

# คู่มือการปฏิบัติงาน

กระบวนการส่งเสริมและ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

จังหวัดระนอง

## คำนำ

คู่มือ การปฏิบัติงาน “กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP” เป็นคู่มือที่ใช้ในการปฏิบัติงานซึ่งมีกระบวนการย่อยต่างๆ ให้มีขั้นตอนและมีมาตรฐาน เพื่อให้กระบวนการงานมีความชัดเจนมากขึ้น โดยจัดทำขึ้นจากข้อกำหนดที่สำคัญที่มาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำกระบวนการที่สำคัญ เพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามข้อกำหนดที่สำคัญ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จังหวัดระนอง มีความมุ่งหวังให้ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ สามารถใช้ประโยชน์จากคู่มือเล่มนี้ สำหรับการปฏิบัติงานได้อย่างเป็นรูปธรรม และเกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น

คณะทำงาน PMQA

สิงหาคม ๒๕๕๔

## สารบัญ

### บทนำ หน้า

⊗	วัตถุประสงค์	๑
⊗	ขอบเขต	๑
⊗	คำจำกัดความ	๑
⊗	หน้าที่ความรับผิดชอบ	๓
⊗	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	๓
⊗	มาตรฐานงาน	๑๐
⊗	ระบบติดตามประเมินผล	๑๒
⊗	Work Flow กระบวนการ	๑๓
⊗	รายละเอียดกระบวนการ	๑๔
⊗	วิธีปฏิบัติของบุคลากรในการให้บริการ	๑๖

### ภาคผนวก

⊗	รายงานยอดจำหน่ายสินค้าOTOP 1	2
⊗	รายงานการจัดแสดงสินค้าOTOP	13

### เอกสารอ้างอิง

- ⊗ คู่มือการปฏิบัติงาน “กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากพ.ศ. ๒๕๕๔  
กรมการพัฒนาชุมชน

## บทนำ

### กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

#### 1. วัตถุประสงค์

เพื่อใช้เป็นคู่มือในการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนพึ่งตนเองได้ ครอบคลุมมีคุณภาพชีวิตดีมีความสุข

#### 2. ขอบเขต

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระนอง มีภารกิจสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อให้มีการจัดการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ โดยกระบวนการย่อย ๖ กระบวนการ ดังนี้

- ๒.๑ การลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP
- ๒.๒ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
- ๒.๓ การพัฒนากลุ่ม OTOP (กลุ่มผู้ผลิตชุมชน)
- ๒.๔ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์กรความรู้ KBO
- ๒.๕ การส่งเสริมช่องทางการตลาด
- ๒.๖ การจัดตั้งศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร

#### 3. คำจำกัดความ

๓.๑ OTOP ย่อมาจาก “One Tambon One Product ” หมายถึง “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ด้วยการนำเอาภูมิปัญญาและทรัพยากรของท้องถิ่นที่มีอยู่มาพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้

๓.๒ การลงทะเบียน หมายถึง การรับลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สำหรับผู้ที่เคยลงทะเบียน และผู้ที่ยังไม่เคยลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๓.๓ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ๓ ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๓.๔ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชน ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์

๓.๕ ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต หรือมีการจ้างแรงงานในชุมชน หรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ หรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

๓.๖ ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ผลิตผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต/จ้างแรงงานในชุมชน/ใช้วัตถุดิบในชุมชนหรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ โดยมีทรัพย์สินลงทุนไม่เกิน ๑๐ ล้านบาท

๒

๓.๗ เครือข่าย OTOP หมายถึง องค์กรของเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ ที่มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นองค์กรเครือข่ายโดยมีความเชื่อมโยงต่อกันตามโครงสร้าง บทบาท และหน้าที่ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

๓.๘ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ( OTOP Product Champion : OPC) หมายถึง การจัดระดับผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งเสริมให้ได้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของแต่ละชุมชนได้รับโอกาสในการพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานจนสามารถเชื่อมโยงสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

๓.๙ ประเภทผลิตภัณฑ์ในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย แบ่งเป็น ๕ กลุ่ม คือ ๑) ประเภทอาหาร ๒) ประเภทเครื่องดื่ม ๓) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ๔) ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ๕) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

๓.๑๐ เครือข่ายองค์ความรู้ ( Knowledge – Based OTOP : KBO) จังหวัด หมายถึง คณะบุคคลที่เข้าไปส่งเสริมให้กลุ่มผู้ผลิต OTOP ผลิตสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยการเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นกับชุมชน เพื่อนำภูมิปัญญาพัฒนาขีดความสามารถผู้ผลิตชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด ประกอบด้วย สถาบันการศึกษาในพื้นที่จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. เทศบาล เครือข่ายกลุ่มผู้ผลิต OTOP หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิ

๓.๑๑ ผลิตภัณฑ์ OTOP ได้รับการยกระดับมาตรฐาน หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ให้มีรูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีคุณภาพ และมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๓.๑๒ การแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP หมายถึง การแสดงผลงานสินค้าผลิตภัณฑ์ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ให้คนทั่วไปได้ชมและเลือกซื้อ ในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

๓.๑๓ การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะหรือองค์ประกอบครบ ๔ ข้อ จาก ๕ ข้อ ดังนี้

- ๑) มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน หมายถึง กลุ่มมีโอกาสที่จะได้รับบริการจากแหล่งทุนต่างๆ เพื่อนำมาบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นทั้งทุนภายนอกชุมชนหรือทุนภายในชุมชน
  - ๒) มีการบริหารจัดการ หมายถึง กลุ่มมีการจัดทำแผนธุรกิจครบทั้ง ๔ แผน ประกอบด้วย แผนการบริหารจัดการ แผนการผลิต แผนการตลาด และแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์
  - ๓) ผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรองมาตรฐาน หมายถึง ผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น อย. มอก. มผช. ฮาลาล คิว (Qmark) GAP GMP HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น
  - ๔) กลุ่มมีช่องทางการตลาดอย่างน้อย ๓ ช่องทาง หมายถึง กลุ่มมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งอย่างน้อย ๓ ครั้ง เช่น ที่ทำการกลุ่ม ในหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด และหรือระดับประเทศ
  - ๕) กลุ่มมีรายได้ค้ำทุ่น หมายถึง กลุ่มมีการดำเนินกิจกรรม และเกิดรายได้ค้ำทุ่น (อย่างน้อยลงทุนไปแล้วไม่ขาดทุน หรือมีกำไร)
- ๓.๑๔ ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร หมายถึง ศูนย์กลางการให้บริการทางวิชาการและพัฒนาขีดความสามารถด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนอย่างครบวงจร โดยเป็นช่องทางในการเชื่อมโยงการใช้ทรัพยากรจากแหล่งทุน แหล่งผลิต แหล่งตลาด แหล่งความรู้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และเป็นกลไกขับเคลื่อนให้มีการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการแหล่งทุน กลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้ผลิต

๓

ผู้ประกอบการ OTOP สำหรับการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เพื่อส่งผลกระทบต่อประชาชนในหมู่บ้านให้มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการสนับสนุนและส่งเสริมเชื่อมโยงการพัฒนาชุมชนระหว่างภาคีการพัฒนาในระดับอำเภอ

#### 4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

##### ๔.๑ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

- ๔.๑.๑ ศึกษากรอบ แนวทางการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม
- ๔.๑.๒ กำหนดรูปแบบการดำเนินโครงการ/กิจกรรม ตามแนวทางที่กรมฯ กำหนด
- ๔.๑.๓ คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายตามหลักเกณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน
- ๔.๑.๔ จัดทำบัญชีรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- ๔.๑.๕ ดำเนินการฝึกอบรม
- ๔.๑.๖ ติดตาม สนับสนุน การดำเนินงานระดับอำเภอ
- ๔.๑.๗ ถอดบทเรียน
- ๔.๑.๘ ประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน
- ๔.๑.๙ ประเมินผลการดำเนินงาน
- ๔.๑.๑๐ รายงานผลการดำเนินงานให้กรมฯ ทราบ

##### ๔.๒ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ

๔.๒.๑ ศึกษากรอบ แนวทางการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม

๔.๒.๒ คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายตามหลักเกณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน

๔.๒.๓ ประสานกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม

๔.๒.๔ จัดทำทะเบียนกลุ่มเป้าหมาย

๔.๒.๕ ติดตาม สนับสนุน ให้ข้อเสนอแนะ และคำปรึกษาในการดำเนินงานตามโครงการ/  
กิจกรรม

๔.๒.๖ วิเคราะห์ผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม

๔.๒.๗ ประเมินผลการดำเนินงาน

๔.๒.๘ รายงานผลการดำเนินงานให้จังหวัดทราบ

## 5. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

### กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

ประกอบด้วย กระบวนการย่อย ๖ กระบวนการ ดังนี้

๑. การลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP
๒. การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
๓. การพัฒนากลุ่ม OTOP (กลุ่มผู้ผลิตชุมชน)
๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO
๕. การส่งเสริมช่องทางการตลาด
๖. การจัดตั้งศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร

๔

### ๑. การลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP

#### ๑. ประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้อง

- จังหวัดจัดประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้อง (เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)
- จังหวัดจัดทำปฏิทินการปฏิบัติ

#### ๒. ประชาสัมพันธ์การลงทะเบียนฯ

- จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์การลงทะเบียนฯ
- กำหนดช่องทางการเผยแพร่
- ดำเนินการเผยแพร่

#### ๓. รับลงทะเบียน

- กลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ยื่นใบสมัครและหลักฐาน
- อำเภอตรวจสอบความถูกต้องและให้ความเห็นชอบ

- อำเภอบันทึกลงโปรแกรมการลงทะเบียน และรายงานจังหวัด

#### ๔. ประกาศรับรอง

- จังหวัดตรวจสอบให้การรับรอง
- จังหวัดจัดทำประกาศผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP และรายงานกรมฯ

### ๒. การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

#### ๒.๑ ประชุมชี้แจงผู้เกี่ยวข้อง

- จังหวัดจัดประชุมชี้แจงเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน
- จัดทำแผนปฏิบัติการดำเนินงาน

#### ๒.๒ ประชาสัมพันธ์การคัดสรรฯ

- จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์การคัดสรรฯ
- ประสานงานสื่อที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการประชาสัมพันธ์

#### ๒.๓ แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรฯ

- สรรหาผู้เชี่ยวชาญ
- จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการคัดสรรฯ
- แจ้งประสานคณะกรรมการคัดสรรฯ

#### ๒.๔ ประชุมชี้แจงผู้เกี่ยวข้อง

- จังหวัดจัดประชุมชี้แจงคณะกรรมการคัดสรรฯ/พัฒนาการอำเภอ/พัฒนาการ/ผู้ที่เกี่ยวข้อง
- จัดทำแผนปฏิบัติการทำงาน

#### ๒.๕ รับสมัคร

- รับสมัครผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรฯ
- ตรวจสอบเอกสาร/หลักฐานต่างๆ ให้ถูกต้อง/ครบถ้วน
- จัดเตรียมสถานที่จัดวางผลิตภัณฑ์ตามความเหมาะสม

- จัดทำทะเบียนรับ/ส่งผลิตภัณฑ์
- จัดทำรายงานผลการรับสมัครส่งกรมฯ

#### ๒.๖ คณะกรรมการคัดสรรฯ ให้คะแนนส่วน ก และ ข และบันทึกประมวลผล

- คณะกรรมการฯ พิจารณาตรวจสอบ กลั่นกรองคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
- ตรวจสอบให้คะแนนผลิตภัณฑ์



- บันทึกคะแนนตามใบคะแนนของคณะกรรมการฯ ลงในโปรแกรมการคัดสรรฯ
- ตรวจสอบข้อมูล

#### ๒.๗ จังหวัดจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กรมฯ

- จัดทำทะเบียนส่งมอบผลิตภัณฑ์
- ส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ Organizer

#### ๒.๘ ประกาศผล/มอบใบประกาศ/รับเรื่องร้องเรียน/การเผยแพร่ฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนา

- จัดทำฐานข้อมูล ๑ – ๕ ดาว
- จัดทำบัญชี/ใบประกาศผลการคัดสรร
- มอบใบประกาศนียบัตร
- รับเรื่องร้องเรียนจากผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP
- ตอบข้อร้องเรียน
- จัดทำฐานข้อมูลเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- จัดทำหลักฐานการให้บริการข้อมูล

### ๓. การพัฒนากลุ่ม OTOP (กลุ่มผู้ผลิตชุมชน)

#### ๓.๑ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย/ประสานงาน

- จังหวัดแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อร่วมกันพิจารณากำหนดและจัดสรรกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าร่วมกิจกรรมให้อำเภอ
- อำเภอแจ้งประสานกลุ่มฯ เข้าร่วมฝึกอบรมที่จังหวัดดำเนินการ

#### ๓.๒ ฝึกอบรมเพิ่มประสิทธิภาพกลุ่มฯ

- คณะทำงานสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กำหนดกลุ่มเป้าหมายแยกฝึกอบรมตามจำนวนรุ่นที่ได้รับจัดสรร
- คณะทำงานสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ร่วมกับวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ กำหนดหลักสูตรที่จะดำเนินการ
- จัดทำโครงการเสนอผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาอนุมัติดำเนินการ
- จัดทำสัญญา และเอกสารจัดซื้อจัดจ้างของโครงการ

#### ๓.๓ ติดตาม/สนับสนุน

- อำเภอแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อร่วมกันพิจารณากำหนดกรอบและประเด็นเนื้อหาที่จะติดตาม
- สนับสนุนด้านการจัดทำและ/หรือการปรับปรุงแผนธุรกิจเป็นรายกลุ่มเพื่อสามารถนำไปสู่แผนเชิงปฏิบัติการ

### ๓.๔ ติดตาม/ประเมินผล

- แต่งตั้งคณะทำงานติดตามและประเมินผลระดับจังหวัด
- กำหนดประเด็นที่จะติดตาม
- มอบหมายหน้าที่การติดตามให้คณะทำงานแต่ละคน

## ๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์กรความรู้ KBO

### ๔.๑ ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- กำหนดกลุ่มเป้าหมายตรงตามที่กำหนด
- ประชุมกลุ่มเป้าหมายเพื่อค้นหาความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

### ๔.๒ จัดทำหลักสูตร

#### ประชุม

- วิเคราะห์ประเด็นความต้องการ
- มอบหมายภารกิจแก่ภาคีที่เกี่ยวข้อง
- ภาคีเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญจัดทำหลักสูตร

### ๔.๓ พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์กรความรู้

- ประสานภาคีเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์

### ๔.๔ สรุปผลการดำเนินงาน

- ประชุมสรุปผลการดำเนินงาน
- จัดทำเอกสารสรุปผลการดำเนินงาน

### ๔.๕ คัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าร่วม

- ประชุมเครือข่าย KBO จังหวัด เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าประกวดฯ

## ๕. การส่งเสริมช่องทางการตลาด

### ๕.๑ การประชาสัมพันธ์การจัดงาน

- ดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนดำเนินกิจกรรม ๑๐ วัน และระหว่างดำเนินการ  
จนถึงสิ้นสุดกิจกรรม ๑๐ วัน

### ๕.๒ ประชุมคณะอนุกรรมการ นตผ.จังหวัด

มีการจัดประชุมคณะอนุกรรมการ นตผ.จังหวัด ตามแนวทางและหลักเกณฑ์การดำเนิน  
กิจกรรมตามโครงการดังนี้

- การพิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ตามคุณสมบัติที่กรมฯ กำหนดเข้าร่วม  
กิจกรรมตามโครงการ
- แจ้างและจัดประชุมคณะกรรมการเครือข่ายผู้ผลิต/ผู้ประกอบการระดับจังหวัด สร้างความ  
เข้าใจในการดำเนินกิจกรรมตามโครงการ

### ๕.๓ ประชุมคณะกรรมการเครือข่าย นตผ.จังหวัด

- การพิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ จากฐานข้อมูลการคัดสรร ๑ - ๕ ดาว  
ระดับประเทศ หรือตามคุณสมบัติที่กรมฯ กำหนดเข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ

๗

- แจ้งอำเภอในการดำเนินการประชุมคณะอนุกรรมการ นตผ.อำเภอ ในการคัดเลือกกลุ่ม  
ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ และตามคุณสมบัติที่กรมฯ กำหนด

### ๕.๔ ประชุมคณะอนุกรรมการ นตผ.อำเภอ

- ดำเนินการประชุมพิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตามแนวทาง  
และหลักเกณฑ์ฯ เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ โดยคัดเลือกจากฐานข้อมูลการคัดสรร  
๑ - ๕ ดาว และด้วยความสมัครใจของกลุ่มฯ และจัดส่งบัญชีรายชื่อให้จังหวัดในการ  
ดำเนินการต่อไป

### ๕.๕ ประชุมคณะกรรมการ นตผ.อำเภอ

- คัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตามแนวทางและหลักเกณฑ์ฯ เข้าร่วม  
กิจกรรมตามโครงการฯ โดยคัดเลือกจากฐานข้อมูลการคัดสรร ๑ - ๕ ดาว เสนอคณะ  
คณะอนุกรรมการ นตผ.อำเภอ ในการพิจารณาและส่งรายชื่อผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่ได้รับ  
การคัดเลือกส่งจังหวัด เพื่อให้จังหวัดพิจารณาคัดเลือกและส่งเข้าร่วมกิจกรรมต่อไป

### ๕.๖ ทำบัญชีรายชื่อผู้ร่วมงาน

- จัดทำทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีคุณสมบัติตามแนวทางและหลักเกณฑ์ที่  
กรมฯ กำหนด จัดส่งให้กรมฯ ตามโครงการ

### ๕.๗ ร่วมจำหน่ายสินค้า

- ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ร่วมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ตามโครงการ

## ๖. การจัดตั้งศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร

### ๖.๑ จัดเตรียมความพร้อม

#### ระดับจังหวัด

- ศึกษาแนวทางการดำเนินงานศูนย์ฯ ให้ชัดเจน
- จัดทำแผนปฏิบัติการดำเนินงานศูนย์ฯ ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
- แจ้งอำเภอดำเนินการตามแผน
- ประชาสัมพันธ์โครงการ

#### ระดับอำเภอ

- ศึกษาแนวทางการดำเนินงานศูนย์ฯ และแผนปฏิบัติการของจังหวัด
- ประชุมทีมงานของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ

- จัดทำแผนปฏิบัติการจัดตั้งศูนย์ฯ ระดับอำเภอ
- จัดเตรียมกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลด้านเศรษฐกิจชุมชน เงิน วัสดุ อุปกรณ์
- ประชาสัมพันธ์โครงการ

#### ๖.๒ จัดตั้งศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร

- จัดประชุมเชิงปฏิบัติการระดับอำเภอ ประกอบด้วย

- ๑) วิเคราะห์เศรษฐกิจของชุมชน
- ๒) กำหนดจุดขายด้านเศรษฐกิจ
- ๓) สำรวจความต้องการด้านเศรษฐกิจ

๘

#### ๔) จัดทำระบบข้อมูลด้านเศรษฐกิจของทุกหมู่บ้านในอำเภอ

- จัดตั้งศูนย์ฯ ระดับอำเภอ
- ๑) คัดเลือกสถานที่ตั้งศูนย์ฯ
- ๒) ออกแบบศูนย์ฯ (โครงสร้างกรรมการ กิจกรรม รูปแบบการให้บริการ)
- ๓) คัดเลือกคณะกรรมการบริหารศูนย์ฯ
- ๔) จัดทำแผนปฏิบัติการของศูนย์ฯ
- กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการของศูนย์ฯ
- ๑) จัดทำระเบียบหรือข้อตกลงของศูนย์ฯ
- ๒) จัดกิจกรรมตามแผนฯ
- ๓) ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน
- ๔) ประเมินผลการดำเนินงาน

#### ๖.๓ รวบรวมองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจและจัดตั้งเครือข่ายศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

- ประชุมเชิงปฏิบัติการระดับจังหวัด ประกอบด้วย
- ๑) รวบรวมข้อมูลด้านเศรษฐกิจของทุกอำเภอ
- ๒) สังเคราะห์ข้อมูล จัดให้เป็นหมวดหมู่
- ๓) จัดตั้งเครือข่ายศูนย์ฯ ระดับจังหวัด
- ๔) คัดเลือกคณะกรรมการเครือข่ายศูนย์ฯ
- ๕) จัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายศูนย์ฯ

#### ๖.๔ ผลิตสื่อข้อมูล องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจชุมชน

- ตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลด้านเศรษฐกิจ
- กำหนดประเภทของสื่อที่จะผลิต
- ออกแบบข้อมูลที่จะนำเสนอในสื่อแต่ละประเภท

- ผลิตสื่อ (เอกสาร และซีดี)
- ส่งให้อำเภอไว้ใช้ประโยชน์และให้บริการ

#### ๖.๕ ติดตาม/ประเมินผล

- จัดทำแผนและเป้าหมายในการติดตาม
- กำหนดคณะติดตาม และจัดทำประเด็นการติดตามฯ
- ประชุมคณะติดตามฯ
- ประสานแจ้งพื้นที่เป้าหมาย
- ขออนุมัติไปราชการ
- ดำเนินการติดตามฯ
- สรุปผลการติดตามฯ

๙

### ข้อกำหนดที่สำคัญ

๑. การลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP และการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีความถูกต้อง โปร่งใส และเป็นธรรม
๒. การพัฒนากลุ่ม OTOP ให้มีมาตรฐานการเป็นผู้ประกอบการ
๓. การพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด
๔. ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP มีช่องทางการตลาด
๕. ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร ให้บริการได้อย่างครอบคลุมในด้านเศรษฐกิจ
๖. กองทุนชุมชนมีการบริหารจัดการโดยชุมชน
๗. กองทุนชุมชนมีการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล
๘. ชุมชนมีการเชื่อมโยง/บูรณาการทุนชุมชน



6. มาตรฐานงาน

กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

- ตัวชี้วัด ๑. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับ ๔-๕ ดาว เพิ่มขึ้น ๑๐ ผลิตภัณฑ์  
 ๒. ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๑		๑. ประชุมชี้แจงผู้เกี่ยวข้อง ๒. ประชาสัมพันธ์การลงทะเบียน ๓. ตรวจสอบการลงทะเบียน ๔. ตรวจสอบและออกไปประกาศการรับรอง	๑. มีข้อมูลผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ๒. มีเกณฑ์การรับรองที่ชัดเจน	๑. สนง.พัฒนาชุมชน ๒. สนง.สาธารณสุข ๓. สนง.อุตสาหกรรม
๒		๑. ประชุมคณะกรรมการการคัดสรรฯ ๒. คัดสรรผลิตภัณฑ์ ๓. ส่งผลิตภัณฑ์ให้กรมฯตรวจสอบ ๔. ส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ Organizer ๕. ประกาศผลและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	๑. มีเกณฑ์คัดสรรผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดและกรมฯที่ชัดเจน ๒. มีการประกาศผลและประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	สนง.พัฒนาชุมชน
๓		๑. ประชุมคณะกรรมการจัดสรรกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม ๒. ฝึกอบรมเพิ่มประสิทธิภาพกลุ่มผู้ผลิต	ดำเนินการครอบคลุมทุกกิจกรรมที่กำหนด	สนง.พัฒนาชุมชน



ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
		๓. ปรับปรุงแผนธุรกิจรายกลุ่ม ๔. ติดตามประเมินผล		

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๔		๑. ประชุมกลุ่มพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ๒. ประชุมภาคีเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ ๓. คัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าประกวด	มีเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	สนง.พัฒนาชุมชน
๕		๑. ประชาสัมพันธ์การจัดงาน ๒. คัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ระดับ ๑-๕ ดาว เสนอกรมฯ ๓. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP	ดำเนินการครอบคลุม ทุกกิจกรรมที่กำหนด	๑. สนง.พัฒนาชุมชน ๒. สนง.เกษตรจังหวัด ๓. สนง.อุตสาหกรรม ๔. สนง.พาณิชย์
๖		๑. จัดทำแผนปฏิบัติการจัดตั้งศูนย์ระดับอำเภอ ๒. จัดตั้งศูนย์ระดับอำเภอ ๓. รวบรวมองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ ๔. ออกแบบ/ผลิตสื่อข้อมูลองค์ความรู้เศรษฐกิจ	๑. ปฏิบัติภายใต้ระเบียบการจัดตั้งศูนย์ฯ ๒. มีการประชาสัมพันธ์การจัดตั้งศูนย์อย่างทั่วถึง	สนง.พัฒนาชุมชน



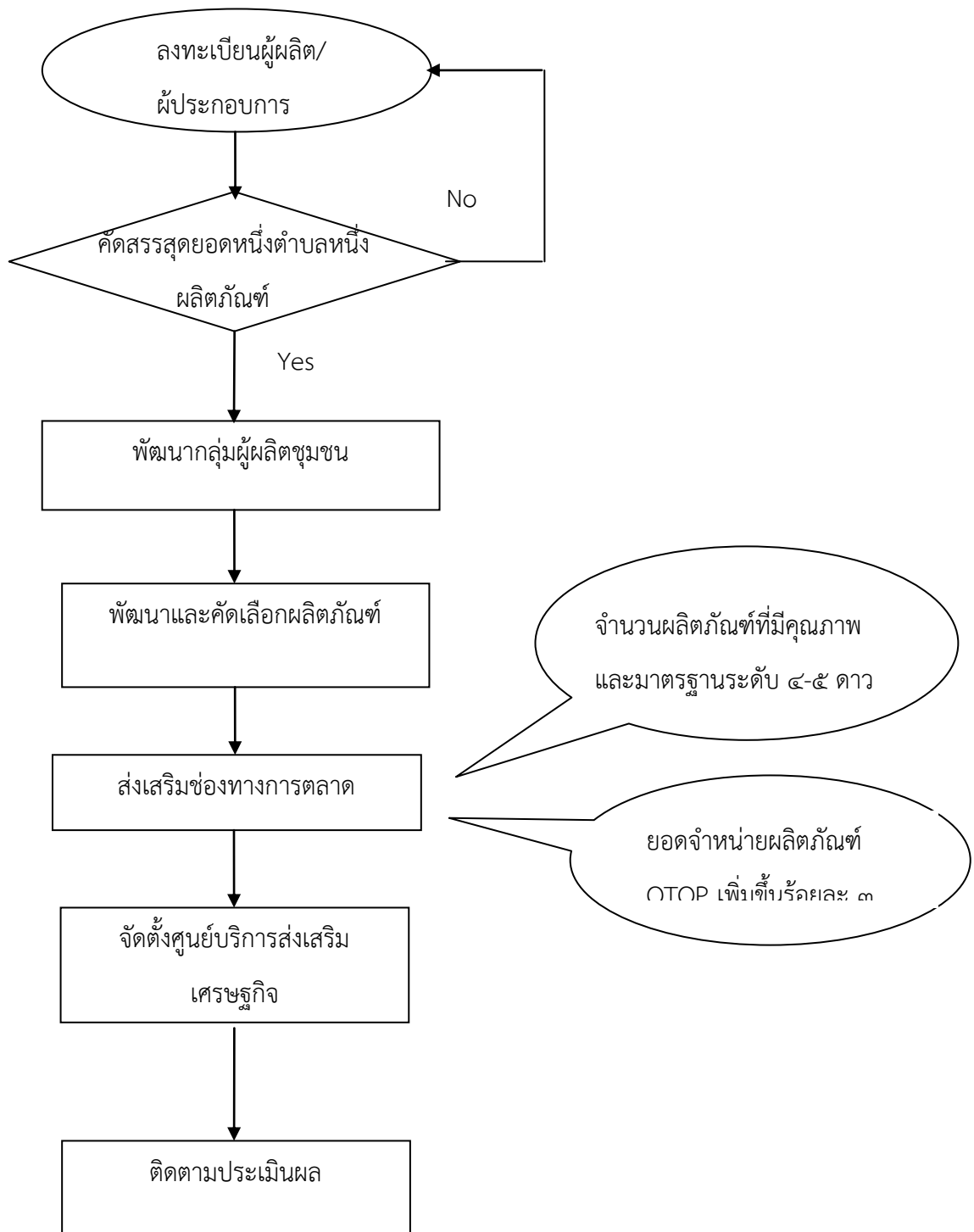


		๕ .เผยแพร่ประชาสัมพันธ์		
๗	<div data-bbox="266 193 678 292" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">ติดตาม/ประเมินผล</div>	๑. กำหนดพื้นที่และเป้าหมายการติดตาม ๒. สรุปประเมินผล	-	สนง.พัฒนาชุมชน

## 7. ระบบติดตามประเมินผล

- ๗.๑ จัดทำแผนและเป้าหมายในการติดตาม
- ๗.๒ กำหนดคณะติดตาม และจัดทำประเด็นการติดตามฯ
- ๗.๓ ประชุมคณะติดตามฯ
- ๗.๔ ประสานแจ้งพื้นที่เป้าหมาย
- ๗.๕ ขออนุมัติไปราชการ
- ๗.๖ ดำเนินการติดตามฯ
- ๗.๗ สรุปผลการติดตามฯ

## 8. Work Flow กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ TOP





## 9. รายละเอียดกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

- ตัวชี้วัด ๑. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับ ๔-๕ ดาว เพิ่มขึ้น ๑๐ ผลิตภัณฑ์  
๒. ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๑		๑. ประชุมชี้แจงผู้เกี่ยวข้อง ๒. ประชาสัมพันธ์การลงทะเบียน ๓. ตรวจสอบการลงทะเบียน ๔. ตรวจสอบและออกไปประกาศการรับรอง	๑. มีข้อมูลผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ๒. มีเกณฑ์การรับรองที่ชัดเจน	๑. สนง.พัฒนาชุมชน ๒. สนง.สาธารณสุข ๓. สนง.อุตสาหกรรม
๒		๑. ประชุมคณะกรรมการการคัดสรรฯ ๒. คัดสรรผลิตภัณฑ์ ๓. ส่งผลิตภัณฑ์ให้กรมฯ ตรวจสอบ ๔. ส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ Organizer ๕. ประกาศผลและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	๑. มีเกณฑ์คัดสรรผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดและกรมฯ ที่ชัดเจน ๒. มีการประกาศผลและประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	สนง.พัฒนาชุมชน
๓		๑. ประชุมคณะกรรมการจัดสรรกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม ๒. ฝึกอบรมเพิ่มประสิทธิภาพกลุ่มผู้ผลิต	ดำเนินการครอบคลุมทุกกิจกรรมที่กำหนด	สนง.พัฒนาชุมชน



ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
		๓. ปรับปรุงแผนธุรกิจรายกลุ่ม ๔. ติดตามประเมินผล		

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
๔		๑. ประชุมกลุ่มพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ๒. ประชุมภาคีเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ ๓. คัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าประกวด	มีเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	สนง.พัฒนาชุมชน
๕		๑. ประชาสัมพันธ์การจัดงาน ๒. คัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ระดับ ๑-๕ ดาว เสนอกรมฯ ๓. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP	ดำเนินการครอบคลุม ทุกกิจกรรมที่กำหนด	๑. สนง.พัฒนาชุมชน ๒. สนง.เกษตรจังหวัด ๓. สนง.อุตสาหกรรม ๔. สนง.พาณิชย์
๖		๑. จัดทำแผนปฏิบัติการจัดตั้งศูนย์ระดับอำเภอ ๒. จัดตั้งศูนย์ระดับอำเภอ ๓. รวบรวมองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ ๔. ออกแบบ/ผลิตสื่อข้อมูลองค์ความรู้เศรษฐกิจ ๕. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	๑. ปฏิบัติภายใต้ระเบียบการจัดตั้งศูนย์ฯ ๒. มีการประชาสัมพันธ์การจัดตั้งศูนย์อย่างทั่วถึง	สนง.พัฒนาชุมชน

๗	ติดตาม/ประเมินผล	๑. กำหนดพื้นที่และเป้าหมายการติดตาม ๒. สรุปประเมินผล	-	สนง.พัฒนาชุมชน
---	------------------	---	---	----------------

## 10. วิธีปฏิบัติของบุคลากรในการให้บริการ

ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ามีลักษณะของการแข่งขันกันสูงมากระหว่างหน่วยงานภายในราชการเดียวกัน หรือหน่วยงานภายนอกโดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันในด้านการให้บริการ หน่วยงานหรือองค์กรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดระบบการให้บริการที่ดี และต้องสร้างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของหน่วยงานให้มีจิตบริการอีกด้วย การให้บริการของหน่วยงานจึงจะสามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจและให้บริการที่เกินความคาดหวัง ให้กับผู้มาติดต่อราชการได้

การสร้างพฤติกรรมจิตบริการให้เกิดขึ้นกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนั้น นับเป็นงานที่สำคัญของผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงาน ที่จะต้องคิดหาวิธีการมาสร้าง หรือพัฒนาพฤติกรรม หลายหน่วยงานอาจใช้การฝึกอบรมสัมมนา ซึ่งก็อาจจะช่วยได้บ้างบางส่วนและการบริการประชาชนของรัฐเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไปทุกคนเมื่อมีคนเข้ามาเกี่ยวข้องมากปัญหา หรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น หรืออาจเกิดขึ้นก็ย่อมมีตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ดังนั้นในการปฏิบัติราชการเพื่อให้บริการประชาชน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องโดยจะต้องทราบว่าการบริการที่มีจิตบริการเป็นอย่างไรและจะอย่างไรจะเป็นการบริการสู่ความเป็นเลิศได้ ต้องเป็นคนคิดเชิงบวก ต้องมีความเชื่อมั่นในการทำงาน

### ความหมายของจิตบริการ

คำว่า จิตบริการ หรือ จิตสำนึกในการบริการ หรือ หัวใจบริการ มาจากคำว่า Service Mind ประกอบด้วยคำหลักๆ อยู่สองคำ คือ Service คือการบริการ และ Mind คือ จิตใจ

เมื่อนำมารวมกันแล้วจะหมายถึง การมีจิตใจของการเป็นผู้ให้บริการ ซึ่งแสดงออกในรูปของพฤติกรรมได้ดังนี้

1. ให้บริการด้วยรอยยิ้มและคำพูดที่เหมาะสมเพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับผู้มาติดต่อ
2. แสดงออกถึงความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ
3. สามารถควบคุมกิริยาท่าทางและน้ำเสียงในขณะที่ให้บริการได้เป็นอย่างดี
4. เก็บอารมณ์ได้ดีขณะรับฟังข้อร้องเรียนในเรื่องต่างๆ
5. มีน้ำใจที่จะเสนอแนะหรือให้ข้อมูลในเรื่องอื่นๆ ที่เห็นว่าเป็นประโยชน์
6. เปิดใจรับฟังคำติชมของผู้มาติดต่อ

ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึงการรู้จักการเสียสละ อดทน ช่วยเหลือ เกื้อกูล อำนวยความสะดวก ให้ความเป็นธรรม เสมอภาค

การบริการที่ดี คือ ให้บริการด้วยความเต็มใจ ถูกต้องรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและผู้รับบริการมีความพึงพอใจ

การบริการมี 7 ประเภท คือ ตามมารยาท ตามหน้าที่ ตามสถานภาพ ตามผลประโยชน์ ตามอารมณ์ ตามยถากรรม ตามธรรมชาติ

ความสำคัญจิตบริการต่อองค์กร : เป็นการยกระดับการบริหารจัดการองค์กร องค์กรเจริญก้าวหน้า นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น และเกิดความสามัคคีในหน่วยงาน หรือองค์กร



**ความสำคัญจิตบริการต่อตนเอง** :ทำให้เป็นคนมีความรับผิดชอบ เป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ชั้นเยี่ยม เป็นการทำตนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นคนมีความแก้แค้น เป็นที่รักของทุกคน ย่อมมีความสุขทุกอิริยาบถ

### การบริการเพื่อความประทับใจ

มองหน้า

สบตา

ยิ้มแย้ม

ทักทาย

ไถ่ถาม รับฟัง แนะนำ

กระทำการบริการ

๑๗

### ผู้รับบริการประกอบด้วย

\* หน่วยงานภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย หัวหน้างาน ผู้ร่วมงาน ลูกน้อง

\* หน่วยงานภายนอก ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้มาติดต่อราชการ นิสิตนักศึกษา และ

หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนต่างๆ

### เทคนิค 9 อย่าง

1. อย่าใส่อารมณ์
2. อย่าสวนทันที
3. อย่าเริ่มด้วยคำปฏิเสธ
4. อย่าตั้งแง่
5. อย่าอ้างระเบียบกฎเกณฑ์
6. อย่ายื่นคำขาด
7. อย่ายื่นกระดาษขาดเดียว
8. อย่าทำทนาย
9. อย่าผูกใจเจ็บ

### พฤติกรรม 7 อย่าง ที่ขับไล่ผู้มาติดต่อ

1. ไม่มอง
2. ไม่ทัก
3. ยักท่า
4. หน้างอ
5. รอนาน
6. งานมาก
7. ปากเสีย

### ทำอย่างไรให้เป็นสุดยอดของการบริการ

การที่เราจะ มี จิตบริการที่ดี เราจะต้องเรียนรู้ว่าผู้รับบริการของเราต้องการอะไรและทำอย่างไรให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในบริการของเราเริ่มด้วยเข้าใจธรรมชาติที่แตกต่างของผู้รับบริการ วิเคราะห์เรียนรู้และรับรู้ความรู้สึกและอารมณ์ หลีกเลี่ยงคำว่า “ไม่” กับผู้รับบริการ สร้างเป้าหมายที่เป็นพลังอันยิ่งใหญ่ไม่มีคำว่าปัญหาหรืออุปสรรค มองโลกในแง่ดี จริงใจ ไม่เลือกปฏิบัติ และเหนือความต้องการพื้นฐาน เราจะต้องรู้ว่าผู้รับบริการยังต้องการอะไรอีก ทำอย่างไรให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการของเราอีก (ด้วยความประทับใจ)

การบริการ เป็นอีกหนึ่ง ที่มีความสำคัญของงานระบบราชการ เพราะเป็นเสมือนเมืองหน้าด่านในการต้อนรับบุคลากรที่มาติดต่อ ไม่ว่าจะบุคลากร จะโทรเข้ามาหรือก้าวเข้ามาติดต่อราชการ ก็จะต้องพบกับผู้ให้บริการก่อนเป็นอันดับแรก หากเข้ามาติดต่อแล้วพบกับเจ้าหน้าที่พูดจาไม่น่าฟัง จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานนั้น ๆ ได้ แต่หากคนที่เข้ามาติดต่อธรรุได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากเจ้าหน้าที่ที่ยินดีให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก โอกาสที่บุคคล จะเกิดความประทับใจกับองค์กร ก็จะมีมากขึ้นด้วยเพราะฉะนั้น การจะมีจิตบริการ ที่ดีต้องมีคุณสมบัติต่อไปนี้

➤ **มีรอยยิ้มพิมพ์ใจ** เมื่อมีคนก้าวเข้ามาในสำนักงาน แล้วคุณกล่าวทักทายพร้อมด้วยรอยยิ้มอันสดใสอบอุ่น และจริงใจราวกับว่าพวกเขาเป็นคนที่สำคัญของคุณ แน่แน่นอนว่าคนทุกคนย่อมเกิดความรู้สึกที่ดีเมื่อได้รับ

รอยยิ้มจากคุณ และเมื่อพวกเขาจะก้าวออกไป คุณก็กล่าวอำลาด้วยรอยยิ้มเป็นการส่งท้ายรับรองว่าคุณจะสร้างความประทับใจให้กับพวกเขาไปได้อีกนานทีเดียวละ

➤ **แต่งตัวให้เป็นมืออาชีพ** ในฐานะเป็นผู้ให้บริการ บุคลิกภายนอกของคุณจะเป็นตัวสะท้อนไปถึงลักษณะ ขององค์กรของคุณด้วย คุณไม่จำเป็นต้องใส่เสื้อผ้ามียี่ห้อ ราคาแพงๆ นำแฟชั่นหรือกระเป๋าสตางค์แค่แต่งตัวให้ดูสะอาดสะอ้าน สดใส ดูมีชีวิตชีวา และน่าประทับใจก็พอ

➤ **ส่งรอยยิ้มผ่านสายโทรศัพท์** มีคนเคยแนะนำไว้ว่า ก่อนจะยกหูโทรศัพท์ให้ยิ้มเสียก่อน 1 ครั้ง จะทำให้น้ำเสียงของคุณเปี่ยมไปด้วยรอยยิ้มอันสดใส ไปจนถึงปลายสายอีกข้างหนึ่งได้รับรู้ถึงรอยยิ้มของคุณ แม้จะไม่ได้เห็นหน้ากันก็ตาม และคนที่คุณคุยด้วยเขาก็จะตอบกลับมาด้วยน้ำเสียงที่เปี่ยมไปด้วยมิตรไมตรีอันดีเช่นกัน เคล็ดลับอีกอย่างคือ ยิ้มให้เยอะๆ แล้วตัวคุณเองจะยิ่งมีความสุขมากขึ้นด้วยเช่นกัน

๑๘

➤ **อวยคำที่ดีเปลี่ยนศัตรูให้เป็นมิตร** ตรงนี้ไม่ได้หมายความว่า จะมีใครที่คิดร้ายกับคุณแต่อย่างใด เพียงแต่คุณอาจจะต้องเผชิญหน้ากับบุคคล ที่ใจร้อน มีความอดทนต่ำ พุดจาห้วนๆ กระโชกโฮกฮาก หยาดคาย หลากหลายรูปแบบที่ทำให้คุณรำคาญใจ พยายามทำความเข้าใจกับพวกเขา บางทีเขาอาจจะมีความกังวลใจเรื่องการประชุมที่กำลังจะเริ่มขึ้น หรืออาจจะมีปัญหาชีวิตส่วนตัวก็ได้ ที่คุณควรทำคือต้อนรับเขาด้วยความเต็มใจ แม้เขาจะแสดงกิริยาที่ไม่ค่อยดีกับคุณก็ตาม เชื่อได้อย่างหนึ่งว่าคนเรามักจะแพ้ให้กับความดี และยอมสยบให้กับความมีน้ำใจช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อมานักต่อนักแล้ว บางทีสิ่งที่คุณทำให้เขาอาจทำให้วันแ่ๆ ของคนๆ หนึ่งดีขึ้นมาบ้างก็ได้

➤ **เป็นผู้ฟังที่ดี** ไม่ว่าหัวหน้างานหรือบุคคลที่จะมาติดต่อ จะโทรเข้ามาหรือก้าวเข้ามาภายในองค์กรของคุณ คุณควรเปิดโอกาสให้เขาบอกความต้องการของเขาอย่างเต็มที่ เพราะการฟังอย่างตั้งใจจะทำให้คุณเข้าใจจุดมุ่งหมายของเขา และสามารถแนะนำหรือให้ความช่วยเหลือแก่เขาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

### สรุปลักษณะการบริการที่ดี

1. **แสดงความเต็มใจในการให้บริการ** ให้บริการที่เป็นมิตร สุภาพ เต็มใจต้อนรับ สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ให้คำแนะนำเมื่อผู้รับบริการมาติดต่อขอรับข้อมูลเกี่ยวกับภารกิจของหน่วยงาน

2. **สามารถให้บริการที่ผู้รับบริการต้องการได้** ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน แก่ผู้รับบริการ (ตาม พ.ร.บ.ข่าวสารข้อมูล) คอยติดตามเรื่องและแจ้งให้ผู้รับบริการทราบความคืบหน้าในการดำเนินเรื่องหรือขั้นตอนเรื่องต่างๆ ที่ให้บริการ

3. **เต็มใจช่วยแก้ปัญหาให้กับผู้รับบริการได้** ช่วยประสานงานภายในหน่วยงานและกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหา หรือแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว เต็มใจ ไม่บ่ายเบี่ยง ไม่แก้ตัว หรือปิดการระคองดูแลให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจ และเมื่อพบข้อบกพร่องให้นำไปปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. **ให้บริการที่เกินความคาดหวังในระดับทั่วไป** แม้ต้องใช้เวลาหรือความพยายามอย่างมาก กำหนดกรอบแนวทางการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับตามสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ และหรือใช้ความพยายามเป็นพิเศษในการให้บริการเพื่อช่วยผู้รับบริการแก้ปัญหา คอยเสนอแนะข้อมูลข่าวสารความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานที่กำลัง

ให้บริการอยู่ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการ แม้ว่าผู้รับบริการจะไม่ได้ถามถึง หรือไม่ทราบมาก่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่เกินความคาดหวังในระดับทั่วไป

5. สามารถเข้าใจและให้บริการที่ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการได้ เข้าใจความจำเป็นหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ และใช้เวลาแสวงหาข้อมูล และทำความเข้าใจเกี่ยวกับความจำเป็นหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ

6. ให้บริการที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงและยั่งยืนให้กับผู้รับบริการได้ สามารถให้ความเป็นส่วนตัวที่อาจแตกต่างไปจากวิธีการหรือขั้นตอนที่ผู้รับบริการต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็น ปัญหา โอกาส ฯลฯ เพื่อเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงหรือในระยะยาวแก่ผู้รับบริการ

\*\*\*\*\*

# ภาคผนวก

