



การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

ประกาศคณะกรรมการการยางแห่งประเทศไทย

เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)
การยางแห่งประเทศไทย

.....

การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ภายใต้พระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๕๘ มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย พัฒนา และเผยแพร่ ข้อมูลองค์ความรู้ และให้ความช่วยเหลือเกษตรกร สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง ผู้ประกอบกิจการยาง ในด้านต่างๆ ด้านความรู้ด้านวิชาการ การเงิน การผลิต การแปรรูป การอุตสาหกรรมยาง การตลาด และการประกอบธุรกิจ รวมถึงประกอบธุรกิจด้านสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับองค์กร มีความมุ่งมั่นให้บริการ ส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานประกอบธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น พัฒนา คุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้าเชิงส่งเสริม และลูกค้าเชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านสินค้า และผลิตภัณฑ์บริการ ประกอบด้วย การเพิ่ม ประสิทธิภาพการให้บริการ การสร้างความสัมพันธ์และรักษาลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติต่อลูกค้า ให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ และสนับสนุนให้พนักงานและเจ้าหน้าที่ การยางแห่งประเทศไทย มีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเชิงส่งเสริมและลูกค้าเชิงพาณิชย์ที่เป็นมาตรฐานของ องค์กรทุกจุดสัมผัส (Touch Points) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) จึงได้จัดทำ กฎบัตรและมาตรฐานด้านการบริการ ดังนี้

๑. ความสอดคล้องกับนโยบาย และค่านิยม ของการยางแห่งประเทศไทย

ตามประกาศคณะกรรมการการยางแห่งประเทศไทย เรื่อง นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ของการยางแห่งประเทศไทย ในส่วนของการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ทูกระดับของการยางแห่งประเทศไทย มุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนการดำเนินการตามระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานของการยางแห่งประเทศไทยต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ว่าการปฏิบัติงานขององค์กร จะคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหลัก โดยจะ ปฏิบัติงานบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริต มีธรรมาภิบาล มีจริยธรรม และจรรยาบรรณ รวมทั้งมีจิตสำนึกใน ความรับผิดชอบต่อภารกิจและหน้าที่ที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มด้วยความเสมอภาค เท่าเทียม รวมไปถึงการส่งเสริมนวัตกรรมในด้านต่างๆ เพื่อให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด อันจะก่อให้เกิดความมั่นคง ยั่งยืน ต่อระบบนิเวศน์ของอุตสาหกรรมยางพาราทั้งระบบ

รวมถึงการนำเรื่องค่านิยมขององค์กร “RUBBER” มาบูรณาการให้เกิดความสอดคล้องในการ ปฏิบัติงานเพื่อกำหนดเป็นกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ ประกอบด้วยการนำเรื่อง Rules ถูกต้องตาม กฎเกณฑ์ Unity เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน Be Innovation สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ Beyond service ใส่ใจการ ให้บริการ Expertise เชี่ยวชาญงานในหน้าที่ Responsibility มีความรับผิดชอบต่อ โดยมุ่งหวังสร้างให้เกิดเป็น วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรการยางแห่งประเทศไทยทุกคนมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า

๒. คำนิยามสำคัญ

กฎบัตรบริการ (Service Charter) หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของหน่วยงานในการให้บริการ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตงานและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) หมายถึง ชุดของนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้า ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่ พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) พหุติกรรมกรให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน (Service Protocol) การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Service Recovery Plan) และกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ และประเภทการให้บริการที่สำคัญ ซึ่งผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยกลไกในการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบและประเมินผลทั้งภายในและ/หรือภายนอก

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) หมายถึง ประสบการณ์ของลูกค้าและผู้รับบริการของ กยท. ทั้งด้านการให้บริการ และสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การรู้จัก/รับรู้สินค้าหรือบริการ, ค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการ ไปจนถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของเรา และกลับมาใช้ซ้ำ/ซื้อซ้ำ หรือแม้กระทั่งช่วยประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของหน่วยงาน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์กร ที่สร้างผลกระทบต่อการทำงานของ การยางแห่งประเทศไทย และ/หรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของการยางแห่งประเทศไทย โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการยางแห่งประเทศไทย จำนวน ๗ กลุ่ม ประกอบด้วย

- **หน่วยงานเชิงนโยบาย** หมายถึง หน่วยงานที่มอบนโยบาย และกำกับติดตามการดำเนินงาน ตามนโยบาย เช่น สำนักงานคณะกรรมการนโยบายยางธรรมชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, สำนักงานประมง, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน เศรษฐกิจการเกษตร, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ฯลฯ

- **พันธมิตร** หมายถึง หน่วยงาน องค์กรหรือกลุ่มบุคคล ที่ตกลงทำงานร่วมกับองค์กร หรือสนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ ร่วมกัน หรือเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการ โดยทั่วไปมักเป็นความร่วมมือที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อจุดมุ่งหมาย หรือจุดประสงค์เฉพาะเจาะจง เช่น เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ โดยปกติ การเป็นพันธมิตรมักมีการกำหนดช่วงเวลา และมีความเข้าใจอย่างชัดเจนในบทบาทและผลประโยชน์ที่เข้าร่วมกัน

- **คู่ค้า** หมายถึง หน่วยงาน นิติบุคคล หรือบุคคลที่ตกลงทำงานร่วมกับองค์กรเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะอย่าง และได้รับค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์อย่างชัดเจน เช่น บริษัทจำหน่ายเครื่องมืออุปกรณ์ บริษัทจำหน่ายสารเคมี วัสดุปลูกทางการเกษตร บริษัทจำหน่ายโปรแกรม/อุปกรณ์ด้าน IT บริษัทผู้รับเหมา

- **ลูกค้า** หมายถึง หน่วยงาน องค์กร กลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่ใช้ สินค้าหรือบริการเกี่ยวกับยางพาราจากการยางแห่งประเทศไทย โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น ลูกค้าเชิงส่งเสริม และลูกค้าเชิงพาณิชย์

- **พนักงานการยางแห่งประเทศไทย** หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง และเจ้าหน้าที่ทุกระดับของการยางแห่งประเทศไทย

- **ชุมชน และสังคม**

ชุมชน หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน ของการยางแห่งประเทศไทย โดยตรง ได้แก่ ชุมชนบริเวณรอบโรงงานของการยางแห่งประเทศไทย และ ชุมชน บริเวณรอบของตลาดการยางแห่งประเทศไทย

สังคม หมายถึง กลุ่มชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินของ การยางแห่งประเทศไทย ทั้งทางตรงและทางอ้อม

- **สื่อมวลชน** หมายถึง บุคคลผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน หรือบุคคลหรือคณะบุคคลไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตามที่ประกอบกิจการสื่อสารมวลชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำข่าวสาร และเนื้อหาสาระทุกประเภท ไปสู่มวลชนเพื่อสาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือในรูปอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป

จุดสัมผัสบริการ (Touch Points) หมายถึง ช่องทางที่เราสามารถสัมผัส (Touch) กับลูกค้าได้ครอบคลุมทั้งเชิงกายภาพ จุดที่สัมผัสได้ (Physical Touch Point) และเชิงข้อมูลหรือระบบข้อมูล (Digital Touch Point)

ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของการยางแห่งประเทศไทย จำแนกตามบทบาทและอำนาจหน้าที่ออกเป็น ๒ กลุ่มหลัก ได้แก่

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านส่งเสริม/บริการ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือเกษตรกร สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยาง ด้านวิชาการ การเงิน การผลิต การแปรรูป การอุตสาหกรรม การตลาด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อาทิ งานส่งเสริมปลูกแทน การจัดสวัสดิการ/แหล่งเงินทุน ระบบตลาดยางพารา การถ่ายทอดเทคโนโลยี การบริหารวิชาการ และบริการทดสอบ/มาตรฐาน

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านพาณิชย์** หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องดำเนินการภายใต้กฎหมายที่กำหนด รวมถึงการประกอบธุรกิจจากทรัพย์สินที่มีอยู่เดิมในสวนสวนยาง โรงงาน และทรัพย์สินอื่นของ กยท. และการพัฒนาธุรกิจใหม่ในส่วนการจัดหา ซื้อขาย แลกเปลี่ยน เพื่อสร้างรายได้และความมั่นคงทางการเงินแก่องค์กร อาทิ การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการส่งออกยางพาราอนุกรมการปกครอง การประกอบธุรกิจซื้อขายยางพารา ผลิตภัณฑ์ยาง และปัจจัยการผลิตอื่นๆ เป็นต้น

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของการยางแห่งประเทศไทยในการส่งเสริม สนับสนุน ให้ประเทศเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราที่เป็นเลิศ รวมถึงการอำนวยความสะดวกการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ โดยคำนึงถึงกระบวนการในทุกจุดสัมผัสบริการของเส้นทางเดินของลูกค้า เพื่อให้สามารถให้บริการและกำหนดแนวทางการประเมินผลได้อย่างครบถ้วนทุกขั้นตอนที่สำคัญ

๓.๒ เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ออกแบบระบบงาน กระบวนการทำงาน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปกำหนดใช้ในการจัดทำคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงการให้บุคลากรการยางแห่งประเทศไทย เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ และวิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐาน

๓.๓ เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ การให้บริการที่น่าเชื่อถือ และมีคุณภาพด้วยความโปร่งใส ผลิตภัณฑ์และบริการมีมาตรฐาน และสามารถให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อสอบถามและข้อร้องเรียนของลูกค้า รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพผลกระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการจัดการความรู้ และนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของการยางแห่งประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

๔. กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service และ Service Standard)

ในการกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ การวางแห่งประเทศไทยคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า กระบวนการของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) หน่วยงานที่รับผิดชอบ และแนวทางการวัด/ประเมินผลการปฏิบัติงาน (ข้อกำหนดตามมาตรฐาน) สามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดต่อรับบริการระหว่างลูกค้ากับการวางแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อใช้ในการสื่อสารให้บุคลากรการวางแห่งประเทศไทย เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐาน เมื่อมีการติดต่อขอใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของการวางแห่งประเทศไทย โดยแสดงตารางดังต่อไปนี้

เส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey)	ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Touch Points)		แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงาน		หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		Digital Touch points	Physical Touch points	เป้าหมาย	วิธีการ	
<p>๑. การรับรู้ (Awareness) การที่ลูกค้าสามารถรับรู้และพบเห็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของ กยท. ตามสื่อต่างๆ โดยช่องทางของการรับรู้สามารถเกิดได้ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online เพื่อสร้างการจดจำและความเข้าใจในสิ่งที่ กยท. มอบให้ลูกค้า</p>	<p>ช่องทางการรับรู้เพื่อขอรับการให้บริการผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของ กยท.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ www.rubber.co.th - หน่วยงานในสังกัดพันธมิตร และลูกค้า - สื่อสังคมออนไลน์ Facebook - Line official - Youtube - TV - Radio - E-Mail 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์และโปรเตอร์ - การจัดการสัมมนาทั้งที่ กยท. จัดเอง และเข้าร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ - การออกบูทเพื่อประชาสัมพันธ์ 	<p>การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ กยท. ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐</p>	<p>สำรวจผลการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ของ กยท.</p>	<p>สำนักผู้ว่าการ (กองประชาสัมพันธ์และเผยแพร่)</p>
<p>๒. การค้นหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ (Decision) การตัดสินใจของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการในด้านต่างๆ ของ กยท. มีดังนี้ ๒.๑ การใช้บริการของกลุ่มส่งเสริมวิชาการ อุตสาหกรรมยาง ตลาดอื่นๆ พิจารณาจากคุณภาพการผลิตสินค้าด้านการบริการความรวดเร็วในการส่งมอบความน่าเชื่อถือและคุณภาพมาตรฐาน ๒.๒ การใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์สินค้า บริการจะพิจารณาจากปริมาณ คุณภาพมาตรฐานและผลิตภัณฑ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>การค้นหา ติดต่อประสานงานหรือขอคำแนะนำในเรื่อง</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ ของ กยท. ๒. ระเบียบหลักเกณฑ์การขอใช้บริการ ๓. เอกสารหลักฐานแบบฟอร์มฯ ๔. ขั้นตอน/ระยะเวลาการดำเนินงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ของ กยท.และอื่นๆ - สื่อสังคมออนไลน์ Facebook - Line official - Youtube - TV - Radio - E-Mail - แอปพลิเคชัน RAOT SMILE (One Stop Market) - ระบบสารสนเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - การบอกต่อจากผู้ที่เคยใช้บริการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ - การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ - บุคลากร กยท. ที่ให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ชัดเจนและมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ - สถานที่ในการติดต่อเข้าใช้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก 	<p>มีความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐</p>	<p>การสำรวจผลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายเศรษฐกิจ - ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนา การผลิต - ฝ่ายพัฒนา เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร - ฝ่ายอุตสาหกรรมยาง - หน่วยธุรกิจ

เส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey)	ความต้องการและ ความคาดหวัง ของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Touch Points)		แนวทางการประเมินผลการ ปฏิบัติงาน		หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
		Digital Touch Points	Physical Touch Points	เป้าหมาย	วิธีการ	
<p>๓. การให้บริการ (Service)</p> <p>การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการเพื่ออำนวยความสะดวกและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการและมีการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในอนาคต</p>	<p>๑. การได้รับการส่งเสริมด้านเงินทุน ถ่ายทอดความรู้ และบริการวิชาการ การรับรองมาตรฐานด้าน ยางพารา ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว</p> <p>๒. การบริการที่ สะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอนในการออกไปรับรอง/อนุญาต รักษามาตรฐานการ ให้บริการที่ดี ยาง และผลิตภัณฑ์ยาง มีคุณภาพ</p>	<p>- เว็บไซต์ของ กยท.</p> <p>- สื่อสังคมออนไลน์ Facebook</p> <p>Line official</p> <p>Youtube</p> <p>TV</p> <p>Radio</p> <p>E-Mail</p> <p>- แอปพลิเคชัน RAO T SMILE (One Stop Market)</p> <p>- แบบสอบถาม online</p>	<p>- บุคลากร กยท. ที่ให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ชัดเจน และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ</p> <p>- สถานที่ในการติดต่อเข้าใช้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก</p>	<p>มีความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐</p>	<p>การสำรวจผลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ</p>	<p>- ฝศย.</p> <p>- ฝสพ.</p> <p>- ฝพก.</p> <p>- ฝอย.</p> <p>- หน่วยธุรกิจ</p>
<p>๔. การซื้อซ้ำ (Repurchase)</p> <p>มีการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างละเอียด นอกจากข้อมูลสำหรับการติดต่อแล้ว ยังต้องมีข้อมูลที่จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้สามารถส่งมอบสิ่งที่ลูกค้าตามความต้องการและความคาดหวัง ตลอดจนการรักษาลูกค้าด้วยวิธีการสร้างความผูกพันให้ลูกค้าพึงพอใจจนนำไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความภักดี</p>	<p>การได้รับการตอบสนอง ความต้องการ และความคาดหวัง ในช่วงก่อนระหว่างและหลังจากใช้บริการของ กยท. จนลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และเกิดความภักดีต่อ กยท.</p>	<p>- เว็บไซต์ของ กยท.</p> <p>- สื่อสังคมออนไลน์ Facebook</p> <p>Line official</p> <p>Youtube</p> <p>TV</p> <p>Radio</p> <p>E-Mail</p> <p>- แบบสอบถาม online</p>	<p>- กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ อาทิ เช่น เยี่ยมเยือนลูกค้า</p> <p>- เจ้าหน้าที่ กยท. แนะนำการ ให้บริการใหม่ๆ แก่ลูกค้าเดิม</p> <p>- การสำรวจข้อมูลของลูกค้าที่เป็นลูกค้าเดิมกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์ซ้ำอีกครั้ง</p>	<p>- มีความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐</p> <p>- จำนวนของข้อร้องเรียนที่สามารถตอบได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ร้อยละ ๑๐๐</p>	<p>- การสำรวจผลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ</p> <p>- การจัดการข้อร้องเรียน กยท.</p>	<p>- ฝศย.</p> <p>- ฝสพ.</p> <p>- ฝพก.</p> <p>- ฝอย.</p> <p>- หน่วยธุรกิจ</p> <p>- ฝทม.</p>

๕. จรรยาบรรณในการให้บริการลูกค้า

การยางแห่งประเทศไทย ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการที่ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องถือปฏิบัติ โดยกำหนดเป็นประมวลความประพฤติตนที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณในการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงการรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณ ภาพลักษณ์ในการบริการขององค์กร ดังนี้

๕.๑ ให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเต็มกำลังความสามารถด้วยความเป็นธรรมชาติเพื่อมีน้ำใจและใช้กิริยาจากที่สุภาพอ่อนโยนเมื่อเห็นว่าเรื่องใดไม่สามารถปฏิบัติได้หรือไม่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของตนควรชี้แจงเหตุผลหรือคำแนะนำให้ติดต่อยังหน่วยงานหรือบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ต่อไป

๕.๒ ประพฤติตนให้เป็นที่เชื่อถือของบุคคลทั่วไป

๕.๓ ละเว้นการเรียกรับหรือทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยมิชอบ

๕.๔ รักษาความลับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเคร่งครัดและไม่นำมาใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ

๖. การให้ข้อมูลป้อนกลับ

การยางแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญต่อเสียงของลูกค้าทั้งประเด็นความต้องการ ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ทั้งนี้ สามารถตรวจสอบข้อมูลผ่านช่องทางที่จัดเตรียมไว้ ดังนี้

๑. ทางจดหมาย เรียนผู้ว่าการการยางแห่งประเทศไทย ส่งมาที่ การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๖๗/๒๕ ถนนบางขุนนนท์ แขวงบางขุนนนท์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ ๑๐๗๐๐

๒. ผ่านเว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (www.raot.co.th)

๓. ผ่านทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐-๒๔๓๓-๒๒๒๒ ต่อ ๑๔๕ ติดต่อกับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

๔. ผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียน การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ หรือ ส่วนภูมิภาค

๕. ผ่านทางสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๖. ผ่านระบบศูนย์ร้องเรียน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

๗. ผ่านศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด ทั่วประเทศ

๘. ช่องทางอื่น ๆ

สำหรับช่องทางการร้องเรียนด้านลูกค้า สามารถร้องเรียนได้โดยตรง ผ่านช่องทางเพิ่มเติม ดังนี้

๑. ผ่านทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐ ๒๔๓๓ ๒๒๒๒ ต่อ ๔๒๕ - ๖ ติดต่อกับหน่วยธุรกิจ

๒. ผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - mail) หน่วยธุรกิจ (raot.busunit@raot.mail.go.th)

๓. ผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนด้านลูกค้า หน่วยธุรกิจ

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายเพิก เลิศวังพง)

ประธานกรรมการการยางแห่งประเทศไทย