



วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นผู้ให้บริการด้านการขนส่ง ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดและความพึงพอใจ
ขั้นสูงสุดแก่ลูกค้า ภายในปี 2570”

พันธกิจ (Mission)

- 1. มุ่งเน้นการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อสร้างรายได้ให้กับองค์กร รวมทั้งการให้บริการสาธารณะ
- 2. ยกระดับการให้บริการด้านการขนส่งในประเทศด้วยการให้บริการที่มีคุณค่าและมีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์

ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์

- 1. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งของ สรท. ในระดับมากที่สุด หรือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ขึ้นไป
- 2. สร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ประกอบด้วย
 - 2.1 มีรายได้จากการเดินรถโดยสาร จำนวน 3,603 ล้านบาท
 - 2.2 มีรายได้จากการขนส่งสินค้า จำนวน 2,930 ล้านบาท
 - 2.3 มีรายได้จากการขนส่งหีบห่อ 138.5 ล้านบาท

ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (STRATEGIC CHALLENGES)

- SC1 การดำเนินธุรกิจขององค์กรที่ขาดสภาพคล่องอยู่ในปัจจุบัน ส่งผลต่อการลงทุนและดำเนินงานโครงการด้านลูกค้าและตลาด ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานตามยุทธศาสตร์ขององค์กรตามมา
- SC2 สภาพทางเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ ส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น
- SC3 การคมนาคมขนส่งในประเทศมีการพัฒนาอย่างหลากหลาย ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น
- SC4 นโยบายรัฐบาลที่ต้องการควบคุมอัตราค่าโดยสาร ทำให้ สรท. ไม่สามารถขึ้นราคาค่าโดยสารได้ ในขณะที่ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ทำให้รายรับกับรายจ่ายไม่มีความสมดุล

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (STRATEGIC ADVANTAGE)

- SA1 รูปแบบการให้บริการของ สรท. มีความเหมาะสมกับการขนส่งสินค้าอุตสาหกรรมที่ขนส่งสินค้าครั้งละเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้ต้นทุนต่อหน่วยในการขนส่งสินค้าลดลง ซึ่งการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้
- SA2 สรท. มีความเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการการขนส่งทางราง ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางด้านลูกค้าและตลาด
- SA3 โครงสร้างพื้นฐานทางรางครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศกว่า 47 จังหวัด ทำให้มีโอกาสในการขนส่งสินค้าไปยังภูมิภาคและจังหวัดต่าง ๆ ได้มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารจัดการด้านการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการให้บริการลูกค้า

- กลยุทธ์ที่ 2.1 เชื่อมต่อระบบการขนส่งเพื่อรองรับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ
- กลยุทธ์ที่ 2.2 บูรณาการการทำงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อพัฒนางานด้านการตลาด
- กลยุทธ์ที่ 2.3 สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 1 บริหารจัดการด้านการโดยสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการให้บริการลูกค้า

- กลยุทธ์ที่ 1.1 จัดหาและปรับปรุงรถจักรและล้อเลื่อนที่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า
- กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาการให้บริการเพื่อส่งเสริมตลาดด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้
- กลยุทธ์ที่ 1.3 บริหารจัดการด้านการโดยสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการให้บริการด้านหีบห่อวัตถุ เพื่อรองรับความต้องการของตลาด

- กลยุทธ์ที่ 3.1 ปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้
- กลยุทธ์ที่ 3.2 สร้างสรรค์รูปแบบการให้บริการเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานด้านลูกค้าและตลาด

- กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูง
- กลยุทธ์ที่ 4.2 บูรณาการข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานด้านลูกค้าและตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบงานด้านลูกค้าและตลาดที่เป็นมาตรฐาน

- กลยุทธ์ที่ 5.1 สร้างแนวปฏิบัติที่ดีในการปฏิบัติงาน
- กลยุทธ์ที่ 5.2 การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า





วัตถุประสงค์

1. เพื่อแสดงเจตนารมณ์ความมุ่งมั่นของการรถไฟแห่งประเทศไทยในการให้บริการลูกค้าตามมาตรฐานที่กำหนด โดยคำนึงถึงกระบวนการในทุกจุดสัมผัสบริการของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า เพื่อให้สามารถให้บริการและกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบทุกขั้นตอนที่สำคัญ
2. เพื่อสร้างแนวปฏิบัติที่ดีและมาตรฐานการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)
3. เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และภักดีของลูกค้าที่มีต่อการรถไฟแห่งประเทศไทย รวมทั้งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร

พิมพ์เขียวบริการด้านการโดยสาร



พิมพ์เขียวบริการด้านการขนส่งสินค้า

