

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

คำถามเชิงโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก

## คำถามเชิงโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก

### วัตถุประสงค์

เพื่อยืนยันและให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรและข้อคำถามในการชี้วัดการรับรู้คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของลูกค้าน้องค์กรรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย

1. หน่วยงานที่ท่านรับผิดชอบ มีการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรอย่างไรบ้าง และการปฏิบัติงานดังกล่าวสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าทราบหรือไม่ ในการปฏิบัติงานด้านใดบ้าง

2. ท่านคิดว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่ท่านรับผิดชอบสนับสนุนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรในด้านใดบ้าง และในแต่ละด้านการดำเนินการใดบ้างที่ปฏิบัติแล้วต้องการให้ลูกค้ารับรู้เพื่อสะท้อนว่าองค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

3. ท่านคิดว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่ท่านรับผิดชอบ มีการดำเนินการหรือการปฏิบัติใดที่มีความสำคัญเพื่อสนับสนุนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรและลูกค้าขององค์กรควรจะรับรู้เพื่อแสดงถึงความเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี  
ในรัฐวิสาหกิจที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

**รายชื่อผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ  
ที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก**

1) นางอรวดี พุทธสาโร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ แผนกลยุทธ์และบริหารการลงทุน ในฐานะกำกับดูแลฝ่ายบริหารผลการดำเนินงานและความเสี่ยง และฝ่ายกำกับการลงทุนและควบคุมภายในบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2559 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

2) นางสาวพรรณพัช พูลทรัพย์ ผู้จัดการฝ่ายกลยุทธ์ ปฏิบัติหน้าที่แทน รองกรรมการผู้จัดการ สำนักตรวจสอบภายใน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2559 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

3) นายประเสริฐ สลิดอำไพ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่สื่อสารองค์กรและกิจการเพื่อสังคม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

4) นางภาวนา ปทุมต์รัมย์ หัวหน้าทีมกำกับดูแลกิจการที่ดี สำนักกรรมการผู้จัดการใหญ่ และเลขานุการบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2559 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

5) นายพลพัฒน์ ศรีเปล่ง รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงาน สายงานบริหารความเสี่ยงธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2559 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

6) นายสุภวัฒน์ วัฒนชนปติ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ผู้บริหารสายงาน สายงานทรัพยากรบุคคลและบรรษัทภิบาล ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2559 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

7) นายสันติ ปรีวิสุทธิ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ผู้บริหารสายงาน ตรวจสอบภายใน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2559 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ตัวอย่างหนังสือขอสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญ  
ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ

**DPU**  
DHURAKI FUNDT UNIVERSITY  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ที่ มธบ0402(11)/10585

๙ ธันวาคม 2559

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) สำหรับจัดทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก  
เรียน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)  
ซึ่งที่ส่งมาด้วย โครงสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ จำนวน 1 ชุด

ด้วย นายภูธรศีร์ษารงค์ แก้วขาว นักศึกษาปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
รหัสประจำตัวนักศึกษา 567191030004 อยู่ระหว่างทำเนิการวิจัยเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "อิทธิพลของ  
คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย: ศึกษา  
เปรียบเทียบสาขาพลังงานและสาขาสถาบันการเงิน" โดยมี ผศ. ดร.จรัญญา ปานเจริญ เป็นอาจารย์ที่  
ปรึกษา ซึ่งในการวิจัยดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลนโยบายและการดำเนินงานในกระบวนการต่างๆ ที่  
เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดที่ได้จะนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงวิชาการใน  
ภาพรวมเพื่อพัฒนาเป็นเครื่องมือในการวิจัย ในการนี้ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์  
มายังท่านในการอนุญาติให้สัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรในองค์กรของท่าน ดังนี้

1. รองกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มธุรกิจ
2. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่สำนักตรวจสอบภายใน
3. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่สื่อสารองค์กรและกิจการเพื่อสังคม

ตามโครงสร้างคำถามที่แนบมาพร้อมกันนี้ ทั้งนี้ หากท่านพิจารณาอนุเคราะห์ให้ใคร่ขอให้แจ้งวัน เวลา และสถานที่  
แก่กระผมเพื่อดำเนินการนัดหมายเข้าสัมภาษณ์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญญา พงษ์ยี่หื้อ)  
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สำนักวิทยบริการปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (นายภูธรศีร์ษารงค์ แก้วขาว)  
E-mail: rtdunro@doeb.go.th, beambohd@163mail.com

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ซอยบ่อเกลือ ถนนศรีอยุธยา 10210  
Dhurakij Fundit University 110/1-4 Prachaon Road, Latsoi, Bangkok 10210, Thailand  
Tel. (66) 2954-7300 www.dpu.ac.th

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจเครื่องมือวิจัย

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจเครื่องมือวิจัย



1. **ศ.ดร. วรภัทร โตรณะเกษม** ผู้เชี่ยวชาญด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

**ตำแหน่งปัจจุบัน** - อนุกรรมการ ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- กรรมการและเลขานุการ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ (สพร.)
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



2. **ดร. คุรุจิต นาครทรรพ** ผู้เชี่ยวชาญด้านรัฐวิสาหกิจสาขาพลังงาน

**ตำแหน่งปัจจุบัน** - ประธานกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน (สปท.)

- ประธานกรรมการ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)
- กรรมการบริหารสภาวิจัยแห่งชาติ
- กรรมการกฤษฎีกา



3. **นางปานทิพย์ ศรีพิมล** ผู้เชี่ยวชาญด้านรัฐวิสาหกิจสาขาสถาบันการเงิน

**ตำแหน่งปัจจุบัน** - ที่ปรึกษาด้านพัฒนารัฐวิสาหกิจ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลัง

- กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการกำกับดูแลกิจการ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- กรรมการ/ ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง/ กรรมการกำหนดค่าตอบแทน
- บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)



## ภาคผนวก ง

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยเทคนิคดัชนีความ  
สอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item – Objective  
Congruence Index: IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยเทคนิคดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและ  
วัตถุประสงค์ (Item – Objective Congruence Index: IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

ความหมายของคะแนน

ความสอดคล้อง (Congruence) +1 หมายถึง คำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อความกับ  
วัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง (Congruence) 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อ  
คำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง (Congruence) -1 หมายถึง คำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อความ  
กับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อความ (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1вр	2น	3คร		
ความรับผิดชอบ ต่อผลการ ปฏิบัติงาน (Accountability)	ชี้วัดการรับรู้โดยตรงของลูกค้าต่อ องค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็นองค์กร ที่มีความรับผิดชอบต่อผลการ ปฏิบัติหน้าที่ที่การแสดงความ รับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ และผลงานต่อเป้าหมายที่กำหนด ไว้โดยความรับผิดชอบนั้นควรอยู่ ในระดับที่สนองต่อความ คาดหวังของลูกค้ารวมทั้งการ แสดงถึงความสำนึกในการ รับผิดชอบต่อลูกค้า	Ac1	บุคลากรของรัฐวิสาหกิจที่ ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงาน ด้วยความรับผิดชอบต่อ สาธารณะ	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		Ac2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการ ปฏิบัติงานและนำมาใช้ในการ พิจารณาความดี ความชอบอย่างเป็นธรรม	+1	0	+1	0.7	ใช้ได้
		Ac3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการแบ่งแยกบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบใน การปฏิบัติงานอย่างชัดเจน	-1	0	-1	-0.7	ตัดออก
		Ac4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ามี การติดตามกำกับการ ดำเนินงานให้บรรลุ วัตถุประสงค์ขององค์กร	+1	0	+1	0.7	ใช้ได้
		Ac5	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการกำหนดมาตรฐานการ ปฏิบัติงานที่ชัดเจน	0	0	-1	-0.3	ตัดออก
		Ac6	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการกำหนดกฎระเบียบ	0	1	1	0.7	ใช้ได้
		Ac7	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ามี การใช้กฎระเบียบและ บทลงโทษสำหรับผู้บริหารหรือ บุคลากรที่ฝ่าฝืนอย่างเคร่งครัด และเป็นธรรม	+1	0	0	0.3	ตัดออก

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อความถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 คร		
		Ac8	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ามีการกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารสูงสุดและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ	+1	-1	+1	0.3	ตัดออก
		Ac9	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ามีระบบให้ลูกค้าประเมินความพึงพอใจในสินค้า/บริการและการปฏิบัติงานของพนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ความสำนึกในหน้าที่ (Responsibility)	ชี้วัดการรับรู้โดยตรงของลูกค้าต่อองค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็นองค์กรที่มีความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ สามารถให้บริการที่สามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดและสร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจรวมถึงตอบสนองตามความคาดหวัง/ความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่าง	Re1	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าแสดงความจริงจังในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคม	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Re2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าให้บริการที่มีคุณภาพ	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		Re3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าให้บริการที่มีปลอดภัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Re4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าให้บริการที่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่สังคมและชุมชน	0	+1	0	0.3	ตัดออก
		Re5	บุคลากรของรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงานด้วยความเข้าใจด้านนโยบายและแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Re6	บุคลากรของรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงานร่วมมือกันเป็นอย่างดี	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Re7	บุคลากรของรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติหน้าที่ตามความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		Re8	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงานเพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศ	0	+1	0	0.3	ตัดออก
		Re9	บุคลากรของรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพเต็มกำลังความสามารถ	+1	0	0	0.3	ตัดออก

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 คร		
		Re10	บุคลากรของรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ	-1	+1	0	0	ตัดออก
การปฏิบัติอย่าง เท่าเทียม (Equitable Treatment)	ชีวิตการรับรู้โดยตรงของลูกค้าต่อองค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็นองค์กรที่มีการปฏิบัติต่อลูกค้าโดยสุจริตและจะต้องพิจารณาให้เกิดความเท่าเทียมกัน ลูกค้าได้รับการปฏิบัติและได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีการแบ่งแยกด้านชาย/หญิงถิ่นกำเนิดเชื้อชาติภาษาเพศอายุความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพสถานะของบุคคลฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมความเชื่อทางศาสนาการศึกษาและอื่นๆ	ET1	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงสิทธิความเท่าเทียมกันของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสีย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		ET2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนด้วยมาตรฐานเดียวกัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		ET3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าปฏิบัติงานตามกฎระเบียบหรือกฎหมายที่กำหนดอย่างเคร่งครัด	-1	+1	0	0	ตัดออก
		ET4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าสร้างระบบคุ้มครองสิทธิของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	0	0	-1	-0.3	ตัดออก
		ET5	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าแสดงความจริงใจในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน	0	0	0	0	ตัดออก
		ET6	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าเผยแพร่ข้อมูลสิทธิต่างๆของประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างชัดเจนถูกต้อง โดยทั่วถึงหลากหลายช่องทาง	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		ET7	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าให้คำแนะนำช่วยเหลือลูกค้าทุกคนด้วยกิริยาจากที่สุภาพอ่อนโยน	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 ศร		
ความโปร่งใส (Transparency)	ชี้วัดการรับรู้โดยตรงของลูกค้าต่อองค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็นองค์กรที่มีความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส กระบวนการเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมาชี้แจงได้เมื่อมีข้อสงสัยและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอันไม่ต้องห้ามตามกฎหมายได้อย่างเสรี โดยลูกค้าสามารถรู้ทุกขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมหรือกระบวนการต่างๆและสามารถตรวจสอบได้	Tr1	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าสร้างระบบการตรวจสอบภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	+1	0	0	0.3	ตัดออก
		Tr2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าสร้างระบบการบริหารงานที่ทุกฝ่ายสามารถตรวจสอบได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Tr3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าแสดงให้เห็นถึงการปลอดจากการทุจริตหรือผลประโยชน์ทับซ้อน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Tr4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานในองค์กร	0	0	0	0	ตัดออก
		Tr5	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าเปิดให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Tr6	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าแสดงให้เห็นถึงความจริงใจที่จะให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกด้าน	0	+1	-1	0	ตัดออก
		Tr7	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ามีการยกย่องเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ	0	+1	0	0.3	ตัดออก
		Tr8	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Tr9	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าเปิดเผยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างครบถ้วน ถูกต้อง ไม่บิดเบือน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Tr10	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าสร้างช่องทางในการเปิดเผยข้อมูลอย่างหลากหลายช่องทาง	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อความถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 คร		
ความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Efficiency & Effectiveness)	ซึ่งวัดการรับรู้โดยตรงของลูกค้า ต่อองค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็น องค์กรที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ กิจการ (Value Creation) ทั้งใน ระยะสั้นและระยะยาวโดยการ เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มมูลค่าใดๆ เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถใน การแข่งขัน	EE1	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า บริหารจัดการทรัพยากรให้ เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ ส่วนรวม	-1	+1	-1	-0.3	ตัดออก
		EE2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงาน โดยคำนึงถึง ประโยชน์ของประชาชน และสังคมเป็นสำคัญ	-1	+1	-1	-0.3	ตัดออก
		EE3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงาน โดยใส่ใจการ พัฒนาสังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับ ภารกิจหลัก	-1	+1	+1	0.3	ตัดออก
		EE4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงาน โดยสร้างความพึง พอใจในบริการให้แก่ลูกค้า สูงสุด	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		EE5	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า รักษาและพัฒนา ทรัพยากรธรรมชาติให้มี ความยั่งยืน	0	0	+1	0.3	ตัดออก
		EE6	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการผลิต และการให้บริการอยู่เสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		EE7	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการคิดค้นสร้างสรรค์สิ่ง ใหม่เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม อยู่เสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		EE8	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการณรงค์ให้บุคลากรใน องค์กรใช้ทรัพยากรอย่างรู้ คุณค่า	0	0	+1	0.3	ตัดออก
		EE9	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า แสดงให้เห็นถึงประหยัดและ การลดต้นทุนเพื่อให้ลูกค้า ได้รับประโยชน์สูงสุด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		EE10	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการลดต้นทุนหรือลดการ สูญเสียการดำเนินงานอยู่ เสมอ	0	+1	0	0.3	ตัดออก

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 ศร		
จรรยาบรรณ (Ethics)	ซึ่งวัดการรับรู้โดยตรงของลูกค้าต่อ องค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็นองค์กร ที่มีการส่งเสริมพัฒนาการกำกับ ดูแลกิจการ และจรรยาบรรณที่ดี ในการประกอบธุรกิจ	Eh1	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงานโดยปราศจากปัญหา เรื่องความประพฤติของบุคลากร	-1	+1	0	0	ตัดออก
		Eh2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงานโดยเห็นแก่ ประโยชน์สุขของประชาชน มากกว่าผลประโยชน์ของ องค์กร	-1	+1	0	0	ตัดออก
		Eh3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงานด้วยความ น่าเชื่อถือซื่อสัตย์สุจริต	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Eh4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า พิจารณาตัดสินเรื่องต่างๆ ด้วยความเป็นกลางเชื่อถือได้	0	+1	+1	0.3	ตัดออก
		Eh5	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ปฏิบัติงานด้วยความรู้ ความสามารถอย่างมืออาชีพ และเคร่งครัดต่อ จรรยาบรรณวิชาชีพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Eh6	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มีการส่งเสริมการพัฒนาด้าน คุณธรรมจริยธรรมแก่ ประชาชนทั่วไปอย่าง สม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Eh7	ผู้บริหารหรือบุคลากรของ รัฐวิสาหกิจปฏิบัติตนเป็น ตัวอย่างที่ดีในด้านการ ประพฤติปฏิบัติด้วย คุณธรรม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Eh8	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า จัดให้มีช่องทางมารับ เรื่องราวร้องเรียนที่สะดวก สำหรับประชาชน	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 คร		
การมีส่วนร่วม (Participation)	ชี้วัดการรับรู้โดยตรงของลูกค้ายคือ องค์กรรัฐวิสาหกิจว่าเป็นองค์กรที่ มีการส่งเสริมให้เกิดการกระจาย โอกาสให้แก่ประชาชน ลูกค้ายมี ส่วนร่วมในการดำเนินงาน การ จัดสรรทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่ง ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความ เป็นอยู่ของประชาชน หรือ กระบวนการองค์กรรัฐวิสาหกิจ และลูกค้ายมี โอกาสได้เข้าร่วมใน การรับรู้เรียนรู้ทำความเข้าใจร่วม แสดงทัศนระร่วมเสนอปัญหา/ ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิด แนวทางร่วมการแก้ไขปัญหา ในกระบวนการตัดสินใจและร่วม กระบวนการพัฒนาในฐานะลูกค้าย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	Pa1	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ายมี การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสีย ส่วนร่วมในการตัดสินใจ โครงการที่อาจส่งผลกระทบต่อ ประชาชน ชุมชน และสังคม	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		Pa2	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ายมี การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง ภายในองค์กรผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Pa3	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ายมี การสร้างบรรยากาศให้เกิด ความรู้สึกว่าประชาชนเป็น เจ้าของรัฐวิสาหกิจนั้น	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Pa4	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าย ให้ความสำคัญในการรับฟัง ความคิดเห็นหรือปรึกษา พิจารณาจากประชาชนหรือผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		Pa5	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ายมี การตอบสนองต่อความคิดเห็น ของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียอย่างจริงจัง	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		Pa6	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้ายให้ ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่าง เพียงพอต่อการตัดสินใจใน โครงการที่รัฐวิสาหกิจนั้น ต้องการรับฟังความคิดเห็น หรือปรึกษาพิจารณา	0	0	+1	0.3	ตัดออก
		Pa7	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าย มีการส่งเสริมศักยภาพของ ประชาชนและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียให้สามารถวิเคราะห์ ปัญหาและตัดสินใจในเรื่อง ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม	0	0	+1	0.3	ตัดออก
		Pa8	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าย ดูแลผลกระทบหรือสำรวจ ความต้องการของประชาชน อย่างสม่ำเสมอ	-1	+1	0	0	ตัดออก

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 คร		
		Pa9	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า สร้างระบบอำนวยความสะดวก ให้แก่ประชาชนหรือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการ ติดตามการดำเนินงานของ รัฐวิสาหกิจนั้นทุกขั้นตอน	0	+1	0	0.3	ดีออก
		Pa10	รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าให้ ความสำคัญกับการสำรวจความ คิดเห็นหรือการทำประชา พิจารณ์ก่อนการตัดสินใจ ดำเนินโครงการใดๆ	+1	0	0	0.3	ดีออก
ความไว้วางใจ ด้านศักยภาพ (Competence Trust)	ชี้วัดความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อ องค์กรรัฐวิสาหกิจในด้าน ศักยภาพหรือความสามารถของ องค์กรว่าสามารถปฏิบัติหรือ สามารถดำเนินงานตามภารกิจ เป้าหมายได้อย่างมีความ เชี่ยวชาญ มีความสามารถ มี ทักษะชำนาญ	CT1	ท่านจะเลือกใช้บริการจาก รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ทุกครั้งที่ท่านมีความต้องการ เพราะเชื่อมั่นในศักยภาพของ บุคลากร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		CT2	ท่านไม่ต้องร้องเรียนเกี่ยวกับ ความบกพร่องข้อของการ ให้บริการจากรัฐวิสาหกิจที่ท่าน เป็นลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		CT3	ท่านได้รับการบริการจาก รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า โดยเป็นไปตามขั้นตอนที่ สะดวก รวดเร็ว และได้ มาตรฐานอย่างมืออาชีพ	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		CT4	หากมีบริการใหม่ๆ ที่ท่านสนใจ เกิดขึ้น ท่านจะเลือกใช้บริการ จากรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า มาก่อนเพราะเชื่อมั่นใน มาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		CT5	ถ้ามีบุคคลอื่นแนะนำให้ท่าน หลีกเลี่ยงการใช้สินค้าและ บริการจากรัฐวิสาหกิจที่ท่าน เป็นลูกค้าอยู่ ท่านจะไม่คล้อย ตามโดยทันที	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		CT6	ท่านชักชวนให้ผู้อื่นใช้บริการ จากรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็น ลูกค้าทุกครั้งหากมีโอกาส	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 คร		
ความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร (Communication Trust)	ซึ่งวัดความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อ องค์กรรัฐวิสาหกิจในด้านการ สื่อสารว่าองค์กรมีการแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารกันและกันอย่าง คงที่และสม่ำเสมอโดยพฤติกรรม ที่สนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร ได้แก่ การ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกัน และกัน โดยการพูดในสิ่งที่ตรงกับ ความเป็นจริง มีการยอมรับความ ผิดพลาด มีการให้และรับข้อมูล ป้อนกลับ การรักษาความลับ มี การชี้แจงถึงความมีเจตนาที่ดี	MT1	ท่านให้ข้อมูลที่เป็นความจริง ทั้งหมดแก่รัฐวิสาหกิจที่ท่าน เป็นลูกค้าเมื่อเข้าใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		MT2	ท่านสามารถนำข้อมูลในด้าน ต่างๆ ที่ได้รับจากรัฐวิสาหกิจ ไปใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้อง ตรวจสอบความถูกต้องและ แม่นยำ	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		MT3	ท่านบอกเล่าเรื่องราวดีๆ เกี่ยวกับการใช้บริการจาก รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าให้ ผู้อื่นทราบอย่างสม่ำเสมอ	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		MT4	ท่านมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล กับรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็น ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		MT5	ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่ รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า จัดขึ้นเป็นประจำ	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
ความไว้วางใจ ด้านค้ำประกันสัญญา (Contractual Trust)	ซึ่งวัดความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อ องค์กรรัฐวิสาหกิจในด้านค้ำประกัน สัญญาว่าองค์กรได้กระทำในสิ่งที่ พูดเขียน/ประกาศไว้ว่าจะกระทำ ความพร้อมที่จะให้บริการการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความ ใส่ใจในการมีส่วนร่วม หรือง่าย ต่อการสื่อสารกลับ เมื่อมีการ สัญญาไว้ความไว้วางใจด้าน ค้ำประกันสัญญานี้เกี่ยวข้องกับ รักษาความชัดเจน ความตั้งมั่นใน ความซื่อสัตย์และการแสดง พฤติกรรมอย่างคงที่	TT1	ทุกครั้งที่ใช้บริการจาก รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า ท่านไม่จำเป็นต้องตรวจสอบ ความถูกต้องของใบเรียกเก็บ เงินค่าบริการหรือ ใบเสร็จรับเงิน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		TT2	ท่านไม่จำเป็นต้องตรวจสอบ สัญญาที่จะต้องทำกับ รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้า อย่างละเอียด	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		TT3	ท่านได้รับการบริการหลัง การขายจากรัฐวิสาหกิจที่ ท่านเป็นลูกค้าตามที่ได้ให้ สัญญาไว้	+1	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		TT4	ท่านเชื่อมั่นว่ารัฐวิสาหกิจที่ ท่านเป็นลูกค้าจะสามารถ เก็บความลับระหว่างกัน ในการให้บริการได้เป็นอย่างดี	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variable)	วัตถุประสงค์ของตัวแปร (Objective)	รหัส (Code)	ข้อความคำถาม (Questionnaires)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ผล
				1 ร	2 น	3 ศร		
ความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy)	ซึ่งวัดความตั้งใจที่ลูกค้ามีแนวโน้ม ที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือ บริการนั้นๆ เป็นตัวแรก ใน อนาคตที่จะต้องตัดสินใจซื้อ สินค้า	IB1	ภายใน 1 สัปดาห์ข้างหน้า ท่านวางแผนที่จะซื้อสินค้า/ บริการจากรัฐวิสาหกิจที่ท่าน เป็นลูกค้า	-1	+1	-1	-0.3	ตัดออก
		IB2	ภายใน 1 เดือนข้างหน้าท่าน วางแผนที่จะซื้อสินค้า/ บริการจากรัฐวิสาหกิจที่ท่าน เป็นลูกค้า	0	+1	+1	0.7	ใช้ได้
		IB3	ท่านจะซื้อสินค้าหรือบริการ รูปแบบใหม่ๆ จากรัฐวิสาหกิจ ที่ท่านเป็นลูกค้า	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้
		IB4	หากท่านต้องการใช้สินค้า/ บริการด้านพลังงานหรือ การเงินท่านจะเลือกใช้จาก รัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็นลูกค้าอยู่ แล้วเป็นลำดับแรก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
		IB5	หากท่านต้องการใช้สินค้า/ บริการหากท่านต้องการใช้ สินค้าบริการด้านพลังงานหรือ การเงินอีกครั้งท่านจะเลือกใช้ จากรัฐวิสาหกิจที่ท่านเป็น ลูกค้าอยู่แล้วเป็นลำดับแรก	+1	+1	0	0.7	ใช้ได้

**ภาคผนวก จ**

**ผลการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือจากการทดลองใช้**

**(Try out)**

ผลการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือจากการทดลองใช้

หัวข้อ	ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)
คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี	1-35	0.989
ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน	1-5	0.932
ความสำนึกในหน้าที่	6-11	0.944
การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม	12-15	0.922
ความโปร่งใส	16-21	0.942
ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	22-25	0.934
การมีจรรยาบรรณ	26-30	0.961
การมีส่วนร่วม	30-35	0.965
ความไว้วางใจ	36-50	0.928
ความไว้วางใจด้านศักยภาพ	36-41	0.910
ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร	42-46	0.871
ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา	47-50	0.717
ความตั้งใจซื้อ	51-54	0.877

**ภาคผนวก ฉ**  
**ตัวอย่างแบบสอบถาม**

## ตัวอย่างแบบสอบถาม

### แบบสอบถามการรับรู้คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Characteristics) และความไว้วางใจ (Trust) ของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการรับรู้คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย

กรุณาตอบคำถามทุกข้อ โดยพิจารณาตัวเลือกของแต่ละข้อเพียงตัวเลือกเดียว

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Characteristics)

ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจ (Trust)

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy)

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำการตอบแบบสอบถาม กรุณาทำเครื่องหมายกากบาท  ในข้อที่ท่านเลือก

##### 1. เพศ

ชาย  หญิง

##### 2. อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 22  23 – 29 ปี  30 – 39 ปี  
 40 – 49 ปี  50 – 59 ปี  60 ปี ขึ้นไป

##### 3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  มัธยมศึกษาตอนต้น/ ปวช.  มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวส./ อนุปริญญา  
 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  ปริญญาโทหรือเทียบเท่า  ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า

##### 4. อาชีพ

ข้าราชการ  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  พนักงานบริษัท  ธุรกิจส่วนตัว  ค้าขาย  
 รับจ้าง/ลูกจ้าง/อาชีพอิสระ  นิสิต/นักศึกษา  เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง  เกษียณ/ว่างงาน

##### 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 15,000 บาท  15,001 – 30,000 บาท  30,001 – 50,000 บาท  50,001 – 100,000 บาท  
 100,001 – 300,000 บาท  300,001 – 500,000 บาท  500,001 – 1,000,000 บาท  มากกว่า 1,000,000 บาท ขึ้นไป

##### 6. ภูมิภาคที่พักอาศัย

ภาคกลาง  ภาคเหนือ  ภาคใต้  
 ภาคตะวันออก  ภาคตะวันตก  ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

##### 7. ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของรัฐวิสาหกิจ

น้อยกว่า 1 ปี  1 – 2 ปี  3 – 5 ปี  6 – 10 ปี  11 – 15 ปี  มากกว่า 15 ปี

## ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Characteristics)

คำแนะนำการตอบแบบสอบถาม ข้างต่อไปนี้เป็นข้อความสำหรับวัดการรับรู้คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Characteristics) กรุณาทำเครื่องหมายกากบาท  หลังข้อความ เลือกตอบในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริง โดยให้เลข 1 หมายถึง การรับรู้การปฏิบัติ น้อยที่สุด และเลข 5 หมายถึงการรับรู้การปฏิบัติมากที่สุด โดยมีลำดับแสดงดังตารางต่อไปนี้

ระดับของการรับรู้การปฏิบัติ					
ปฏิบัติน้อยที่สุด	ปฏิบัติน้อย	ปฏิบัติปานกลาง	ปฏิบัติมาก	ปฏิบัติมากที่สุด	
1	2	3	4	5	
<b>ข้อคำถาม</b>					
<b>ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน (Accountability)</b>					
	1	2	3	4	5
1. บุคลากรของ รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อสาธารณะ					
2. รัฐวิสาหกิจ มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของบุคลากร					
3. รัฐวิสาหกิจ มีการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน					
4. รัฐวิสาหกิจ มีการกำหนดกฎระเบียบสำหรับบุคลากรอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร					
5. รัฐวิสาหกิจ มีระบบให้ลูกค้าประเมินความพึงพอใจในสินค้า/บริการและการปฏิบัติงานของพนักงาน					
<b>ความสำนึกในหน้าที่ (Responsibility)</b>					
	1	2	3	4	5
6. รัฐวิสาหกิจ แสดงความจริงใจในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคม					
7. รัฐวิสาหกิจ ให้บริการที่มีคุณภาพ					
8. รัฐวิสาหกิจ ให้บริการที่มี ปลอดภัย					
9. บุคลากรของ รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงานด้วยความเข้าใจด้านนโยบาย					
10. บุคลากรของ รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงานร่วมมือกันเป็นอย่างดี					
11. บุคลากรของ รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติหน้าที่ตามความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่					
<b>การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม (Equitable Treatment)</b>					
	1	2	3	4	5
12. รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงาน โดยคำนึงถึงสิทธิความเท่าเทียมกันของลูกค้า					
13. รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนด้วยมาตรฐานเดียวกัน					
14. รัฐวิสาหกิจ เผยแพร่ข้อมูลสิทธิต่างๆ ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันหลากหลายช่องทาง					
15. รัฐวิสาหกิจ ให้คำแนะนำช่วยเหลือลูกค้าทุกคนด้วยกิริยาจากที่สุภาพอ่อนโยน					

ระดับของการรับรู้การปฏิบัติ							
ปฏิบัติน้อยที่สุด	ปฏิบัติน้อย	ปฏิบัติปานกลาง	ปฏิบัติมาก	ปฏิบัติมากที่สุด			
1	2	3	4	5			
<b>ข้อความ</b>							
ความโปร่งใส (Transparency)			1	2	3	4	5
16. รัฐวิสาหกิจ สร้างระบบการบริหารงานที่ทุกฝ่ายสามารถตรวจสอบได้							
17. รัฐวิสาหกิจ แสดงให้เห็นถึงการปลอดจากการทุจริตหรือผลประโยชน์ทับซ้อน							
18. รัฐวิสาหกิจ เปิดให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้ขั้นตอนการปฏิบัติงาน							
19. รัฐวิสาหกิจ ส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต							
20. รัฐวิสาหกิจ เปิดเผยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างครบถ้วน ถูกต้อง ไม่บิดเบือน							
21. รัฐวิสาหกิจ สร้างช่องทางในการเปิดเผยข้อมูลอย่างหลากหลายช่องทาง							
ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency & Effectiveness)			1	2	3	4	5
22. รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงานโดยสร้างความพึงพอใจในบริการให้แก่ลูกค้าสูงสุด							
23. รัฐวิสาหกิจ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพการผลิตและการให้บริการอยู่เสมอ							
24. รัฐวิสาหกิจ มีการคิดค้นสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มอยู่เสมอ							
25. รัฐวิสาหกิจ แสดงให้เห็นถึงการประหยัดและพยายามลดต้นทุนเพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุด							
จรรยาบรรณ (Ethics)			1	2	3	4	5
26. รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงานด้วยความน่าเชื่อถือซื่อสัตย์สุจริต							
27. รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติงานด้วยความรู้ความสามารถอย่างมืออาชีพและเคร่งครัดต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ							
28. รัฐวิสาหกิจ มีการส่งเสริมการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมแก่ประชาชนทั่วไปอย่างสม่ำเสมอ							
29. ผู้บริหารหรือบุคลากรของ รัฐวิสาหกิจ ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีในด้านการประพฤติปฏิบัติด้วยคุณธรรม							
30. รัฐวิสาหกิจ จัดให้มีช่องทางการรับเรื่องราวร้องเรียนที่สะดวกสำหรับประชาชน							
การมีส่วนร่วม (Participation)			1	2	3	4	5
31. รัฐวิสาหกิจ มีการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการที่อาจส่งผลกระทบต่อ							
32. รัฐวิสาหกิจ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องภายในองค์กรผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ							

ระดับของการรับรู้การปฏิบัติ				
ปฏิบัติน้อยที่สุด	ปฏิบัติน้อย	ปฏิบัติปานกลาง	ปฏิบัติมาก	ปฏิบัติมากที่สุด
1	2	3	4	5
ข้อความ				
33. รัฐวิสาหกิจ มีการสร้างบรรยากาศให้เกิดความรู้สึกรู้สึกว่าประชาชนเป็นเจ้าของรัฐวิสาหกิจนั้น				
34. รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย				
35. รัฐวิสาหกิจ มีการตอบสนองต่อความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างจริงจัง				

### ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจ (Trust)

คำแนะนำการตอบแบบสอบถาม ข้อต่อไปนี้เป็นข้อความสำหรับวัดความไว้วางใจ (Trust) กรุณากรอกทำเครื่องหมายกากบาท  หลังข้อความ เลือกตอบในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริง โดยให้เลข 1 หมายถึง ระดับความถี่ในการแสดงพฤติกรรมคือไม่เคยปฏิบัติเลย และเลข 5 หมายถึง ระดับความถี่ในการแสดงพฤติกรรมคือปฏิบัติทุกครั้ง โดยมีลำดับแสดงดังตารางต่อไปนี้

ระดับของการปฏิบัติของลูกค้า					
ไม่เคยปฏิบัติเลย	ปฏิบัติน้อยครั้ง	ปฏิบัติบางครั้ง	ปฏิบัติบ่อยมาก	ปฏิบัติทุกครั้ง	
1	2	3	4	5	
ข้อความ					
ความไว้วางใจด้านศักยภาพ (Competence Trust)	1	2	3	4	5
36. ท่านจะเลือกใช้บริการจากรัฐวิสาหกิจ ทุกครั้ง เพราะเชื่อมั่นในศักยภาพของบุคลากรและผลิตภัณฑ์					
37. ท่านไม่เคยร้องเรียนเกี่ยวกับความบกพร่องข้องของการใช้สินค้าบริการจากรัฐวิสาหกิจ (ถ้าไม่เคยร้องเรียนตอบ 5)					
ความไว้วางใจด้านศักยภาพ (Competence Trust)	1	2	3	4	5
38. ท่านได้รับการบริการจากรัฐวิสาหกิจ อย่างสะดวก รวดเร็ว และได้มาตรฐานอย่างมืออาชีพ					

ระดับของการปฏิบัติของลูกค้า							
ไม่เคยปฏิบัติเลย	ปฏิบัติน้อยครั้ง	ปฏิบัติบางครั้ง	ปฏิบัติบ่อยมาก	ปฏิบัติทุกครั้ง			
1	2	3	4	5			
<b>ข้อความ</b>							
39. หากมีบริการใหม่ ๆ ที่ท่านสนใจเกิดขึ้น ท่านจะเลือกใช้บริการจากรัฐวิสาหกิจมาก่อนเพราะเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ							
40. ถ้ามีบุคคลอื่นแนะนำให้ท่านหลีกเลี่ยงการใช้สินค้าและบริการจากรัฐวิสาหกิจ ท่านจะไม่ค่อยตาม โดยทันที							
41. ท่านชักชวนให้ผู้อื่นใช้บริการจากรัฐวิสาหกิจ ทุกครั้งหากมีโอกาส							
ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร (Communication Trust)			1	2	3	4	5
42. ท่านให้ข้อมูลที่เป็นความจริงทั้งหมดแก่ รัฐวิสาหกิจ เมื่อเข้าใช้บริการ							
43. ท่านสามารถนำข้อมูลในด้านต่างๆ ที่ได้รับจากรัฐวิสาหกิจ ไปใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้องตรวจสอบมากนัก							
44. ท่านบอกเล่าเรื่องราวดีๆ เกี่ยวกับการใช้บริการจากรัฐวิสาหกิจ ให้ผู้อื่นทราบอย่างสม่ำเสมอ							
45. ท่านมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ รัฐวิสาหกิจ อย่างสม่ำเสมอ							
46. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่ รัฐวิสาหกิจ จัดขึ้นเป็นประจำ							
ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา (Contractual Trust)			1	2	3	4	5
47. ท่านไม่จำเป็นต้องตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียดของใบเรียกเก็บเงินค่าบริการหรือใบเสร็จรับเงินจากรัฐวิสาหกิจ ทุกครั้ง							
48. ท่านไม่จำเป็นต้องตรวจสอบสัญญาที่จะต้องทำกับ รัฐวิสาหกิจ อย่างละเอียดมากที่สุดทุกครั้ง							
49. ท่านได้รับการบริการหลังการขายจากรัฐวิสาหกิจ ตามที่ได้ให้สัญญาไว้							
50. ท่านเชื่อมั่นว่า รัฐวิสาหกิจ จะสามารถเก็บความลับระหว่างกันในการให้บริการได้เป็นอย่างดี							

#### ส่วนที่ 4 ความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy)

คำแนะนำการตอบแบบสอบถาม ข้อต่อไปนี้เป็นข้อความสำหรับวัดความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy) กรุณาทำเครื่องหมายกากบาท  หลังข้อความ เลือกตอบในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงโดยให้เลข 1 หมายถึง ระดับความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมคือจะไม่ซื้อเลยและเลข 5 หมายถึง ระดับความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมคือจะซื้ออย่างแน่นอน โดยมีลำดับแสดงดังตารางต่อไป

ระดับของการปฏิบัติของลูกค้า							
จะไม่ซื้อเลย	จะซื้อหลายๆ ครั้ง	จะซื้อเป็นปกติ	จะซื้อบ่อยครั้ง	จะซื้อทุกครั้ง			
1	2	3	4	5			
ข้อความ							
ความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy)			1	2	3	4	5
51. ภายใน 1 เดือนข้างหน้าท่านวางแผนที่จะซื้อสินค้า/บริการจากรัฐวิสาหกิจ							
52. ท่านจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการรูปแบบใหม่ๆ จาก รัฐวิสาหกิจ							
53. หากท่านต้องการใช้บริการด้านพลังงาน/การเงินท่านจะเลือกใช้จากรัฐวิสาหกิจเป็นลำดับแรก							
54. ในอนาคตท่านจะใช้สินค้า/บริการของ รัฐวิสาหกิจ อีกแน่นอน							

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ในความกรุณาของท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามนี้

โปรดตรวจสอบอีกครั้งว่าท่านได้ทำครบทุกข้อก่อนส่งคืน

ภาคผนวก ช

ตัวอย่างหนังสือขออนุญาตเข้าถึงข้อมูลตัวอย่าง

## ตัวอย่างหนังสือขออนุญาตเข้าถึงข้อมูลตัวอย่าง



ที่ มสบ.0402(1)/09150

18 มกราคม 2560

เรื่อง ขออนุญาตเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์  
เรียน ผู้จัดการธนาคารกรุงไทย สาขา  
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

ด้วย นายสุทธิดำรงดี แก้วขาว นักศึกษาระดับคุณวุฒิปบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จะทำการศึกษาค้นคว้าหาวิทยานิพนธ์เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "อิทธิพลของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย: ศึกษาเปรียบเทียบสาขาพลังงานและสาขาสถาบันการเงิน"

หลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิปบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเข้าถึงดำเนินการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการในสาขาของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้สำหรับจัดทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติลา พงศ์อิทธา)  
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิปบัณฑิต



หลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิปบัณฑิต  
โทร. 0-2954-7300 ต่อ 433

นางณิศาณีนันท์ แก้วขาว 062 -636-0888) rtdumrong@doeb.go.th/ beambond@hotmail.com

university@doeb.go.th 110/1-4 ถนนปทุมวัน แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน 10210  
(Dhurakul) Pundit University 110/1-4 Prachachon Road, Lat Phah, Bangkok 10210, Thailand  
Tel. (66) 2954-7300 www.dpu.ac.th

ภาคผนวก ข

ผลการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือตัวอย่าง

ผลการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือจากตัวอย่าง

หัวข้อ	ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)
<b>คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี</b>	1-35	0.978
ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน	1-5	0.883
ความสำนึกในหน้าที่	6-11	0.906
การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม	12-15	0.878
ความโปร่งใส	16-21	0.926
ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	22-25	0.885
การมีจรรยาบรรณ	26-30	0.909
การมีส่วนร่วม	30-35	0.937
<b>ความไว้วางใจ</b>	36-50	0.918
ความไว้วางใจด้านศักยภาพ	36-41	0.839
ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร	42-46	0.828
ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา	47-50	0.861
<b>ความตั้งใจซื้อ</b>	51-54	0.980