



การทบทวนคู่มือการปฏิบัติงาน
(Work Manual)

กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า

กองลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

จัดทำโดย กองลูกค้าสัมพันธ์

มีนาคม ๒๕๖๖

คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า

๑. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า ให้มีมาตรฐานและถือปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน

๒. ขอบเขต

ขอบเขตของกระบวนการในคู่มือครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการรวบรวมและบันทึกเสียงของลูกค้า (VOC) การวิเคราะห์เสียงของลูกค้า ถึงขั้นตอนการถ่ายทอดผลการวิเคราะห์เสียงของลูกค้าให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓. คำจำกัดความ

๓.๑ กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน หมายถึง ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในนิคม แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าตามระยะเวลาดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม และกลุ่มลูกค้าตามสัญชาติของผู้ประกอบการ

๓.๑.๑) กลุ่มลูกค้าตามระยะเวลาดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม แบ่งเป็น ๓ กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ ๑ : กลุ่มระยะเริ่มต้น : ดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรมไม่เกิน ๓ ปี

กลุ่มที่ ๒ : กลุ่มระยะเติบโต : ดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม ๓-๑๐ ปี

กลุ่มที่ ๓ : กลุ่มระยะมั่นคง : ดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม ๑๐ ปี ขึ้นไป

๓.๑.๒) กลุ่มลูกค้าตามสัญชาติผู้ประกอบการ แบ่งเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ ๑ : กลุ่มลูกค้าสัญชาติตะวันออก (East) : ประกอบด้วย ไทย จีน อินเดีย ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และ สิงคโปร์ เป็นต้น

กลุ่มที่ ๒ : กลุ่มลูกค้าสัญชาติตะวันตก (West) : ประกอบด้วย อเมริกา แคนาดา ฝรั่งเศส อิตาลี ยูเครน อังกฤษ เยอรมัน ออสเตรเลีย และแถบประเทศตะวันออกกลาง (Middle East) เป็นต้น

๓.๒ กลุ่มลูกค้าในอดีต หมายถึง ผู้ประกอบการที่เคยดำเนินกิจการในนิคมอุตสาหกรรม

๓.๓ กลุ่มลูกค้าอนาคต หมายถึง ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยดำเนินกิจการในนิคมอุตสาหกรรม แบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ แบ่งเป็น ๒ กลุ่มได้แก่

๑) กลุ่มที่ ๑ : กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ (S-Curve) และกลุ่มอุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve)

๒) กลุ่มที่ ๒ : กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก/โลหะ/การขึ้นรูปโลหะ อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง หรือ อุตสาหกรรมที่ไม่ได้จัดอยู่ในอุตสาหกรรม กลุ่มที่ ๑

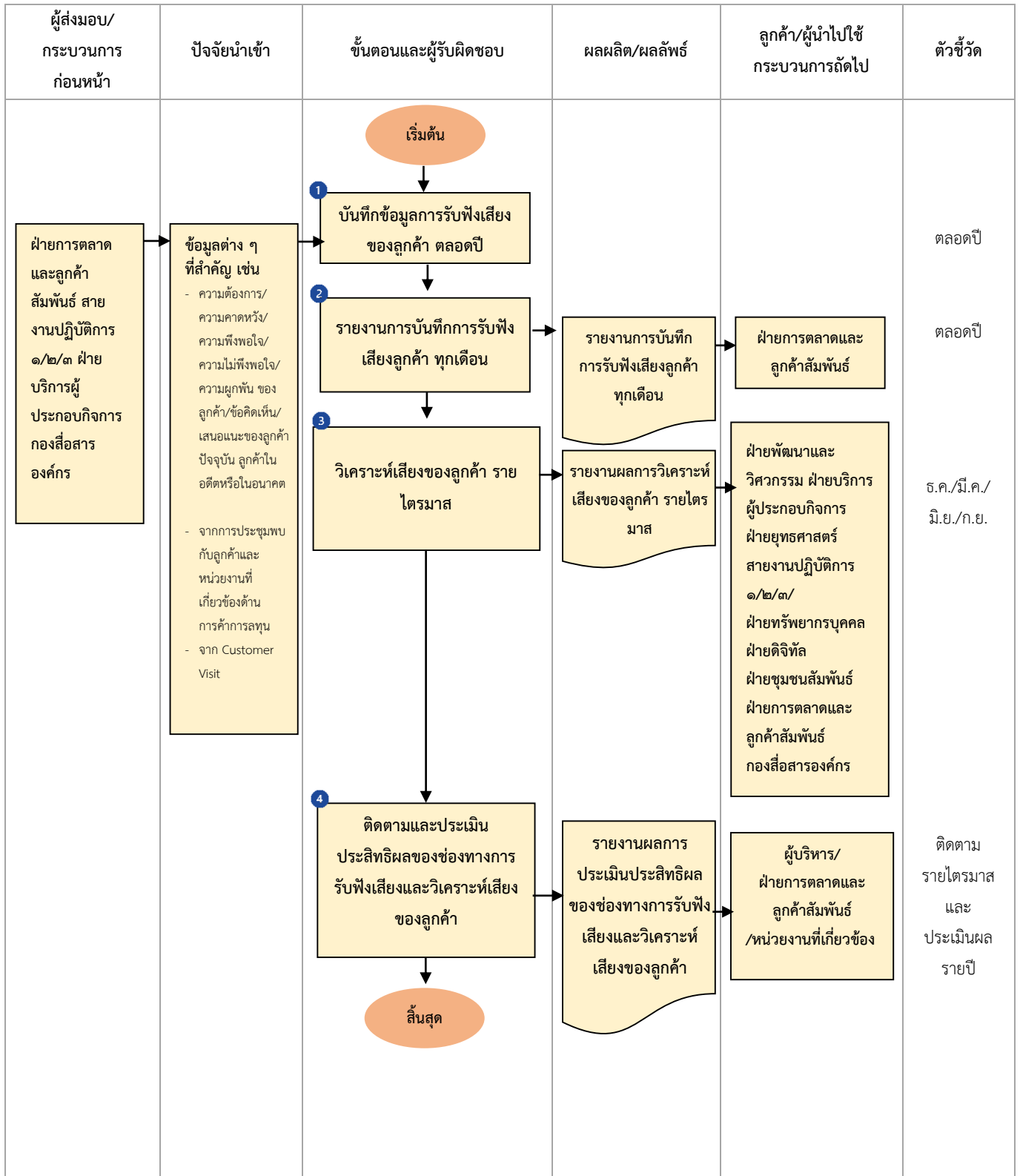
๓.๔ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่รวบรวมเสียงของลูกค้า หมายถึง หน่วยงานต่าง ๆ ที่รวบรวมเสียงของลูกค้า เช่น ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ (ฝตล.), สายงานปฏิบัติการ ๑ (ฝปก.๑), สายงานปฏิบัติการ ๒ (ฝปก.๒), สายงานปฏิบัติการ ๓ (ฝปก.๓), ฝ่ายบริการผู้ประกอบการ (ฝบก.), กองสื่อสารองค์กร (กสอ.) เป็นต้น

๓.๕ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำรายงานผลการวิเคราะห์ไปใช้ หมายถึง ฝ่ายพัฒนาและวิศวกรรม, ฝ่ายบริการผู้ประกอบการ, ฝ่ายยุทธศาสตร์, สายงานปฏิบัติการ ๑, สายงานปฏิบัติการ ๒, สายงานปฏิบัติการ ๓, ฝ่ายทรัพยากรบุคคล, ฝ่ายดิจิทัล, ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์, ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ และกองสื่อสารองค์กร เป็นต้น

๔. หน้าที่ความรับผิดชอบ

ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ สายงานปฏิบัติการ๑ สายงานปฏิบัติการ๒ สายงานปฏิบัติการ ๓ ฝ่ายบริการผู้ประกอบการ กองสื่อสารองค์กร มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการรวบรวมเสียงของลูกค้า

๕. แผนผังกระบวนการทำงานในปัจจุบัน (As-is Process)



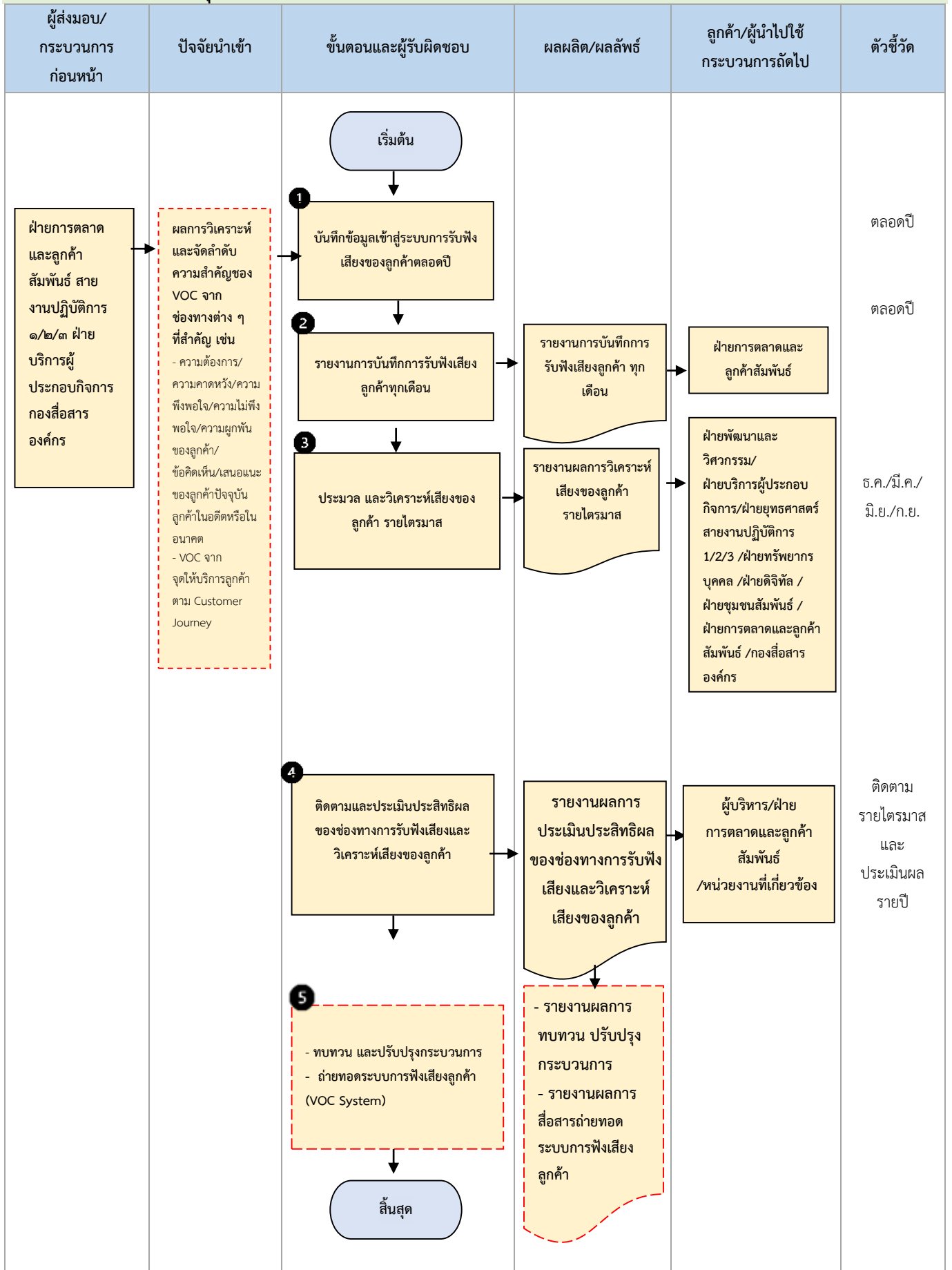
๖. สาเหตุในการปรับปรุงกระบวนการทำงานในปัจจุบัน (As-Is Process)

- ไม่มีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ใช้กระบวนการเดิมในปัจจุบัน (As-Is Process) เนื่องจากกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และการติดตามรายงานผลการดำเนินงาน (เดิม) ยังใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด/ ด้อยกว่าคู่แข่ง
- ตัววัดไม่เหมาะสม และ/ หรือไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านลูกค้า ตลาดและ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ
- เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ ลดข้อร้องเรียนของลูกค้า
- เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน โดยการเพิ่มขึ้นตอน/กระบวนการทำงาน เช่น เพิ่มการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับด้านลูกค้า และตลาดที่เป็นปัจจัยนำเข้า สำหรับการวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญ หรือเพิ่มหน่วยงานรับผิดชอบภายในองค์กร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม เช่น สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ/ การค้า/ การลงทุนในประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก/กฎหมาย กฎระเบียบ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป
- เพื่อนำกระบวนการไปปฏิบัติได้อย่างทั่วถึงยิ่งขึ้น และสม่ำเสมอตามรอบเวลาการดำเนินการที่ระบุ

๗. ข้อเสนอแนะการปรับปรุงกระบวนการ

สาเหตุ	แนวทาง	ระยะเวลาดำเนินการ	สิ่งที่คาดว่าจะได้รับจากการปรับปรุง
ในปีงบประมาณ 2565 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด ในการเข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย กอนอ. จึงปรับปรุงแนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้า และขั้นตอน และผู้รับผิดชอบในกระบวนการทำงาน	<p>๑. กำหนดแนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมการแข่งขันเชิงธุรกิจมากขึ้น โดยมีการแก้ไขปรับปรุงคำจำกัดความของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม</p> <p>๒. เพิ่มเติมขั้นตอน/กระบวนการทำงาน เพื่อให้มีประสิทธิภาพต่อการวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญ สำหรับการปรับปรุงกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า</p>	ไตรมาส ๓-๔	<p>คำจำกัดความ</p> <p>๑. ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้า</p> <p>๑.๑ กลุ่มลูกค้าปัจจุบันปรับการจำแนกกลุ่มลูกค้า เป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> -จำแนกกลุ่มลูกค้าตามระยะเวลาดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม -จำแนกกลุ่มลูกค้าตามสัญชาติของผู้ประกอบการ (โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าสัญชาติตะวันออก และตะวันตก) <p>๑.๒ กลุ่มลูกค้าอนาคต (ส่วนตลาดเป้าหมาย) แบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมเป็น ๒ กลุ่ม คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ และอนาคต (S - Curve และ New S - Curve) - กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก โลหะ/สิ่งทอ/อาหารสำเร็จรูป <p>๒. VOC จากจุดให้บริการลูกค้าตาม Customer Journey</p> <p>๓.เพิ่มขึ้นตอนที่ ๕</p> <ul style="list-style-type: none"> ๓.๑ ทบทวน และปรับปรุงกระบวนการ ๓.๒ ถ่ายทอดระบบรับฟังเสียงลูกค้า(VOC System) <p>๔.เพิ่มผลผลิต/ผลลัพธ์ของขั้นตอนที่ ๕</p> <ul style="list-style-type: none"> ๔.๑ รายงานผลทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการ ๔.๒ รายงานผลการสื่อสารถ่ายทอดระบบการรับฟังเสียงลูกค้า

๘. แผนผังหลังการปรับปรุงกระบวนการทำงาน



หมายเหตุ :



คือ ขั้นตอนที่ได้รับการปรับปรุง

๙. ผู้รับผิดชอบและมาตรฐานคุณภาพงานในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	มาตรฐานคุณภาพงาน
ติดตาม/รวบรวม/วิเคราะห์/ เปรียบเทียบ/จัดลำดับสารสนเทศ จากเสียงของลูกค้า และนำเข้าสู่ ระบบการรับฟังเสียงของลูกค้า	๑.ฝตล. ๒.ฝปก.๑ ๓.ฝปก.๒ ๔.ฝปก.๓ ๕.ฝปก. ๖.กสอ.	สารสนเทศจากการวิเคราะห์เสียงของ ลูกค้าที่จัดลำดับความสำคัญ รายไตรมาส และประเมินประสิทธิผลของช่องทางการ รับฟังเสียงและวิเคราะห์เสียงของลูกค้า เป็นรายปี
ทบทวนช่องทางและวิธีการรับฟัง เสียงของลูกค้า		ทบทวนกระบวนการประเมินช่องทางและ วิธีการรับฟังเสียงของลูกค้า
สารสนเทศเสียงของลูกค้าที่มี นัยสำคัญ/เร่งด่วน		คัดกรองเสียงของลูกค้าได้ถูกต้องตรงกับ ความต้องการ/ความคาดหวัง
ดำเนินการตอบสนองเสียงของ ลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน		เสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วนได้รับ การตอบสนองตามเวลาที่กำหนด/ เหมาะสม
ติดตามประเมินผลการนำ สารสนเทศไปดำเนินการ	ฝตล.	มีการรายงานผลการใช้เสียงของลูกค้าเป็น ประจำทุกปี

๑๐. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

๑๐.๑ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ติดตาม/รวบรวม/วิเคราะห์/เปรียบเทียบและบันทึกเสียงของลูกค้า

๑๐.๒ จัดทำรายงานการบันทึกการรับฟังเสียงของลูกค้าทุกเดือนและนำเข้าสู่ระบบการรับฟังเสียงของ
ลูกค้า จากทุกช่องทาง รวมทั้ง VOC จากจุดให้บริการลูกค้าตาม Customer Journey

๑๐.๓ ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ประมวลและวิเคราะห์เสียงของลูกค้า และสรุปรายงานสารสนเทศ
เสียงของลูกค้า และนำเสนอหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายพัฒนาและวิศวกรรม, ฝ่ายบริการผู้ประกอบ
กิจการ, ฝ่ายยุทธศาสตร์, ฝ่ายดิจิทัล, ฝ่ายทรัพยากรบุคคล, ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์, ฝ่ายปฏิบัติการ ๑, ฝ่ายปฏิบัติการ
๒, ฝ่ายปฏิบัติการ ๓, ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์, และกองสื่อสารองค์กร เป็นรายไตรมาส

๑๐.๔ ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ติดตามและประเมินประสิทธิผลของช่องทางการรับฟังเสียง และ
วิเคราะห์ และจัดลำดับเสียงของลูกค้า เป็นรายปี

๑๐.๕ ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการ รวมถึงถ่ายทอดระบบการรับฟังเสียงลูกค้า (VOC System)

๑๑. ระบบติดตามประเมินผล

๑๑.๑ ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ รวบรวมเสียงของลูกค้าจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกเดือน และสรุปประมวลผลนำเสนอ ผวก. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รายไตรมาส

๑๑.๒ ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ติดตามและประเมินประสิทธิผลของช่องทางการรับฟังเสียง และวิเคราะห์เสียงของลูกค้า ทุกปี

ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการประเมินผล ได้แก่

- ๑) คุณภาพของสารสนเทศเสียงของลูกค้าครบทุกกลุ่มลูกค้าและทุกประเภทข้อมูล (Output)
- ๒) ระดับความพึงพอใจต่อสารสนเทศเสียงของลูกค้า (ประเมินโดยทุกฝ่ายที่ได้รับสารสนเทศ) อยู่ในระดับพึงพอใจมากขึ้นไป (Outcome)
- ๓) ความนิยมของช่องทาง VOC ของลูกค้า อยู่ในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ ของจำนวนลูกค้าที่ใช้ช่องทาง VOC หรือจำนวนลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่องทาง VOC (Outcome)
- ๔) ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อช่องทาง VOC อยู่ในระดับพึงพอใจมากขึ้นไป (Outcome)
- ๕) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อช่องทาง VOC แต่ละช่องทางอยู่ในระดับพึงพอใจมากขึ้นไป (Outcome)

๑๒. เอกสารอ้างอิง

ไม่มี

๑๓. แบบฟอร์มที่ใช้

แบบรายงานผลการเยี่ยมลูกค้า

๑๔. ภาคผนวก

ไม่มี

๑๕. ข้อเสนอแนะ/ เทคนิคในการปฏิบัติงาน/ ปัญหาอุปสรรค แนวทางในการแก้ไขและพัฒนางาน

ข้อเสนอแนะ/ เทคนิคในการปฏิบัติงาน/ ปัญหาอุปสรรค	แนวทางการดำเนินการ
-	-

ทั้งนี้ กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า ที่ได้ผ่านการปรับปรุงจะถูกทบทวนทุกปีงบประมาณ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานยิ่งขึ้น