



ประกาศองค์การตลาด
เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ
Customer Service Charter and Service Standard องค์การตลาด
(ประจำปี ๒๕๖๙)

โดยที่เห็นสมควรปรับปรุงนโยบายการให้บริการและมาตรฐานการให้บริการ เพื่อให้การปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ และให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์การครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้า สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) และมาตรฐานสากล ได้แก่ มาตรฐาน ISO ๑๐๐๐๒:๒๐๑๘ (Quality management - Customer satisfaction - Guidelines for complaints handling in organizations) ว่าด้วยการจัดการข้อร้องเรียน และ AA๑๐๐๐ Stakeholder Engagement Standard (AA๑๐๐๐SES) ว่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาศัยอำนาจตามความมาตรา ๒๑ และมาตรา ๒๒ (๑) แห่งพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. ๒๕๙๖ ออกประกาศไว้ เพื่อให้ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานยึดมั่นเป็นหลักการในการปฏิบัติหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ (Customer Service Charter and Service Standard) มีดังนี้

๑.๑ กฎบัตรบริการ (Customer Service Charter)

(๑) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ความมุ่งมั่นขององค์การตลาดในการให้บริการลูกค้าตามมาตรฐานที่กำหนดคำนึงถึงกระบวนการในทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ของเส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey) เพื่อสามารถให้บริการและกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนที่สำคัญและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าภายในองค์การตลาดและลูกค้าผู้มาติดต่อหรือผู้รับบริการ

(๒) เพื่อสร้างมาตรฐานในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และรวดเร็ว ตลอดจนสามารถช่วยเหลือในการตอบข้อซักถามหรือข้อร้องเรียนของลูกค้าได้ด้วยความเป็นมืออาชีพ

๑.๒ มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) แนวปฏิบัติในการให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดมาตรฐาน (Service Protocol) และแผนรองรับปัญหาในการให้บริการ (Service Recovery Plan) โดยครอบคลุมทั้งจุดสัมผัสบริการทางกายภาพ (Physical Touch Points) และจุดสัมผัสบริการทางดิจิทัล (Digital Touch Points)

(๑) เข้าใจความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ด้วยการกำหนดมาตรฐานด้านบริการที่คำนึงทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ตลอดเส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey)

(๒) มอบประสบการณ์ในการบริการที่ดี ตรงกับความต้องการ ความคาดหวัง และพร้อมให้บริการอย่างทันทีที่เคาน์เตอร์ให้บริการ

(๓) แจ้งกระบวนการของข้อมูลที่สำคัญขององค์การตลาดขั้นตอนการให้บริการ ช่องทางการติดต่อเอกสารที่ต้องใช้ในการติดต่อ และระยะเวลาของการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าทราบ เช่น การเผยแพร่ออนไลน์ ไลน์ ปรินต์อิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชัน LINE Official Account และสำนักงานองค์การตลาด เป็นต้น

/(๔) ให้บริการ...

- (๔) ให้บริการและคำปรึกษาแก่ลูกค้าตามลำดับขั้นตอนอย่างยุติธรรม
- (๕) ให้บริการและคำปรึกษาแก่ลูกค้าด้วยความถูกต้อง ครบถ้วน และรวดเร็ว
- (๖) มีการจัดการกับข้อร้องเรียนหรือปัญหาของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและทันต่อเวลา รวมถึงช่วยเหลือในการตอบข้อซักถามหรือข้อร้องเรียนของลูกค้าได้
- (๗) มีระบบประเมินผลการให้บริการและสรุปผลเป็นรายไตรมาสหรือรายปี เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อ ๒ บุคลากรขององค์การตลาด รวมถึงลูกค้า คู่ความร่วมมือ และผู้ส่งมอบที่เกี่ยวข้อง ทุกคนมีหน้าที่สนับสนุนและเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีและความประทับใจในแต่ละจุดสัมผัสการบริการ (Touch Points) ตลอดเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารแนบท้ายประกาศนี้ ได้แก่ เอกสารแนบท้ายประกาศ ๑ ตาราง SLA มาตรฐานการให้บริการ (Service Level Agreement) และแบบฟอร์มการแจ้งเรื่องร้องเรียนและแบบบันทึกการรับเรื่องร้องเรียน ตามคู่มือแนวปฏิบัติการจัดการเรื่องร้องเรียนขององค์การตลาด

ข้อ ๓ คำนิยาม ในประกาศนี้

“ลูกค้า” หมายถึง บุคคล นิติบุคคล หรือหน่วยงานที่มาใช้บริการ ติดต่о หรือทำธุรกรรมกับองค์การตลาด ให้หมายความรวมถึงทั้งลูกค้าภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้เช่าพื้นที่ เกษตรกร และผู้บริโภคทั่วไป

“จุดสัมผัสบริการ (Touch Points)” หมายถึง ช่องทางหรือขั้นตอนที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับองค์การตลาดตลอดเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ครอบคลุมทั้งจุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical Touch Points) เช่น สำนักงานและเคาน์เตอร์ให้บริการ และจุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital Touch Points) เช่น เว็บไซต์ อีเมล ไลน์ Official Account และสื่อสังคมออนไลน์

“ข้อร้องเรียน” หมายถึง การแสดงความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า บริการ หรือการปฏิบัติงานขององค์การตลาด ไม่ว่าจะแจ้งด้วยวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษร

“มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard)” หมายถึง ชุดของนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นมาตรฐาน ประกอบด้วยพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) แนวปฏิบัติในการให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดมาตรฐาน (Service Protocol) และแผนรองรับปัญหาในการให้บริการ (Service Recovery Plan)

ข้อ ๔ ระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management System)

องค์การตลาดจัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย เข้าถึงได้โดยง่ายและไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ครอบคลุมทั้งช่องทางเอกสาร โทรศัพท์ อีเมล ไลน์ กล้องรับความคิดเห็น และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์/สื่อสังคมออนไลน์ โดยให้การจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปตามขั้นตอนที่สำคัญ ๓ ขั้นตอน ได้แก่ การรับข้อร้องเรียน และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียน (Facilitate) การตอบรับและตอบกลับข้อร้องเรียน (Respond) และการแก้ไขข้อร้องเรียน (Manage) ตามแบบฟอร์มการแจ้งเรื่องร้องเรียนและแบบบันทึกการรับเรื่องร้องเรียน ตามคู่มือแนวปฏิบัติการจัดการเรื่องร้องเรียนขององค์การตลาด โดยมีศูนย์รับเรื่องร้องเรียน (ฝ่ายบริหารบุคคล) เป็นผู้รับผิดชอบ แจ้งผู้ร้องเรียนทราบเบื้องต้นภายใน ๗ วัน และแจ้งผลการดำเนินการภายใน ๑๕ วันทำการ

/ให้กระบวน...

ให้กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนมีลักษณะแบบปิด (Closed-Loop Process) กล่าวคือ เริ่มต้นจากลูกค้าหรือผู้ร้องเรียน และถือว่าสิ้นสุดต่อเมื่อข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขจนลูกค้ายอมรับ โดยครอบคลุม ขั้นตอนการรับเรื่อง (Receipt) การตอบรับ (Acknowledgement) การประเมินและแก้ไขเบื้องต้น (Initial Assessment & Addressing) การให้เหตุผลประกอบการตัดสินใจ (Providing Reasons for Decisions) การปิดเรื่อง การบันทึก การชดเชยแก้ไขข้อผิดพลาด และการสอบทานติดตามข้อร้องเรียน (Closing, Record Keeping, Redress and Review) ทั้งนี้ ให้กำหนดเส้นทางการสอบทานทั้งภายในและภายนอกองค์การตลาด ระดับการมอบอำนาจ ในการจัดการข้อร้องเรียนตามลำดับชั้น กระบวนการรายงานข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญต่อผู้บริหารระดับสูง และนโยบายรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ร้องเรียน

องค์การตลาดจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการรับ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผล การจัดการข้อร้องเรียนตามความเหมาะสม

ทั้งนี้ให้นำมาตรฐาน ISO ๑๐๐๐๒:๒๐๑๘ (Quality management - Customer satisfaction - Guidelines for complaints handling in organizations) มาประยุกต์ใช้ประกอบการจัดการข้อร้องเรียน ขององค์การตลาด

ข้อ ๕ การถ่ายทอด การกำกับติดตาม และการทบทวนปรับปรุง

ให้ถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายตามมาตรฐานการให้บริการและการจัดการข้อร้องเรียน ตามเอกสารแนบท้ายประกาศ ๑ (ตาราง SLA มาตรฐานการให้บริการ) ไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกระดับ รวมถึงคู่ค้า คู่ความร่วมมือ และผู้ส่งมอบขององค์การตลาดตามความเหมาะสม และให้เผยแพร่ประกาศนี้ให้ลูกค้าและบุคลากรทราบผ่านเว็บไซต์องค์การตลาด

ให้คณะทำงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การตลาดทำหน้าที่ กำกับ ติดตาม และควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการนี้ โดยมีกลไกการ ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานจากผู้ตรวจประเมินทั้งภายในและ/หรือภายนอกองค์การตลาด และรายงานผลการ ดำเนินงานอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

ให้มีการประเมินประสิทธิผลของการดำเนินงานตามกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการนี้ เป็นระยะ เพื่อนำผลไปเรียนรู้ ปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยจัดเก็บ ความรู้และนวัตกรรมที่ได้ไว้ในระบบดิจิทัลขององค์การตลาด

ประกาศ ณ วันที่ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายบุณิศ ยุกตะนันท์)
ผู้อำนวยการองค์การตลาด