

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพและสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า เราได้กำหนดนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนในการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและยั่งยืนกับลูกค้า โดยเน้นที่ความโปร่งใส การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้:

1. นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทยึดมั่นในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างเคร่งครัด โดยมีการกำหนดนโยบายด้านการเก็บรักษาและใช้ข้อมูลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ทั้งนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจะถูกใช้เฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ที่จำเป็นและได้รับความยินยอมจากลูกค้าเท่านั้น พร้อมทั้งมีการเข้ารหัสข้อมูลและควบคุมการเข้าถึงข้อมูลอย่างเข้มงวด

2. มาตรการแก้ไขปัญหาคาไรของข้อมูลลูกค้าทั่วโลก

ในกรณีที่เกิดการรั่วไหลของข้อมูล เราได้จัดตั้งทีมงานเฉพาะกิจเพื่อประเมินสถานการณ์และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน โดยมีมาตรการดังนี้:

- แจ้งเตือนลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากทราบเหตุการณ์
- ดำเนินการตรวจสอบและปิดช่องโหว่ทางเทคนิคทันที
- ให้คำแนะนำและการช่วยเหลือแก่ลูกค้าเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
- รายงานเหตุการณ์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมาย

3. มาตรการแก้ไขปัญหาหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค/ลูกค้า

บริษัทมีขั้นตอนที่ชัดเจนในการจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค/ลูกค้า โดยเน้นความโปร่งใสและการแก้ไขที่รวดเร็ว ดังนี้:

- รับฟังปัญหาจากลูกค้าอย่างรอบด้าน
- ดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง ภายใน 7 วันทำการ
- แจ้งผลการตรวจสอบและแนวทางแก้ไขให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน
- ติดตามผลหลังจากแก้ไขปัญหาเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจ



4. ช่องทางการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า

บริษัทกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบเกี่ยวกับการรับข้อร้องเรียนหรือเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง ได้แก่ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ และเปิดให้บริการช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลายเพื่อความสะดวกของลูกค้า ได้แก่:

- ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call Center) หมายเลข 038-481555 กด 153
- อีเมลฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- แบบฟอร์มออนไลน์บนเว็บไซต์ของบริษัท [www.ratchpathana.com/th/contact us](http://www.ratchpathana.com/th/contact-us)
- ช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ LINE
- จุดรับข้อร้องเรียนในสำนักงาน

5. แผนการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

บริษัทได้กำหนดแผนการพัฒนาศักยภาพของพนักงานโดยเน้นที่การพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ การอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ตัวอย่างแผนงานสำคัญ ได้แก่:

- การจัดอบรมพนักงานด้านการบริการลูกค้า
- การเพิ่มช่องทางการสื่อสารแบบเรียลไทม์
- การติดตามและรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า
- การนำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น

6. การนำผลประเมินความพึงพอใจมาจัดทำแผนพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์และพัฒนาแผนงานที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงในจุดที่ได้รับข้อเสนอแนะมากที่สุด เช่น การปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ การนำเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่มาใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น

การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของลูกค้า ปี 2567

บมจ.ราชพัฒนา เอ็นเนอร์ยี่			
รูปแบบ	ลูกค้า	ความถี่	ประเด็นสำคัญ/เป้าหมาย
• ประชุม	• ระดับบริหารของ กฟผ. • ระดับบริหารของลูกค้า อุตสาหกรรม	ปีละ 1-2 ครั้ง (ขึ้นอยู่กับ ประเด็นที่เกิดขึ้นในแต่ละปี)	• ปรีกษาหารือประเด็นในสัญญาซื้อขาย ไฟฟ้า แนวทางการดำเนินงานร่วมกัน • สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
• ประชุม	• ระดับปฏิบัติการของ กฟผ. • ระดับปฏิบัติการของลูกค้า อุตสาหกรรม	ทุก 3 เดือน หรือตาม กฟผ. นัดหมายเพื่อประชุม	• ปรีกษาหารือประเด็นด้านสัญญา แนวทางการดำเนินงานร่วมกัน • สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
บจ.สหโคเจน กรีน			
• ประชุม • กิจกรรมสาน สัมพันธ์ลูกค้า	• การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค • ลูกค้าในสวนอุตสาหกรรม	ปีละ 3 ครั้ง (ขึ้นอยู่กับประเด็น ที่เกิดขึ้นในแต่ละปี)	• ทบทวนข้อกำหนดผลิตภัณฑ์และสรุป ผลการดำเนินงานปีที่ผ่านมา • ติดตามผลการปฏิบัติงาน และการ ดำเนินการแก้ไขปัญหา • กิจกรรมสานสัมพันธ์ลูกค้า เช่น การ แข่งขันกีฬา กิจกรรมเยี่ยมชมศึกษาดู งาน เป็นต้น
บจ.สหกรีน พอเรสท์			
• ประชุม • กิจกรรมสาน สัมพันธ์ลูกค้า	• การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	ไตรมาสละ 1 ครั้ง	• ทบทวนข้อกำหนดผลิตภัณฑ์และสรุป ผลการดำเนินงานปีที่ผ่านมา • ติดตามผลการปฏิบัติงาน และการ ดำเนินการแก้ไขปัญหา • กิจกรรมสานสัมพันธ์ลูกค้า เช่น การ แข่งขันกีฬา กิจกรรมเยี่ยมชมศึกษาดู งาน เป็นต้น
	• ลูกค้าไอน้ำ (บริษัท สยาม พอเรสทรี จำกัด)	ไม่ต่ำกว่า 2 ครั้ง/ปี (ขึ้นอยู่กับ ประเด็นที่เกิดขึ้นใน แต่ละปี)	

ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ปี 2567

บริษัท	จำนวนลูกค้า อุตสาหกรรม ทั้งหมด (ราย)	จำนวนลูกค้าที่ ได้ทำแบบ ประเมินความ พึงพอใจ (ราย)	จำนวนลูกค้าที่มี ความพึงพอใจ ตามเป้าหมายที่ กำหนด	เป้าหมาย %	ผลประเมิน ค่าเฉลี่ย ความพึง พอใจ (%)
 RATCH PATHANA	50	50	50	90.00	93.13
 SAHACOGEN GREEN CO., LTD.	2	2	2	95.00	95.10
 SAHAGREEN FOREST CO., LTD	2	2	2	97.00	97.29

ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า ในปี 2567

หัวข้อ	จำนวน (ครั้ง)
เหตุการณ์ข้อมูลลูกค้ารั่วไหล	0
เหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค	0
กรณีพิพาทหรือข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท	0

กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กิจกรรม	ภาพกิจกรรม
กิจกรรมฟุตบอลเชื่อมสัมพันธ์ สร้างความสัมพันธ์และความใกล้ชิดกับลูกค้า ผ่านการแข่งขันฟุตบอลกระชับมิตรที่จัดขึ้น ตลอดทั้งปี	 
อบรมสัมมนาลูกค้า กิจกรรมสัมมนาลูกค้า เพื่ออบรมให้ความรู้กับ ลูกค้า วันที่ 28 พ.ย.67 บมจ.ราชพัฒนา เอ็น เนอร์ยี จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้กับลูกค้า เรื่อง การจัดการก๊าซเรือนกระจกขององค์กร โดยมี ผศ.ดร.วราคม วงศ์ชัย ผู้เชี่ยวชาญด้าน การจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นวิทยากร	 

กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กิจกรรม	ภาพกิจกรรม
กิจกรรมพบปะลูกค้า จัดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการและพัฒนาการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อยกระดับความพึงพอใจและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและลูกค้า	 
กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) โครงการ SGF-PEA เพื่อชุมชนและสังคม ประจำปี 2567 บริษัทร่วมกับลูกค้าและพันธมิตร จัดกิจกรรมเพื่อสังคม โดยมอบอุปกรณ์การเรียนและปรับปรุงซ่อมแซมระบบไฟฟ้าให้กับโรงเรียนบ้านนาป่าแดง อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร	 
กิจกรรมเปิดบ้านเยี่ยมชมศึกษาดูงาน บริษัทเปิดให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียเข้ามาเยี่ยมชมศึกษาดูงานกระบวนการผลิตไฟฟ้า เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	  