

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ทำงานก่อสร้าง

1. ชื่อ โครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด
และแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

/หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร

2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 8,000,000.- บาท (แปดล้านบาทถ้วน)

3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ...16...พฤษภาคม...2562...

เป็นเงิน 8,000,000.- บาท (แปดล้านบาทถ้วน)

ราคา/หน่วย (ถ้ามี) - บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ใช้ราคาที่สืบจากที่ปรึกษา

- บริษัท ปริดจ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

- บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

5.1 นางสาวณัฐทิศา รุ่งวัฒนา ผู้บริหารฝ่ายกลยุทธ์องค์กร

5.2 นายสมศวรร สมบูรณ์พันธ์ ผู้บริหารฝ่ายธุรการ

5.3 นายธนัติ ธรรมสุริยะ ผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผนวก 1

ขอบเขตการดำเนินงาน

โครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้ำและการตลาด และแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้เสนอราคาต้องจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้ำและการตลาด และแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครอบคลุมระยะสั้น (ปี 2563) และระยะกลาง (ปี 2563-2567) โดยขอบเขตการดำเนินงานจำแนกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้ำและการตลาดของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ปี 2563-2567 ประกอบด้วย

1.1 ทบทวน วิเคราะห์ และจัดเตรียมข้อมูลที่เป็น ทั้งที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้ำและการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ การแข่งขันของตลาด รวมทั้งความคิดเห็น ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้ำแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้า (Inputs) ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้ำและการตลาด โดยปัจจัยนำเข้างดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดต่างๆ ของระบบประเมินผลใหม่ของ สคร. รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่ในปัจจุบันของ ธสน. อาทิ แผนวิสาหกิจ 5 ปี (ปี 2562-2566) และแผนแม่บท 10 ปี (ปี 2560-2570) โดยประกอบด้วยวิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1.1.1 ประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานด้านลูกค้ำและการตลาดจากแผนยุทธศาสตร์ และเอกสารอื่นๆ ของ ธสน. และหน่วยงาน/องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.1.2 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนแผนยุทธศาสตร์ ธสน. โดยหารือถึงการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ และแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่ของ ธสน. อาทิ แผนวิสาหกิจ 5 ปี แผนธุรกิจประจำปี รวมถึงทิศทาง/กลยุทธ์ที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และเป้าหมายธุรกิจในอนาคต พร้อมทั้งรับฟังนโยบายและกรอบทิศทางการดำเนินงานจากคณะทำงานที่ดูแลด้านลูกค้ำและการตลาด และผู้บริหาร ธสน. ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับภารกิจด้านดังกล่าว เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดรับกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของลูกค้ำ ตลาด และสภาวะการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

1.1.3 จัดประชุมหรือรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้ำในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ต่อการดำเนินงานของ ธสน. เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ การกำหนดสัดส่วนลูกค้ำในแต่ละกลุ่มที่จะรับฟังความคิดเห็นฯ ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ทางสถิติ

1.2 วิเคราะห์สารสนเทศด้านลูกค้ำ ตลาด ผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานและสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์ฯ โดยใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1.2.1 ระบุหรือทบทวนแนวทางและหลักเกณฑ์การจำแนกกลุ่มลูกค้ำ แนวทางและหลักเกณฑ์การกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย แนวทางและหลักเกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มลูกค้ำและส่วนตลาด แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งรูปแบบและกระบวนการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ำแต่ละกลุ่ม โดยครอบคลุมลูกค้ำในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ทั้งนี้ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดตั้ง ธสน. โดยใช้เครื่องมือที่เป็นมาตรฐาน คือ Segmentation-Targeting-Positioning (STP) เป็นอย่างน้อย



- 1.2.2 วิเคราะห์ และจัดทำข้อมูลลูกค้า เช่น คุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Target Qualifications) ตามที่จำแนกในข้อ 1.2.1 รวมทั้งจุดสัมผัส (Touch Points) ที่สำคัญระหว่าง ธสน. กับ แต่ละกลุ่มลูกค้า ครอบคลุมทั้งลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต
- 1.2.3 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค/ความท้าทาย (SWOT Analysis) ในด้านลูกค้าและการตลาด ประกอบกับเครื่องมืออื่นที่เหมาะสมร่วมด้วย เช่น TOWS Matrix, Five Forces Model, 7's เป็นต้น โดยระบุที่มาหรือวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลตามเครื่องมือต่างๆ
- 1.2.4 วิเคราะห์คู่แข่ง (Benchmarking) ที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) จำนวนอย่างน้อย 2 กรณี โดยระบุแหล่งข้อมูลที่ใช้ทำการวิเคราะห์ด้วย
- 1.2.5 วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ระหว่างการดำเนินงานของ ธสน. กับความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า โดยครอบคลุมทั้งลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต
- 1.3 จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด ครอบคลุมระยะสั้น (ปี 2563) และระยะกลาง (ปี 2563-2567) ซึ่งภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์จะต้องประกอบด้วยรายละเอียด ได้แก่ (1) วิสัยทัศน์ (2) วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (3) เป้าประสงค์ของวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (4) กลยุทธ์ทางการตลาด (5) ตัวชี้วัด (6) เป้าหมายของตัวชี้วัด และ (7) ความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทอื่นๆ ของ ธสน. เป็นอย่างน้อย
- 1.4 ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาด โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ (1) แผนงาน/กิจกรรม ภายใต้แต่ละกลยุทธ์ตามข้อ 1.3 (2) ลำดับความสำคัญของแผนงาน/กิจกรรม (3) ผู้รับผิดชอบหลัก (4) ผู้รับผิดชอบรอง (5) พันธมิตร/ภาคีเครือข่าย (6) ระยะเวลาดำเนินงาน (7) งบประมาณ (8) ตัวชี้วัดรายแผนงาน/กิจกรรม (9) เป้าหมายรายแผนงาน/กิจกรรม และ (10) ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์อื่นๆ เป็นอย่างน้อย โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกับฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมโยง/บูรณาการแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาดกับแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทอื่นๆ ของ ธสน. และความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า รวมไปถึง
- 1.5 เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแก้ไขแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่เดิมของ ธสน. ได้แก่ แผนวิสาหกิจ 5 ปี แผนธุรกิจ ประจำปี เพื่อให้การดำเนินยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ด้านลูกค้าและการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จมากขึ้น
- 1.6 จัดประชุมหรือประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ชี้แจงและถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด พร้อมทั้งผลการจำแนกลูกค้าและกำหนดส่วนตลาดเป้าหมายแก่ฝ่ายงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของ ธสน. รวมถึงสำรวจการรับรู้และความเข้าใจในยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและการตลาดของผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 1.7 นำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและการตลาด ต่อคณะทำงาน คณะจัดการ และ คณะกรรมการธนาคาร



2. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ปี 2563 -2567 ประกอบด้วย

2.1 ทบทวน วิเคราะห์ และจัดเตรียมข้อมูลที่จำเป็น ทั้งที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กรและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้า (Inputs) ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยปัจจัยนำเข้างดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดต่างๆ ของระบบประเมินผลใหม่ของ สคร. รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่ในปัจจุบันของ ธสน. อาทิ แผนวิสาหกิจ 5 ปี (ปี 2562-2566) แผนแม่บท 10 ปี (ปี 2560-2570) โดยประกอบด้วยวิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

2.1.1 ประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากแผนยุทธศาสตร์และเอกสารอื่นๆ ของ ธสน. และหน่วยงาน/องค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.1.2 จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนแผนยุทธศาสตร์ ธสน. โดยหารือถึงการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ และแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่ของ ธสน. อาทิ แผนวิสาหกิจ 5 ปี แผนธุรกิจประจำปี รวมถึงทิศทาง/กลยุทธ์ที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และเป้าหมายธุรกิจในอนาคต พร้อมทั้งรับฟังนโยบายและกรอบทิศทางการดำเนินงานจากคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้บริหาร ธสน. ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับภารกิจดังกล่าว เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.1.3 จัดประชุมหรือรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญต่อการดำเนินงานของ ธสน. เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

2.2 วิเคราะห์บริบทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ธสน. โดยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้

2.2.1 ระบุหรือทบทวนแนวทางและหลักเกณฑ์การจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวทางและหลักเกณฑ์การจัดการความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามมาตรฐานที่เป็นสากล คือ AA1000 Stakeholder Engagement Standard

2.2.2 วิเคราะห์และจัดทำข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญต่อ ธสน. ได้แก่ โพรไฟล์/คุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายกลุ่มตามที่จำแนกในข้อ 2.2.1 รวมทั้งประเด็นต่างๆ (Material Issues) ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ ธสน. ที่มีผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ

2.2.3 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค/ความท้าทาย รวมไปถึงความเสี่ยง (SWOT Analysis) ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบกับเครื่องมืออื่นๆ ที่เหมาะสมร่วมด้วย เช่น TOWS Matrix, Five Forces Model เป็นต้น โดยระบุที่มาหรือวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลตามเครื่องมืออื่นๆ

2.2.4 วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ระหว่างการดำเนินงานของ ธสน. กับความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.3 จัดทำแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครอบคลุมระยะสั้น (ปี 2563) และระยะกลาง (ปี 2563-2567) ซึ่งภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์จะต้องประกอบด้วยรายละเอียด ได้แก่ (1) วิสัยทัศน์ (2) วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (3) เป้าประสงค์ของวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (4) กลยุทธ์ (5) ตัวชี้วัด (6) เป้าหมายของตัวชี้วัด และ (7) ความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทอื่นๆ ของ ธสน. เป็นอย่างน้อย



- 2.4 ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ (1) แผนงาน/กิจกรรม ภายใต้แต่ละกลยุทธ์ตามข้อ 2.3 (2) ลำดับความสำคัญของแผนงาน/กิจกรรม (3) ผู้รับผิดชอบหลัก (4) ผู้รับผิดชอบรอง (5) พันธมิตร/ภาคีเครือข่าย (6) ระยะเวลาดำเนินงาน (7) งบประมาณ (8) ตัวชี้วัดรายงานงาน/กิจกรรม (9) เป้าหมายรายงานงาน/กิจกรรม และ (10) ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์อื่นๆ เป็นอย่างน้อย โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกับฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมโยง/บูรณาการแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทอื่นๆ ของ ธสน.
- 2.5 เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแก้ไขแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่เดิมของ ธสน. ได้แก่ แผนวิสาหกิจ 5 ปี แผนธุรกิจ ประจำปี เพื่อให้การดำเนินยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จมากขึ้น
- 2.6 จัดประชุมหรือประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ชี้แจงและถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้สอดคล้องกับแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของ ธสน. รวมถึงสำรวจการรับรู้และความเข้าใจในยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 นำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อคณะทำงาน คณะจัดการ และคณะกรรมการ ธนาकार


