



องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
Dairy Farming Promotion Organization Of Thailand

คู่มือมาตรฐานการบริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย

ประจำปีงบประมาณ 2567



สารบัญ	หน้า
หลักบริการ (service)	4
คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี	5
คุณลักษณะภายในใจ	6
หลักในการให้บริการ	6
กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ	6
คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (บุคลากรในสำนักงาน)	7
มาตรฐานการให้บริการ	7
มาตรฐานการรับโทรศัพท์	8
หัวใจการบริการ	8
การสร้างหัวใจนักบริการ	9
ประเภทการบริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย	9
<ul style="list-style-type: none"> - การบริการด้านการตลาด - การบริการด้านการขายและการตลาด - การบริการการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) 	
องค์ประกอบของการบริการ	11
<ul style="list-style-type: none"> - การเข้าใจความต้องการของลูกค้า - การวางแผนการให้บริการ - การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร - การสร้างความไว้วางใจ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า - การตรวจสอบและปรับปรุงการให้บริการ 	
ขั้นตอนการรับบริการ	11
<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการข้อร้องเรียน - การจำหน่ายสินค้า 	
เกณฑ์การประเมินการให้บริการ	12

คำนำ

คู่มือ “การบริการ” ฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมวิธีหลักการ การให้บริการที่ตี
 นำประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย สังกัด
 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่ต้องประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร หน่วยงานของรัฐ
 บริษัทห้างร้าน ผู้ประกอบการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ฯลฯ ที่มาติดต่อ ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
 ในด้านการบริการด้านการตลาดและการขายถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ การประเมินผลสามารถทำได้โดยการประเมินผล
 จากการตอบสนองความต้องการและยินดีให้บริการทุกหน่วยงานตลอดจนผู้รับบริการต้องกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
 ฝ่ายการตลาดและการขาย หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับใช้และให้บริการและหวังว่า “คู่มือการบริการ” ฉบับนี้เป็น
 ประโยชน์อย่างยิ่งและเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติ หาก “คู่มือการบริการ” ฉบับนี้ผิดพลาดประการใดกราบขอ
 อภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด
 ฝ่ายการตลาดและการขาย
 รวบรวมและจัดทำ

1. หลักการบริการ (service)

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดีที่ผู้รับบริการ จะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเบื้องหลังความสำเร็จ ของทุกงาน มักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็งานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการ ต่างๆ ตลอดทั้งความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มี คุณภาพ และมีประสิทธิภาพ จนเกิดเป็น “การบริการที่ดี”

จิตบริการ

- เวลาทุกนาทีมีค่าสำหรับผู้รับบริการ
- การให้บริการที่ดีเริ่มจากการให้บริการที่ดีกับคนในองค์กรก่อน
- การให้บริการที่เกินความคาดหวังเป็นที่สุดของการบริการ
- การให้บริการที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

หลักการรับฟัง...ด้วยใจ

- เปิดใจที่จะรับฟัง
- ให้เกียรติผู้พูด
- ตระหนักถึงความสำคัญของผู้พูด
- ฟังอย่างมีสติ
- ฟังเสียงโดยปราศจากอคติ
- ฟังด้วยความใส่ใจและอย่างจริงจัง
- ฟังโดยรับรู้สาระได้อย่างถูกต้องตรงตามที่คุณผู้พูดต้องการสื่อสาร
- ฟังโดยรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกของคุณผู้พูดอย่างถูกต้องตรงสภาพความเป็นจริง
- รับฟังโดยไม่ขัดต่อนการสื่อสาร
- มีคุณธรรมและจริยธรรมในการรับฟัง

หลักการสื่อความ...ด้วยใจ

- เปิดใจที่จะสื่อความ
- ให้เกียรติต่อผู้ฟังเสมอ
- คิดก่อนพูดเสมอ
- ถ่ายทอดด้วยความจริงจัง
- มีความสามารถในการจัดการอารมณ์
- ใช้ภาษาเป็นและเหมาะสม
- สื่อความข้อมูลที่เป็นจริงและมีคุณภาพมีพฤติกรรมสื่อสารที่แสดงความเป็นมิตรและเป็นกันเอง
- สื่อความโดยไม่ขัดต่อนการสื่อสารมีคุณธรรมและจริยธรรมในการสื่อความ

2. คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

การให้บริการนั้นเป็นหน้าที่ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องปฏิบัติฉะนั้นหากเราต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมต่อตัวเราตลอดเวลา เราก็จะต้องปรับปรุงและเสริมสร้างคุณลักษณะของเราให้เป็นที่ถูกอกถูกใจผู้อื่นและที่สำคัญคือต้องถูกใจตนเองด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรประกอบไปด้วย

2.1 คุณลักษณะทางกาย คือ เป็นประการด่านแรกของการให้บริการเพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ฉะนั้น การมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแสดงออกที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำก่อนการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น ต้องดีทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทั้ง 2 ประการมีสารที่น่าสนใจ ดังนี้

ก. บุคลิกภาพภายนอก ได้แก่

- ร่างกายสะอาด
- แต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ
- ยิ้มแย้มแจ่มใส
- กิริยาอ่อนน้อม รู้จักที่จะไหว้ให้เป็นและสวย

ข. บุคลิกภาพภายใน ได้แก่

- กระตือรือร้น
- รอบรู้
- เต็มใจและจริงใจ
- ความจำดี
- มีปฏิภาณไหวพริบ
- มีความรับผิดชอบ
- มีอารมณ์มั่นคง

2.2 คุณลักษณะทางวาจา นับเป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาของการให้บริการส่วนใหญ่จะเกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการดังนั้นหากสามารถนำคุณลักษณะทางวาจาที่ดีมาใช้ได้มากปัญหาการบริการก็จะลดลง ซึ่งคุณลักษณะทางวาจาที่เหมาะสมมี ดังนี้

- พูดจาไพเราะอ่อนหวาน
- รู้จักให้คำชมตามโอกาสอันสมควร
- ใช้ถ้อยคำภาษาให้ถูกต้อง
- ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับผู้ฟังและสถานการณ์
- พูดชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย
- หลีกเลี่ยงการตำหนิและนินทา
- รู้จักหักทนายผู้อื่นก่อน
- อย่าลืมใช้คำว่า “สวัสดีขอโทษและขอบคุณ ” นอกจากการใช้วาจาดีที่กล่าวแล้ว เสน่ห์

อีกอย่างหนึ่งของผู้ที่ประสบความสำเร็จในงานบริการก็จะต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งมีหลักปฏิบัติดังนี้

- ฟังด้วยความตั้งใจ สนใจและใส่ใจ
- อย่าปล่อยให้หอคติเข้ามารบกวน
- จับความให้ได้และตอบรับอย่างมีจังหวะ
- ถามคำถามและตรวจสอบความเข้าใจ
- อย่าขัดจังหวะ

3. คุณลักษณะภายในใจ สุดยอดของการให้บริการก็คือบริการด้วยหัวใจ ซึ่งขอหยิบยกคุณลักษณะที่เป็นพื้นฐานในเรื่องนี้ ดังต่อไปนี้

- รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา กล่าวคือเมื่อเราต้องการแต่สิ่งดีๆ เราก็ควรจะมอบสิ่งดีนั้นให้แก่ผู้อื่นด้วย ในทางกลับกันถ้าเราไม่ต้องการสิ่งที่ไม่ดีเราก็ไม่ควรปฏิบัติเช่นนั้น
- ให้บริการผู้อื่นประดุจคนรักของตน ถ้าเรานึกถึงได้ว่าเมื่อเรามีคนรักและอยู่ในห้วงแห่งความรักนั้น เราปฏิบัติต่อคนรักเราฉันใด เราก็ควรปฏิบัติต่อผู้อื่นฉันนั้น
- สร้างความรักและสิ่งดีงามในหัวใจ มีผู้รู้หลายท่านได้กล่าวไว้ตรงกันว่าคนเรามีหัวใจเป็นอย่างไรการแสดงออกก็จะเป็นอย่างนั้น หากเรามีความโกรธในจิตใจการแสดงออกก็จะเต็มไปด้วยความกราดเกรี้ยว ดุดัน คำพูดก้าวร้าว หน้าตาบึ้งตึง แต่ถ้าเรามีจิตใจที่เต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความเมตตา กิริยาท่าทางที่ออกมา ก็จะมีแต่รอยยิ้มความเอื้ออาทร ความเห็นอกเห็นใจ และความจริงใจ

4. หลักในการให้บริการ

- 4.1 การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้น ต้องทำทุกครั้งไม่ใช่ทำเฉพาะการบริการครั้งแรกเท่านั้น
- 4.2 คุณภาพของการบริการวัดจากความพอใจของลูกค้าไม่ใช่วัดจากความพอใจของผู้ให้บริการ
- 4.3 การบริการที่คุณภาพเกิดขึ้นจากการที่ทุกคนในองค์กรร่วมมือกันและลงมือกระทำอย่างจริงจังและจริงใจ
- 4.4 การบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้
- 4.5 การบริการที่ดีย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีต่อกัน
- 4.6 ผู้ให้บริการต้องรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นสุขที่มีโอกาสทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

5. กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ

สุดยอดของการให้บริการก็คือความพึงพอใจและความประทับใจ ดังที่กล่าวแล้วว่า ผู้ให้บริการเป็นกุญแจสำคัญที่จะไขไปสู่เคล็ดลับการบริการที่ประทับใจ ฉะนั้นจึงใคร่ขอสรุปประเด็นกลยุทธ์ที่ได้รวบรวมจากผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญและสังเคราะห์ประสบการณ์ของผู้เขียนเองมาเสนอไว้ดังนี้ผู้รับบริการพอใจ เราพอใจ ถือเป็นสมดุลงานที่ธรรมชาติได้สร้างไว้ดังพุทธศาสนาได้บัญญัติไว้ว่าความสุขที่แท้คือการให้โดยไม่หวังผลตอบแทน

5.1 รอยยิ้มพิมพ์ใจย่อมติดใจในผู้รับบริการ มีนักปราชญ์ท่านหนึ่งกล่าวว่ารอยยิ้มของคนเราสามารถขจัดปัญหาทั้งหมด นั่นแปลว่ารอยยิ้มเริ่มเกิดจากจิตใจที่สะอาด สว่าง สงบ อันนำมาซึ่งสติปัญญาของคนเราที่จะพิจารณาไตร่ตรองหาทางออกให้กับปัญหานั้น

5.2 ต้องการให้คนอื่นทำอะไรให้กับตัวเรา เราต้องทำสิ่งนั้นให้ผู้อื่นก่อน เราต้องรู้จักอคติในตัวเรา เพื่อเปิดใจในการให้และรับความปรารถนาดีจากผู้อื่น

5.3 เอาชนะตนเองให้ได้ศักดิ์ศรีและความสำเร็จของมนุษย์นั้น ไม่ใช่อยู่ที่การอยู่เหนือหรือเอาชนะผู้อื่น แต่อยู่ที่เราสามารถเอาชนะใจตนเองให้ได้เราจะสามารถทำงานบริการให้ได้มีคุณภาพนั้นต้องเริ่มที่ใจของตนเองก่อนกล่าวได้ว่าการพัฒนาคุณลักษณะทางกาย วาจา และใจของผู้ให้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ดีมาจากทัศนคติของบุคคลนั้น ด้วยเหตุนี้จึงอยากให้เราได้นำพฤติกรรมบริการที่ได้กล่าวไปแล้วไปปฏิบัติ เพื่อให้ตัวเรามีความสุขที่แท้ในการทำงาน

6. คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (บุคลากรในสำนักงาน)

- 6.1 ดูแล หน้าตา ทรงผม เล็บมือ ให้สะอาดอยู่เสมอ
- 6.2 ขณะให้บริการ อย่ารับประทานอาหาร หรือของขบเคี้ยวต่างๆ
- 6.3 อย่าทำแอมว เกาหัว หาวนอน หยอกล้อเล่นกันขณะให้บริการ
- 6.4 อย่าเสริมสวย ล้าง แคะ แกะ เกา ขณะให้บริการ
- 6.5 ห้ามพูดจา หรือหยิบของข้ามหน้าข้ามตาผู้อื่น
- 6.6 แต่งกายสุภาพเรียบร้อยถูกระเบียบ
- 6.7 ใช้กิริยาวาจาที่สุภาพต่อผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ
- 6.8 ยิ้มแย้มแจ่มใจเสมอเมื่อมีผู้รับบริการ
- 6.9 ประสานงาน และติดตามงานกับหน่วยงานอื่นๆ ด้วยท่าทีที่เป็นมิตร
- 6.10 มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ
- 6.11 มีความพร้อม และกระตือรือร้นในการให้บริการ
- 6.12 ให้เกียรติผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ
- 6.13 มีความอดทนอดกลั้น ไม่แสดงความไม่พอใจต่อผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ
- 6.14 มีความเอื้ออาทรต่อผู้ร่วมงาน และไม่แบ่งพรรคแบ่งพวก
- 6.15 ให้ความช่วยเหลือนอกจากภารกิจ เช่น สามารถแนะนำบุคคลที่สามารถให้บริการในเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานของตนได้
- 6.16 จงรอบรู้รอบ ในงานบริการ และร่วมด้วยช่วยกันเป็นทีม
- 6.17 ไม่ใช่เสียงรบกวนผู้อื่นระหว่างปฏิบัติงาน
- 6.18 เรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา

7. มาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานการต้อนรับผู้รับบริการ

- 7.1 สอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนเสมอ
- 7.2 สอบถามความต้องการโดยใช้คำพูด “สวัสดิ์ครับ/ค่ะ ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ/ค่ะ”
- 7.3 อำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ
- 7.4 ให้การต้อนรับผู้รับบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี
- 7.5 มองสบตา พายิ้มพิมพิใจ ปราศรัยทักทายผู้มารับบริการก่อนเสมอ

7.6 ขณะให้บริการ ต้องมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น เสมอ

7.7 ให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันตามลำดับ ก่อน-หลัง

7.8 ถ้าหากมีผู้รับบริการมาก เกิดการบริการที่ล่าช้าหรือมีข้อผิดพลาดใดๆ ต้องกล่าวคำว่า “ขอโทษ” เสมอ

7.9 ให้บริการภายในเวลาที่กำหนด หากดำเนินการไม่ได้ต้องชี้แจงเหตุผลให้ผู้รับบริการทราบด้วยวาจาที่สุภาพ

8. มาตรฐานการรับโทรศัพท์

8.1 รับโทรศัพท์ทันทีเมื่อได้ยินเสียงเรียก หากมีเหตุผลจำเป็นต้องรับโทรศัพท์ช้าไม่ควรให้เสียงกริ่งดังเกิน 3 ครั้ง

8.2 กล่าวคำทักทาย โดยพูดว่า “สวัสดีครับ/ค่ะ, (ชื่อหน่วยงาน), (ชื่อผู้รับโทรศัพท์), รับสายครับ/ค่ะ”

8.3 เมื่อผู้รับบริการแจ้งความต้องการแล้ว ให้ผู้รับโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมารับสายโดยเร็ว

8.4 กรณีที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่อยู่หรือไม่สามารถรับโทรศัพท์ได้ให้ผู้รับโทรศัพท์สอบถามรายละเอียดต่างๆ จากผู้ที่โทรเข้ามา เช่น ชื่อผู้โทร เบอร์ติดต่อกลับ เรื่องที่ต้องการจะติดต่อเพื่อแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบต่อไป

9. หัวใจการบริการ คำว่า หัวใจบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุนการเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่นต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

9.1 ต้องมีความรวดเร็วทันเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจเพราะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่าต้องมีความถูกต้องชัดเจนงานบริการที่ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร ข้อมูล หรือการดำเนินงานต่างๆ ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเสมอ

9.2 การจัดบรรยากาศสภาพที่ทำงานต้องจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย มีป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่อกัน ผู้มาติดต่อสามารถอ่านหรือติดต่อได้ด้วยตนเองไม่ต้องสอบถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไปจุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือไปแห่งเดียวจนสำเร็จ

9.3 การยิ้มแย้มแจ่มใสหน้าตาของหัวใจในการให้บริการคือความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลที่เราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดให้ประทับใจกลับไปความรู้สึกดังกล่าวนี้จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้าและกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการคือการยิ้มแย้มแจ่มใสทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร การยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

9.4 การสื่อสารที่ดีการสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับด้วยน้ำเสียง และภาษาที่ให้ความหวังให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรง หรือทางโทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการให้บริการข้างในจิตใจ ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อนแล้วแสดงออกทางวาจา

9.5 การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของผู้มาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความ สะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง การแสดงออกด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มารับบริการ ไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เรียบง่ายด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับ บริการอย่างเต็มที่ จะทำให้ผู้มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจ

9.6 การพัฒนาเทคโนโลยีเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือและเทคนิควิธีการให้บริการที่ดีและรวดเร็วใน ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆจะเป็นการเสริมการให้บริการที่ดีอีกทางหนึ่ง เช่น Website

9.7 การติดตามและประเมินผลการบริการที่ดีควรมีการติดตาม และประเมินผลความพึงพอใจจาก ผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข เป็นการนำ ข้อมูลกลับมาพัฒนาการให้บริการและพัฒนาตนเองต่อไป

10. การสร้างหัวใจนักบริการ

S = Smiling and Sympathy	(ยิ้มแย้ม และเห็นอกเห็นใจ)
E = Early Response	(ตอบสนองอย่างรวดเร็ว)
R = Respectful	(แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติ)
V = Voluntariness manner	(ให้บริการสมัครใจ)
I = Image Enhancing	(รักษาภาพลักษณ์ของตัวเองและองค์กร)
C = Courtesy	(อ่อนน้อม สุภาพ)
E = Enthusiasm	(กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น)

11. ประเภทการบริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย

11.1 การบริการด้านการตลาด

การบริการด้านการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งข้อมูลและการติดต่อกันระหว่างบุคคล หรือกลุ่ม โดยใช้เทคโนโลยีและโครงสร้างใน การสื่อสาร ประเภทของการบริการด้านการสื่อสารมี ดังนี้

1) *โทรคมนาคม* บริการโทรศัพท์ทั้งแบบตั้งโต๊ะ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงบริการโทรคมนาคม ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น VoIP และการสนับสนุนโครงข่ายโทรคมนาคม

2) *อินเทอร์เน็ต* บริการให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยรวมถึงการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (broadband) และการให้บริการเครือข่าย Wi-Fi

3) *โทรทัศน์และวิทยุ* การสื่อสารผ่านระบบโทรทัศน์และวิทยุ ได้แก่ การส่งออกข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิงผ่านช่องโทรทัศน์และสถานีวิทยุ

4) *สื่อสิ่งพิมพ์* การจัดทำและจัดพิมพ์วารสาร หนังสือพิมพ์ และนิตยสารที่เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ในหลากหลายหัวข้อ

5) บริการสื่อออนไลน์ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิงผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์

6) บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ บริการให้คำปรึกษา ออกแบบ และสร้างโฆษณา รวมถึงการจัดทำแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมสินค้าหรือบริการของลูกค้า

11.2 การบริการด้านการขายและการตลาด

การบริการด้านการขายและการตลาดเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นในการสร้างความต้องการ และส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ รวมถึงการสร้างความรู้ให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ผ่านทางการทำตลาดออนไลน์ หรือ Digital Marketing รวมไปถึงการยิงแอด และอื่นๆ โดยสามารถแบ่งประเภทของการบริการด้านการขายและการตลาดได้ ดังนี้

1) การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์ตลาด กำหนดเป้าหมาย และวาง กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าหรือบริการ อาจจะเป็น การทำ การตลาดออนไลน์ หรือ การตลาดแบบออฟไลน์ ก็ได้

2) การสร้างและพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และสร้างสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการเหล่านั้น

3) การจัดทำโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบ สร้าง และจัดทำโฆษณา โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย

4) การจัดการโปรโมชั่น การสร้างและดำเนินโปรโมชั่น เช่น ส่วนลด ของแถม หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อกระตุ้นการขาย

5) การขาย ขายผ่านระบบออนไลน์ และขายผ่านตัวแทน รวมถึงการให้คำปรึกษาและการสนับสนุนลูกค้าในระหว่างกระบวนการขาย

6) การบริการหลังการขาย การให้บริการในด้านบริการรับประกันสินค้า ซ่อมบำรุง และการสนับสนุนให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7) การจัดการช่องทางการขาย การสร้างและพัฒนาตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าปลีก หรือช่องทางการขายออนไลน์ เพื่อให้สินค้าหรือบริการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น

9) การวิจัยตลาด การสำรวจ วิเคราะห์ และวัดผลเพื่อเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า รวมถึงการติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งในตลาด

11.3 การบริการการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)

การวางระบบการบริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการสื่อสารและบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การบริการด้านการขายและการตลาดเป็นหัวใจสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างความต้องการให้กับลูกค้า และเพิ่มยอดขายของสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ การบริการด้านการขายและการตลาดยังช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า

12. องค์ประกอบของการบริการ

การบริการมีองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น การเข้าใจความต้องการของลูกค้า การสร้างสรรค์และออกแบบการบริการที่เหมาะสมกับลูกค้า การจัดการดูแลลูกค้าให้ดีและมีความพึงพอใจ การพัฒนาและปรับปรุงการบริการตามความต้องการของลูกค้า การติดตามและเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาการบริการในอนาคต และอื่น ๆ

12.1 การเข้าใจความต้องการของลูกค้า การให้บริการที่ดีต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจความต้องการของลูกค้า รู้ถึงปัญหาที่แท้จริงของลูกค้า ตอบสนองลูกค้าโดยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

12.2 การวางแผนการให้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องคำนึงถึงการจัดทำ แผนธุรกิจ การวางแผนงบประมาณ และการวางแผนการตลาด โดยต้องมีการจัดการสินค้าและบริการให้เหมาะสม การให้บริการที่มีคุณภาพจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อธุรกิจของเรา

12.3 การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความรู้ความสามารถของพนักงาน และทำให้พวกเขามีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

12.4 การสร้างความไว้วางใจการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการ โดยการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า

12.5 การตรวจสอบและปรับปรุงการให้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการให้บริการของเราตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและได้มาตรฐาน ถือเป็น การติดตามความพึงพอใจของลูกค้า และการเก็บข้อมูลในการให้บริการจะช่วยให้เราปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในอนาคตให้ดีขึ้นอีกด้วย

13. ขั้นตอนการรับบริการ

13.1 การจัดการข้อร้องเรียน

เป็นการสื่อสาร การรับข้อคิดเห็น การติดตาม การตอบรับ การตรวจสอบและตอบสนอง ข้อร้องเรียนจากช่องทางต่างๆ นำมาวิเคราะห์ ระดับข้อร้องเรียน การแจ้งกลับผู้ร้องเรียน การประสานข้อมูล ผู้บริโภคนมไทย-เดนมาร์ค การประสานหน่วยงานภายนอก การติดตามผลการแก้ไข/ปรับปรุง ในการแจ้งกลับให้ผู้ร้องเรียนทราบ และการรายงานผลการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานและบรรเทาความเดือดร้อนให้กับ ผู้บริโภคนมไทย-เดนมาร์ค และเป็นการรับผิดชอบต่อลูกค้าในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า และภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีรายละเอียดในคู่มือการจัดการข้อร้องเรียน

13.2 การจำหน่ายสินค้า

คำนิยาม

อ.ส.ค.	หมายถึง องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
สำนักงานภาค	หมายถึง สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคทุกภาค/โรงงานผลิตนม อ.ส.ค.ทุกแห่ง
สินค้า	หมายถึง ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด และน้ำดื่มที่ผลิตโดยสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค และหมายรวมถึงผลิตภัณฑ์ของ อ.ส.ค.ที่จ้างให้ผู้ประกอบการอื่นผลิต
ตัวแทนจำหน่าย	หมายถึง บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ และหรือนิติบุคคล อื่นๆ เช่น สหกรณ์ร้านค้า เป็นต้น

โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมในคู่มือการจำหน่ายในแต่ละปีงบประมาณ

- 1.) ขั้นตอนการบริการการแต่งตั้งและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที./จ่ายส่วนแถมให้ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ
- 2.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมช่องทางพิเศษ (หน่วยงานภาครัฐและองค์กร)
- 3.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น (นมพาสเจอร์ไรส์, โยเกิร์ต, ไอศกรีม และน้ำดื่ม)
- 4.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง Tesco Lotus
- 5.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง BIG C
- 6.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง แม็คโคร (MAKRO)
- 7.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. บริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (7-Eleven)
- 8.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ห้าง ท็อปส์ (TOPS)
- 9.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.แฟมิลี่ มาร์ท (FAMILY MART)
- 10.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.บริษัท อีออน (ไทยแลนด์) จำกัด (AEON Thailand)/Maxvalu
- 11.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ซีพี เฟรชมาร์ท (CPF)
- 12.) ขั้นตอนการบริการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ

14. เกณฑ์การประเมินการให้บริการ

เป็นการสำรวจความพึงพอใจในรูปแบบสอบถาม ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการให้บริการพนักงาน ฝ่ายการตลาดและการขาย โดยจัดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

- ระดับ 5 ดีมาก
- ระดับ 4 มาก
- ระดับ 3 ดี
- ระดับ 2 พอใช้
- ระดับ 1 แย่



- การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร
- การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind)
- การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price)

<https://forms.gle/sLXJnsc3m2J8FtdAA>



องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
มหาดเล็ก สระบุรี

การบรรจุเอกสาร
วันที่ ๒๒ ก.ย. ๒๕๖๖
วันที่ ๒๒ ก.ย. ๒๕๖๖

บันทึกข้อความ

ฝ่าย/สำนัก การตลาดและการขาย _____ แผนก บริหารการตลาด ๒๐๖/๒๕๖๖

ที่ กษ.๑๙๑๐/๖๕๖๖ วันที่ ๒๒ ก.ย. ๒๕๖๖

เรื่อง ขอบความเห็นชอบคู่มือมาตรฐานการบริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๗

๑) เรียน ผู้อำนวยการ

ด้วย ฝ่ายการตลาดและการขาย ได้ดำเนินการการจัดทำคู่มือมาตรฐานการบริการ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๗ เพื่อให้สอดคล้องกับการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจใหม่ ในแนวทางการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ปฏิบัติงานตามคู่มือมาตรฐานการบริการให้เป็นในทิศทางเดียวกัน นั้น

ทั้งนี้ แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย ได้ดำเนินการจัดทำคู่มือมาตรฐานการบริการ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๗ ฝ่ายการตลาดและการขาย เรียบร้อยแล้ว จึงขอความเห็นชอบเพื่อใช้เป็นคู่มือมาตรฐานการบริการ ด้านการตลาดและการขาย ให้กับพนักงาน/เจ้าหน้าที่ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรากฏรายละเอียดตามแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบ

Handwritten signature

Handwritten signature

(นายสมเกียรติ ช่างศิริ)
หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย

๒) (นายชัยณรงค์ เป่าอินทร์) ๒๕๖๖
รองผู้อำนวยการ
องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

๓) เรียน ออ.ตลาด
เพื่อดำเนินการ
Handwritten signature

(นายสมเกียรติ ช่างศิริ)
หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย

๔) เรียน น.น.อ. นโหวตการตลาด
๑) เพื่อดำเนินการ ๑๙๖๖/๖๕๖๖
ทราบ + ปฏิบัติ

Handwritten signature ๑๙๖๖/๖๕๖๖
นางสาวณัฐอร เสงี่ยม
หัวหน้ากองการตลาด

๕) (นายสมพร ศรีเมือง)
ผู้อำนวยการ
องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

๖) (นางศรีสอางค์ พวงมณี)
๑๙๖๖/๖๕๖๖

(นางศรีสอางค์ พวงมณี)
หัวหน้าแผนกขายปุ๋ย
ทำการแทนหัวหน้าฝ่ายวิชาการ

