



**เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ**  
**(Customer Service Charter และ Service Standard)**  
**โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต**

โรงงานไฟเป็นรัฐวิสาหกิจที่ไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคล สังกัดกรมสรรพสามิต ดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าไฟ รวมทั้งรับจ้างพิมพ์งานพิมพ์ทุกชนิดในรูปแบบต่างๆ โดยมุ่งเน้นการให้บริการด้านงานพิมพ์ ปลอดภัย ปลอดภัยการปลอมแปลงภาครัฐ โดยการพัฒนาเทคโนโลยีความสามารถในการผลิตสิ่งพิมพ์ปลอดภัยการปลอมแปลง ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านเทคโนโลยี Digital Printing Solution และการสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งและความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ไฟ มุ่งทำการตลาดไฟทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำด้านสิ่งพิมพ์ปลอดภัยการปลอมแปลง และดิจิทัลปริ้นต์ติ้งโซลูชันภาครัฐ” โดยมีส่วนพัฒนาธุรกิจและการตลาดที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์องค์กร และผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งรายเก่า และรายใหม่ การรับฟังลูกค้าเพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร และผลิตภัณฑ์ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสำรวจตลาดไฟทั้งในประเทศ และตลาดไฟต่างประเทศ (คาสีโน)

ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ และสนับสนุนให้พนักงานของโรงงานไฟ มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กร ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ตั้งแต่ก่อนเป็นลูกค้าจนกระทั่งเกิดความผูกพัน จึงได้จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ดังนี้

## 1. คำนิยามสำคัญ

กฎบัตรบริการ (Service Charter) หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของหน่วยงานในการให้บริการ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) หมายถึง ชุดของนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้า ซึ่งมีองค์ประกอบได้แก่ พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) พฤติกรรมการให้บริการ (Service Recovery Plan) และกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลปฏิบัติการงานตามมาตรฐานบริการต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยกลไกในการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบและประเมินผลภายในหรือภายนอก

## 2. วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง และดิจิทัลปรินต์ติ้งโซลูชันภาครัฐ

## 3. พันธกิจ

3.1 พัฒนางองค์กรและปรับภาพลักษณ์เพื่อมุ่งสู่การให้บริการผลิตภัณฑ์แบบ Digital Printing Solution

3.2 ผลิตและจัดหาเครื่องหมายการจัดเก็บภาษีทุกประเภทเพื่อรองรับการจัดเก็บรายได้ของกรมสรรพสามิต

3.3 ผสมผสานเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และให้บริการงานพิมพ์ครบวงจรแก่หน่วยงานภาครัฐ

3.4 ดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟเพื่อมุ่งเน้นการรับรู้ส่วนแบ่งตลาดไฟภายในประเทศ

3.5 บริหารจัดการทุนมนุษย์และองค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี

## 4. วัตถุประสงค์

4.1 เพื่อแสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ของโรงงานไฟ ที่จะให้บริการอันเป็นเลิศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ เมื่อมีการติดต่อใช้บริการงานของโรงงานไฟ

4.2 เพื่อพัฒนาบริหารจัดการผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ การบริการที่น่าเชื่อถือ และมีคุณภาพด้วยความโปร่งใส ผลิตภัณฑ์และบริการมีมาตรฐาน สามารถให้คำตอบสำหรับข้อสอบถามหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า และดำเนินการอย่างทันท่วงที

## 5. เมื่อท่านมาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต มีความมุ่งมั่นอย่างยิ่งในการให้บริการ โดยถือหลักการให้บริการที่ดีต่อผู้มาใช้บริการทุกท่าน และปลูกฝังให้ทุกคนภายในองค์กรมีหัวใจแห่งการให้บริการ (Service Mind) เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ ประกอบด้วย

5.1 มาตรฐานในการให้บริการ

5.2 การให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิต ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่น และประทับใจ ที่ได้รับการต้อนรับอย่างมีอัธยาศัย

5.3 การให้บริการอย่างมืออาชีพ สะดวกรวดเร็วทันเวลา สามารถตอบข้อสงสัยได้รวดเร็ว

5.4 การให้บริการอย่างเป็นธรรม ไม่ดูถูก แบ่งแยกชนชั้น เชื้อชาติ สีผิว เพศ ฯลฯ

5.5 จัดบรรยากาศสถานที่ทำงาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

5.6 ใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารและให้บริการลูกค้า

## 6. มาตรฐานของความมุ่งมั่นในด้านต่างๆ ของโรงงานไฟ กทม สรรพสามิต

### 6.1 มาตรฐานการแต่งกายของพนักงานโรงงานไฟ กทม สรรพสามิต

#### ฝ่ายอำนวยการ

วัน	การแต่งกาย
จันทร์	แต่งกายด้วย ชุดเครื่องแบบ
อังคาร	แต่งกายด้วย เสื้อยูนิฟอร์มโรงงานไฟ
พุธ	แต่งกายด้วย เสื้อยูนิฟอร์มโรงงานไฟ
พฤหัสบดี	แต่งกายด้วย เสื้อโปโลโรงงานไฟ
ศุกร์	แต่งกายด้วย ชุดสุภาพ

#### ฝ่ายผลิตไฟ และฝ่ายโรงพิมพ์ (รวมถึงผู้รับจ้างเหมารายชิ้นงานของโรงงานไฟ กทม สรรพสามิต)

วัน	การแต่งกาย
จันทร์-ศุกร์	แต่งกายด้วย เสื้อซอป และเสื้อโปโลโรงงานไฟ

โดยพนักงานฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายผลิตไฟ และฝ่ายโรงพิมพ์ รวมทั้งผู้รับจ้างเหมารายชิ้นงานของโรงงานไฟ กทม สรรพสามิต ให้สวมรองเท้าหุ้มส้นหรือรัดส้น หรือผ้าใบสีสุภาพ (ห้ามสวมรองเท้าแตะ และห้ามสวมกางเกง/กระโปรงยีนส์)

### 6.2 มาตรฐานด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ

ใบหน้า	การจัดแต่งทรงผม
<ul style="list-style-type: none"> <li>- หมั่นดูแลใบหน้าให้ดูดี แต่งหน้าให้ดูเป็นธรรมชาติ และเข้ากับบุคลิกตนเอง (ผู้หญิง)</li> <li>- ดูแลไม่ให้มีหนวดเครา (ผู้ชาย)</li> <li>- นอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ ใบหน้าจะได้ดูสดชื่น แจ่มใส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรคำนึงถึงความเรียบร้อย ความสะอาด และเหมาะสมกับบุคลิกภาพ</li> <li>- ผมสั้น หากทรงผมสมควรจัดแต่งให้เข้ารูปดูดี (ผู้ชาย)</li> </ul>

### 6.3 มาตรฐานการรับโทรศัพท์

การรับโทรศัพท์ ต้องสร้างความประทับใจให้กับคู่สนทนาให้มากที่สุดเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการติดต่อกับโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต โดยเทคนิคการรับโทรศัพท์ให้ประทับใจ มีขั้นตอนง่ายๆ ดังนี้

➤ เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม ในการรับโทรศัพท์อาจจะต้องมีการตอบข้อซักถาม หรือฝากข้อความไว้เราต้องเตรียมอุปกรณ์และข้อมูลที่จำเป็นที่ต้องใช้ให้พร้อม อาทิ เช่น ปากกา กระดาษ หมายเลขติดต่อกลับ วัตถุประสงค์ในการติดต่อ เพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาดในการรับข้อมูล และต้องมั่นใจว่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารมีความพร้อมในการใช้งาน

➤ แจ้งชื่อองค์กรให้ทราบ ควรแจ้งให้ปลายสายทราบถึงชื่อองค์กร ตำแหน่งหน้าที่ และชื่อผู้รับสาย โดยที่ไม่ต้องเอ่ยถาม เพราะหากมีการโทรผิดเข้ามาจะรู้ได้ทันทีหรือเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการโทรศัพท์ เข้ามาติดต่อกัน และเป็นไปตามหลักการรับโทรศัพท์ที่ดี

➤ รู้จักควบคุมอารมณ์อารมณ์ที่ขุ่นเคืองเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้แต่หากเราสามารถที่จะควบคุมได้จะส่งผลดีต่อการรับโทรศัพท์ให้เกิดความประทับใจได้ไม่น้อย

➤ คุยด้วยน้ำเสียงนุ่มนวล ชวนฟัง นอกจากจะต้องรับโทรศัพท์ด้วยอารมณ์ ที่แจ่มใสแล้ว น้ำเสียงที่ใช้ในการสนทนา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในการคุยโทรศัพท์ ควรปรับโทนเสียงให้นุ่มนวล ไม่ซ้ำหรือเร็วจนเกินไป

➤ รับฟังด้วยความตั้งใจ ในการรับโทรศัพท์ ควรรับฟังด้วยความตั้งใจ ควรตอบรับด้วยคำว่า “ค่ะ/ครับ” กับคำพูด ของปลายสาย

➤ วางสายอย่างมีมารยาท เมื่อมีการสนทนาสิ้นสุดลงควรรอให้ปลายสายเป็นผู้วางสายจบการสนทนาก่อน และไม่ควรเปลืองวางโทรศัพท์แรง เพราะจะทำให้คู่สนทนาเกิดความรำคาญใจ

### 6.4 มาตรฐานด้านบริการลูกค้า

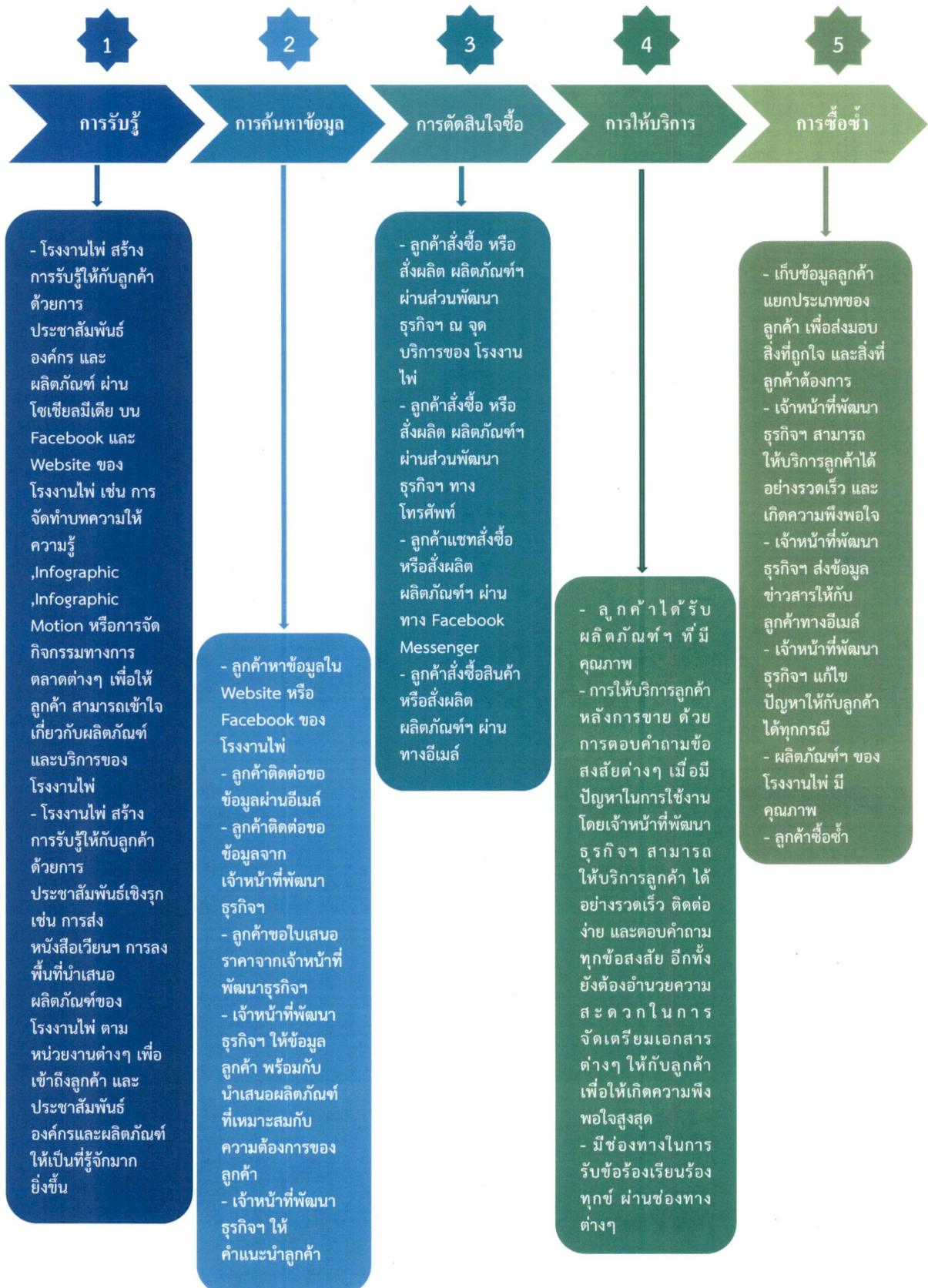
ในการกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการโรงงานไฟ คำนึงถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และจุดสัมผัสบริการ (Touch points) ของลูกค้า เพื่อให้โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต สามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดต่อบริการระหว่างลูกค้ากับโรงงานไฟ

Customer Journey หมายถึง การเดินทางของลูกค้า จะบอกเล่าถึงประสบการณ์ของลูกค้า ตั้งแต่การรับรู้ถึงตัวตนของแบรนด์ครั้งแรก สู่กระบวนการซื้อขาย การทดลองใช้งาน ไปจนกระทั่งเกิดความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว ทั้งหมดนี้คือเรื่องของปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ (ที่มา : <https://stepstraining.co/strategy/customer-journey-to-know>)

Customer Touchpoint หมายถึง จุดสัมผัสของลูกค้ากับแบรนด์ หรือการสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อต่างๆ ไปยังกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด ตัวอย่างเช่น ลูกค้าค้นหาสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ โฆษณา การเยี่ยมชมเว็บไซต์ การเห็นจากร้านค้า (Shop) หรือศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service) ซึ่งสามารถพูดได้ว่าจุดสัมผัสของลูกค้ากับแบรนด์ สามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ช่วงก่อน ระหว่าง และหลังการขายสินค้าและบริการ (ที่มา : <https://www.popticles.com/marketing/get-to-know-customer-touchpoints/>)

## Customer Journey ของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ ของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป 2) ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง และ 3) ผลิตภัณฑ์ไฟ



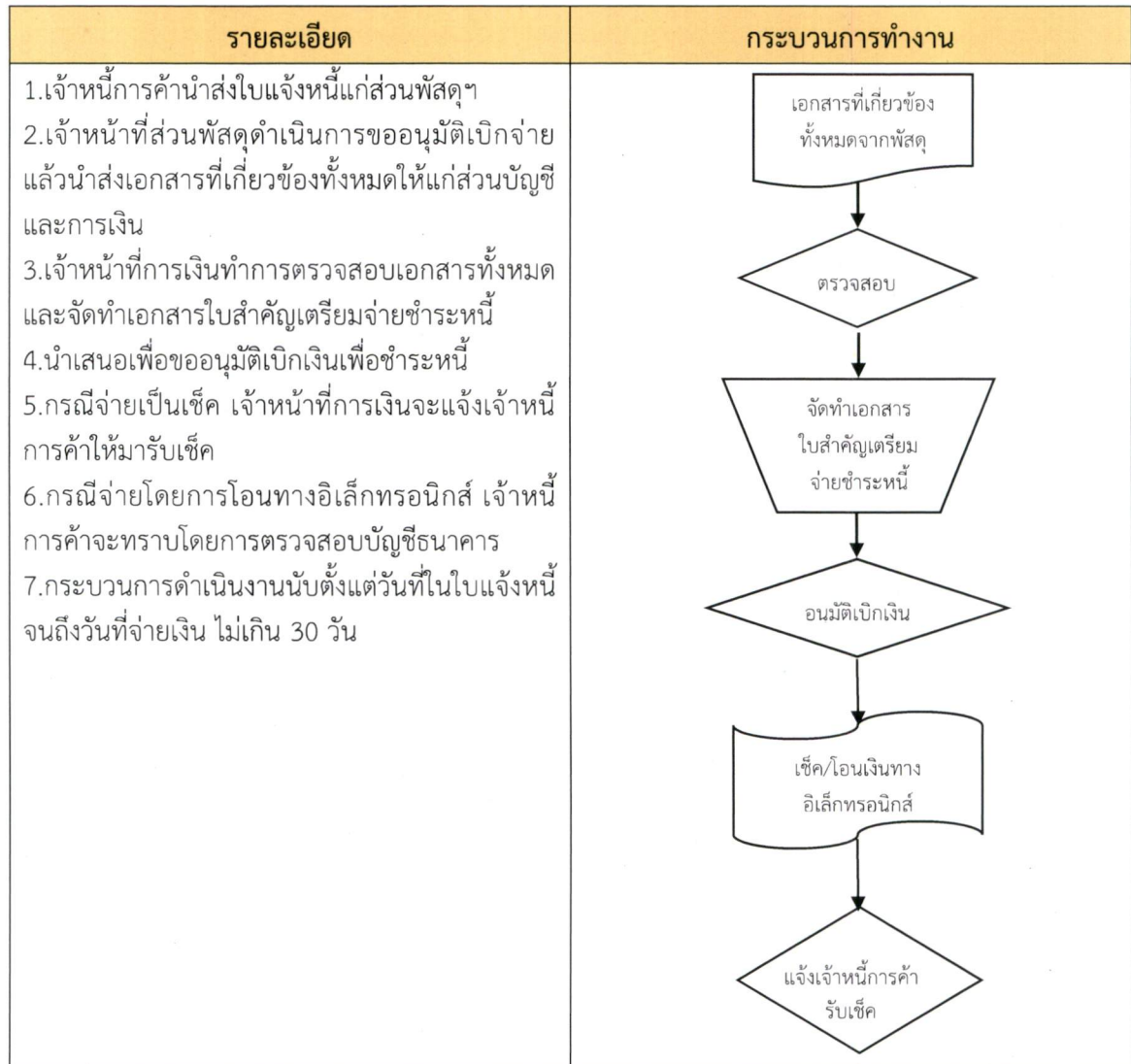
เส้นทางการเดินทางของลูกค้า จุดสัมผัสลูกค้าในการรับบริการ และแนวทางการประเมินผล

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch points)		แนวทางการ ประเมินผล
	Communication Touchpoints	Emotional Touchpoints	
<p><b>1.การสร้างการรับรู้ของลูกค้า (Awareness)</b> สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าด้วยการประชาสัมพันธ์องค์กร และผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านภารกิจ ภาพลักษณ์ ผลงาน และความเชี่ยวชาญของโรงงานไฟ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพจำ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่โรงงานไฟ จะส่งมอบให้กับลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website โรงงานไฟ <a href="http://www.playingcard.or.th">www.playingcard.or.th</a></li> <li>- Facebook โรงงานไฟ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แค็ตตาล็อก แผ่นพับ โปสเตอร์</li> <li>- การทำคอนเทนต์ผ่านโซเชียลมีเดีย</li> <li>- การบอกต่อ เช่น เพื่อน / ญาติ / คนในชุมชน</li> <li>- การมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามชุมชนต่างๆ</li> <li>- การประชาสัมพันธ์เชิงรุก</li> <li>- การเวียนหนังสือถึงหน่วยงานต่างๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสำรวจการรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ</li> <li>- การสำรวจรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ ผ่านแบบสำรวจออนไลน์</li> </ul>
<p><b>2.ลูกค้าค้นหาข้อมูลเชิงลึก (Consideration)</b> ลูกค้าเริ่มหาข้อมูล จากโซเชียลมีเดีย และจากพนักงานขาย เพื่อค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ฯ ที่ต้องการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website โรงงานไฟ <a href="http://www.playingcard.or.th">www.playingcard.or.th</a></li> <li>- Facebook โรงงานไฟ</li> <li>- Email โรงงานไฟ</li> <li>- เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจฯ</li> <li>- จุดให้บริการของโรงงานไฟ</li> <li>- ทางโทรศัพท์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แค็ตตาล็อก แผ่นพับ โปสเตอร์</li> <li>- การทำคอนเทนต์ผ่านโซเชียลมีเดีย</li> <li>- พันธมิตรกับโรงงานไฟ</li> <li>- หน่วยงานภาครัฐ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสำรวจการรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ</li> <li>- การสำรวจรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ ผ่านแบบสำรวจออนไลน์</li> </ul>
<p><b>3.การตัดสินใจซื้อ (Decision)</b> การตัดสินใจสั่งซื้อ หรือสั่งผลิตผลิตภัณฑ์ฯ ต่างๆ ของโรงงานไฟ มีดังนี้</p> <p>3.1 ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป จะพิจารณาจากความสามารถในการพิมพ์ คุณภาพ และราคา</p> <p>3.2 ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ลดการปลอมแปลง จะพิจารณาจากความสามารถในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ คุณภาพ และผลงานที่โรงงานไฟผลิตออกมา</p> <p>3.3 ผลิตภัณฑ์ไฟนอกสัมปทาน จะพิจารณาจากการนำเทคโนโลยี</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website โรงงานไฟ <a href="http://www.playingcard.or.th">www.playingcard.or.th</a></li> <li>- Facebook โรงงานไฟ</li> <li>- Email โรงงานไฟ</li> <li>- เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจฯ</li> <li>- จุดให้บริการของโรงงานไฟ</li> <li>- ทางโทรศัพท์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีส่วนร่วมของพนักงานขายในการให้ข้อมูล และการนำเสนอ</li> <li>- คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการผ่านแบบสำรวจออนไลน์</li> <li>- การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เคยใช้บริการหรือผู้เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ</li> </ul>

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch points)		แนวทางการ ประเมินผล
	Communication Touchpoints	Emotional Touchpoints	
ใหม่ๆ มาใช้ รวมถึงความสามารถ ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ			
<b>4.การให้บริการ (Service)</b> - การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้น จน จบกระบวนการ เพื่ออำนวยความสะดวก และให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และมีการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ ตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในอนาคต - โรงงานไฟจัดให้มีช่องทางที่ เหมาะสมสำหรับลูกค้าในการยื่น คำร้องเรียน ร้องทุกข์ พร้อมทั้ง หาทางแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	- Website โรงงานไฟ <a href="http://www.playingcard.or.th">www.playingcard.or.th</a> - Facebook โรงงานไฟ - Email โรงงานไฟ - เว็บไซต์ที่พัฒนาธุรกิจฯ - จุดให้บริการของโรงงานไฟ - ทางโทรศัพท์	- ความถูกต้องของเอกสารที่ได้รับ เช่น ใบเสนอราคา ใบวางบิล ใบเสร็จรับเงิน - ดูแลลูกค้าหลังการขาย เช่น โทรศัพท์สอบถามลูกค้าถึงการให้บริการ ปัญหาอุปสรรค - ส่งอีเมลขอบคุณลูกค้า - กล้องรับฟังข้อร้องเรียน และมีการแก้ไขปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ	- การรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) ผ่านการใช้บริการช่องทางต่างๆ ของโรงงานไฟ - การประเมินความพึงพอใจ - การรับฟังข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์และช่องทางต่างๆ รวมถึงการหาสาเหตุและการแก้ไขเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ
<b>5.ลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Advocacy) การซื้อซ้ำ</b> มีการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างละเอียด นอกจากข้อมูลสำหรับการติดต่อแล้ว ยังต้องมีข้อมูลที่จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้สามารถส่งมอบสิ่งที่ลูกค้าถูกใจ	- Website โรงงานไฟ <a href="http://www.playingcard.or.th">www.playingcard.or.th</a> - Facebook โรงงานไฟ - Email โรงงานไฟ - เว็บไซต์ที่พัฒนาธุรกิจฯ - จุดให้บริการของโรงงานไฟ - ทางโทรศัพท์	- ดูแลลูกค้าหลังการขาย เช่น โทรศัพท์สอบถามลูกค้าถึงการให้บริการ ปัญหาอุปสรรค - การบอกต่อ เช่น เพื่อน / ญาติ / คนในชุมชน - ส่งมอบของขวัญเนื่องในเทศกาลปีใหม่ เช่น ปฏิทินไดอารี่ (ที่มีรายละเอียดเกี่ยวผลิตภัณฑ์ ของรง.พ.เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า)	- การรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) ผ่านการใช้บริการช่องทางต่างๆ ของโรงงานไฟ - การประเมินความพึงพอใจ - การรับฟังข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์และช่องทางต่างๆ รวมถึงการหาสาเหตุและการแก้ไขเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ

## 6.5 มาตรฐานด้านบริการเจ้าหน้าที่การค้าที่ขายสินค้าให้แก่โรงงานไฟฟ้ กรมสรรพสามิต

โรงงานไฟฟ้ กรมสรรพสามิต คำนึงถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจุดสัมผัสบริการ เพื่อให้โรงงานไฟฟ้สามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดตามบริการระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับส่วนบัญชีและการเงิน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะเจ้าหน้าที่การค้าที่ขายสินค้าให้แก่โรงงานไฟฟ้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ หรือครุภัณฑ์ต่างๆ



### อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ

เจ้าหน้าที่การเงินระดับ 3 ขึ้นไป เป็นผู้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารทั้งหมดนำเสนอขออนุมัติตามขั้นตอนตามลำดับผ่านหัวหน้าส่วนบัญชีและการเงิน หัวหน้าฝ่ายอำนาจการ หัวหน้าเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน และผู้อำนวยการ

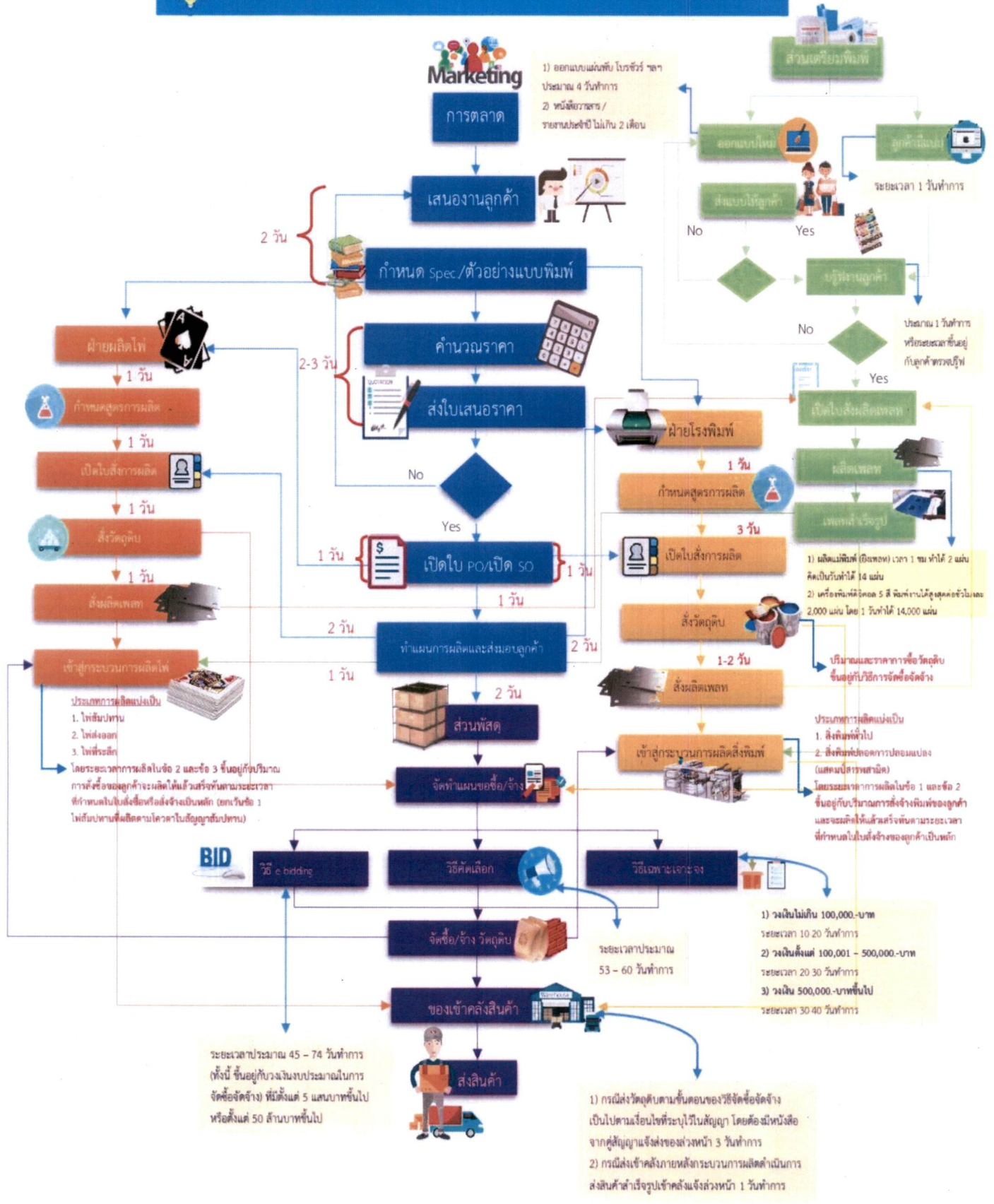
### การตรวจสอบ

ให้มีการกระหนดยอดเอกสารการอนุมัติกับสมุดเช็ค และบัญชีธนาคารของโรงงานไฟฟ้ กรมสรรพสามิต ทุกสิ้นวันทำการ



### 6.6 มาตรฐานด้านบริการส่วนพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายผลิตไฟฟ้า ฝ่ายโรงพิมพ์ ส่วนพัสดุและอาคารสถานที่

## Flow Chart ส่วนการตลาด ฝ่ายผลิตไฟฟ้า ฝ่ายโรงพิมพ์ ส่วนพัสดุ



## 6.7 มาตรฐานด้านการรับประกันสินค้าของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

### นโยบายการรับประกันสินค้า

สินค้าทุกประเภทที่โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ผลิตและจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้รับสินค้าและบริการที่ดีจากโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต จึงมีนโยบายการรับประกันสินค้า ดังนี้

#### 1. เงื่อนไขการรับประกันสินค้า

เงื่อนไขการรับประกันสินค้าของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต มีผลตั้งแต่ลูกค้ารับสินค้าออกจากโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1 กรณีสินค้าประเภทไฟทุกชนิด

- 1.1.1 ไฟมีการแยกจากกัน เนื่องจากไฟแต่ละใบที่พบในสำหรับหน้าหลังไม่ประกบกัน
- 1.1.2 หมึกพิมพ์เลอะเปื้อนหลัง
- 1.1.3 ไฟมีรอยพับเป็นลอนเนื่องจากกระดาษพอง
- 1.1.4 จำนวนไฟไม่ครบในสำหรับ ภายหลังจากลูกค้ารับสินค้าแล้วซึ่งเกิดจากไฟภายในสำหรับจำนวนไม่ครบ โดยปกติไฟต่อสำหรับมีจำนวนทั้งหมด 56 ใบ แบ่งเป็นไฟโพธิ์ดำ 13 ใบ โพธิ์แดง 13 ใบ ข้าวหลามตัด 13 ใบ ดอกจิก 13 ใบ โจ๊กเกอร์ 4 ใบ
- 1.1.5 หากลูกค้าพบปัญหาสินค้าประเภทไฟทุกชนิดก่อนนำไปใช้ ตามข้อ 1.1.1 ถึง ข้อ 1.1.4 โรงงานไฟฯ จะดำเนินการเคลมสินค้าให้กับลูกค้า

1.2 สินค้าประเภทไฟ โรงงานไฟฯ จะรับประกันสินค้าไฟโดยนับตั้งแต่วันที่ลูกค้ารับสินค้าไฟออกจากคลังพัสดุ และลูกค้าได้ชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ตามรายละเอียดจำนวนการสั่งซื้อไฟดังนี้

- 1.2.1 สั่งซื้อจำนวน 500 สำหรับ แต่ไม่เกิน 10,000 สำหรับ ระยะเวลาประกันสินค้า 30 วัน
- 1.2.2 สั่งซื้อจำนวน 10,000 สำหรับขึ้นไป แต่ไม่เกิน 50,000 สำหรับ ระยะเวลาประกันสินค้า 90 วัน
- 1.2.3 สั่งซื้อจำนวน 50,000 สำหรับขึ้นไป ระยะเวลาประกันสินค้า 180 วัน

##### 1.3 กรณีสินค้าประเภทสิ่งพิมพ์

- 1.3.1 ความผิดจากการผลิตของทางโรงพิมพ์ หากพบว่าสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์จากโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต เกิดการชำรุด โดยมีสาเหตุจาก อาทิ เช่น หน้าไม่ครบ, หน้าซ้ำ, ตัวเลขตีเบอร์ผิด, พิมพ์สลับกลับหัวกลับท้าย, ฉีกขาดไม่สมบูรณ์
- 1.3.2 ส่งไฟล์งานเข้าผลิตผิด หรือไม่ตรงตามแบบที่ส่งให้ลูกค้าคอนเฟิร์มจากบริษัทที่ลูกค้าตรวจครั้งสุดท้าย
- 1.3.3 เกิดจากงานที่พิมพ์แล้ว และไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถใช้งานได้ภายหลังจากการส่งมอบงานแล้ว

1.4 สินค้าประเภทสิ่งพิมพ์ กรณีไม่ตรงกับรายละเอียดที่ตกลงกันไว้ โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต รับประกันงานพิมพ์เป็นเวลา 15 วัน นับจากวันที่ส่งมอบงาน

### 2. การแจ้งเคลมสินค้า

ลูกค้าต้องแจ้งปัญหาการเคลม – ส่งคืนสินค้าทุกกรณีให้โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ภายใน 7 วันทำการ นับตั้งแต่วันที่พบสินค้าชำรุด โดยให้ลูกค้าส่งสินค้ากลับมาที่โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต หรือแล้วแต่ทั้งสองฝ่ายตกลงกัน

### 3. การจัดส่งสินค้าที่อยู่ในการรับประกัน

กรณีที่สินค้าทุกประเภทอยู่ในเงื่อนไขการรับประกันสินค้า และมีสินค้าที่ชำรุด หรือมีข้อบกพร่อง โรงงานไพ่ กรมสรรพสามิต จะดำเนินการตรวจสอบแล้วเคลมสินค้าให้ลูกค้าทันที หรือแล้วแต่ทั้งสองฝ่ายตกลงกัน ทั้งนี้ ส่วนช่องทางในการจัดส่งโรงงานไพ่ กรมสรรพสามิต กับลูกค้าจะประสานงานเป็นกรณีไป

### 7. ช่องทางการติดต่อกับโรงงานไพ่ กรมสรรพสามิต

ประเภทช่องทางการติดต่อ	รายละเอียด
Website โรงงานไพ่ กรมสรรพสามิต	www.playingcard.or.th
โทรศัพท์	02-2436493-4 ,02-2410777
โทรสาร	02-2436493-4 ,02-2410777 ต่อ 10 ,02-2431035
อีเมล	Card@playingcard.mail.go.th
Facebook	โรงงานไพ่ กรมสรรพสามิต (รับข่าวสารทางกล่องข้อความ Inbox)
ส่งจดหมาย	1488 อาคารโรงงานไพ่ กรมสรรพสามิต ถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
ติดต่อโดยตรง	การติดต่อ/ขอพบด้วยตนเอง
ติดต่อส่วนงาน	
➤ ส่วนพัฒนาธุรกิจและการตลาด	02-2436493-4 ต่อ 50
➤ ส่วนบัญชีและการเงิน	02-2436493-4 ต่อ 53
➤ ส่วนพัสดุและอาคารสถานที่	02-2436493-4 ต่อ 19



(นายกนิษฐ์ ศิริวัฒน์)

รองผู้อำนวยการ

รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการโรงงานไพ่

วันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2565



(นายอัครุทธิ์ สนธยานนท์)

ประธานคณะกรรมการ

พัฒนาธุรกิจและการตลาด

วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2565