Business Unit

RAOT

คู่มือปฏิบัติงาน การรับฟังเสียงของลูกค้า ประจำปี 2567

หน่วยธุรกิจ
การยางแห่งประเทศไทย

คำนำ

การยางแห่งประเทศไทย มีกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าในทุกกลุ่มลูกค้า ครอบคลุมทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีต ลูกค้าคู่แข่ง และลูกค้าที่มีศักยภาพในอนาคตอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดช่องทางในการรับฟังเสียงลูกค้าให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภท รองรับการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า รวมถึงพิจารณาแนวโน้มของการสื่อสารในอนาคตด้วยจะใช้ IOT (Internet of Thing) ทั้งสิ้น ๕ ช่องทาง ดังนี้

๑) การรับฟังจากเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์
๒) การรับข้อมูลทางเอกสาร
๓) การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์
๔) การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์
๕) การรับฟังด้วยการสำรวจ

คู่มือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นแนวทางในการรับฟังเสียงของลูกค้า สำหรับให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องทุกส่วนงานของการยางแห่งประเทศไทยได้ใช้เป็นแบบอย่างของการปฏิบัติงานในการรับฟังเสียงของลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้า ตอบสนองลูกค้า รายงานผลการรับฟังเสียงของลูกค้า และส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ความภักดี และความผูกพันของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

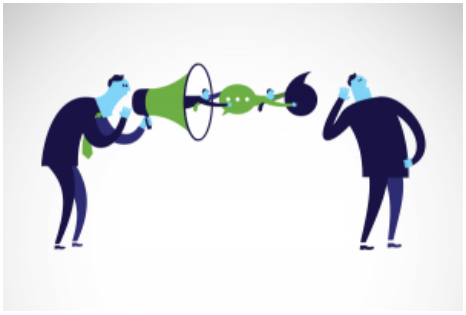
สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๑	
หลักการและเหตุผล	๑
วัตถุประสงค์	๑
คำนิยาม	๒
กรอบแนวคิด	๓
กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	๓
วงจรชีวิตของลูกค้า	๖
บทที่ ๒	
การจำแนกเสียงของลูกค้า	๗
บทที่ ๓	
ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า	๑๐
ช่องทางที่ ๑ การรับฟังจากเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์	
ช่องทางที่ ๒ การรับข้อมูลทางเอกสาร	
ช่องทางที่ ๓ การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์	
ช่องทางที่ ๔ การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์	
ช่องทางที่ ๕ การรับฟังด้วยการสำรวจ	
วิธีการ/ช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า	๑๕
บทที่ ๔	
กระบวนการรับฟังและจัดการเสียงของลูกค้า	๑๘
ผังการไหลของกระบวนการ	๑๙
ภาคผนวก	๒๑
แบบคำร้องเรียน (ด้วยตนเอง)	
แบบคำร้องเรียนทางโทรศัพท์ (สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้รับเรื่อง)	
แบบสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ (ด้านการจัดการข้อร้องเรียนของการยางแห่งประเทศไทย)	
แบบประเมินความพึงใจ ไม่พึงพอใจ และ ความผูกพันต่อการให้บริการของ กยท.	

บทที่ ๑
บทนำ

๑.๑ หลักการและเหตุผล

ในยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ทำให้การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการและคาดหวังพื้นฐาน ไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจอีกต่อไป ดังนั้น การรับฟังเสียงของลูกค้า จึงเป็นกระบวนการที่ทำให้การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริงและสามารถกำหนดกลยุทธ์และวิธีการที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามที่กำหนด ทั้งกลุ่มลูกค้าในอดีต กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าในอนาคตได้อย่างแม่นยำ ส่งผลให้ลูกค้าเป้าหมายซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งแนะนำบอกต่อกับลูกค้ารายอื่นๆ เนื่องจากได้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า



กระบวนการรับฟังลูกค้า จัดทำเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินการรับฟังเสียงของลูกค้าผ่าน ๕ ช่องทางหลัก คือ ๑) การรับฟังจากเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ ๒) การรับข้อมูลทางเอกสาร ๓) การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ ๔) การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ และ ๕) การรับฟังด้วยการสำรวจ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นจะต้องมีขั้นตอน/กระบวนการ และแนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการรับฟังเสียงของลูกค้าตามขั้นตอนการปฏิบัติงานในการรับฟังเสียงของลูกค้า และเก็บรวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้า

๒. เพื่อให้ได้รับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญโดยตรง

๓. เพื่อใช้ในการรับเรื่องร้องเรียนในกระบวนการบริหารข้อร้องเรียนของลูกค้า ส่งผลให้ข้อร้องเรียนเหล่านั้นได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ

๔. เพื่อให้มีการนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการจัดการโดยเสริมสร้างวัฒนธรรมการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก

๑.๓ คำนิยาม

ลูกค้า/ผู้รับบริการ	หมายถึง บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่ใช้ประโยชน์จากที่ กยท. ผลิต ทั้งลูกค้าเชิงสังคมและลูกค้าเชิงพาณิชย์
เสียงของลูกค้า	หมายถึง ความต้องการ ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม เรื่องร้องขอ ข้อเสนอแนะของลูกค้า และอื่นๆ
สารสนเทศจากเสียงของลูกค้า	หมายถึง ความคาดหวัง ความต้องการ ความไม่พึงพอใจ/ร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม เรื่องร้องขอ ข้อเสนอแนะของลูกค้า และอื่นๆ ที่ผ่านการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ จัดลำดับความสำคัญแล้ว
สารสนเทศจากเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน	หมายถึง เสียงของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการต่างๆ ในภารกิจความรับผิดชอบของ กยท. ซึ่งผู้บริหารระดับสูงพิจารณาเห็นว่าต้องเร่งดำเนินการแก้ไขโดยด่วน เช่น เป็นเรื่องที่มีผลกระทบภาพลักษณ์เสื่อมเสียชื่อเสียงองค์กร หรือมีผลกระทบกับลูกค้า โดยตรงเป็นวงกว้าง หรือมีผลทางกฎหมายหรือคดีความที่มีมูลค่าสูง เป็นต้น
ความต้องการของลูกค้า	หมายถึง ความต้องการ ความอยากได้ในสินค้าหลังบริการซึ่งทำให้เกิดความพอใจทั้งจากประโยชน์ใช้สอยในตัวสินค้าและบริการ และอรรถประโยชน์จากการอุปโภคบริโภคสินค้า
ความคาดหวังของลูกค้า	ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อสินค้าและบริการว่าควรจะเป็นหรือควรจะเกิดขึ้น
ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของลูกค้า	ความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการ โดยเน้นความแตกต่างระหว่างมูลค่าที่ลูกค้าได้รับรู้ได้กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก่อนซื้อสินค้าหลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ลูกค้าจะเกิด ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจสินค้าที่ซื้อนั้นขึ้นอยู่กับมูลค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้
ข้อร้องเรียน	คำร้องของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากผลกระทบต่อลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าเดือดร้อนเสียหาย อันเกิดจากคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการให้บริการ การกระทำของบุคคลในองค์กร หรือ อื่นๆ
ข้อเสนอแนะ	คำแนะนำของลูกค้าเพื่อให้มีการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การให้บริการหรือปรับปรุง กระบวนการให้บริการต่างๆ
การสนับสนุน	เสียงของลูกค้าที่เกี่ยวกับการสนับสนุนลูกค้าในการทำธุรกรรม และเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงาน
Service Level Agreement (SLA)	"ข้อตกลงระดับในการให้บริการ" ซึ่งจะเป็นข้อตกลงระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งเป็นจะสัญญาที่เป็นทางการคือมีผลทางกฎหมาย หรือ จะไม่เป็นทางการคือไม่มีผลทางกฎหมายก็ได้ ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของแต่ละองค์กรหรือกิจการนั้น ๆ โดยสัญญานี้จะจัดทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร และจะมีผลใช้บังคับภายในเวลา/เงื่อนไขที่กำหนด

๑.๔ กรอบแนวคิด

การจัดทำกระบวนการรับฟังลูกค้า กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำโดยอ้างอิงให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ด้าน Core Business Enablers เกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดในคู่มือ “ระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM” ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการ นโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ประกาศให้ทุกรัฐวิสาหกิจดำเนินการตามเกณฑ์ประเมินตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ เป็นหลักระบบประเมินผลคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) เพื่อมุ่งเน้นให้รัฐวิสาหกิจนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและตลาด และให้รัฐวิสาหกิจมีเป้าหมายในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและตลาดอย่างเป็นระบบ

Module ๒ : การบริหารจัดการลูกค้า	
๑. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	
๑.๑ ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	
๒. การจำแนกลูกค้า	๓. การรับฟังลูกค้า
๒.๑ การจำแนกลูกค้า	๓.๑ การรับฟังลูกค้า
	๓.๒ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน
๔. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	๕. การจัดการความสัมพันธ์
๔.๑ การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	๕.๑ การสนับสนุนลูกค้า
	๕.๒ การสร้างความผูกพัน
	๕.๓ การจัดการข้อร้องเรียน

๑.๕ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความ พึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาวนาน

วัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามล้วนแต่มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

๑. เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง

๒. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือการบริการ และทำให้ลูกค้าทราบวิธีการใช้สินค้าอย่างถูกต้อง สามารถจดจำ และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัทในระยะยา

๓. เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัทสินค้าหรือบริการ กรณีที่องค์กรมีสินค้าจำหน่ายหลายสายผลิตภัณฑ์ การที่ลูกค้าซื้อสินค้าในสายผลิตภัณฑ์หนึ่งแล้วรู้สึกประทับใจในทางบวกโอกาสที่จะเสนอขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น (Cross Selling) ได้สำเร็จก็จะมีมากขึ้น

๔. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปาก (Words-of-Mouth) ในทางบวกเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งมีความน่าเชื่อ ถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณาเสียอีก

กยท. มีแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับลูกค้าที่สนใจโดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น ๒ กลุ่ม ดังนี้

๑. กลุ่มลูกค้าด้านพาณิชย์ (ด้านการซื้อขายยาง) แบ่งเป็น ๓ ช่วงเวลา ดังนี้

➢ **<u>ก่อนการขาย</u>** (เพื่อทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์และเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่) กยท. มีแนวทางสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีการประชุมร่วมกันเพื่อเตรียมความพร้อม และเตรียมการวางแผนประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาที่ใช้ วิธีการเผยแพร่เพื่อให้ครอบคลุมเป้าหมายโดยจัดทำแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา Facebook Website บูธงานแสดงสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้

ทั้งนี้ กรณีลูกค้าสนใจหรือต้องการทราบข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถติดต่อขอรับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ หน่วยธุรกิจ กยท. สำนักงานใหญ่ ทุกวันและเวลาทำการของราชการ

➢ **<u>ระหว่างการขาย</u>** เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้ได้ลูกค้าใหม่ กยท. มีแนวทางสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์ยางพารา กยท. ดังนี้

- ลูกค้าใหม่ แจ้งคุณสมบัติเกี่ยวกับผู้ประกอบกิจการค้ายาง เอกสารประกอบเกี่ยวกับการซื้อขายยาง เช่น ใบอนุญาตค้ายาง
- ลูกค้าเก่า จัดทำใบเสนอราคา ลูกค้ายืนยันการสั่งซื้อ จัดทำสัญญาซื้อขาย ตลอดจนถึงขั้นตอนก่อนส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้า

➢ **<u>หลังการขาย</u>** เพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มความภักดีและการกลับมาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ซ้ำ และให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี

กยท. มีแนวทางสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

- ก่อนส่งมอบ
  - พิจารณาเครดิตการชำระเงินให้กับลูกค้าชั้นดี
  - ตรวจสอบการชำระเงินของลูกค้า
- วันส่งมอบ แจ้งโรงงานเพื่อส่งมอบยาง

๒. กลุ่มลูกค้าด้านส่งเสริม แบ่งเป็น ๓ ช่วงเวลา ดังนี้

➢ **<u>ก่อนการใช้บริการ</u>** (เกษตรกรต้องขึ้นทะเบียนเกษตรชาวสวนยาง กับ กยท.) กยท. มีการส่งเสริม/สนับสนุนเกษตรกรชาวสวนยาง การจัดสวัสดิการเพื่อการเกษตรกรชาวสวนยาง โดยมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีประชาสัมพันธ์ สัมมนาจัดกิจกรรมให้ความรู้ อาทิเช่น ด้านยางพารา การกรีดยางอย่างถูกวิธี ระบบตลาดยางพารา การปลูกแทน ฯลฯ

➢ **<u>ระหว่างการใช้บริการ</u>** การตรวจสอบเอกสาร การพิจารณา และการลงนาม/คณะกรรมการมีมติพิจารณาอนุมัติ

➢ **<u>หลังการใช้บริการ</u>** สำรวจความพึงพอใจ และปรับปรุงคุณภาพบริการ

วงจรชีวิตของลูกค้าของการยางแห่งประเทศไทย

ขั้นตอน	กิจกรรมสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า และอื่นๆ		สถานะลูกค้า
	กลุ่มลูกค้าด้านพาณิชย์	กลุ่มลูกค้าด้านส่งเสริม	
๑. การรับรู้ (Awareness) การที่ลูกค้าสามารถรับรู้ และพบเห็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของ กยท. ตามสื่อต่างๆ โดยช่องทางของการรับรู้สามารถเกิดได้ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online เพื่อสร้างการจดจำและความเข้าใจในสิ่งที่ กยท. มอบให้ลูกค้า	**ก่อนการขาย** (เพื่อทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์และเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ www.rubber.co.th , หน่วยงานในสังกัด พันธมิตร และลูกค้า, สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Line official, Youtube} TV, Radio), E-Mail	**ก่อนการใช้บริการ** (เกษตรกรต้องขึ้นทะเบียนเกษตรชาวสวนยาง กับ กยท.) กยท. มีการส่งเสริม/สนับสนุน และการจัดสวัสดิการเพื่อการเกษตรกรชาวสวนยาง โดยการถ่ายทอดความรู้ด้านการปลูกสร้างสวนยาง การให้ความรู้ด้านอุตสาหกรรมยางทั้งต้นน้ำกลางน้ำและปลายน้ำ การให้บริการตลาดกลางยางพารา และการให้ข้อมูลข่าวสารด้านยางพารา เป็นต้น	ลูกค้ามุ่งหวัง
๒. การค้นหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ (Decision) การตัดสินใจของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการในด้านต่างๆ ของ กยท. มีดังนี้ ๒.๑ การใช้บริการของกลุ่มส่งเสริม วิชาการ อุตสาหกรรมยาง ตลาดอื่นๆ พิจารณาจากคุณภาพการผลิตภัณฑ์ด้านการบริการความรวดเร็วในการส่งมอบ ความน่าเชื่อถือและคุณภาพมาตรฐาน ๒.๒ การใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์สินค้าบริการ จะพิจารณาจากปริมาณ คุณภาพมาตรฐาน และผลิตภัณฑ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย	• การกำหนดช่องทางให้การสนับสนุนลูกค้าเพื่อค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม	• การกำหนดช่องทางให้การสนับสนุนลูกค้าเพื่อค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม	ลูกค้ามุ่งหวัง
๓. การให้บริการ (Service) การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนจกระบวนการเพื่ออำนวยความสะดวก และให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และมีการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในอนาคต	**ระหว่างการขาย** (จัดทำใบเสนอราคา ลูกค้ายืนยันการสั่งซื้อ จัดทำสัญญาซื้อขาย ตลอดจนถึงขั้นตอนก่อนส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้า) • เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว พัฒนาระบบการสั่งซื้อ Online เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า **หลังการขาย** (ก่อนส่งมอบ) • พิจารณาเครดิตการชำระเงินให้กับลูกค้าชั้นดี	**ระหว่างการใช้บริการ** (การตรวจสอบเอกสาร การพิจารณา และการลงนาม/คณะกรรมการมีมติพิจารณาอนุมัติ)	ลูกค้าปัจจุบัน
• สานสัมพันธ์	**การบริการหลังการขาย** เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มความภักดี ตอบสนองความต้องการ ให้เหนือกว่าความหวัง และให้กล่าวถึงองค์กรในทางที่ดี • จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และติดตามประเมินผล แต่ละกิจกรรม • การเยี่ยมเยียนลูกค้า	**หลังการใช้บริการ** • จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และติดตาม ประเมินผล แต่ละกิจกรรม	ลูกค้าปัจจุบัน/ลูกค้าในอนาคต
• พึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ในผลิตภัณฑ์สินค้า และบริการ • แนะนำ บอกต่อ	• สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และปรับปรุงคุณภาพบริการ • สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านการแนะนำบอกต่อ	• สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และปรับปรุงคุณภาพบริการ • สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านการแนะนำบอกต่อ	ลูกค้าปัจจุบัน/ลูกค้าในอดีต
๔. การซื้อซ้ำ (Repurchase) มีการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างละเอียด นอกจากข้อมูลสำหรับการติดต่อแล้ว ยังต้องมีข้อมูลที่จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้สามารถส่งมอบสิ่งที่ลูกค้าตามความต้องการและความคาดหวัง ตลอดจนการรักษาลูกค้าด้วยวิธีการสร้างความผูกพันให้ลูกค้าพึงพอใจจนนำไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความภักดี	• สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านความสนใจในผลิตภัณฑ์และสินค้า • สำรวจลูกค้าในอดีต ด้านสิ่งที่ต้องการให้ กยท. ทำเพื่อทำให้กลับมาเป็นลูกค้าอีก		ลูกค้าในอดีต

บทที่ ๒
การจำแนกเสียงของลูกค้า

๒.๑ ความหมาย

๒.๑.๑ ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือโปรแกรม/แผนงาน โดยครอบคลุมถึงลูกค้าในปัจจุบัน ลูกค้าในอดีต ผู้ที่อาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต และลูกค้าของคู่แข่ง นอกจากนี้ หมายรวมถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรงและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายต่อ เช่น ผู้จัดจำหน่าย ผู้แทน หรือหน่วยงานที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของรัฐวิสาหกิจเป็นส่วนประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์

๒.๑.๒ ผู้ร้องเรียน (complainant) หมายถึง บุคคลหรือองค์กร ที่กระทำการร้องเรียน ผ่านช่องทางต่างๆ ของ กยท. รวมทั้งช่องทางของหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งมีเนื้อหาสาระของเรื่องอยู่ในความรับผิดชอบของ กยท.

๒.๑.๓ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Interest Party /Stakeholder) หมายถึง บุคคล หรือหน่วยงานราชการ หรือองค์กร หรือกลุ่มคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการปฏิบัติขององค์กร

๒.๑.๔ เสียงของลูกค้า (Voice of customer) หมายถึง ความต้องการ ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม เรื่องร้องขอ ข้อเสนอแนะของลูกค้า และอื่นๆ สิ่งเหล่านี้หากนำมาผ่านการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ จัดลำดับความสำคัญแล้ว เราเรียกว่า **“สารสนเทศจากเสียงของลูกค้า”**

๒.๑.๕ ความต้องการของลูกค้า (Customers' Requirement) คือ สิ่งที่เป็นพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการไว้รับ เมื่อมาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมักจะเป็นคุณสมบัติเชิงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ลูกค้าจำเป็นต้องได้รับจากองค์กร ภายใต้เงื่อนไข ข้อตกลงซึ่งผูกพัน โดยตรงกับความประสงค์พื้นฐานที่ลูกค้ามาทำธุรกรรมกับองค์กร เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมี ถ้าไม่มีลูกค้าจะไม่พอใจ แต่ถ้ามีลูกค้าก็คิดว่าเป็นเรื่องปกติเนื่องจากเป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้ว สิ่งที่ลูกค้าปรารถนาอยากได้รับจากองค์กร อันเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการ ซึ่งมักมีความหลากหลายในทางเลือกของลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างกัน

๒.๑.๖ ความคาดหวังของลูกค้า (Customers' Expectation) คือ ความต้องการของลูกค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นจากการเรียนรู้และประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงข้อมูลที่ได้รับรู้ผ่านสื่อต่างๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปความคาดหวังของลูกค้ามักจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ความคาดหวังทั่วไป แปรผันตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ถ้าดีลูกค้าจะพอใจ ถ้าไม่มีหรือไม่ดี ลูกค้าจะไม่พอใจ

๒.๑.๗ ความไม่พึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการหรือคาดหวัง

๒.๑.๘ ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม คือ ความรู้สึกพอใจ หรือทัศนคติที่ดีของลูกค้า ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และสนับสนุน ของ กยท. ที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าได้หรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า

๒.๑.๙ ข้อร้องเรียน (Complaint) หมายถึง การแสดงออกถึงความไม่พอใจที่มีต่อองค์กร โดยสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ได้แก่ คุณภาพ ปริมาณ และแรงดัน หรือบริการ ได้แก่ ความรวดเร็ว และความสะดวก หรือระบบการจัดการข้อร้องเรียนขององค์กร ซึ่งเป็นผลลัพธ์หรือการแก้ไขที่ชัดเจนหรือคาดหมายได้แน่นอน เช่น คำร้องเรียนจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบจากการใช้น้ำประปา หรือบริการที่เกี่ยวข้อง ที่ทำให้เกิดความเสียหาย จนเกิดความไม่พึงพอใจ รวมถึงการติดตาม กรณีแจ้งเหตุแล้วไม่ได้รับการแก้ไข โดยเจ้าหน้าที่ไม่สามารถชี้แจงสาเหตุของการเกินเวลาในการแก้ไขปัญหานั้นๆ จนเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการนั้นๆ การร้องเรียนแบ่งเป็น ๒ ด้าน ดังนี้

๒.๑.๙.๑ การร้องเรียนด้านบริการ คือ เหตุการณ์ที่ผู้ร้องเรียนได้แจ้งเรื่องราว ผ่านทางช่องทางรับข้อมูลเสียงของลูกค้า เพื่อให้ได้รับการตอบสนองหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเรื่องจากการปฏิบัติงานหรือจากเหตุอื่นใจที่ กยท. ไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้ หรือได้รับความเดือดร้อน เช่น ไม่พึงพอใจ เสียเวลา เสียโอกาส เสียค่าใช้จ่าย ทรัพย์สินเสียหาย ความเสียหายต่อชีวิต ฯลฯ

๒.๑.๙.๒ ด้านทุจริต ประพฤติมิชอบ คือ เหตุการณที่ผู้ร้องเรียน ร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือละเว้นการปฏิบัติ ในตำแหน่งหรือหน้าที่ หรือใช้อำนาจในตำแหน่งหรือหน้าที่โดยมิชอบ เพื่อให้เกิดความเสียหาย แก่ผู้ร้องเรียน รวมถึงการมีพฤติการณ์ที่อาจทำให้เชื่อได้ว่าเพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบสำหรับตนเองหรืออื่นๆ หรือเป็นที่ทำให้องค์กรสูญเสียผลประโยชน์

๒.๑.๑๐ ข้อมูลเสียงของลูกค้าด้านสนับสนุน หมายถึง เสียงของลูกค้าที่เกี่ยวกับการสนับสนุนลูกค้าในการทำธุรกรรม และเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงาน เช่น

- สามารถเข้าถึงและค้นหาข้อมูลของหน่วยงานได้ง่าย
- อำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า
- พนักงานมีความรู้ สามารถตอบข้อซักถามได้ชัดเจน

๒.๑.๑๑ สารสนเทศเสียงที่มีนัยสำคัญ คือ เสียงที่ลูกค้า มีต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และสนับสนุนของ กยท. ที่จำเป็นต้องดำเนินการต่อเป็นข้อร้องเรียนหรือ เป็นข้อบกพร่องของ กยท. หรือ ยังไม่มีกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า

๒.๒ การจำแนกประเภทของเสียงลูกค้า

จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลเสียงโดย กลุ่มลูกค้า ประเภทของเสียง (ความต้องการ ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม ข้อร้องขอ ข้อเสนอแนะ) เมื่อจัดลำดับความสำคัญแล้ว เสียงของลูกค้า เป็น ๒ กลุ่มคือ

๒.๑.๑ เสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วน หมายถึง เสียงของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการต่างๆ ในภารกิจความรับผิดชอบของ กยท. ซึ่งผู้บริหารระดับสูงพิจารณาเห็นว่าต้องเร่งดำเนินการแก้ไข โดยด่วน เช่น เป็นเรื่องที่มีผลกระทบภาพลักษณ์เสื่อมเสีย ชื่อเสียงองค์กร หรือมีผลกระทบกับลูกค้าโดยตรงเป็นวงกว้าง หรือมีผลทางกฎหมายหรือคดีความที่มีมูลค่าสูง เป็นต้น

๒.๑.๒ เสียงของลูกค้าที่ไม่มีนัยสำคัญ หมายถึง เสียงของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการต่างๆ ในภารกิจความรับผิดชอบของ กยท. ซึ่งผู้บริหารระดับสูงเห็นว่าไม่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขโดยด่วน เช่น ไม่เป็นเรื่องที่มีผลกระทบภาพลักษณ์เสื่อมเสีย ชื่อเสียงองค์กร หรือมีผลกระทบกับลูกค้าโดยตรงเป็นวงไม่กว้าง หรือไม่มีผลทางกฎหมาย เป็นต้น

๒.๓ การกำหนดมาตรฐานการจัดการเสียงของลูกค้า

มาตรฐานการจัดการเสียงของลูกค้าที่มาจากทุกช่องทางการรับฟัง จำแนกการจัดการตามความสำคัญของเสียงของลูกค้า ดังนี้

๒.๓.๑ มาตรฐานการจัดการเสียงของลูกค้ากลุ่มเสียงไม่มีนัยสำคัญ

๑) ผู้รับฟังเสียงของลูกค้า ตรวจสอบและระบุจำแนกประเภทเสียงของลูกค้า

๒) กรอกข้อมูลในแบบฟอร์มที่กำหนดพร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง

๓) ลงทะเบียนแบบฟอร์ม

๔) จัดทำบันทึกปะหน้าสรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าทุกวันเสนอผู้มีอำนาจลงนามจัดส่งเอกสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกระบวนงานปกติ ภายใน ๑ วัน นับแต่วันที่รับเรื่อง

๕) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตอบกลับข้อมูล และผลการจัดการตามประสงค์ของลูกค้า ภายใน ๑๕ วัน นับแต่วันรับเรื่องร้องเรียน (ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวอาจขยายได้ตามความเหมาะสม)

๖) รายงานผลการดำเนินงาน ให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทราบ ภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป

๗) ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ รวบรวมผลการดำเนินการจากส่วนงานต่าง ๆ สรุป/วิเคราะห์เสนอผู้ว่าการการยางแห่งประเทศไทยมเพื่อทราบและพิจารณาสั่งการต่อไป ที่ความถี่รายเดือน รายไตรมาส และรายปี

๘) เปิดเผยข้อมูลสาธารณะบน website กยท.

๒.๓.๒ มาตรฐานการจัดการเสียงลูกค้ากลุ่มเสียงมีนัยสำคัญหรือจัดการไม่ได้ ให้ดำเนินการตามคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนเป็นหลัก โดยกำหนดมาตรฐานการจัดการเสียงของลูกค้าดังนี้

๑) ผู้รับฟังเสียงของลูกค้าระบุประเภทเสียง

๒) กรอกข้อมูลในแบบฟอร์มที่กำหนดพร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง

๓) ลงทะเบียนแบบฟอร์ม

๔) จัดทำบันทึกปะหน้าสรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าทุกวันเสนอผู้มีอำนาจลงนามจัดส่งเอกสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกระบวนงานปกติ ภายใน ๑ วัน นับแต่วันที่รับเรื่อง

๕) หน่วยงานเจ้าของเรื่องที่รับเรื่องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลรวมถึงประเมินข้อร้องเรียนเบื้องต้นเกี่ยวกับระดับความสำคัญ/เร่งด่วนของปัญหา เพื่อกำหนดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียนในแต่ละเรื่อง โดยมีระยะเวลาในการแก้ปัญหาให้แล้วเสร็จภายใน ๑๕ วันทำการนับจากได้รับเรื่องร้องเรียน (ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวอาจขยายได้ตามความเหมาะสม)

๖) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสรุปรายงานผลการดำเนินการเรื่องร้องเรียน ให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทราบภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป

๗) ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ รวบรวมผลการดำเนินการจากส่วนงานต่าง ๆ สรุป/วิเคราะห์เสนอผู้ว่าการการยางแห่งประเทศไทยมเพื่อทราบและพิจารณาสั่งการต่อไป ที่ความถี่รายเดือน รายไตรมาส และรายปี

๘) เปิดเผยข้อมูลสาธารณะบน website กยท.

บทที่ ๓
ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า

๑.การรับฟังจากเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์

ลูกค้าที่มีความประสงค์แสดงความต้องการ ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม เรื่องร้องขอ ข้อเสนอแนะของลูกค้า และอื่นๆ ต้องการ**ติดต่อการยางแห่งประเทศไทย ทางโทรศัพท์ติดต่อได้ทางหมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๔๓๓ ๒๒๒๒ ต่อ ๑๔๑, ๑๔๘ ติดต่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ กองวินัยและแรงงานสัมพันธ์**

๑.๑ ขั้นตอนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ กรณีรับฟังเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ ผู้ปฏิบัติงานต้องบันทึกเสียงทุกประเภทในเครื่องบันทึกเสียง และจัดเก็บไว้ตามประเภทของเสียงลูกค้า

๑.๑.๑ จำแนกและวิเคราะห์ ข้อมูลเสียง จำแนกและวิเคราะห์ประเภทของเสียง ดังนี้ กลุ่มลูกค้า ประเภทของเสียง (ความต้องการ ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม ข้อร้องขอ ข้อเสนอแนะ) สรุปประเด็นของเสียง พิจารณาจำแนกเสียงออกเป็นสองกลุ่มและดำเนินการจัดการตามประเภทของเสียง

กลุ่ม ๑ เสียงไม่มีนัยสำคัญ ให้ระบุประเภทเสียงและระบุว่าเป็นกลุ่มไม่มีนัยสำคัญ กรอกข้อมูลในแบบฟอร์มที่กำหนด ลงทะเบียนแบบฟอร์ม และส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกระบวนงานปกติ โดยดำเนินการส่งมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใน ๑ วัน และติดตามผลการดำเนินงานหลังส่งข้อมูลให้ภายใน ๑๕ วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับเรื่อง

กลุ่ม ๒ กรณีเสียงมีนัยสำคัญหรือจัดการไม่ได้ ให้ระบุประเภทเสียง เป็นกลุ่มมีนัยสำคัญหรือจัดการไม่ได้ กรอกข้อมูลในแบบฟอร์ม พร้อมบันทึกข้อมูลเสียงลงระบบรับฟังเสียงลูกค้า ลงในฐานข้อมูลระบบรับฟังเสียงของลูกค้า กรณีเป็นข้อร้องเรียนให้ดำเนินการตามคู่มือการจัดการข้อร้องเรียน กรณีอื่น ๆ ให้จัดทำบันทึกแจ้งผู้บังคับบัญชาทราบเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการจัดการเสียงของลูกค้าต่อไป

๑.๒ สรุปการรับฟังเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ให้ผู้บริหารทราบอย่างเป็นปัจจุบัน พร้อมทั้งทำทะเบียนการรับฟังเสียงทางโทรศัพท์ และสำเนาเอกสารออกให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบจัดเก็บไว้เป็นหลักฐาน

๑.๓ ติดตามผลการดำเนินการหลังมีบันทึกแจ้งสรุปไว้แต่ละกรณี เพื่อสอบย้อนกรณีลูกค้ารายเดิมสอบถามความก้าวหน้าหลังการติดต่อสรุปผลทุก ๑๕ วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับเรื่อง

๒. การรับข้อมูลทางเอกสาร

วิธีปฏิบัติงานกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าด้วยเอกสาร (Document based) ผ่านกลไก เอกสาร จดหมาย โทรสาร ผู้บริหาร และหน่วยงานกำกับดูแล (ในระดับองค์กร) เพื่อให้ได้สารสนเทศด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดี ของลูกค้าที่มีต่อองค์กร เปรียบเทียบกับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดีของลูกค้าเหล่านี้ที่มีต่อคู่แข่ง และองค์กรอื่นที่มี ผลิตภัณฑ์และบริการที่คล้ายคลึงกันหรือระดับ เทียบเคียงของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจ ผลการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การปรับปรุง/เพิ่มเติม โดยจัดส่งหนังสือ นำเรียนผู้ว่าการการยางแห่งประเทศไทย ส่งมาที่**การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๖๗/๒๕ ถนนบางขุนนนท์ แขวงบางขุนนนท์ เขตบากกอกน้อย กรุงเทพฯ ๑๐๗๐๐**

ขั้นตอนการปฏิบัติงานการรับข้อมูลทางเอกสาร

๑) หน่วยงานทุกหน่วยงานของ กยท. สามารถรับเรื่อง โดยกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าด้วยเอกสาร (Document based) ผ่านกลไกเอกสาร จดหมาย โทรสารผู้บริหาร และ หน่วยงานกำกับดูแล (ในระดับองค์กร)

๒) เจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ กองวินัยและแรงงานสัมพันธ์ ที่รับผิดชอบ คัดแยกเอกสารออกเป็นสองกลุ่ม เป็นกลุ่มเสียงที่ไม่มีนัยสำคัญ และกลุ่มเสียงที่มีนัยสำคัญ กรณีเอกสารเข้าข่ายข้อร้องเรียนให้ดำเนินการตามขั้นตอนรับเรื่องร้องเรียน กรณีอื่น ๆ ให้ดำเนินการ สรุปประเด็นในเอกสาร แล้วนำเรียนผู้บริหารเพื่อพิจารณาดำเนินการ

๓) ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับเอกสารพิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบ แนวทาง/มาตรการ/แผนการดำเนินงาน/รายละเอียดการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการปรับปรุง และการดำเนินการด้านต่างๆ รวมทั้งมอบหมายผู้รับผิดชอบต่อไป

๔) กระบวนการปรับปรุง สรุปรายละเอียด หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการตามขั้นตอนหากดำเนินการไม่แล้วเสร็จภายในกำหนดให้มีการปรับปรุงกระบวนการพร้อมทั้งรวบรวมและสรุปรายละเอียด

๕) หน่วยงานที่รับผิดชอบ ติดตาม รวบรวม และสรุปรายงานผลการดำเนินงาน ทุกหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการติดตาม รวบรวม และสรุปรายงานผลการดำเนินงานนำเสนอผู้บริหารของหน่วยงานตามรอบเวลาของข้อกำหนดนั้น ๆ

๖) หน่วยงานที่รับเรื่องส่งเอกสาร จดหมาย โทรสาร เรื่องเกี่ยวกับลูกค้า ให้ดำเนินการจัดทำรายงานสรุปเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ตามเอกสารที่ได้รับแต่ละฉบับ และส่งรายงานมาให้ส่วนกลางทราบ ภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป

๗) หน่วยงานส่วนกลางรับเรื่องแล้วพิจารณาคัดแยกเสียงที่เกี่ยวกับลูกค้า แบ่งเป็น ความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า และข้อกำหนดและรายละเอียดที่สำคัญ บันทึกลงข้อมูลระบบรับฟังเสียงของลูกค้า กยท. ไตรมาสละ ๑ ครั้ง

๘) สรุปข้อมูลสารสนเทศ สรุปรายงานสารสนเทศเรื่องเกี่ยวกับลูกค้า ตามแบบฟอร์ม นำเสนอคณะทำงาน ไตรมาสละ ๑ ครั้ง

๙) ประเมินและทบทวน กระบวนการประเมินและทบทวนกระบวนการ ภายในเดือน

๓. การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย

การรับฟังเสียงของลูกค้าผ่าน Website และ e-Mail เป็นกลไกหนึ่งของช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network based เพื่อให้ได้สารสนเทศด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดี รวมถึงความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้า

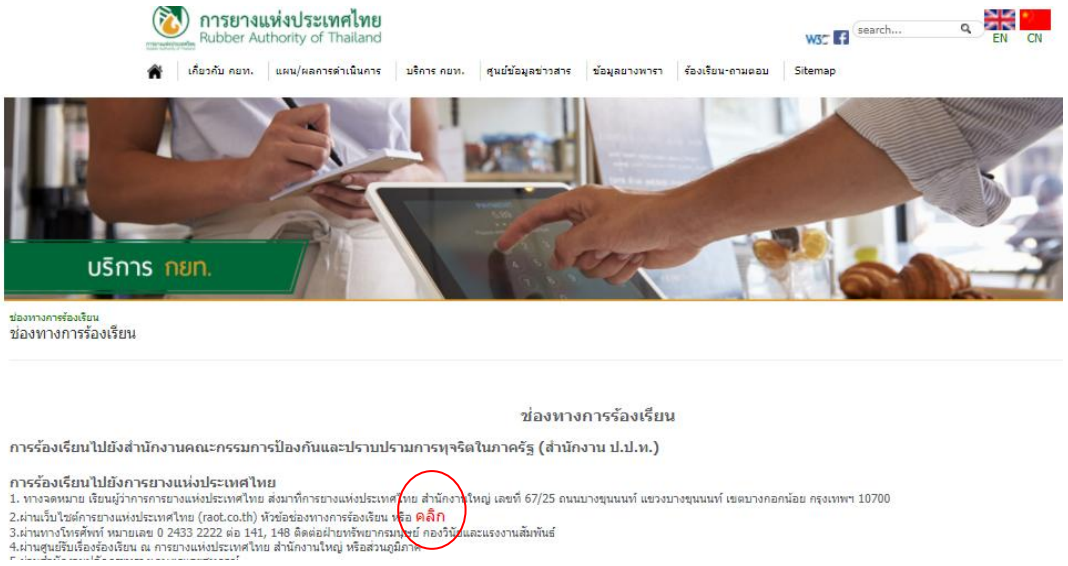
วิธีปฏิบัติงานการรับฟังเสียงของลูกค้าผ่านกลไก Websiteและ e-Mail ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ขั้นตอนการรับฟังเสียงลูกค้า การส่งผ่านข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสรุปข้อมูลการรวบรวมเสียงลูกค้า และการทบทวนกระบวนการ

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

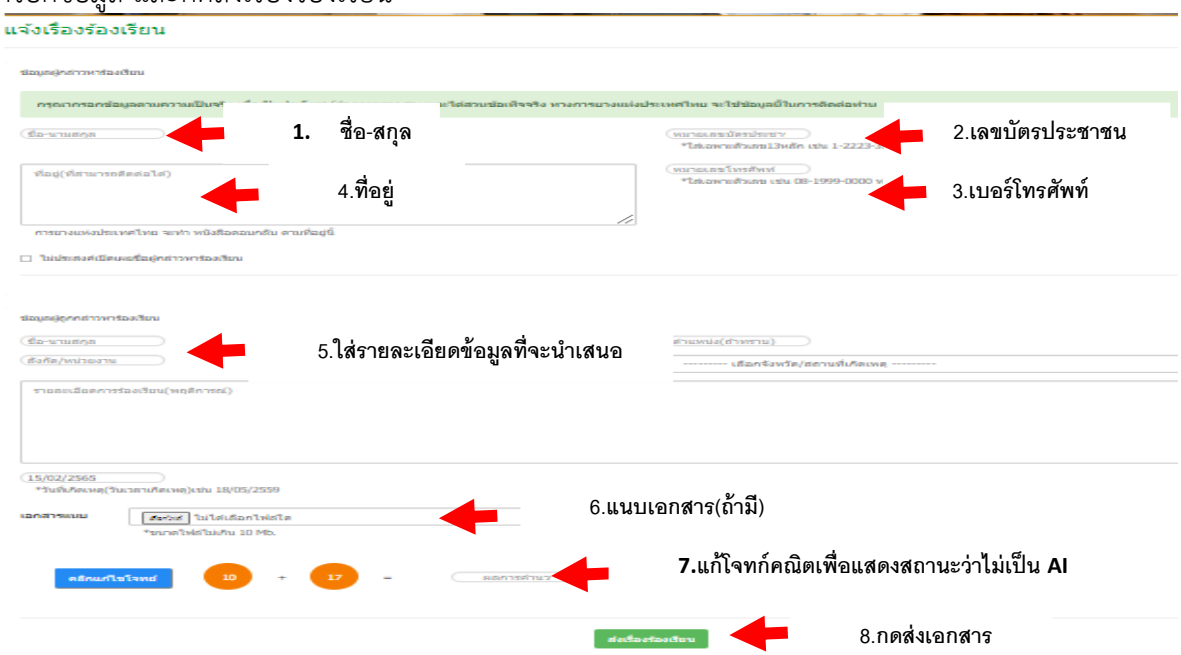
๑) รับฟังเสียงของลูกค้าผ่านระบบรับเรื่องร้องเรียนใน Websiteส่งเสียงของลูกค้าจาก Website ไปเว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (raot.co.th) หัวข้อ ช่องทางการร้องเรียน

๒) เว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (raot.co.th) หัวข้อ ช่องทางการร้องเรียน

๓) กด “คลิก” ตัวแดง



๔) กรอกข้อมูล และกดส่งเรื่องร้องเรียน



๕) <u>ฐานข้อมูลระบบรับฟังเสียงลูกค้า</u>
ระบบจะตรวจสอบให้ผู้ใช้ระบุข้อมูลที่จำเป็นต้องกรอก

๖) <u>การนำเสียงของลูกค้าไปดำเนินการ</u> กรณีที่เรื่องร้องเรียน/แนะนำ ชื่นชม/แจ้งเหตุร้องขอความต้องการ/ความคาดหวัง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานใหญ่ หน่วยงาน จะดำเนินการตามวิธีปฏิบัติในการรับฟังเสียงลูกค้าผ่านระบบรับฟังเสียงลูกค้า กรณีที่เรื่องร้องเรียน/แนะนำ ชื่นชม/แจ้งเหตุร้องขอ/ความต้องการ/ความคาดหวัง

๗) <u>สรุปข้อมูลการรวบรวมเสียงลูกค้า</u> สรุปข้อมูลการรวบรวมเสียงลูกค้าด้วยแบบฟอร์ม ส่งให้คณะทำงานโดยจะมีการดำเนินการเดือนละ ๑ ครั้ง

๘) <u>ประเมินและทบทวนกระบวนการ</u> ประเมินและทบทวนกระบวนการในการใช้งานระบบผ่านว่ามีความถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงระบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการให้บริการได้หรือไม่

๔. การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์

การสานเสวนา เป็นกลไกหนึ่งของช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าด้วยการปฏิสัมพันธ์ (Interaction based) ซึ่งเป็นการรับฟังเสียงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มลูกค้า ที่สอดคล้องตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ISO ๒๖๐๐๐ ได้ข้อมูลจากการรับฟังเสียง ที่สามารถนำไปแก้ปัญหา ตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิผล

วิธีปฏิบัติงานสานเสวนาครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์การจัดลำดับและคัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พิจารณาเลือกเทคนิคและกำหนดขั้นตอนการดำเนินการสานเสวนา วิเคราะห์และสรุป ปัญหา ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า รวบรวมและวิเคราะห์สรุปสารสนเทศจากการสานเสวนา ตลอดจนการทบทวนกระบวนการฯ

เทคนิคการสานเสวนา หมายถึง วิธีการ/กระบวนการจัดการให้ได้มาซึ่งความคิดเห็น ข้อเสนอของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย

๔.๑ การสำรวจโดยแบบสอบถาม (Questionnaire)

๔.๒ การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

๔.๓ การประชุมวงกว้าง/ประชุมสาธารณะ

๔.๔ การประชุมระดับตัวแทน/ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

๑. วิเคราะห์จัดลำดับ และคัด เลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒. พิจารณาเลือกเทคนิคในการสานเสวนาและกำหนดขั้นตอนการดำเนินการ

๓. ดำเนินการรับฟังความคิดเห็น/สานเสวนา กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๔. วิเคราะห์ และสรุปปัญหา ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ ความต้องการ และความคาดหวัง ของลูกค้า และบันทึกลงในระบบรับฟังเสียงลูกค้า

๕. รวบรวมและวิเคราะห์สรุปสารสนเทศจาการสานเสวนาในระดับสายงานนำเสนอ

๖. ประเมินและทบทวนกระบวนการฯ

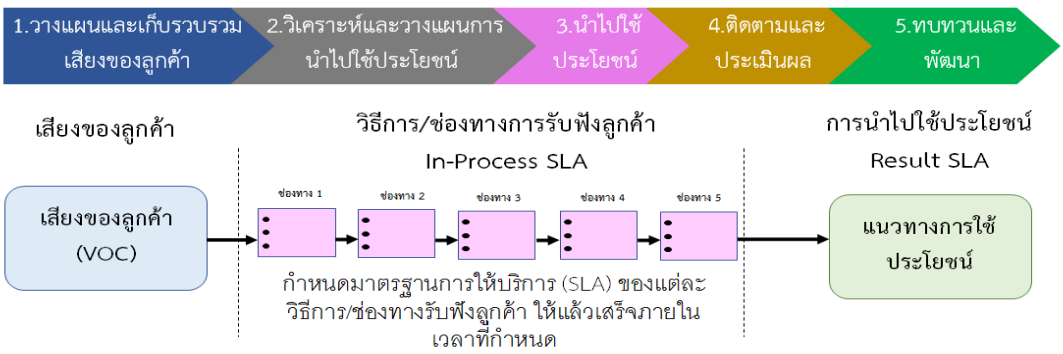
๕. การรับฟังด้วยการสำรวจ (ข้อมูลลูกค้า)

วิธีการสำรวจ (Survey Method) สามารถแบ่งออกได้ ๔ ประเภทด้วยกันได้แก่

- วิธีการสำรวจทางอีเมล (Mail survey) คือแบบสำรวจที่เขียนขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรด้วยตนเอง และส่งผ่านทางอีเมล (E-mail)
- วิธีการสำรวจทางโทรศัพท์ (Telephone survey) คือแบบสำรวจที่ดำเนินการ โดยทางโทรศัพท์ ซึ่งมีการอ่านคำถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม
- วิธีการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Personal interview) คือการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ผู้ถามกับผู้ตอบแบบสอบถามจะเห็นหน้ากันและกัน
- วิธีการสำรวจออนไลน์ (Online Survey) วิธีการสำรวจผ่านแพลตฟอร์มบนโลกออนไลน์

แนวคิดในการกำหนดมาตรฐานให้บริการ (SLA)

กระบวนการรับฟังและจัดการเสียงของลูกค้า



วิธีการ/ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า

วิธีการ/ช่องทางรับฟังลูกค้า	ความถี่/วิธีการ (แบ่งตามกลุ่มลูกค้า)		ข้อมูลที่ได้รับ	นำไปใช้ประโยชน์	ผู้รับผิดชอบ	ประสิทธิผล
	กลุ่มลูกค้าด้านส่งเสริม	กลุ่มลูกค้าด้านพาณิชย์				
๑. การรับฟังจากเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ ๐๒-๔๓๓๒๒๒๒ ต่อ ๑๔๑, ๑๔๘, ๔๒๕ ➢ ด้านลูกค้า ๐ ๒๔๓๓ ๒๒๒๒ ต่อ ๔๒๕ – ๖ (หน่วยธุรกิจ)	เวลาทำการ	เวลาทำการ	ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ความไม่พึงพอใจ	แก้ปัญหาได้ตรงความต้องการลูกค้า ปรับปรุงการทำงาน ติดตามแก้ไขปัญหา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ	ฝทม. หน่วยธุรกิจ	ตัวชี้วัดประสิทธิผลของการรับฟังเสียงข้อลูกค้า/จัดการข้อร้องเรียน
๒. การรับข้อมูลทางเอกสาร (ไปรษณีย์) ส่งมาที่การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๖๗/๒๕ ถนนบางขุนนนท์ แขวงบางขุนนนท์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ ๑๐๗๐๐	เวลาทำการ	เวลาทำการ	ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ความไม่พึงพอใจ	แก้ปัญหาได้ตรงความต้องการลูกค้า ปรับปรุงการทำงาน ติดตามแก้ไขปัญหา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ	ฝทม. หน่วยธุรกิจ	ตัวชี้วัดประสิทธิผลของการรับฟังเสียงข้อลูกค้า/จัดการข้อร้องเรียน
๓. การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ - เว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (raot.co.th) - ผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียน การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ หรือส่วนภูมิภาค - ผ่านทางสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - ผ่านระบบศูนย์ร้องเรียน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี - ผ่านศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด ทั่วประเทศ ➢ ด้านลูกค้า - ผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – mail) หน่วยธุรกิจ (raot.business@raot.mail.go.th)	รับฟังเสียงของลูกค้าไตรมาส ๑ ครั้ง	รับฟังเสียงของลูกค้าอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง	ความพึงพอใจ ความภักดี ความต้องการของลูกค้า	วางแผนปรับปรุงกระบวนการทำงานทั้งที่เป็นเหตุการณ์เฉพาะหน้าและที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แก้ปัญหาได้ตรงความต้องการของลูกค้า	ฝทม.	ตัวชี้วัดประสิทธิผลของการรับฟังเสียงข้อลูกค้า/จัดการข้อร้องเรียน
๔. การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น กิจกรรมต่างๆ สัมมนาให้ความรู้เกษตรกร ออกเยี่ยมลูกค้า)	สำรวจและรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง	สำรวจและรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง	ความพึงพอใจ ความภักดี ความต้องการของลูกค้า	วางแผนปรับปรุงกระบวนการทำงานทั้งที่เป็นเหตุการณ์เฉพาะหน้าและที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แก้ปัญหาได้ตรงความต้องการของลูกค้า	ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัดประสิทธิผลของการรับฟังเสียงข้อลูกค้า/จัดการข้อร้องเรียน
๕. การรับฟังด้วยการสำรวจ (แบบประเมินความพึงพอใจ)	ปีละ ๑ ครั้ง	ปีละ ๑ ครั้ง	ความพึงพอใจ ความภักดี ความต้องการ	วางแผนกลยุทธ์ กำหนดแนวทางการดำเนินงาน	ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัดประสิทธิผลของการรับฟังเสียงข้อลูกค้า/การประเมินความพึงพอใจ

กำหนดมาตรฐานในการสนองลูกค้าในแต่ละช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า

กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการของการยางแห่งประเทศไทย
(Customer Service Charter & Service Standard)

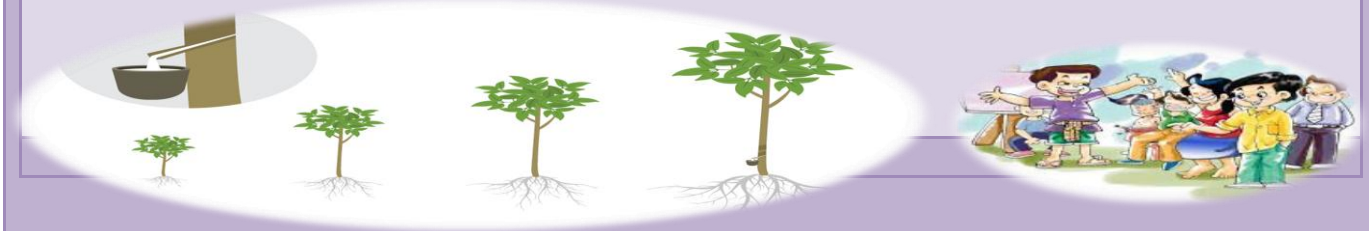
กำหนดขึ้นเพื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของการยางแห่งประเทศไทยในการส่งเสริม สนับสนุน ให้ประเทศเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราที่เป็นเลิศ รวมถึงการอำนวยความสะดวกการให้บริการแก่ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ รวมทั้ง พัฒนาระบบการบริหารจัดการผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ การให้บริการที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพด้วยความโปร่งใส ผลิตภัณฑ์และบริการมีมาตรฐาน และสามารถให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงที รวมถึงการประเมินประสิทธิผลกระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการจัดการความรู้ และนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของการยางแห่งประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

มาตรฐานการให้บริการ

การรับฟังเสียงของลูกค้า	ระยะเวลา
1. การรับเรื่องจากช่องทางต่างๆ	
1.1 ช่องทางและการรับข้อร้องเรียน	
1.1.1 ทางจดหมาย	1 วันทำการ
1.1.2 ผ่านเว็บไซต์การยางแห่งประเทศไทย (www.raot.co.th)	1 วันทำการ
1.1.3 ผ่านทางโทรศัพท์ หมายเลข 0-2433-2222 ต่อ 145	ทันที
1.1.4 ผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนการยางแห่งประเทศไทย	1 วันทำการ
1.1.5 ผ่านทางสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	1 วันทำการ
1.1.6 ผ่านระบบศูนย์ร้องเรียน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	1 วันทำการ
1.1.7 ผ่านศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด ทั่วประเทศ	1 วันทำการ
1.1.8 ช่องทางอื่น ๆ	1 วันทำการ
1.2 ช่องทางการร้องเรียนด้านลูกค้า	
1.2.1 ผ่านทางโทรศัพท์ หมายเลข 0 2433 2222 ต่อ 425 - 6	ทันที
1.2.2 ผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - mail) หน่วยธุรกิจ (raot.busunit@raot.mail.go.th)	1 วันทำการ
1.2.3 ผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนด้านลูกค้า หน่วยธุรกิจ	1 วันทำการ
2. การพิจารณาดำเนินการจัดการเสียงของลูกค้า	
2.1 สอบถาม	ทันที
2.2 ร้องเรียน	15 วันทำการ

มาตรฐานการให้บริการ

การดำเนินการให้บริการ	ระยะเวลา
1. การขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปลูกแทน (กรณีบุคคลธรรมดา)	20 วันทำการ
2. การขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปลูกแทน (กรณีนิติบุคคล)	20 วันทำการ
3. การขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปลูกแทน (กรณีผู้เช่าหรือผู้ทำสวนยาง)	20 วันทำการ
4. การขอรับทุนวิจัย กยท.	243 วันทำการ
5. การขึ้นทะเบียนสถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง/ปรับปรุงข้อมูลทะเบียนเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบกิจการยาง	30 วันทำการ
6. การยื่นคำขอรับการส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบกิจการยาง	45 วันทำการ
7. การขอรับสวัสดิการเกษตรกรชาวสวนยาง เงินช่วยเหลือแก่เกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน กรณีสวนยางประสบภัย เงินช่วยเหลือรายละไม่เกิน 3,000 บาท	45 วันทำการ
8. การขอรับสวัสดิการเกษตรกรชาวสวนยาง เงินช่วยเหลือให้แก่ทายาทของเกษตรกรชาวสวนยาง กรณีเกษตรกรชาวสวนยางเสียชีวิต รายละไม่เกิน 3,000 บาท	30 วันทำการ
9. การขอรับเงินทุนกู้ยืมเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของเกษตรกรชาวสวนยาง รายละไม่เกิน 50,000 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อปี ระยะเวลาชำระหนี้ไม่เกิน 3 ปี	45 วันทำการ
10. การยื่นคำขอรับการส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบกิจการยาง	45 วันทำการ
11. การชำระค่าธรรมเนียมการส่งยางออกนอกราชอาณาจักรโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์	4 วันทำการ
12. การให้บริการตลางกลางยางพารา กยท. 12.1 สมัครสมาชิก 12.2 การซื้อขายยางผ่านตลาดกลางยางพาร	 1 วันทำการ 2 วันทำการ
13. การบริการทดสอบยางดิบและผลิตภัณฑ์ยาง 13.1 การทดสอบยางดิบและผลิตภัณฑ์ยาง 13.2 การทดสอบยางผสมและยางผสมสารเคมีเพื่อขอหนังสือรับรองปริมาณยางธรรมชาติสำหรับจัดเก็บเงินสงเคราะห์ (Cess) ผู้ส่งยางออกนอกราชอาณาจักร	 7-15 วันทำการ 7 วันทำการ



บทที่ ๔

กระบวนการรับฟังและจัดการเสียงของลูกค้า

การรับฟังเสียงของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลเสียงของลูกค้าไปใช้ประโยชน์ เช่น พัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มความพึงพอใจ ความภักดี และความผูกพันของลูกค้า โดยกระบวนการรับฟังและจัดการเสียงของลูกค้า มี ๕ ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ วางแผนและเก็บรวบรวมเสียงของลูกค้า โดยวางแผนการรับฟังและจัดการเสียงของลูกค้าโดยรวม กำหนดกรอบการดำเนินงานในส่วนของกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า รับฟังเสียงของลูกค้าและเก็บรวมรวบข้อมูลเสียงของลูกค้าผ่านวิธีการ/ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า

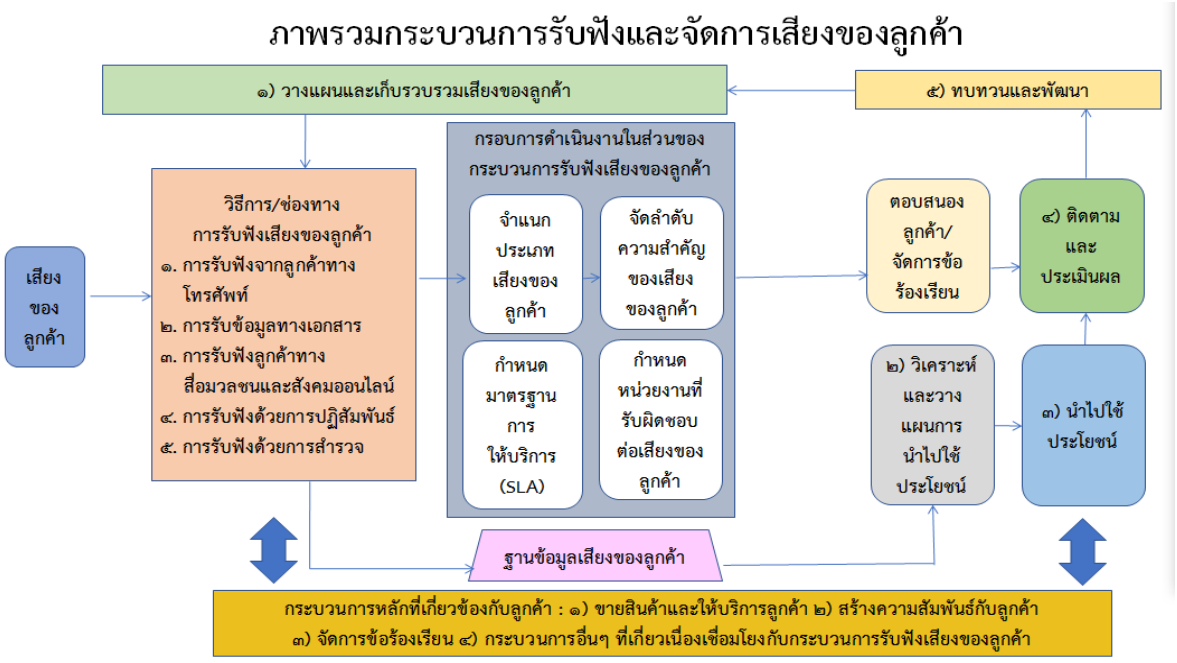
ขั้นตอนที่ ๒ วิเคราะห์และวางแผนการนำไปใช้ประโยชน์ เป็นการวิเคราะห์ทั้งเสียงของลูกค้าที่ได้รับฟังโดยตรงจากลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูลเสียงของลูกค้าที่อยู่ในฐานข้อมูลเสียงของลูกค้า

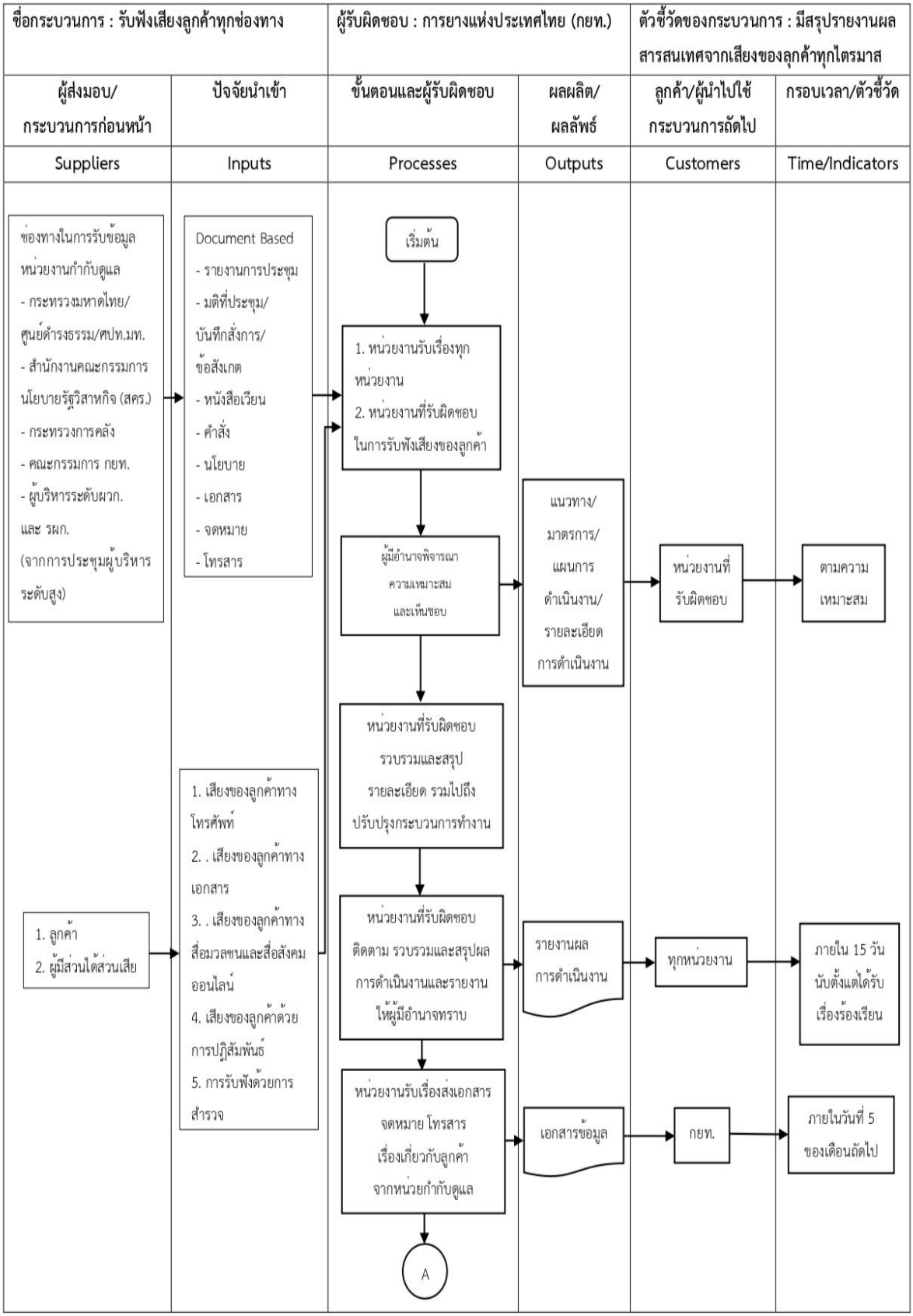
ขั้นตอนที่ ๓ นำไปใช้ประโยชน์ เป็นการนำข้อมูลเสียงของลูกค้าไปใช้ประโยชน์ เช่น นำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ นำนวัตกรรมสินค้าและบริการสู่ตลาด จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จัดโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นต้น

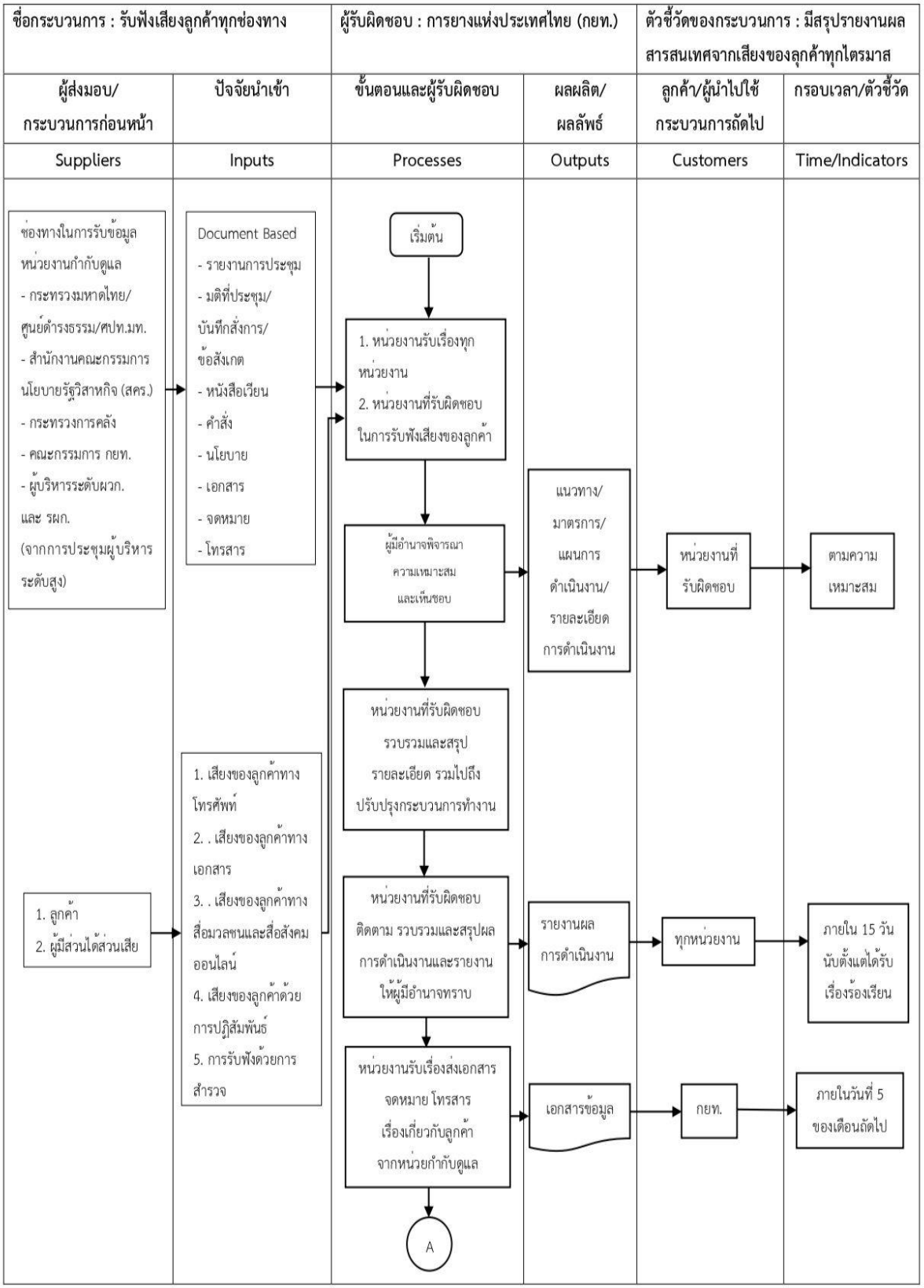
ขั้นตอนที่ ๔ ติดตามและประเมินผล เป็นการติดตามและประเมินผลว่า หลังจากที่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลเสียงของลูกค้า ตามแนวทาง/วิธีการนำข้อมูลเสียงของลูกค้าไปใช้ประโยชน์แล้ว ผลการดำเนินการเป็นอย่างไร และประเมินผลว่าเป็นอย่างไร

ขั้นตอนที่ ๕ ทบทวนและพัฒนา เป็นการสรุปผลหลังจากที่ได้ติดตามและประเมินผลตามที่กำหนดแล้ว ทบทวนเพื่อเสนอแนะและพิจารณาว่าจะดำเนินการเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนสิ่งใดในกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า

ภาพรวมกระบวนการรับฟังและจัดการเสียงของลูกค้า




ชื่อกระบวนการ : รับฟังเสียงลูกค้าทุกช่องทาง
ผู้รับผิดชอบ : การยางแห่งประเทศไทย (กยท.)
ตัวชี้วัดของกระบวนการ : มีสรุปรายงานผลสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าทุกไตรมาส
ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า
ปัจจัยนำเข้า
ขั้นตอนและผู้รับผิดชอบ
ผลผลิต/ผลลัพธ์
ลูกค้า/ผู้นำไปใช้กระบวนการถัดไป
กรอบเวลา/ตัวชี้วัด
Suppliers
Inputs
Processes
Outputs
Customers
Time/Indicators
ช่องทางในการรับข้อมูลหน่วยงานกำกับดูแล
- กระทรวงมหาดไทย/ศูนย์ดำรงธรรม/ศปท.มท.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.)
- กระทรวงการคลัง
- คณะกรรมการ กยท.
- ผู้บริหารระดับผวก.และ รผก.
(จากการประชุมผู้บริหารระดับสูง)
Document Based
- รายงานการประชุม
- มติที่ประชุม/บันทึกสั่งการ/ข้อสังเกต
- หนังสือเวียน
- คำสั่ง
- นโยบาย
- เอกสาร
- จดหมาย
- โทรสาร
เริ่มต้น
1. หน่วยงานรับเรื่องทุกหน่วยงาน
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับฟังเสียงของลูกค้า
ผู้มีอำนาจพิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบ
แนวทาง/มาตรการ/แผนการดำเนินงาน/รายละเอียดการดำเนินงาน
หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ตามความเหมาะสม
หน่วยงานที่รับผิดชอบรวบรวมและสรุปรายละเอียด รวมไปถึงปรับปรุงกระบวนการทำงาน
1. ลูกค้า
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
1. เสียงของลูกค้าทางโทรศัพท์
2. . เสียงของลูกค้าทางเอกสาร
3. . เสียงของลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์
4. เสียงของลูกค้าด้วยการปฏิสัมพันธ์
5. การรับฟังด้วยการสำรวจ
หน่วยงานที่รับผิดชอบติดตาม รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานและรายงานให้ผู้มีอำนาจทราบ
รายงานผลการดำเนินงาน
ทุกหน่วยงาน
ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่ได้รับเรื่องร้องเรียน
หน่วยงานรับเรื่องส่งเอกสาร จดหมาย โทรสาร เรื่องเกี่ยวกับลูกค้าจากหน่วยกำกับดูแล
เอกสารข้อมูล
กยท.
ภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป
A


ชื่อกระบวนการ : รับฟังเสียงลูกค้าทุกช่องทาง
ผู้รับผิดชอบ : การยางแห่งประเทศไทย (กยท.)
ตัวชี้วัดของกระบวนการ : มีสรุปรายงานผลสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าทุกไตรมาส
ผู้ส่งมอบ/กระบวนการก่อนหน้า
ปัจจัยนำเข้า
ขั้นตอนและผู้รับผิดชอบ
ผลผลิต/ผลลัพธ์
ลูกค้า/ผู้นำไปใช้กระบวนการถัดไป
กรอบเวลา/ตัวชี้วัด
Suppliers
Inputs
Processes
Outputs
Customers
Time/Indicators
ช่องทางในการรับข้อมูลหน่วยงานกำกับดูแล
- กระทรวงมหาดไทย/ศูนย์ดำรงธรรม/ศปท.มท.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.)
- กระทรวงการคลัง
- คณะกรรมการ กยท.
- ผู้บริหารระดับผวก. และ รผก.
(จากการประชุมผู้บริหารระดับสูง)
Document Based
- รายงานการประชุม
- มติที่ประชุม/บันทึกสั่งการ/ข้อสังเกต
- หนังสือเวียน
- คำสั่ง
- นโยบาย
- เอกสาร
- จดหมาย
- โทรสาร
เริ่มต้น
1. หน่วยงานรับเรื่องทุกหน่วยงาน
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับฟังเสียงของลูกค้า
ผู้มีอำนาจพิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบ
แนวทาง/มาตรการ/แผนการดำเนินงาน/รายละเอียดการดำเนินงาน
หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ตามความเหมาะสม
หน่วยงานที่รับผิดชอบรวบรวมและสรุปรายละเอียด รวมไปถึงปรับปรุงกระบวนการทำงาน
1. ลูกค้า
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
1. เสียงของลูกค้าทางโทรศัพท์
2. . เสียงของลูกค้าทางเอกสาร
3. . เสียงของลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์
4. เสียงของลูกค้าด้วยการปฏิสัมพันธ์
5. การรับฟังด้วยการสำรวจ
หน่วยงานที่รับผิดชอบติดตาม รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานและรายงานให้ผู้มีอำนาจทราบ
รายงานผลการดำเนินงาน
ทุกหน่วยงาน
ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่ได้รับเรื่องร้องเรียน
หน่วยงานรับเรื่องส่งเอกสาร จดหมาย โทรสาร เรื่องเกี่ยวกับลูกค้าจากหน่วยกำกับดูแล
เอกสารข้อมูล
กยท.
ภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป
A

ภาคผนวก

(แบบคำร้องเรียนที่ ๑)

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

แบบคำร้องเรียน (ด้วยตนเอง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง .....

เรียน ผู้ว่าการการยางแห่งประเทศไทย

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว.....อายุ.....ปี
อยู่บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....หมายเลขโทรศัพท์.....
อาชีพ.....ตำแหน่ง.....
เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน.....ออกโดย.....
วันที่ออกบัตร.....บัตรหมดอายุ.....

มีความประสงค์ขอร้องทุกข์/ร้องเรียน เพื่อให้การยางแห่งประเทศไทย พิจารณาดำเนินการช่วยเหลือ หรือแก้ไขปัญหาในเรื่อง...(ข้อเท็จจริงโดยย่อ).....
.....
.....
.....
.....

ทั้งนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าคำร้องทุกข์/ร้องเรียน ตามข้างต้นเป็นจริงทุกประการ และยินดีรับผิดชอบทั้งทางแพ่งและทางอาญาหากจะพึงมี

โดยข้าพเจ้าขอส่งเอกสารหลักฐานประกอบการร้องทุกข์/ร้องเรียน (ถ้ามี) ได้แก่

๑) .....จำนวน.....ชุด
๒) .....จำนวน.....ชุด
๓) .....จำนวน.....ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ) .....
(.....)
ผู้ร้องเรียน

(แบบคำร้องเรียนที่ ๒)

การยางแห่งประเทศไทย
Rubber Authority of Thailand

แบบคำร้องเรียนทางโทรศัพท์ (สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้รับเรื่อง)

ที่ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน
การยางแห่งประเทศไทย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง .....

เรียน ผู้ว่าการการยางแห่งประเทศไทย

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว.....อายุ.....ปี
อยู่บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....หมายเลขโทรศัพท์.....
อาชีพ.....ตำแหน่ง.....

มีความประสงค์ขอร้องทุกข์/ร้องเรียน เพื่อให้การยางแห่งประเทศไทย พิจารณาดำเนินการช่วยเหลือ หรือแก้ไขปัญหาในเรื่อง.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

โดยขออ้าง.....
.....
.....

เป็นพยานหลักฐานประกอบข้อร้องเรียน

ทั้งนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าคำร้องทุกข์/ร้องเรียน ตามข้างต้นเป็นจริงทุกประการ และเจ้าหน้าที่ได้แจ้งให้ข้าพเจ้าทราบแล้วว่า หากเป็นคำร้องที่ไม่สุจริตอาจต้องรับผิดตามกฎหมายได้

(ลงชื่อ).....เจ้าหน้าที่ผู้รับเรื่อง
(.....)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

แบบสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ
ด้านการจัดการข้อร้องเรียนของการยางแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง : แบบสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่จัดทำขึ้นนี้ เพื่อสำรวจความพึงพอใจและ ความไม่พึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านการจัดการข้อร้องเรียนฯ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานและการให้บริการของการยางแห่งประเทศไทย ให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสำรวจความพึงพอใจฯ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑. เพศ
☐ ชาย ☐ หญิง

๒. อายุ
☐ ต่ำกว่า ๒๐ ปี ☐ ๒๑ - ๓๐ ปี ☐ ๓๑ - ๔๐ ปี ☐ ๔๑ - ๕๐ ปี ☐ ๕๑ ปีขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษา
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโทขึ้นไป ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๔. ประเภทของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
☐ เจ้าหน้าที่การยางแห่งประเทศไทย
☐ ประชาชนทั่วไป
☐ ส่วนราชการ .....
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

ส่วนที่ ๒ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การติดตามการจัดการข้อร้องเรียนของการยางแห่งประเทศไทย กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)	ไม่พึงพอใจ (๐)
ด้านการจัดการข้อร้องเรียน						
๑. ประชาชนได้รับคำชี้แจงหรือการแก้ไขปัญหา กรณีมีการร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม						
๒. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงไปตรงมา (ไม่มีการขัดแย้งระหว่างประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์ส่วนรวม)						
๓. มีการกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของการให้บริการ						
๔. มีการเปิดเผยหลักเกณฑ์ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการให้บริการให้ผู้รับบริการทราบ						
๕. ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากผลการให้บริการของหน่วยงาน						

ส่วนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ
☐ ไม่มีข้อเสนอแนะ
☐ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ .....
.....
.....
.....

หมายเหตุ : กรุณาส่งกลับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ โทรสาร : ๐ ๒๕๓๕ ๐๔๗๘ หรือ E-mail : orf2031@rubber.mail.go.th

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และ ความผูกพันต่อการให้บริการของ กยท.

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. **เพศ** ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. **อายุ** ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 21 - 40 ปี ☐ 4) 41 – 60 ปี ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป

3. **ระดับการศึกษาสูงสุด**
   - ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
   - ☐ 2) ปริญญาตรี
   - ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. **สถานภาพของผู้มารับบริการ**
   - ☐ 1) เกษตรกร
   - ☐ 2) สถาบันเกษตรกร
   - ☐ 3) ผู้ประกอบการ/บริษัท
   - ☐ 4) ประชาชนผู้รับบริการ
   - ☐ 5) มหาวิทยาลัย
   - ☐ 6) อื่นๆ โปรดระบุ .....

5. **จำนวนครั้งที่ท่านเคยใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ของ กยท.**
   - ☐ 1) 1 ครั้ง
   - ☐ 2) 2 ครั้ง
   - ☐ 3) 3 ครั้ง
   - ☐ 4) 4 ครั้ง
   - ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....

6. **ระยะเวลาที่ท่านเป็นลูกค้าของ กยท.**
   - ☐ 1) 1 ปี
   - ☐ 2) 2 ปี
   - ☐ 3) 3 ปี
   - ☐ 4) 4 ปี
   - ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....

7. **ท่านเคยใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ กยท. ข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**
   - ☐ 1) ใช้บริการซื้อ-ขายยางผ่านตลาด กยท.
   - ☐ 2) ซื้อผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นต้นจาก กยท.
   - ☐ 3) ซื้อผลิตภัณฑ์ยางจาก กยท.
   - ☐ 4) นำงานวิจัยของ กยท. ไปใช้ประโยชน์
   - ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

ประเด็น/ด้าน	ระดับความพึงพอใจ			ระดับความไม่พึงพอใจ	
	พอใจมาก	พอใจ	พอใจน้อย	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก
1. ด้านเวลา 1.1 การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด					
1.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
2. ด้านขั้นตอนการให้บริการ 2.1 การติดป้ายประกาศหรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ					
2.2 การจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการตามที่ประกาศไว้					
2.3 การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่นมาก่อนต้องได้รับบริการก่อน					
3. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ 3.1 ความเหมาะสมในการแต่งกายของผู้ให้บริการ					
3.2 ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ					
3.3 ความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้ เป็นต้น					
3.4 ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน, ไม่รับสินบน, ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ					
3.5 การให้บริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ					
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4.1 ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์บอกจุดบริการ					
4.2 จุด /ช่อง การให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าถึงได้สะดวก					
4.3 ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอรับบริการ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ ฯลฯ					
4.4 ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ					
5. ด้านผลิตภัณฑ์ 5.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีและเหมาะสมต่อราคา					

ประเด็น/ด้าน	ระดับความพึงพอใจ			ระดับความไม่พึงพอใจ	
	พอใจมาก	พอใจ	พอใจน้อย	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก
5.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามมาตรฐานสากล					
5.3 เจ้าหน้ามีการให้บริการและคำแนะนำหลังการขาย					
6. ท่านมีความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับใด					

ตอนที่ 3 ความผูกพันต่อกยท.

ประเด็น/ด้าน	ระดับความผูกพัน		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ท่านสนใจและหาข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการและผลิตภัณฑ์ของ กยท.			
2. ท่านจะกลับมาใช้บริการและซื้อผลิตภัณฑ์ของ กยท. อีกครั้ง			
3. ท่านจะเป็นลูกค้าของ กยท. ต่อไป			
4. ท่านจะแนะนำการให้บริการและผลิตภัณฑ์ของ กยท.แก่ผู้อื่น			
5. ท่านต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของการให้บริการและผลิตภัณฑ์ของ กยท.			

ตอนที่ 4 ปัญหา / ข้อเสนอแนะ

ปัญหา 1. .....

2. .....

ข้อเสนอแนะ 1. .....

2. .....

ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครั้งนี้