4.7 จัดทำแนวทางหลักเกณฑ์การบริหารจัดการและประเมินด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า โดยมีหัวข้อและประเด็นย่อยตามเกณฑ์รัฐวิสาหกิจใหม่ ด

**8. จัดทำแนวทางหลักเกณฑ์การบริหารจัดการและประเมินด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า**

รวมทั้งการบริหารจัดการและประเมินด้านอื่น ๆ ตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจที่เริ่มในปี 2563 และจัดทำ โดยการที่ มหาวิทยาลัยฯ จะใช้แนวทางการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ของ ธพว. การสัมภาษณ์บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ ดังกล่าว เพื่อจัดทำเป็น ข้อคิดเห็น และคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะในการกำหนดขอบเขต กรอบแนวทางการดำเนินการสำรวจ ในปีต่อไป โดยมหาวิทยาลัย จะดำเนินการโดยนำผลการสำรวจมาประกอบการนำเสนอแนวทางการจัดหลักเกณฑ์ ดั้งนี้

|  | หัวข้อ |  | ประเด็นย่อย | แนวทางการจัดทำ |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** |  |  |  |
| 1 | ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  | 1.1 | ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  |  |
| 2 | วัตถุประสงค์ ขอบเขต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | 2.1 | การกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose) และขอบเขต (Scope) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) |  |
|  |  | 2.2 | การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |  |
|  |  | 2.3 | การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร |  |
| 3 | กระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์กับ  | 3.1 | การวางแผน (Planning) |  |
|  | ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |  | 3.1.1 การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |  |
|  |  |  | 3.1.2 การกำหนดระดับและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |  |
|  |  |  | 3.1.3 การจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |  |
|  |  | 3.2  | การสร้างความพร้อม (Preparing) |  |
|  |  |  | 3.2.1 การยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  |  |
|  |  |  | 3.2 การระบุและเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |  |
|  |  | 3.3  | การติดตามและรายงานผล |  |
|  |  |  | 3.3.1 การติดตามและประเมินผล |  |
|  |  |  | 3.3.2 การรายงานผล |  |
|  |  |  | 3.3.3 การเรียนรู้และการปรับปรุง |  |

|  | หัวข้อ |  | ประเด็นย่อย | แนวทางการจัดทำ |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **การบริหารจัดการลูกค้า**  |  |  |  |
| 1 | ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด | 1.1  | ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด |  |
| 2 | การจำแนกลูกค้า | 2.1 | การจำแนกลูกค้า | ลูกค้าของ ธพว. แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มลูกค้าเงินฝาก
2. กลุ่มผู้ร่วมลงทุน
3. กลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับสินเชื่อ
4. กลุ่มผู้ประกอบการที่ร่วมกิจกรรมด้านการพัฒนา

กลุ่มลูกค้าใน ลำดับ 3 และ 4 มีความสำคัญและมีจำนวนมากทั้งในการตลาดและของ ธพว. เอง กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการสินเชื่อ จำแนกกลุ่มย่อยออกเป็น * ลูกค้าโครงการตามนโยบายรัฐ
* ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อของ ธพว.

กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่ร่วมกิจกรรมด้านการพัฒนา จำแนกเป็นกลุ่มย่อย คือ * ลูกค้าโครงการตามนโยบายรัฐ
* ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อของ ธพว.
* ผู้ประกอบการอื่นที่ไม่ได้เป็นลูกค้า ธพว. (ซึ่งจำแนกออกเป็น ลูกค้าที่กำลังเข้าสู่ระบบของ ธพว. ลูกค้าทั่วไป
 |
| 3 | การรับฟังลูกค้า | 3.1  | การรับฟังลูกค้า |  |
|  |  | 3.2 | การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี |  |
| 4 | การพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ | 4.1 | การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ |  |
| 5 | การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า | 5.1 | การสนับสนุนลูกค้า  |  |
|  |  | 5.2 | การสร้างความผูกพันและความภักดี |  |
|  |  | 5.3 | การจัดการข้อร้องเรียน  |  |

**ประเด็นพิจารณาในการดำเนินงานตาม Enablers**

**1. ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**1.1 ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจมีการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ด้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยครอบคลุมสารสนเทศที่สำคัญอย่างน้อย ได้แก่ Profile ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นสำคัญต่างๆ (เช่นความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวล เป็นต้น) ระหว่าง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและองค์กร (Material Issues) และปัจจัยภายในและปัจัยภายนอกขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* รัฐวิสาหกิจทบทวน/กำหนดยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะยาว ให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ/ภารกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมถึงเป้าหมายของรัฐวิสาหกิจ ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ
* ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะยาว มีความเชื่อมโยง สอดคล้อง และบูรณาการกับ แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance: CG) ระบบงานและกระบวนการทำงานของรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งแผนงานอื่นๆ ที่สำคัญในระดับองค์กร เช่น แผนแม่บทการจัดการทุนมนุษย์ แผนปฏิบัตการดิจิทัล ฯลฯ
* ยุทธศาสตร์ระยะยาว ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญครบถ้วน ทั้งเป้าประสงค์ เป้าหมาย ระยะยาวและระยะสั้นขอบเขตการดำเนินงาน การจัดอันดับความสำคัญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นสำคัญของ ผู้มีส่วนได้เสีย ยุทธศาสตร์ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแนวทางการติดตามและปรับปรุง
* การสื่อสาร แผนยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้เสียแก่บุคลากร ผู้ส่งมอบ คู่ค้า และคู่ความร่วมมือ และผู้มีส่วนได้เสียอี่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้รับรู้และเข้าใจ

**2. วัตถุประสงค์ ขอบเขต และผู้มีส่วนได้เสีย**

2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Purpose) และขอบเขต (Scope) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจกำหนดวัตถุประสงค์ของสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยพิจารณาจากความ มุ่งหมายของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และผลลัพธ์ที่รัฐวิสาหกิจต้องการบรรลุผลสำเร็จ
* รัฐวิสาหกิจกำหนดขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยระบุ ขอบเขตการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง) หน่วยงาน/ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งกรอบระยะเวลาดำเนินการ
* วัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น จะต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระยะยาวด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* วัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีการทบทวนและปรับเปลี่ยนตามปัจจัยนำเข้าที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น กลยุทธ์ของรัฐวิสาหกิจ แนวทางการบริหารจัดการองค์กร กฎระเบียบ/ข้อบังคับ พฤติกรรมลูกค้า การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี และความคาดหวังของสังคม เป็นต้น

**2.2 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทาง/หลักเกณฑ์สำหรับการระผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของรัฐวิสาหกิจ โดยคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแนวทาง/หลักเกณฑ์ดังกล่าว
* รัฐวิสาหกิจถ่ายทอดแนวทาง/หลักเกณฑ์ สำหรับการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรไปยังหน่วยงาน/ฝ่ายงานต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อให้ทุกหน่วยงาน/ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง เข้าใจและระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีการทบทวนและปรับเปลี่ยนตามปัจจัยนำเข้าที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น กลยุทธ์องค์กร ขอบเขตความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยภายนอกองค์กร (เช่น กฎระเบียบ บริบทสังคม และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นต้น)
	+ วิธีการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พิจารณาจาก การมีอิทธิพลต่อองค์กร (Influence) การพึ่งพาในการดำเนินงาน (Dependency) ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ (Responsibility) แรงกดดันจากประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม (Tension) ทัศนคติที่หลากหลาย (Diverse Perspective)

**หมายเหตุ :**

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง

* บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรที่มีผลกระทบ และ/หรือ ได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์หรือบริการและผลการดำเนินงานที่เกี่ยวเนื่องขององค์กร (อ้างอิงจาก AA1000SES)
* บุคคลหรือกลุ่มบุคลที่สนใจ ได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการตัดสินใจหรือการดำเนินการขององค์กร (อ้างอิงจาก ISO26000)
* บุคคลหรือองค์กรที่สามารถสร้างผลกระทบ ได้รับผลกระทบ หรือตามการรับรู้รับทราบว่าเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจหรือจากกิจกรรม (อ้างอิงจาก ISO9000, ISO14001)
* กลุ่มทุกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ หรืออาจได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติการและความสำเร็จขององค์การ (อ้างอิงจาก TQA)

**2.3 การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์การ**

**ประเด็นพิจารณา :**

* การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจในภาพรวม ทั้งความต้องการ ความคาดหวัง ความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และศึกษา วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ในปัจจุบันเทียบกับระดับคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในทุกด้านที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน ภาพลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งการระบุประเด็นต้องดำเนินการผ่านการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ
* ประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนับรวมประเด็นที่มีแนวโน้มเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจในอนาคต
* การระบุเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจ จะต้องมีการทบทวนและปรับเปลี่ยนตามปัจจัยนำเข้าที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น วัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์ กลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น

**3. กระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**3.1 การวางแผน**

3.1.1 การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**ประเด็นพิจารณา :**

* กำหนดหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจ และแนวทางในการจัดทำ Profile ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์และแนวทางที่กำหนดไว้
* ลำดับความสำคัญกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจ และ Profile ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องถูกนำมาพิจารณาในการวางแผนและดำเนินการในกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละปีอย่างเหมาะสม
* การลำดับความสำคัญกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจ และ Profile ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีการทบทวนและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

**หมายเหตุ :**

 - Profile ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย ได้แก่ ชื่อ/กลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เช่น รัฐบาล สังคม ผู้บริโภค เป็นต้น) จุดประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบัน ระดับความสัมพันธ์ที่องค์กรคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับความเต็มใจในการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความสามารถ/ข้อจำกัดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เช่น ภาษา วัฒนธรรม ความสามารถในการสื่อสาร เป็นต้น)

**3.1.2 การกำหนดระดับของและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**ประเด็นพิจารณา :**

* มีแนวทางในการกำหนดระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งเหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดระดับ (Levels) และรูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* รูปแบบ (Methods) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องกำหนดให้เหมาะสมกับความจำเป็น (Needs) ความสามารถ (Capacity) และความคาดหวัง (Expectation) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการทบทวนและปรับปรุงระดับและวิธีการของการสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสม่ำเสมอ

**3.1.3 การจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**ประเด็นพิจารณา :**

* ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และระบุตัวชี้วัดเชิงผลลัพธ์และผลกระทบ โดยแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีองค์ประกอบครบถ้วน ได้แก่ วัตถุประสงค์และขอบเขต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การระบุประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรัฐวิสาหกิจ การจัดทำ Profile การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็น ระดับและรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์ ทรัพยากรที่จำเป็น ฯลฯ
* ดำเนินการถ่ายทอดและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้ผู้รับผิดชอบนำไปปฏิบัติ และมีการสื่อสารในกรณีที่เกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติตามแผนดังกล่าว และทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามแผนได้อย่างครบถ้วน
* รัฐวิสาหกิจเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นข้อมูลเพื่อเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ในการจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและตัวชี้วัด พร้อมทั้งต้องสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบถึงแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว
* แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและตัวชี้วัด ต้องมีการทบทวนและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

**3. 2 การสร้างความพร้อม**

**3. 2. 1 การยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**ประเด็นพิจารณา :**

* ระบุทรัพยากร (Resources) ที่ต้องการ ได้แก่ การเงิน บุคลากร และเทคโนโลยี และความสามารถ (Capacity) ของรัฐวิสาหกิจที่ต้องการ ด้านความรู้ ทักษะ และโอกาสสำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องกำหนดแนวทางในการปิด/ลดช่องว่าง (Gaps) ของระดับความสามารถของรัฐวิสาหกิจ เพื่อสามารถดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิผล
* ทรัพยากร (Resources) ที่ต้องการและแนวทางในการปิด/ลดช่องว่าง (Gaps) ของระดับความสามารถของรัฐวิสาหกิจได้รับอนุมัติและถูกบรรจุอยู่ในแผนการสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดเพื่อยกระดับของระดับความสามารถของรัฐวิสาหกิจ
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการทบทวนและปรับปรุงระดับความสามารถ (Capacity) ที่ต้องการยกระดับ/สร้างขึ้นมาอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งทรัพยากร (Resources) ที่ต้องการจะปรับเปลี่ยนตามผลผลิต (Outputs) ของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**3. 2. 2 การระบุและเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจสร้างกรอบการประเมินความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สอดคล้องกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงของรัฐวิสาหกิจ
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องระบุความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์ (Risk Profiles) ให้ครอบคลุมความเสี่ยง 2 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความเสี่ยงขององค์กรซึ่งจะมีผลต่อขอบเขตระดับและรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการประเมินความเสี่ยง และนำผลการประเมินความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์มาจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Contingency Plans) เพื่อรองรับเหตุการณ์ที่มีระดับ คะแนนความประเมินความเสี่ยงสูงถึงสูงมาก
* หน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดตามและประเมินความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปปรับปรุงแผนการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Contingency Plans)

**3. 3 การติดตามและรายงานผล**

**3. 3. 1 การติดตามและประเมินผล**

**ประเด็นพิจารณา :**

* กำหนดแนวทางติดตามและประเมินผลตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรัฐวิสาหกิจติดตามและประเมินผลที่สะท้อนถึงคุณภาพของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับภาพรวมและระดับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	+ ประเด็นในการติดตามและประเมินผลอย่างน้อยประกอบด้วย
	+ วัตถุประสงค์ขอบเขต และการเข้าร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
	+ การบูรณาการกับแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร
	+ กระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์
	+ ผลผลิต (ขายแผนปฏิบัติการและกิจกรรม) และผลลัพธ์ (ตามวัตถุประสงค์ของแผนและกิจกรรม)
* ดำเนินการติดตามและประเมินผลตามแนวทางที่กำหนดและมีองค์ประกอบของรายงานติดตามและประเมินผลอย่างครบถ้วน
* ผลที่ได้จากการติดตามและประเมินผล จะนำปัจจัยนำเข้าในกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของรัฐวิสาหกิจ
* รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ

**3. 3. 2 การรายงานผล**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางในการรายงานผลการดำเนินงานตามแผนของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสาธารณชน นอกเหนือจากผู้มีส่วนส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยรายงานภาพรวมของกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ทั้งหมด รวมทั้งผลลัพธ์และผลกระทบของการสร้างความสัมพันธ์ ในรูปแบบของรายงานต่างๆ เช่น รายงานที่เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability-related report) รายงานประจำปีรายงานในเว็บไซต์ การรายงานในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น
* การรายงานผลของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างน้อยประกอบด้วยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีการสร้างความสัมพันธ์แนวทางและรูปแบบที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียความถี่ในการสร้างความสัมพันธ์ประเด็นและความต้องการ / ความคาดหวังและความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผลลัพธ์และผลกระทบจากการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* ดำเนินการติดตามและประเมินผลตามแนวทางที่กำหนด และรายงานผลการดำเนินงานต่อสาธารณชนตลอดจนรายงานผลต่อกลุ่มผู้มีส่วนส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างครบถ้วนตามแนวทางที่กำหนด
* รัฐวิสาหกิจต้องมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการรายงานผลอย่างสม่ำเสมอ

**3. 3. 3 การเรียนรู้และปรับปรุง**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจต้องกำหนดกระบวนการในการเรียนรู้และปรับปรุงจากกิจกรรมและประสบการณ์ในการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อยกระดับกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์
* รัฐวิสาหกิจเรียนรู้และค้นหาโอกาสในการปรับปรุง จากการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของการสร้างความสัมพันธ์และปัจจัยนำเข้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง กรณีศึกษาหรือแนวปฏิบัติที่ดีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คู่แข่งหรือคู่เทียบ เป็นต้น
* รัฐวิสาหกิจต้องระบุประเด็นเฉพาะเจาะจงในการปรับปรุงและดำเนินการปรับปรุง โดยคำนึงถึงประสิทธิผลประสิทธิภาพ และผลกระทบ
* การเรียนรู้ ต้องพิจารณาถึงการออกแบบ การวางแผน และแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ในอนาคต และความสอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐวิสาหกิจในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนส่วนเสีย
* รัฐวิสาหกิจจะต้องมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการในการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

**ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด**

**1.1 ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจมีการวิเคราะห์สารสนเทศ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด โดยการวิเคราะห์ควรครอบคลุมสารสนเทศที่สำคัญอย่างน้อย ได้แก่ สารสนเทศจากลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์
* รัฐวิสาหกิจกำหนดยุทธศาสตร์วัตถุประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงเป้าหมายที่ต้องการบรรลุในมิติต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การพัฒนาตลาดใหม่หรือธุรกิจใหม่การตลาดและการออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า
* แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดของรัฐวิสาหกิจมีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของรัฐวิสาหกิจ และแผนแม่บทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนบริหารความเสี่ยง แผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล และแผนปฏิบัติการดิจิทัล (ระยะยาว) เป็นต้น
* รัฐวิสาหกิจจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีซึ่งมีองค์ประกอบครบถ้วน ได้แก่

1) ชื่อแผนงาน

2) ระยะเวลาเริ่มต้น - สิ้นสุดของแผนงาน

3) หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักและหน่วยงานสนับสนุน

4) แผนปฏิบัติการ ซึ่งระบุขั้นตอนหรือกิจกรรมการดำเนินงาน ผู้รับผิดขอบ และระยะเวลาแล้วเสร็จในแต่ละขั้นตอนหรือกิจกรรม (Milestone Date)

5) ตัวชี้วัดและเป้าหมาย ครอบคลุมทั้งผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ซึ่งสอดคล้องต่อการบรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ตามที่ได้ระบุในแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

* รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางและกลไกในการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์และในระดับปฏิบัติกา
* รัฐวิสาหกิจมีการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการผ่านตัวชี้วัดที่สำคัญตามแนวทางติดตามและรายงานผลอย่างครบถ้วน รวมถึงมีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เพื่อทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

**2. การจำแนกลูกค้า**

**2. 1 การจำแนกลูกค้า**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจมีการกำหนดแนวทางการจำแนกลูกค้า และส่วนตลาดเป้าหมายที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด และเป้าหมายที่ต้องการบรรลุของรัฐวิสาหกิจ
* รัฐวิสาหกิจมีการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) เพื่อสื่อสาร/ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้า และส่วนตลาดเป้าหมายให้กับบุคลากรภายในรัฐวิสาหกิจรับทราบอย่างทั่วถึง
* การนำผลการจำแนกลูกค้าไปปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยจะประเมินจากความครอบคลุมของการนำผลการจำแนกลูกค้าไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ หรือกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญ
* มีการทบทวนและปรับปรุงแนวทางการจำแนกลูกค้าและ ส่วนตลาดเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม โดยพิจารณาจากประเด็นต่างๆ เช่น บริบทของรัฐวิสาหกิจสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และประสิทธิผลของการจำแนกลูกค้า เป็นต้น

**3. การรับฟังลูกค้า**

**3. 1 การรับฟังลูกค้า**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางการรับฟังลูกค้าในปัจจุบัน อดีต และอนาคต รวมถึงลูกค้าของคู่แข่งเพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตลอดวงจรชีวิตของการเป็นลูกค้า และระดับความสำคัญเชิงเปรียบเทียบในมุมมองของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ/การสนับสนุนลูกค้า / การทำธุรกรรม
* การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการรับฟัง หรือค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
* รัฐวิสาหกิจสื่อสารแนวทางการรับฟังลูกค้าให้กับบุคลากรภายในองค์กรรับทราบอย่างทั่วถึง และสามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้นำมาใช้เป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องตามกลุ่มลูกค้า
* รัฐวิสาหกิจมีการติดตามและรายงานความคิดเห็นของลูกค้าในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการการสนับสนุนลูกค้า และการทำธุรกรรม
* รัฐวิสาหกิจมีกระบวนการในการคัดสรรสารสนเทศที่เกี่ยวกับลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ และจัดทำเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ และกระบวนการดำเนินงานขององค์กร
* ประเมินประสิทธิผลของแนวทางการรับฟังลูกค้า โดยพิจารณาจากการดำเนินการตามกระบวนการ และตัวชี้วัดที่ชัดเจน และนำไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการในการรับฟังลูกค้า

**3. 2 การประเมินความพึงพอใจความไม่พึงพอใจและความภักดี**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจมีการกำหนดแนวทางการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุน และอื่นๆ ที่ลูกค้าได้รับ ตามกลุ่มลูกค้าที่ได้ดำเนินการจำแนกไว้ทุกกลุ่ม รวมถึงลูกค้าคู่แข่งหรือลูกค้าองค์กรอื่นที่มีสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกัน
* รัฐวิสาหกิจดำเนินการประเมิน ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของกลุ่มลูกค้าตามแนวทางการประเมินที่กำหนด
* การวิเคราะห์ผลการประเมิน เพื่อให้ได้ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีและสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ในการตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความภักดีให้กับลูกค้า
* การนำผลประเมินด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ตลอดจนสารสนเทศที่ได้จากการสำรวจ ไปใช้จัดทำยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการและกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง
* ประเมินประสิทธิผลของแนวทางการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี โดยพิจารณาจากประเด็นต่างๆ เช่น ความเหมาะสมของระเบียบวิธีวิจัย ความครอบคลุมของประเด็นในการสำรวจ ความเหมาะสมของการสุ่มตัวอย่าง ความเที่ยงตรง/น่าเชื่อถือของผลสำรวจ และร้อยละการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น

**4. การพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ**

 **4.1 การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ**

**ประเด็นพิจารณา :**

* รัฐวิสาหกิจมีการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญอย่างครบถ้วนอย่างน้อย ได้แก่ ความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า การวิเคราะห์เทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐวิสาหกิจกับคู่แข่งขันและ/หรือคู่เทียบ แผนยุทธศาสตร์หรือแผนวิสาหกิจของรัฐวิสาหกิจ ข้อกำหนด กฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล และผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นต้น
* รัฐวิสาหกิจกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างชัดเจน สามารถใช้สื่อสารคุณลักษณะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อใช้ในการออกแบบกระบวนการที่เกี่ยวข้อง และสื่อสารให้ลูกค้าทราบ
* รัฐวิสาหกิจกำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นระบบ โดยระบุกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ การทวนสอบ ทดสอบ และรับรองผล พร้อมทั้งระบุผลผลิตและผลลัพธ์ที่ต้องบรรลุของแต่ละแผนงานหรือโครงการ
* รัฐวิสาหกิจปฏิบัติตามกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการอย่างครบถ้วน ทุกแผนงานหรือโครงการ โดยพิจารณาจาการดำเนินกิจกรรม ผลผลิต และตัวชี้วัดตามที่ระบุในแผนงานหรือโครงการ
* รัฐวิสาหกิจมีการประยุกต์การบริหารความเสี่ยง และมีการนำองค์ความรู้ของรัฐวิสาหกิจมาใช้ในกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
* ผลิตภัณฑ์และบริการที่รัฐวิสาหกิจพัฒนาขึ้น มีคุณลักษณะหรือข้อกำหนดที่สอดคล้องกับความต้องการลูกค้าและตลาด ความสามารถของรัฐวิสาหกิจ ข้อกำหนดด้านกฎหมาย และความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
* รัฐวิสากิจทำการประเมินผลการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทั้งในมิติของกระบวนการและผลลัพธ์ รวมถึงทบทวนกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนจัดทำเป็นองค์ความรู้เพื่อให้เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
* ระดับผลลัพธ์ของการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากปัจจัยที่สำคัญได้แก่ ความมีประสิทธิภาพของโครงการ คุณค่าหรือมูลค่าได้รับ ผลลัพธ์ทางธุรกิจหรือผลกระทบต่อการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ

**5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า**

**5.1 การสนับสนุนลูกค้า**

**ประเด็นพิจารณา**

* รัฐวิสาหกิจวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความต้องการของลูกค้า ข้อมูลคู่แข่ง/คู่เทียบ เพื่อกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้าและการกำหนดจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ตั้งแต่ก่อนเป็นลูกค้าจนกระทั่งเกิดความภักดี
* รัฐวิสาหกิจจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ที่ครอบคลุมทั้งด้านการบริการสารสนเทศ การทำธุรกรรมหรือการขอรับบริการ และการให้ข้อมูลป้อนกลับ ตลอดจนเผยแพร่กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ และบุคลากรภายในรัฐวิสาหกิจ
* รัฐวิสาหกิจได้ดำเนินการถ่ายทอดมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ หรือผู้ส่งมอบของรัฐวิสาหกิจ
* มาตรฐานการให้บริการที่กำหนดมีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ค่านิยมของรัฐวิสาหกิจ ยุทธศาสตร์ สมรรถนะบุคลากร และข้อกำหนดของกระบวนการที่เกี่ยวข้อง
* รัฐวิสาหกิจมีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการ และนำผลที่ได้จากการประเมินผลมาทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานด้านการบริการ ตลอดจนกำหนดแนวทางพัฒนาให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐาน
* ผลการปฏิบัติงานภาพรวมโดยส่วนใหญ่หรือทั้งหมดเป็นตามมาตรฐานที่กำหนดและไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในแต่ละจุดให้บริการ และสามารถสร้างคุณค่าและความพึงพอใจในมุมมองของลูกค้า

**5.2 การสร้างความผูกพันและความภักดี**

**ประเด็นพิจารณา**

* รัฐวิสาหกิจมีการจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าที่รวบรวมจากจุดที่ให้บริการ หรือจุดที่รัฐวิสาหกิจมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยกำหนดตัวแปร และประเภทของข้อมูลที่ต้องการ / จำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน และเชื่อมโยงทั่วทั้งองค์กร
* รัฐวิสาหกิจมีการวิเคราะห์และคัดเลือกกลุ่มลูกค้าที่จะสร้างความสัมพันธ์และกำหนดกระบวนการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าใหม่ ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มความภักดี และให้ลูกค้ากล่าวถึงรัฐวิสาหกิจในทางที่ดี และสื่อสารให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึง เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน
* รัฐวิสาหกิจดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
* รัฐวิสาหกิจมีการนำผลประเมินด้านการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าไปใช้ในในการทบทวน / ปรับปรุงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กันลูกค้า และกระบวนการอื่นๆ เช่น การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นต้น

**5. 3 การจัดการข้อร้องเรียน**

**ประเด็นพิจารณา:**

* รัฐวิสาหกิจกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย และกำหนดนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint handling policy outlines & procedures) อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจอย่างเป็นทางการ
* รัฐวิสาหกิจดำเนินการเผยแพร่นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายในและภายนอกรัฐวิสาหกิจผ่านช่องทางที่สำคัญ เช่น ป้ายประกาศบริเวณพื้นที่ขายหรือพื้นที่ให้บริการ สัญญาให้บริการ คู่มือการใช้งานสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์และฉลากหรือหีบห่อสินค้า ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ
* นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนของรัฐวิสาหกิจมีองค์ประกอบครบถ้วน
* รัฐวิสาหกิจกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานในการปฏิบัติงานของระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน และมีระบบสารสนเทศเพื่อใช้สำหรับติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนที่มีข้อมูลเป็นปัจจุบัน มีความน่าเชื่อถือและทันกาล
* ตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานในการปฏิบัติงานของระบบบริหารจัดการข้อร้องเรียนของรัฐวิสาหกิจสอดคล้องกับนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนและการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายของการบริหารจัดการข้อร้องเรียนมีความสอดคล้องกันทั้งในระดับองค์กร ระดับสายงาน ระดับฝ่าย และระดับบุคคลที่เกี่ยวข้อง
* รัฐวิสาหกิจมีการติดตามและประเมินผลการจัดการข้อร้องเรียน และนำผลที่ได้จากการประเมินมาทบทวนและปรับปรุงนโยบายและมาตรฐานในการจัดการข้อร้องเรียน ตลอดจนกำหนดแนวทางพัฒนาเพื่อให้ผลการการจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปตามมาตรฐาน