

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย  
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ โครงการสำรวจความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2562

/หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายพัฒนากระบวนการและนวัตกรรม

2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 2,800,000.- บาท (สองล้านแปดแสนบาทถ้วน)

3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 11 มิ.ย. 2562

เป็นเงิน 2,772,321.50.- บาท (สองล้านเจ็ดแสนเจ็ดหมื่นสองพันสามร้อยยี่สิบเอ็ดบาทห้าสิบบสตางค์)

4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ใช้ราคาที่สืบจากผู้ให้บริการจำนวน 4 ราย

4.1 บริษัท คัสต้อม เอเชีย จำกัด

4.2 CSN Research Ltd.

4.3 ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.4 บริษัท กลุ่มแอตวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

5.1 นายยุทธพงศ์ มีแก้ว รักษาการผู้บริหารศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า

5.2 นางอภิษฎา มุสิกอง ผู้ช่วยผู้บริหารฝ่ายส่งเสริมการรับประกันการส่งออกและการลงทุน

5.3 นายกิตติศักดิ์ ปิตรชาติ ผู้ช่วยผู้บริหารฝ่ายกลุ่มอุตสาหกรรม 5

**เอกสารข้อกำหนด (Term of Reference : TOR)**  
**การจัดจ้างผู้ให้บริการสำรวจความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2562**  
**เลขที่ พน.001/2562**  
**ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)**

**1. วัตถุประสงค์**

ด้วยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) มีความประสงค์จัดจ้างผู้ให้บริการสำรวจความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2562 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “บริการสำรวจความพึงพอใจ” โดยจะดำเนินการจัดจ้างด้วยวิธีคัดเลือก ตามข้อบังคับธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างที่เกี่ยวกับการพาณิชย์โดยตรง พ.ศ. 2561 มีรายละเอียดตามที่กำหนดในเอกสารฉบับนี้ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “เอกสาร TOR” ดังนี้

**2. ขอบเขตงาน**

ผู้เสนอราคาต้องเสนอขอบเขตงานบริการสำรวจความพึงพอใจตามที่ ธสน. กำหนดในเอกสารแนบท้าย (ผนวก 1)

**3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา/การปฏิบัติตามข้อกำหนด**

ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ธสน. ในเอกสารแนบท้าย (ผนวก 2)

**4. บทนิยาม (ผนวก 3)**

- ผู้เสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
- การขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

**5. ข้อตกลงรักษาความลับ**

ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกต้องยืนยันการรักษาความลับของ ธสน. และลงนามในเอกสารข้อตกลงรักษาความลับของ ธสน. ตามเอกสารแนบท้าย (ผนวก 4)

**6. ข้อกำหนดในการเสนอราคา**

ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาและรายละเอียดการให้บริการสำรวจความพึงพอใจ ตามข้อกำหนดในการเสนอราคา ในเอกสารแนบท้าย (ผนวก 5)

**7. เอกสารประกอบการเสนอราคา**

ผู้เสนอราคาต้องลงนามในหนังสือรับรองและยืนยันคุณสมบัติของผู้เสนอราคา และปฏิบัติตามข้อกำหนดในเอกสาร TOR ของ ธสน. (ผนวก 6) พร้อมเสนอเอกสารประกอบการเสนอราคาตามรายละเอียด ในเอกสารแนบท้าย (ผนวก 7)

**8. แบบหลักประกันสัญญา**

ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกต้องวางหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา (กรณีเป็นหนังสือค้ำประกัน) ตามแบบที่ ธสน. กำหนด ในเอกสารแนบท้าย (ผนวก 8)

ผนวก 1

ขอบเขตงาน

การจัดจ้างผู้ให้บริการสำรวจความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2562

● ข้อมูลทั่วไป

1. กลุ่มประชากรที่ใช้สำรวจความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้าธสน. รวมทั้งความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (VOC) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาสำรวจ ควรเพียงพอที่สะท้อนความน่าเชื่อถือของข้อมูลในแต่ละกลุ่มลูกค้า ส่วนตลาด และผลิตภัณฑ์

จำนวนลูกค้า ณ 31 ธันวาคม 2561 ราย ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ	S	M	L	N/A	รวม
สินเชื่อ					
-สินเชื่อเพื่อการส่งออกและนำเข้า	1,411	986	384	152	2,933
-สินเชื่อลงทุนในประเทศ	56	104	51	1	212
-สินเชื่อลงทุนในต่างประเทศ	15	17	42	-	74
<b>รวมสินเชื่อ</b>	<b>1,453</b>	<b>1,032</b>	<b>439</b>	<b>152</b>	<b>3,076</b>
รับประกันการส่งออก					
-รับประกันการส่งออกระยะสั้น	204	259	158	8	629
-รับประกันการส่งออกระยะปานกลาง	-	1	-	-	1
-รับประกันการลงทุนในต่างประเทศ	-	1	1	-	2
<b>รวมรับประกัน</b>	<b>204</b>	<b>261</b>	<b>159</b>	<b>8</b>	<b>632</b>
<b>รวมรับประกัน (ไม่เข้าสินเชื่อ)</b>	<b>64</b>	<b>81</b>	<b>99</b>	<b>7</b>	<b>251</b>
<b>รวมจำนวนลูกค้าสินเชื่อและรับประกันการส่งออก</b>	<b>1,517</b>	<b>1,113</b>	<b>538</b>	<b>159</b>	<b>3,327</b>

หมายเหตุ : N/A คือ ลูกค้าที่ไม่สามารถหารายได้จากระบบ Enlite ได้

ส่วนตลาด	จำนวนราย
ธุรกิจส่งออกและนำเข้า	2,933
ธุรกิจลงทุนในประเทศ	212
ธุรกิจลงทุนต่างประเทศ	74

หมายเหตุ : ส่วนตลาดแบ่งตามประเภทสินเชื่อ โดยลูกค้า 1 ราย สามารถขอบริการทางการเงินได้มากกว่า 1 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจส่งออกและนำเข้า คือ สินเชื่อเพื่อการส่งออกและนำเข้า
2. ธุรกิจลงทุนในประเทศ คือ สินเชื่อเพื่อลงทุนในประเทศ เช่น ขยายกำลังการผลิต สินเชื่อพาณิชย์นาวี สินเชื่อพลังงาน
3. ธุรกิจลงทุนต่างประเทศ คือ สินเชื่อเพื่อลงทุนในต่างประเทศ เช่น สินเชื่อโครงการระหว่างประเทศ

## การแบ่งกลุ่มลูกค้า

- กลุ่มลูกค้าแบ่งตามขนาดรายได้ :

- ขนาดเล็ก (Small : S) หมายถึงลูกค้าที่มีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาทต่อปี
- ขนาดกลาง (Medium : M) หมายถึงลูกค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ 50-500 ล้านบาทต่อปี
- ขนาดใหญ่ (Large : L) หมายถึงลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 500 ล้านบาทต่อปี

- กลุ่มลูกค้าแบ่งตามส่วนตลาด : ธุรกิจส่งออกและนำเข้า ธุรกิจลงทุนในประเทศ ธุรกิจลงทุนต่างประเทศ

- กลุ่มลูกค้าแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์/บริการ : ด้านสินเชื่อ : สินเชื่อเพื่อการส่งออกและนำเข้าสินเชื่อเพื่อลงทุนในประเทศ สินเชื่อเพื่อลงทุนต่างประเทศ ด้านประกัน : บริการประกันการส่งออกกระยะสั้น บริการประกันระยะกลาง-ยาว บริการประกันความเสี่ยงการลงทุน

## 2. กลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าอื่น เพื่อค้นหาสารสนเทศความต้องการและความคาดหวัง

2.1 อดีตลูกค้า หมายถึง ผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการของ ธสน. แต่ปัจจุบันไม่ใช่แล้ว เพื่อค้นหาสารสนเทศเพื่อนำไปใช้ในการสร้างความสัมพันธ์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน (เช่น การสอบถามสาเหตุการยกเลิกการใช้บริการ ความคาดหวัง ความต้องการที่หากธสน.สามารถตอบสนองได้ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการ ธสน. เป็นต้น) รวมจำนวน 24 ราย

2.2 ลูกค้าคู่แข่ง/ลูกค้าอนาคต หมายถึง ผู้ประกอบการที่เป็นลูกค้าของคู่แข่งและไม่ได้เป็นลูกค้าของธสน. เพื่อค้นหาสารสนเทศความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการใช้บริการกับคู่แข่งตาม Customer Life Cycle โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมกลุ่มลูกค้า ส่วนตลาด และผลิตภัณฑ์ข้างต้น รวม 24 ราย กลุ่มลูกค้า ส่วนตลาด และผลิตภัณฑ์

## 3. กลุ่มประชากรอื่น เพื่อค้นหาสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินการ

### 3.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- หน่วยงานกำกับดูแล ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน
- ผู้ส่งมอบ ได้แก่ ผู้ให้กู้แก่ธสน. จำนวน 2 ราย
- คู่ค้า ได้แก่ Broker ของบริการรับประกัน

3.2 คู่ความร่วมมือ ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

### 3.3 ชุมชนที่สำคัญ

- ลูกค้า/ผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออก-นำเข้า
- ลูกค้า/ผู้ประกอบการในธุรกิจการลงทุนภายในและต่างประเทศ

● **ขอบเขตงาน**

ผู้เสนอราคาต้องเสนอบริการสำรวจความพึงพอใจ โดยครอบคลุมตามขอบเขตงานที่ ๓สน. กำหนด ประกอบด้วย

1. **การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า (VOC) ประจำปี**

1.1. ทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า พร้อมทั้งเสนอแนะสิ่งที่ควรปรับปรุง แนวทางจัดการข้อร้องเรียนเชิง Preventive โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดขึ้นในรอบปีเพื่อหาสาเหตุและแนวทางการแก้ไขไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

1.2. ทบทวนและสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (Focus Interview) การตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) หรือวิธีอื่นที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้ เป็นอย่างน้อย

- ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในทุกกลุ่มลูกค้า
- ปัจจัยที่สร้างความไม่พึงพอใจของลูกค้าในทุกกลุ่มลูกค้า
- ปัจจัยที่สร้างความภักดีของลูกค้าในทุกกลุ่มลูกค้า
- Customer Journey Map

1.3. นำปัจจัยที่ได้จากการทบทวนและสำรวจข้างต้น มาจัดทำเป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้าในแต่ละปัจจัย และเพื่อยืนยันปัจจัยความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ได้จากข้อ 1.2

1.4. ดำเนินการสำรวจระดับความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า โดยกำหนดระดับการวัดผลลัพธ์เป็น 10 ระดับ และให้รายงานผลในรูปแบบดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 10 สเกล
- ค่าเฉลี่ย 5 สเกล
- ค่าเฉลี่ยร้อยละของจำนวนลูกค้า (%Mean)
- ค่าเฉลี่ยของจำนวนลูกค้าที่ให้คะแนนในช่วง Top-2-boxes

1.5. ประเมินผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ผลสำรวจและจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้จากการสำรวจ ดังต่อไปนี้

● **การประเมิน**

1.5.1. ประเมินระดับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม โดยแสดงข้อมูลเปรียบเทียบคู่เทียบ ในแต่ละขั้นตอนของการให้บริการตาม Customer Journey อย่างน้อย ดังนี้

- การสนับสนุนลูกค้า/ การให้บริการของพนักงาน (การให้ข้อมูล/ติดต่อ/ขอรับความช่วยเหลือ)
- ขั้นตอนการอนุมัติ
- เอกสารประกอบการเบิกจ่าย
- สัดส่วนหลักประกัน
- นิติกรรมสัญญาโดยรวม
- เอกสารอนุมัติวงเงิน

- วงเงินที่ได้รับ
- เงื่อนไขการใช้วงเงิน
- อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม
- การให้บริการธุรกรรม
- ภาพรวมบริการด้านรับประกัน
- ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ/บริการรับประกัน
- ความสะดวกของสาขาให้บริการ
- ช่องทางการค้นหาสารสนเทศ
- ช่องทาง/วิธีการรับฟังเสียงลูกค้า
- การแก้ไขข้อร้องเรียน
- กิจกรรม CRM

ในกรณีที่คะแนนความพึงพอใจสูงหรือต่ำกว่าระดับคะแนนที่กำหนด ให้สอบถามสาเหตุเพื่อ

นำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

1.5.2. ประเมินระดับความภักดีของลูกค้า ทั้งโดยรวมและแยกตามกลุ่ม ในทุกกลุ่มลูกค้าด้านต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

- ระดับความภักดีของลูกค้า
- ระดับความภักดีเชิงพฤติกรรม
- ระดับความภักดีเชิงทัศนคติ
- Net Promoter Score: NPS
- ความคิดที่จะปกป้อง/ช่วยแก้ไข หากมีผู้อื่นกล่าวถึง ทัศน. ในทางไม่ดีแยกตามกลุ่มลูกค้า
- ข้อมูลเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- ระดับความภักดีลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละ life cycle

1.5.3. แสดงผลลัพธ์ระดับความพึงพอใจ ความภักดี ความไม่พึงพอใจ เปรียบเทียบกับผลลัพธ์ในปีก่อน (ในทุกรูปแบบคะแนนตามข้อ 1.4) และเทียบกับคู่แข่ง/คู่แข่ง

● การค้นหาสารสนเทศและการวิเคราะห์

1.5.4. ทบทวนและสำรวจช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าเพื่อให้ทราบระดับความพึงพอใจ ระดับการรับรู้ และความต้องการใช้ ในแต่ละช่องทางในทุกกลุ่มลูกค้า รวมทั้งวิเคราะห์ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าที่เหมาะสมของแต่ละกลุ่มลูกค้า

1.5.5. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและค้นหาสารสนเทศเพื่อให้ทราบสาเหตุของคะแนนที่ลูกค้าประเมินความพึงพอใจ และให้ทราบถึงแนวทางการวางนโยบายการยกระดับให้คะแนนสูงขึ้น

1.5.6. ค้นหาสารสนเทศความต้องการและความคาดหวังของส่วนตลาด กลุ่มลูกค้า และจัดลำดับความสำคัญ

- ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ
- ด้านการให้บริการสนับสนุนลูกค้า
- ด้านการปฏิบัติการ

1.5.7. ผลการวิเคราะห์ระดับและปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า

1.5.8. ค้นหาสารสนเทศและวิเคราะห์ผลในลักษณะ Win/Loss Analysis เช่น การค้นหาว่าทำไมลูกค้าจึงเลือกใช้บริการกับ ธสน. ทำไมจึงไม่ใช้บริการ ทำไมเลือกธนาคารคู่แข่ง เป็นต้น

1.5.9. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ/การรับฟังลูกค้า ให้มีความเชื่อมโยงเป็นภาพเดียวกันในทุกๆ มิติ ตั้งแต่ข้อมูลที่จำแนกตามกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ข้อมูลตาม Customer Journey Customer Life Cycle รวมถึงข้อมูลจากการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

● การจัดทำข้อเสนอแนะและรายงาน

1.5.10. ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำแผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการระยะสั้นและระยะยาวในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า และพัฒนาการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

1.5.11. ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า

1.5.12. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ผู้รับดำเนินการสำรวจฯ เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อธนาคาร

1.5.13. นำเสนอผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ประจำปี 2562 ให้กับคณะทำงานโครงการฯ คณะจัดการ และที่ประชุมพนักงาน รวมทั้งจัดทำเอกสารการนำเสนอ

2. การสำรวจและติดตามความเห็นลูกค้าหลังใช้ผลิตภัณฑ์/บริการ

เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจของลูกค้า แนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหา โดยรายงานผลในด้านต่างๆ ต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

- กระบวนการให้บริการ
- ผลิตภัณฑ์/เงื่อนไขที่ลูกค้าได้รับ
- ความเหมาะสมของทิศทาง/ความเพียงพอในเรื่องการสนับสนุนลูกค้า

2.1. สำรวจลูกค้ารายใหม่ของธสน. ที่มีการลงนามในสัญญา/สามารถใช้จ่ายเงินได้ จำนวนเดือนละ 24 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับโดยทันที โดยให้ลูกค้าเป็นผู้ระบุว่าใช้ product program หรือ product ใหม่

2.2. สำรวจลูกค้ารายไตรมาส เพื่อให้ได้จำนวนตัวแทนตามกลุ่มลูกค้า ส่วนตลาด และผลิตภัณฑ์ จำนวนไตรมาสละ 24 ราย

2.3. ค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับการออก Product ใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ระดับความไม่พึงพอใจ ด้านขั้นตอนการอนุมัติ ด้านอัตราดอกเบี้ย/เบี้ยประกัน และนำไปเปรียบเทียบผลลัพธ์กับปีที่ผ่านมา โดยให้ลูกค้าเป็นผู้ระบุว่าใช้ product program หรือ product ใหม่

3. การค้นหาสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (VOS)

3.1. ประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินการเพื่อเสริมสร้างระดับการรับรู้ ในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1.1. วิสัยทัศน์และค่านิยมของ ธสน.

3.1.2. ความไว้วางใจที่มีต่อผู้นำระดับสูงและการกำกับดูแลของ ธสน.

3.1.3. บทบาทตามยุทธศาสตร์

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 เชื่อมไทย เชื่อมโลก ด้วยการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและภาคอุตสาหกรรมของประเทศ
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ป้องกันความเสี่ยงด้านการค้าและการลงทุนไทยในต่างประเทศ
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 เพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ
- แผนงานที่สำคัญ

3.2. ประเมินประสิทธิผลช่องทางสื่อสารวิสัยทัศน์ ค่านิยม ยุทธศาสตร์ และแผนงานที่สำคัญ

3.3. สำรวจความต้องการ รวมทั้งประเด็นความคาดหวังและความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ
- ด้านการให้บริการสนับสนุนลูกค้า
- ด้านการปฏิบัติการ

3.4. สำรวจปัญหา/อุปสรรคในการสร้างความสัมพันธ์หรือติดต่อสื่อสารกับฝ่ายงานต่างๆ ภายใน ธสน. และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

4. จัดทำคู่มือรับฟังเสียงลูกค้าและจัดการข้อร้องเรียนตามที่ได้มีการทบทวนในข้อ 1 และอบรมให้พนักงานรับฟังลูกค้าอย่างถูกวิธี

5. จัดเตรียมของที่ระลึกเพื่อมอบให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม