



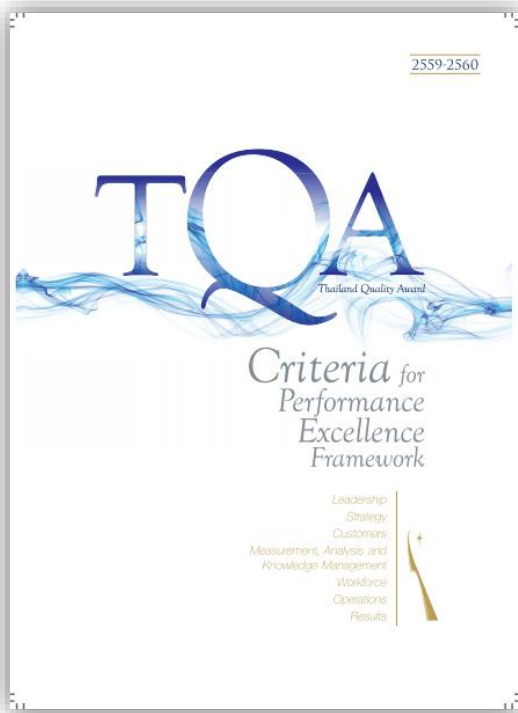
การให้ความสำคัญกับลูกค้าและตลาด



การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Analysis) โดยศาสตราจารย์ Edward Freeman (ค.ศ. 1984) เป็นเครื่องมือทางการจัดการที่เป็นประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง โดยจะทำให้เราทราบถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Primary Stakeholder) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอง (Secondary Stakeholder) การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังทำให้ทราบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มใดมีความต้องการอะไร การดำเนินการขององค์กรจะส่งผลกระทบอย่างไรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม รวมทั้งจะต้องทำอย่างไรจึงจะสร้างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้ และยังต้องคำนึงถึงอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มที่มีต่อองค์กรด้วย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มประเภทดังต่อไปนี้ อาทิ ลูกค้า พนักงาน คณะกรรมการ ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ เป็นต้น

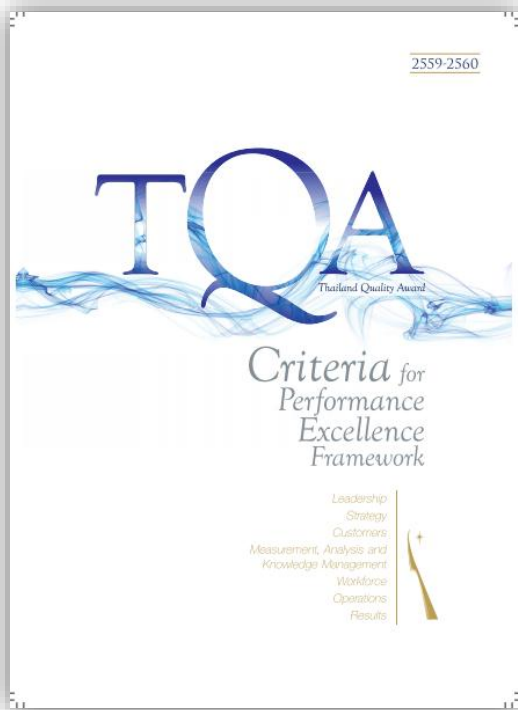




เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ กำหนดให้
แสดงผลลัพธ์ที่ครอบคลุมทุกประเด็นสำคัญ
ขององค์กร เนื่องจากองค์ประกอบของตัววัด
เป็นสิ่งที่ทำให้มั่นใจว่ากลยุทธ์ขององค์กรมีความ
สมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญกับ
วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ตลอดจนเป้าประสงค์ระยะสั้น
และระยะยาว เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ

รัฐวิสาหกิจต้องเรียนรู้ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามภารกิจหลักที่รัฐบาลมอบหมายและสังคม
โดยรวม รวมทั้งรับทราบความกังวลของสาธารณะที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐวิสาหกิจ เพื่อนำมาเป็น
ข้อมูลสารสนเทศในการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ การดำเนินการ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างสมดุล

ในกรณีที่รัฐวิสาหกิจเป็นบริษัทจดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ รัฐวิสาหกิจต้องคำนึงถึงผลตอบแทน
ของธุรกิจ และรักษาความสมดุลกับความต้องการและความคาดหวังของสังคมด้วย



๑. ความสัมพันธ์ระดับองค์กร (Organizational Relationships)

(1) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) โครงสร้างและระบบการกำกับดูแล (GOVERNANCE system) ขององค์กรมีลักษณะอย่างไร ระบบการรายงานระหว่างคณะกรรมการกำกับดูแลองค์กร ผู้นำระดับสูง และองค์กรแม่ มีลักษณะเช่นใด (*)

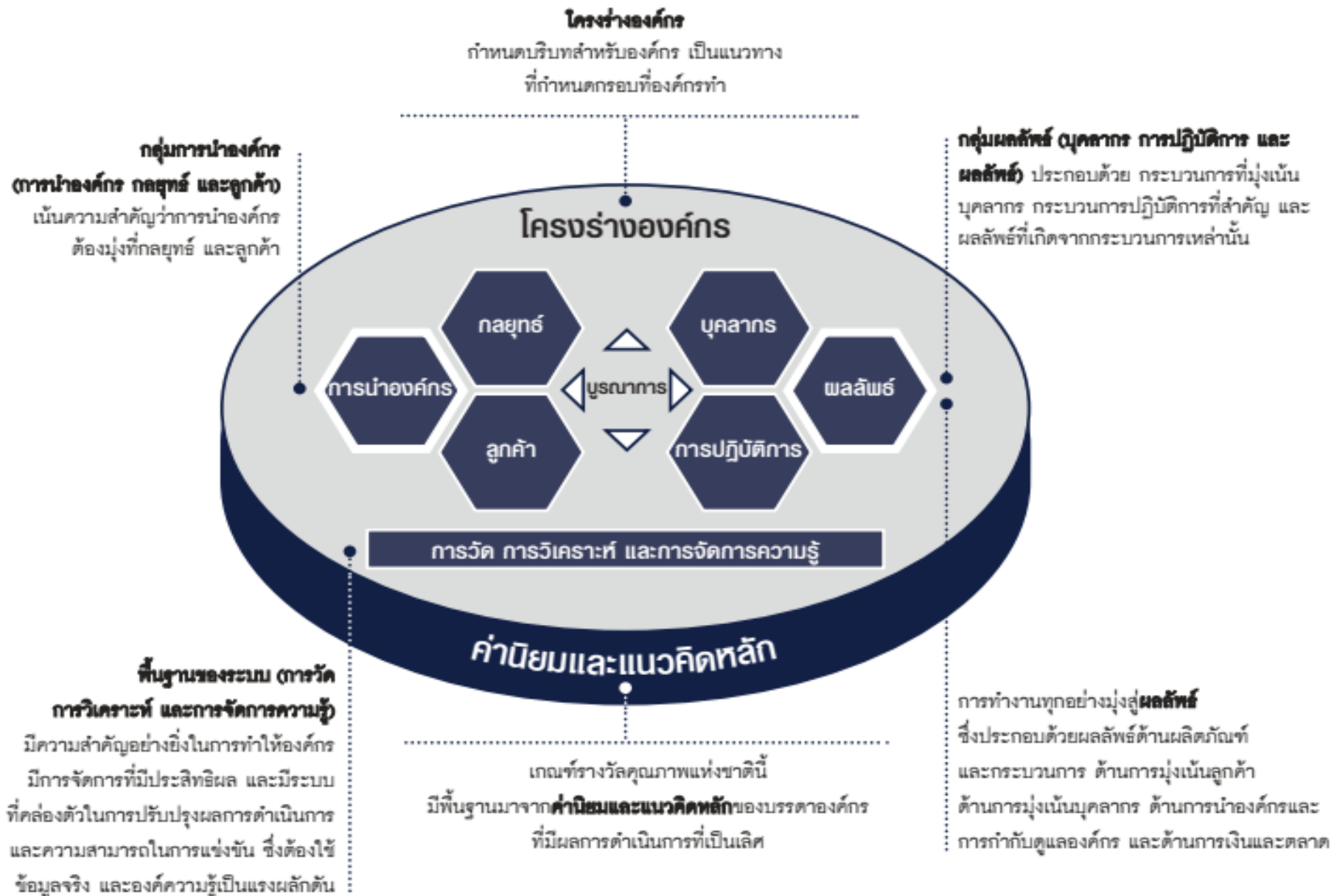
(2) ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (CUSTOMERS and STAKEHOLDERS) ส่วนตลาด กลุ่มลูกค้า และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กรมีอะไรบ้าง (*) กลุ่มดังกล่าวมีความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญต่อผลิตภัณฑ์ต่อการบริการสนับสนุนแก่ลูกค้าและการปฏิบัติการอย่างไร ความต้องการและความคาดหวังของ ส่วนตลาด กลุ่มลูกค้า และ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความแตกต่างกันอย่างไร

(3) ผู้ส่งมอบและพันธมิตร (Suppliers and PARTNERS) ผู้ส่งมอบ พันธมิตร และ ผู้ให้ความร่วมมือ (COLLABORATORS) ที่สำคัญ มีประเภทใดบ้าง แต่ละกลุ่มมีบทบาทอะไรในเรื่องต่อไปนี้

- ระบบงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการส่งมอบผลิตภัณฑ์หลักและบริการสนับสนุน ลูกค้าที่สำคัญ

- การยกระดับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

องค์กรมีกลไกที่สำคัญอะไรในการสื่อสารแบบสองทิศทางกับผู้ส่งมอบ พันธมิตร และ ผู้ให้ความร่วมมือ กลุ่มเหล่านี้มีส่วนร่วมอะไรในการ สร้างนวัตกรรม ให้แก่องค์กร (*) อะไรคือข้อกำหนดที่สำคัญของห่วงโซ่อุปทาน (Supply-chain) ขององค์กร



การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการของรัฐวิสาหกิจตามเกณฑ์ SEPA มีหลายประการที่ต้องมุ่งเน้นพัฒนา อย่างไรก็ตามการพัฒนาในแต่ละด้านแต่ละหมวดนั้นจะต้องอ้างอิงความสนใจและความต้องการตลอดจนอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร ดังนั้นความเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรจะช่วยให้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างเหมาะสมต่อไป



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการรัฐวิสาหกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



การปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ถือหุ้น

สัญญาฉบับขึ้นถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญด้านเทคโนโลยี ตลาด ความนิยมของลูกค้า การแข่งขัน และสภาพแวดล้อมด้านกฎระเบียบข้อบังคับ

ความจำเป็น จุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่ค้าและห่วงโซ่อุปทาน

ผู้นำระดับสูงดำเนินการอย่างไร ในการถ่ายทอดวิสัยทัศน์และค่านิยมผ่านระบบการนำองค์กร เพื่อให้บุคลากร ผู้ส่งมอบ และคู่ค้าที่สำคัญ รวมทั้งลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ นำไปปฏิบัติ

ผู้นำระดับสูงดำเนินการอย่างไร ในการนำการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและมอบคุณค่าอย่างสมดุล

รัฐวิสาหกิจมีกระบวนการและตัววัดที่ปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมในโครงสร้างการกำกับดูแล และทั่วทั้งรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาดในปัจจุบัน และในอนาคต

รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการรับฟังลูกค้า

รัฐวิสาหกิจนำลูกค้าของคู่แข่ง และลูกค้าตลาดอื่นๆ ที่พึงมีในอนาคตมาประกอบการพิจารณา จำแนกกลุ่มลูกค้าดังกล่าวอย่างไร

รัฐวิสาหกิจใช้สื่อสังคมออนไลน์ และเทคโนโลยีบนเว็บ เพื่อรับฟังลูกค้าอย่างไร



หมวด 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

3.1 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด

ก. การรับฟังลูกค้า

- กำหนดลูกค้า กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมาย
- รับฟังลูกค้าปัจจุบัน และผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคตเพื่อกำหนดความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม รวมทั้งระดับความสำคัญเชิงเปรียบเทียบ
- ติดตามข้อมูลป้อนกลับ

ข. การประเมินความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

- ประเมินความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของแต่ละกลุ่ม เพื่อได้สารสนเทศมาใช้ตอบสนองลูกค้า และสร้างความภักดี
- เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ากับคู่แข่งและองค์กรที่มีผลิตภัณฑ์และบริการที่คล้ายกันหรือระดับเทียบเคียง
- ใช้สารสนเทศเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์ บริการ การตลาดและพัฒนาธุรกิจใหม่

3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้า

ก. ผลិតภัณฑ์ การบริการ และการสนับสนุนลูกค้า

- นำเสนอผลิตภัณฑ์ และการบริการ รวมทั้งนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- ช่วยให้ลูกค้าค้นหาสารสนเทศ และรับการสนับสนุน ให้สามารถทำธุรกรรม
- กำหนดความต้องการ การสนับสนุนลูกค้า และถ่ายทอดให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ

ข. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- สร้างและจัดการความสัมพันธ์เพื่อให้ได้ลูกค้า ตอบสนองความต้องการ และเกินความคาดหวัง เพิ่มความภักดี ให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี
- จัดการข้อร้องเรียนอย่างทันท่วงที และมีประสิทธิภาพการรวบรวม
- วิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงทั้งในองค์กรและลูกค้า



ที่มา : ร่างแผนยุทธศาสตร์การบริหารการประปานครหลวง ฉบับที่ 4 (2560-2564)

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่ให้บริการงานประปา มีธรรมาภิบาล และได้มาตรฐานในระดับสากล

สร้างการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร

ดำเนินการตามแผนน้ำประปาปลอดภัยขององค์การอนามัยโลก ด้วยการพัฒนาระบบน้ำดิบ - ผลิต - จ่ายให้มีเสถียรภาพ

พัฒนางานประปาอย่างมืออาชีพให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้ประชาชนได้มีน้ำประปาใช้ถ้วนหน้าทั่วไทย

“การสร้างความมั่นคงขององค์กรเพื่อให้บริการสาธารณะควบคู่กับ การดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อม”

“การเสริมสร้างความมั่นใจด้านความสะอาดและปลอดภัยของน้ำประปา ควบคู่กับการรักษาเสถียรภาพตั้งแต่แหล่งน้ำดิบ กระบวนการผลิตน้ำ ไปจนน้ำประปาที่ส่งถึงผู้บริโภค”

“การตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย”

“บริการที่ครอบคลุม ธุรกิจเสริม และกิจกรรมเพื่อสังคมให้ถ้วนหน้าทั่วไทย”

Capital :

Finance

- อัตรากำไรสุทธิ (NPM)
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้จากการดำเนินงาน

Social :

CG & SR

- คะแนนคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ
- ดัชนีชี้วัดการดำเนินการอย่างยั่งยืน (Sustainable Corporation Index)

Environment :

Eco-Friendly

- ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
- อัตราการใช้ไฟฟ้าที่ลดลง (Consumption Rate) ของอาคารที่ดำเนินการอนุรักษ์พลังงาน
- ปริมาณน้ำใช้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน

น้ำประปาสะอาดและปลอดภัย :

Consumer Confident

- ร้อยละความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปาดื่มได้

Water Quality

- คุณภาพน้ำ ณ สถานที่ใช้น้ำ
- Turbidity • Escherichia coli
- pH Value • Residual Free Chlorine

เสถียรภาพระบบประปา :

Water Distribution

- อัตราน้ำสูญเสียเฉลี่ย
- อัตราน้ำสูญเสียของท่อใหม่ไม่รวม Apparent Losses : AL

Water Supplies

- จำนวนชั่วโมงที่สามารถจ่ายน้ำประปาสำรองฉุกเฉินได้ (Service Reservoir Capacity)
- ระยะเวลาในการแก้ไขสถานการณ์ที่ส่งผลให้หยุดจ่ายน้ำ (Supply Interruption)

การตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล :

Customer Service

- ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวม

Balanced Stakeholder

- ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ไม่รวมผู้ใช้น้ำ)

บริการที่ครอบคลุม :

Water Distribution

- ร้อยละของพื้นที่การให้บริการ

ธุรกิจเสริมถ้วนหน้าทั่วไทย :

Business Expansion

- จำนวนความร่วมมือในการพัฒนาระบบประปา กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

SR ถ้วนหน้าทั่วไทย :

SR Expansion

- จำนวนชุมชน/โรงเรียนที่มีการดำเนินงานพัฒนาสังคมและชุมชนเชิงรุก

KM & Innovation

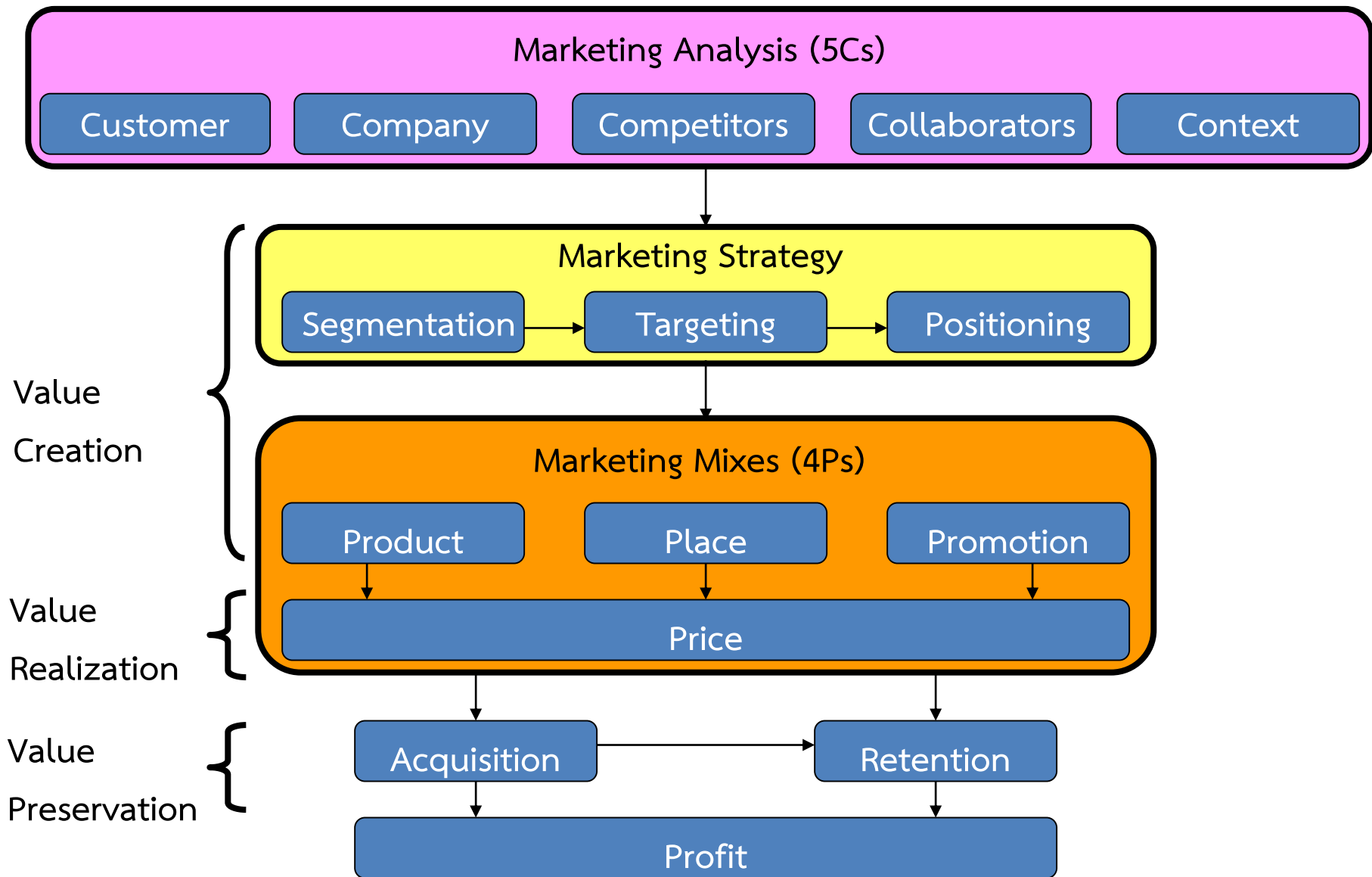
- ร้อยละของจำนวน Explicit-K ที่บันทึกในระบบสารสนเทศจัดการความรู้เปรียบเทียบกับจำนวนนักจัดการความรู้ในหน่วยงานที่เป็น Core และ Supporting ที่สำคัญของ รทปน.
- จำนวนวิจัยที่แล้วเสร็จนำไปต่อยอดใช้จริงหรือใช้ในรูปแบบอื่นๆ

HR

- ระดับความผูกพันโดยรวม
- จำนวนผู้ใช้น้ำ / บุคลากรของ รทปน. (พนักงานและลูกจ้าง)

IT

- จำนวนระบบงานที่เชื่อมโยง
- ร้อยละของระบบงานที่มีความสำคัญที่ได้รับมาตรฐาน ISO 27001 : 2013 (GIS, SCADA, WLMA)





กระทรวงแรงงาน
Ministry of Labour



เปลี่ยนการแสดงผล : 


หน้าหลัก

แนะนำกระทรวงแรงงาน ▼

สมว.แรงงาน

พนักงาน/ลูกจ้าง

ผู้ประกอบการ

นักวิชาการ

ข้อมูลที่น่าสนใจ ▼

ปลัดแรงงาน หารือ สมาคมประมงฯ แก้ ปัญหาขาดแคลนแรงงานประมง

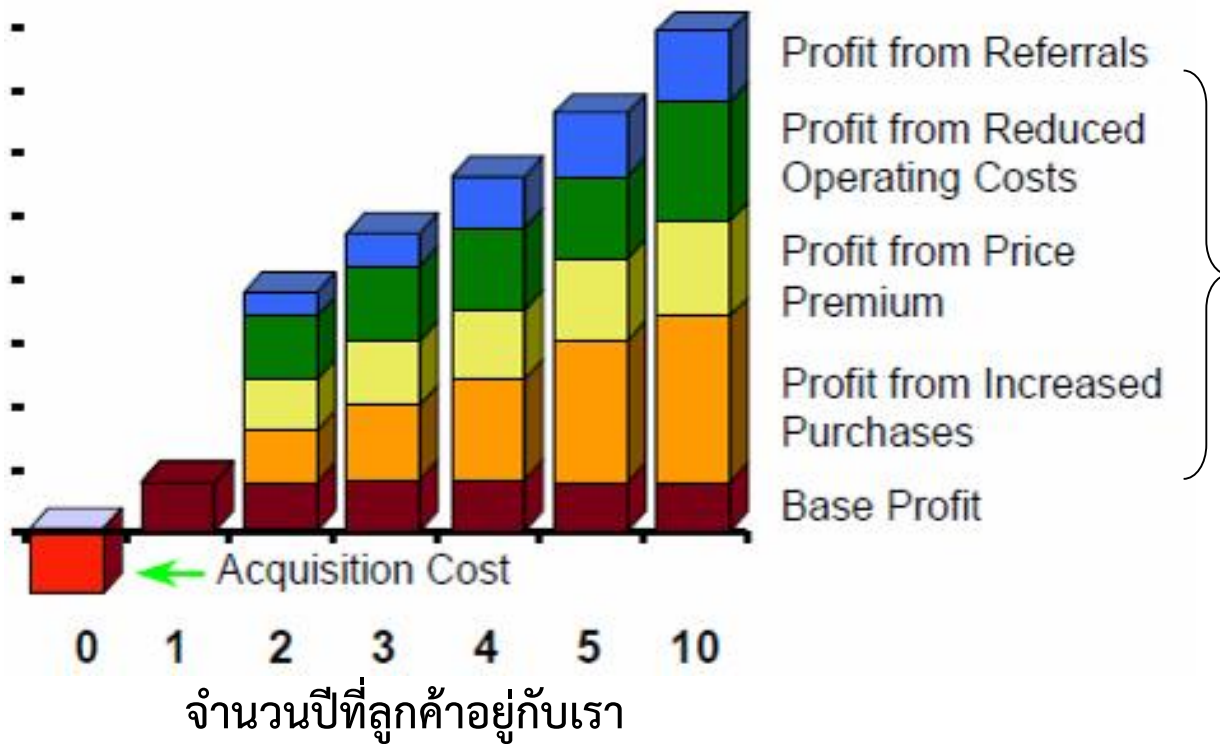
หม่อมหลวงปิ่นตบตร สมิติ ปลัดกระทรวงแรงงาน ให้
สัมภาษณ์ภายหลัง นายมงคล สุขเจริญคณา ประธาน
สมาคมประมงแห่งประเทศไทยและคณะ เข้าพบเพื่อหารือ
กรณีการขาดแคลนแรงงานต่างด้าวในกิจการประมง
ทะเล ณ ห้องประชุมเทียน อัสกุล ชั้น 10 กรมการจัดหางาน



หน่วยงานภาครัฐที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถแสดงความใส่ใจในการให้เห็นอย่างชัดเจนว่าองค์กรได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจังและได้เตรียมการในทุกมิติเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความสนใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเต็มที่ และควรจะเปิดช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทางเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเต็มที่

ประโยชน์ของ Customer Centric คือ

1. จะเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า ซึ่งนั่นหมายถึงลูกค้าจะซื้อจากเรามากขึ้นในระยะเวลาที่นานขึ้นด้วย
2. การลงทุนทางด้านการตลาดจะตรงกับเป้าหมายมากขึ้น หมายถึงว่ากิจกรรมทางการตลาดที่เราทำไปจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อันพึงประสงค์มากขึ้น เช่น ลูกค้าจะสนใจเรามากขึ้น หรือ ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น รวมไปถึงลูกค้าจะแนะนำเราไปให้คนอื่นต่อไปด้วย เป็นต้น



Harvard Business School ได้แสดงให้เห็นว่า ยิ่งลูกค้าอยู่กับเรานานเท่าไร เราจะสามารถหากำไรจากลูกค้าเพิ่มได้มากขึ้นเท่านั้น

Customer Service Application

- Tele Marketing
- Tele Sales
- Customer Care
- Order Management
- Help Desk

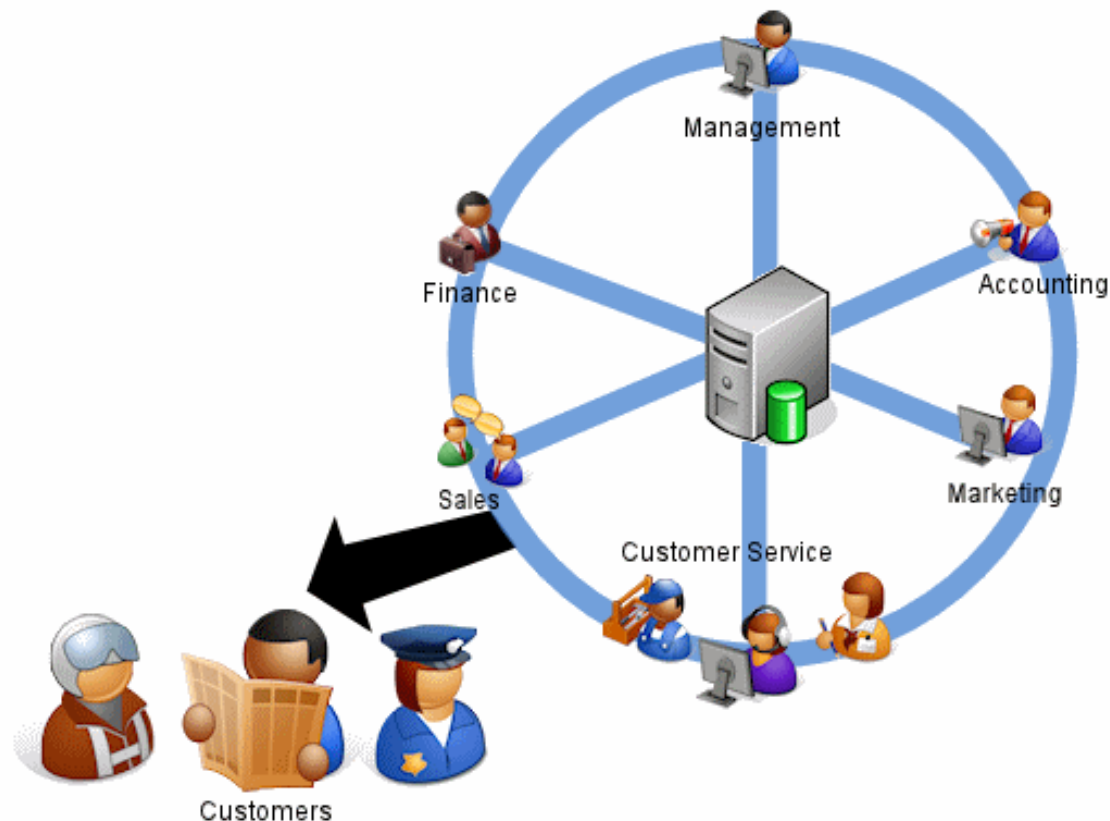
Sales Force Automation

- Accounts Management
- Contacts Management
- Activities Management
- Opportunities Management

Marketing Application

- Customer Segmentation
- Campaigns Management
- Sales Analysis
- Product Design

การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าเป็นกลไกที่สำคัญมากในการสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าด้วยระบบสารสนเทศนั้น นอกจากจะช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแล้วยังช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและกิจกรรมการขายได้อย่างเหมาะสม





ระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ
(เกณฑ์และวิธีการประเมิน)

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ
มกราคม 2556

(1) ผลิตภัณฑ์และบริการ

- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการกำหนดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ และสร้างโอกาสในการขยายความสัมพันธ์ลูกค้าในปัจจุบัน (พิจารณาตามความเหมาะสม)

(2) การสนับสนุนลูกค้า

- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาสารสนเทศและรับการสนับสนุน
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมกับรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งให้ข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการสนับสนุนลูกค้าของรัฐวิสาหกิจ
- วิธีการที่สำคัญในการสนับสนุนลูกค้าของรัฐวิสาหกิจ รวมถึงช่องทางและวิธีการสื่อสารที่สำคัญ มีอะไรบ้าง วิธีการเหล่านี้มีความแตกต่างกันอย่างไรระหว่างลูกค้า กลุ่มลูกค้า หรือส่วนตลาด
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร เพื่อให้ข้อกำหนดด้านการสนับสนุนลูกค้าดังกล่าว ได้ถูกถ่ายทอดไปยังบุคลากรและกระบวนการที่เกี่ยวข้องให้นำไปปฏิบัติ

การรับฟังเสียงของลูกค้าควร
จะครอบคลุมที่มีติไม่ว่าจะเป็น
คำชม คำติ คำถาม ความ
คิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ
ซึ่งองค์กรจะต้องฟังอย่างตั้งใจ
ในเสียงของลูกค้าและตลาด
ด้วยกลไกและเครื่องมือที่
เหมาะสม





ระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ
(เกณฑ์และวิธีการประเมิน)

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ
มกราคม 2556

ข. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

(1) การจัดการความสัมพันธ์

- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการสร้างความสัมพันธ์ และจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้บรรลุผลต่อไปนี้
 - ได้ลูกค้าใหม่
 - ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า
 - เพิ่มความภักดี และการกลับมาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์และบริการซ้ำ
 - ให้ลูกค้ากล่าวถึงรัฐวิสาหกิจในทางที่ดี

(2) การจัดการข้อร้องเรียน

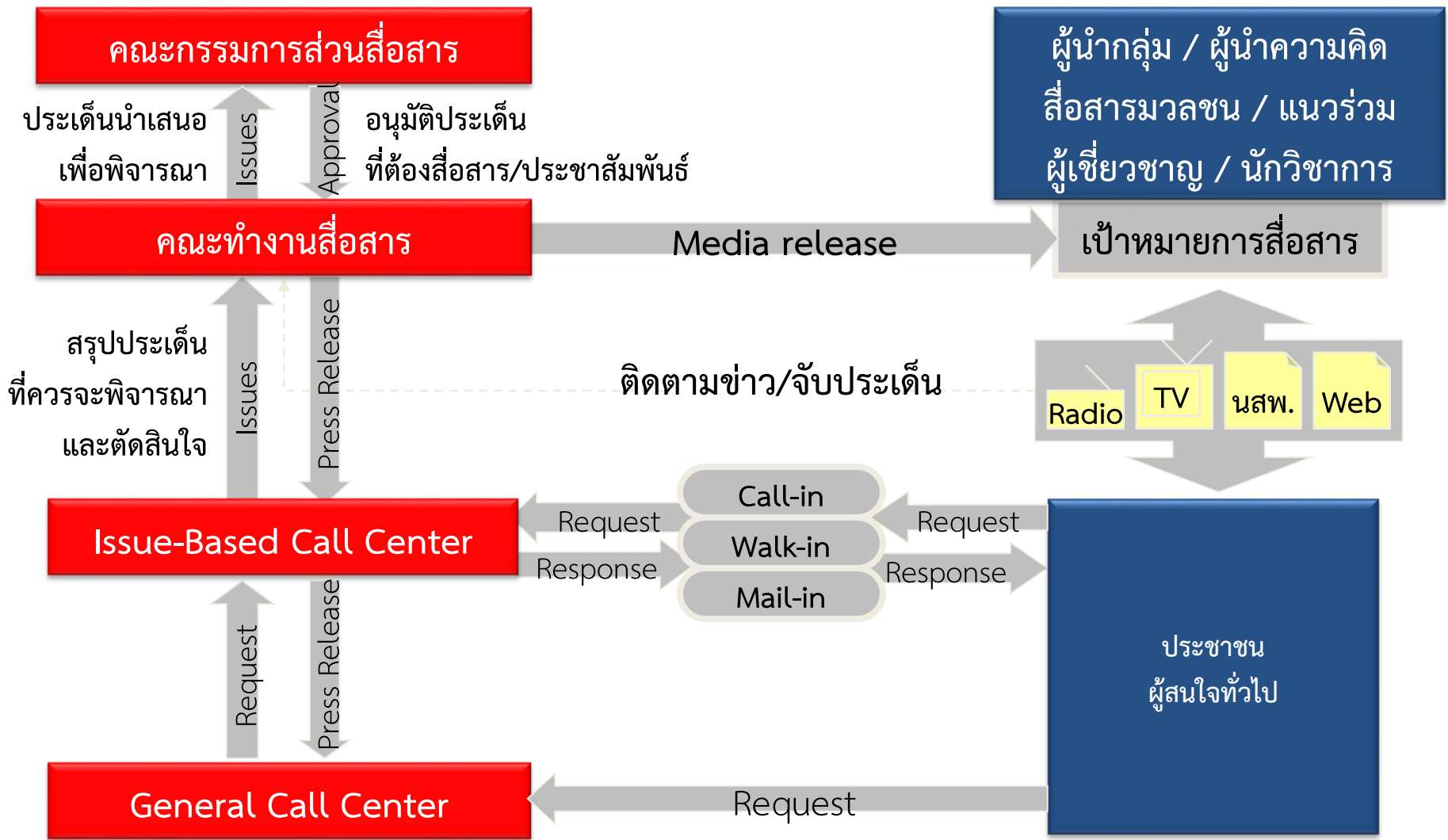
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร เพื่อให้กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนทำให้ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ
- กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนช่วยลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งลดการสูญเสียธุรกิจ และทำให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี (พิจารณาตามความเหมาะสม) ได้อย่างไร
- รัฐวิสาหกิจดำเนินการอย่างไร ในการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อร้องเรียนเพื่อใช้ในการปรับปรุงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งให้ลูกค้านำไปปรับปรุง

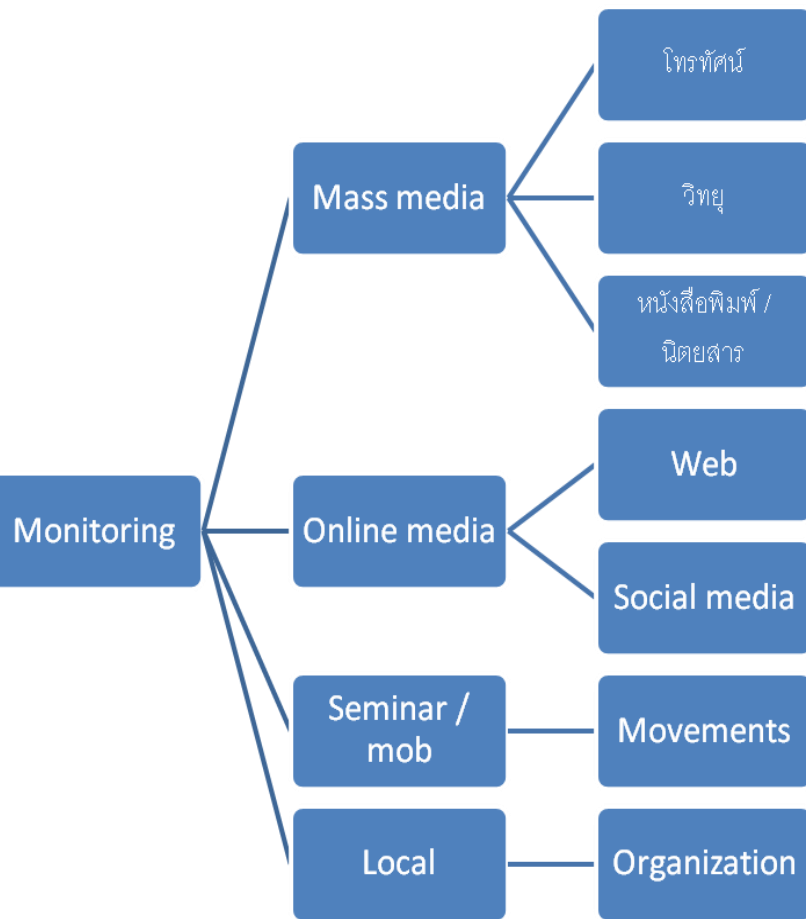


บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา ขอนแก่น จำกัด
Central Pattana Khonkaen Co.,Ltd. (CPN-KKN)

ระบบการรับฟังเสียงของลูกค้า







การติดตามประเด็นจะครอบคลุม การบันทึกภาพและเสียง การถอดความ และการจัดทำ รายงานโดยทันทีและเป็นประจำวัน พร้อมสรุปผลการดำเนินงานเป็นรายเดือนข้อมูลอินเทอร์เน็ต ข่าวและรายการสนทนา จากสถานีโทรทัศน์ / วิทยุ / สื่อออนไลน์ แบบตลอดเวลา 24 ชั่วโมง และทำงานทุกวันไม่มีวันหยุด



ขอบคุณครับ