



## สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

### ประกาศ

#### เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในสังกัด กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ดำเนินการ

๑. วิจัยพัฒนาและบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่ามูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจประเทศบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ตอบสนองการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

๒. ถ่ายทอดเทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่ภาคอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน และผลักดันให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

๓. บริการวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ รับรองระบบคุณภาพ อบรมและที่ปรึกษา เพื่อยกระดับมาตรฐานและความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม

๔. พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรสู่องค์กรสมรรถนะสูง ทันสมัย และมีธรรมาภิบาล

ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐานการบริการ และพนักงาน วว. เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้าจึงได้จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ดังนี้

#### ๑. คำจำกัดความ

“กฎบัตรบริการ (Service Charter)” หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของหน่วยงานในการให้บริการ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

“มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard)” หมายถึง ชุดของนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้า ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่ พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน (Service Protocol) การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Service Recovery Plan) และกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการและประเภทการให้บริการที่สำคัญซึ่งผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยกลไกในการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบและประเมินผลทั้งภายในและ/หรือภายนอก

## ๒. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อแสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ที่จะให้บริการที่เป็นเลิศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ เมื่อมีการติดต่อใช้บริการงานของ วว.

๒. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ การให้บริการที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพ ด้วยความโปร่งใส ผลិតภัณฑ์และบริการมีมาตรฐาน และสามารถ การให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อสอบถามและข้อร้องเรียนของลูกค้า

## ๓. กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)

ในการกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ วว. คำนึงถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ที่ครอบคลุมทั้งลูกค้าเชิงพาณิชย์และลูกค้าเชิงสังคมและจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ของลูกค้าที่รวมถึงลูกค้าเชิงพาณิชย์และลูกค้าเชิงสังคม เพื่อให้ วว. สามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดต่อรับบริการระหว่างลูกค้ากับ วว. แสดงดังตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ เส้นทางการเดินทางของลูกค้า จุดสัมผัสบริการและแนวทางการประเมินผล

| เส้นทางการเดินทางของลูกค้า<br>(Customer Journey)                                                                                                                                                                                                | จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | แนวทางการประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                 | Digital Touchpoints                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Physical Touchpoint                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ๑. การรับรู้ (Awareness)<br>สร้างการรับรู้ทั้งด้านการกิจ<br>ภาพลักษณ์ ผลงาน และความ<br>เชี่ยวชาญของ วว. ให้เป็นที่รู้จัก<br>โดยใช้รูปแบบการ<br>ประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้าง<br>ภาพจำ และเกิดความเข้าใจใน<br>สิ่งที่ วว. จะส่งมอบให้กับลูกค้า | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ วว. ได้แก่ - Facebook</li> <li>- LINE@</li> <li>- YouTube</li> <li>- Instagram</li> <li>● การประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ตั้งของหน่วยงาน ผ่านGoogle Map</li> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ของ วว. หน่วยงานเครือข่าย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่าน <ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยุ</li> <li>- โทรทัศน์</li> <li>- ป้ายประชาสัมพันธ์</li> <li>- สื่อสิ่งพิมพ์</li> <li>- การแถลงข่าว</li> </ul> </li> <li>● การจัดการสัมมนาทั้งที่ วว. จัดเอง และเข้าร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรอื่น ๆ</li> <li>● การออกบูธ/นิทรรศการ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภาคภูมิใจทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง (วว. สำรวจเอง)</li> <li>● การสำรวจการรับรู้ช่องทางสื่อสารของ วว.ผ่าน ระบบรับฟังเสียงลูกค้า (Voice of Customer : VoC Online)</li> <li>● การตรวจสอบจำนวนผู้เข้าชมผ่านทาง Website และช่องทาง Social Media อื่น ๆ</li> </ul> |

| เส้นทางการเดินทางของลูกค้า<br>(Customer Journey)                                                                                                                                                                                                                                                     | จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | แนวทางการ<br>ประเมินผล                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Digital Touchpoints                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Physical Touchpoint                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                  |
| <b>๒. การพิจารณา (Consideration)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ วว. ได้แก่ - Facebook - LINE@ - YouTube - Instagram</li> <li>● การประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ตั้งของหน่วยงาน ผ่าน Google Map</li> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ของ วว. หน่วยงานเครือข่าย</li> <li>● การให้ข้อมูลด้านราคาผ่าน E-Price List</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่าน <ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยุ</li> <li>- โทรทัศน์</li> <li>- ป้ายประชาสัมพันธ์</li> <li>- สื่อสิ่งพิมพ์</li> <li>- การแถลงข่าว</li> </ul> </li> <li>● การจัดการสัมมนาทั้งที่ วว. จัดเอง และเข้าร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรอื่นๆ</li> <li>● การนำเสนอผลงานผ่านการออกบูธ/นิทรรศการในงานต่างๆ</li> <li>● การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน และกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (Open House)</li> <li>● การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing)</li> <li>● Call Center</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการผ่านระบบรับฟังเสียงลูกค้า (Voice of Customer : VoC Online)</li> </ul> |
| <b>๓. การตัดสินใจ (Decision)</b><br>การตัดสินใจของลูกค้า ในการใช้บริการในด้านต่างๆ ของ วว. มีดังนี้<br>๓.๑ การใช้บริการด้านการวิจัยและพัฒนา จะพิจารณาจากความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นวัตกรรมที่ช่วยแก้ Pain point และผลงานที่ วว. ผลิตออกมาสร้างผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> <li>● คำแนะนำที่แสดงถึงความพึงพอใจ รวมไปถึงการยืนยันถึงประสิทธิภาพ คุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ (Testimonials) ในรูปแบบต่างๆ เช่น</li> </ul>                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การบอกต่อ หรือรีวิวจากผู้ที่เคยใช้บริการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการผ่านระบบรับฟังเสียงลูกค้า (Voice of Customer : VoC Online)</li> </ul> |



| เส้นทางการเดินทางของลูกค้า<br>(Customer Journey)                                                                                                           | จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | แนวทางการ<br>ประเมินผล                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                            | Digital Touchpoints                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Physical Touchpoint                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                         |
| <p>๓.๒ การใช้บริการของกลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ งานด้านวิเคราะห์ ทดสอบ สอบเทียบ จะพิจารณาจากราคา ความรวดเร็วในการส่งมอบ ความแม่นยำและคุณภาพของผลวิเคราะห์</p> | <p>ตัวอักษร รูปภาพ วีดีโอ ในสื่อออนไลน์ต่างๆ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- LINE@</li> <li>- YouTube</li> <li>- Instagram</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ตั้ง ของหน่วยงาน ผ่าน Google Map</li> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ของ วว. หน่วยงานเครือข่าย</li> <li>● การให้ข้อมูลด้านราคา ผ่าน E-Price List มีความสะดวกในการนำข้อมูลมาเปรียบเทียบ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย</li> <li>● มีระบบรับบริการลูกค้า (วว. Joint Unit Multi-task Platform : JUMP) เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการขอรับบริการลูกค้าผ่านระบบ Online</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว</li> <li>● เจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ชัดเจนและมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ</li> <li>● สถานที่ในการติดต่อใช้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้าสอบถามข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ Call Center ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ วว.</li> <li>- เจ้าหน้าที่ วว. ให้คำแนะนำในการเตรียมเอกสาร ตัวอย่างที่จะทดสอบ และประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักรวบรวมพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภาคภูมิใจทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง (วว. สำรองเอง)</li> </ul> |

| เส้นทางการเดินทางของลูกค้า<br>(Customer Journey)                                                                                                                                                                                                                                                                                           | จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | แนวทางการ<br>ประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Digital Touchpoints                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Physical Touchpoint                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>๔. การซื้อผลิตภัณฑ์ (purchase)</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้น จนจบกระบวนการ เพื่ออำนวยความสะดวก และให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ</li> <li>• วว. จัดให้มีช่องทางที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าในการยื่นคำร้อง ร้องเรียน หาทางแก้ปัญหา และไม่กำหนดอุปสรรคที่ไม่มีเหตุผลต่อลูกค้า</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ติดต่อดำเนินการกับเจ้าหน้าที่ผ่าน e-mail / Line</li> <li>• มีข้อมูลบนเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ สำหรับการเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์</li> <li>• มีระบบรับบริการลูกค้า (วว. Joint Unit Multi-task Platform : JUMP) เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการขอรับบริการลูกค้าผ่านระบบ Online</li> <li>• มีช่องทางการชำระเงินผ่าน KTB online/ Net Bank</li> <li>• มีระบบรับข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ วว.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เจ้าหน้าที่ วว. ตัวแทนที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้ประสานงานและเป็นผู้รับงานเพื่อส่งต่อไปยังหน่วยงานภายใน วว.</li> <li>• การให้คำตอบและคำแนะนำการอย่างทันท่วงทีสำหรับข้อซักถามความต้องการผ่านทางโทรศัพท์</li> <li>• การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับลูกค้าตามสถานการณ์อย่างทันท่วงทีผ่านทางโทรศัพท์</li> <li>• การให้คำปรึกษาแนะนำสินค้า/บริการผ่าน เจ้าหน้าที่ Call Center ๐๒-๕๗๗-๙๓๐๐</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง (วว. สำรวจเอง)</li> <li>• การวิเคราะห์เสียงของลูกค้าผ่านช่องทางรับฟังเสียงลูกค้าจากทุกช่องทาง ของ วว.</li> <li>• การประเมินผลความพึงพอใจทันทีเมื่อลูกค้าใช้บริการ</li> <li>• การรับฟังข้อร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ วว.รวมถึงการหาสาเหตุและการแก้ไขเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ ตามเอกสารคุณภาพระบบ ISO 9001 QP-TISTR 07</li> </ul> |
| <b>๕. การซื้อซ้ำ (Repurchase) การสร้างความภักดี (Loyalty) และยกระดับความพึงพอใจ (Satisfaction)</b><br>มีการเก็บมูลของลูกค้าอย่างละเอียด นอกจากข้อมูลสำหรับการติดต่อแล้ว ยังต้องมีข้อมูลที่จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อให้สามารถส่งมอบสิ่งที่ลูกค้าพอใจซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การใช้อีเมลล์ส่งข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอที่น่าสนใจให้กับลูกค้า</li> <li>• การ Chat หรือสนทนาแบบ real time ให้คำปรึกษาผ่าน Social media</li> <li>• แจกข้อมูลข่าวสารบทความที่เป็นประโยชน์ผ่านช่องทาง - <a href="http://www.tistr.or.th">www.tistr.or.th</a></li> </ul>                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ ส่วนลดสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่ตรงกับความต้องการ</li> <li>• ช่องทางการจำหน่ายหรือให้บริการใหม่ๆ เช่น ศูนย์</li> <li>• การให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ วว. และ</li> </ul>                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง (วว. สำรวจเอง)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| เส้นทางการเดินทางของลูกค้า<br>(Customer Journey)                                                               | จุดสัมผัสบริการ (Customer Touchpoints)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | แนวทางการ<br>ประเมินผล |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
|                                                                                                                | Digital Touchpoints                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Physical Touchpoint                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                        |
| ในอนาคต และการกำหนด<br>กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์<br>กับลูกค้า (Customer<br>Relationship Management<br>: CRM) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Website หน่วยงาน เครือข่าย</li> <li>- E-MAIL</li> <li>- TISTR official line@</li> <li>- E-Price List</li> <li>- วว. JUMP</li> <li>- KTB Online</li> <li>● จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้าในรูปแบบ online</li> <li>● รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียนผ่าน website ของ วว.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Call Center ๐๒-๕๓๗-๙๓๐๐</li> <li>● ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ วว. มอบสิ่งของจำเป็นให้กับหน่วยงานและโรงพยาบาลเพื่อการรักษาผู้ป่วยโควิด</li> <li>● จัดการสัมมนา อบรม ให้ความรู้กับลูกค้า รูปแบบ on-site</li> <li>● รับฟังข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนภายใต้ข้อตกลงด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน</li> </ul> |                        |

ทั้งนี้ กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard) ฉบับนี้ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๖ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๖



(ศาสตราจารย์สิริฤกษ์ ทรงศิวิไล)

ประธานคณะกรรมการ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย



(นายปรีชญ์ รังสิมานนท์)

ประธานคณะกรรมการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความรับผิดชอบต่อสังคม

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย



(นางชุตินา เอี่ยมโชติชวลิต)

ผู้ว่าการ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย