



ประกาศ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ปตท. มุ่งมั่นในการส่งมอบการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่มธุรกิจ โดยมีกระบวนการเพื่อเข้าใจความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และกำหนดการบริการที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังผ่านมาตรฐานการให้บริการในแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ปตท. ได้ส่งมอบการบริการที่มีคุณค่าและตรงตามความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มธุรกิจ โดย ปตท. กำหนดหลักการในการให้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

หลักการในการให้บริการ

- ข้อ 1. การให้บริการที่มีความพร้อมและความต่อเนื่อง (Availability and Consistency)** ปตท. เตรียมความพร้อมในการให้บริการในทุกจุดบริการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับการตอบสนองต่อการบริการที่ดีและตรงตามมาตรฐานจาก ปตท. ในแต่ละจุดบริการ
- ข้อ 2. การมีมาตรฐานการให้บริการในแต่ละจุดบริการของ ปตท. (Standard)** ปตท. กำหนดมาตรฐานการบริการในทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับการตอบสนองต่อการบริการอย่างมืออาชีพ เหมือนกันในทุกจุดบริการ
- ข้อ 3. การรักษาความลับของลูกค้า (Security)** ปตท. มุ่งมั่นในการรักษาความลับข้อมูลของลูกค้า ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความลับของข้อมูลดังระบุใน “นโยบายการกำกับการดูแลปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ”
- ข้อ 4. การให้บริการด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุภาพ และเป็นมิตรต่อลูกค้า (Accountability)** ปตท. มุ่งมั่นในการให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ และตอบสนองความต้องการผ่านช่องทางการให้บริการของ ปตท. อย่างเป็นมืออาชีพ ด้วยความซื่อสัตย์ สุภาพ และเป็นมิตรต่อลูกค้า
- ข้อ 5. การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง (Transparency)** ปตท. จะให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัยในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ในการรับบริการ

ทั้งนี้ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วยธุรกิจให้สอดคล้องกับหลักการในการบริการ พิมพ์เขียวการให้บริการ (Service Blueprint) และเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ในแต่ละจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Point) ตามประกาศและตารางแนบท้ายคำสั่งนี้ รวมถึงเป็นแบบอย่างที่ดีในการส่งเสริม และปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ประกาศ ณ วันที่ มกราคม พ.ศ. 2565


(นายวุฒิกร สติฐิต)

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่หน่วยธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

ประธานคณะกรรมการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

กฎบัตร และมาตรฐานการให้บริการ

ปตท.กำหนดกฎบัตร และมาตรฐานด้านการให้บริการ โดยคำนึงถึงพิมพ์เขียวการให้บริการ (Service Blueprint) และเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ในแต่ละจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Point) ดังนี้

เส้นทางการเดินทาง ของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการบริการ (Customer Touchpoints)	พฤติกรรมบริการ (Service Guideline)	มาตรฐานการบริการ (Service Protocol)	ตัวอย่าง แนวทางการวัดผล (Evaluation Example)
1. การสร้างการรับรู้ (Awareness) ผ่านช่องทางต่างๆ	- ช่องทางออนไลน์ เช่น Website, FB, Line OA, Mobile App - ช่องทางออฟไลน์ เช่น การเข้าพบลูกค้า, งานสัมมนา, สื่อ POP	- เป็นช่องทางที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มตลาดเข้าถึงได้ง่าย - สร้างการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้า ปตท. ในด้านต่างๆ	ทบทวนupdate ข้อมูลเป็นประจำอย่างน้อยปีละครั้ง	- การสำรวจประสิทธิภาพของช่องทางสื่อสารต่างๆ - การสำรวจการรับรู้ด้านสินค้าและบริการ เป็นต้น
2. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ ครบถ้วน ถูกต้อง ทันความ ต้องการ	ช่องทางการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ ตามข้อ ที่ 1	เข้าถึงข้อมูล ผลิตภัณฑ์และบริการของ ปตท. ได้สะดวกและได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน		การสำรวจประสิทธิภาพเกี่ยวกับการรับรู้ผลิตภัณฑ์และบริการในด้านต่างๆ
3. การทำสัญญาเพื่อสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ อย่างถูกต้อง เป็น ธรรม	ผู้ทำสัญญาซื้อ/ขายผลิตภัณฑ์กับลูกค้า	สัญญาที่เป็นธรรมต่อทั้งผู้ซื้อ และผู้ขาย	ทบทวนสัญญาซื้อขายสอดคล้องกับระเบียบกฎหมาย เป็นประจำ	การผิดสัญญา การร้องขอแก้ไขสัญญา หรือความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านสัญญา เป็นต้น
4. การส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ ที่ต้องทำตามเงื่อนไขสัญญา	จุดส่งมอบสินค้าและบริการ เช่น M&R, สน.บริการ NGV ปตท. เป็นต้น	การส่งมอบตรงตามเงื่อนไขสัญญา หรือตามมาตรฐานที่ ปตท. กำหนด	ผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งมอบเป็นไปตามเงื่อนไขสัญญา มาตรฐานที่ตกลงก่อนซื้อขาย	ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ หรือเป็นไปตามการวัดผลที่ระบุในสัญญา
5. การเรียกเก็บเงิน ชำระเงิน ถูกต้องและเป็นไปตาม มาตรฐาน	ช่องทางการรับ หรือชำระเงิน	ถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการแต่ละกลุ่มธุรกิจ	- นำส่งสินค้าถูกต้องตามที่ตกลงกันได้ - นำส่งใบเรียกเก็บเงินถูกต้อง	- ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการเรียกเก็บเงิน ชำระเงิน - ข้อพิพาทเกี่ยวกับการผิดนัดชำระเงิน

เส้นทางการเดินทาง ของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการบริการ (Customer Touchpoints)	พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)	มาตรฐานการบริการ (Service Protocol)	ตัวอย่าง แนวทางการวัดผล (Evaluation Example)
6. การให้บริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าได้รับการดูแลที่ดี	พนักงานบริการหลังการขาย	ติดตามและให้บริการหลังการขายอย่างมืออาชีพ	ตอบสนองต่อข้อร้องขอ หรือข้อร้องเรียนได้ตาม SLA ที่กำหนดไว้	การสำรวจเกี่ยวกับบริการหลังการขายหรือหลังการให้บริการในแต่ละกลุ่มลูกค้า เช่น ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลก๊าซฯ หรือต่อทีมพัฒนาศักยภาพสถานีนีบริกรฯ เป็นต้น
7. การมีช่องทางการให้ Feedback ที่สะดวก รวดเร็ว	- ผู้จัดการเขตการขาย - จุดรับ Feedback เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น CSC Website, Contact Center 1365	เป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงทีในแต่ละกลุ่มลูกค้า	รวบรวมความเห็น และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	- การแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง ตาม SLA กำหนด - ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการข้อร้องเรียนเป็นต้น
8. การสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า เกิดความพึงพอใจและความ จงรักภักดีต่อตราสินค้าของ ปตท.	- ผู้จัดการเขตการขาย - พนักงานบริการหลังการขาย	พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าในมิติต่างๆ เช่น การเพิ่มรายได้ การซื้อซ้ำ การบอกต่อ จนเกิดความพึงพอใจ และจงรักภักดี เป็นต้น	ทบทวนแผนงานสร้าง ความสัมพันธ์เป็นประจำ ต่อเนื่องทุกปี	- การสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ของ ปตท. หรือต่องานบริการในแต่ละด้านของ ปตท. เป็นต้น - การวัดการซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ หรือการซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มของลูกค้า - การวัดที่เกี่ยวกับกิจกรรมหรือการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า/คู่ค้า