



การยางแห่งประเทศไทย  
Rubber Authority of Thailand

# แผนแม่บทด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568)



# Agenda

1

การจำแนกลูกค้า

2

ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า

3

แผนแม่บทด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 – 2570  
(ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568)

4

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด  
ปีงบประมาณ 2568

5

กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ  
(Customer Service และ Service Standard)

6

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

# การจำแนกลูกค้า



1

## กลุ่มลูกค้าด้านส่งเสริม

### คุณลักษณะ ของกลุ่มลูกค้า

- กลุ่มลูกค้าที่ใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยไม่ได้ชำระเงินให้แก่ กยท.
- ได้แก่ เกษตรกรชาวสวนยาง, สถาบันเกษตรกร/ ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจาก กยท., ผู้ประกอบการยาง/ พ่อค้าที่รับซื้อยาง และนักวิชาการ

### ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตอบสนอง

- การส่งเสริมการปลูกแทน
- การถ่ายทอดเทคโนโลยียางพารา
- การให้บริการตลาดกลางยางพารา
- การจัดสวัสดิการ
- บริการวิชาการ
- บริการทดสอบมาตรฐาน



2

## กลุ่มลูกค้าด้านพาณิชย์

- กลุ่มลูกค้าที่ใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยจะต้องชำระเงินให้แก่ กยท.
- ได้แก่ ผู้ที่ส่งออกยางพาราที่จ่ายค่าธรรมเนียมการส่งออก ผู้ประกอบการกิจการยางที่ซื้อยางจาก กยท. ลูกค้าหรือประชาชนที่ซื้อผลิตภัณฑ์ยางของ กยท.

- ยางแปรรูปและผลิตภัณฑ์ยางแปรรูป
- การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการส่งออกยางพารา (CESS)

# ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า



## 1. โทรศัพท์

- ติดต่อได้ทางหมายเลขโทรศัพท์ 0 2433 2222 ต่อ 141, 148 ติดต่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ต่อ 425 – 6 ติดต่อหน่วยธุรกิจ



## 2. เอกสาร

- ผ่านกลไก เอกสาร จดหมาย โทรสาร ผู้บริหาร และหน่วยงานกำกับดูแล (ในระดับองค์กร) โดยจัดส่งหนังสือที่การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๖๗/๒๕ ถนนบางขุนนนท์ แขวงบางขุนนนท์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700



## 3. สื่อมวลชน และสื่อสังคมออนไลน์

- เว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (raot.co.th) หัวข้อช่องทาง การร้องเรียน, Facebook, Line



## 4. การปฏิสัมพันธ์

- สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น กิจกรรมต่าง ๆ สัมมนา ให้ความรู้เกษตรกร ออกเยี่ยมลูกค้า

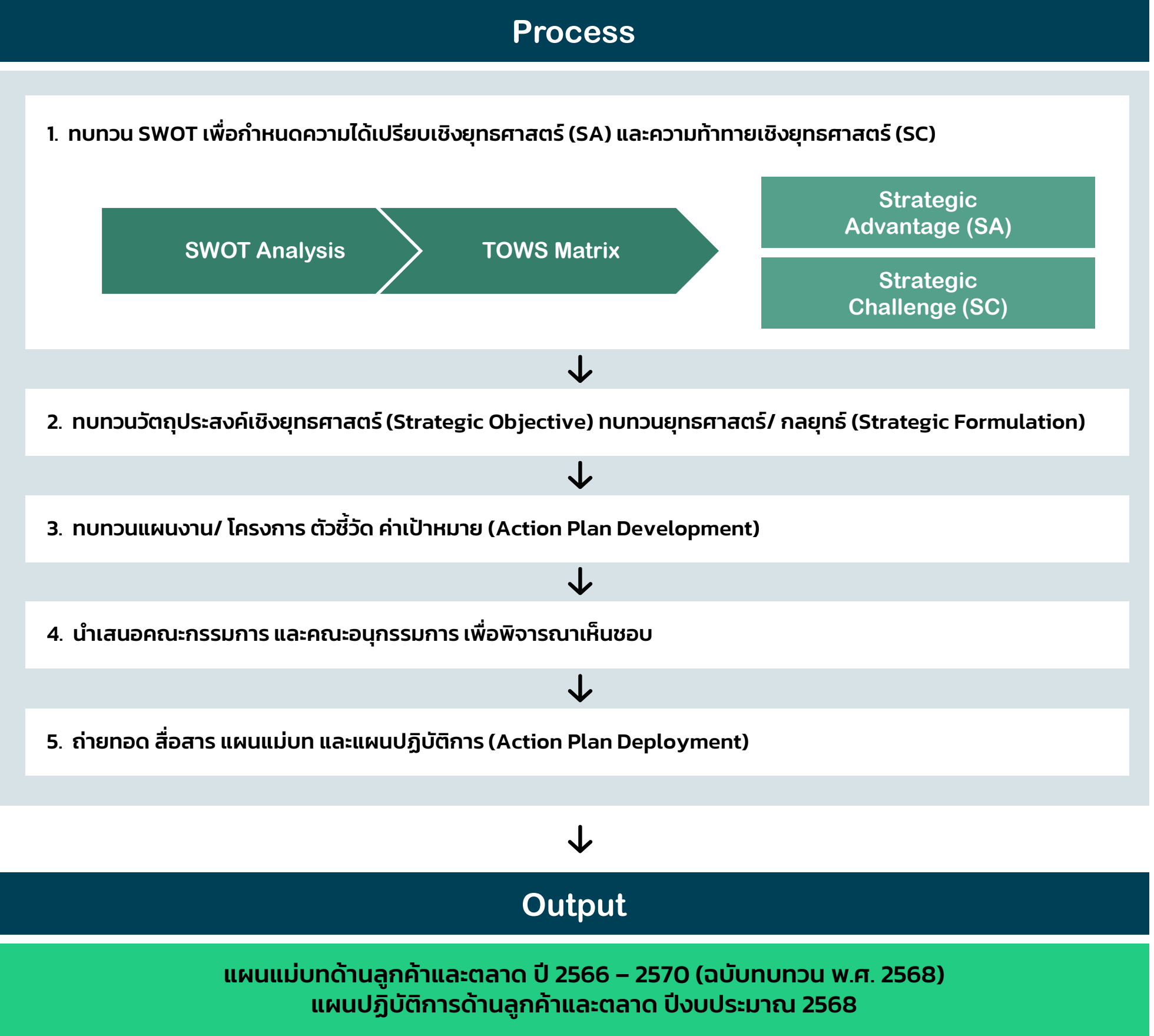


## 5. การสำรวจ

- การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

# กระบวนการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

Input	
สารสนเทศจากลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปัจจัยความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า</li> <li>ประเด็นปัญหา (Key Issue) หรือโอกาสในการสร้าง Value ที่มาจากความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</li> </ul>
สารสนเทศจากตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>การแบ่งส่วนตลาด (Market Segments)</li> <li>ขนาดของตลาด (Market Size)</li> <li>การเติบโตของตลาด (Market Growth)</li> <li>ส่วนแบ่งตลาด (Market Share)</li> <li>แนวโน้มตลาด (Market Trends)</li> </ul>
สารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์และบริการของ กยท.</li> <li>ผลการดำเนินงานการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการของ กยท.</li> <li>ผลการดำเนินงานด้านการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการส่งออกยกยาง (CESS)</li> </ul>
สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบาย (Politics) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economics) ปัจจัยด้านสังคม (Social) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (Legal)</li> <li>สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ระบบ (System) รูปแบบการบริหาร (Style) บุคลากร (Staff) ทักษะ (Skills) และ ค่านิยมร่วม (Shared Value)</li> </ul>
สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และลักษณะของการแข่งขันในอุตสาหกรรม ทั้งในด้านการแข่งขันของธุรกิจภายในอุตสาหกรรม อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ อำนาจการต่อรองของลูกค้า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่</li> </ul>



# แผนแม่บทด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568)

## วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าและตลาด กยก.

## วิสัยทัศน์ด้านลูกค้าและตลาด

องค์กรชั้นนำด้านบริหารจัดการลูกค้า  
ด้านยางพารา

## พันธกิจด้านลูกค้าและตลาด

- เพื่อยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและตลาด
- เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากลให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อ กยก.
- เพื่อพัฒนากระบวนการและเพิ่มประสิทธิภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้า
- เพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนทางธุรกิจให้กับ กยก.

# แผนแม่บทด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	SO 1   ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า	SO 2   พัฒนาขีดความสามารถด้านการผลิตและการบริการที่มีมาตรฐานสากล	SO 3   สร้างมูลค่าเพิ่มด้านผลิตภัณฑ์และบริการและโอกาสทางธุรกิจ
ตัวชี้วัด (KPI)	1. จำนวนร้อยละของความพึงพอใจการให้บริการ	1. จำนวนผลิตภัณฑ์/ บริการตามมาตรฐานสากล	1. จำนวนระบบดิจิทัลที่ได้พัฒนานวัตกรรมบริการ 2. จำนวนการสร้างผลิตภัณฑ์/ การบริการใหม่
ยุทธศาสตร์ (Strategy)	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและตลาด	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีมาตรฐานสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
กลยุทธ์ด้านลูกค้าและตลาด (Tactic)	<ul style="list-style-type: none"> <li>กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพความพึงพอใจและความผูกพันของ กยท.</li> <li>กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กลยุทธ์ที่ 1 การยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการตามมาตรฐานสากล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กลยุทธ์ที่ 1 เสริมศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้วยระบบดิจิทัล</li> <li>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่</li> </ul>
โครงการ (Initiative)	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการที่ 1 โครงการรับฟังความพึงพอใจของลูกค้าและตลาดของ กยท.</li> <li>โครงการที่ 2 โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้แก่ชาวสวนยางและผู้ประกอบการยาง</li> <li>โครงการที่ 3 โครงการจัดการข้อร้องเรียน</li> <li>โครงการที่ 4 โครงการส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์เรียนรู้เพื่อเป็นจุดสาธิตกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง</li> <li>โครงการที่ 5 โครงการสนับสนุนเครือข่ายตลาดกลางยางพารา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการที่ 6 โครงการพัฒนาตลาดตามระบบบริหารงานคุณภาพ ISO</li> <li>โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบยางตามมาตรฐาน ISO/ IEC 17025 สำหรับการให้บริการทดสอบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลางข้อมูลยางพาราของประเทศไทย</li> <li>โครงการที่ 9 โครงการบำรุงระบบสารสนเทศของ กยท. 49 (3)</li> <li>โครงการที่ 10 โครงการพัฒนาการผลิต และการแปรรูปของเกษตรกร สถาบันเกษตรกรให้เข้าสู่มาตรฐาน</li> <li>โครงการที่ 11 โครงการแผนจัดการนวัตกรรมและการดำเนินงานวิจัยไปใช้ประโยชน์</li> </ul>

# ตัวชี้วัด (KPI) แผนแม่บทด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568)

ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย		
		2568	2569	2570
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและตลาด</b>				
• จำนวนร้อยละของความพึงพอใจการให้บริการ	ร้อยละ	90	90	90
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีมาตรฐานสากล</b>				
• จำนวนผลิตภัณฑ์/ บริการตามมาตรฐานสากล	ผลิตภัณฑ์/ บริการ	1	1	1
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการใหม่</b>				
• จำนวนระบบดิจิทัลที่ได้พัฒนานวัตกรรมบริการ	ระบบ	1	1	1
• จำนวนการสร้างผลิตภัณฑ์/ การบริการใหม่	ผลิตภัณฑ์/ บริการ	1	1	1



# แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2568

ยุทธศาสตร์ที่ 1		การยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและตลาด	
ตัวชี้วัด		จำนวนร้อยละของความพึงพอใจการให้บริการ	
แผนงาน/ โครงการ	ผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต (ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ)	ผลลัพธ์ (ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ)
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพความพึงพอใจและความผูกพันของ กยท.</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการรับฟังความพึงพอใจของลูกค้าและตลาดของ กยท.</li> </ul>	ฝอย./ ฝศย./ ฝพก./ ฝสพ./ สวย./ นรท.	จำนวนผู้เข้าร่วมแต่ละโครงการ ไม่น้อยกว่า 50 คน	ระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 90
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้แก่ชาวสวนยางและผู้ประกอบการยาง</li> </ul>	สพว./ กปพ.	จำนวนช่องทางการรับรู้ ไม่น้อยกว่า 6 ช่องทาง	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 90
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการจัดการข้อร้องเรียน</li> </ul>	ฝทท.	สามารถดำเนินการเรื่องร้องเรียนให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน ร้อยละ 100	สามารถจัดการข้อร้องเรียน ร้อยละ 80
<b>กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการลูกค้า</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์เรียนรู้เพื่อเป็นจุดสาธิตกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง</li> </ul>	ฝพก.	สามารถพัฒนาศูนย์เรียนรู้ให้เป็น Smart Rubber Learning Center จำนวน 5 แห่ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>ระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 90</li> <li>การดำเนินโครงการมีระดับความสำเร็จ ร้อยละ 100</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการสนับสนุนเครือข่ายตลาดกลางยางพารา</li> </ul>	ฝศย.	ดูแลเครือข่ายตลาดยางพารา (เดิม) และขยายเครือข่ายตลาดยางพารา จำนวน 330 แห่ง	เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรได้รับประโยชน์ ร้อยละ 80

# แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2568

ยุทธศาสตร์ที่ 2	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีมาตรฐานสากล		
ตัวชี้วัด	จำนวนผลิตภัณฑ์/ บริการตามมาตรฐานสากล		
แผนงาน/ โครงการ	ผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต (ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ)	ผลลัพธ์ (ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ)
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการตามมาตรฐานสากล</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการพัฒนาตลาดตามระบบบริหารงานคุณภาพ ISO</li> </ul>	ฝศย.	<ul style="list-style-type: none"> <li>รักษาใบรับรอง จำนวน 4 ใบรับรอง (ฝศย. สำนักงานใหญ่, สตก. จ. สข., สตก. จ. นศ., สตก. จ. สฏ.)</li> <li>ได้รับมาตรฐานใหม่ จำนวน 1 ใบรับรอง (สตก. จ. บร.)</li> </ul>	ระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 90
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการพัฒนาความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบยางตามมาตรฐาน ISO/ IEC 17025 สำหรับการให้บริการทดสอบ</li> </ul>	ฝอย.	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีศูนย์บริการทดสอบรับรองที่สามารถให้บริการทดสอบยางดิบและผลิตภัณฑ์ยาง จำนวน 3 ศูนย์</li> <li>ยกย. มีห้องปฏิบัติการทดสอบสมบัติยางและผลิตภัณฑ์ยาง ตามมาตรฐาน ISO/ IEC 17025 จำนวน 4 ห้อง</li> </ul>	ระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 90 มีรายได้จากการให้บริการทดสอบ ไม่น้อยกว่า 11 ล้านบาท

# แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2568

ยุทธศาสตร์ที่ 3		การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการใหม่		
ตัวชี้วัด	1. จำนวนระบบดิจิทัลที่ได้พัฒนานวัตกรรมบริการ		2. จำนวนการสร้างผลิตภัณฑ์/ การบริการใหม่	
แผนงาน/ โครงการ	ผู้รับผิดชอบ	ผลผลิต (ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ)	ผลลัพธ์ (ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ)	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 เสริมศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้วยระบบดิจิทัล</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการพัฒนาระบบศูนย์กลางข้อมูลทางพาราของประเทศไทย</li> </ul>	ฝศย.	กยท. มีระบบศูนย์กลางข้อมูลทางพาราของประเทศไทย จำนวน 1 ระบบ	ระดับความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ร้อยละ 100	
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการบำรุงระบบสารสนเทศของ กยท. 49 (3)</li> </ul>	ฝทส.	ระบบสารสนเทศสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ทั้ง 90 ระบบ ร้อยละ 100	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อระบบสารสนเทศ ร้อยละ 90	
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการพัฒนาการผลิต และการแปรรูปของเกษตรกร สถาบันเกษตรกรให้เข้าสู่มาตรฐาน</li> </ul>	ฝอย.	<ul style="list-style-type: none"> <li>กยท. มีโรงงานต้นแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางเป็นแหล่งเรียนรู้เทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางและขยายผลด้านธุรกิจ จำนวน 2 แห่ง</li> <li>กยท. มีศูนย์บริการธุรกิจที่สามารถให้บริการสนับสนุนข้อมูลด้านต่าง ๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการแข่งขันของผู้ประกอบการ สถาบันเกษตรกร และหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 1 แห่ง</li> </ul>	ระดับความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ร้อยละ 100	
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการแผนจัดการนวัตกรรมและการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์</li> </ul>	สวย./ กบว.	จำนวนผลิตภัณฑ์หรือผลงานที่สามารถใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ จำนวน 3 ชิ้น	ระดับความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ร้อยละ 100	

# กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service และ Service Standard)

## วัตถุประสงค์

- เพื่อให้สามารถให้บริการและกำหนดแนวทางการประเมินผลได้อย่างครบถ้วนทุกขั้นตอนที่สำคัญ
- เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ออกแบบระบบงาน กระบวนการทำงาน และวิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐาน
- เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการผู้รับบริการ/ ผู้มาติดต่อ การให้บริการที่น่าเชื่อถือ และมีคุณภาพด้วยความโปร่งใส และสามารถให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันที่

## เป้าหมายการให้บริการ



การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ กยท.  
ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ  
ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90



ความพึงพอใจ  
ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ  
ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90



จำนวนของข้อร้องเรียน  
ที่สามารถตอบได้ตามระยะเวลาที่กำหนด  
ร้อยละ 100

# ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

กยท. จัดให้มีการจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานในการพิจารณาและแจ้งผลให้ผู้ร้องเรียนทราบภายใน 15 วัน นับแต่วันที่รับเรื่อง (เว้นแต่มีการขยายเวลาได้ตามความเหมาะสม)



## จดหมาย

- จัดส่งที่ การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๖๗/๒๕ ถนนบางขุนนนท์ แขวงบางขุนนนท์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ ๑๐๗๐๐



## เว็บไซต์

- เว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (www.raot.co.th)



## โทรศัพท์

- หมายเลข 0-2433-2222 ต่อ 141 , 148 ติดต่อฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
- หมายเลข 0 2433 2222 ต่อ 425 – 6 ติดต่อหน่วยธุรกิจ (การร้องเรียนด้านลูกค้า)



## ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน

- การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ หรือส่วนภูมิภาค



## ศูนย์ร้องเรียนด้านลูกค้า

- ศูนย์ร้องเรียนด้านลูกค้า หน่วยธุรกิจ