



ไปรษณีย์ไทย Thailand Post

กฎบัตรการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (Customer Service Charter)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจภายใต้สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการไปรษณีย์ ขนส่ง/โลจิสติกส์ (Logistics) ทั้งในและระหว่างประเทศตลอดจนบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ที่ถือได้ว่าเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของประเทศ โดย ปณท มีความมุ่งมั่นในการให้บริการเพื่อเป็นจุดเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของคนในสังคม รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่จะช่วยเหลือ สนับสนุนในการขับเคลื่อนด้านการจัดส่งข่าวสาร สิ่งของ การเงินและค่าปลักในภาคธุรกิจองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ด้วยผลิตภัณฑ์การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายใต้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้น จึงได้จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ขึ้นเพื่อแสดงเจตจำนงในการให้บริการ ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นกลุ่มผู้ให้บริการไปรษณีย์และโลจิสติกส์ (Logistics) ครบวงจรอย่างยั่งยืนด้วยมาตรฐานสากล”

๒. ภารกิจ (Mission) แบ่งเป็น ๔ ด้าน คือ

- ๒.๑ ให้บริการจัดส่งสิ่งของ ข่าวสาร ข้อมูล และโอนเงินทั่วโลกที่ลูกค้าเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ราคาสมเหตุสมผล และเชื่อถือได้
- ๒.๒ พัฒนาให้ไปรษณีย์ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไปรษณีย์และบริการโลจิสติกส์ (Logistics) สำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ของประเทศ
- ๒.๓ บริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากข้อมูลการดำเนินงานในการสร้างฐานความรู้และนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจของลูกค้าให้เติบโตไปด้วยกัน
- ๒.๔ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม)

๓. เจตจำนงในการให้บริการ

ปณท มีความมุ่งมั่นในการให้บริการที่ดีแก่ผู้ให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ดังนี้

- ๓.๑ การให้บริการด้านไปรษณีย์และอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องที่มีคุณภาพเป็นมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ให้บริการในฐานะผู้เชื่อมโยงมิตรภาพระหว่างกันด้วยเครือข่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (Service Standard)
- ๓.๒ การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind)
- ๓.๓ การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการในทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points) เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ
- ๓.๔ การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ (THP Content) รวมทั้งการเปิดรับฟังทุกความคิดเห็นของผู้ให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข/พัฒนาการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น (Customer Feedback)

- ๓.๕ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการให้มากยิ่งขึ้น (Product & Process Innovation)
- ๓.๖ การให้บริการด้วยราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price)

๔. ความคาดหวังที่จะได้รับจากผู้ให้บริการ

เพื่อให้ ปณท สามารถให้บริการได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการให้บริการ และการดำเนินงานอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม ปณท จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากท่าน ดังนี้

- ๔.๑ ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แก่เจ้าหน้าที่ด้วยความครบถ้วน ถูกต้อง ตามระยะเวลาอันควร เพื่อช่วยให้เจ้าหน้าที่สามารถพิจารณาดำเนินการให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว
- ๔.๒ ถือปฏิบัติตามเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ อย่างครบถ้วน
- ๔.๓ ป้อนกลับข้อมูลความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจ ในระยะเวลาอันควร

๕. ช่องทางการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

โดยที่ข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของ ปณท จึงได้กำหนดช่องทางต่าง ๆ สำหรับการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่

- ๕.๑ THP Contact Center หมายเลข ๑๕๔๕
- ๕.๒ E-mail : postalcare@thailandpost.co.th
- ๕.๓ www.thailandpost.co.th เมนูติดต่อเรา
- ๕.๔ Facebook และ Twitter บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- ๕.๕ จดหมายส่งถึงฝ่ายบริการลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อาคารสำนักงานไปรษณีย์หลักสี่ ชั้น ๔ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐
- ๕.๖ โทรสาร ๐๒-๘๓๑-๓๕๕๐-๑



(นายรัฐพล ภักดีภูมิ)

ประธานกรรมการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



(ดร.ตันนัท สุภัทรพันธุ์)

กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

วันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๔

กฎบัตรการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (Customer Service Charter)

นี้ได้รับทราบจากที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ครั้งที่ ๑๒/๒๕๖๔

และวันที่ ๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

ด้านกลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดและการสื่อสาร ครั้งที่ ๑๓/๒๕๖๔