	1,068	18 ร้าน
6	ร้านสะดวกซื้อ	528	3 ร้าน
7	ศูนย์อาหาร	4,800	3 ศูนย์ (81 ร้าน)
8	ร้านค้าย่อย	199	46 ร้าน
9	ลานอเนกประสงค์	9,700	1 ร้าน
	รวมพื้นที่พาณิชย์อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B)	27,009	

ตารางที่ 3 พื้นที่เข้าพำนักในความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด อาคารอื่น ๆ

อาคารศูนย์ประชุมวายุภักษ์	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน
หน่วยงานรัฐ	1,880	2 หน่วยงาน
รวมพื้นที่พำนักของอาคารอาคารศูนย์ประชุมวายุภักษ์	1,880	
อาคารจอตรต B	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน
หน่วยงานรัฐ	5,932	3 หน่วยงาน
ร้านค้า	35	1 ร้าน
รวมพื้นที่พำนักของอาคารจอตรต B	5,967	
พื้นที่พำนักภายนอกอาคาร	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวน
ร้านสะดวกซื้อ	1-1-58 ไร่	1 ร้าน
รวมพื้นที่พำนักภายนอกอาคาร	1-1-58 ไร่	

พื้นที่เข้าชั้น 1 อาคารประชุมวายุภักษ์



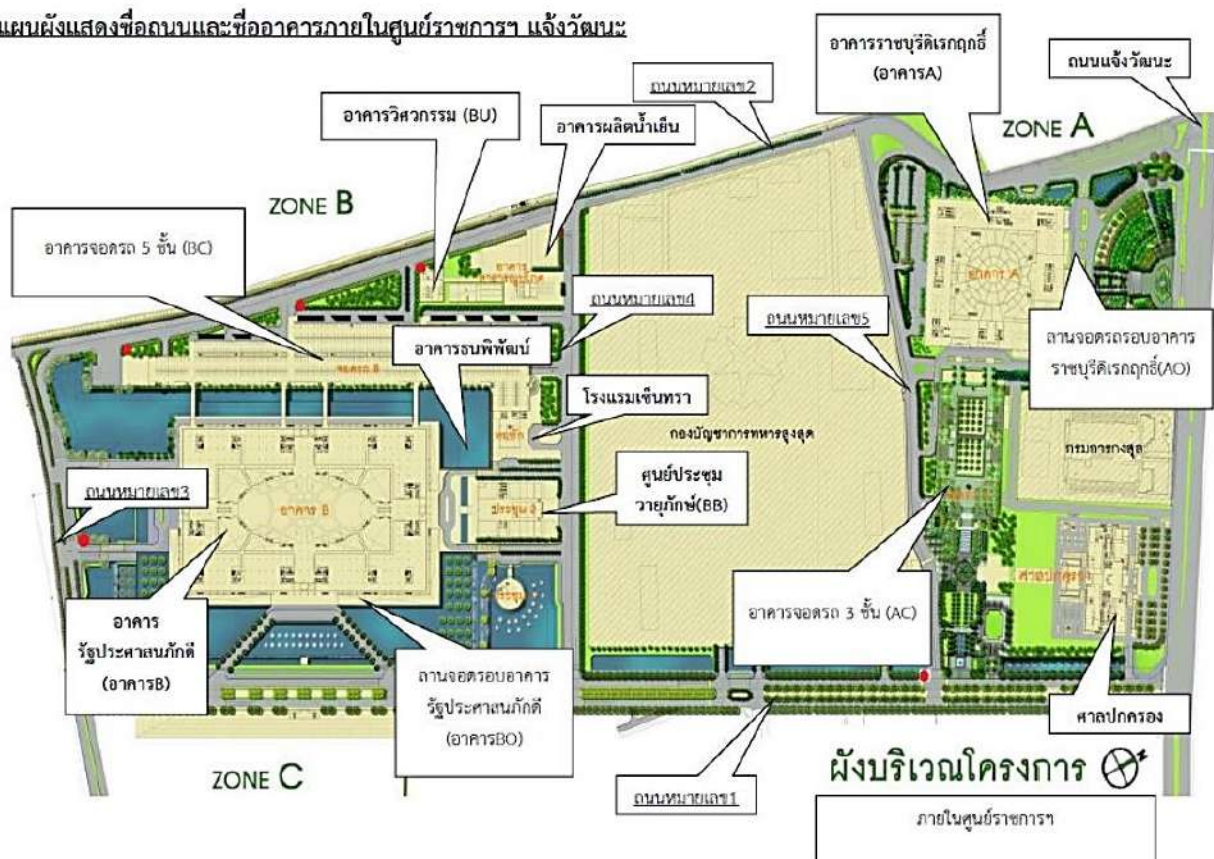
ภาพที่ 6 พื้นที่เข้าชั้น 1 อาคารประชุมวายุภักษ์

พื้นที่ชั้น 5 อาคารจอดรถ B



ภาพที่ 7 พื้นที่ชั้น 5 อาคารจอดรถ B

แผนผังแสดงชื่อถนนและชื่ออาคารภายในศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ



ภาพที่ 8 แผนผังแสดงชื่อถนนและชื่ออาคารภายในศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ

พื้นที่อาคาร โซน C



ภาพที่ 9 พื้นที่อาคาร โซน C

นโยบายในการกำหนดอัตราเช่าและระยะเวลาเช่า

การกำหนดราคาค่าเช่าพื้นที่พาณิชย์ประเภทต่าง ๆ

ตารางที่ 4 การกำหนดราคาค่าเช่าพื้นที่พาณิชย์ประเภทต่าง ๆ

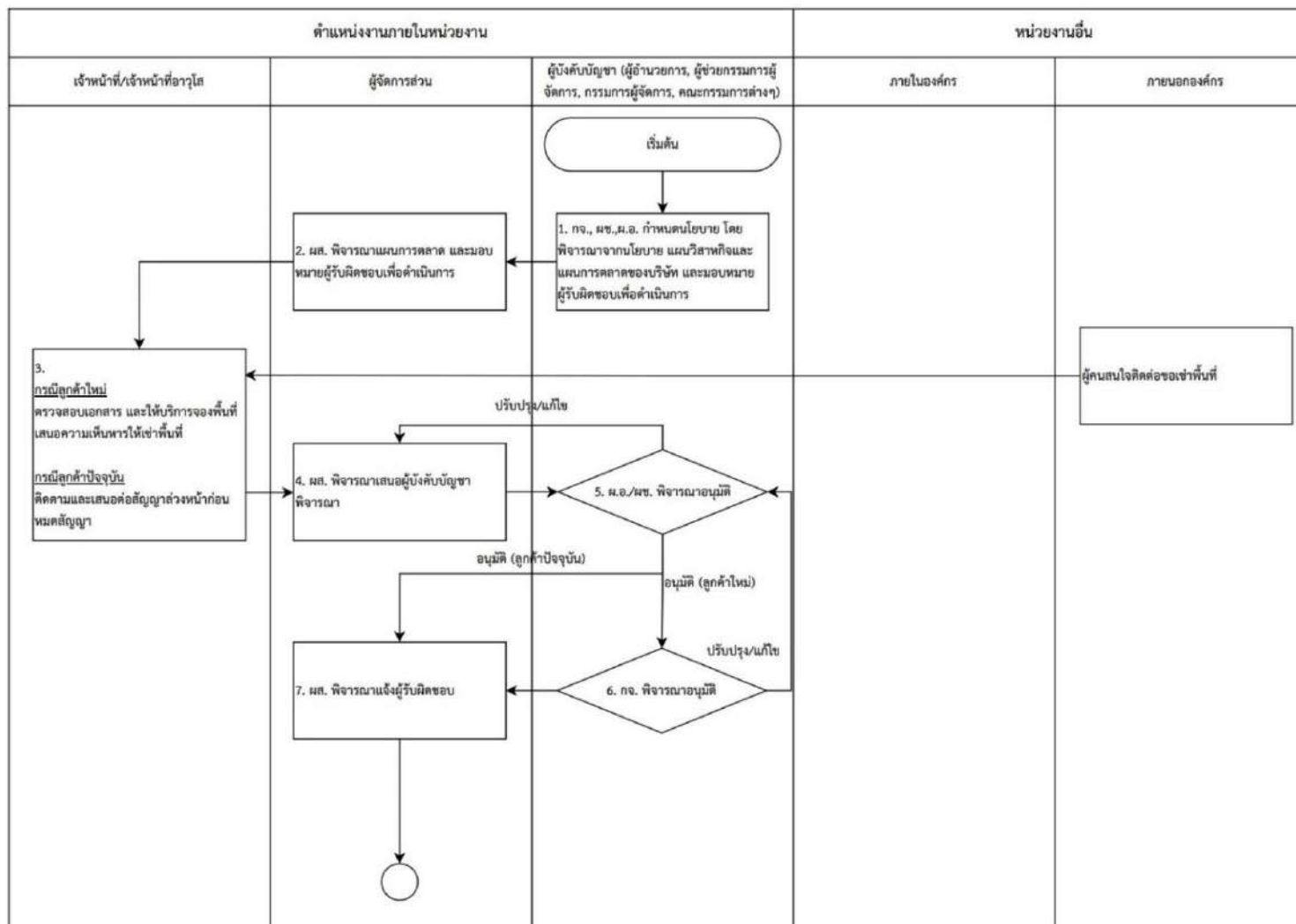
หน่วย: บาท/ตร.ม./เดือน

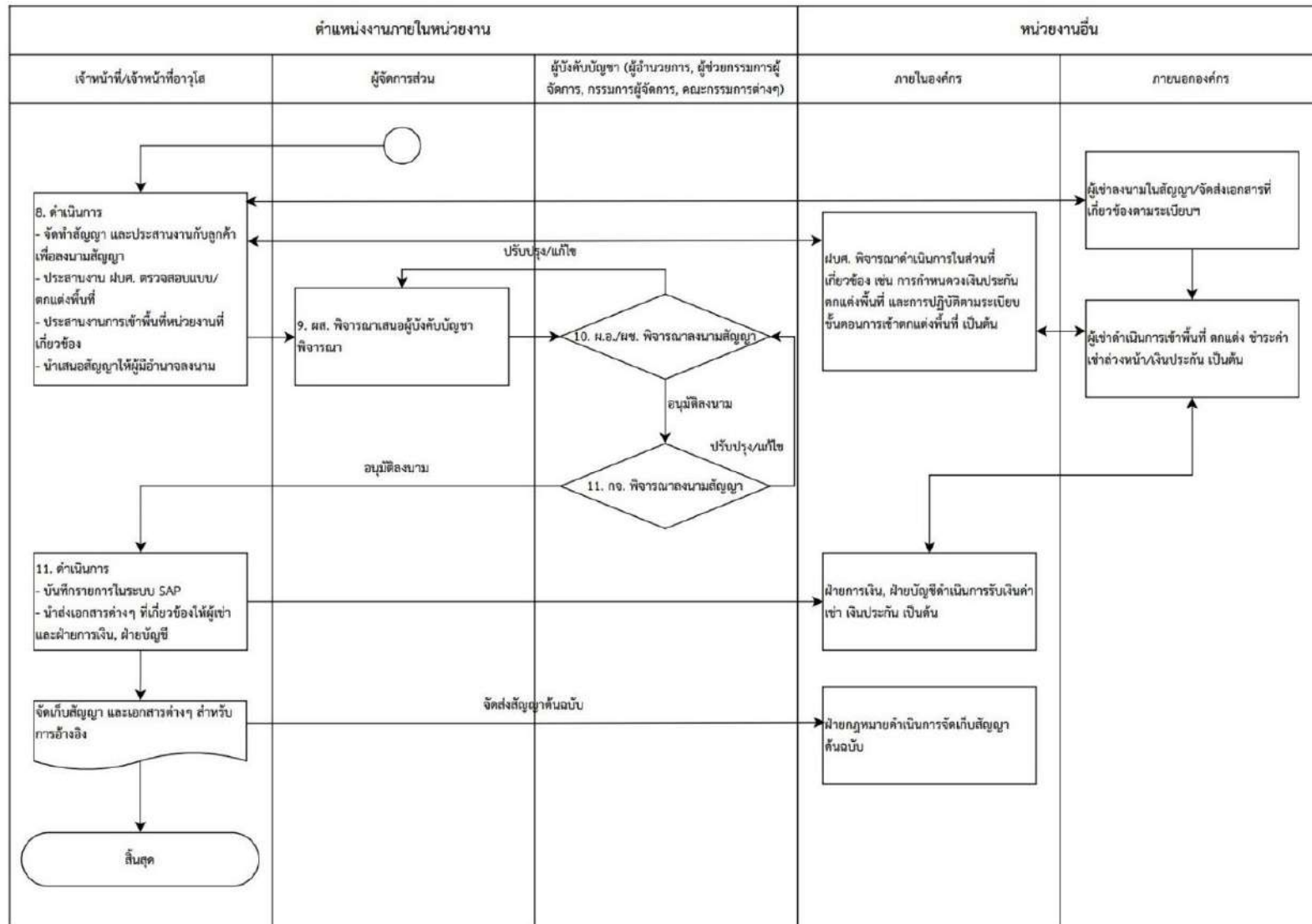
ประเภท	อาคาร A	อาคาร B	อาคารจอดรถ B
1. ธนาคาร	1,300	1,300	-
2. ร้านค้าย่อย	รายปี 1,200 รายเดือน +15% ของรายปี	รายปี 1,200 รายเดือน +15% ของรายปี รายวัน +15% ของรายเดือน	-
3. ประกันภัย	-	800	-
4. ร้านค้า	577.5	577.5	315
5. ร้านสะดวกซื้อ	635.25	635.25	-
6. โดมเครื่องดื่ม	635.25	635.25	-
7. พื้นที่รัฐวิสาหกิจ/องค์การมหาชน	475	475/500	-
8. พื้นที่สำนักงาน (ราชการ)	435.6 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	435.6 (ขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	435.6
9. ร้านอาหาร	-	378	-
10. ศูนย์อาหาร	16,000 บาท/เดือน	15,000/17,000/เดือน	-

ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม

หน่วยงาน : ส่วนการตลาด 1

ชื่อผู้รับผิดชอบ : นางสาวมานิตา กิ่งโคกกรวด, นายจิตตินัย เหลือโกศล, นายชัยวิวัฒน์ จันทะสาร, นางสาวปณชรี สักขีโพธิ์





ภาพที่ 10 ผังขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม

คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม

การขอเช่าพื้นที่

- ฝ่ายการตลาด ดำเนินการประชาสัมพันธ์และให้รายละเอียดพื้นที่เช่า อัตราค่าเช่า เงินประกัน เงื่อนไข การเช่าพื้นที่กับลูกค้าที่สนใจซึ่งเดินทางมาติดต่อด้วยตนเอง ทางอีเมล แฟกซ์ หรือช่องทางอื่น ๆ และติดตามให้ รายละเอียดอื่น ๆ เพิ่มเติม พร้อมทั้งส่งแบบฟอร์มการเช่า (แบบฟอร์มการขอเช่าพื้นที่ร้านค้า)
- ลูกค้าที่สนใจเช่าพื้นที่กรอกแบบฟอร์มแจ้งความประสงค์ขอใช้พื้นที่ โดยแนบเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่ ธพส. กำหนด
- ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของเอกสาร หากไม่ครบถ้วนแจ้งลูกค้าให้จัดส่งเพิ่มเติม

การเสนออนุมัติและการทำสัญญา

- เมื่อเอกสารถูกต้อง ครบถ้วน เสนอให้ ผจ. และ ผอ. พิจารณาตามลำดับ และเสนอให้ผู้บริหารที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ เป็นผู้อนุมัติตามอำนาจ (รายละเอียดดังตารางบัญชีแนบท้าย)

หมายเหตุ: กระบวนการทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์ ประกอบด้วย

- ลูกค้าขอทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่
- ผกต. เสนอราคาการต่อสัญญา และขออนุมัติจัดให้เช่า (โดยพิจารณาจากเงื่อนไข ดังนี้ ประวัติการค้างชำระค่าเช่า, ประวัติการทำผิดเงื่อนไขต่าง ๆ)
- ผกต. ประสานลูกค้าเพื่อขอข้อมูลจัดทำสัญญาและจัดทำร่างสัญญา
- ผกม. ตรวจสอบสัญญาและออกเลขสัญญา
- ลงนามในสัญญาและจัดเก็บสัญญา

สรุปผังภาพกระบวนการทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์

2) การพิจารณาอนุมัติ

- กรณีไม่อนุมัติให้แจ้งให้ลูกค้าทราบรายละเอียด
- กรณีอนุมัติ
 - ให้มีหนังสือแจ้งเงื่อนไขและรายละเอียดการเช่าให้ลูกค้าทราบ (ระบุอัตราค่าเช่า ค่าบริการ ส่วนกลาง ค่าสาธารณูปโภค จำนวนเงินประกันสัญญา ฯลฯ)
 - จัดเตรียมเอกสารสัญญาจัดส่งให้ลูกค้าลงนาม ก่อนนำเสนอผู้มีอำนาจ ธพส. ลงนาม (ผกจ./รกก./กก.)

การบันทึกลงระบบ การแจ้งค่าใช้จ่าย และการส่งเอกสารให้ฝ่ายการเงิน

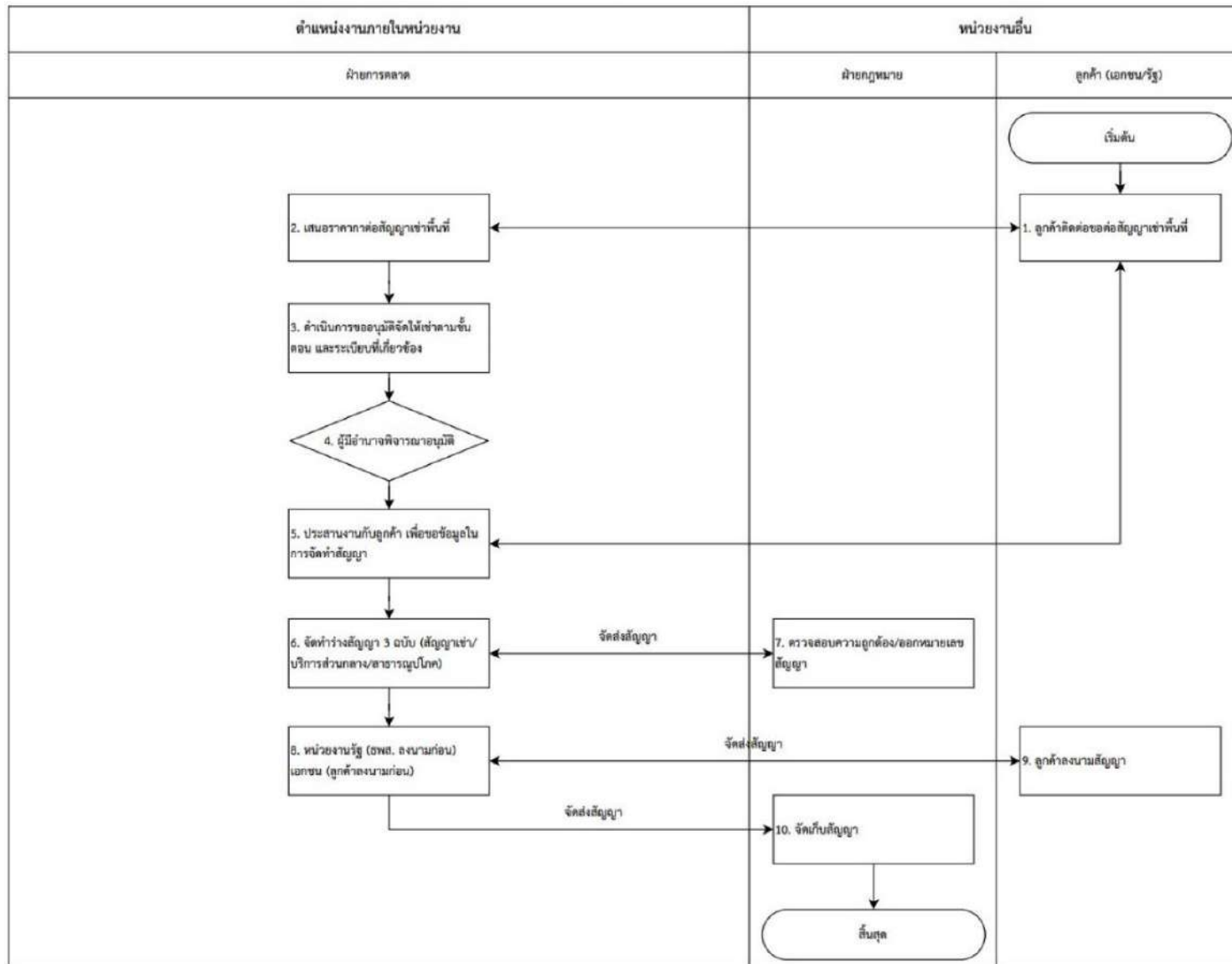
- บันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบ SAP
- พิมพ์ใบแจ้งค่าใช้จ่าย (ค่าเช่าล่วงหน้า/ค่าบริการล่วงหน้า/เงินประกันสัญญา) จัดส่งให้ลูกค้ามาชำระเงิน พร้อมจัดส่งใบแจ้งค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้ฝ่ายการเงินจำนวน 1 ชุด
- ลูกค้าชำระเงินตามใบแจ้งค่าใช้จ่าย โดยการโอนเข้าบัญชีหรือชำระเป็นเงินสดหรือเช็ค
- ฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐาน และใช้ประกอบการขอคืนเงินประกันเมื่อสิ้นสุดสัญญา

ตารางบัญชีแนบท้าย

หมวดอำนาจหน้าที่ในการอนุมัติหรือสั่งการภายในเกี่ยวกับการบริหารงาน
ตามโครงสร้างองค์กรและสายปฏิบัติงาน และอำนาจหน้าที่ในการลงนามเอกสารและหนังสือถึงหน่วยงานภายนอก

ประเภท	รายการ	ผู้ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้ปฏิบัติงานแทน กรรมการผู้จัดการ					หมายเหตุ
		ผจ.	ผอ.	ผกจ.	รกก.	ผกจ./ รกก.	
ฝ่ายการตลาด	อนุมัติการให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ผลตอบแทนทั้งสัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.สกต.
	(2) ผลตอบแทนทั้งสัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓			ผกจ.
	(3) ผลตอบแทนทั้งสัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓		รกก.
	อนุมัติต่ออายุการให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ผลตอบแทนทั้งสัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.สกต.
	(2) ผลตอบแทนทั้งสัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓			ผกจ.
	(3) ผลตอบแทนทั้งสัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓		รกก.
	อนุมัติยกเลิกการให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน (1) ผลตอบแทนทั้งสัญญาไม่เกิน 100,000 (หนึ่งแสนบาท)		✓				ผอ.สกต.
	(2) ผลตอบแทนทั้งสัญญาไม่เกิน 500,000 (ห้าแสนบาท)			✓			ผกจ.
	(3) ผลตอบแทนทั้งสัญญาเกินกว่า 500,000 (ห้าแสนบาท)				✓		รกก.
	อนุมัติการเรียกเก็บเงินเพิ่มเติม กรณีทำผิดเงื่อนไขสัญญา			✓			ผกจ.
	อนุมัติคืนหลักประกันสัญญาและเงินประกันความเสียหาย การให้ เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน/การตกแต่งพื้นที่			✓			ผกจ.
	อนุมัติคืนเงินประกันความเสียหายพื้นที่ ลานอเนกประสงค์ พื้นที่ประชาสัมพันธ์		✓				ผอ.สกต./ ผอ.ผบอ.
	อนุมัติคืนเงินการให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ/ค่าภาษีต่างๆ กรณี ชำระเกิน/ยกเลิกการเช่า		✓				ผอ.สกต.
	อนุมัติหักหลักประกันสัญญาและเงินประกันความเสียหาย กรณี ถูกยกเลิกการใช้พื้นที่/ผิดสัญญา/มีหนี้ค้างชำระ			✓			ผกจ.
	อนุมัติรับการให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน/บริการ สาธารณูปโภคที่ผิดเงื่อนไข/สัญญา			✓			ผกจ.
	ลงนามในสัญญาการให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน		✓				ผอ.สกต.
	ลงนามในใบแจ้งค่าใช้จ่าย/ใบแจ้งหนี้		✓				ผอ.สกต.
	ลงนามหนังสือภายนอกในเรื่องที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด			✓			ผกจ.
	ลงนามรับรองเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการให้เช่า/ ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิในทรัพย์สิน			✓			ผกจ.
	ลงนามหนังสือภายนอกเพื่อแจ้งเสนอเงื่อนไข/เสนอราคา การให้เช่า/ให้ใช้บริการ/ให้สิทธิ ในทรัพย์สิน	✓					ผจ.สกต.1 , ผจ.สกต.2 , ผจ.สกต.3

ภาพที่ 11 ภาพตารางบัญชีแนบท้าย



ภาพที่ 12 ผังกระบวนการทำ/ต่อสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์

การส่งมอบพื้นที่ การเข้าตกแต่ง และการเข้าใช้พื้นที่

1. ฝ่ายการตลาด ร่วมกับ ผบศ./ผบอ. และลูกค้าเข้าตรวจสอบพื้นที่เข้าร่วมกัน เพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของพื้นที่และดำเนินการส่งมอบ (หากพบความชำรุดบกพร่องของงานระบบหรืออุปกรณ์ที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของ ธพส. จะต้องปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งมอบ หรือตามที่ตกลงกับลูกค้าแล้วแต่กรณี)
2. ลูกค้าต้องจัดส่งแบบตกแต่งพื้นที่ให้ ธพส. พิจารณา พร้อมทั้งกรอกเอกสารการขออนุญาตเข้าตกแต่งพื้นที่จัดส่งให้ ธพส. พิจารณาอนุญาตและกำหนดจำนวนเงินประกันความเสียหาย/เงินประกันการใช้สาธารณูปโภค (ผบศ./ผบอ.)
3. ลูกค้าต้องวางเงินประกันความเสียหาย /เงินประกันการใช้สาธารณูปโภค และฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐาน และใช้ประกอบการขอคืนเงินประกันเมื่อตกแต่งพื้นที่แล้วเสร็จและหักค่าใช้จ่ายหรือความเสียหายต่าง ๆ แล้ว
4. ลูกค้า/ผู้รับจ้างของลูกค้า เข้าอบรมเรื่องความปลอดภัยในการเข้าปรับปรุงตกแต่งพื้นที่ (ผบศ./ผบอ.) พร้อมกรอกรายละเอียดในเอกสารการขอเข้างานและขอขนอุปกรณ์เข้า-ออก อาคาร ให้ ธพส. อนุญาต
5. ลูกค้า/ผู้รับจ้างของลูกค้า เข้าปรับปรุงพื้นที่ให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และแจ้งให้ ธพส. เข้าตรวจสอบพื้นที่พร้อมจัดส่งแบบ As-build ให้ ธพส.
6. ลูกค้าเข้าประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์และระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา

ข้อกำหนดในสัญญาเช่าพื้นที่พาณิชย์ ประเภทพื้นที่ร้านค้า/ธนาคาร/สำนักงาน/ร้านอาหาร/โดมเครื่องดื่ม

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 ในกรณีที่ผู้เช่ามีความประสงค์ที่จะเปิดดำเนินการในสถานที่เช่าเกินกว่าเวลาทำการปกติจะต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่าก่อน และผู้เช่าจะรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เนื่องจากได้เปิดดำเนินการในเวลาราชการเพิ่มเติม เช่น ค่ากระแสไฟฟ้า ค่ายามรักษาความปลอดภัยพื้นที่ส่วนกลาง โดยจะชำระให้ตามจำนวนที่ได้ใช้ไปจริง และตามอัตราที่ผู้ให้เช่าเป็นผู้กำหนด
- ผู้เช่าไม่มีสิทธิที่จะกำหนดระเบียบ หรือคำสั่งอื่นใดในการกำหนดเวลาเปิดและปิดใช้อาคารโครงการสถานที่เช่า ตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่งได้ตามความเหมาะสม เพื่อการบริหารโครงการของผู้ให้เช่า หรือเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และ/หรือระเบียบที่ทางราชการได้กำหนด หรือมีคำสั่งซึ่งอาจจะมีขึ้นในภายหลัง ตลอดอายุของสัญญา โดยผู้เช่าไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายในการที่ผู้ให้เช่าได้เปลี่ยนแปลงกำหนด เวลาการเปิด และปิดอาคาร สถานที่เช่าดังกล่าวแต่ประการใด
4. ผู้เช่าจะไม่ใช้หรืออนุญาตให้มีการใช้สถานที่เช่า เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือผิดศีลธรรม โดยสัญญาว่าจะใช้ประโยชน์ในสถานที่เช่าด้วยความสงบเรียบร้อย ไม่กระทำ หรือยินยอมให้บุคคลอื่นกระทำการใด ๆ ภายในหรือเกี่ยวเนื่องกับสถานที่เช่าเป็นการขัดต่อกฎหมาย หรือขัดต่อศีลธรรม หรือโดยเป็นหรืออาจจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ อนามัย หรือเป็นที่น่ารังเกียจ หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อน รำคาญหรือเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ให้เช่าหรือบุคคลอื่นซึ่งเป็นผู้ครอบครองส่วนอื่นใดภายในอาคารหรือต่อบุคคลที่เข้ามาใช้บริการภายในอาคาร
- หากผู้เช่าปฏิบัติผิดข้อตกลงตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่ง ไม่ว่าจะโดยผู้เช่า บริวาร หรือโดยผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานที่เช่า และไม่ว่าจะเป็นการกระทำโดยจงใจ 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 โดยมีต้องบอกกล่าวล่วงหน้า ซึ่งในการเข้าไปดำเนินการแก้ไขสถานที่เช่าดังกล่าว หากผู้เช่าหรือบริวารมิได้อยู่ภายในสถานที่เช่า ผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าหรือตัวแทนสามารถทำการตัด หรือทำลายกุญแจเก่าที่จำเป็นตามควรแก่กรณี เพื่อเข้าไปในสถานที่เช่าได้โดยผู้เช่าจะไม่กล่าวหา ฟ้องร้องผู้ให้เช่าและ/หรือตัวแทน ทั้งในทางแพ่ง และทางอาญาแต่อย่างใด และผู้เช่าจะต้องชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ให้เช่าได้ออกและดำเนินการไปเพื่อการนี้ ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือบอกกล่าวจากผู้ให้เช่า

10. ผู้เช่าจะไม่ติดตั้ง ปิด แสดง เขียน ทาสี บนส่วนหนึ่งส่วนใดภายนอกสถานที่เช่า หรือโดยตรงหรือผ่านหน้าต่างใด ๆ ของสถานที่เช่าซึ่งแผ่นป้าย โปสเตอร์ประกาศ โฆษณา ป้ายชื่อ เสาโทรทัศน์ หรือวิทยุ หรือเสาอากาศประเภทใดก็ตาม โดยมิได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่าก่อน แต่ผู้เช่าอาจแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายการค้าลักษณะของการค้า หรือธุรกิจซึ่งผู้เช่าประกอบอยู่ในสถานที่เช่าได้ตามลักษณะ และ รูปแบบ ที่ได้รับความเห็นชอบเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่า ผู้เช่าอาจแก้ไข เปลี่ยนแปลงและปรับปรุงป้ายแสดงเหล่านี้ได้เป็นครั้งคราว โดยเสนอแบบแปลนที่จะทำการปรับปรุงแก้ไข ให้ผู้ให้เช่าให้ความเห็นชอบเป็นหนังสือก่อนถึงจะดำเนินการได้ โดยผู้เช่าจะเป็นผู้รับผิดชอบในภาษีป้ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการติดตั้งดังกล่าวเอง

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

12. ผู้เช่าจะดูแลรักษาสถานที่เช่าให้สะอาด และถูกสุขอนามัย ปราศจากกลิ่นที่เป็นอันตราย ตลอดจนจะไม่ปล่อยให้มียุงยุงหรือแมลงอื่นอยู่ในสถานที่เช่า และเสียงรบกวนอยู่เสมอ ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้เช่าเอง ทั้งนี้ จะรักษาบริเวณภายในของสถานที่เช่า และส่วนประกอบของสถานที่เช่า รวมทั้งส่วนภายในของประตู หน้าต่างและส่วนควบที่เป็นกระจก สิ่งติดตั้ง กลอน สายไฟ ท่อน้ำ เพดานในสถานที่เช่า สีกระดาษติดผนัง และการตกแต่งตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ในสถานที่เช่าให้อยู่ในสภาพที่สะอาดเรียบร้อย และซ่อมแซมดีตลอดระยะเวลาเช่า

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

14. ผู้เช่าจะไม่ใช้ทางเดิน ทางเข้า ระเบียง เฉลียง บันได และลิฟต์โดยสารเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด นอกจากเพื่อการเข้าและออกจากสถานที่เช่า หรืออาคาร และจะใช้เฉพาะลิฟต์ขนส่งของสำหรับสิ่งของ อุปกรณ์ และวัสดุเท่านั้น

15. ผู้เช่าจะไม่วาง หรือแสดงสินค้า สิ่งของ หรือยานพาหนะใด ๆ ก็ตามเพื่อจำหน่าย ตลอดจนจะไม่ทำการกีดขวางหรืออนุญาตให้มีการกีดขวางห้องโถงทางเข้า บันได ทางเข้าระเบียง ที่จอดรถ พื้นที่ส่วนกลางของอาคารโดยมิได้รับหนังสืออนุญาตจากผู้ให้เช่า

16. ผู้เช่าจะรักษา และปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งต่าง ๆ ซึ่งผู้ให้เช่าได้ประกาศให้ทราบทั่วกัน ณ ที่ทำการของผู้ให้เช่า ซึ่งถือว่าผู้เช่าทราบดีแล้วทุกครั้งไป และให้ถือกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งต่าง ๆ ที่ผู้ให้เช่าได้จัดทำขึ้นดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาด้วย

17. ผู้เช่าจะชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ทั้งหมดที่ได้ใช้ไป โดยผู้เช่าจะชำระทันทีเมื่อถึงกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในสัญญา หรือเมื่อมีการทวงถาม ซึ่งในการชำระค่าบริการต่าง ๆ ดังกล่าว จะต้องรวมชำระมาพร้อมกับการชำระค่าเช่า จะขอชำระแต่เพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ได้ มิฉะนั้น ผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะบอกปิดไม่รับชำระ และถือว่าผู้เช่าผิดนัดชำระหนี้ ตลอดจนกระทำความผิดเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาดังกล่าวข้างต้น

18. ผู้เช่าจะดำเนินการจดทะเบียน และขอรับใบอนุญาต สำหรับการประกอบกิจการค้าตามที่ระบุไว้ในสัญญาเช่านี้ตามที่กฎหมายกำหนด ต่อหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องตามกฎหมาย ตลอดจนจะรับผิดชอบในเรื่องของภาษีและอากรอื่น ๆ ทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการค้าของผู้เช่า ที่ได้ก่อให้เกิดขึ้นในสถานที่เช่า ตลอดอายุสัญญาเช่า และจะรับผิดชอบชำระค่าอากรแสตมป์สำหรับติดสัญญาเช่าเองทั้งสิ้น

19. ผู้เช่าจะใช้และครอบครองสถานที่เช่าแต่เพียงผู้เดียวและเพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ในข้อ 2 เท่านั้น โดยจะไม่นำเอาสถานที่เช่าทั้งหมด หรือแต่บางส่วนไปให้ผู้อื่นเช่าช่วง หรือเข้ามาอยู่ หรือก่อให้เกิดภาระผูกพันอย่างใด ๆ หรือ ให้บุคคลอื่นมีสิทธิเข้ามาใช้ประโยชน์ในสถานที่เช่าแทน หรือโอนสิทธิการเช่าให้ผู้อื่นไม่ว่าจะได้รับค่าตอบแทนหรือไม่ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ให้เช่าก่อน ทั้งนี้ สิทธิการเช่าตามสัญญานี้เป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้เช่าไม่ตกทอดทางมรดก

20. ผู้เช่าจะชำระค่าภาษีโรงเรือน ค่าอากรแสตมป์ หรือภาษีอากรอื่นใด อันเกี่ยวกับการเช่าสถานที่เช่าตามสัญญานี้และสัญญาที่เกี่ยวข้อง ตามที่ทางราชการเรียกเก็บตลอดอายุการเช่าและนอกจากที่ระบุไว้ในข้อ 4.2 แล้ว ผู้เช่ามีหน้าที่นำเงินค่าภาษีอากรดังกล่าวไปชำระให้แก่ผู้ให้เช่าภายในกำหนด 7 (เจ็ด) วันนับแต่วันที่ได้รับความแจ้งจากผู้ให้เช่า แต่หากผู้ให้เช่าได้ชำระไปก่อนแล้ว ผู้เช่าจะต้องชำระคืนให้แก่ผู้ให้เช่าภายในกำหนดเวลาดังกล่าวเช่นกัน

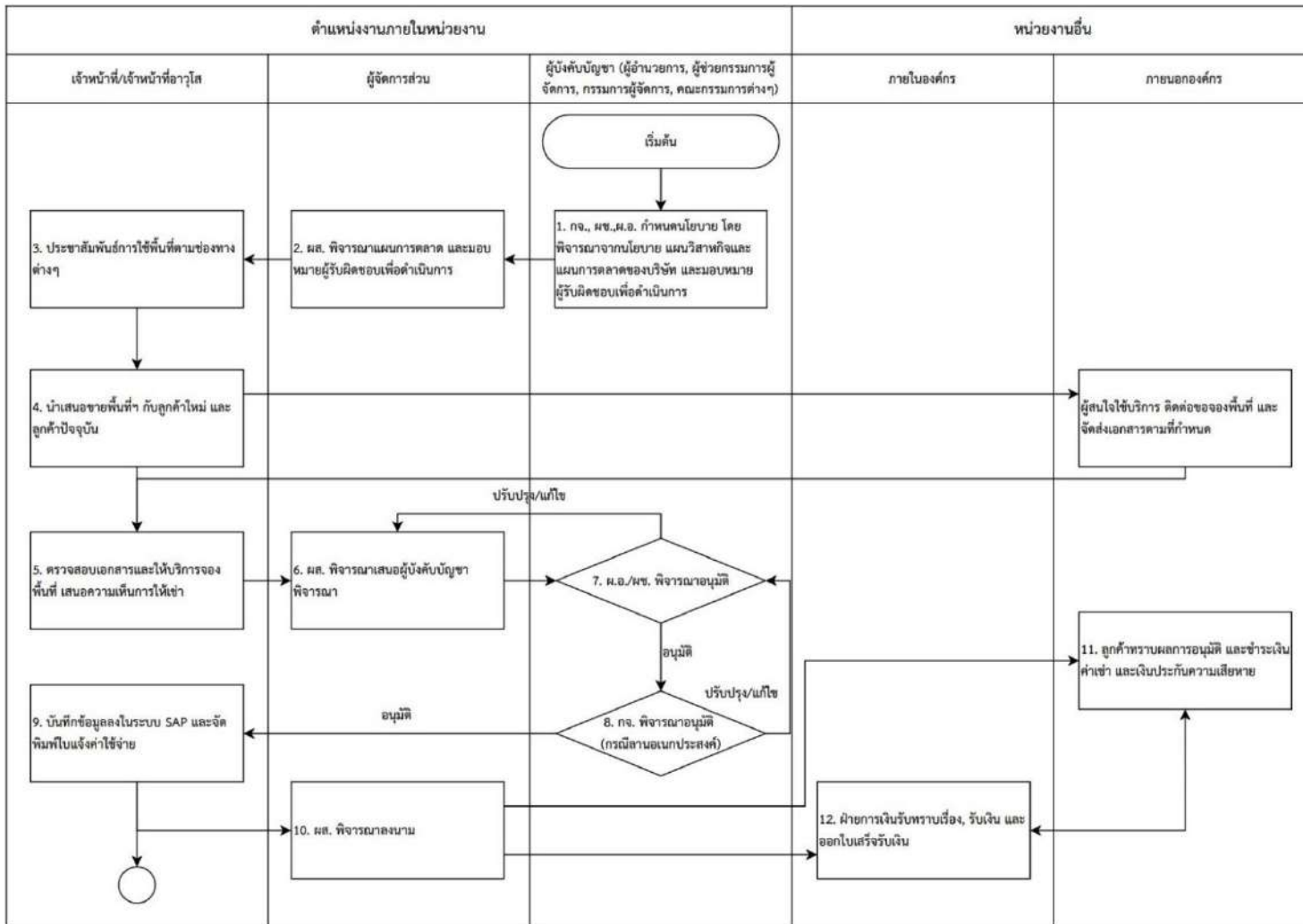
21. ผู้เช่าจะรับผิดชอบในความเสียหาย หรือการสูญหายอย่างใด ๆ อันเกิดขึ้นแก่สถานที่เช่า เนื่องจากการกระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อของผู้เช่า บริวาร หรือผู้เช่าช่วง ทั้งสิ้น โดยความรับผิดชอบดังกล่าว ให้รวมถึงความเสียหายอย่างใด ๆ ที่เกิดขึ้นแก่สถานที่เช่าของผู้เช่ารายอื่น หรือต่อบุคคลที่อยู่ภายในสถานที่เช่าหรือต่อผู้ที่สัญจรอยู่ในอาคารด้วย

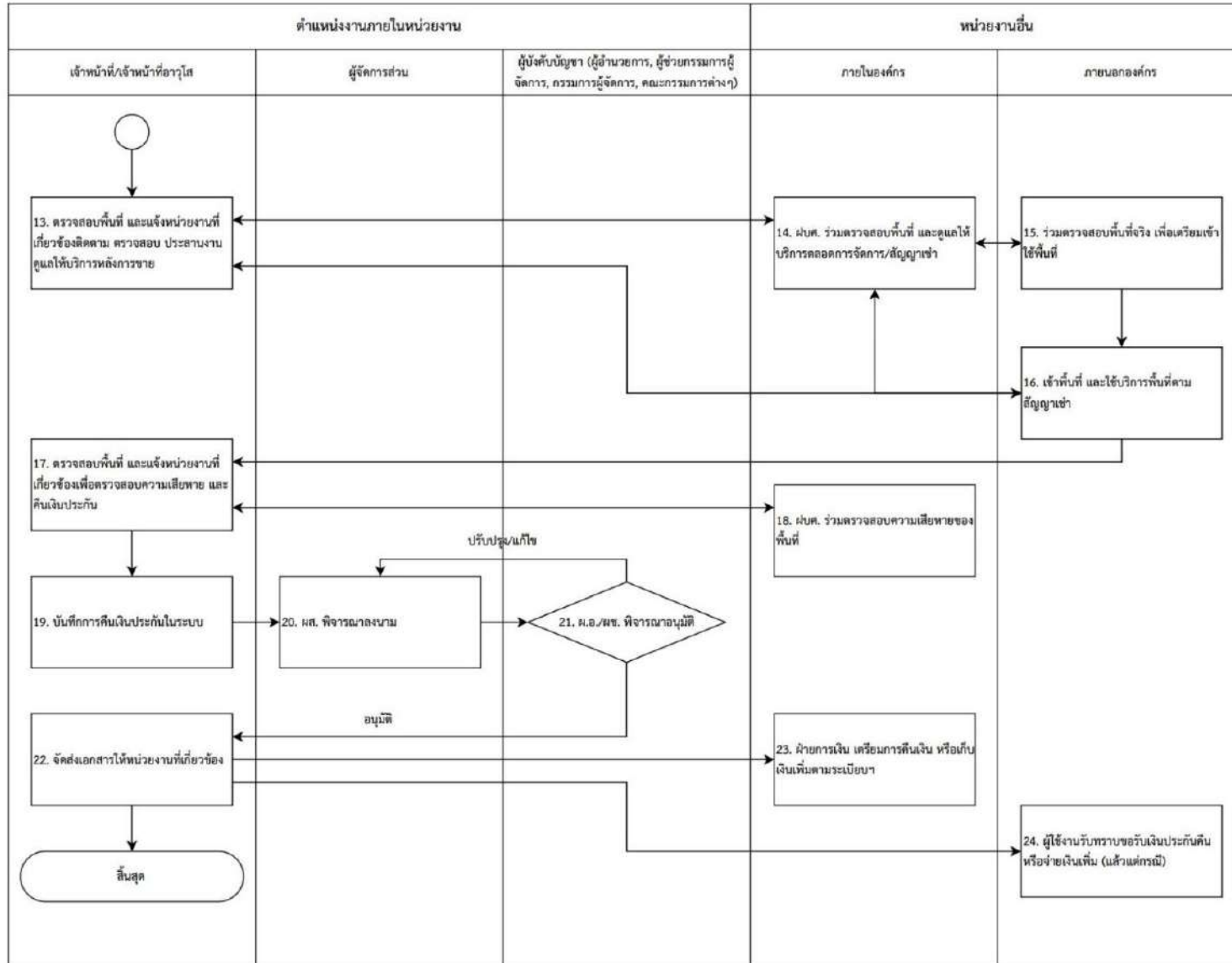
22. ผู้เช่าจะให้ความร่วมมือด้วยดีในการที่ผู้ให้เช่าได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ขึ้นภายในอาคาร รายการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ และสถานที่เช่าต่าง ๆ ภายในโครงการ เพื่อให้บุคคลโดยทั่วไปได้เข้ามาใช้บริการภายในอาคาร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของผู้เช่า ผู้ให้เช่า และผู้เช่ารายอื่นทุกรายภายในอาคาร

ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์

หน่วยงาน : ส่วนการตลาด 1

ชื่อผู้รับผิดชอบ : นางสาวมานิตา กิ่งโคกกรวด, นางสาวชมพูนุช ทองจีน, นางสาวสิริมา เหมือนกรุง





ภาพที่ 13 ขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์

คำอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานบริหารพื้นที่เช่าพาณิชย์ประเภทพื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์ การให้รายละเอียดและการจองใช้พื้นที่

1. ฝ่ายการตลาด ดำเนินการประชาสัมพันธ์และให้รายละเอียดพื้นที่เช่า อัตราค่าเช่า เงินประกัน เงื่อนไข การเช่าพื้นที่กับลูกค้าที่สนใจซึ่งเดินทางมาติดต่อด้วยตนเอง ทางอีเมล แฟกซ์ หรือช่องทางอื่น ๆ และติดตามให้ รายละเอียดอื่น ๆ เพิ่มเติม พร้อมทั้งส่งแบบฟอร์มการเช่า (แบบฟอร์มการขอใช้บริการพื้นที่ประชาสัมพันธ์และ ลานอเนกประสงค์))

2. ลูกค้าที่สนใจเช่าพื้นที่กรอกแบบฟอร์มแจ้งความประสงค์ขอใช้พื้นที่ โดยแนบเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่ ธพส. กำหนด

3. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของเอกสาร หากไม่ครบถ้วนแจ้งลูกค้าให้จัดส่งเพิ่มเติม

การเสนออนุมัติและการเช่าพื้นที่

1. เมื่อเอกสารถูกต้อง ครบถ้วน เสนอให้ ผจ. และ ผอ. พิจารณาลำดับ และเสนอให้ ผกจ./รกก. และ กจ. เป็นผู้อนุมัติตามอำนาจ

2. การพิจารณาอนุมัติ

(1) กรณีไม่อนุมัติให้แจ้งให้ลูกค้าทราบรายละเอียด

(2) กรณีอนุมัติ

(2.1) บันทึกข้อมูลในระบบ SD

(2.2) พิมพ์ใบแจ้งค่าใช้จ่ายเสนอให้ ผส. ลงนาม

การแจ้งค่าใช้จ่ายและการชำระเงิน

1. ส่งใบแจ้งค่าใช้จ่ายให้ลูกค้าทราบ

2. สำเนาเอกสารการอนุมัติ พร้อมแนบเอกสารหลักฐานของลูกค้า (ฉบับที่รับรองสำเนา)

3. ลูกค้าชำระเงิน โดยการโอนเข้าบัญชีหรือชำระเป็นเงินสดหรือเช็ค

4. ฝ่ายการเงินออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้า

การส่งมอบ และการเข้าใช้พื้นที่

1. ส่งมอบพื้นที่ (แบบตรวจสอบความเสียหายก่อนใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์) โดย ฝ่ายการตลาด ศูนย์ควบคุมอำนวยการวิศวกรรมฯ และลูกค้า ตรวจสอบก่อนเข้าใช้พื้นที่

2. ลูกค้าเข้าใช้พื้นที่

การตรวจสอบรับคืนพื้นที่และคืนเงินประกัน

1. เมื่อลูกค้าใช้พื้นที่แล้วเสร็จ ฝ่ายการตลาด ศูนย์ควบคุมอำนวยการวิศวกรรมฯ และลูกค้า ตรวจสอบ พื้นที่และส่งมอบพื้นที่คืน (แบบตรวจสอบความเสียหายหลังใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์และลานอเนกประสงค์)

2. เสนอให้ ผจ. ผอ. และ ผกจ. อนุมัติตามลำดับ

3. บันทึกการคืนเงินประกันในระบบ SD

4. นำแบบตรวจสอบความเสียหายตัวจริง พร้อมเลขที่การคืนเงินประกันที่ได้จากระบบ SD และแนบ สำเนาหน้าสมุดธนาคารนำส่งให้ฝ่ายการเงิน

5. ฝ่ายการเงินดำเนินการโอนเงินประกันคืนลูกค้า

ข้อกำหนดในการใช้พื้นที่ประชาสัมพันธ์

1. ธพส. สงวนสิทธิพิจารณาการใช้เช่าพื้นที่สำหรับสินค้าบางประเภท เช่น อาหารและเครื่องดื่ม หรือสินค้าที่เข้ากับผู้เช่าภายในอาคาร
2. ธพส. จะเป็นผู้จัดพื้นที่ให้ตามลำดับการยื่นเอกสาร
3. ผู้ใช้บริการต้องชำระค่าบริการพื้นที่และเงินประกันความเสียหายในคราวเดียวกันทั้งหมด
หลังจากได้รับการอนุมัติให้ใช้บริการพื้นที่และได้รับใบแจ้งค่าใช้จ่าย ภายใน 7 วัน ทั้งนี้ หากมีการยกเลิกพื้นที่ที่ ธพส. ขอสงวนสิทธิ์ยึดเงินทั้งหมดที่ได้ชำระไว้ และผู้ให้บริการไม่สามารถเรียกร้องความเสียหายใด ๆ ได้ทั้งสิ้น
4. ผู้ใช้บริการจะต้องใช้บริการพื้นที่ต่อเนื่อง 5 วัน (วันจันทร์-ศุกร์ หากบางสัปดาห์มีวันหยุดราชการ คิดเฉพาะวันทำการ)
5. กรณีหยุดย่นต์ จะต้องใช้บริการพื้นที่ต่อเนื่อง 10 วัน ทำการ (หากมีวันหยุดราชการคิดเฉพาะวันทำการ)
6. พื้นที่ที่ให้บริการเป็นพื้นที่เปล่า (ทางบริษัท ฯ ไม่มีโต๊ะและเก้าอี้ให้บริการ ผู้ใช้บริการต้องจัดเตรียมพรมปูพื้น และอุปกรณ์อื่น ๆ มาเอง และต้องต่อเชื่อมปลั๊กไฟเอง)
7. ในกรณีจองพื้นที่ออกบูธมากกว่า 1 ครั้ง (จองระยะยาว) ผู้ใช้บริการต้องชำระค่าบริการพื้นที่ทั้งหมดในคราวเดียวกัน และชำระเงินประกันความเสียหายเพียงครั้งเดียว (กรณีจองพื้นที่เดียวกัน) เท่านั้น
8. ราคานี้รวมกระแสไฟฟ้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% แล้ว
9. เวลาออกบูธ วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 07.00 -16.00 น. (วัน-เวลาทำการ)
10. ผู้ใช้บริการต้องเข้าติดตั้งบูธก่อนวันออกบูธ 1 วัน หรือช่วงเช้าของวันออกบูธไม่เกินเวลา 07.00 น. และรื้อถอนบูธไม่เกินเวลา 16.00 น. เพื่อส่งมอบพื้นที่ (ตรวจสอบความเสียหาย)
11. กรณีหยุดย่นต์ต้องเข้าติดตั้งบูธก่อนวันออกบูธ และรื้อถอนบูธตั้งแต่ เวลา 16.00 น. เป็นต้นไป รวมถึงการเปลี่ยนรถโชว์ในช่วงระยะเวลาการออกบูธ

ข้อกำหนดในการใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์

1. ผู้ใช้บริการลานอเนกประสงค์ ต้องแจ้งความประสงค์การใช้พื้นที่ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน โดยแจ้งความประสงค์โดยการส่งหนังสือจากหน่วยงาน/บริษัทผู้ให้บริการ หรือกรอกแบบฟอร์มการใช้บริการลานอเนกประสงค์ ซึ่ง ธพส. เป็นผู้พิจารณาจัดให้บริการตามความเหมาะสม
2. เมื่อได้รับใบแจ้งหนี้หรือใบแจ้งค่าใช้จ่าย ผู้ใช้บริการต้องชำระเงินมัดจำค่าบริการ 50% ภายใน 15 วัน และส่วนที่เหลืออีก 50% พร้อมเงินประกันความเสียหายชำระก่อนวันใช้บริการ 15 วัน ทั้งนี้ หากเกินกำหนดดังกล่าว ธพส. ถือว่าสละสิทธิ์การใช้บริการลานอเนกประสงค์
3. การชำระเงินรับเฉพาะเงินสด หรือเช็คเช็คสั่งจ่ายบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
4. การยกเลิกการใช้พื้นที่ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน ถ้าแจ้งช้ากว่าที่กำหนด ธพส. มีสิทธิเรียกวงค่าเสียหาย โดยผู้เช่าไม่มีโต้แย้งหรือเรียกร้องใด ๆ
5. หาก ธพส. มีความจำเป็นต้องใช้พื้นที่เพื่อประโยชน์ทางราชการหรือส่วนรวม ผู้ใช้บริการยินยอมให้ ธพส. ระบุการใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์ได้ทันที โดยไม่มีข้อแม้และจะไม่เรียกร้องค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น
6. ผู้ใช้บริการจะใช้และดูแลควบคุมผู้ประกอบการรายย่อยที่เข้าใช้ประโยชน์ในพื้นที่ลานอเนกประสงค์มิให้มีการดำเนินการหรือค้าขายใด ๆ ที่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย
7. ผู้ใช้บริการจะปฏิบัติตามเงื่อนไขแบบแจ้งความประสงค์และระเบียบการใช้ลานอเนกประสงค์ที่ ธพส. ให้ไว้ หากพบว่าไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขและระเบียบฯ ดังกล่าว ผู้ใช้บริการยินยอมให้ ธพส. ยกเลิกการใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์และ/หรือยึดเงินประกันความเสียหายและค่าใช้จ่ายบริการทั้งหมดได้ทันที
8. หากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานและองค์กรอื่น ๆ ของรัฐ ใช้พื้นที่ลานอเนกประสงค์สามารถมอบให้บริษัทออกไนท์เซอร์หรือบุคคล เป็นผู้ดำเนินงานและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงความเสียหายอื่น ๆ ด้วย
9. ธพส. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับราคาโดยมีต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า



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

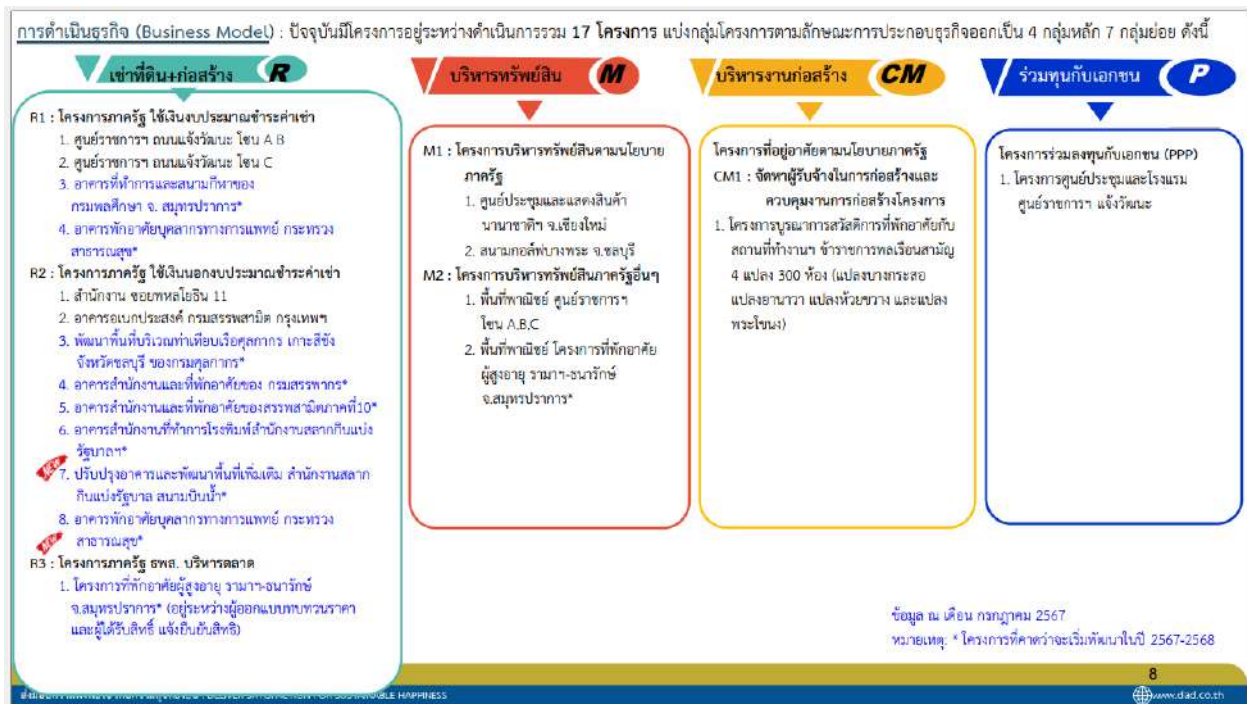
5.1 วัตถุประสงค์การจำแนกลูกค้า

- 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. กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ ที่ใช้เป็นกรอบของการจำแนกลูกค้า ดังนี้



ภาพที่ 14 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) ของ ธพส. ปี 2568

5.3 คำจำกัดความ

- ข้อมูลสภาวะทางการตลาด 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 ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวกับลูกค้าและส่วนตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า ข้อร้องเรียนที่ ธพส. ได้รับจำแนกตามกลุ่มลูกค้า ความภักดีของลูกค้า

7) พฤติกรรมของลูกค้า

หมายถึง สถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มลูกค้า 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) เป็นการแบ่งตลาดตามปัจจัยทางประชากรหรือผู้บริโภคที่เกี่ยวกับเพศ 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 หรือใช้บริการของ ธพส. ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และในส่วนที่เป็นบริการของ ธพส. ที่จะมีเพิ่มเติมในอนาคต

- 15) การจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า หมายถึง เป็นการกำหนดคุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) ในรายละเอียดตามกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด เพื่อใช้ในการสื่อสาร ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด ไปสู่ การกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติการด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ
- 16) ตลาดเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพและมีความต้องการในการใช้บริการ ผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ ของ ธพส. โดยมีความครอบคลุม และ ปริมาณมากพอที่จะสนับสนุนในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายของหน่วยงานที่กำหนดไว้

5.4 หน้าที่ความรับผิดชอบ

กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง

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

- 5) ฝ่ายบัญชี กำกับดูแล และควบคุมการจัดทำบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชี และภาษีต่าง ๆ การปิดบัญชีและจัดทางการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐาน และกำกับดูแล และตรวจสอบการใช้งบประมาณของหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นตามกำหนด
- 6) ส่วนประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ สร้างอัตลักษณ์ขององค์กร บริหารสื่อมวลชน และการสื่อสารองค์กร ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ บริหารจัดการ Call Center และ Information Counter รวมทั้งพิจารณา ตรวจสอบ ติดตามการดำเนินการรับและรวบรวมเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแจ้งไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบปรับปรุงหรือแก้ไขให้ทันเวลา เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ

กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยอ้อม

- | | |
|----------------------|---|
| 7) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล | การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาผู้นำและบุคลากร การจัดการความรู้ และการบริหารนวัตกรรมองค์กร |
| 8) ฝ่ายดิจิทัล | กำกับดูแลการพัฒนาและรวบรวมข้อมูลความต้องการในการพัฒนา ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและฐานข้อมูลจากฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง บำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ความปลอดภัยด้านไซเบอร์ซีเคียวริตี้ กฎหมาย และมาตรฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง |
| 9) ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ | วางแผนพัฒนาด้านธุรกิจ ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน และบริหารจัดการทรัพย์สินของ ธพส. และทรัพย์สินอื่นของรัฐตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย |
| 10) ฝ่ายการเงิน | ดูแลแผนการเงินการลงทุน และบริหารเงินของ ธพส. ควบคุมดูแลการจัดเก็บรายได้ 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 รายงานผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการประเด็นที่มีสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาพลักษณ์ ตลอดจนความโปร่งใสในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ เพื่อบรรลุผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี และพัฒนาสู่ความยั่งยืนของรัฐวิสาหกิจ



ภาพที่ 15 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 และส่วนตลาดเป้าหมาย ได้นำทฤษฎี STP (Segmentation Targeting & Positioning) มาเป็นเกณฑ์ในการดำเนินการ และกำหนดข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) และแนวทางในการวัดประสิทธิผล รวมทั้งนิยามกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าในอดีต ลูกค้าคู่แข่ง ลูกค้าคู่เทียบและลูกค้าในอนาคต

4. แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณานำไปประยุกต์ใช้กับงานในความรับผิดชอบและนำผลการจำแนกลูกค้าบันทึกในระบบบริหารจัดการความรู้ (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 (จัดหาผู้รับจ้างในการก่อสร้างและควบคุมงานก่อสร้างโครงการ)
 - 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 และร้อยละร้าน
 - 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. ใช้เกณฑ์จำแนกตามโครงการ ได้ 19 โครงการ คือ
 - 1) โครงการศูนย์ราชการ ถนนแจ้งวัฒนะ โซน A B
 - 2) โครงการศูนย์ราชการ ถนนแจ้งวัฒนะ โซน C
 - 3) โครงการอาคารที่ทำการและสนามกีฬาของกรมพลศึกษา จ. สมุทรปราการ
 - 4) โครงการก่อสร้างอาคารพักอาศัยบุคลากรทางการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
 - 5) โครงการสำนักงาน ขอยพหลโยธิน 11

- 6) โครงการอาคารอเนกประสงค์ กรมสรรพสามิต กรุงเทพฯ
- 7) โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณท่าเทียบเรือศุลกากร เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ของกรมศุลกากร
- 8) โครงการอาคารสำนักงานและที่พักอาศัยของ กรมสรรพากร
- 9) โครงการอาคารสำนักงานและที่พักอาศัยของสรรพสามิตภาคที่ 10
- 10) โครงการอาคารสำนักงานที่ทำการโรงพิมพ์สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลฯ
- 11) โครงการปรับปรุงอาคารและพัฒนาพื้นที่เพิ่มเติม สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล สนามบินน้ำ*
- 12) โครงการอาคารพักอาศัยบุคลากรทางการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- 13) โครงการที่พักอาศัยผู้สูงอายุ รามาฯ-ธนารักษ์ จ.สมุทรปราการ
- 14) โครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จ.เชียงใหม่
- 15) โครงการสนามกอล์ฟบางพระ จ.ชลบุรี
- 16) โครงการพื้นที่พาณิชย์ ศูนย์ราชการโซน A B C
- 17) โครงการพื้นที่พาณิชย์ โครงการที่พักอาศัยผู้สูงอายุ รามาฯ-ธนารักษ์ จ.สมุทรปราการ
- 18) โครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักรออาศัยกับสถานที่ทำงานฯ ข้าราชการพลเรือนสามัญ 4

แปลง 300 ห้อง (แปลงบางกระสอ แปลงยานนาวา แปลงห้วยขวาง และแปลงพระโขนง)

- 19) โครงการศูนย์ประชุมและโรงแรมศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ
4. ใช้เกณฑ์จำแนกตามสถานะของลูกค้า ได้ 4 ส่วน
 - 1) ลูกค้าเป้าหมาย
 - 2) ลูกค้าปัจจุบัน
 - 3) ลูกค้าอดีต
 - 4) ลูกค้าอนาคต
5. ใช้เกณฑ์จำแนกตามประเภทลูกค้า ได้ 3 ส่วน
 - 1) ผู้เช่าหน่วยงานภาครัฐ
 - 2) ผู้เช่าภาคเอกชน
 - 3) ผู้ใช้บริการ

หมายเหตุ:

1. ผู้เช่าภาครัฐ : หน่วยงานของรัฐที่เป็น (1) ส่วนราชการ (2) รัฐวิสาหกิจ (3) องค์กรมมหาชน (4) องค์กรอิสระ (5) หน่วยของรัฐที่เป็นรูปแบบใหม่ ที่เช่าพื้นที่โครงการที่บริหารงานโดย ธพส.
2. ผู้เช่าภาคเอกชน : บุคคล หรือนิติบุคคลที่เช่าพื้นที่โครงการที่บริหารงานโดย ธพส.
3. ผู้ใช้บริการ : ประชาชนที่มาใช้บริการโครงการที่บริหารงานโดย ธพส.

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 ประวัติการใช้บริการ รูปแบบการใช้บริการ 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 5 ตัวอย่างวิธีการจำแนกลูกค้าเพื่อจัดทำ Customer Profile

ลักษณะการประกอบธุรกิจ:	☐ เช่าที่ดิน+ก่อสร้าง ☐ บริหารทรัพย์สิน ☐ บริหารงานก่อสร้าง ☐ 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 6 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 ประวัติการใช้บริการ รูปแบบการใช้บริการ ความภักดีต่อองค์กร

4. การแบ่งตามจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)

การแบ่งกลุ่มตามจิตวิทยา ได้แก่ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยมและความสนใจ และทัศนคติ เพื่อใช้ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบโจทย์ให้ได้มากที่สุด

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

ตารางที่ 7 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 8 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

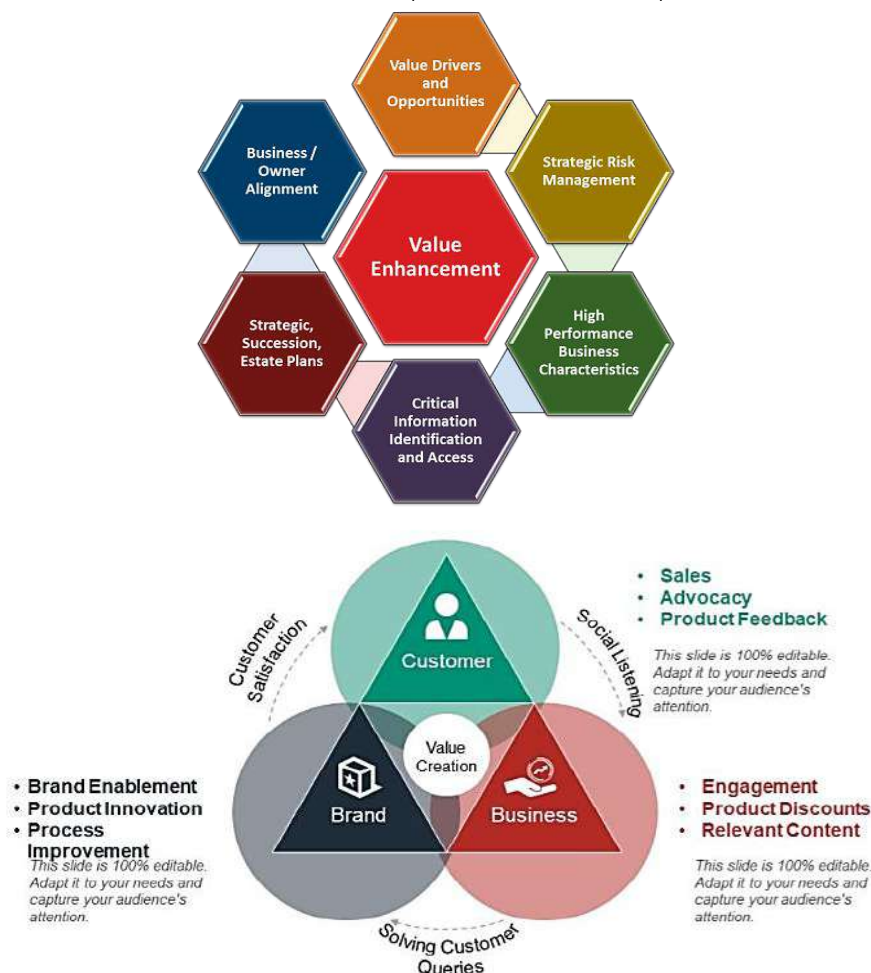
ฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการลูกค้า (Customer Segment Profile)

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 และวิธีปฏิบัติด้านลูกค้าและตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ



6. คู่มือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

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



ภาพที่ 16 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

ขั้นแรกต้องทำความเข้าใจกับปัญหาให้ถ่องแท้ในทุกมุมมองเสียก่อน ตลอดจนเข้าใจผู้ใช้ กลุ่มเป้าหมาย หรือเข้าใจในสิ่งที่เราต้องการแก้ไขนี้เพื่อหาหนทางที่เหมาะสมและดีที่สุดให้ได้ การเข้าใจคำถามอาจเริ่มตั้งด้วยการตั้งคำถาม สร้างสมมติฐาน กระตุ้นให้เกิดการใช้ความคิดที่นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่สุด ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาให้ถ่องแท้ เพื่อหาแนวทางที่ชัดเจนให้ได้ การเข้าใจในปัญหาอย่างลึกซึ้งถูกต้องนั้นจะนำไปสู่การแก้ปัญหาที่ตรงประเด็นและได้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยม

2. Define – กำหนดปัญหาให้ชัดเจน

เมื่อเรารู้ถึงข้อมูลปัญหาที่ชัดเจน ตลอดจนวิเคราะห์อย่างรอบด้านแล้ว ให้นำเอาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อที่จะคัดกรองให้เป็นปัญหาที่แท้จริง กำหนดหรือบ่งชี้ปัญหาอย่างชัดเจน เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการปฏิบัติการต่อไป รวมถึงมีแก่นยึดในการแก้ไขปัญหาอย่างมีทิศทาง

3. Ideate – ระดมความคิด

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

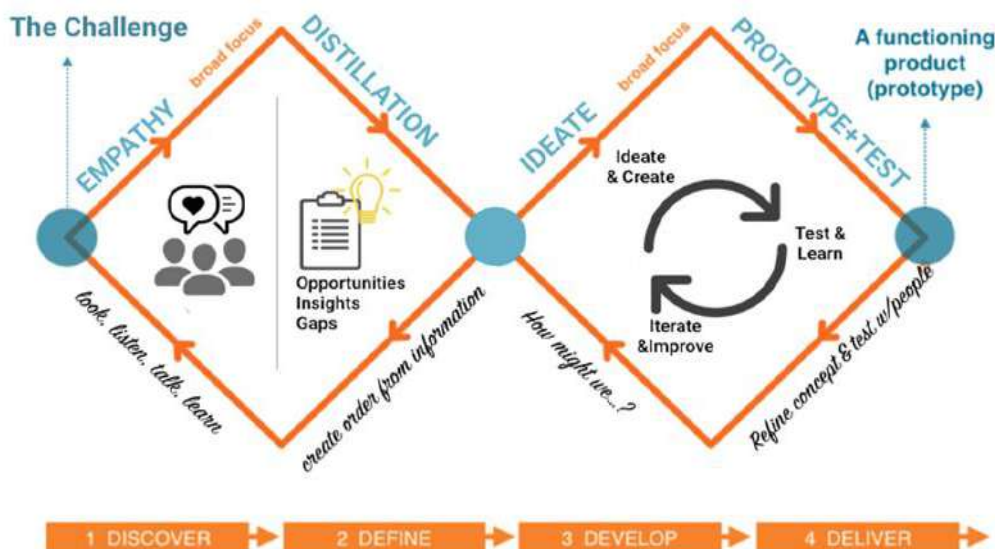
4. Prototype – สร้างต้นแบบที่เลือก

หากเป็นเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมขั้น Prototype นี่ก็คือการสร้างต้นแบบเพื่อทดสอบจริงก่อนที่จะนำไปผลิตจริง สำหรับในด้านอื่น ๆ ขั้นนี้คือการลงมือปฏิบัติหรือทดลองทำจริงตามแนวทางที่ได้เลือกแล้ว 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 17 โมเดลเพชรคู่ หรือ Double Diamond

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

กระบวนการ Design Thinking นี้ ใช้กระบวนการคิด 2 แบบ คือ การคิดแบบ

- **Divergent thinking** เป็นการคิดในมุมกว้าง ด้วยการเปิดใจ เปิดกว้าง พิจารณาเรื่องต่าง ๆ และทุกสิ่งทุกอย่างอยากเปิดใจ

- **Convergent Thinking** การรวมความคิด การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อตัดสินใจในการประเมินผล และระบุประเด็นปัญหาและแนวทางที่สำคัญอย่างน้อยหนึ่งหรือสองประเด็น

ขั้นตอนที่ 1 : ค้นพบ – Discover

ก่อนที่จะเริ่มกระบวนการการคิดเชิงออกแบบทุกครั้งเรามักหยิบเอาปัญหามาเป็นโจทย์สำคัญในการเริ่มต้น ในขั้นตอนแรกนี้ก็คือการค้นพบปัญหาแล้วทำความเข้าใจกับปัญหาให้ลึกซึ้งมากที่สุด หลากหลายมิติที่สุด เพื่อที่จะนำไปสู่การหาทางออกที่ดีและตอบโจทย์มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 : บ่งชี้ / กำหนด – Define

หลังจากที่เรามองปัญหาอย่างรอบด้านแล้ว ให้นำเอาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อที่จะคัดกรองให้เป็นปัญหาที่แท้จริง กำหนดหรือบ่งชี้ว่าเป็นปัญหาอะไร ประเภทไหน เพื่อให้เข้าใจลักษณะของปัญหาให้ได้ชัดเจนที่สุดเพียงประเด็นเดียว เพื่อที่จะได้มีจุดหมายในการหาทางแก้ไขได้อย่างตรงประเด็น มีทิศทางชัดเจน

ขั้นตอนที่ 3 : พัฒนา – Develop

หลังจากที่เราได้แก่นของปัญหาที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนของการพัฒนานี้คือการระดมสมองเพื่อ แชร ไอเดีย เพื่อหาวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ นานา ทั้งในกรอบและนอกกรอบ โดยคิดให้รอบด้านที่สุด ถ้าเปรียบกับการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แล้วขั้นตอนนี้คือการหาไอเดียเพื่อที่จะออกแบบไปในทิศทางต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบเพื่อนำมาเลือกไอเดียที่ดีที่สุดไปผลิตนั่นเอง

ขั้นตอนที่ 4 : นำไปปฏิบัติจริง – Deliver

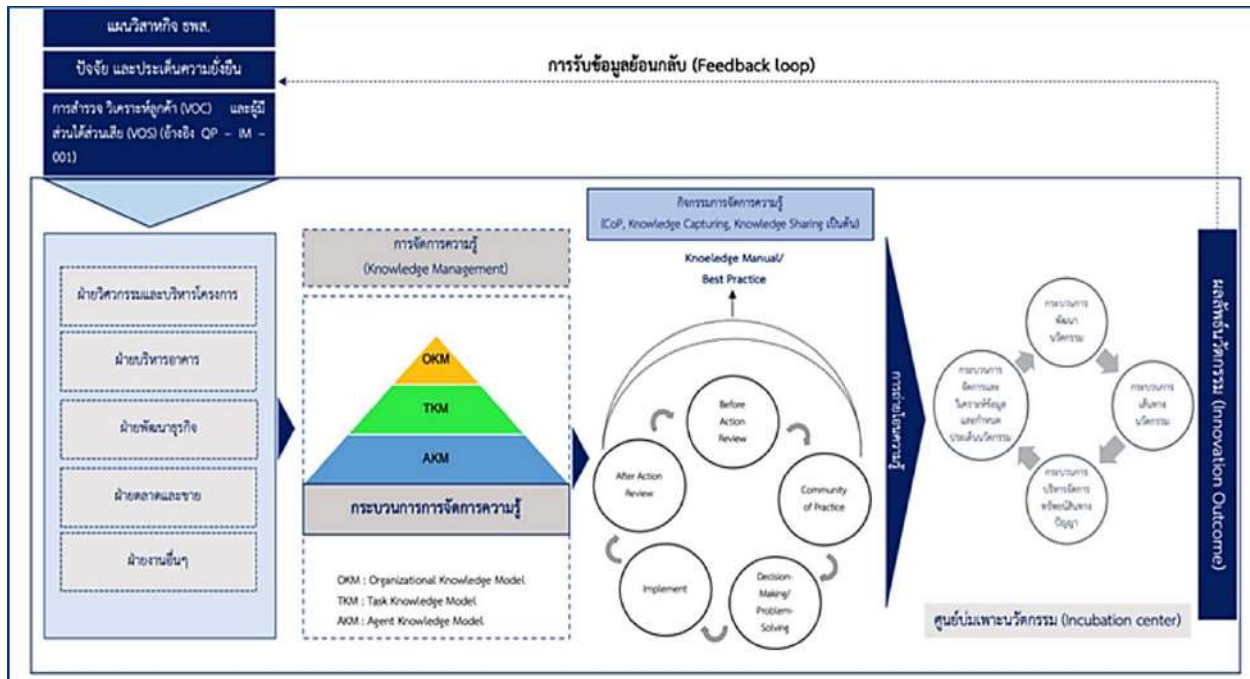
ขั้นตอนนี้เราจะเลือกวิธีที่ดีที่สุดเพื่อนำไปแก้ไขปัญหามาจริง ปฏิบัติจริง เพื่อตอบโจทย์ปัญหาที่เราตั้งไว้ นำไปทดลองหรือทดสอบจริงว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ ตลอดจนเก็บข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลด้วย

กระบวนการ Design Thinking มีประโยชน์มากมาย ทั้งต่อบุคลากร ถึง องค์กร ดังนี้

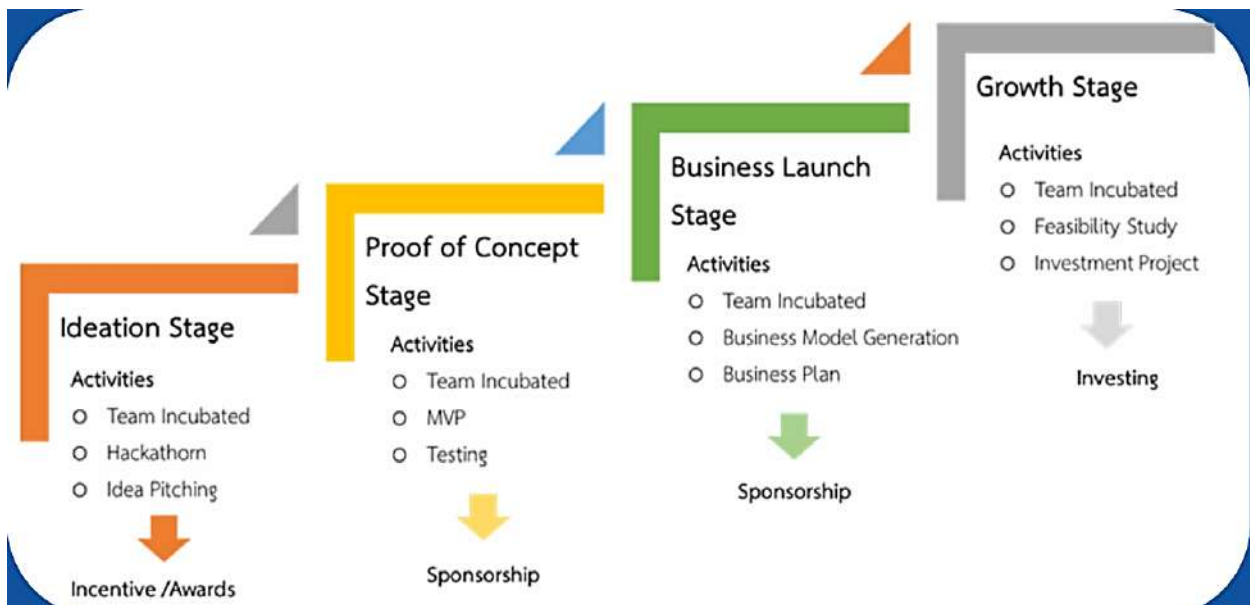
- **ฝึกกระบวนการแก้ไขปัญหาตลอดจนหาทางออกที่เป็นลำดับขั้นตอน** : ปกติเราอาจจะมีปัญหาทางแก้ปัญหาแบบสะเปะสะปะ ไม่มีการหาสาเหตุ หรือไม่มีการมองรอบด้าน กระบวนการนี้จะทำให้เรามองอย่างรอบคอบและละเอียดมากขึ้น ทำให้เราเข้าใจปัญหาได้อย่างถ่องแท้ และแก้ไขได้ตรงจุด
- **มีทางเลือกที่หลากหลาย** : การคิดบนพื้นฐานข้อมูลที่มีหลากหลาย ตลอดจนพยายามคิดหาวิธีทางหรือแชร์ไอเดียที่ดีออกมาหลากหลายรูปแบบ ทำให้เรามองเห็นอะไรรอบด้าน และมีตัวเลือกที่ดีที่สุด ก่อนนำไปใช้แก้ปัญหามาจริง หรือนำไปปฏิบัติจริง
- **มีตัวเลือกที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด** : เมื่อเรามีตัวเลือกหลากหลายเราก็จะรู้จักคิดวิเคราะห์ และการคิดวิเคราะห์นี้จะทำให้เราสามารถเลือกทางเลือกที่ดีและเหมาะสมที่สุดได้ มีประสิทธิภาพมากกว่า
- **ฝึกความคิดสร้างสรรค์** : การแชร์ไอเดีย ตลอดจนระดมความคิดเห็น จะทำให้สมองเราฝึกคิดหลากหลายรูปแบบ หลากหลายวิธีการ หลากหลายมุมมอง และทำให้เรารู้จักหาวิธีแปลก ๆ ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการฝึกความคิดสร้างสรรค์ที่ดี ที่เป็นพื้นฐานที่ดีในการแก้ปัญหา ตลอดจนการบริหารจัดการเช่นกัน
- **เกิดกระบวนการใหม่ตลอดจนนวัตกรรมใหม่** : มีการคิดมากมายหลากหลายรูปแบบ ตลอดจนแชร์ไอเดียดี ๆ มากมาย การที่เราได้พยายามฝึกคิดจะทำให้เรามักค้นพบวิธีใหม่ ๆ เสมอ หรือเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาได้เช่นกัน
- **มีแผนสำรองในการแก้ปัญหา** : การคิดที่หลากหลายวิธีนอกจากจะทำให้เราสามารถวิเคราะห์เลือกวิธีที่ดีที่สุดได้แล้วนั้นก็ยังทำให้เรามีตัวเลือกสำรองไปในตัวโดยผ่านกระบวนการลำดับความสำคัญมาเรียบร้อยแล้ว ทำให้เราสามารถเลือกใช้แก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งหากวิธีการที่เลือกไม่ประสบความสำเร็จ
- **องค์กรมีการทำงานอย่างเป็นระบบ** : เมื่อบุคลากรถูกฝึกให้คิดอย่างเป็นระบบแบบแผนแล้วจะปลูกฝังระบบการทำงานที่ดี นั้นย่อมส่งผลให้องค์กรมีการทำงานอย่างเป็นระบบ และทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย เพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากรและองค์กรไปในตัว

6.2 แนวทางปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

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



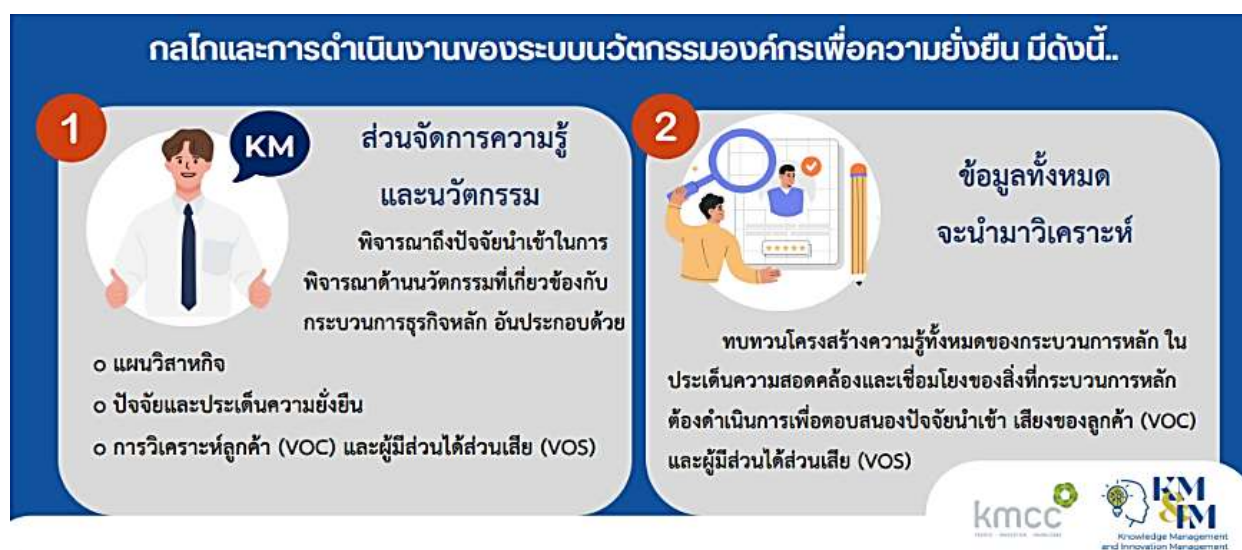
ภาพที่ 18 ระบบนวัตกรรมองค์กร



ภาพที่ 19 การเชื่อมโยง Innovation Stage สู่อุณหภูมิ Incubation Stage

ตารางที่ 9 ตัวอย่างกิจกรรมดำเนินการในระบบนวัตกรรมองค์กร

Innovation Stage (ระยะขั้นตอนนวัตกรรม)	กิจกรรม/ระบบของ ธพส.	Incubation Funnel (การบ่มเพาะ)
Ideation Stage (ขั้นตอนการสร้างความคิดสร้างสรรค์)	DAD Start up Idea	Pre-Incubation (ระยะก่อนบ่มเพาะ)
Proof of Concept (ขั้นตอนการพิสูจน์แนวคิด)	Hackathon (ระดมความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม)	Pre-Incubation (ก่อนระยะบ่มเพาะ) Incubation (ระยะบ่มเพาะ)
Business Launch (ขั้นตอนการทดลองการตลาด)	- กระบวนการพัฒนานวัตกรรม (QP-IM-003) - กระบวนการพัฒนาเส้นทางนวัตกรรม (QP-IM-004)	Incubation (ระยะบ่มเพาะ)
Growth Stage (ขั้นตอนการเติบโตและพัฒนา)	- กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรเส้นทางปัญญา (QP-IM-008) - กระบวนการประเมินผลลัพธ์เชิงนวัตกรรม (QP-IM-009) - การสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมจากผู้บริหาร	Acceleration Stage หรือ Post Incubation Stage (ระยะเร่งการเติบโต)



ภาพที่ 20 กลไกและการดำเนินงานของระบบนวัตกรรมขององค์กรเพื่อความยั่งยืน

3



กระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice)

เป็นการนำเครื่องมือด้านการจัดการความรู้เข้ามาสนับสนุนในการคัดเลือกองค์ความรู้ที่สำคัญของฝ่ายงานหลักและฝ่ายงานสนับสนุน เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ที่สำคัญ หรือแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ผ่านเครื่องมือดังต่อไปนี้...



BAR

Before Action Review

การทบทวนก่อนการปฏิบัติงาน

เป็นการทบทวนก่อนการปฏิบัติงานให้ชัดเจน เพื่อให้มีเป้าหมายร่วมกัน และให้ทุกคนรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง โดยอาจเริ่มจากการบรรยายภาพรวมและการนำผลจากการ AAR ในครั้งที่ผ่านมามาชี้แจง เพื่อการปฏิบัติในครั้งถัดขึ้น ป้องกันการผิดพลาดและปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นจึงนำสิ่งที่ได้จากการทบทวนไปสู่การลงมือปฏิบัติ เพื่อแก้ปัญหาในการทำงาน (Problem Solving)

AAR

After Action Review

การทบทวนหลังการปฏิบัติงาน

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

ภาพที่ 21 กระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice)

4

การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transferring)

การถ่ายโอนรู้นั้นจะดำเนินการผ่านกิจกรรมการจัดการความรู้ และนำไปสู่การกำหนดประเด็นนวัตกรรมและกระบวนการนวัตกรรมทั้งหมด โดยมี 4 กระบวนการหลัก ในการนำเอาความรู้เปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาวัตกรรมการเพื่อความยั่งยืน ได้แก่

1

กระบวนการจัดการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดประเด็นนวัตกรรม

2

กระบวนการพัฒนาวัตกรรม

3

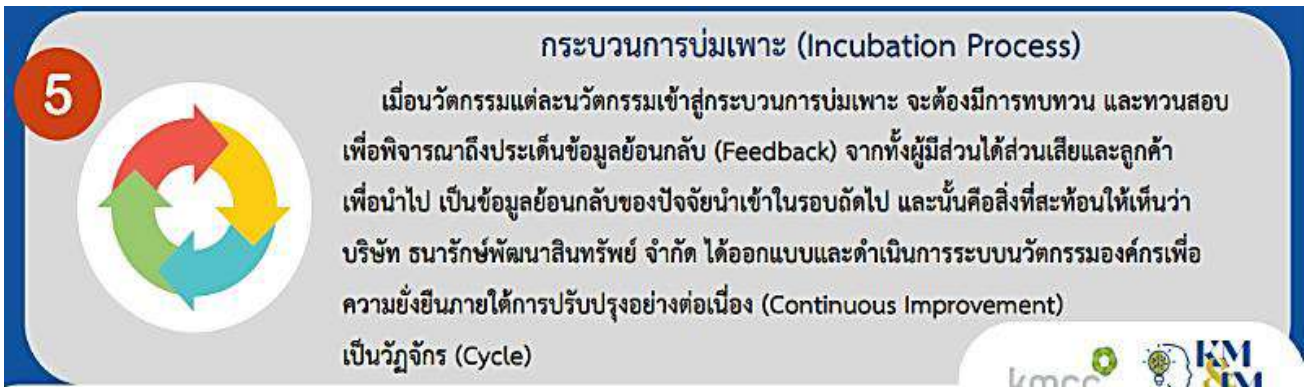
กระบวนการเส้นทางนวัตกรรม

4

กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรเส้นทางปัญญา

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

ภาพที่ 22 การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transferring)



ภาพที่ 23 กระบวนการบ่มเพาะ (Incubation Process)

ตัวอย่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการ



ฝ่ายการตลาด & ฝ่ายดิจิทัล

ปรับเพื่อเปลี่ยน การตลาดดิจิทัล บูรณาการระหว่างฝ่ายงาน

การประสานงานร่วมกันระหว่างฝ่ายงานภายในรพส. เพื่อเชื่อมโยงแต่ละฝ่ายงานให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ผ่านผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียของรพส.อย่างสูงสุด

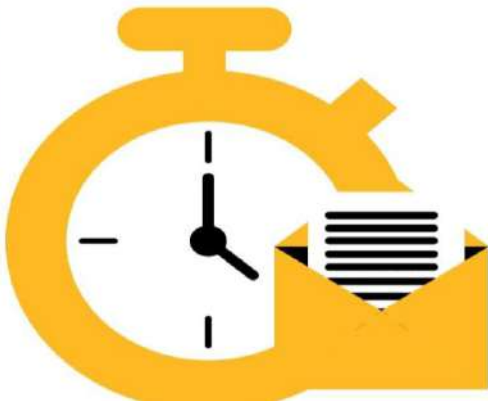
เหตุผล ประกอบการ พิจารณา



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

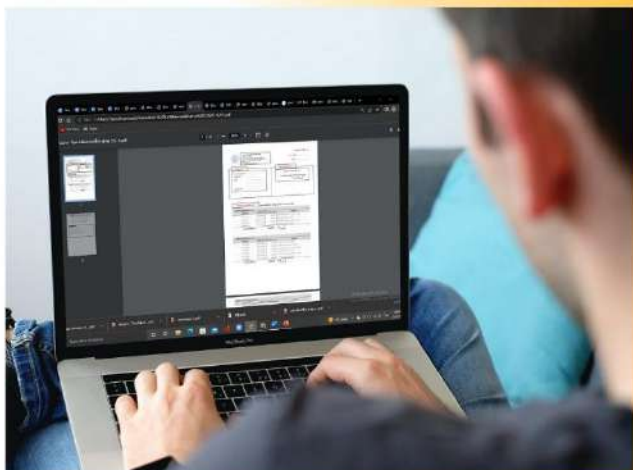
ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถติดตามข้อมูลในระบบได้ทันที

ทราบสถานะการชำระหนี้

ลูกค้าสามารถรับทราบสถานะการชำระหนี้ และข้อมูลต่างๆ ผ่านระบบติดตาม "ใบแจ้งเตือนค้างชำระหนี้อัตโนมัติ"

“

คุณลักษณะ
เฉพาะของระบบ



“

ระบบสำหรับลูกค้า (Front Office)

- มีใบแจ้งเตือนหนี้ค้างชำระอัตโนมัติ กรณี
ลูกหนี้พลาดการชำระหนี้ตรงเวลา



Հանրային կրթության
և գիտության նախարարություն
ՀՀ Կրթության և գիտության
միջնակարգ դպրոցի
նախագահի պաշտոնատեղում

Նախագիծ համար՝ _____

ամսաթիվ՝ _____

Դաս՝ _____

== Հարցաթուղթ ==

Ինչպե՞ս կարող եմ օգնել Ձեր _____

== Հարցախոնարհություն ==

Հարգելի խոնարհություններ,

Նախագիծը կազմակերպվում է _____ օրը

== Հարցախոնարհություն == _____ (հարցախոնարհություն կազմակերպելու իրավունք ունեցող անձ)

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԴՐՈՒՄ

Ամսաթիվ	Դասարան	Դասընթացի անուն	Կատարող
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԴՐՈՒՄ

Ամսաթիվ	Դասարան	Դասընթացի անուն	Կատարող
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԴՐՈՒՄ

Ամսաթիվ	Դասարան	Դասընթացի անուն	Կատարող
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԴՐՈՒՄ

Ամսաթիվ	Դասարան	Դասընթացի անուն	Կատարող
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան
2020.09.01	10. Դաս	ՀՀ Լեզու	Կ. Կարամյան

66

ระบบสำหรับเจ้าหน้าที่ (Back Office)

- มีรายละเอียดอายุลูกหนี้ค้างชำระในแต่ละช่วงเวลา เช่น ลูกหนี้ค้างชำระอายุ 30 วัน 60 วัน และ 90 วัน
- เป็นการพัฒนาระบบ SAP เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลของลูกค้า การรับชำระเงินและการติดตามหนี้ค้างชำระ
- สนับสนุนเป้าหมายองค์กรให้มีผลตอบแทนทางการเงินที่เหมาะสม
- ลดการใช้กระดาษในการส่งจดหมายให้ลูกค้า
- ลดระยะเวลาการทำงานของเจ้าหน้าที่การตลาด

[illegible]

66

ระบบอื่นๆ

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

ชื่อ-สกุล : นายอนุชา นวลน้อย (110691) ชื่อย่อ นว น 10 พฤษภาคม 2564

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนกรกฎาคม 2564			
เลขที่รายการ	วันเกิดค่ารายการ	จำนวนเงิน (บาท)	รายการเงิน
500056594	01.02.2021	11,550.00	ค่าจ้าง ๗.00 นว 2564
500056594	01.02.2021	784.21	ค่าจ้างสิทธิ วัน 5/12/2563-5/1/2564
500056594			ค่าจ้างเงิน เดือน กรกฎาคม 2564
		12,334.21	
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น		12,334.21	บาท

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนกรกฎาคม 2564

เลขที่รายการ	วันเกิดค่ารายการ	จำนวนเงิน (บาท)	รายการเงิน
500056433	01.03.2021		ค่าจ้างสิทธิ วัน 5/1/2564-5/2/2564
500056433	01.03.2021	2,568.00	ค่าจ้างเงิน เดือน กรกฎาคม 2564
		2,568.00	บาท

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 2,568.00 บาท

ค่าใช้จ่ายประจำเดือนกรกฎาคม 2564

เลขที่รายการ	วันเกิดค่ารายการ	จำนวนเงิน (บาท)	รายการเงิน
500056348	01.04.2021	818.91	ค่าจ้างสิทธิ วัน 2/2/2564-5/2/2564
500056348	01.04.2021	2,568.00	ค่าจ้างเงิน เดือน สิงหาคม 2564
		3,386.91	บาท

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 3,386.91 บาท

ค่าใช้จ่ายประจำเดือน สิงหาคม 2564

เลขที่รายการ	วันเกิดค่ารายการ	จำนวนเงิน (บาท)	รายการเงิน
500056579	01.05.2021	11,550.00	ค่าจ้าง 88.1.052 นว 2564
500056579	01.05.2021	18,837.75	ค่าจ้างส่วนเกิน 88.1.052 นว 2564
500056579	01.05.2021	430.84	ค่าจ้างสิทธิ วัน 5/1/2564-5/1/2564
500056579	01.05.2021	2,568.00	ค่าจ้างเงิน เดือน สิงหาคม 2564
		23,386.59	
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น		23,386.59	บาท



7. คู่มือการรับฟังลูกค้า

7.1 ขอบเขตและวัตถุประสงค์การรับฟังลูกค้า

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

 Customer Satisfaction	 Customer Churn Rate	 Net Promoter Score	 First Contact Resolution	 Customer Time to Resolution
ความพึงพอใจลูกค้า เป็นการวัดผลเป็นที่ยอมรับ วัดจากคะแนนความพึงพอใจ 1-5 หรือ 1-10 เพื่อประเมินความพึงพอใจลูกค้าในบริการต่างๆ หลังจากซื้อหรือใช้บริการ	อัตราที่ลูกค้าหายไปหรือไปซื้อหรือใช้บริการคู่แข่ง จะวัดจากจำนวนลูกค้าที่หายไปเทียบกับลูกค้าทั้งหมด และเทียบกับมาตรฐานอุตสาหกรรมเดียวกัน	ความภักดีของลูกค้า NPS มีระดับให้เลือกตั้งแต่ 0 ถึง 10 โดยลูกค้าที่ให้คะแนน 0-6 คือ Detractor (ไม่พึงพอใจ), 7-8 คือ Passive (เฉยๆ) และ 9-10 คือ Promoters (พอใจและจะบอกต่อ)	การแก้ปัญหาจบในครั้งเดียว เป็นการวัดการให้ข้อมูลหรือแก้ไขปัญหาลงในครั้งแรกที่ติดต่อ	ระยะเวลาในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า วัดค่าเฉลี่ยเวลาตั้งแต่ลูกค้าติดต่อจนแก้ปัญหาสิ้นสุด ซึ่งอาจมีการติดต่อไปกลับหลายครั้ง
ผลที่ได้จะเป็นค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		% Promoters - % Detractors = NPS	หา % จากจำนวนที่แก้ปัญหาครั้งแรก/จำนวนที่ติดต่อเข้ามาทั้งหมด	

ภาพที่ 24 ความสำคัญกับการวัดผลในประเด็นต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการรับฟังลูกค้า คือการรับฟังลูกค้าในเรื่องของข้อสอบถาม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ในรูปแบบของการสื่อสาร 2 ทาง เพื่อให้ได้สารสนเทศจากลูกค้าที่เป็นประโยชน์นำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ ธพส.

7.2 คำจำกัดความ

- 1) การจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

ตารางที่ 10 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

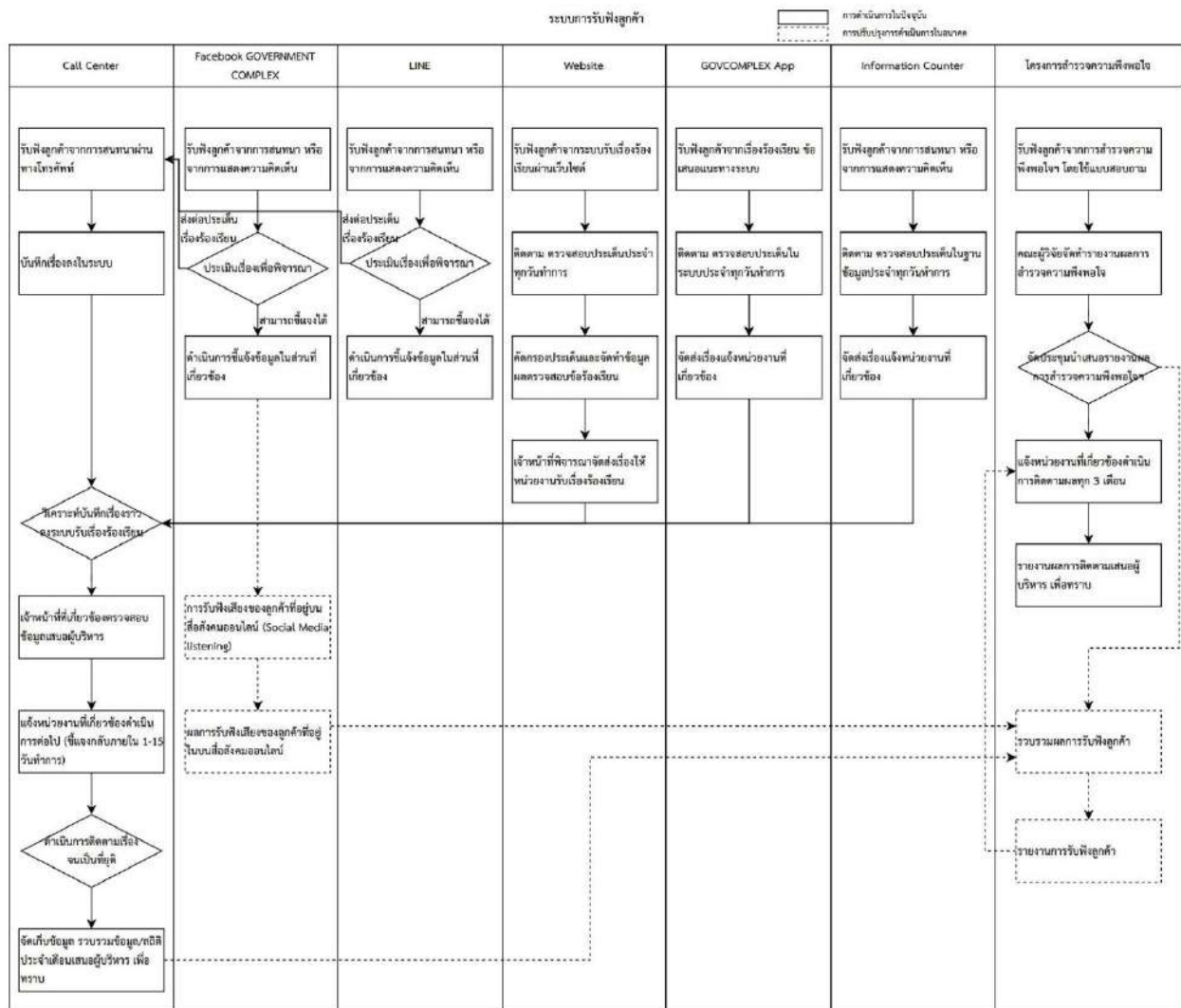
- 2) ลูกค้าของ ธพส. หมายถึง ลูกค้าผู้เช่าภาครัฐ ผู้เช่าภาคเอกชน และผู้ให้บริการของ ธพส. ในโครงการต่าง ๆ
- 3) ลูกค้าเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพและมีความต้องการในการใช้บริการผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ของ ธพส. โดยมีความครอบคลุม และปริมาณมากพอที่จะสนับสนุนในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายและนโยบายของหน่วยงานที่กำหนดไว้
- 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 หมายถึง ช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อ ธพส. เพื่อร้องเรียน สอบถาม ศูนย์ราชการฯ หรือให้ข้อเสนอแนะ ในเรื่องต่าง ๆ ด้วยการโทรศัพท์ผ่านหมายเลขที่ 02142 2233 กำหนดตลอด 24 ชั่วโมง และ Call Center ธพส. 02 142 2222, 02 142 2203
- 10) เว็บไซต์ ธพส. หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบ www.dad.co.th อินทราเน็ต และสามารถรับเรื่องร้องเรียน สอบถามหรือให้ข้อเสนอแนะ และเว็บไซต์ ได้ผ่านทางเว็บไซต์ ศูนย์ราชการฯ www.governmentcomplex.com
- 11) Information Counter หมายถึง จุดประชาสัมพันธ์ ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ทั้งเชิงประชาสัมพันธ์ และเชิงสนับสนุนลูกค้าด้านต่าง ๆ รวมทั้งรับเรื่องร้องเรียน สอบถาม ให้ข้อเสนอแนะ โดยเจ้าหน้าที่
- 12) GOVCOMPLEX App หมายถึง ระบบของศูนย์ราชการ เพื่อให้บริการข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งเป็น และ Facebook ธพส. ช่องทางรับฟังเสียงลูกค้าผ่าน E-service ตลอด 24 ชั่วโมง
- 13) Facebook หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสาร อัปเดตข่าวสาร และร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับเจ้าของเพจ GOVERNMENT COMPLEX ศูนย์ราชการฯ
- 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) โครงการสำรวจ ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการของ ธพส. หมายถึง โครงการที่ ธพส. ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ธพส. ด้านต่าง ๆ

7.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ฝ่ายการตลาด รับผิดชอบสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนด้านการตลาด การจัดหาผู้เช่าและจัดทำสัญญาให้เช่า ใช้ให้บริการ และให้สิทธิในพื้นที่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งจัดสรรการให้เช่าพื้นที่ โอน ส่งมอบอาคาร หรือพื้นที่ของโครงการศูนย์ราชการ และโครงการอื่น ๆ ให้แก่ลูกค้า จนเสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งมีหน้าที่บริหารการปฏิบัติตามสัญญาของคู่ค้าหลังการขาย การบริการหลังการขาย การจัดเก็บรายได้ การติดตามการชำระหนี้
2. ฝ่ายพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรม และบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุม ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนวยการด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม ก่อสร้าง การปรับปรุงอาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง
3. ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1 มีหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านเทคนิควิศวกรรม ของอาคาร Zone A และ B รวมถึงงานบริหารโครงการที่เกี่ยวกับการสำรวจ ออกแบบ ควบคุมงาน ตลอดจนกำกับดูแล ตรวจสอบ อำนวยการด้านสถาปัตยกรรม 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 อำนวยการด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม การก่อสร้าง การปรับปรุง อาคารด้านต่าง ๆ หรืองานด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับอาคาร Zone C รวมถึงการบริหารจัดการอาคาร ดูแลบำรุงรักษาและให้บริการ การใช้อาคารสถานที่ในความรับผิดชอบ ของ ธพส.
5. ฝ่ายบัญชี กำกับดูแล และควบคุมการจัดทำบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชี และภาษีต่าง ๆ การปิดบัญชีและจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐาน และกำกับดูแล และตรวจสอบการใช้งบประมาณ ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นตามกำหนด
6. ส่วนประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ สร้างอัตลักษณ์ขององค์กร บริหาร สื่อมวลชน และการสื่อสารองค์กรทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ บริหารจัดการ Call center

7.4 ระบบการรับฟังลูกค้า



ภาพที่ 25 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 เมื่อให้บริการแก่ผู้ให้บริการเรียบร้อยแล้ว 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

ผู้ให้บริการเว็บไซต์ จัดส่งข้อสอบถาม/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ผ่านระบบรับเรื่องร้องเรียนในเว็บไซต์ของ ธพส. ผู้ปฏิบัติงานฝ่ายสื่อสาร ตรวจสอบ/ติดตาม ข้อสอบถาม/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ในเว็บไซต์ ทุกวันทำการ ดำเนินการคัดกรองข้อสอบถาม/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ในเบื้องต้น และดำเนินการจัดส่งให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป (ภายใน 1 วันทำการ) ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการประสานงานกับ ส่วนประชาสัมพันธ์ เพื่อตอบ/ชี้แจง ผู้ใช้บริการได้รับทราบ ผ่านทางระบบรับเรื่องร้องเรียนในเว็บไซต์ และดำเนินการจัดเก็บ รวบรวมข้อมูล ที่ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

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 11 การติดตามและการประเมินผลในการรับฟังลูกค้า

รายการตรวจสอบและติดตาม	การประเมินผล
1. ช่องทาง Call Center	ประเมินประสิทธิภาพจากการสำรวจความพึงพอใจหลังสิ้นสุดการสนทนา และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
2. ช่องทาง เว็บไซต์	ประเมินประสิทธิภาพจากการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
3. ช่องทาง Facebook	ประเมินประสิทธิภาพจากการสำรวจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการสำรวจความพึงพอใจประจำปี
4. ช่องทาง LINE	ประเมินประสิทธิภาพจากการสำรวจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 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 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ไม่น้อยกว่าจำนวน 1,500 ตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้เหมาะสมกับปริมาณผู้ใช้บริการ

● การติดตามและการประเมินผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

ตารางที่ 12 การติดตามและการประเมินผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

รายการตรวจสอบและติดตาม	การประเมินผล
1. โครงการสำรวจความพึงพอใจ	- ประเมินประสิทธิภาพจากร้อยละความสำเร็จของงานตามแผนที่กำหนด และความสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ของ ธพส. - ดำเนินการควบคุมการสำรวจตามรายละเอียดจัดซื้อจัดจ้างผ่านคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

● มาตรฐานงาน

ตารางที่ 13 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 14 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 ธพส.



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 15 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	- เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามภารกิจของ ธพส. - ชื่อ-นามสกุล ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียน - หมายเลขโทรศัพท์ หรือ E-mail
6	ประเภทของเรื่องร้องเรียน	- การปฏิบัติงานตามภารกิจของ ธพส. - การทุจริตคอร์รัปชัน - ข้อร้องเรียนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
7	ตัวชี้วัดมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียน	ตัวชี้วัดกรอบเวลาดำเนินการตามขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนประกอบไปด้วย - 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 26 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ของ ธพส.

ตารางที่ 16 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	- กรอกรายละเอียดและเรื่องร้องเรียนใน website ที่เมนู ติดต่อเรา > ร้องเรียน,ติชม
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 17 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 18 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 19 บทบาทและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ

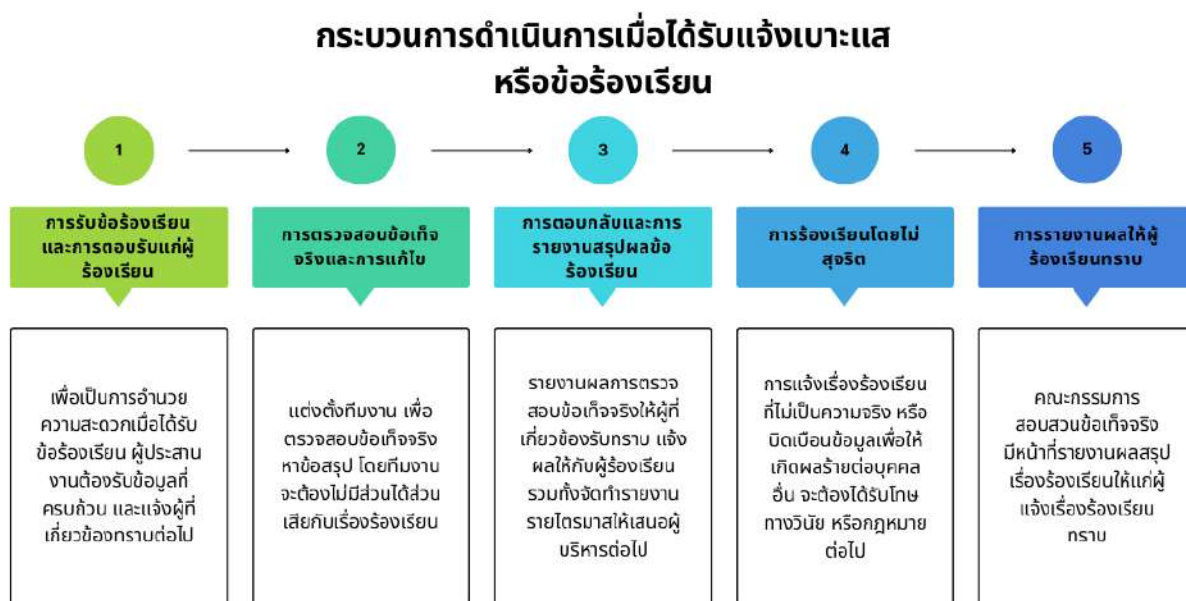
ฝ่าย/ส่วนงาน	บทบาทและอำนาจหน้าที่
ส่วนประชาสัมพันธ์	รับข้อร้องเรียน กลั่นกรอง แจกจ่ายเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ ธพส. ให้กับฝ่ายที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ติดตามเรื่องร้องเรียนจากฝ่ายที่รับผิดชอบ พร้อมติดต่อไปยังผู้ร้องเรียนแจ้งให้ทราบถึงสถานะการดำเนินการแก้ไขและผลการแก้ไข รวบรวมและจัดทำรายงานการจัดการข้อร้องเรียน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

8.8 เครื่องมือ

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

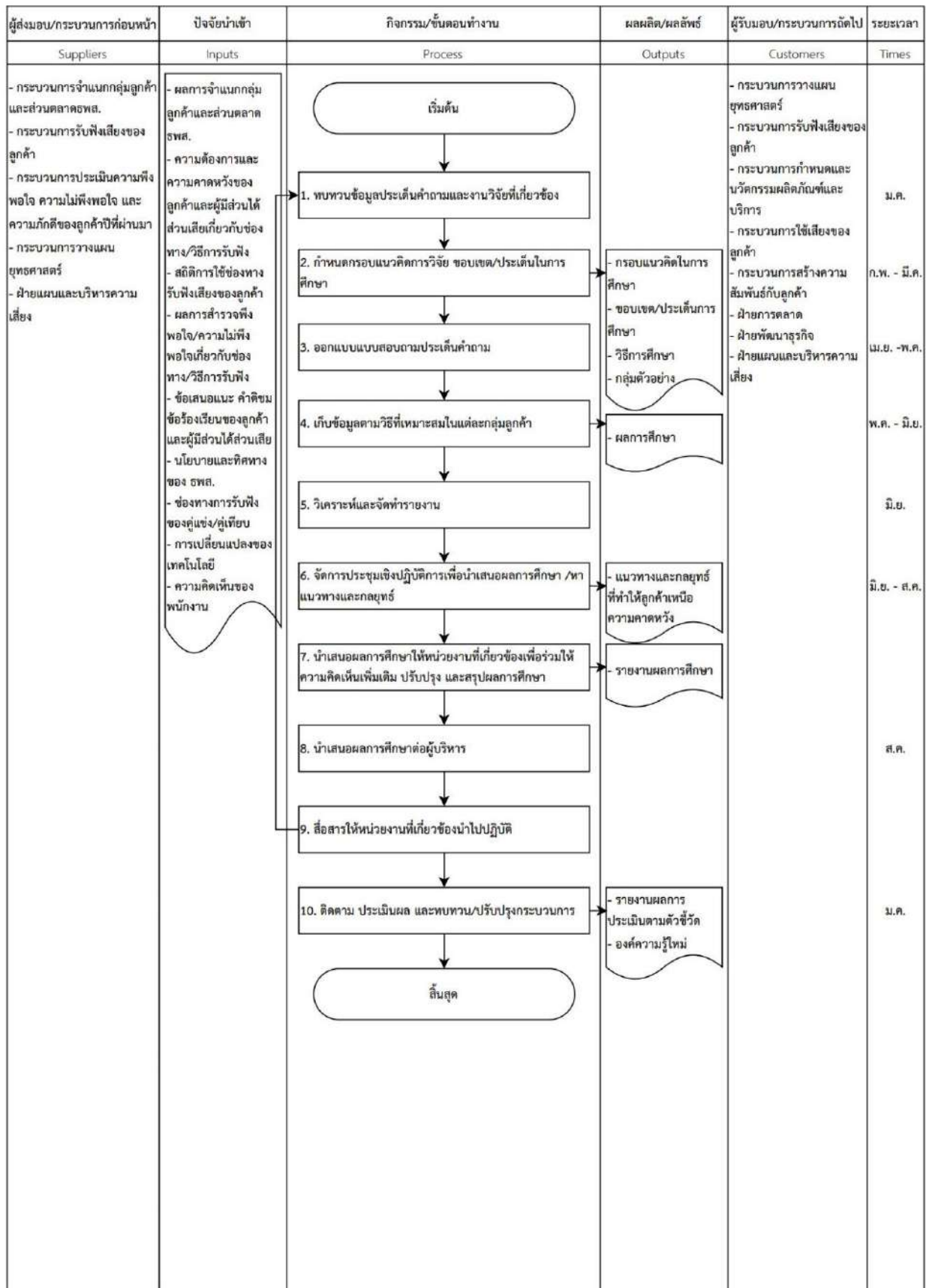
8.9 ระบบรองรับการรับฟังลูกค้า ประกอบด้วย

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



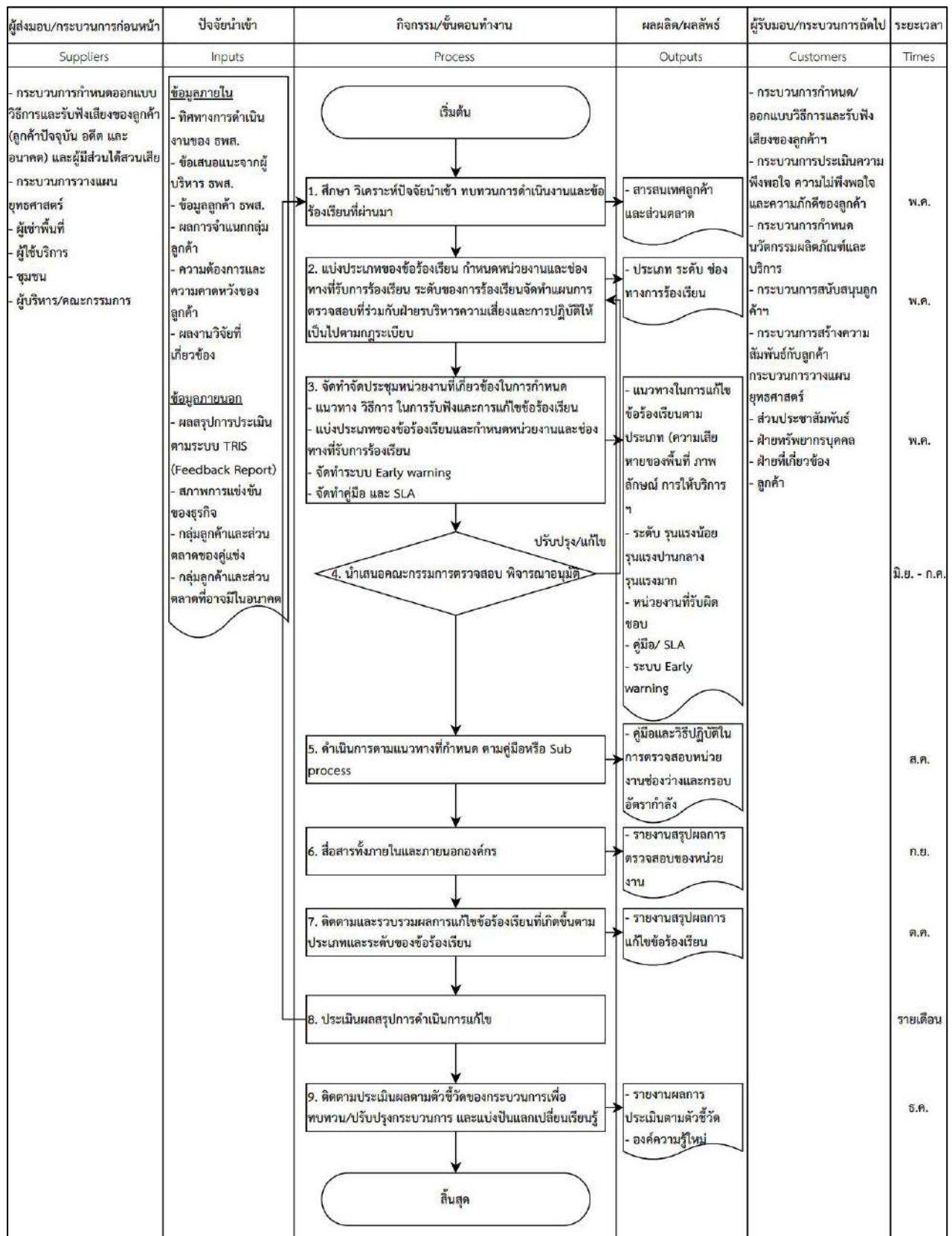
ภาพที่ 27 กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

8.10 กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า



ภาพที่ 28 ผังกระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

8.11 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน



ภาพที่ 29 ผังกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน



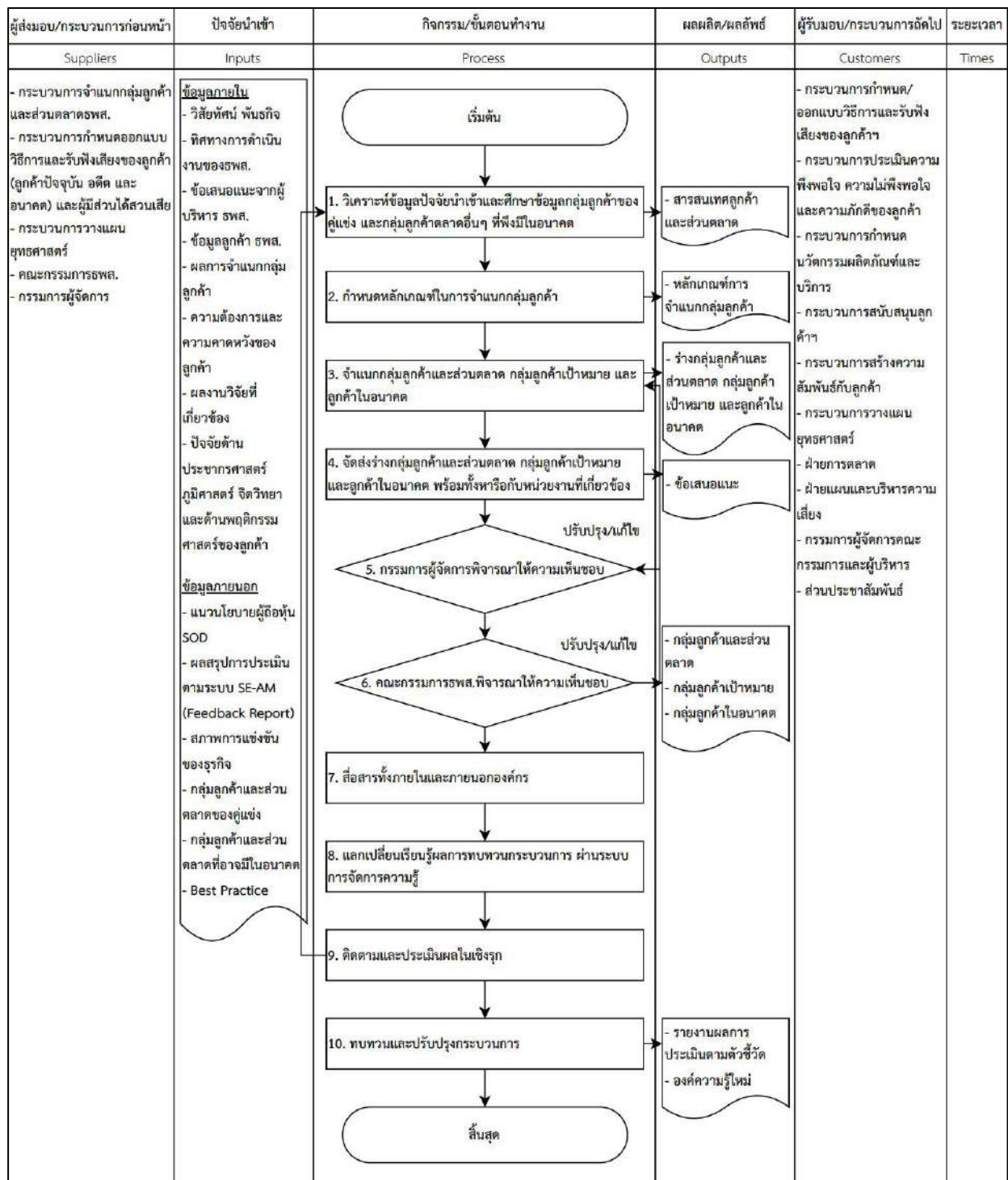
บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
DHANARAK ASSET DEVELOPMENT CO., LTD.

ภาคผนวก

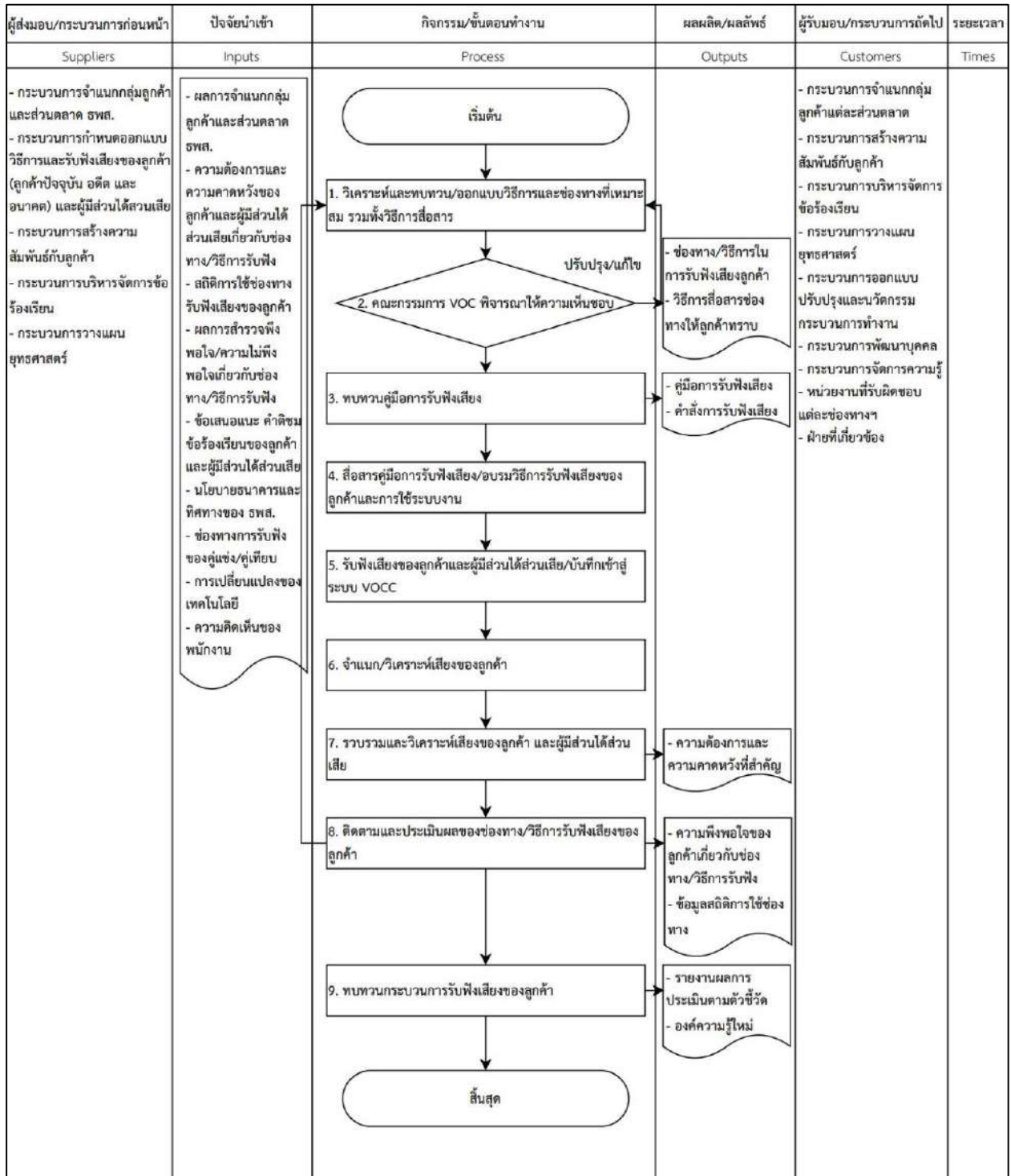
ภาคผนวก 1

1. กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด
2. กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า
3. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า
4. กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่
5. กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
6. กระบวนการสนับสนุนลูกค้า
7. กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงาน และกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่
8. กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
9. กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน
10. กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด
11. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อพัฒนานวัตกรรมมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด
12. กระบวนการบริหารหนี้
13. กระบวนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน
14. กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือน

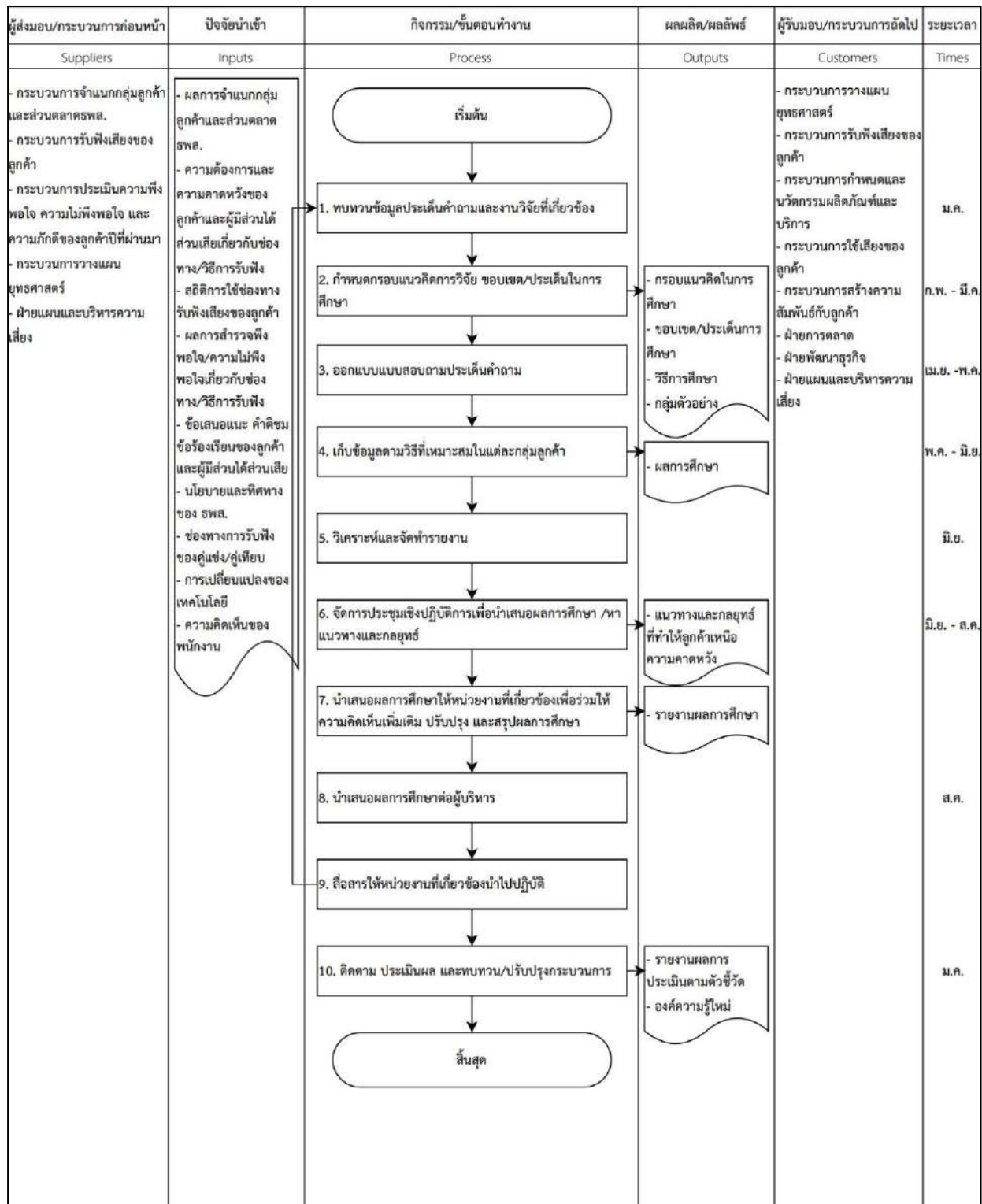
กระบวนการดำเนินงานกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของ บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด



กระบวนการกำหนด/ออกแบบวิธีการและรับฟังเสียงของลูกค้า (ลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า และลูกค้าในอนาคต)
และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



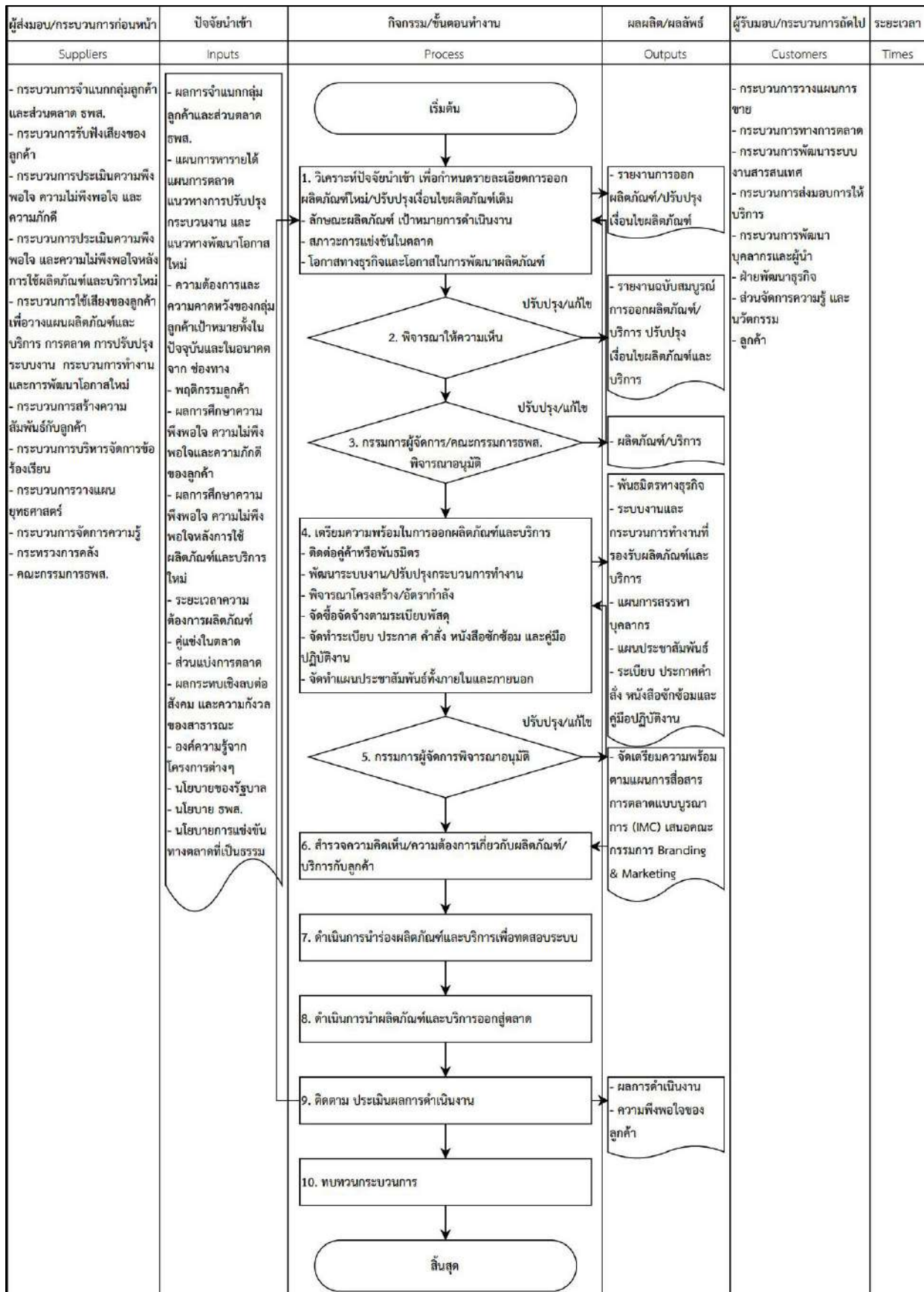
กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า



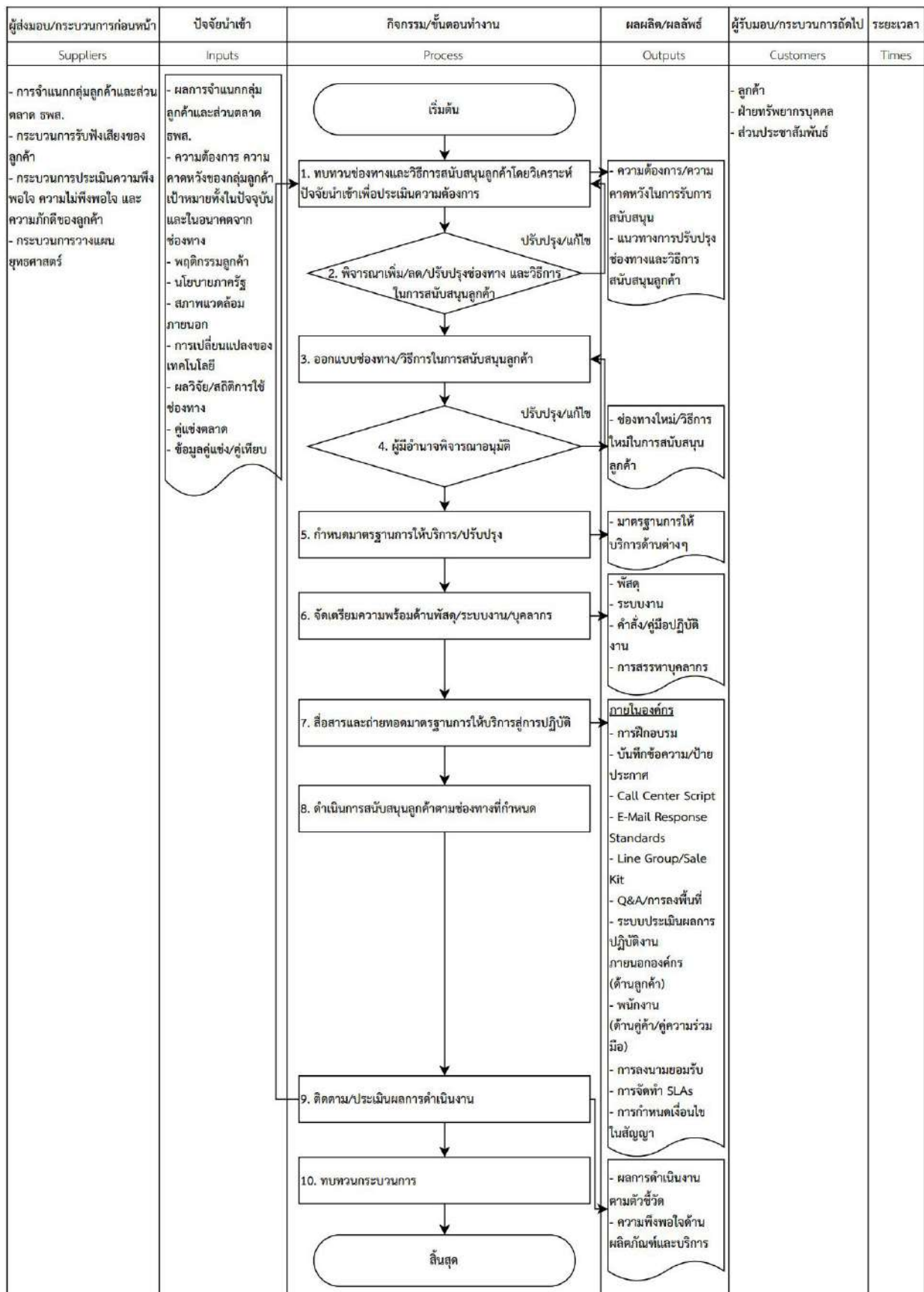
กระบวนการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจหลังการใช้บริการผลิตภัณฑ์/บริการใหม่

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
- กระบวนการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ธพส. - กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าที่ผ่านมา - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ - ฝ่ายแผนและบริหารความเสี่ยง	- ผลการจำหน่ายกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ธพส. - ผลการรับฟังเสียงของลูกค้า - ผลการศึกษาความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง - ผลิตภัณฑ์และบริการ - ผลการประเมินตามระบบ SE-AM (Feedback Report) - ยุทธศาสตร์ ธพส.	 <pre> graph TD Start([เริ่มต้น]) --> Step1[1. ออกแบบแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ] Step1 --> Step2[2. ดำเนินการสอบถามความกลุ่มลูกค้าที่ได้ใช้บริการ] Step2 --> Step3[3. วิเคราะห์และจัดทำรายงานความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ] Step3 --> Step4[4. นำเสนอผลการศึกษากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง] Step4 --> Step5[5. ติดตาม ประเมินผล และทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการ] Step5 --> End([สิ้นสุด]) </pre>	- รายงานผลการศึกษา - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัด - องค์ความรู้ใหม่	- กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้า - กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - ส่วนจัดการความรู้ และนวัตกรรม	

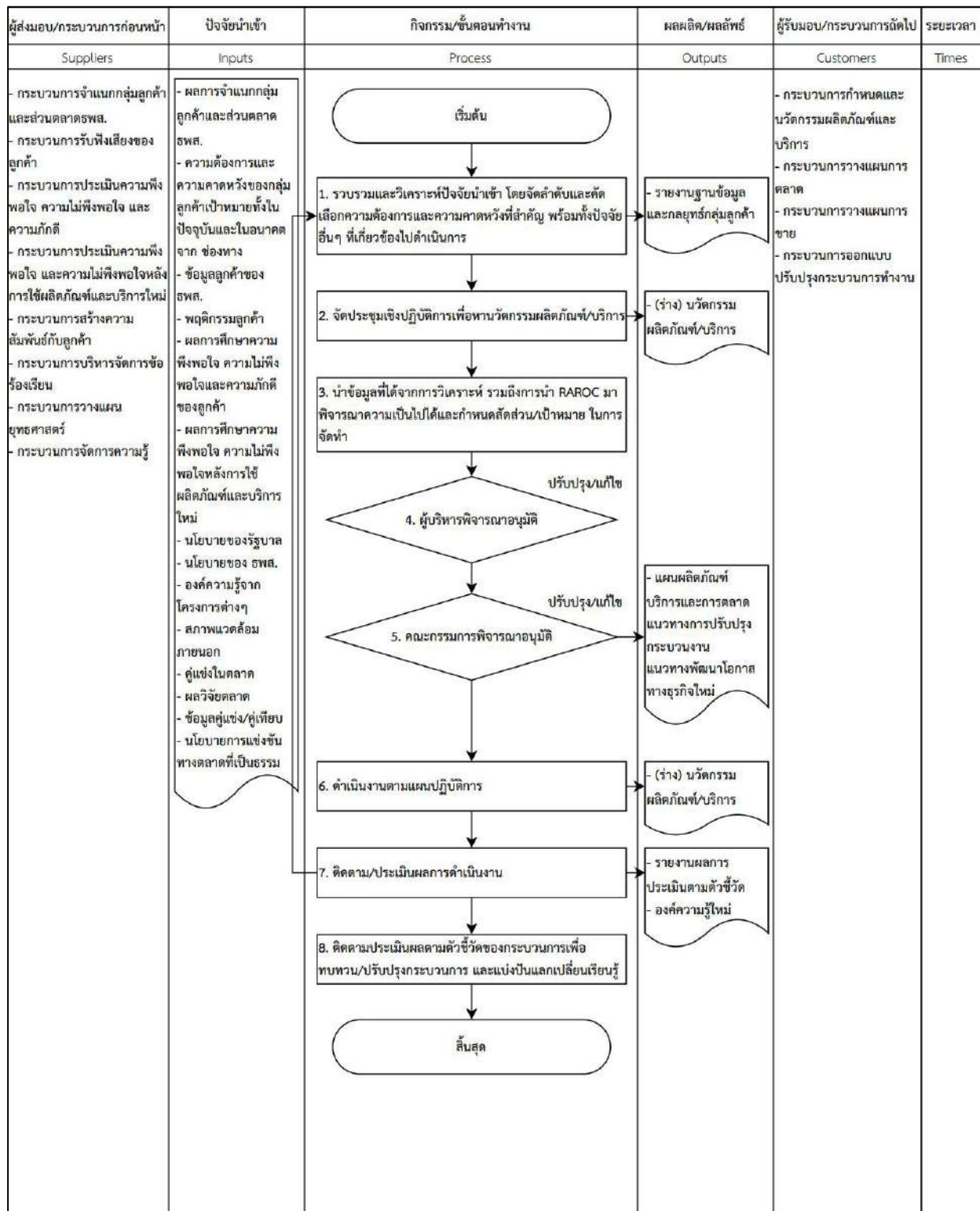
กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ



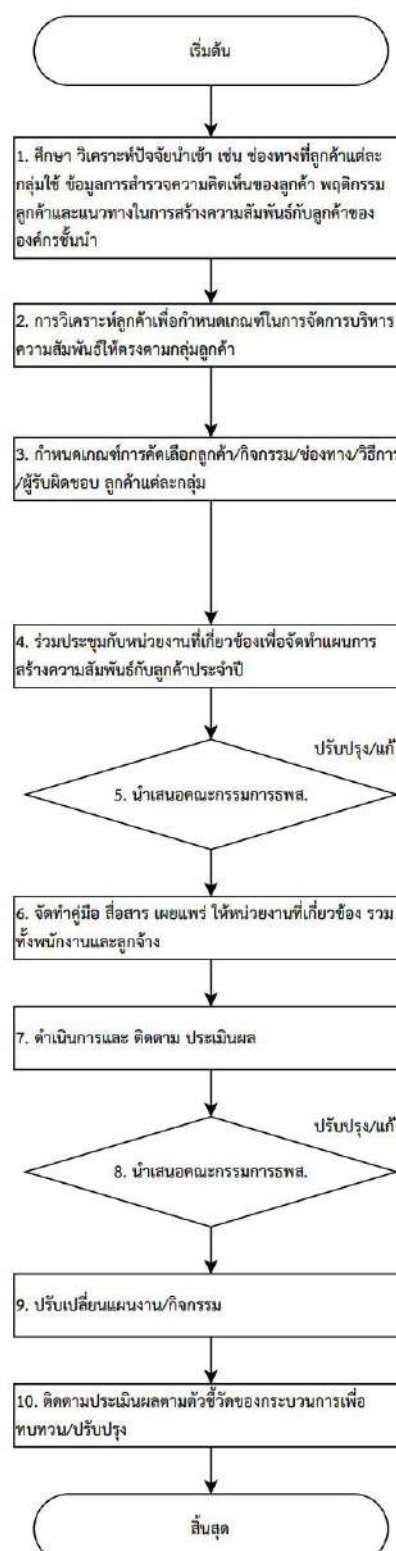
กระบวนการสนับสนุนลูกค้า



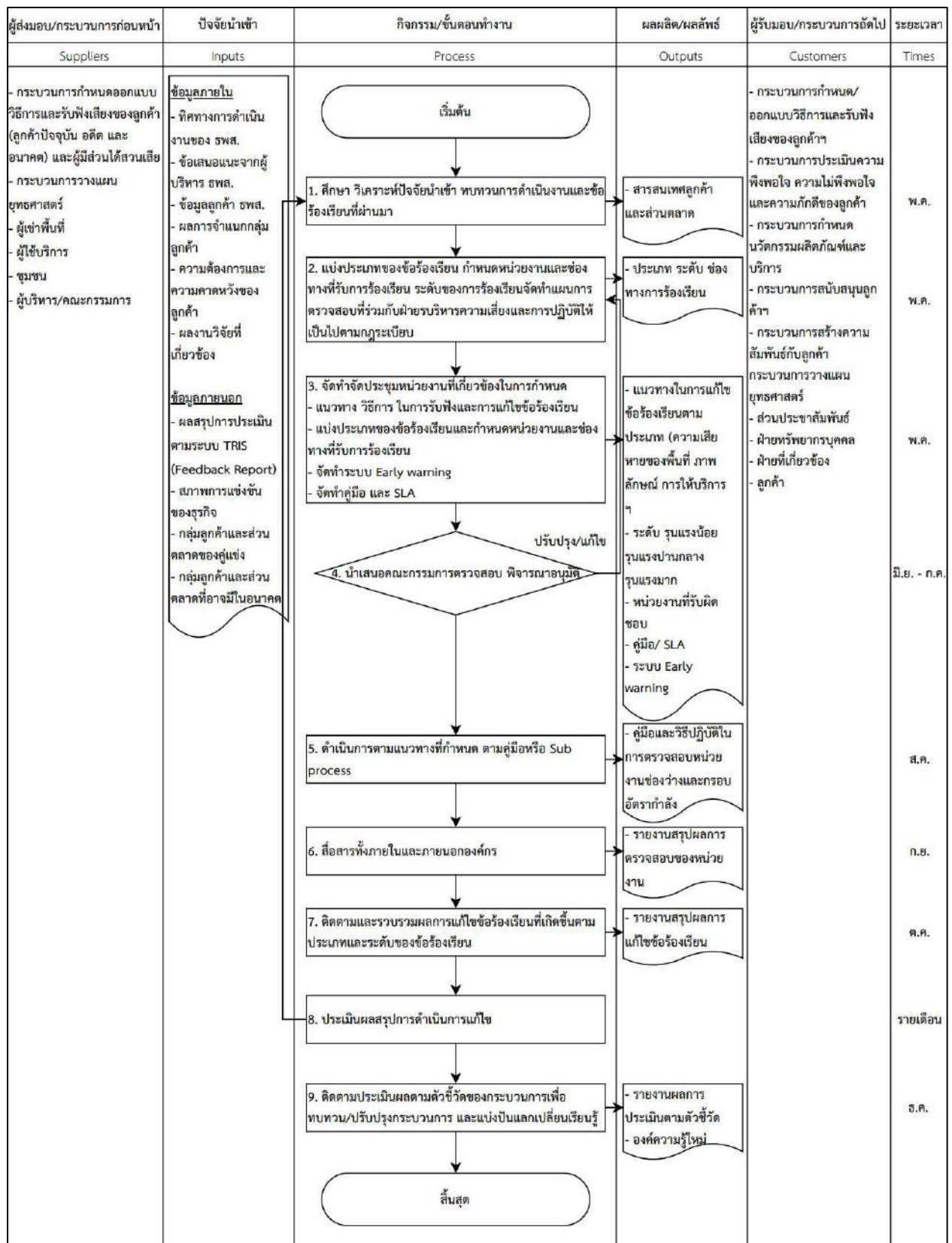
กระบวนการใช้เสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์บริการและแผนการตลาดปรับปรุงระบบงาน
และกระบวนการทำงานและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่



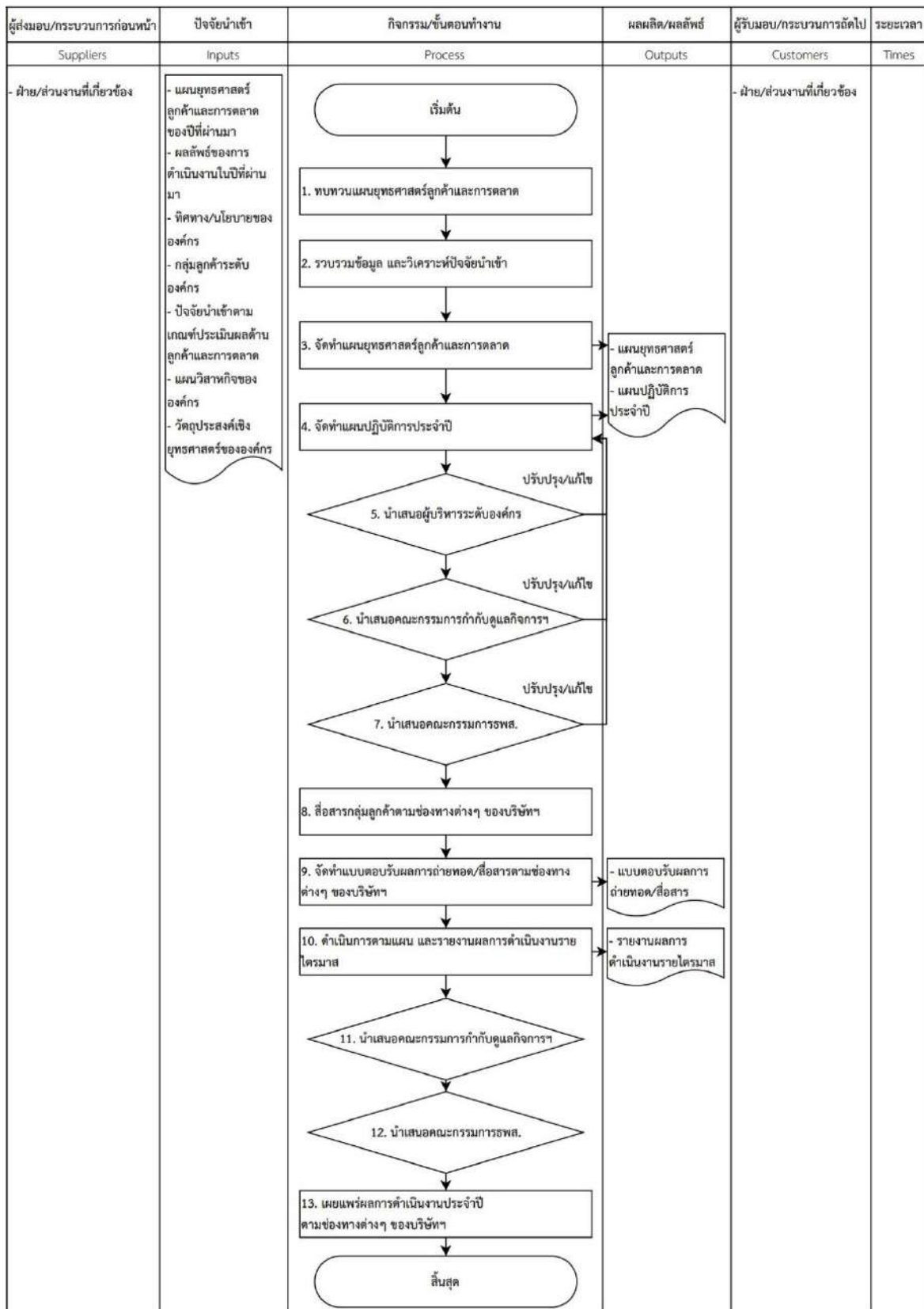
กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม/ขั้นตอนทำงาน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/กระบวนการถัดไป	ระยะเวลา
Suppliers	Inputs	Process	Outputs	Customers	Times
- กระบวนการกำหนด/การออกแบบวิธีการรับฟังเสียงลูกค้า - กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า - กระบวนการจำแนกลูกค้า - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - องค์การชั้นนำ	- ข้อมูลช่องทางการติดต่อของลูกค้า - ข้อมูลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า แต่ละกลุ่ม - ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - พฤติกรรมและวงจรชีวิตของลูกค้า - แนวทางการดำเนินงานขององค์กรชั้นนำ	 <pre> graph TD Start([เริ่มต้น]) --> Step1[1. ศึกษา วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า เช่น ช่องทางที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มใช้ ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า พฤติกรรมลูกค้าและแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรชั้นนำ] Step1 --> Step2[2. การวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการจัดการบริหารความสัมพันธ์ให้ตรงตามกลุ่มลูกค้า] Step2 --> Step3[3. กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกลูกค้า/กิจกรรม/ช่องทาง/วิธีการ/ผู้รับผิดชอบ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม] Step3 --> Step4[4. ร่วมประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าประจำปี] Step4 --> Step5{5. นำเสนอคณะกรรมการธอส.} Step5 --> Step6[6. จัดทำคู่มือ สื่อสาร เผยแพร่ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพนักงานและลูกค้า] Step6 --> Step7[7. ดำเนินการและ ติดตาม ประเมินผล] Step7 --> Step8{8. นำเสนอคณะกรรมการธอส.} Step8 --> Step9[9. ปรับเปลี่ยนแผนงาน/กิจกรรม] Step9 --> Step10[10. ติดตามประเมินผลตามตัวชี้วัดของกระบวนการเพื่อทบทวน/ปรับปรุง] Step10 --> End([สิ้นสุด]) </pre>	- ข้อมูลสรุป และแนวทางการดำเนินงาน - เกณฑ์การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่นำไปทำกิจกรรม CRM - เกณฑ์การคัดเลือกลูกค้าเป้าหมายและกิจกรรมที่ตรงตามความต้องการลูกค้าและวงจรชีวิตลูกค้า - แผนสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า - คู่มือและวิธีปฏิบัติ - สรุปผลการดำเนินงานและแนวทางแก้ไข - แผนสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าที่ปรับเปลี่ยน - รายงานผลการประเมินตามตัวชี้วัดองค์ความรู้ใหม่	- กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด - กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า - กระบวนการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ - กระบวนการใช้เสียงของลูกค้า - กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน - กระบวนการติดตามและวิเคราะห์ตัววัดผลการดำเนินการที่สำคัญ - ฝ่ายบริหารศูนย์ราชการ 1,2 - ส่วนประชาสัมพันธ์ - ส่วนบัญชีบริหารและงบประมาณ - ฝ่ายการตลาด - ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ - ส่วนการเงิน - ลูกค้าทุกกลุ่ม	รายเดือน/ไตรมาส รายเดือน/ไตรมาส

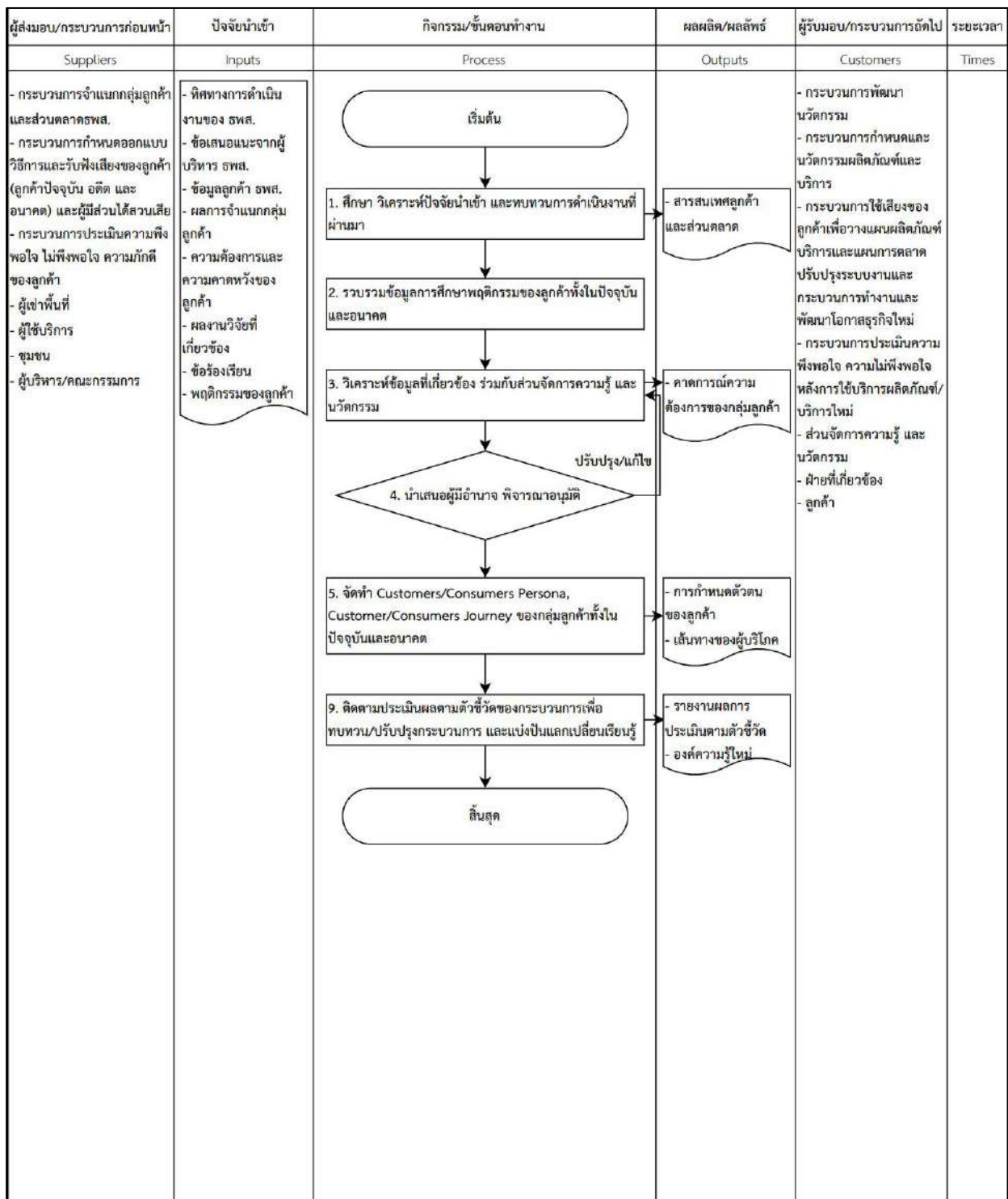
กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียน



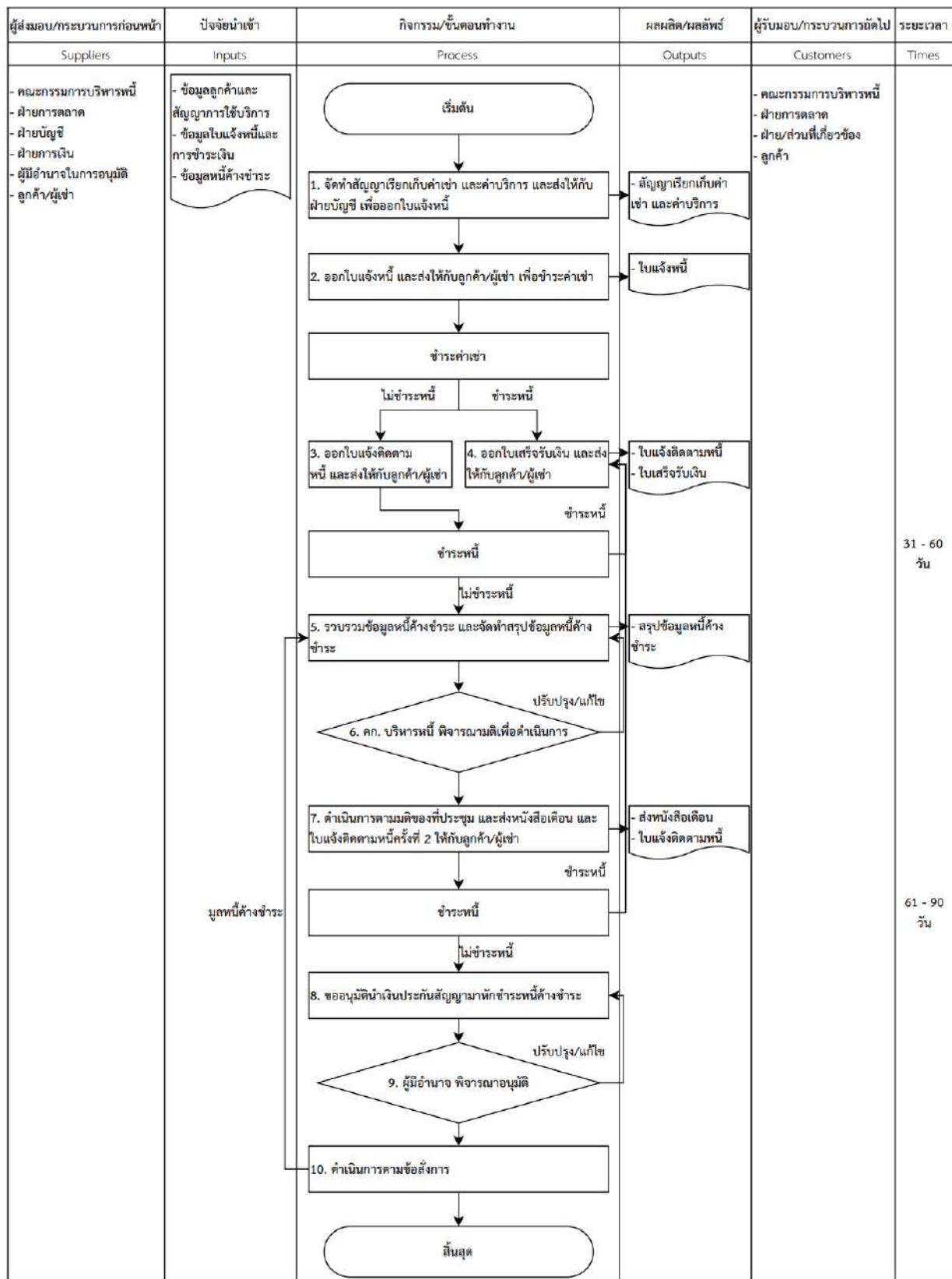
กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด



กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล สารสนเทศเพื่อพัฒนานวัตกรรมมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด



กระบวนการบริหารหนี้



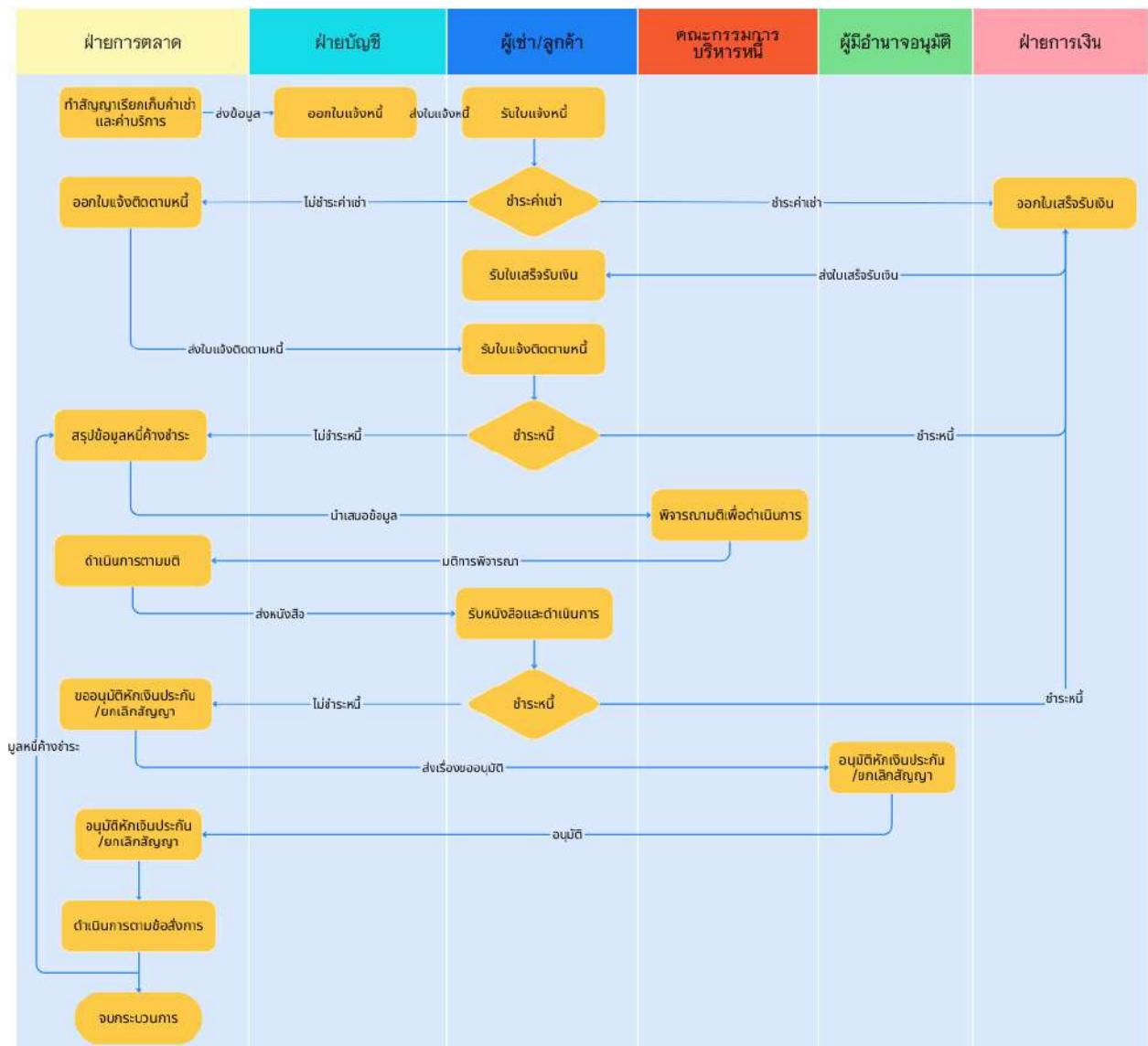
กระบวนการบริหารหนี้

ธพส. มีคณะกรรมการบริหารหนี้ที่คอยทำหน้าที่กำกับติดตามหนี้ค้างชำระของบริษัท และพิจารณาแนวทางการดำเนินการ โดยขั้นตอนการติดตามและดำเนินการดังนี้

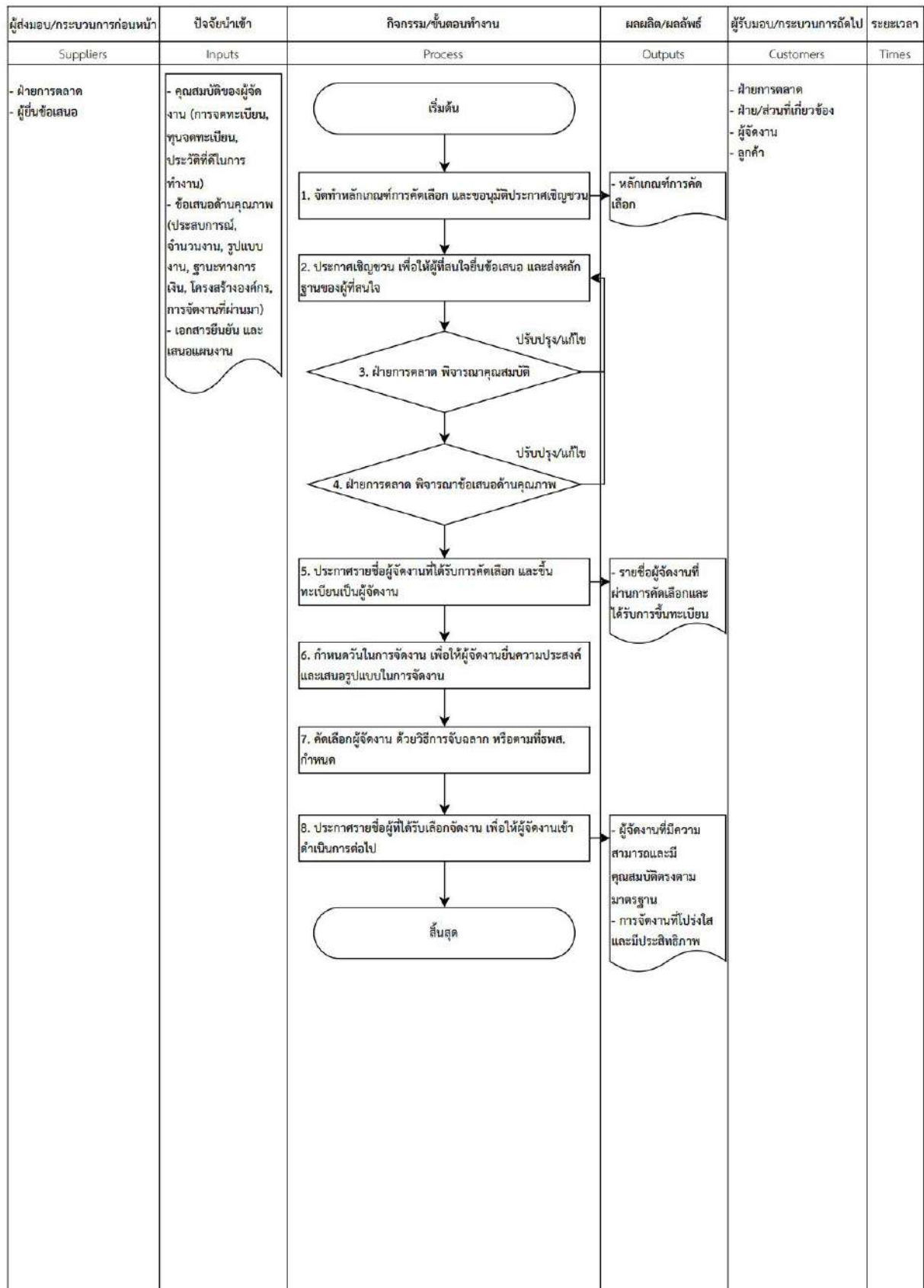
หลังจากฝ่ายการตลาดจัดทำสัญญาและบันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายบัญชีจะมีหน้าที่ออกใบแจ้งหนี้ให้กับลูกค้า เพื่อนำใบแจ้งหนี้ไปชำระค่าเช่าหรือค่าบริการต่าง ๆ ต่อไป ทั้งนี้หากลูกค้าไม่ได้มีการชำระเข้ามาตามกำหนด ฝ่ายการตลาดจะพิจารณาดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

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 แต่ยังเกิดหนี้ค้างชำระใหม่ ฝ่ายการตลาดจะเสนอคณะกรรมการฯ เพื่อเห็นชอบยกเลิกสัญญาลูกค้ารายนั้น ๆ พร้อมทำหนังสือแจ้งยกเลิกสัญญาต่อไป

กระบวนการบริหารหนี้



กระบวนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงาน



ปรับปรุงกระบวนการการจัดหาผู้จัดงานบริเวณลานอเนกประสงค์ชั้น 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 ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

1.2 ไม่เป็นผู้ที่ถูกศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์ เป็นนิติบุคคลล้มละลาย หรือเคยเป็นผู้ล้มละลายทุจริต หรืออยู่ระหว่างการประณอมหนี้ หรือพ้นฟูักิจการตามคำสั่งศาล

1.3 กรรมการหรือผู้มีอำนาจในการจัดการ ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำให้โดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

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

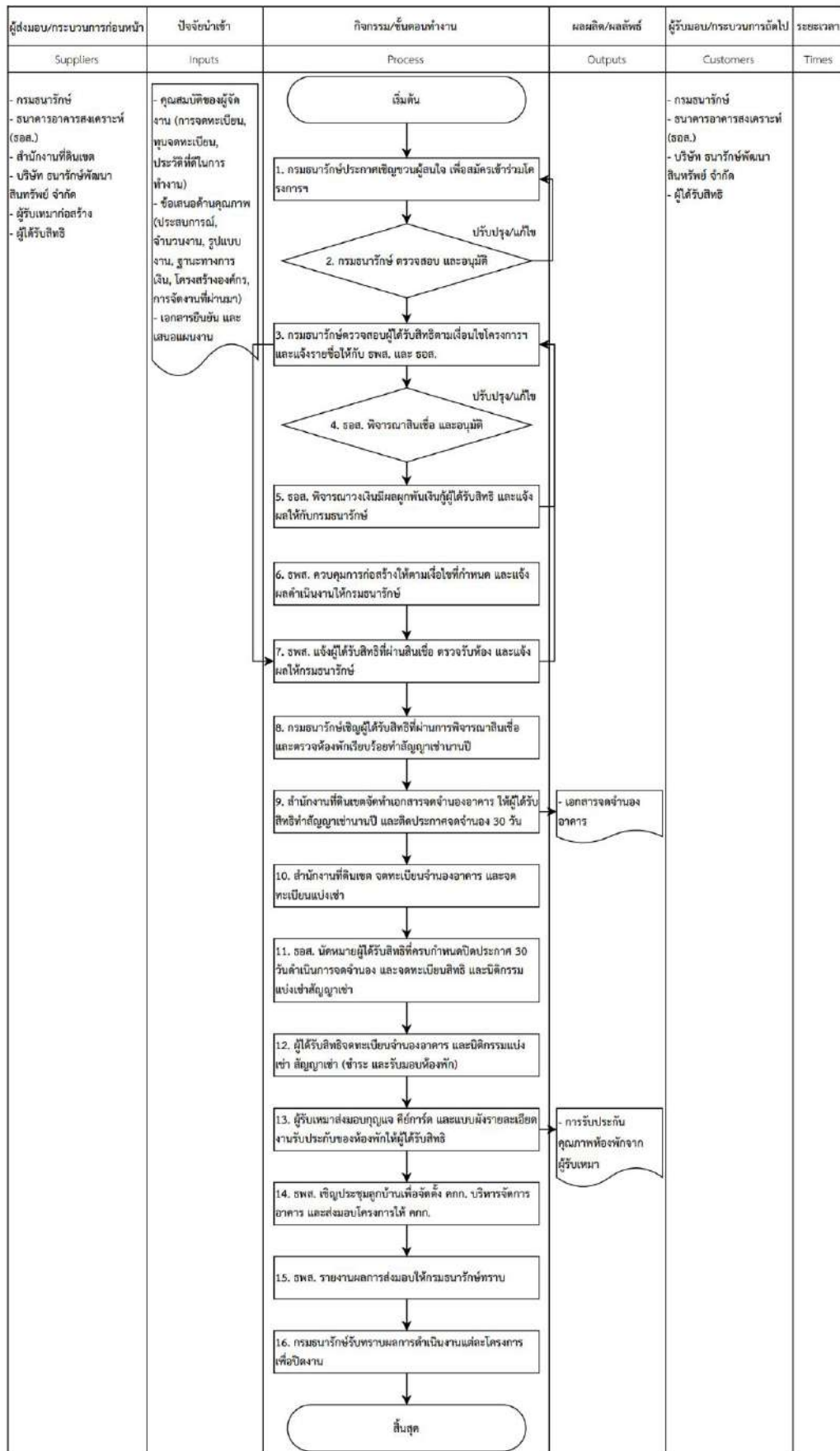
2.4 โครงสร้างองค์กร บุคลากร

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 โดนมีระยะเวลาขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดงานตั้งแต่วันที่ประกาศ จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568

กระบวนการส่งมอบห้องพักโครงการบูรณาการสวัสดิการที่พักอาศัยกับสถานที่ทำงาน และศูนย์บริการของข้าราชการพลเรือน



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 และเอาครบกําหนดระยะเวลาการเช่ากรมธนารักษ์ให้คํามั่นที่จะพิจารณาต่ออายุสัญญาเช่าได้ 30 ปี
3. ให้การสนับสนุนโครงการโดยการผ่อนปรนอัตราค่าเช่า ร้อยละ 25 จากอัตราปกติที่กำหนดไว้ตามกฎหมายว่าด้วยที่ดินราชพัสดุ และยกเว้นค่าธรรมเนียมการต่ออายุสัญญาเช่า

สำนักงาน ก.พ.

1. ให้การสนับสนุนโครงการโดยจัดทำและดูแลระบบการรับรองเพื่อเข้าร่วมโครงการ
2. ให้การสนับสนุนโครงการโดยทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางต่าง ๆ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ออส.)

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. รายงานผลการพิจารณาสินเชื่อกับกรมธนารักษ์ทราบเพื่อแจ้ง ธพส. ต่อไป
3. ผู้ได้รับสิทธิผ่านการพิจารณาสินเชื่อ เข้าตรวจความเรียบร้อยห้องพักกับบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง (คู่สัญญา) และ ธพส. รายงานผลการตรวจความเรียบร้อยห้องพักให้กรมธนารักษ์ทราบ
4. กรมธนารักษ์ (กองพัฒนาธุรกิจและศักยภาพที่ราชพัสดุ) แจ้งผู้ได้รับสิทธิทำสัญญาเช่า พร้อมนำสิทธิการเช่าไปผูกพันเงินกู้

เอกสารสำหรับการทำสัญญาเช่าและการชำระเงิน

กรมธนารักษ์ส่งรายชื่อผู้ได้รับสิทธิที่ผ่านการตรวจรับห้อง และผ่านการพิจารณาสินเชื่อกับ ธอส. เรียบร้อยให้กับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี นำข้อมูลเข้าระบบจัดประโชยชน์และสัญญาเช่า เพื่อตรวจสอบข้อมูลรายการที่ผู้ได้รับสิทธิต้องชำระให้ถูกต้อง และนัดผู้ได้รับสิทธิชำระเงินและจัดทำสัญญาเช่าต่อไป

การทำสัญญา กรณี สินเชื่อ

ผู้ได้รับสิทธิต้องทำสัญญากับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/กทม. และ ธอส. ประกอบด้วย :

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

การทำสัญญา กรณี เงินสด

ผู้ได้รับสิทธิต้องทำสัญญากับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/กทม. และ ธอส. ประกอบด้วย :

1. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อยู่อาศัย
2. สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่อเป็นพื้นที่ส่วนกลาง

การจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม

เมื่อผู้ได้รับสิทธิ ได้ทำสัญญาเช่าเพื่อยู่อาศัยเรียบร้อย 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. ธพส. รับโอนค่าควบคุมงานก่อสร้าง รายละเอียด 103,946.36 บาท จากผู้ได้รับสิทธิ
5. ผู้รับเหมาก่อสร้างส่งมอบห้องพัก พร้อมรายละเอียดการรับประกัน

กรณี เงินสด

1. สำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/สำนักงานเขต กทม. จะเป็นผู้นำนัดหมายผู้ได้รับสิทธิให้ไปจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมแบ่งเช่าสัญญาเช่า (สัญญานานปี) ณ สำนักงานที่ดินเขต
2. ธพส. 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. พิจารณาสินเชื่อผู้ได้รับสิทธิตามรายชื่อที่กรมธนารักษ์นำเสนอตรวจสอบ
2. จัดทำบันทึกคำยินยอมตามเงื่อนไขการผูกพันเงินกู้
3. แจ้งรายรายละเอียดเงื่อนไขการชำระเงินกู้
4. รายงานผลการพิจารณาสินเชื่อไปยังกรมธนารักษ์เพื่อดำเนินการต่อไป

สำนักงานธนารักษ์พื้นที่นนทบุรี/สำนักงานเขต กทม.

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

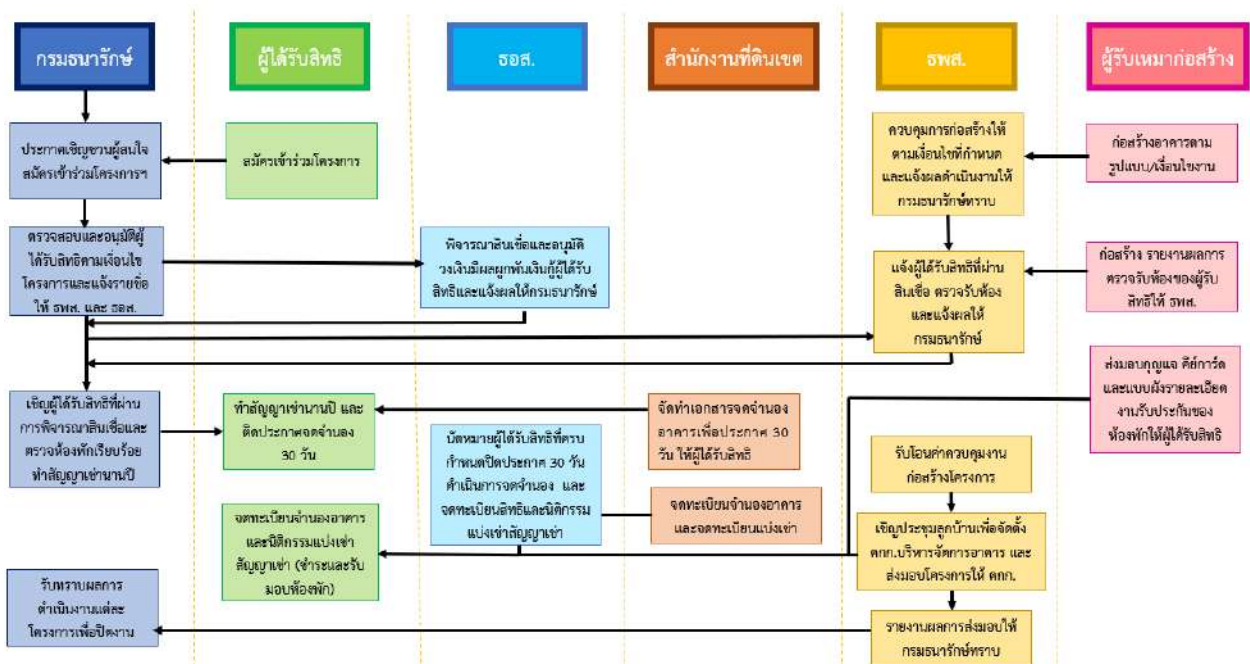
สำนักงานที่ดินนนทบุรี/สำนักงานที่ดินเขต กทม.

1. จัดทำเอกสารจดจำนองอาคารเพื่อประกาศ 30 วัน ให้ผู้ได้รับสิทธิ
2. จดทะเบียนจำนองอาคารโรงเรือน และจดทะเบียนแบ่งเช่า

บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.)

1. ประสานผู้รับเหมาก่อสร้าง 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 การจัดเก็บรายได้ 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 และรวมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสื่อที่เกี่ยวข้องกับการขายตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้ รวมถึงนำเสนอข้อมูลการตลาดในพื้นที่หรือโครงการที่รับผิดชอบนอกศูนย์ราชการทั้งใน กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเพื่อขออนุมัติการดำเนินงานแก่ผู้บริหาร 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

