



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

โรงงานไฟเป็นรัฐวิสาหกิจที่ไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคล สังกัดกรมสรรพสามิต ดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าไฟ รวมทั้งรับจ้างพิมพ์งานพิมพ์ทุกชนิดในรูปแบบต่างๆ โดยมุ่งเน้นการให้บริการด้านงานพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงภาครัฐ โดยการพัฒนาเทคโนโลยีความสามารถในการผลิตสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านเทคโนโลยี Digital Printing Solution และการสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งและความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ไฟ มุ่งทำการตลาดไฟทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำด้านสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง และดิจิทัลปริ้นต์ตั้งโซลูชันภาครัฐ” โดยมีส่วนพัฒนาธุรกิจและการตลาดที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร 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) และกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานให้มีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยกลไกในการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบและประเมินผลภายใน/หรือภายนอก

2. วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง และดิจิทัลปริ้นต์ดิจิทัลโซลูชันภาครัฐ

3. พันธกิจ

3.1 พัฒนานวัตกรรมและปรับภาพลักษณ์เพื่อยกระดับการให้บริการผลิตภัณฑ์แบบ Digital Printing Solution

3.2 ผลิตและจัดหาเครื่องหมายการจัดเก็บภาษีทุกประเภทเพื่อรองรับการจัดเก็บรายได้ของกรมสรรพสามิต

3.3 ผสมผสานเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และให้บริการงานพิมพ์ครบวงจรแก่หน่วยงานภาครัฐ

3.4 ดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟเพื่อยกระดับการรับรู้ส่วนแบ่งตลาดไฟภายในประเทศ

3.5 บริหารจัดการทุนมนุษย์และองค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี

4. วัตถุประสงค์

4.1 เพื่อแสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ของโรงงานไฟ ที่จะให้บริการอันเป็นเลิศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ เมื่อมีการติดต่อใช้บริการต่างๆ ของโรงงานไฟ

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 กรมสรรพสามิต

6.1 มาตรฐานการแต่งกายของพนักงานโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

ฝ่ายอำนวยการ

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

ฝ่ายผลิตไฟ และฝ่ายโรงพิมพ์ (รวมถึงผู้รับจ้างเหมารายชิ้นงานของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต)

วัน	การแต่งกาย
จันทร์-ศุกร์	แต่งกายด้วย เสื้อซ้อป และเสื้อโปโลโรงงานไฟ

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

6.2 มาตรฐานด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ

ใบหน้า	การจัดแต่งทรงผม
- หมั่นดูแลใบหน้าให้ดูดี แต่งหน้าให้ดูเป็นธรรมชาติ และเข้ากับบุคลิกลักษณะ (ผู้หญิง) - ดูแลไม่ให้มีหนวดเครา (ผู้ชาย) - นอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ ใบหน้าจะได้ดูสดชื่น แจ่มใส	- ควรคำนึงถึงความเรียบร้อย ความสะอาด และเหมาะสมกับบุคลิกภาพ - ผมสั้น หากทรงผมต้องการจัดแต่งให้เข้ารูปดูดี (ผู้ชาย)

6.3 มาตรฐานการรับโทรศัพท์

การรับโทรศัพท์ ต้องสร้างความประทับใจให้กับคู่สนทนาให้มากที่สุดเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการติดต่อกับโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต โดยเทคนิคการรับโทรศัพท์ให้ประทับใจ มีขั้นตอนง่ายๆ ดังนี้

- เมื่อเสียงโทรศัพท์ดังควรรับสายภายใน 1-2 ครั้ง
- เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม ในการรับโทรศัพท์อาจจะต้องมีการตอบข้อซักถาม หรือฝากข้อความไว้เราต้องเตรียมอุปกรณ์และข้อมูลที่จำเป็นที่ต้องใช้ให้พร้อม อาทิ เช่น ปากกา กระดาษ หมายเลข

ติดต่อกลับ วัตถุประสงค์ในการติดต่อ เพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาดในการรับข้อมูล และต้องมั่นใจว่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารมีความพร้อมในการทำงาน

- แจ้งชื่อองค์กรให้ทราบ ควรแจ้งให้ปลายสายทราบถึงชื่อองค์กร ตำแหน่งหน้าที่ และชื่อผู้รับสาย โดยที่ไม่ต้องเอ่ยถาม เพราะหากมีการโทรผิดเข้ามาจะรู้ได้ทันทีหรือเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการโทรศัพท์ เข้ามาติดต่อกัน และเป็นไปตามหลักการรับโทรศัพท์ที่ดี
- เมื่อต้องโอนสาย และไม่มีผู้รับทราบ ควรบอกให้ผู้โทรมาทราบ และถามผู้โทรมาว่าต้องการฝากข้อความหรือไม่ ไม่ควรปล่อยให้ผู้โทรมารอนาน
- หากผู้โทรเข้ามาต้องการฝากข้อความ ควรจดบันทึกชื่อ วันเวลาที่โทรเข้ามา หัวข้อที่ต้องการสนทนา หากผู้โทรเข้ามาต้องการให้โทรกลับ ควรจดหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ที่โทรเข้ามาไว้ด้วย
- รู้จักควบคุมอารมณ์อารมณ์ที่ขุ่นเคืองเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้แต่หากเราสามารถที่จะควบคุมได้จะส่งผลดีต่อการรับโทรศัพท์ให้เกิดความประทับใจได้ไม่น้อย
- ด้วยน้ำเสียงนุ่มนวล ชวนฟัง นอกจากจะต้องรับโทรศัพท์ด้วยอารมณ์ ที่แจ่มใสแล้ว น้ำเสียงที่ใช้ในการสนทนา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในการคุยโทรศัพท์ ควรปรับโทนเสียงให้นุ่มนวล ไม่ซ้ำหรือเร็วจนเกินไป
- รับฟังด้วยความตั้งใจ ในการรับโทรศัพท์ ควรรับฟังด้วยความตั้งใจ ควรตอบรับด้วยคำว่า “ค่ะ/ครับ” กับคำพูด ของปลายสาย
- ก่อนวางสาย ต้องมั่นใจว่าผู้รับได้ตอบคำถามของผู้ที่โทรเข้ามาครบถ้วนแล้ว
- ควรจบบทสนทนาให้น่าประทับใจเช่นกัน เช่น ยินดีรับใช้ครับ/ค่ะ
- วางสายอย่างมีมารยาท เมื่อมีการสนทนาสิ้นสุดลงควรรอให้ผู้โทรเข้ามาเป็นผู้วางสายจบการสนทนาก่อน และไม่ควรเปลืองวางโทรศัพท์แรง เพราะจะทำให้ผู้โทรเข้ามาเกิดความรู้สึกไม่ดี

6.4 มาตรฐานด้านบริการลูกค้า

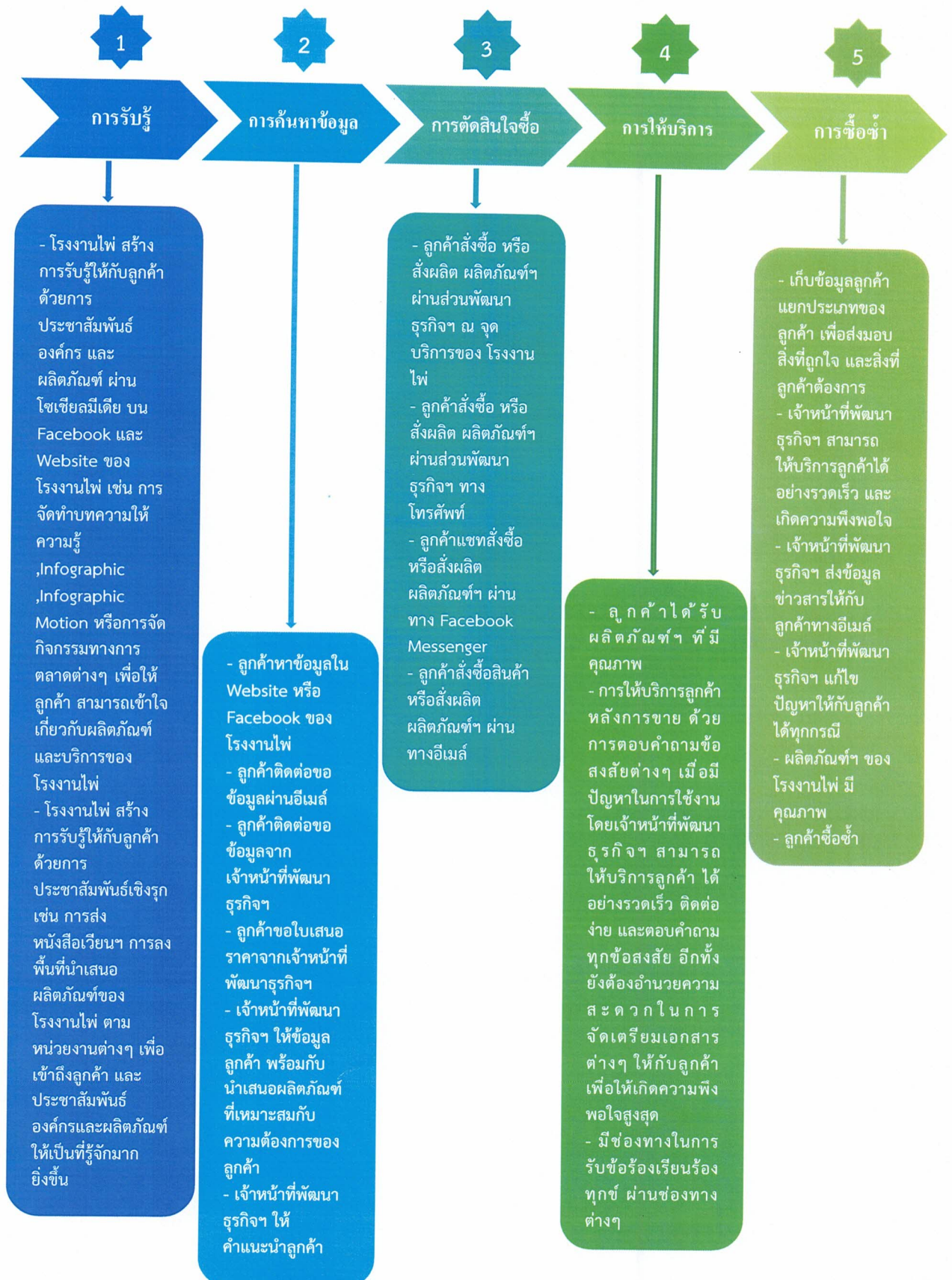
ในการกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการโรงงานไฟ่ คำนี้ถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และจุดสัมผัสบริการ (Touch points) ของลูกค้า เพื่อให้โรงงานไฟ่ กรมสรรพสามิต สามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดต่อรับบริการระหว่างลูกค้ากับโรงงานไฟ่

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 และหลังการซื้อขายสินค้าและบริการ (ที่มา : <https://www.popticles.com/marketing/get-to-know-customer-touchpoints/>)

Customer Journey ของโรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ ของโรงงานไฟฟ้า กรมสรรพสามิต แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป 2) ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง และ 3) ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า



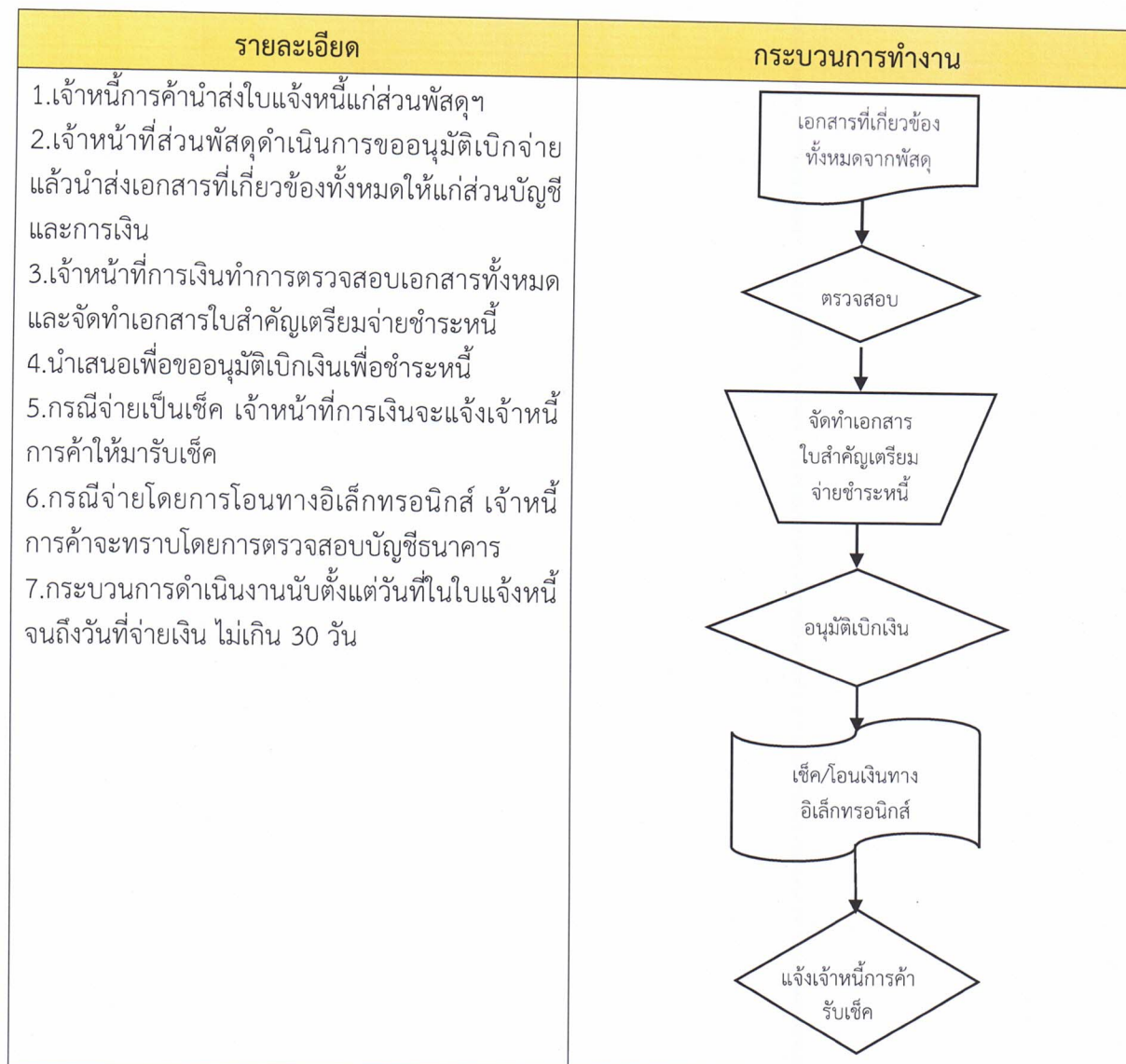
เส้นทางการเดินทางของลูกค้า จุดสัมผัสลูกค้าในการรับบริการ และแนวทางการประเมินผล

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch points)		แนวทางการ ประเมินผล
	Communication Touchpoints	Emotional Touchpoints	
1.การสร้างการรับรู้ของลูกค้า (Awareness) สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าด้วยการประชาสัมพันธ์องค์กร และผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านภารกิจ ภาพลักษณ์ ผลงาน และความเชี่ยวชาญของโรงงานไฟ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพจำ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่โรงงานไฟ จะส่งมอบให้กับลูกค้า	- Website โรงงานไฟ www.playingcard.or.th - Facebook โรงงานไฟ	- สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แคตตาล็อก แผ่นพับ โปสเตอร์ - การทำคอนเทนต์ผ่านโซเชียลมีเดีย - การบอกต่อ เช่น เพื่อน / ญาติ / คนในชุมชน - การมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามชุมชนต่างๆ - การประชาสัมพันธ์เชิงรุก - การเวียนหนังสือถึงหน่วยงานต่างๆ	- การสำรวจการรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ - การสำรวจรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ ผ่านแบบสำรวจออนไลน์
2.ลูกค้าค้นหาข้อมูลเชิงลึก (Consideration) ลูกค้าเริ่มหาข้อมูล จากโซเชียลมีเดีย และจากพนักงานขาย เพื่อค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ฯ ที่ต้องการ	- Website โรงงานไฟ www.playingcard.or.th - Facebook โรงงานไฟ - Email โรงงานไฟ - เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจฯ - จุดให้บริการของโรงงานไฟ - ทางโทรศัพท์	- สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แคตตาล็อก แผ่นพับ โปสเตอร์ - การทำคอนเทนต์ผ่านโซเชียลมีเดีย - พันธมิตรกับโรงงานไฟ - หน่วยงานภาครัฐ	- การสำรวจการรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ - การสำรวจรับรู้ช่องทางสื่อสารของโรงงานไฟ ผ่านแบบสำรวจออนไลน์
3.การตัดสินใจซื้อ (Decision) การตัดสินใจสั่งซื้อ หรือสั่งผลิตผลิตภัณฑ์ฯ ต่างๆ ของโรงงานไฟมีดังนี้ 3.1 ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ทั่วไป จะพิจารณาจากความสามารถในการพิมพ์ คุณภาพ และราคา 3.2 ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ตลอดการปลอมแปลง จะพิจารณาจากความสามารถในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ คุณภาพ และผลงานที่โรงงานไฟผลิตออกมา 3.3 ผลิตภัณฑ์ไฟนอกสัมปทาน จะพิจารณาจากการนำเทคโนโลยี	- Website โรงงานไฟ www.playingcard.or.th - Facebook โรงงานไฟ - Email โรงงานไฟ - เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจฯ - จุดให้บริการของโรงงานไฟ - ทางโทรศัพท์	- การมีส่วนร่วมของพนักงานขายในการให้ข้อมูล และการนำเสนอ - คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ	- การสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการผ่านแบบสำรวจออนไลน์ - การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เคยใช้บริการหรือผู้เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch points)		แนวทางการ ประเมินผล
	Communication Touchpoints	Emotional Touchpoints	
ใหม่ๆ มาใช้ รวมถึงความสามารถ ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ			
4.การให้บริการ (Service) - การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้น จน จบกระบวนการ เพื่ออำนวยความสะดวก และให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจในการใช้บริการ และมีการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ ตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใน อนาคต - โรงงานไฟจัดให้มีช่องทางที่ เหมาะสมสำหรับลูกค้าในการยื่น คำร้องเรียน ร้องทุกข์ พร้อมทั้ง หาทางแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	- Website โรงงานไฟ www.playingcard.or.th - Facebook โรงงานไฟ - Email โรงงานไฟ - เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจฯ - จุดให้บริการของโรงงาน ไฟ - ทางโทรศัพท์	- ความถูกต้องของเอกสารที่ ได้รับ เช่น ใบเสนอราคา ใบ วางบิล ใบเสร็จรับเงิน - ดูแลลูกค้าหลังการขาย เช่น โทรศัพท์สอบถามลูกค้า ถึงการใช้บริการ ปัญหา อุปสรรค - ส่งอีเมลขอบคุณลูกค้า - กล้องรับฟังข้อร้องเรียน และมีการแก้ไขปรับปรุง อย่างสม่ำเสมอ	- การรับฟังเสียงของ ลูกค้า (Voice of Customer) ผ่านการ ใช้บริการช่องทาง ต่างๆ ของโรงงานไฟ - การประเมินความ พึงพอใจ - การรับฟังข้อ ร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ และช่องทางต่างๆ รวมถึงการหาสาเหตุ และการแก้ไขเพื่อ ป้องกันการเกิดซ้ำ
5.ลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Advocacy) การซื้อซ้ำ มีการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่าง ละเอียด นอกจากข้อมูลสำหรับ การติดต่อแล้ว ยังต้องมีข้อมูล ที่จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของ ลูกค้า เพื่อให้สามารถส่งมอบสิ่งที่ ลูกค้าพอใจ	- Website โรงงานไฟ www.playingcard.or.th - Facebook โรงงานไฟ - Email โรงงานไฟ - เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจฯ - จุดให้บริการของโรงงาน ไฟ - ทางโทรศัพท์	- ดูแลลูกค้าหลังการขาย เช่น โทรศัพท์สอบถามลูกค้า ถึงการใช้บริการ ปัญหา อุปสรรค - การบอกต่อ เช่น เพื่อน / ญาติ /คนในชุมชน - ส่งมอบของขวัญเนื่องใน เทศกาลปีใหม่ เช่น ปฏิทิน ไดอารี่ (ที่มีรายละเอียดเกี่ยว ผลิตภัณฑ์ ของรง.พ.เพื่อ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า)	- การรับฟังเสียงของ ลูกค้า (Voice of Customer) ผ่านการ ใช้บริการช่องทาง ต่างๆ ของโรงงานไฟ - การประเมินความ พึงพอใจ - การรับฟังข้อ ร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ และช่องทางต่างๆ รวมถึงการหาสาเหตุ และการแก้ไขเพื่อ ป้องกันการเกิดซ้ำ

6.5 มาตรฐานด้านบริการเจ้าหน้าที่การค้าที่ขายสินค้าให้แก่โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต คำนึงถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจุดสัมผัสบริการ เพื่อให้โรงงานไฟสามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดตามบริการระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับส่วนบัญชีและการเงิน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะเจ้าหน้าที่การค้าที่ขายสินค้าให้แก่โรงงานไฟ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ หรือ ครุภัณฑ์ต่างๆ



อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ

เจ้าหน้าที่การเงินระดับ 3 ขึ้นไป เป็นผู้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารทั้งหมดนำเสนอขออนุมัติตามขั้นตอนตามลำดับผ่านหัวหน้าส่วนบัญชีและการเงิน หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ หัวหน้าเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน และผู้อำนวยการ

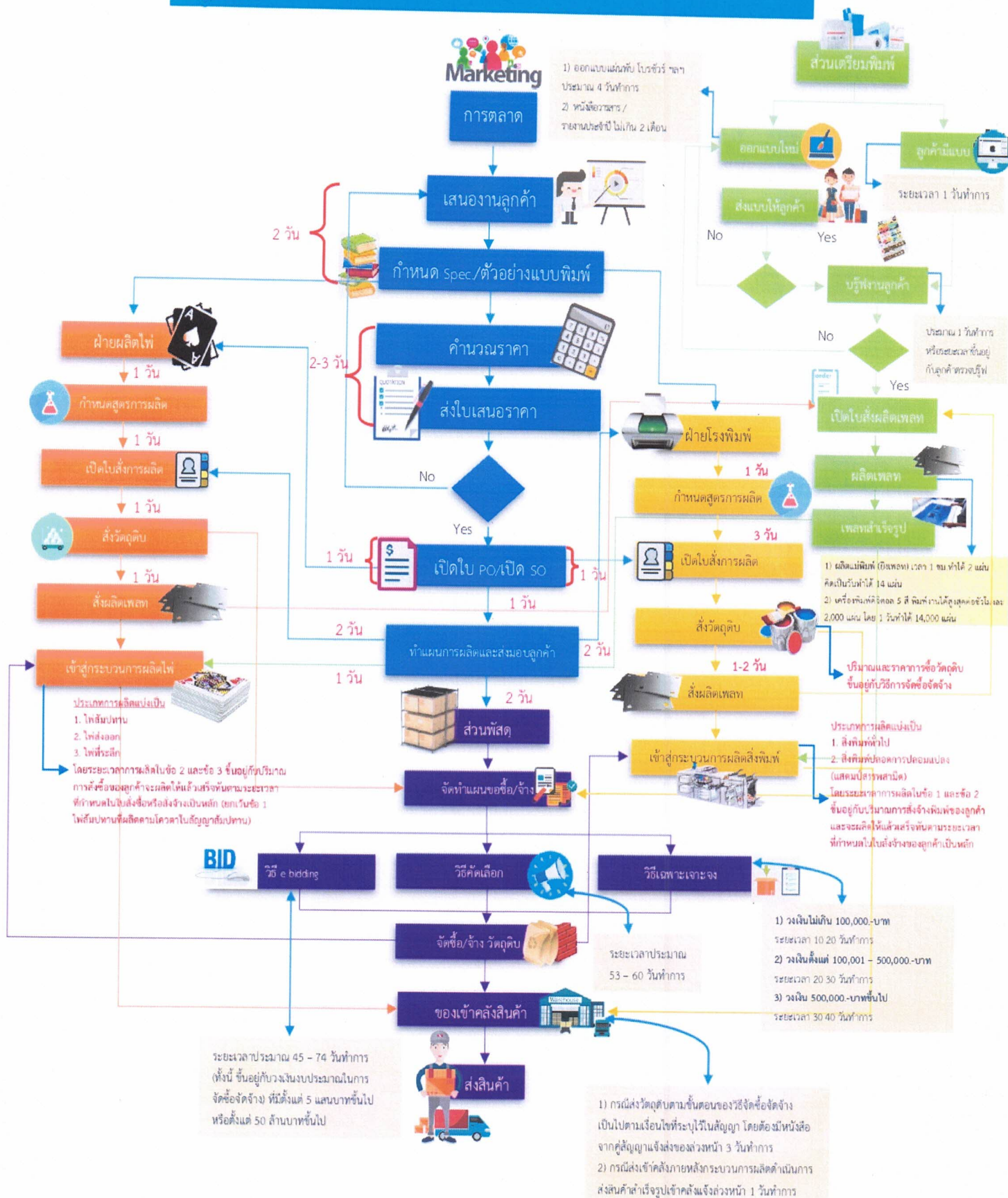
การตรวจสอบ

ให้มีการกระหนดยอดเอกสารการอนุมัติกับสมุดเช็ค และบัญชีธนาคารของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ทุกสิ้นวันทำการ

6.6 มาตรฐานด้านบริการส่วนพัฒนาธุรกิจฯ 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 แบ่งเป็นไฟโพธิดำ 13 ใบ โพธิด่าง 13 ใบ ขาวหลามตัด 13 ใบ ดอกจิก 13 ใบ ไจ้เกอร์ 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, ตัวเลขตีเบอร์ด, 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 โดยให้ลูกค้าส่งสินค้ากลับไปที่โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต หรือแล้วแต่ทั้งสองฝ่ายตกลงกัน

3) การจัดส่งสินค้าที่อยู่ในการรับประกัน

กรณีที่สินค้าทุกประเภทอยู่ในเงื่อนไขการรับประกันสินค้า และมีสินค้าที่ชำรุด หรือมีข้อบกพร่อง โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต จะดำเนินการตรวจสอบแล้วเคลมสินค้าให้ลูกค้าทันที หรือแล้วแต่ทั้งสองฝ่ายตกลงกัน ทั้งนี้ ส่วนช่องทางในการจัดส่งโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต กับลูกค้าจะประสานงานเป็นกรณีไป

4) การตรวจสอบไฟที่ผลิตจากโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

- 4.1 ไฟป๊อ จะมีการประทับตราคุณภาพทุกใบบนหน้าไฟ
- 4.2 ไฟป๊อ ขอบไฟจะมีความเรียบเสมอกัน
- 4.3 ไฟป๊อ และไฟไทย จะต้องติดแสตมป์ทุกสำหรับ (เครื่องหมายแสดงการเสียหาย)
- 4.4 ไฟป๊อ ด้านใต้ของสวมไฟจะต้องมีข้อความผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย และบาร์โค้ดสินค้า
- 4.5 ไฟไทย ข้างห่อไฟจะต้องมีข้อความผู้ผลิต และบาร์โค้ดสินค้า

7. จริยธรรมและจรรยาบรรณในการให้บริการลูกค้า

โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ยังตระหนักถึงการสร้างความสำคัญของการสร้างจิตสำนึก ในการให้บริการลูกค้าที่ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องถือปฏิบัติ โดยกำหนดเป็นประมวลความประพฤติที่ เกี่ยวข้องกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนี้

7.1 ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพียงพอแก่ลูกค้า เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยไม่มีการกล่าวเกินความเป็นจริงที่เป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณ หรือเงื่อนไขใดๆ ของสินค้าและบริการนั้นๆ รวมถึงไม่บ่ายเบี่ยงหรือปิดกั้นการระบือความรับผิดชอบ

7.2 จัดเก็บข้อมูลและรักษาความลับของลูกค้าอย่างเป็นระบบ และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

7.3 ให้บริการที่เป็นมิตรสุภาพด้วยความเต็มใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการอยู่เสมอ

7.4 ส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีความพร้อมในการให้บริการเชิงรุก เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้

7.5 สร้างสรรค์นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในหลากหลายมิติ

7.6 พัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้ใช้ทรัพยากรน้อยลง ประหยัดพลังงานสามารถหมุนเวียนใช้ซ้ำได้ และมีอายุการใช้งานที่ยืนยาว

7.7 จัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบในการให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา วิธีแก้ปัญหา และรับข้อร้องเรียน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุดในสินค้าและบริการ

8. ช่องทางการติดต่อกับโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

ประเภทช่องทางการติดต่อ	รายละเอียด
Website โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต	www.playingcard.or.th
โทรศัพท์ ,โทรสาร	02-2436493-4 ,02-2410777 ต่อ 10 ,02-2431035
อีเมลล์	saraban@playingcard.mail.go.th

ประเภทช่องทางการติดต่อ	รายละเอียด
Facebook	โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต (รับข่าวสารทางกล่องข้อความ Inbox)
ส่งจดหมาย	1488 อาคารโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
ติดต่อโดยตรง	การติดต่อ/ขอพบด้วยตนเอง
ติดต่อส่วนงาน	
➤ ส่วนพัฒนารัฐกิจและการตลาด	02-2436493-4 ต่อ 50
➤ ส่วนบัญชีและการเงิน	02-2436493-4 ต่อ 53
➤ ส่วนพัสดุและอาคารสถานที่	02-2436493-4 ต่อ 19



(นายอัครุทธิ์ สนธยานนท์)

ประธานคณะกรรมการพัฒนารัฐกิจและการตลาด

วันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2566