คู่ฉบับ

ประกาศการยาสูบแห่งประเทศไทย

ที่ ๔๖ /๒๕๖๘

เรื่อง หลักเกณฑ์การเข้าร่วมเป็นผู้จัดจำหน่าย

"โครงการทดลองศึกษาวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การขายและการกระจายสินค้าในช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)" ประเภทร้านขายส่งยาสูบ

ด้วยการยาสูบแห่งประเทศไทย (ยสท.) เห็นสมควรปรับปรุงหลักเกณฑ์การเข้าร่วมเป็นผู้จัดจำหน่ายภายใต้โครงการทดลองศึกษาวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การขายและการกระจายสินค้าในช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการค้ายาสูบในปัจจุบัน รวมถึงเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับร้านขายส่งยาสูบที่มีศักยภาพในการกระจายสินค้า เพื่อให้โครงการฯ บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ต่อ ยสท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๒ ประกอบมาตรา ๒๓ (๒) แห่งพระราชบัญญัติการยาสูบแห่งประเทศไทย พ.ศ.๒๕๖๑ และข้อ ๑๓ ของข้อบังคับการยาสูบแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการปฏิบัติงานของผู้ว่าการและการมอบให้ผู้อื่นปฏิบัติงานแทนผู้ว่าการ พ.ศ. ๒๕๖๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ผู้ว่าการจึงได้ออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า "ประกาศการยาสูบแห่งประเทศไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การเข้าร่วมเป็นผู้จัดจำหน่าย "โครงการทดลองศึกษาวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การขายและการกระจายสินค้าในช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)" ประเภทร้านขายส่งยาสูบ"

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกประกาศการยาสูบแห่งประเทศไทย ที่ ๓๕/๒๕๖๘ เรื่อง หลักเกณฑ์การเข้าร่วมเป็นผู้จัดจำหน่าย "โครงการทดลองศึกษาวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การขายและการกระจายสินค้าในช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)" ประเภทร้านขายส่งยาสูบ ลงวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๘

ข้อ ๔ ในประกาศนี้

"ยสท." หมายความว่า การยาสูบแห่งประเทศไทย

"ยาสูบ" หมายความว่า บุหรี่ซิกาแรตที่การยาสูบแห่งประเทศไทยเป็นผู้ผลิตหรือจัดจำหน่าย

"สินค้า" หมายความว่า ยาสูบรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับยาสูบของการยาสูบแห่งประเทศไทย

"ร้านขายส่งยาสูบ" หมายความว่า ผู้ประกอบการค้าที่การยาสูบแห่งประเทศไทยมีหนังสือแต่งตั้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้เป็นร้านขายส่งยาสูบเพื่อจำหน่ายสินค้าของการยาสูบแห่งประเทศไทย

"ผู้จัดจำหน่าย" หมายความว่า ร้านขายส่งยาสูบที่เข้าร่วมโครงการทดลองศึกษาวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การขายและการกระจายสินค้าในช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เพื่อจำหน่ายและกระจายสินค้าของการยาสูบแห่งประเทศไทย

ข้อ ๕ ...

ข้อ ๕ ผู้จัดจำหน่ายต้องมีคุณสมบัติและลงนามในบันทึกข้อตกลงเข้าร่วมเป็นผู้จัดจำหน่ายดังนี้

(๑) เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นโดยถูกต้องตามกฎหมายมีหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล

(๒) เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายไทยและจำนวนหุ้นหรือทุนที่ถือโดยบุคคลที่มีสัญชาติไทยเกินกว่าร้อยละ ๕๐

(๓) มีใบอนุญาตขายยาสูบประเภท ๑ ตามกฎหมายภาษีสรรพสามิต

(๔) มีสถานที่เก็บสินค้าเพียงพอและถูกลักษณะเพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมคุณภาพ

(๕) มีจำนวนร้านค้าที่สามารถกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอและต้องแจ้งชื่อร้านค้าที่กระจายสินค้าในเขตตลาดภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ได้รับหนังสือแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายตามสัญญา/ข้อตกลงทางการค้าที่ ยสท. กำหนด

(๖) มีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน

(๗) มีลูกหนี้การค้ามากกว่าเจ้าหนี้การค้า

(๘) มีทีมงานขนส่งสามารถส่งสินค้าได้ครอบคลุมพื้นที่ในเวลา ๑ - ๓ วัน

(๙) มีประสบการณ์การทำธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

(๑๐) ไม่จำหน่ายสินค้าของคู่แข่งขันทางการค้า ของ ยสท.

(๑๑) มีทัศนคติที่ดี และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

(๑๒) มีโครงสร้างองค์กรชัดเจน และมีบุคลากรเพียงพอกับขนาดธุรกิจดังนี้

(๑๒.๑) มีความพร้อมในการเพิ่มพนักงาน ให้สอดคล้องกับการขยายตัวในอนาคต

(๑๒.๒) มีจำนวนพนักงานขาย และพนักงานธุรการ ที่เพียงพอต่อแผนการดำเนินธุรกิจ

(๑๓) มีการใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศในการบริหารร้านค้าปลีก

(๑๔) มีการดำเนินงานที่มีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการขาย เช่น การจัดการเขตการขายครอบคลุมพื้นที่ที่รับผิดชอบ การจัดแผน/เข้าเยี่ยมร้านค้า Route Plan ของพนักงานขาย ที่เสนอต่อ ยสท. ครบทุกเขต

ข้อ ๖ บทบาทหน้าที่ของผู้จัดจำหน่าย

(๑) ต้องรายงานความเคลื่อนไหวด้านการค้ายาสูบทั้งของ ยสท. และคู่แข่งทางการค้า ตลอดจนเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่มีผลต่อการค้ายาสูบในเขตตลาดยาสูบนั้น ๆ ให้ ยสท. ทราบโดยเร็ว เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที เช่น การส่งเสริมการขายของคู่แข่งขันกับร้านค้าปลีก หรือ การค้าบุหรี่ผิดกฎหมายในพื้นที่ เป็นต้น

(๒) ต้องไม่ประกอบการค้าอย่างหนึ่งอย่างใดอันมีผลประโยชน์ขัดกันกับการประกอบกิจการค้าของ ยสท. เช่นบุหรี่ต่างประเทศ หรือบุหรี่ผิดกฎหมาย

(๓) ต้องจำหน่ายสินค้าตามราคาที่ ยสท. กำหนด

(๔) ต้องสั่งซื้อสินค้าตามระยะเวลาที่ ยสท. กำหนด หรือตามการรักษาระดับปริมาณสินค้าคงคลัง

(๕) จัดหาทีมงานตามโครงสร้างองค์กรชัดเจน มีหน่วยงานขาย ธุรการ และขนส่งที่เพียงพอต่อแผนการดำเนินงานในแต่ละวัน

(๖) วางแผน...

(๖) วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการขาย ให้สอดคล้องกับนโยบายของ ยสท.

(๗) จัดทำระบบข้อมูลในการบริหารร้านค้าปลีก

(๘) บริหารจัดการเขตพื้นที่การขาย ให้ครอบคลุมพื้นที่ที่รับผิดชอบจาก ยสท.

(๙) บริหารจัดการแผนเข้าเยี่ยมร้านค้า Route Plan ของพนักงานขาย ให้ครบทุกเขต และมีพนักงานขายเข้าเยี่ยมร้านค้าตาม Route Plan ที่กำหนดไว้

(๑๐) จัดโครงสร้างรายได้และ Incentive ให้พนักงานขายตามมาตรฐานของ ยสท.

(๑๑) ร่วมประชุมประจำเดือน หรือการประชุมร่วมกับผู้แทนของ ยสท. ตามที่ ยสท. กำหนด

(๑๒) ต้องกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เขตการขายตามที่ ยสท.กำหนด

(๑๓) ต้องไม่ส่งยาสูบข้ามเขตตลาดตามที่ ยสท.กำหนดไว้

(๑๔) กำหนดเป้าหมายการขาย การกระจายสินค้า การเข้าเยี่ยมร้านค้า จำนวนร้านค้าซื้อ และเป้าหมายอื่น ๆ ตามที่กำหนด แยกตามรายพนักงานขาย

(๑๕) ต้องมีรถขายสินค้าครบจำนวนตามที่ตกลง รถขายสินค้าต้องวิ่งตามแผนงานที่วางไว้ครบทุกเขตการขาย โดยที่รถขายสินค้าต้องมีสภาพดี เหมาะกับการบรรทุกและเก็บรักษาคุณภาพสินค้า

(๑๖) ต้องตรวจสอบปริมาณสินค้าคงคลังเป็นประจำทุกเดือน และจะต้องรักษาปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำของสินค้าแต่ละหน่วย (SKU) ในปริมาณที่เทียบเท่ากับยอดการขายสินค้า ระยะเวลา ๑๔ วัน (Stock Cover Day)

(๑๗) ต้องดูแลรักษาสินค้าด้วยความระมัดระวัง และควบคุมดูแลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าสถานที่จัดเก็บสินค้า (คลังสินค้า) มีความเหมาะสม เพียงพอ และถูกสุขลักษณะ

(๑๘) ต้องบริหารจัดการสินค้าคงคลังของ ยสท. เพื่อให้มีระยะเวลาสำหรับการวางขายผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้หลักการ “หมดอายุก่อนออกก่อน” (First Expire First Out) โดยจะต้องตรวจสอบปริมาณสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอ

(๑๙) จัดทำรายงานข้อมูลทางการขาย การกระจายสินค้า และจัดส่งข้อมูลทางการขาย จำนวนร้านค้าปลีก รายชื่อร้านค้าปลีก หรือข้อมูลอื่นใดที่ ยสท. ระบุไว้ ให้กับ ยสท. ตามกำหนดเวลา

ข้อ ๗ เขตตลาด/พื้นที่การขาย

๑ เขตตลาด (จังหวัด) หรือ ตามที่ระบุในบันทึกข้อตกลงทางการค้า

ข้อ ๘ เป้าหมายรายเดือนในการดำเนินการค้า

ยอดจำหน่าย จำนวนร้านค้าปลีกเยี่ยม จำนวนร้านค้าปลีกซื้อ การส่งรายงาน ตามที่ระบุในบันทึกข้อตกทางการค้า

ข้อ ๙ ผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์

(๑) เงินสนับสนุนการขาย (ผลตอบแทน)

สนับสนุนการขายในการกระจายสินค้า (Distribution Fee) จำนวน ๑% ของยอดซื้อเข้า (Sell In) ซึ่งจะพิจารณาจากการบรรลุเป้าหมายยอดขายออก จำนวนร้านค้าปลีกซื้อ และการส่งรายงาน รายละเอียดดังนี้

KPI ...

KPI Incentive สำหรับผู้จัดจำหน่าย			
เกณฑ์	**อัตราการบรรลุเป้าหมายรายเดือน**		
	๑๐๐%	**๙๐%**	**๘๐%**
๑. จำนวนร้านค้าปลีกเยี่ยม	๐.๑๐%	๐.๐๘%	๐.๐๕%
๒. จำนวนร้านค้าปลีกซื้อ	๐.๕๐%	๐.๓๐%	๐.๑๐%
๓. การส่งรายงาน	๐.๔๐%	๐.๒๐%	๐.๑๐%
KPI Incentive สำหรับผู้จัดจำหน่าย	**๑.๐๐%**	**๐.๕๘%**	**๐.๒๕%**

หมายเหตุ :

- จำนวนร้านค้าปลีกเยี่ยม คิดจากจำนวนร้านค้าปลีกที่เข้าเยี่ยม หารด้วยจำนวนร้านค้าครอบคลุมของผู้จัดจำหน่าย (Coverage) ณ วันปิดยอด
- จำนวนร้านค้าปลีกซื้อ คิดจากจำนวนร้านค้าปลีกที่ซื้อ หารด้วยจำนวนร้านค้าครอบคลุมของผู้จัดจำหน่าย (Coverage) ณ วันปิดยอด
- การส่งรายงาน คิดจากการที่ผู้จัดจำหน่ายส่งรายงาน ให้ ยสท. : โดยส่งครบทุกวัน เท่ากับอัตราการบรรลุเป้าหมาย ๑๐๐% ขาดส่ง ๑ วัน เท่ากับอัตราการบรรลุเป้าหมาย ๙๐% ขาดส่ง ๒ วัน เท่ากับอัตราการบรรลุเป้าหมาย ๘๐% (ในแต่ละเดือน)
- หากมีอัตราการบรรลุเป้าหมายทั้ง ๓ เกณฑ์ ต่ำกว่า ๘๐% จะไม่ได้รับเงินสนับสนุนใด ๆ
- เงื่อนไขการจ่าย KPI Incentive คำนวณจากยอดเงินรางวัลที่ผู้จัดจำหน่ายบรรลุในแต่ละหัวข้อคูณกับจำนวนยอดซื้อสินค้าเข้าของผู้จัดจำหน่าย ณ วันปิดยอดในแต่ละรอบเดือน
- ยสท. มีหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย ๑% จากเงิน Incentive นี้ เพื่อนำส่งกรมสรรพากร
- เงื่อนไขการจ่าย KPI Incentive สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงราคาบุหรี่ ณ ปัจจุบัน และอยู่ในดุลยพินิจของ ยสท.
- วิธีการจ่ายเป็นไปตามที่ ยสท. กำหนด

(๒) เงินรางวัลพนักงานขาย (Sales Incentive)

โครงสร้างเงินรางวัลพนักงานขาย (หน่วยรถ/Van Sales) เริ่มต้นที่ คันละ ๔,๐๐๐ บาท ถึงสูงสุด ๑๐,๐๐๐ บาท ต่อเดือน รายละเอียดดังนี้

เกณฑ์	**สัดส่วน Incentive**	**อัตราการบรรลุเป้าหมายรายเดือน**	**เงินรางวัลที่ได้รับ (บาท)**
จำนวนร้านค้าปลีกเยี่ยม	๑๐%	๘๐%	๕๐๐
		๙๐%	๗๐๐
		๑๐๐%	๑,๐๐๐
จำนวนร้านค้าปลีกซื้อ	๗๐%	๘๐%	๓,๐๐๐
		๙๐%	๕,๐๐๐
		๑๐๐%	๗,๐๐๐

เกณฑ์...

เกณฑ์	สัดส่วน Incentive	อัตราการบรรลุเป้าหมายรายเดือน	เงินรางวัลที่ได้รับ (บาท)
การขายตามราคาและรายการส่งเสริมการขาย	๒๐%	๘๐%	๕๐๐
		๙๐%	๑,๐๐๐
		๑๐๐%	๒,๐๐๐
รวม	**๑๐๐%**	**๔,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐ บาท ต่อ ๑ หน่วยรถ**	

หมายเหตุ : หากมีอัตราการบรรลุเป้าหมายทั้ง ๓ เกณฑ์ ต่ำกว่า ๘๐% จะไม่ได้รับเงินรางวัลใด ๆ

ข้อ ๑๐ บทลงโทษ

กรณีผู้จัดจำหน่าย ฝ่าฝืน ละเลยหรือละเว้นต่อหน้าที่ข้อใดข้อหนึ่งและส่งผลกระทบต่อกิจการค้ายาสูบของ ยสท. และมีหนังสือแจ้งเตือนให้ปรับปรุงแก้ไข หากได้รับหนังสือเตือนให้แก้ไขแล้ว ๒ ครั้ง แต่ยังกระทำผิดหรือไม่มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น จะดำเนินการตามบทลงโทษดังนี้

(๑) ยสท. มีหนังสือแจ้งยกเลิกการเข้าร่วมโครงการ ล่วงหน้าอย่างน้อย ๓๐ วัน

(๒) กรณีผู้จัดจำหน่ายไม่เห็นด้วยกับหนังสือเตือนหรือหนังสือลงโทษ ให้ทำหนังสือชี้แจงเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริง

(๓) การตัดสินของ ยสท. ถือเป็นที่สุด และเมื่อมีการตัดสินยกเลิกการเข้าร่วมโครงการฯ ให้ผู้จัดจำหน่ายชำระหนี้ และส่งคืนทรัพย์สินตลอดจนส่งมอบข้อมูลทางการขาย เช่น รายชื่อร้านค้า รายละเอียดการสั่งซื้อ ให้กับ ยสท. ภายใน ๗ วันนับถัดจากวันที่ได้รับหนังสือยกเลิก

ข้อ ๑๑ การคืนสินค้า

ยสท. จะรับคืนสินค้า เฉพาะกรณีที่สินค้าที่ได้ส่งมอบ เกิดความเสียหาย สินค้าอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ พร้อมจำหน่าย ฉลากสินค้าไม่สมบูรณ์ อันเกิดจากกระบวนการผลิต รวมถึงสินค้าไม่ครบจำนวน โดย ยสท. จะเปลี่ยนสินค้าให้ผู้จัดจำหน่าย ภายใน ๗ วัน หลังจากที่ ยสท. ได้รับแจ้ง

ข้อ ๑๒ ระยะเวลาการดำเนินโครงการ : ๖ เดือน (สิงหาคม ๒๕๖๘ - มกราคม ๒๕๖๙)

(๑) ระยะแรก ๒ เดือน (สิงหาคม - กันยายน ๒๕๖๘)

(๒) ระยะที่สอง ๔ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๘ - มกราคม ๒๕๖๙)

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายภูมิจิตต์ พงษ์พันธุ์งาม)
ผู้ว่าการการยาสูบแห่งประเทศไทย

ต้นฉบับ - กองพัฒนากฎหมายและระเบียบ สำนักกฎหมาย ศรัณยู ร่าง/พิมพ์

คู่ฉบับ - ฝ่ายตลาด ตรวจ

สำเนา เรียน ผู้ว่าการ รองผู้ว่าการ (๕) ผู้ตรวจการ ผู้ชำนาญการปรุง ผู้ชำนาญการใบยา

- ฝ่ายอำนวยการและสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริการกลาง ฝ่ายตรวจสอบภายใน
- ฝ่ายการแพทย์ ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายจัดหาและรักษาพัสดุ
- ฝ่ายวิจัยและพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายวางแผนการผลิต ฝ่ายผลิตด้านใบยา ฝ่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
- ฝ่ายวิศวกรรมและพัฒนา ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ฝ่ายตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายใบยา ฝ่ายการพิมพ์
- สำนักกฎหมาย สำนักงบประมาณ สำนักป้องกันบุหรี่ผิดกฎหมาย
- สำนักคุณภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม สำนักเทคโนโลยีและสารสนเทศ
- สำนักบริหารทรัพย์สิน สำนักบริหารจัดการพลังงานฯ (สำนักงานโครงการย้ายโรงงานฯ)
- สำนักส่งออกและตลาดต่างประเทศ