



กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ Service Charter and Service Standard

สธค.โรงรับจำนำของรัฐ เพื่อสังคม



สำนักงานธนาณูเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม)
ฝ่ายเทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาด
ส่วนการตลาดและประชาสัมพันธ์



สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม)

กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการของ สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) (Service Charter and Service Standard)

สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการด้านการรับจำนำ สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) มีความมุ่งมั่นในการยกระดับการให้บริการให้ได้มาตรฐาน อย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ด้านระบบบริหารงานคุณภาพ การบริการรับจำนำ และเพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ที่ สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) มีกับลูกค้ารวมถึงเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าครอบคลุมทั้งด้านการใช้บริการจำนำ / การซื้อทรัพย์สินหลุดจำนำ ตลอดจนการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) นั้น สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) จึงได้จัดทำกฎบัตร และมาตรฐานการให้บริการลูกค้า ขึ้นเพื่อแสดงเจตจำนงในการให้บริการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพการบริการให้มีมาตรฐาน
2. เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติด้านการให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ครอบคลุม และถูกต้องตามมาตรฐานสากล

ขอบเขตการดำเนินงาน

กฎบัตรด้านบริการและคู่มือการให้บริการ ณ จุดสัมผัสบริการ จึงเป็นคำมั่นสัญญาของ สสค. ที่จะให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้าต่างๆ ตามการจำนำลูกค้า รวมถึงให้บริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้าตลอดจุดสัมผัสบริการ เช่น จุดการสอบถามข้อมูลหรือให้ข้อมูลป้อนกลับ จุดแจ้งข้อร้องเรียน เป็นต้น ทั้งนี้ การจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ สสค. มีจุดประสงค์เพื่อให้ พนักงานนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งช่วยเหลือลูกค้าให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการ อีกทั้งเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลตามภารกิจและวิสัยทัศน์ของ สสค. การจัดทำกฎบัตรด้านบริการ และคู่มือ

การให้บริการ ณ จุดสัมผัสบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและยกระดับมาตรฐานการให้บริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ โดยการกำหนดมาตรฐานบริการลูกค้าได้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์จากการใช้บริการและความพึงพอใจสูงสุด และก่อให้เกิดการบรรลุผลการดำเนินงานตามที่ สศค.ได้กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการได้นำ SEA Model (Service Excellence Avenue) หรือรูปแบบเส้นทางการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ มาใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และยกระดับมาตรฐานการให้บริการของ สศค. ขั้นตอนในการพัฒนา ดังนี้



ขั้นตอนที่ 1 : จัดการข้อมูลลูกค้า วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า และความต้องการ-ไม่ต้องการของลูกค้า

ทบทวนข้อมูลการปฏิบัติงานในปัจจุบันและผลสำรวจความพึงพอใจที่ผ่านมา

ขั้นตอนที่ 2 : ออกแบบมาตรฐานการให้บริการ กำหนดกลุ่มที่จะทำการ Workshop ออกแบบมาตรฐานการให้บริการ (Service Blueprint Workshop) ในการทำ Service Blueprint Workshop ผู้เข้าร่วมดำเนินการดังนี้

1. ประชุมหารือ แสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า
2. สรุปแนวทางที่เหมาะสมในการนำมาใช้ใน มาตรฐานบริการ
3. ทบทวนมาตรฐานการทำงานและ SLA ของในปัจจุบันประกอบในการอ้างอิง

กำหนดจุดมาตรฐานด้านบริการ (Touch Point) ดังนี้

(1) เว็บไซต์ (<https://www.pawn.co.th/#/home>)

(2) E-mail: pawnthai2498@gmail.com; Support@pawn.co.th

(3) เฟซบุ๊ก (<https://www.facebook.com/pawn.co.th>)

(4) Line Official (Line สธค.)

(5) Call Center โทร 0 22815888, 0 2281 7500)

โดยช่องทางของจุดสัมผัสบริการนั้น ยังเป็นช่องทางการรับฟังลูกค้า และช่องทางรับเรื่องร้องเรียนของ สธค. ทำให้ทราบถึงข้อมูล ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่ได้รับจากช่องทางรับฟังต่างๆ ซึ่งการสร้างกฎบัตรการบริการและมาตรฐานการบริการ (Service Charter และ Service Standard) ที่เป็นลายลักษณ์อักษร จึงเป็นคู่มือกลางสำหรับพนักงานในการดูแลลูกค้าและยังเป็นมาตรฐานการให้บริการ (Service Level Agreement SLA) เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการของ สธค. อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่น กรณีเกิดปัญหาต่างๆ โดย สธค. มีการจัดการข้อร้องเรียนตั้งแต่การรับแจ้งข้อร้องเรียนการส่งต่อข้อร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอข้อมูลและแนวทางการแก้ไขปัญหาพร้อมการตอบกลับข้อชี้แจง หรือข้อคำถามของผู้ร้องเรียน รวมทั้งนำข้อมูลข้อร้องเรียนมาวิเคราะห์/ประเมินสำหรับใช้ ประกอบการพัฒนาวิธีการรับฟังลูกค้าและออกแบบ/พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองลูกค้า ทั้งนี้ การจัดทำกฎบัตรด้านบริการและมาตรฐานการบริการที่ดีนั้นจะเชื่อมโยงกับ 4 กระบวนการ คือ กระบวนการรับฟังลูกค้า กระบวนการสนับสนุนลูกค้า กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและแก้ไขข้อร้องเรียน และกระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน

ขั้นตอนที่ 3 : ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรทีมงานทุกคนปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการ เมื่อมาตรฐานการให้บริการได้รับความเห็นชอบจากกรรมการผู้จัดการแล้ว นำมาฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรทีมงานทุกคนปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ขั้นตอนที่ 4 : พัฒนาระบบ กลไกในการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อนำคำร้องเรียน ข้อคิดเห็นของลูกค้า (Voice of Customer) เข้าสู่กระบวนการทำงานได้ดียิ่งขึ้น ดำเนินการรวมอยู่ภายใต้การกำหนดเป็นมาตรฐานบริการงานเรื่องร้องเรียน

ขั้นตอนที่ 5 : ทบทวนและปรับปรุงแบบสำรวจความพึงพอใจ เพื่อนำประเด็นที่พบไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นโรงรับจำนำเพื่อสังคมบริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยยึดหลักธรรมาภิบาล”

พันธกิจ (Mission)

2.1 สนองนโยบายรัฐในการสร้างโอกาสการเข้าถึงการรับจำนำด้วยอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อนทางการเงินเฉพาะหน้า มุ่งเน้นการเป็นโรงรับจำนำเพื่อสังคม

2.2 ดำเนินธุรกิจการรับจำนำด้วยการบริการด้วยใจ มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเป็น ผู้นำด้านการรับจำนำ

2.3 ยกระดับมาตรฐานการรับจำนำด้วยความเชี่ยวชาญ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยบริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาลที่สนับสนุนการเป็นโรงรับจำนำเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

2.4 การบริหารการเงินและการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบริหารความเสี่ยงเพื่อสนับสนุนการเติบโตและสถานะการเงินที่มั่นคง

ความมุ่งมั่นในการให้บริการ (Service Commitment) /นโยบายมาตรฐานด้านการให้บริการ

1. มุ่งมั่นในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรม และเท่าเทียมให้แก่ลูกค้า
2. จะทำให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับข้อเสนอแนะ และคำแนะนำ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็นโดยไม่รบกวนลูกค้า รวมถึงได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเพียงพอ ไม่เกินจริงและไม่บิดเบือนทั้งก่อนระหว่าง และหลังการขาย เพื่อให้ตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว และการรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า และมีหน้าที่รับผิดชอบในการใช้และรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งคุ้มครองความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล
4. เล็งเห็นว่าข้อร้องเรียนและปัญหาการให้บริการเป็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ บริษัทฯ และจะจัดการปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับแจ้งจากลูกค้าอย่างเป็นธรรมเท่าเทียม และมีความเป็นมืออาชีพ
5. ผู้บริหาร และพนักงาน มีหน้าที่สร้างความมั่นใจได้ว่าบริษัทฯ จะสร้างและรักษาความไว้วางใจจากลูกค้าในเรื่องการให้บริการอย่างเป็นธรรม
6. มุ่งสร้างการบริการที่มีคุณภาพ ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยและเจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพเท่านั้น

7. มุ่งสร้างการบริการที่ดีโดยการวางแผนการบริการในเชิงรุกเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการให้บริการ
8. มุ่งสร้างการบริการที่รวดเร็วด้วยการวางแผนที่ดี มีความพร้อมของเครื่องมือและความชำนาญของเจ้าหน้าที่
- 9) มุ่งสร้างการบริการด้วยความเข้าใจเพื่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด

คำนิยามสำคัญ

กฎบัตรด้านบริการ (Service Charter)	หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของหน่วยงานในการให้บริการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ
มาตรฐานการบริการ (Service Standard)	หมายถึง นโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ
การบริการสารสนเทศ (Information Service)	หมายถึง การให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านการประมวลผล คำนวณ วิเคราะห์ข้อมูล อย่างละเอียดลึกซึ้ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูล ค้นหาข้อมูล หรือ เรืองราวตามความสนใจได้อย่างสะดวก
การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)	หมายถึง กระบวนการ หรือ เครื่องมืออย่างหนึ่งในการให้ ข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล หรือ กลุ่มต่างๆ โดยจะ เรียกผู้ให้ข้อมูลว่า “ผู้ส่งสาร” หรือ “ผู้ให้ข้อมูล ป้อนกลับ” และจะเรียกฝั่งที่รับฟังข้อมูลว่า “ผู้รับสาร” หรือ “ผู้รับฟังข้อมูลป้อนกลับ” เพื่อช่วยให้บุคลากรหรือ องค์กร เกิดความเข้าใจ และความพร้อมในการพัฒนา จากการชี้แนะ จูงใจ เสริมพฤติกรรมที่เหมาะสม และลด หรือหยุดพฤติกรรมที่ไม่

	เหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อการ นำมาปรับปรุง และพัฒนาต่อไป
การทำธุรกรรม (Transaction)	หมายถึง การทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำนิติกรรม สัญญา หรือการดำเนินการใดๆ กับผู้อื่น ทางการเงิน ทางธุรกิจ หรือการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สิน
แผนผังงานบริการ (Service Blueprinting)	หมายถึง เครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อให้มองเห็นถึง ภาพรวมของงานทั้งหมด โดยจะแสดงในรูปแบบของ แผนผังกระบวนการงานที่ระบุถึงขั้นตอนของการทำงานทั้ง จุดที่มีการติดต่อกับลูกค้า และกระบวนการสนับสนุน ภายใน รวมถึงองค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้อง
พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)	หมายถึง การแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ตั้งแต่ก่อนให้บริการ ระหว่างให้บริการ และหลังให้บริการ ซึ่งพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้บริการได้เป็นอย่างดี
ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน (Service Protocol)	หมายถึง การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ เป็นการ ส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้า ที่ได้รับบริการไปแล้ว เกิดความพึงพอใจ
การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Service Recovery Plan)	หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหามาตราได้รับร้องเรียน
เส้นทางการเดินของลูกค้า (Customer Journey)	หมายถึง เส้นทางการเดินทางของลูกค้า ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมของลูกค้าตั้งแต่ก่อนการเป็นลูกค้า ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมถึงกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นซ้ำ จนกระทั่งเกิดความภักดีในระยะยาว
จุดสัมผัสบริการทางระบบสารสนเทศ (Digital Touchpoint)	หมายถึง จุดสัมผัสของลูกค้ากับบริการ โดยการสื่อสารผ่านช่องทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ
จุดสัมผัสบริการทางกายภาพ (Physical Touchpoint)	หมายถึง จุดสัมผัสของลูกค้ากับบริการ โดยการสื่อสารผ่านการให้บริการทางกายภาพ
การสร้างการรับรู้ (Awareness)	หมายถึง ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ และตระหนักถึง รายละเอียดหลักของบริการ

การสร้างความสนใจ (Interest)	หมายถึง ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ โดยการเรียนรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้บริการ
การสร้างความต้องการ (Desire)	หมายถึง การทำให้ลูกค้ามีพัฒนาการ หรือความรู้สึกที่ดีต่อบริการ
การใช้บริการ (Action)	หมายถึง การดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าเกิดความอยากใช้บริการ
การสร้างความภักดี (Loyalty)	หมายถึง การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จากการใช้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี จนกระทั่งลูกค้าเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กร

มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard)

เพื่อให้ สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) สามารถให้บริการลูกค้าได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญ สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) จึงได้คำนึงถึง เส้นทางการใช้บริการของลูกค้า (Customer Journey) ในแต่ละจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ในการกำหนดเป็นมาตรฐานของการบริการ ที่ สำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) มุ่งมั่นในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามกรอบเวลาที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับบริการจากสำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม) ดังนี้

Customer journey สรค.โรงรับจำนำของรัฐเพื่อสังคม

การออกแบบ Customer Journey สำหรับโรงรับจำนำช่วยให้เข้าใจประสบการณ์ของลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงจบกระบวนการบริการ ช่วยให้สามารถปรับปรุงบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนใน Customer Journey สำหรับโรงรับจำนำ

Customer Journey	กิจกรรมของลูกค้า	จุดสัมผัส
1. การรับรู้และพิจารณา (Awareness & Consideration)	ลูกค้าตระหนักถึงความต้องการที่จะจำนำสิ่งของ เช่น การเผชิญกับปัญหาทางการเงิน	- การค้นหาข้อมูลทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย

Customer Journey	กิจกรรมของลูกค้า	จุดสัมผัส
	หรือการต้องการเงินสดอย่างเร่งด่วน	- การพูดคุยกับเพื่อนหรือครอบครัวที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ - การเห็นโฆษณาหรือป้ายโฆษณาที่โรงรับจำนำ
2. การเยี่ยมชมและติดต่อ (Visit & Contact)	ลูกค้าตระหนักถึงความต้องการที่จะจำนำสิ่งของ เช่น การเผชิญกับปัญหาทางการเงินหรือการต้องการเงินสดอย่างเร่งด่วน	- การต้อนรับจากพนักงานที่โรงรับจำนำ - การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์, อีเมล, หรือเว็บไซต์ - การเข้าถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับขั้นตอนการจำนำ
3. การตรวจสอบและประเมินค่า (Evaluation & Appraisal)	ลูกค้านำสิ่งของที่ต้องการจำนำไปที่โรงรับจำนำ และรอการประเมินค่า	- การตรวจสอบสิ่งของโดยเจ้าหน้าที่ - การรับข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าของสิ่งของและข้อเสนอทางการเงิน - การสอบถามและหารือกับพนักงานเกี่ยวกับเงื่อนไขการจำนำ
4. การตกลงและทำสัญญา (Agreement & Contracting)	ลูกค้าตัดสินใจยอมรับข้อเสนอและดำเนินการเซ็นสัญญาการจำนำ	- การกรอกเอกสารและเซ็นสัญญา - การได้รับสำเนาสัญญาและเอกสารที่เกี่ยวข้อง - การทำความเข้าใจเงื่อนไขการจำนำและการชำระดอกเบี้ย
5. การรับเงิน (Receiving Money)	ลูกค้าได้รับเงินตามข้อเสนอที่ตกลงไว้	- การรับเงินจากพนักงาน - การตรวจสอบและยืนยันจำนวนเงินที่ได้รับ
6. การเก็บรักษาและการติดตาม (Storage & Monitoring)	ลูกค้าอาจมีการติดตามสถานะการจำนำและการชำระดอกเบี้ย	- การรับข้อมูลหรือการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการชำระดอกเบี้ย - การติดต่อสอบถามเกี่ยวกับสถานะของสิ่งของที่จำนำ

Customer Journey	กิจกรรมของลูกค้า	จุดสัมผัส
7. การไถ่ถอน (Redemption)	ลูกค้าตัดสินใจไถ่ถอนสิ่งของที่ จํานาโดยชำระเงินค้ันรวมถึง ดอกเบี้ย	- การชำระเงินค้ันและดอกเบี้ย - การรับสิ่งของค้ันจากพนักงาน - การตรวจสอบและยืนยันการค้ัน สิ่งของ
8. การบริการหลังการขาย (Post-Service)	ลูกค้าตรวจสอบความพึงพอใจ เกี่ยวกับบริการและอาจมี ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน	- การให้ข้อเสนอแนะหรือการ ร้องเรียน - การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่น หรือบริการใหม่ ๆ

การพัฒนาและปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า

การวิเคราะห์ Customer Journey นี้ช่วยให้สามารถระบุจุดที่ลูกค้ารู้สึกไม่พอใจหรือมี
ปัญหาได้ และช่วยในการพัฒนาบริการที่ดีขึ้น เช่น:

- **การให้ข้อมูลที่ชัดเจน:** การอธิบายกระบวนการจํานาและเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างชัดเจน
- **การอบรมพนักงาน:** ให้พนักงานมีความรู้และทักษะในการให้บริการที่ดี
- **การปรับปรุงกระบวนการ:** การลดเวลาในการตรวจสอบและประเมินค่า
- **การใช้เทคโนโลยี:** การใช้ระบบจัดการข้อมูลและการติดตามการชำระดอกเบี้ย

การใช้ Customer Journey นี้จะช่วยให้โรงรับจํานาสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีและ
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Customer Touchpoints โรงรับจำนำ

Customer Touchpoints หรือ จุดสัมผัสบริการในโรงรับจำนำ คือ ทุกจุดที่ลูกค้าติดต่อกับโรงรับจำนำหรือมีปฏิสัมพันธ์กับบริการ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและสร้างประสบการณ์การบริการที่ดี นี่คือนิสต์ของจุดสัมผัสที่สำคัญสำหรับโรงรับจำนำ

Customer Touchpoints หรือ จุดสัมผัสบริการในโรงรับจำนำ	
1. ช่องทางการสื่อสารและข้อมูลเบื้องต้น	• เว็บไซต์ของโรงรับจำนำ : ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ, อัตราดอกเบี้ย, เงื่อนไขการจำนำ, และข้อมูลติดต่อ • โซเชียลมีเดีย : การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร, โปรโมชั่น, และการตอบคำถามลูกค้า • โทรศัพท์ : การตอบคำถามและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจำนำ
2. การเยี่ยมชมโรงรับจำนำ	• ป้ายโฆษณาและสัญญาณภายนอก : ช่วยให้ลูกค้าสามารถระบุสถานที่และบริการของโรงรับจำนำ • การต้อนรับที่เคาน์เตอร์ : เจ้าหน้าที่ที่ให้การต้อนรับลูกค้าและแนะนำกระบวนการ • บรรยากาศของร้าน : ความสะอาด, การจัดเรียงสิ่งของ, และบรรยากาศโดยรวมที่สร้างความเชื่อถือได้
3. กระบวนการประเมินและเสนอ	• การตรวจสอบสิ่งของ : เจ้าหน้าที่ตรวจสอบและประเมินมูลค่าของสิ่งของที่นำมาจำนำ • การให้ข้อเสนอ : การนำเสนอข้อเสนอทางการเงินและการอธิบายเงื่อนไขการจำนำ • การตอบคำถามและการให้คำปรึกษา : การให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจำนำและการตอบข้อสงสัยของลูกค้า
4. ขั้นตอนการทำสัญญา	• การกรอกเอกสาร : การกรอกแบบฟอร์มและเอกสารการจำนำ • การเซ็นสัญญา : การเซ็นสัญญาการจำนำและการอธิบายเงื่อนไข • การจัดทำสำเนาเอกสาร : การให้สำเนาของเอกสารสำคัญแก่ลูกค้า
5. การรับเงิน	• การจัดการเงิน : การให้เงินตามข้อเสนอที่ตกลงและการจัดการธุรกรรมการเงิน

Customer Touchpoints หรือ จุดสัมผัสบริการในโรงรับจำนำ	
6. การจัดเก็บสิ่งของ	• การเก็บรักษาสิ่งของ : การเก็บรักษาสิ่งของที่จำนำในที่ปลอดภัยและมีจัดการที่ดี
7. การติดตามและแจ้งเตือน	• การแจ้งเตือนการชำระดอกเบี้ย : การแจ้งเตือนเกี่ยวกับการชำระดอกเบี้ยและการติดตามสถานะการจำนำ • การติดตามสถานะ : การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะของสิ่งของที่จำนำ
8. การไถ่ถอน	• การชำระเงินคืน : การรับเงินคืนและดอกเบี้ยจากลูกค้าเพื่อไถ่ถอนสิ่งของ • การคืนสิ่งของ : การคืนสิ่งของให้กับลูกค้าและการตรวจสอบให้แน่ใจว่าทุกอย่างเรียบร้อย
9. บริการหลังการขาย	• การให้ข้อเสนอแนะ : การรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า • การจัดการข้อร้องเรียน : การรับและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า • การเสนอโปรโมชั่นและบริการเพิ่มเติม : การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นหรือบริการอื่นๆ ที่อาจสนใจ

การทำความเข้าใจและการจัดการจุดสัมผัสบริการเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ลดปัญหาหรือความไม่สะดวก และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในโรงรับจำนำ

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touchpoints	Physical Touchpoints	
1. การรับรู้ (Awareness) - สร้างการรับรู้ต่อภารกิจหลักของ สธค. ในการให้บริการงานอาคาร รวมทั้งภาพลักษณ์ผลงานและความเชี่ยวชาญของ สธค. ให้เป็นที่รู้จักเพื่อสร้างความจำ และเกิดความเข้าใจในสิ่งที่ สธค. ส่งมอบ ให้แก่ลูกค้า	สื่อสังคมออนไลน์ของ สธค. ได้แก่ - Website ของ สธค. - Website ของ ศูนย์ราชการ -Facebook official - Line OA	สื่อสังคมออฟไลน์ของ สธค. ได้แก่ -การประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว -ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ สธค. -การจัดกิจกรรมนันทนาการที่ สธค. จัดขึ้นเอง และเข้าร่วมกับหน่วยงาน อื่น ๆ	-การสำรวจการรับรู้ช่องทางการสื่อสารผ่านแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ -การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการของ สธค.
2. การสร้างความสนใจ (Interest) - การสร้างความสนใจ ในการใช้บริการงานอาคารและความจำเป็นในการใช้พื้นที่โดยมีบริการให้บริการข้อมูล เกี่ยวกับพื้นที่หน่วยงานภาครัฐพื้นที่เช่าพาณิชย์ และขั้นตอนการให้บริการ หรือขอเช่าพื้นที่	สื่อสังคมออนไลน์ของ สธค. ได้แก่ - Website ของ สธค. - Website ของ ศูนย์ราชการ -Facebook official - Line OA	สื่อสังคมออฟไลน์ของ สธค. ได้แก่ -การประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว -ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ สธค. -การจัดกิจกรรมนันทนาการที่ สธค. จัดขึ้นเอง และเข้าร่วมกับหน่วยงาน อื่น ๆ	-การสำรวจการรับรู้ช่องทางการสื่อสารผ่านแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ -การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการของ สธค.
3. การสร้างความต้องการ (Desire) -การตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการต่าง ๆ ของ สธค. ดังนี้	สื่อสังคมออนไลน์ของ สธค. ได้แก่ - Website ของ สธค. - Website ของ ศูนย์ราชการ -Facebook official	สื่อสังคมออฟไลน์ของ สธค. ได้แก่ -Call Center -Information Counter -สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์	-การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ -การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการของ สธค. -การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เคยใช้บริการ -การสำรวจจากเสียงของลูกค้า (VOC) ผ่านการใช้บริการของ สธค. และ Focus Group

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touchpoints	Physical Touchpoints	
			-การรับฟังข้อร้องเรียนผ่าน Call center
3.1 การให้บริการด้านจำนำ 3.1.1 การให้บริการรับจำนำ 3.1.2 การให้บริการส่งดอกเบี้ย 3.1.3 การให้บริการไถ่ถอน 3.1.4 การให้บริการผ่อนเงินต้น 3.1.5 การให้บริการเพิ่มเงินต้น	สื่อสังคมออนไลน์ของ สศค. ได้แก่ - เว็บไซต์ https://www.pawn.co.th - E-mail : Support@pawn.co.th - เพชบุ๊ก สศค.โรงรับจำนำของรัฐ https://www.facebook.com/pawn.co.th - Line Official (Line สศค.)	- สถานธนาณเคราะห์ ทุกแห่ง - สื่อสังคมออนไลน์ของ สศค. ได้แก่ - Call Center โทร 0 22815888, 0 2281 7500) - Information Counter -สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์	-การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ -การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการของ สศค. -การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เคยใช้บริการ -การสำรวจจากเสียงของลูกค้า (VOC) ผ่านการใช้บริการของ สศค. และ Focus Group -การรับฟังข้อร้องเรียนผ่าน Call center
3.2 การให้บริการจำหน่ายทรัพย์สินหลุดจำนำ	สื่อสังคมออนไลน์ของ สศค. ได้แก่ - เว็บไซต์ https://www.pawn.co.th - E-mail : Support@pawn.co.th - เพชบุ๊ก สศค.โรงรับจำนำของรัฐ https://www.facebook.com/pawn.co.th - Line Official (Line สศค.)	- สถานธนาณเคราะห์ ทุกแห่ง - สื่อสังคมออนไลน์ของ สศค. ได้แก่ - Call Center โทร 0 22815888, 0 2281 7500) - Information Counter -สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์	-การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ -การสำรวจจากเสียงของลูกค้า (VOC) ผ่านการใช้บริการของ สศค. และ Focus Group -การรับฟังข้อร้องเรียนผ่าน Call center -แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
4. การใช้บริการ (Action) - การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้น จนจบ กระบวนการ เพื่ออำนวยความสะดวก และให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และมีการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อไปยังผู้อื่นซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในอนาคต รวมทั้ง	สื่อสังคมออนไลน์ของ สศค. ได้แก่ - เว็บไซต์ https://www.pawn.co.th - E-mail : Support@pawn.co.th - เพชบุ๊ก สศค.โรงรับจำนำของรัฐ https://www.facebook.com/pawn.co.th - Line Official (Line สศค.)	- สถานธนาณเคราะห์ ทุกแห่ง - สื่อสังคมออนไลน์ของ สศค. ได้แก่ - Call Center โทร 0 22815888, 0 2281 7500) - Information Counter	-การรวบรวมข้อมูลสถิติการใช้บริการผ่านระบบสารสนเทศ เพื่อประเมินการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้า -การประเมินการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าผ่านการสื่อสารทุกจุดสัมผัส (Touch Points) เพื่อการจัดลำดับความสำคัญการใช้บริการใช้ช่องทางต่าง ๆ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touchpoints	Physical Touchpoints	
กรณีที่มีข้อผิดพลาดจากการให้บริการลูกค้า สามารถยื่นคำร้องเรียน เพื่อที่ สธค. จะได้นำมาแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการต่อไป			-การสำรวจความพึงพอใจเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อช่องทางการรับฟังลูกค้าและช่องทางการสนับสนุนลูกค้า
5. การสร้างความภักดี (Loyalty) -มีการเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อสามารถเป็นข้อมูลในการติดต่อและทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า ทำให้ สธค. สามารถส่งมอบสิ่งที่ลูกค้าพึงพอใจและลูกค้าได้รับบริการที่เกินความคาดหมาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี จนลูกค้าเกิดความรู้สึกผูกพัน และมีการส่งผ่านคุณค่าต่อไป		-แจ้งข้อมูลข่าวสารการให้บริการ -การให้สิทธิประโยชน์รวมทั้งตอบ -คำถามการให้บริการที่ผู้ใช้บริการ ต้องการ -ช่องทางการให้บริการรูปแบบ ใหม่	

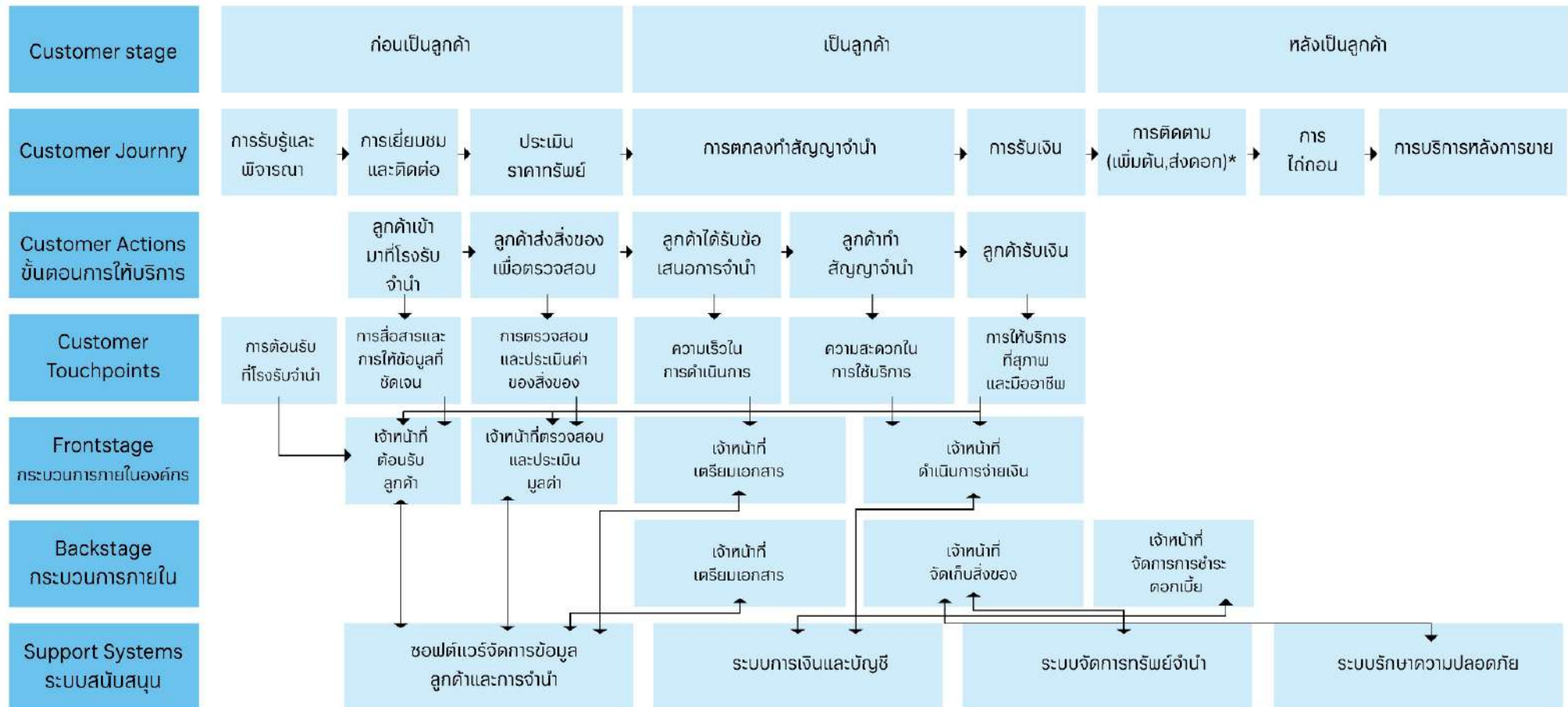
จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ที่สำคัญตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า สรค.

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint)	หน่วยงาน รับผิดชอบ	เส้นทางการเดินของลูกค้า (Customer Journey)					ประเภทการสนับสนุน			ลำดับความต้องการ ที่สำคัญของลูกค้า การสนับสนุน
		ก่อนเป็นลูกค้า(ช่วงการเข้าถึงข้อมูล)			ระหว่างเป็น ลูกค้า (ช่วงการรับ บริการ)	หลังรับบริการ (ช่วงการสร้าง ความผูกพัน)	บริการสำ รสนเทศ	การทำขอรับ บริการ ธุรกรรม	การให้ ข้อมูล ป้อนกลับ	
		Awareness (รู้จัก)	Interest (สนใจ)	Desire (ต้องการ)	Action (นำทรัพยากรมา จำหน่าย/ซื้อทรัพยากร หลุดจำหน่าย)	Engagement (ผูกพัน)				
Digital Touchpoints										
(1.1) เว็บไซต์ (https://www.pawn .co.th/#/home)	ตท	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	- ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน - ตอบกลับ รวดเร็ว
(1.2) E-mail: pawnthai2498@gm ail.com; Support@pawn.co. th	ตท	✓	✓	✓		✓	✓		✓	- อำนวยความ สะดวกลูกค้า
(1.3) เฟซบุ๊ก (https://www.face book.com/pawn.c o.th)	ตท	✓	✓	✓		✓	✓		✓	- ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน - ตอบกลับ รวดเร็ว

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint)	หน่วยงาน รับผิดชอบ	เส้นทางการเดินของลูกค้า (Customer Journey)					ประเภทการสนับสนุน			ลำดับความต้องการ ที่สำคัญของลูกค้า การสนับสนุน
		ก่อนเป็นลูกค้า(ช่วงการเข้าถึงข้อมูล)			ระหว่างเป็น ลูกค้า (ช่วงการรับ บริการ)	หลังรับบริการ (ช่วงการสร้าง ความผูกพัน)	บริการสำ รสนเทศ	การทำขอรับ บริการ ธุรกรรม	การให้ ข้อมูล ป้อนกลับ	
		Awareness (รู้จัก)	Interest (สนใจ)	Desire (ต้องการ)	Action (นำทรัพย์สินมา จำหน่าย/ซื้อทรัพย์สิน หลุดจำหน่าย)	Engagement (ผูกพัน)				
(1.4) Line Official (Line ๙๙๙.)	ตท	✓	✓	✓		✓	✓		✓	- อำนวยความ สะดวกลูกค้า
Physical Touchpoints										
(2.1) Call Center (โทร 0 22815888, 0 2281 7500)	ตท	✓	✓	✓		✓	✓		✓	- ข้อมูลถูกต้อง ชัดเจน - ตอบกลับ รวดเร็ว - อำนวยความ สะดวกลูกค้า

Service blueprint สรค.

สำหรับโรงรับจำนำ (Pawn Shop) จะช่วยในการมองเห็นและจัดการกับกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นตอนการให้บริการจนถึงการจัดการหลังการบริการ
นี่คือลักษณะของ service blueprint ที่อาจใช้สำหรับโรงรับจำนำ



ขั้นตอนการให้บริการรับจํานำสำนักงานธนานุเคราะห์ (โรงรับจํานำของรัฐเพื่อสังคม)

ขั้นตอน ระยะเวลา และส่วนงานผู้รับผิดชอบ					
ลำดับ	ขั้นตอน	รายละเอียด	เวลาให้บริการ	ระยะเวลา ให้บริการ	ผู้รับผิดชอบ
1.	การรับจํานำ -การประเมินราคาทรัพย์สิน - การรับเงิน	- ผู้ใช้บริการยื่นบัตรประจำตัวพร้อมทรัพย์สินที่จะทำการจํานำเพื่อให้ผู้รับจํานำประเมินราคาและเพื่อตกลงราคารับจํานำ ผู้ให้บริการทำการสแกนลายนิ้วมือ - ผู้มาใช้บริการจะได้รับเงินตามที่ตกลงกันข้างต้น พร้อมตัวรับจํานำและบัตรประจำตัว	08.00 - 16.30 น.	ประเมินราคาไม่เกิน 5 นาทีต่อรายการ รอสแกนลายนิ้วมือขวาไม่เกิน 5 นาที รอรับตัวรับจํานำ/ รับเงินไม่เกิน 5 นาที	

ขั้นตอน ระยะเวลา และส่วนงานผู้รับผิดชอบ					
ลำดับ	ขั้นตอน	รายละเอียด	เวลาให้บริการ	ระยะเวลา ให้บริการ	ผู้รับผิดชอบ
2.	การส่งดอกเบี้ย/ ผ่อนเงินต้น - แจ้งความประสงค์ - จ่ายเงิน	- ผู้ใช้บริการแจ้งความประสงค์ต่อผู้รับจํานํา ว่าต้องการทำการส่งดอกเบี้ยหรือผ่อนเงินต้นพร้อมมอบตัวจํานํา (ที่ต้องการส่งดอกเบี้ยหรือผ่อนเงินต้น) ให้แก่ผู้รับจํานํา ผู้รับจํานํา จะแจ้งยอดดอกเบี้ยที่ผู้บริการต้องจ่าย ส่งดอกเบี้ย - ผู้ใช้บริการชำระดอกเบี้ยพร้อมรับตัวจํานําใหม่ และใบเสร็จรับเงินผ่อนเงินต้น - ผู้ใช้บริการชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย พร้อมรับตัวจํานําใหม่ และใบเสร็จรับเงิน	08.00 - 16.30 น.	รอทำการชำระเงินไม่เกิน 5 นาทีต่อรายตัวรับจํานํา รอรับตัวรับจํานําและใบเสร็จรับเงินไม่เกิน 3 นาที	
3	การเพิ่มเงินต้น - แจ้งความประสงค์	- ผู้ใช้บริการแจ้งความประสงค์ต่อผู้รับจํานําว่าต้องการเพิ่มเงินต้น พร้อมส่งตัวจํานําและบัตรประจำตัว โดยที่ผู้รับจํานําจะทำการประเมินค่าทรัพย์สินใหม่ที่จะเพิ่มเงินต้นได้หรือไม่ ผู้รับจํานําจะดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป และให้ผู้บริการทำการแสกนลายนิ้วมือนิวโป่งข้างขวา	08.00 - 16.30 น.	ยื่นตัวจํานําและบัตรประจำตัวรอประเมินราคา ไม่เกิน 5 นาที รอสแกนลายนิ้วมือไม่เกิน 2 นาที	

ขั้นตอน ระยะเวลา และส่วนงานผู้รับผิดชอบ					
ลำดับ	ขั้นตอน	รายละเอียด	เวลาให้บริการ	ระยะเวลา ให้บริการ	ผู้รับผิดชอบ
	- รับหรือจ่ายเงิน	- ผู้ใช้บริการรับหรือจ่ายเงินตามใบเสร็จพร้อมรับตัวจำหน่ายใหม่ ใบเสร็จรับเงินและบัตรประจำตัว		รอทำการรับ/จ่ายเงินไม่เกิน 5 นาที ต่อรายตัวรับจำหน่ายพร้อมรับตัวรับจำหน่ายและทำการบ เสร็จรับเงิน	
4.	การไถ่ถอน - แจ้งความประสงค์ - จ่ายเงิน - รับทรัพย์สิน	- ผู้ใช้บริการแจ้งความประสงค์ต่อผู้รับจำหน่ายว่าต้องการไถ่ถอนพร้อมส่งตัวจำหน่าย และบัตรประจำตัวให้กับผู้รับจำหน่าย ดำเนินการพร้อมแจ้งยอดเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยแก่ผู้มาใช้บริการ ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป และให้ผู้ใช้บริการทำการแสกนลายนิ้วมือนิ้วโป้งข้างขวา - ผู้ใช้บริการทำการจ่ายเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย - ผู้ใช้บริการรับทรัพย์สินพร้อมใบเสร็จรับเงินและบัตรประจำตัว	08.00 - 16.30 น.	ยื่นตัวจำหน่ายและบัตร ประจำตัว รอสแกนลายนิ้วมือไม่เกิน 2 นาที ต่อรายตัวรับจำหน่าย รอทำการชำระเงิน 5 นาที รอรับทรัพย์สินจำหน่ายไถ่ถอนและใบเสร็จรับเงินไม่เกิน 5 นาที	

ขั้นตอน ระยะเวลา และส่วนงานผู้รับผิดชอบ					
ลำดับ	ขั้นตอน	รายละเอียด	เวลาให้บริการ	ระยะเวลา ให้บริการ	ผู้รับผิดชอบ
		แทนพร้อมสำเนา บัตร ประจำตัว ทั้งนี้หากผู้จัดการ มรดกไม่สามารถมาดำเนินการ ได้ ให้ทำหนังสือมอบอำนาจให้ ผู้อื่นมาดำเนินการแทน <u>กรณีที่ 2 ไม่มีคำสั่งศาล</u> ให้ดำเนินการดังนี้ - สำเนาบัตรประจำตัว ประชาชนของทำยาทุกคน - สำเนาทะเบียนบ้านของทำ ยาทุกคน - หนังสือยินยอมจากทำยาท มอบหมายให้ดำเนินการแทน - สำเนารายงานบันทึก ประจำวันเกี่ยวกับคดี -ตัวรับจำนำ หมายเหตุ: นำเอกสารข้างต้น ไปติดต่อกฎมการปกครอง ฝ่าย ควบคุมโรงรับจำนำ เพื่อ อนุญาตทำธุรกรรมแทน ผู้เสียชีวิตได้			

แนวทางการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการ

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint)	รูปแบบผลิตภัณฑ์/การให้บริการ (Service)	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard)
Digital Touchpoints		
(1.1) Website : https://www.pawn.co.th/	☐ บริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ / ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการประเภทต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ☐ บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถาม เบื้องต้น และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ☐ การรับเรื่องร้องเรียนผ่านการกรอบบฟอร์มออนไลน์	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง (ในวันทำการ) ☐ ระบบสามารถให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าได้ทันทีที่ลูกค้าต้องการ (24 ชั่วโมง) การติดตามผล ☐ หลังจากส่งเรื่องต่อไปฝ่ายอื่น ควรมีเจ้าหน้าที่ติดตามผลกับลูกค้าภายใน 1 วัน (ในวันทำการ) หลังจากแจ้งข้อมูลตอบกลับแล้ว
(1.2) E-mail: Support@pawn.co.th	☐ บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถาม เบื้องต้น และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ☐ การรับเรื่องร้องเรียน	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ ระบบนำส่งข้อความอัตโนมัติแจ้งให้แก่ลูกค้าทราบว่า สดค. ได้รับข้อมูลจากลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (ภายใน 15 นาที หลังจากข้อความเข้าสู่ระบบ) ☐ มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง (ในวันทำการ) การติดตามผล ☐ หลังจากส่งเรื่องต่อไปฝ่ายอื่น ควรมีเจ้าหน้าที่ติดตามผลกับลูกค้าภายใน 1 วัน (ในวันทำการ) หลังจากแจ้งข้อมูลตอบกลับแล้ว

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint)	รูปแบบผลิตภัณฑ์/การให้บริการ (Service)	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard)
(1.3) Facebook Fanpage สธค. โรงแรับจำนำของรัฐ	☐ บริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ/ ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์/การ ให้บริการประเภทต่าง ๆ เพื่อ ประกอบการตัดสินใจในการ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ☐ บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถาม เบื้องต้น และอำนวยความสะดวก แก่ลูกค้า ☐ การรับเรื่องร้องเรียน	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ กรณีติดต่อผ่านระบบ Chat มีเจ้าหน้าที่ติดต่อ กลับลูกค้าภายใน 15 นาที ☐ มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง (ในวันทำการ) ☐ ระบบสามารถให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าได้ทันทีที่ ลูกค้าต้องการ (24 ชั่วโมง) การติดตามผล ☐ หลังจากส่งเรื่องต่อไปฝ่ายอื่น ควรมีเจ้าหน้าที่ ติดตามผลกับลูกค้าภายใน 1 วัน (ในวันทำการ) หลังจากที่แจ้งข้อมูลตอบกลับแล้ว
(1.4) Line Official "สธค."	☐ บริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ/ ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์/การ ให้บริการประเภทต่าง ๆ เพื่อ ประกอบการตัดสินใจในการ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ☐ บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถาม เบื้องต้น และอำนวยความสะดวก แก่ลูกค้า ☐ การรับเรื่องร้องเรียน	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ กรณีติดต่อผ่านระบบ Chat มีเจ้าหน้าที่ติดต่อ กลับลูกค้าภายใน 15 นาที ☐ ระบบสามารถให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าได้ทันทีที่ ลูกค้าต้องการ (24 ชั่วโมง) ☐ กรณีข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องเข้าสู่ ระบบเว็บไซต์อื่น หรือทำการยังแอปพลิเคชันอื่น นอกจากการนำเสนอด้วยภาพ ควรมีการนำเสนอใน รูปแบบข้อความ (Text) ที่ลูกค้าสามารถกด Link เพื่อเข้าใช้บริการช่องทางอื่นได้โดยทันที หรือควรมีภาพ QR Code ประกอบ เพื่ออำนวยความสะดวก แก่ลูกค้า (ดำเนินการทุกครั้ง)

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint)	รูปแบบผลิตภัณฑ์/การให้บริการ (Service)	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard)
		การติดตามผล ☐ หลังจากที่ส่งเรื่องต่อไปฝ่ายอื่น ควรมีเจ้าหน้าที่ติดตามผลกับลูกค้าภายใน 1 วัน (ในวันทำการ) หลังจากที่ได้รับข้อมูลตอบกลับแล้ว
Physical Touchpoints		
(2.1) Call Center สำนักงานใหญ่ 0-2281-7500 ต่อ 101-122 0-2281-5888	☐ บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถาม เบื้องต้น และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ☐ การรับเรื่องร้องเรียน	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ มีเจ้าหน้าที่รับสายทุกครั้งของเสียงเรียกเข้าหรือมีการโอนเข้าระบบตอบรับอัตโนมัติ IVR และมีเมนูเลือกสำหรับให้โอนสายไปยังฝ่ายต่าง ๆ ☐ ระบบ Call Center และระบบโทรศัพท์สำนักงานสามารถให้บริการได้ตามเวลาทำการ ☐ กรณีที่ลักษณะคำถามมีความซับซ้อนและไม่สามารถตอบคำถามได้ทันที เจ้าหน้าที่ที่มีการแจ้งกลับทุกครั้ง ตามเวลาที่ระบุไว้กับลูกค้า เพื่อตอบคำถามที่ซับซ้อน การติดตามผล ☐ หลังจากที่ส่งเรื่องต่อไปฝ่ายอื่น มีเจ้าหน้าที่ติดตามผลกับลูกค้าภายใน 1 วัน (ในวันทำการ) หลังจากที่ได้รับข้อมูลตอบกลับแล้ว
(2.2) สาขาสำนักงาน สธค. (45 สาขา)	☐ บริการให้คำปรึกษา ตอบคำถาม เบื้องต้น และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ☐ การรับเรื่องร้องเรียน	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ มีเจ้าหน้าที่กล่าวต้อนรับทันทีที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ☐ มีการแจ้งประกาศวันและเวลาการเปิดให้บริการที่ชัดเจน กรณีมีเหตุให้ต้องปิดทำการ ควร

จุดสัมผัสบริการ (Touchpoint)	รูปแบบผลิตภัณฑ์/การให้บริการ (Service)	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard)
		ประกาศแจ้งให้แก่ลูกค้าทราบอย่างน้อย 3 วันทำการ การติดตามผล ☐ กรณีต้องนำส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้าภายหลังจบกิจกรรม มีเจ้าหน้าที่ติดตามผลกับลูกค้าภายใน 3 วัน (ในวันทำการ) หลังจากที่ได้รับข้อมูลตอบกลับแล้ว
(2.3) กิจกรรมลงพื้นที่ชุมชน	☐ บริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ / ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการประเภทต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์/การให้บริการ	มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ☐ เนื้อหาที่เผยแพร่ ประกอบด้วยรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) ที่เข้าใจง่าย และทันสมัย ☐ เนื้อหาที่เผยแพร่ต้องระบุช่องทางการติดต่อกลับกรณีที่ลูกค้าอาจมีข้อสงสัย หรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม (ทุกรายการเผยแพร่) ☐ พนักงานมีความรู้พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า/สามารถนำเสนอได้ทุกผลิตภัณฑ์/การให้บริการ

ระบบแจ้งเรื่องร้องเรียนของ สธค.

สธค. มีการกำหนดช่องทางการรับแจ้งเรื่องร้องเรียน โดย สธค. มีการจัดทำช่องทางออนไลน์ในการแจ้งข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์หลักของ สธค. สำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

แจ้งเรื่องร้องเรียน

กรุณกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วทางเจ้าหน้าที่สำนักงานธนาณูเคราะห์จะติดต่อ

หัวข้อการแจ้งเรื่อง

☒ แจ้งเรื่องร้องเรียนการบริการ

☐ แจ้งเรื่องร้องเรียนการทุจริต

หน่วยงานที่ใช้บริการ*

ข้อความการแจ้งเรื่อง

กรุณาระบุรายละเอียดข้อร้องเรียนโดยระบุถึงหน่วยงานต้นสังกัด

(ขนาดรูปภาพต้องไม่เกิน 20MB)

ข้อมูลเพื่อยืนยันตัวตน

ชื่อ-นามสกุล*

อีเมล*

เบอร์โทรศัพท์*

รหัสความปลอดภัย

☐ I'm not a robot



ส่งความคิดเห็น

ที่มา : <https://www.pawn.co.th/#/report-complaint>

