



ประกาศโรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต
เรื่อง นโยบายด้านลูกค้าและตลาดของโรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต

โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อลูกค้า การดูแลและคำนึงถึงลูกค้า ทุกกลุ่มทั้งที่มีผลกระทบและได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการและผลการดำเนินงาน ที่เกี่ยวเนื่องของโรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต มาโดยตลอด นอกจากนี้ โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต ยังยึดมั่น ในอุดมการณ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และถ้อยมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งการเป็นพลเมือง ที่ดี มีหลักบรรษัทภิบาลที่เป็นแนวทางในการบริหารองค์กร รวมทั้งให้ความสำคัญกับการตลาดที่เป็นอยู่ใน ปัจจุบันและแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ธุรกิจเกิดการพัฒนา และมีการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และด้วยสถานะทางสังคม สิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป กลุ่มลูกค้าและตลาดมีความซับซ้อนมากขึ้น และมีความคาดหวังสูงขึ้นในการที่จะได้รับการปฏิบัติอย่าง เป็นธรรมและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจและการดำเนินการในเรื่องที่มีผลกระทบ การปฏิบัติต่อลูกค้าและตลาดจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากขึ้น

โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต จึงได้กำหนด “นโยบายด้านลูกค้าและตลาด” เพื่อให้มีแนวทาง ที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ โดยการเพิ่มมูลค่าให้ผู้ถือหุ้นในระยะยาวพร้อมไปกับการคำนึงถึงผลประโยชน์ ร่วมกับลูกค้า ของโรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต โดยสาระสำคัญของการกำหนดนโยบายด้านลูกค้าและตลาด เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ดังต่อไปนี้

๑) นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต อย่างเอาใจใส่ รับฟังความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ รวมทั้งการวิเคราะห์ความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจดังกล่าว เพื่อสร้างความเข้าใจกับ ลูกค้า ส่งเสริมความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์ในเรื่องที่ลูกค้าให้ความสนใจ เพื่อให้ โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

๒) ให้เชื่อมโยงนโยบายรัฐ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG กับยุทธศาสตร์ โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต และยุทธศาสตร์ ด้านลูกค้าและตลาดเพื่อนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๓) ให้ปฏิบัติต่อลูกค้าภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต ตลอดจนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และตลาดหลักทรัพย์ ที่เป็นแนวทางของประเทศ เพื่อการสร้างมูลค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ภายใต้ระบบบริหารจัดการที่มี ประสิทธิภาพ โปร่งใส เป็นธรรม

๔) แนวทางดำเนินการด้านลูกค้าและตลาด โดยการกำหนด จำแนก กำหนดวัตถุประสงค์การ จำแนก แนวทางการจำแนก และประเมินประสิทธิผลของการจำแนก ทั้งด้านลูกค้าและตลาด เพื่อเป็น คลังข้อมูลความรู้ด้านลูกค้าและตลาดและพัฒนาไปสู่การมีคลังข้อมูลความรู้ด้านลูกค้าและตลาดในระบบ ดิจิทัลต่อไป

/๕) ให้มี...

๕) ให้มีการจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้า และคู่แข่ง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ลูกค้าตามระบบที่จำแนก และจัดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนตามความเกี่ยวข้องของแต่ละธุรกิจ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน โดยตระหนักว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มมีมุมมองและความคาดหวังที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรกำหนดกลยุทธ์ และจัดลำดับขั้นตอนในการดำเนินการสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม

๖) ให้มีการวิเคราะห์เกี่ยวกับตลาด ทั้งในด้านการแบ่งส่วนตลาด ขนาดของตลาด การเติบโตของตลาด ส่วนแบ่งตลาด แนวโน้มตลาด

๗) ให้มีการติดตามประเมินผล การดำเนินงานด้านการขาย ด้านการบริการลูกค้า ด้านสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์การพัฒนาประสิทธิภาพและปรับปรุงกระบวนการในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดใหม่ รวมทั้งการออกแบบหรือปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า และให้มีระบบการจัดการความรู้ในด้านลูกค้าและตลาด เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมในด้านลูกค้าและตลาด เป็นการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของ โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิตได้อย่างยั่งยืน

๘) นโยบายการรับฟังลูกค้า โดยการกำหนดช่องทางการรับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากลูกค้า กำหนดแนวทางปฏิบัติในการรับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากลูกค้า กำหนดแนวทางการรวบรวมข้อมูลสิ่งที่เป็นพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการได้รับหรือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเพิ่มเติมเมื่อได้รับบริการ แนวทางการสนับสนุนลูกค้าในการทำธุรกรรม รวมทั้งกำหนดให้มีแนวทางการกำกับติดตามประเมินประสิทธิผลของงานด้านการรับฟังลูกค้า

๙) ให้มีการจัดลำดับความสำคัญประเด็นที่ลูกค้าต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า และมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดระบบการจัดการความรู้ด้านการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล รวมทั้งมีการรายงานเสียงของลูกค้ารายไตรมาส

๑๐) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ควรมีการวิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ปัจจัยความคาดหวังหรือความต้องการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ โรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต รวมทั้งกำหนดให้มีแนวทางการกำกับติดตามกระบวนการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และประสิทธิผลของแนวทางการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และให้มีระบบการจัดการความรู้ด้านดังกล่าวในระบบดิจิทัล

๑๑) นโยบายการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยให้มีการวิเคราะห์เทียบเคียงผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรกับคู่แข่ง การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ การระบุคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องพัฒนาเพื่อตอบสนองลูกค้า เพื่อให้เกิดระบบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในเชิงนวัตกรรม รวมทั้งให้มีการประเมินความสำเร็จและประสิทธิผลในการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ และจัดทำเป็นระบบการจัดการความรู้ด้านการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการในระบบดิจิทัล

๑๒) จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ต้องมีกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน เพื่อให้สามารถปรับแผนหรือแก้ไขกระบวนการทำงานได้ทันเวลา สถานการณ์ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย ช่องทางการสนับสนุนและแนวปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า การวิเคราะห์

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการของลูกค้า การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ การกำหนดความต้องการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า การกำหนดจุดสัมผัสบริการ (Touch points) กฎบัตรบริการที่ได้รับ ความเห็นชอบจากคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ หลักเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการ การถ่ายทอดตัวชี้วัดและ เป้าหมายมาตรฐานด้านบริการสู่ผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า รวมทั้งมีการประเมินประสิทธิผลของการสนับสนุนลูกค้า และจัดให้มีระบบการจัดการความรู้ด้านการ สนับสนุนลูกค้าในระบบดิจิทัล

๑๓) ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าต้องเป็นไปอย่างมีระบบ ซึ่งประกอบด้วย การกำหนด วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อ จัดการความสัมพันธ์ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมทั้งมีแนวทางและ กลไกการกำกับติดตามการปฏิบัติงานตามแผนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาปรับใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

๑๔) จัดทำแผนงานหรือโครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่มีระบบฐานข้อมูลเชื่อมโยง เกี่ยวกับลูกค้า ข้อมูลจำนวนลูกค้าใหม่ ข้อมูลการซื้อต่อยอด ข้อมูลการซื้อต่อเนื่อง ข้อมูลข้อร้องเรียนของกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย ข้อมูลการสูญเสียลูกค้า มีการประเมินประสิทธิผลของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และ ให้มีการจัดการความรู้ด้านการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าอย่างเป็นระบบในระบบดิจิทัล

๑๕) นโยบายการรับข้อร้องเรียน กำหนดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียน วิถีปฏิบัติในการรับ ข้อร้องเรียน มาตรฐานการรับข้อร้องเรียนและการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ร้องเรียน มาตรฐานการตอบรับ และตอบกลับข้อร้องเรียน มาตรฐานการแก้ไขข้อร้องเรียน โดยมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ และมีช่องทางการเผยแพร่นโยบายและระเบียบปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน และในการวิเคราะห์ ข้อร้องเรียนต้องมีระบบบูรณาการข้อร้องเรียนเชื่อมโยงทุกจุดบริการ และมีการประเมินประสิทธิผลของการ จัดการข้อร้องเรียน และการจัดการความรู้ด้านการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบในระบบดิจิทัล

๑๖) ให้มีการสื่อสารและสร้างความเข้าใจอย่างสม่ำเสมอกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ที่ถูกต้อง อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าโดยกำหนด วิธีการ รูปแบบ และ ลำดับขั้นตอนให้เหมาะสมกับลูกค้า สถานการณ์ ระยะเวลา

๑๗) การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่คลุมเครือ โปร่งใส และทั่วถึง เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการ ได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ และทันเหตุการณ์ เช่นเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในเวลาที่เหมาะสม เปิดเผยวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของข้อมูล และต้องมั่นใจได้ว่ามีกระบวนการที่โปร่งใสในการรายงานข้อมูล ให้แก่ลูกค้า

๑๘) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อลูกค้า โดยให้ผู้ใช้สินค้าและบริการได้รับประโยชน์และความ พึงพอใจอย่างสูงสุด ทั้งด้านคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนมุ่งพัฒนาและรักษาสัมพันธ์ภาพที่ยั่งยืน

๑๙) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อคู่ค้า โดยการปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันทางการค้าที่สุจริต โดยยึดถือการปฏิบัติตามสัญญา จรรยาบรรณ ของ โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต และคำมั่นที่ให้ไว้กับคู่ค้า อย่างเคร่งครัด

๒๐) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อคู่แข่ง โดยมีนโยบายในการปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างยุติธรรมตาม กรอบการแข่งขันทางการค้าที่สุจริต โดยยึดมั่นการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบของกฎหมาย

/และ...

และจรรยาบรรณของ โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต คำนึงถึงจริยธรรมในการประกอบการค้าและกฎหมาย
แข่งขันทางการค้า

๒๑) ให้รายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายด้านลูกค้าและตลาดต่อผู้บริหาร อย่างสม่ำเสมอ

๒๒) ให้ทบทวนนโยบายอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

ให้ถือปฏิบัติตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๖

พันโท


(นราวิทย์ เปาอินทร์)
ผู้อำนวยการโรงงานไฟ