

บริษัท ซีพีที ไดรฟ์ แอนด์ เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน) นโยบายการขายและการตลาด

ประกอบด้วย :

1. การคัดเลือกลูกค้า
2. การกำหนดราคาสินค้า (Price List)
3. การกำหนดเงื่อนไขการขายและหลักเกณฑ์การเสนอราคา
4. หลักเกณฑ์การพิจารณาการให้วงเงินสินเชื่อในการขาย
5. หลักเกณฑ์การรับคืน การเปลี่ยน การชดเชยสินค้า และการลดหนี้/ เพิ่มหนี้
6. การพิจารณาให้คอมมิชชั่น
7. อำนาจอนุมัติเกี่ยวกับการขาย การให้ส่วนลด และการส่งเสริมการขาย
8. คำร้องเรียนจากลูกค้า
9. การจัดเก็บบันทึก

1. การคัดเลือกลูกค้า

บริษัทจะพิจารณาจากประวัติและชื่อเสียงในวงการ ผลงานที่ผ่านมา ฐานะการเงิน และประวัติการชำระเงินในอดีต ถ้าเป็นลูกค้าใหม่จะได้รับการประเมินว่ามีศักยภาพที่เพียงพอในการชำระหนี้หรือไม่

การพิจารณารับงานจากลูกค้า วิศวกรฝ่ายขายผู้รับผิดชอบต้องทบทวนความต้องการต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจรับงาน ได้แก่

- 1.1 ความต้องการของลูกค้า ซึ่งรวมถึงความต้องการสำหรับการจัดส่งและกิจกรรมหลังการจัดส่ง
- 1.2 ความต้องการที่ลูกค้ามีได้ระบุไว้ แต่บริษัทฯ ทราบว่าจำเป็นสำหรับการใช้ตามที่ได้ระบุไว้ หรือการใช้ตามความตั้งใจของลูกค้า
- 1.3 ความต้องการตามกฎหมายและกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์
- 1.4 ความต้องการของบริษัทเอง

2. การกำหนดราคาสินค้า (Price list)

2.1 การขายงานตู้ และงานติดตั้ง (Panel และงาน Installation)

บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาตามราคาต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการบวกอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม โดยต้นทุนจะประกอบด้วย ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนส่วนประกอบ ค่าแรงทางตรงที่คำนวณจากประมาณการชั่วโมงการผลิตที่คาดว่าจะต้องใช้ในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการผลิต ต้นทุนทางการเงิน และค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ปันส่วนเข้างาน ค่าเผื่อเหลือเผื่อขาดของราคาวัสดุอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายสินค้ารับประกัน (Warranty) เป็นต้น โดยที่ทีมงานวิศวกรและฝ่ายผลิต จะต้องร่วมกันคำนวณปริมาณวัสดุอุปกรณ์และชั่วโมงการผลิต กรณีที่ต้องสั่งซื้ออุปกรณ์หรือส่วนประกอบจากต่างประเทศ จะต้องเผื่อค่าอัตราแลกเปลี่ยนในการคำนวณต้นทุนด้วย บริษัทฯ จะกำหนดราคาให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

2.2 การขายสินค้าสำเร็จรูป (Unit) แบ่งเป็น 2 ประเภท

- 1) Price Lists based : บริษัทได้กำหนดให้
 - ราคาสินค้าเป็นใบรายการราคา (Price list) โดยกำหนดให้มีการทบทวนทุก ๆ 1 ปี หรือตามแต่กรรมการผู้จัดการเห็นสมควร
 - ราคาเป็นราคาสินค้าที่ยังไม่ได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ทางบริษัทสามารถเปลี่ยนแปลงราคาโดยที่ไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ส่วนลูกค้าใหม่ ใช้หลักเกณฑ์ตาม "มาตรฐานการให้หลักเกณฑ์ส่วนลดสินค้า" (มีเอกสารแนบ)

- 2) Cost plus pricing : บริษัทได้กำหนดให้
 - ราคาตามราคาต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการบวกอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม
 - โดยต้นทุนจะประกอบด้วย ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนการได้มาของสินค้าเช่น Logistic cost ต้นทุนค่าแรงในกรณีที่ต้องมีการบริการหลังการขายและค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ปันส่วนเข้างาน เป็นต้น

3. การกำหนดเงื่อนไขการขาย และหลักเกณฑ์การเสนอราคา

3.1 เงื่อนไขการขายและหลักเกณฑ์การเสนอราคา

- กรณีปกติ ให้เสนอราคาไม่ต่ำกว่าใบประเมินราคาจากวิศวกร ประเมินราคาจัดซื้อ และหรือผู้มีอำนาจตามที่กำหนดในอำนาจอนุมัติ
- กรณีที่ต้องการขายราคาพิเศษและหรือเงื่อนไขพิเศษเพื่อแข่งขันได้ให้รองกรรมการผู้จัดการ หรือตำแหน่งที่สูงกว่าอนุมัติใบเสนอราคา

3.2 เงื่อนไขการให้ส่วนลด

- กรณีลดราคาขายสินค้า ต่ำกว่า Standard Margin ที่กำหนดทุกรายการ จะต้องได้รับการอนุมัติโดยรองกรรมการผู้จัดการ หรือตำแหน่งที่สูงกว่า

4. หลักเกณฑ์การพิจารณาการให้วงเงินสินเชื่อในการขาย

4.1 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อกำหนดวงเงินและการให้เครดิตเทอม ซึ่งพิจารณาจากประวัติการชำระหนี้และปริมาณการสั่งซื้อ ตลอดจนอำนาจการอนุมัติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ลูกค้ารายใหม่ ต้องจ่ายชำระเป็นเงินสดเท่านั้น ไม่มีเครดิตเทอม และต่อมาหากมีการซื้อต่อเนื่องเป็นเวลาติดต่อกันไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยมีจำนวนเงินสะสม 100,000 บาท สามารถย้ายกลุ่มเป็นลูกค้าที่ให้วงเงินได้ ยกเว้นกรณีลูกค้ารายใหญ่ที่มีฐานะการเงินดี
- 2) ลูกค้ารายเดิม ที่ไม่มีประวัติการผิดนัดชำระหนี้ โดยกำหนดวงเงินสินเชื่อ และระยะเวลาการให้เครดิตเทอม ซึ่งต้องได้รับการอนุมัติจากผู้จัดการฝ่ายขาย ดังนี้

ประวัติการซื้อ (ต่อเดือน)	วงเงินสินเชื่อ	เครดิตเทอม
ไม่เกิน 100,000 บาท	ไม่เกิน 200,000 บาท	7 – 30 วัน
100,001 – 500,000 บาท	ไม่เกิน 1,500,000 บาท	30 – 45 วัน
ตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	30 – 60 วัน

4.2 ทางบริษัทจะทำการทบทวนการให้วงเงิน และเครดิตเทอม ที่เปิดให้กับลูกค้าทุกราย ทุก 1 ปี

4.3 ลูกค้าเก่าที่ขาดการติดต่อซื้อขายกันมานานเกิน 3 ปี ให้ยื่นเรื่องขอเครดิตใหม่ทุกครั้ง

5. หลักเกณฑ์การรับคืน, เปลี่ยน, ชดเชยสินค้า และการลดหนี้/เพิ่มหนี้

5.1 กรณีที่สินค้าไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ฝ่ายการตลาดจะแจ้งไปยังฝ่ายผลิตโรงงานโดยใช้เอกสารคำร้องเรียนลูกค้า และต้องมีรายละเอียดในการแจ้งคำร้องเรียนด้วย ดังนี้

- 1) รหัส Lot No. บนป้าย
- 2) รายละเอียดในตัวสินค้าที่ส่ง คือ ระบุวันที่ส่งสินค้า เลขที่ใบแจ้งผลิต และชื่อผู้ส่งของหลังจากนั้นฝ่ายขายจะติดตามผลการแก้ไขแล้วแจ้งให้ลูกค้าทราบ

5.2 บริษัทจะพิจารณารับคืน หรือแลกเปลี่ยนสินค้าเป็นแต่ละกรณี ดังนี้

สาเหตุ	กำหนดเวลา (นับจากวันส่งมอบสินค้า)
1. สินค้าชำรุดระหว่างขนส่ง	ภายใน 7 วัน
2. สินค้าผลิตผิดจากแบบ	ภายใน 15 วัน
3. สินค้าผลิตผิดจากใบสั่งซื้อ	
4. สินค้าผลิตไม่ได้มาตรฐาน	
5. สินค้ามีการรับประกัน	ภายใน 1 ปี

6. การพิจารณาให้คอมมิชชั่น

บริษัทมีการพิจารณาให้คอมมิชชั่นแก่บุคคลซึ่งมีส่วนสำคัญในการได้มาของยอดขาย โดยพิจารณาเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายดังกล่าว และมีการกำหนดเป็นนโยบายการจ่ายค่าคอมมิชชั่นชัดเจน (อ้างอิงนโยบายฉบับวันที่ 9 พฤศจิกายน 2560)

สำหรับคอมมิชชั่นพนักงานขาย กรรมการผู้จัดการจะเป็นผู้วางหลักเกณฑ์ โดยพิจารณาจากยอดขายและกำไรที่ได้เป็นหลัก โดยจะมี Step ที่ต่างกันไปตามแต่ละระดับหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละท่าน

7. อำนาจอนุมัติเกี่ยวกับการขาย การให้ส่วนลด และการส่งเสริมการขาย มีดังนี้

เรื่องที่อนุมัติ	อำนาจอนุมัติ
1. โบนัสราคา	อ้างอิงตามเอกสารอำนาจดำเนินการของบริษัท
2. การให้ส่วนลด	
3. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย และการตลาด	

หมายเหตุ : รายละเอียดอำนาจอนุมัติวงเงินเกี่ยวกับการขายและการตลาดจะใช้คู่มือปฏิบัติเรื่อง “อำนาจดำเนินการ” เป็นหลัก

8. คำร้องเรียนจากลูกค้า

คำร้องเรียนจากลูกค้า จะมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

- 8.1 กรณีที่สินค้าหรือการบริการไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ฝ่ายขายจะแจ้งไปยังฝ่ายผลิต, ฝ่ายบริการ, ฝ่ายออกแบบหรือผู้ผลิตสินค้าหรือแผนกที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนของลูกค้า
- 8.2 การพิจารณาเหตุจากการร้องเรียนของลูกค้า ทราบโดยใช้เอกสารคำร้องเรียนลูกค้า โดยจะอ้างอิง เลขที่Job และระบุรายละเอียดของสินค้าและบริการที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด
- 8.3 หลังจากนั้นฝ่ายขายจะติดตามผลการแก้ไข
- 8.4 ทำหนังสือแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงแนวทางการแก้ไขและป้องกัน

หมายเหตุ : คำร้องเรียนจากลูกค้า จะต้องเข้าทบทวนในที่ประชุมผู้บริหารทุกกลางปี และปลายปี

9. การจัดเก็บบันทึก

บริษัทมีนโยบายในการจัดเก็บเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

ประเภทเอกสาร	ระยะเวลาจัดเก็บ
4. ใบเสนอราคา	3 ปี
5. ใบสั่งซื้อของลูกค้า หรือสัญญาซื้อขาย	3 ปี
6. คำร้องเรียนจากลูกค้า	3 ปี
7. ใบกำกับภาษี	5 ปี

วันมีผลบังคับใช้

การกำหนดนโยบายดังกล่าวข้างต้น เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 เป็นต้นไป