



คู่มือ มาตรฐานการให้บริการ ประจำปี 2567



จัดทำโดย กองลูกค้าสัมพันธ์



การประปาส่วนภูมิภาค
ภูเก็ต - เชียงใหม่ - อุตรดิตถ์

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 2 ของ 136

คำนำ

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) เป็นหน่วยงานที่ให้บริการและดูแลด้านน้ำประปาซึ่งเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชน 74 จังหวัดทั่วประเทศอย่างเพียงพอและทั่วถึง (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และนนทบุรี รวมทั้ง หน่วยงานปกครองท้องถิ่นบริหารจัดการน้ำประปาเอง เช่น การประปาเทศบาล การประปา อบต. และการประปาหมู่บ้าน เป็นต้น)

จากวิสัยทัศน์ “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา” ค่านิยมของ กปภ. คือ “มุ่งมั่น - มั่น - เพื่อปวงชน - สู่อความยั่งยืน” และวัฒนธรรมองค์กรของ กปภ. “STRIVER” (ผู้มี ความมุ่งมั่น) จะเห็นได้ว่า กปภ. ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการส่งมอบบริการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความประทับใจในการรับบริการตลอดจนเกิดความผูกพันภักดี และเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถขับเคลื่อน กปภ. ไปสู่ความยั่งยืน ดังนั้น การเข้าใจ รับรู้ และสามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าต่อการให้บริการของ กปภ. อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง

โดย กปภ. ได้จัดทำคู่มือมาตรฐานการให้บริการขึ้นตั้งแต่ปี 2563 จวบจนนำมาซึ่งการปรับปรุงคู่มือเล่มนี้ให้มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันยิ่งขึ้น ซึ่งคู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ฉบับปรับปรุงปี 2567 นี้ได้บรรจุรายละเอียดที่พนักงานของ กปภ. ต้องศึกษา เรียนรู้ และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องชัดเจนในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ พนักงานของ กปภ. ต้องคำนึงถึงอยู่เสมอคือ การเปิดใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ พร้อมปรับตัวอยู่ตลอดเวลา และตระหนักถึงพฤติกรรมความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอซึ่งแปรผันตามสภาวะแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนไป เพื่อให้ กปภ. สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้าในการรับบริการจาก กปภ. และเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ดีจาก กปภ. แล้ว ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะไม่止แค่กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังสร้างประโยชน์และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรและพนักงาน กปภ. ด้วยเช่นกัน

กปภ. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือมาตรฐานการให้บริการ ฉบับปรับปรุงปี 2567 เล่มนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานของ กปภ. ทุกคนทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม หากมีข้อบกพร่องประการใดขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดีและจะนำไปปรับปรุงพัฒนาในโอกาสต่อไป

กองลูกค้าสัมพันธ์
สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์
กันยายน 2566

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 3 ของ 136

สารบัญ

	หน้า
1. บทนำ	5
2. นโยบายด้านการให้บริการของ กปภ.	6
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร	6
- วัฒนธรรมองค์กร	7
- รู้จักลูกค้า กปภ. (Customer Segment Profile)	7
- ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ทบทวน พ.ศ.2567) ของ กปภ.	9
- นโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ.	11
3. กฎบัตรการให้บริการ กปภ. (PWA Service Charter)	14
4. ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ.	17
- มาตรฐานการทำความธุรกรรมกับ กปภ.	17
- มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ของ กปภ.	19
- มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.	21
5. PWA Customer Journey Mapping	23
- แผนภาพเส้นทางการเป็นลูกค้า กปภ.	23
6. PWA Service Blueprint	24
- Service Blueprint การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา (ทบทวน ปี 67)	26
- Service Blueprint ชำระค่าน้ำประปา (Drive Thru Payment หรือ จอด จ่าย จร)	27
- Service Blueprint กปภ.สาขาที่ 235	28
- Service Blueprint ขอดัดตั้งประปาใหม่ (ผ่านระบบเว็บไซต์)	29
7. Service Protocol	30
- มาตรฐานการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า	30
- PWA Ambassador	31
- มาตรฐานการปฏิบัติงานในส่วนของการจัดการข้อร้องเรียน	32
8. PWA Service Recovery Plan	34
- กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของ กปภ.	36
- แผนการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 ในภาวะฉุกเฉิน แผนที่ 1: กรณีเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 สามารถปฏิบัติงานที่ กปภ. ได้	38
- แผนการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 ในภาวะฉุกเฉิน แผนที่ 2: กรณีเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 ไม่สามารถปฏิบัติงานที่ กปภ. ได้	39
- แผนการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 ในภาวะฉุกเฉิน แผนที่ 3: กรณี กปภ.สาขา ประสบภัยธรรมชาติหรือมีเหตุฉุกเฉิน ทำให้น้ำไม่ไหลบริเวณกว้าง	40

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 4 ของ 136

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9. การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานการบริการลูกค้า	41
- การติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ	41
- การประเมินประสิทธิผลการให้บริการ	41
10. เทคนิคการให้บริการ	42
- การตั้งใจรับฟัง (Active Listening)	42
- การใช้คำพูดและการเขียน	43
- การใช้น้ำเสียง	44
- การสื่อสารแบบเผชิญหน้า	46
- การสื่อสารทางโทรศัพท์	47
- การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Online Media)	54
11. เทคนิคการให้บริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ	62
12. ภาษาอังกฤษสำหรับการให้บริการ	64
13. ข้อควรระวังที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ	70
14. Service Mind	71
15. บุคลิกภาพที่ดีพร้อมสู่ความเป็นเลิศในการบริการ	78
16. Self-Efficacy ภูมิใจความสำเร็จของตนเองและองค์กรที่รัก	80
17. Conflict Management ภายใต้ความเข้าใจในเรื่อง IQ/ EQ/ MQ	82
18. การตอบข้อสงสัย/คำถามของลูกค้า	84
- เมื่อต้องการเป็นลูกค้าของ กปภ.	84
- การจำแนกประเภทลูกค้า	87
- อัตราค่าธรรมเนียมและการบริการของ กปภ.	88
- การโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปา และการย้ายสถานที่ใช้น้ำ	94
- เกี่ยวกับมาตรวัดน้ำ	95
- ยกเลิกใช้น้ำประปาและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปา	98
- คุณภาพน้ำ และการบำรุงรักษา	98
- น้ำประปาไม่ไหลหรือไหลอ่อน	100
- เกี่ยวกับค่าน้ำและการลงทุน	101
16. เอกสารอ้างอิง	102
17. ภาคผนวก	104
- รู้จักลูกค้า กปภ. (Customer Segment Profile)	105
- Customer Persona คุณลักษณะของลูกค้า	107
- พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562	122
- ประกาศ กปภ. เรื่องนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2564	124
- ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ทบทวน พ.ศ.2567) ของ กปภ.	130
- Customer Journey Mapping ของ กปภ.	131
- Service Blueprint การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา	132
- Service Blueprint ชำระค่าน้ำประปา (Drive Thru Payment หรือ จอด จ่าย จร)	133
- Service Blueprint กปภ.สาขาที่ 235	134
- Service Blueprint ขอดัดตั้งประปาใหม่ (ผ่านระบบเว็บไซต์)	135
- PWA Service Recovery Plan	136

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 5 ของ 136

1. บทนำ

การประปาส่วนภูมิภาค หรือ กปภ. เป็นรัฐวิสาหกิจในกระทรวงมหาดไทย มีพันธกิจผลิต จัดส่งและจำหน่ายน้ำประปาที่มีคุณภาพได้มาตรฐานผ่านท่อถึงทุกครัวเรือน 74 จังหวัดทั่วประเทศ (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ รวมทั้ง หน่วยงานปกครองท้องถิ่นบริหารจัดการน้ำประปาเอง เช่น การประปาเทศบาล การประปา อบต. และการประปาหมู่บ้าน เป็นต้น) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีโอกาสเข้าถึงน้ำประปาและมีเพียงพอสำหรับการใช้อุปโภคบริโภค นอกจากนี้ กปภ. ยังมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้าทุกครั้งที่สัมผัสสัมพันธ์กับ กปภ. มิใช่เพียงผลิตภัณฑ์ที่ดีเป็นรูปธรรมจับต้องได้คือ น้ำประปาเท่านั้น แต่ยังเสริมด้วยการพัฒนาทุกจุดสัมผัส (Touchpoint) ให้อำนวยความสะดวกรวดเร็วต่อลูกค้า ตลอดจนการมีบุคลากรที่มีความพร้อมในการทำงานและมีใจรักในงานบริการ รวมทั้ง มีทัศนคติที่ดีเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมกันเพิ่มคุณค่าให้แก่งานบริการที่ กปภ. ส่งมอบให้ลูกค้า อีกทั้งมีทักษะความสามารถในการสื่อสารและมีความรอบรู้เกี่ยวกับเนื้องานด้วยเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าและเพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าให้เปลี่ยนเป็นความพึงพอใจในที่สุด

การจัดทำคู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ฉบับปรับปรุง ปี 2567 เล่มนี้ ได้กำหนดขอบเขตคือ อธิบายถึงนโยบาย มาตรฐาน วิธีปฏิบัติ กรอบแนวทางและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งมีเป้าหมายให้ กปภ. เป็นองค์กรด้านการให้บริการที่เป็นเลิศและยั่งยืน โดยกลุ่มเป้าหมายของคู่มือมาตรฐานให้บริการนี้ คือ ผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการลูกค้าของ กปภ. ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม และ ผู้จัดการ กปภ.สาขา ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาเพื่อกำกับดูแลผู้ปฏิบัติงาน

มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อนำเสนอให้ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และผู้เกี่ยวข้อง รับทราบถึงนโยบายด้านการให้บริการลูกค้าของ กปภ.
2. เพื่อนำเสนอให้ผู้ปฏิบัติงาน และผู้เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องในทิศทางเดียวกันเพื่อให้บริการลูกค้าตามมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. รวมทั้งสามารถปฏิบัติงานด้านบริการได้อย่างมั่นใจ
3. เพื่อนำเสนอให้ผู้ปฏิบัติงานรู้และเข้าใจถึงผลลัพธ์ในการนำวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ในคู่มือนี้ไปปฏิบัติ นั่นคือนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ ความประทับใจและความผูกพันภักดีให้แก่ลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง
4. เพื่อให้ผู้บริหารกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้
5. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กปภ.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 6 ของ 136

2. นโยบายด้านการให้บริการของ กปภ.

วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา”

Leading to be a high performing and sustainable organization with excellent waterworks service

พันธกิจ

กปภ. เป็นหน่วยงานที่ให้บริการน้ำประปาตาม พ.ร.บ. กปภ. พ.ศ. 2522 โดยคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐ และสุขอนามัยของประชาชนเป็นสำคัญ พันธกิจหลักของ กปภ. มี 5 ประการ ได้แก่

1. ผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปาที่มีคุณภาพ อย่างเพียงพอและทั่วถึง
2. สำรวจ จัดหาแหล่งน้ำดิบ
3. จัดให้ได้มาซึ่งน้ำดิบ เพื่อใช้ในการผลิต จัดส่งและจำหน่ายน้ำประปา
4. ส่งเสริมธุรกิจการประปา
5. ดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับ หรือต่อเนื่องกับธุรกิจการประปา

ค่านิยมองค์กร

“มุ่ง - มั่น - เพื่อปวงชน - สูความยั่งยืน ”

“มุ่ง” หมายถึง มุ่งเน้นคุณธรรม

1. ปฏิบัติตามกฎหมายและมีจริยธรรม
2. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและโปร่งใส
3. ปกป้องรักษาผลประโยชน์ขององค์กร

“มั่น” หมายถึง มั่นใจคุณภาพ

1. ควบคุมคุณภาพการทำงานและสร้างมูลค่าเพิ่ม
2. บริหารจัดการความเสี่ยงและมุ่งเน้นผลสำเร็จของงาน
3. ก้าวทันเทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศ
4. สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลสำเร็จของงาน
5. พัฒนาการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
6. ทำงานเป็นทีม

“เพื่อปวงชน” หมายถึง เพื่อสุขของปวงชน

1. รับฟังและเข้าใจความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สร้างความประทับใจให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกจุดการให้บริการ
3. มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

“สู่ความยั่งยืน” หมายถึง สู่องค์กรที่ยั่งยืน

1. ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน
3. สร้างจิตสำนึกการกำกับดูแลกิจการที่ดี

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 7 ของ 136

วัฒนธรรมองค์กร

STRIVER (ผู้มีความมุ่งมั่น)		
S	Synergy (ทำงานเป็นทีม)	ร่วมพลังเพื่อผลสำเร็จขององค์กรสู่ความยั่งยืน
T	Transparency (โปร่งใส)	ปฏิบัติงานตามกฎหมาย มีคุณธรรม จริยธรรม โปร่งใสและมุ่งปกป้องรักษาผลประโยชน์ขององค์กร
R	Responsibility (มีความรับผิดชอบต่อ)	- รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม - บริหารจัดการความเสี่ยงและควบคุมภายใน
I	Innovation and Digitalization (ต่อยอดนวัตกรรมสู่ดิจิทัล)	พัฒนาความรู้สู่ความคิดสร้างสรรค์ ต่อยอดนวัตกรรมควบคุมคุณภาพและปรับกระบวนการทำงานสู่ดิจิทัล
V	Visionary (มองการณ์ไกล)	มองการณ์ไกล สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างจิตสำนึกในการกำกับดูแล กิจกรรมที่นำไปสู่ความยั่งยืน
E	Empathy (ใส่ใจต่อลูกค้า)	ใส่ใจต่อลูกค้าและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน
R	Relation (สร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	สร้างความสัมพันธ์อันดีให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประทับใจ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

รู้จักลูกค้า กปภ. (Customer Segment Profile)

ปัจจุบัน กปภ. จำแนกลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท โดยยึดหลักเกณฑ์ลูกค้าที่ประกอบกิจการแตกต่างกัน และปริมาณการใช้น้ำเพื่อตอบสนองความสมดุลระหว่างการดำรงอยู่ขององค์กรกับสุขภาวะของลูกค้าแต่ละประเภทให้ได้รับการบริการมาตรฐานไปอย่างเพียงพอและทั่วถึงดังนี้

ประเภทที่ 1 ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ คือ สถานที่พักอาศัยของเอกชน/รัฐ สถานที่พักอาศัยและมีการประกอบการค้า ศาสนสถาน มูลนิธิหรือองค์กรเพื่อการกุศลสาธารณะ พรรคการเมือง

ประเภทที่ 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ ส่วนราชการ สถานพยาบาล สถานสงเคราะห์/สถานศึกษาของรัฐ สถานศึกษาของเอกชนระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ ตลาด ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สหกรณ์ และสำนักงานธุรกิจขนาดเล็ก

ประเภทที่ 3 รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ ที่ทำการของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน การอุตสาหกรรม สถานบริการและที่พัก ธนาคารพาณิชย์ โรงพยาบาลของเอกชน สถานศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา สถานบริการเชื้อเพลิง การขอใช้น้ำชั่วคราว และธุรกิจการค้าขนาดใหญ่อื่น ๆ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 8 ของ 136

นอกจากนี้ กปภ. ยังได้จำแนกลูกค้าโดยใช้หลักเกณฑ์วงจรชีวิตของลูกค้าและเส้นทางการเดินของลูกค้าเพื่อกำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เกิดความผูกพันภักดีต่อ กปภ. จำนวน 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มคนที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต เป็นกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่การให้บริการของ กปภ. แต่ยังไม่เป็นลูกค้าของ กปภ. โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ถึงสินค้า บริการและคุณภาพการให้บริการของ กปภ. สร้างความสนใจ โน้มน้าวใจ/จูงใจให้ตัดสินใจใช้บริการของ กปภ.

2. กลุ่มลูกค้าใหม่ เป็นกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการสอบถามข้อมูลสำหรับตัดสินใจใช้น้ำประปา กปภ. และกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการขอติดตั้งประปาใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความประทับใจแรก สื่อสารข้อตกลงและแนวปฏิบัติในการใช้บริการ

3. กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ. เป็นกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ซึ่งเป็นจำนวนส่วนใหญ่ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจในการได้รับบริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อจะพัฒนาสู่ความผูกพันภักดีต่อไป

4. กลุ่มลูกค้าร้องเรียน เป็นกลุ่มลูกค้าร้องเรียนการให้บริการของ กปภ. และให้รวมถึงลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่มีข้อร้องเรียนสูง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจจากการตอบสนองและแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

5. กลุ่มลูกค้าผูกพันภักดี เป็นกลุ่มลูกค้าที่บอกต่อข้อมูลการให้บริการของ กปภ. การกล่าวถึง กปภ. เชิงบวกและการปกป้อง กปภ. เมื่อมีถูกกล่าวถึงในเชิงลบ รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ชำระค่าน้ำตามกำหนดเวลา กปภ. ไม่ต้องติดตามหนี้ค้าง และกลุ่มลูกค้าที่แจ้ง กปภ. ในกรณีพบเห็นท่อแตกท่อรั่วสาธารณะ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อรักษาระดับและเพิ่มระดับความผูกพันภักดีต่อ กปภ.ต่อไป

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 9 ของ 136

ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวน พ.ศ. 2567) ของ กปภ.

กปภ. ได้กำหนดทิศทางและตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) เป็น 3 ระยะซึ่งถ่ายทอดมาจากยุทธศาสตร์องค์กร พ.ศ. 2566 – 2570 ของ กปภ. (ทบทวน พ.ศ. 2567) ดังนี้

ระยะสั้นปี 2566 – 2567 คือ พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าทุกจุด Touchpoint (Financial Security)

ระยะกลางปี 2568 – 2569 คือ สร้าง กปภ.สาขาที่ 235 บนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Business Stability)

ระยะยาวปี 2570 คือ บูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อยกระดับการให้บริการและผลประกอบการองค์กร (Sustainable Organization)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 : ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

เป้าประสงค์ : ลูกค้าพึงพอใจและผูกพันต่อ กปภ.

- ตัวชี้วัด : 1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ กปภ.
2. ระดับความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบสารสนเทศลูกค้าและตลาดจากระบบฐานข้อมูลของ กปภ. ประกอบด้วย 1) แผนรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. 2) โครงการจัดทำระบบ Big Data (GISC)

กลยุทธ์ที่ 2 รักษาคุณภาพน้ำตามมาตรฐาน WSP ประกอบด้วย 1) โครงการ Water Safety Plan (WSP)

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล ประกอบด้วย 1) แผนพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มคุณค่าการให้บริการของ กปภ. ต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาลิขสิทธิ์และบริการใหม่/เกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย 1) โครงการต่อยอด/ขยายผลนวัตกรรมประจำปี

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย 1) แผนเสริมสร้างและปกป้องภาพลักษณ์องค์กร 2) โครงการศึกษาเพื่อยกระดับ Brand กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 บริหารจัดการประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า ประกอบด้วย 1) โครงการประทับใจ 2) โครงการ PWA Always-on

กลยุทธ์ที่ 2 บริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย 1) โครงการมุ่งมั่นเพื่อปวงชนเต็มใจให้กัน

กลยุทธ์ที่ 3 บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่ ประกอบด้วย 1) โครงการ Smart Service

กลยุทธ์ที่ 4 บูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 1) แผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ 5 บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ประกอบด้วย 1) โครงการ SMART 1662 2) โครงการประทับใจ

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างบุคลากรให้เป็นตัวแทนองค์กร (Brand Ambassador) ประกอบด้วย

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 : ยกระดับผลประกอบการองค์กร

ตัวชี้วัด : จำนวนลูกค้าเพิ่มตามเป้าหมายองค์กร

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปา ประกอบด้วย 1) โครงการ Water ประปาเพื่อปวงชน และ 3) โครงการน้ำประปา กปภ. - อปท. เพื่อปวงชน

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มลูกค้าใหม่ ประกอบด้วย 1) จัดทำแผนการตลาดรายสาขา

ยุทธศาสตร์ องค์กร 2566 - 2570	Short Term ปี 2566 - 2567 ยกระดับการบริหารจัดการองค์กรและกระบวนการทำงาน (Financial Security)		Medium Term ปี 2568 - 2569 ขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในด้านการผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภท (Business Stability)		Long Term ปี 2570 มีความมั่นคงและสามารถแข่งขันในระดับ สร้างมูลค่าเพิ่มร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน และ สร้างรายได้สำหรับกลุ่มไทย/ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Sustainable Organization)	
	ยุทธศาสตร์ ลูกค้าและตลาด 2566 - 2570		Short Term ปี 2566 - 2567 เพิ่มกระบวนการให้บริการลูกค้าทุกจุด Touchpoint (Financial Security)		Medium Term ปี 2568 - 2569 สร้าง ปณ.สาขาที่ 235 บนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Business Stability)	
SO ยุทธศาสตร์ องค์กร 2566 - 2570	SO 1 สร้างความเข้มแข็งและเพิ่มอำนาจการประกอบของระบบ ประจำ		SO 2 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับองค์กร โดยให้ความสำคัญ อย่างมีประสิทธิภาพ บนตัวชี้วัด ESG และเทคโนโลยีนวัตกรรม		SO 3 สร้างความพร้อมของบุคลากรในการขับเคลื่อนองค์กร	
					SO 4 ยกระดับความผูกพันและสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงาน	

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ / แผนดำเนินงาน	เป้าประสงค์
SO 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปท.	ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ	พัฒนาระบบสารสนเทศลูกค้าและตลาด จากระบบฐานข้อมูลของ กปท. รักษาคุณภาพได้ตามมาตรฐาน WSP พัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล	แผนปรับปรุงลูกค้าและมีส่วนได้ส่วนเสียของ กปท. โครงการจัดหาระบบ Big Data (GISC) โครงการ Water Safety Plan (WSP) แผนพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล	ลูกค้าพึงพอใจและผูกพันต่อ กปท. ตัวชี้วัด 1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ กปท. 2. ระดับความผูกพันของลูกค้าต่อ กปท.
	เพิ่มคุณภาพการให้บริการของ กปท. ส่งลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ / เกินเมือง ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร	โครงการต่อท่อ/ขยายแนวเขตบริการประปา แผนเสริมสร้างงานประชาสัมพันธ์ ภายในและภายนอก โครงการ PWA Always-on	
	เสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บริหารจัดการประสิทธิภาพที่ดีของลูกค้า บริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่ บูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า	โครงการประชาสัมพันธ์ โครงการ PWA Always-on โครงการไม่เน้นพึ่งวงวนเดิมใจให้กัน โครงการ Smart Service แผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการ Smart 1662 โครงการประชาสัมพันธ์	
	เสริมสร้างการตลาดภายในองค์กร	สร้างบุคลากรให้เป็นตัวแทนองค์กร (Brand Ambassador)	โครงการ PWA Brand Ambassador	
SO 2 ยกระดับผลประกอบการองค์กร	สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา	สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปา	โครงการ Water is Life โครงการอาสา ประจำปีเพื่อปลูก ป่า-ปลูก-เขตปลูก ต้นไม้ โครงการน้ำประปา ปลอดภัย โครงการน้ำประปา ปลอดภัย โครงการน้ำประปา ปลอดภัย	กปท. มีรายได้ บรรลุเป้าหมายองค์กร ตัวชี้วัด 1. จำนวนลูกค้าเพิ่มตามเป้าหมายองค์กร
	เพิ่มรายได้ต่อองค์กร	เพิ่มลูกค้าใหม่	โครงการน้ำประปา ปลอดภัย โครงการน้ำประปา ปลอดภัย โครงการน้ำประปา ปลอดภัย	

หมายเหตุ : แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 11 ของ 136

เพื่อให้นโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ. ถ่ายทอดผ่านผู้นาองค์กรไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร คณะกรรมการ กปภ. จึงได้ประกาศนโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ. ณ วันที่ 18 ตุลาคม 2564



นโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ.

การประปาส่วนภูมิภาคดำเนินกิจการภายใต้กรอบการดูแลกิจการที่ดี โดยตระหนักถึงความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ได้แก่ หน่วยงานกำกับดูแล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือ พนักงาน ชุมชนและสังคม คู่แข่ง สื่อมวลชน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะเสริมสร้างรากฐานในการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน เพื่อให้การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญทุกกลุ่มเป็นไปอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม จึงกำหนดนโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ. ดังนี้

๑. หน่วยงานกำกับดูแล

- ๑) ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล ในฐานะเจ้าของ ผู้กำกับดูแล และผู้กำหนดนโยบายอีกทั้งร่วมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- ๒) ดำเนินการกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบ โปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ รวมถึงรายงานผลการดำเนินงานและสถานภาพขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ครบถ้วน และตามความเป็นจริง
- ๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรม และมีจิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติงาน รวมทั้งต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ
- ๔) บริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างผลประกอบการที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

๒. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ

- ๑) ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมายของหน่วยงาน
- ๒) บูรณาการและให้ความช่วยเหลือกับหน่วยงานเพื่อบรรลุภารกิจที่มีต่อกัน

๓. ลูกค้า

- ๑) ผลิตน้ำประปาที่ใสสะอาดได้มาตรฐาน และให้บริการอย่างมีคุณภาพ ในราคาเป็นธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- ๒) ขยายพื้นที่การให้บริการแก่ประชาชนในส่วนภูมิภาคที่รับผิดชอบมีน้ำประปาใช้ทั่วถึง
- ๓) ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน เป็นธรรม โปร่งใส ด้วยใจให้บริการ มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- ๔) พัฒนาระบบการทำงานและช่องทางการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าในทุกขั้นตอน
- ๕) จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังเสียงของลูกค้า และดำเนินการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วอย่างเป็นระบบ
- ๖) รักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้า

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 12 ของ 136

-๒-

๔. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ

- ๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ได้ให้ข้อตกลงไว้กับคู่ค้า ผู้ส่งมอบ อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมาย
- ๒) ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงได้ ต้องรีบแจ้งคู่ค้า ผู้ส่งมอบให้ทราบล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร่งด่วน
- ๓) ให้ความเป็นธรรมและเท่าเทียมกันในการคัดเลือก และการปฏิบัติต่อคู่ค้า ผู้ส่งมอบ ทุกราย
- ๔) ไม่เรียก ไม่รับ ไม่จ่ายผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตต่อคู่ค้า ผู้ส่งมอบ และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- ๕) ช่วยเหลือคู่ค้าและผู้ส่งมอบในสิ่งที่ถูกต้อง เพื่อบรรลุข้อตกลงที่มีต่อกัน

๕. คู่ความร่วมมือ

- ๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ได้ให้ข้อตกลงไว้กับคู่ความร่วมมือ อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมาย
- ๒) ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงได้ ต้องรีบแจ้งคู่ความร่วมมือให้ทราบล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร่งด่วน
- ๓) ให้ความเป็นธรรมและเท่าเทียมกันในการปฏิบัติต่อคู่ความร่วมมือทุกราย
- ๔) ไม่เรียก ไม่รับ ไม่จ่ายผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตต่อคู่ความร่วมมือ และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด
- ๕) ช่วยเหลือคู่ความร่วมมือเพื่อบรรลุข้อตกลงที่มีต่อกัน

๖. พนักงาน

- ๑) ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน
- ๒) ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมแก่พนักงาน มีกฎระเบียบให้พนักงานถือปฏิบัติอย่างชัดเจน รวมทั้งดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ
- ๓) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม
- ๔) บริหารงานโดยหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของพนักงาน
- ๕) ให้พนักงานถือปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร จริยธรรมและจรรยาบรรณการดำเนินงาน รวมถึงกฎหมาย และระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด
- ๖) ปลุกฝังให้พนักงานมีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

๗. ชุมชนและสังคม

- ๑) ดำเนินกิจการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และไม่กระทำใดๆ ที่จะมีส่วนเสียหายต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และประโยชน์สาธารณะ
- ๒) ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่มีส่วนสร้างสรรค์ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

/๓) ปลุกฝัง...

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 13 ของ 136

-๓-

- ๓) ปลุกฝังจิตสำนึกในเรื่องความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ
- ๔) กำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรเพื่อบรรลุความยั่งยืน ภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่ได้กำหนดไว้ อย่างเคร่งครัด รวมถึงการสร้างสมดุลทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

๘. สื่อมวลชน

- ๑) เปิดเผยข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนอย่างเท่าเทียมกัน โดยเป็นข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน และตรงประเด็น
- ๒) สื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์
- ๓) เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนสามารถได้พบปะ พูดคุยกับผู้บริหารระดับสูงอย่างใกล้ชิด
- ๔) อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ
- ๕) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนผ่านกิจกรรมต่างๆ

๙. คู่แข่ง

- ๑) ส่งเสริมการแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรม โดยต่อต้านการผูกขาดและการเลือกปฏิบัติทางการค้า ตลอดจนไม่ขัดขวาง หากภาครัฐเปิดให้มีการแข่งขันในอนาคต
- ๒) ต่อต้านการทุจริตและรับสินบนที่จะนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด
- ๓) ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม
- ๔) ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งด้วยการกล่าวหาในทางร้าย
- ๕) มีช่องทางรับข้อร้องเรียนและการชดเชยกรณีคู่แข่งถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย
- ๖) บริหารจัดการทางการเงิน โดยเข้าถึงและจัดหาเงินทุนอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม จัดทำบัญชีการเงินตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ รวมถึงแยกบัญชีการเงินเชิงพาณิชย์และสังคม

ประกาศ ณ วันที่ ๑๘ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

(นายธนาคม จงจิริ)

ประธานกรรมการการประปาส่วนภูมิภาค

3. กฎบัตรการให้บริการการประปาส่วนภูมิภาค (PWA Service Charter)

จากการบริหารจัดการที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง กปภ. ได้กำหนดกฎบัตรบริการเพื่อสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของ กปภ. ในการให้บริการ



PWA Service Charter คือ กฎบัตรการให้บริการลูกค้าของ กปภ. โดยกฎบัตรเปรียบเสมือนคำมั่นสัญญาที่ กปภ. จะมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งกำหนดให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร ประกอบด้วยนโยบายการดำเนินงานตามพันธกิจ กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร โดย PWA Service Charter ประกอบด้วย 6 ข้อดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

ด้วยจำนวนลูกค้าของ กปภ. ที่มีมากกว่า 5 ล้านรายทั่วประเทศ กปภ. จึงให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงจากลูกค้าเพื่อนำความต้องการและความคาดหวังมาวิเคราะห์และกำหนดแนวนโยบายในการดำเนินงานของ กปภ. ให้มีประสิทธิภาพ

2. ขยายพื้นที่เพื่อให้มีน้ำประปาใช้อย่างทั่วถึง

ในแต่ละปี กปภ. มีนโยบายการขยายพื้นที่ให้บริการน้ำประปา รวมถึงการปรับปรุงและเปลี่ยนเส้นท่อเก่าที่ชำรุดหรือใช้งานมานาน เพื่อให้ลูกค้า ประชาชนสามารถเข้าถึงการให้บริการน้ำประปาของ กปภ. อันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตในการมีน้ำประปาที่สะอาดคุณภาพมาตรฐานใช้สำหรับอุปโภคบริโภค

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 15 ของ 136

3. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

กปภ. ยึดมั่นในหลักการ “ลูกค้าทุกรายคือคนสำคัญ” โดยแบ่งประเภทลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. ที่อยู่อาศัย 2. รายชการและธุรกิจขนาดเล็ก 3. รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อกำหนดแนวทางบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และสามารถสร้างความเท่าเทียมในการให้บริการตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยนำแนวทางการให้บริการตามมาตรฐานศูนย์ราชการสะดวกหรือ GECC ในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าทุกเพศทุกวัยและทุกสภาพร่างกายสามารถเข้าถึงบริการของ กปภ. ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทุกรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. นำ IT และนวัตกรรมมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก

ในยุค PWA 4.0 ที่ กปภ. เน้นการนำ IT และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้าโดยนำหลักการ PWA Always-on ที่ลูกค้าสามารถติดต่อทำธุรกรรมกับ กปภ. ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องเดินทางไป กปภ.สาขา ผ่านช่องทางการให้บริการ Online หรือ On Mobile อาทิ E-Payment ผ่านช่องทางเว็บไซต์ กปภ. PWA LINE Official @pwathailand และแอปพลิเคชัน PWA Plus Life เป็นต้น

5. มีช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้าและการจัดการข้อร้องเรียน

กปภ. ให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ โดยกำหนดช่องทางรับฟังลูกค้า 8 ช่องทาง รวมถึงกำหนดแนวทางการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ พร้อมจัดทำมาตรฐานการให้บริการลูกค้าและการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อให้พนักงาน กปภ. ทุกสาขาปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกัน เพื่อลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจและเพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้า

6. รักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

กปภ. กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป เพื่อยุติการละเมิดสิทธิของความเป็นส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียง และครอบครัว ป้องกันการละเมิดหรือกระทบสิทธิโดยไม่อนุญาตให้นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ใด ๆ ถ้าลูกค้าไม่ยินยอม

ดังนั้น จากกฎบัตรการให้บริการลูกค้าของ กปภ. ทั้ง 6 ข้อที่กล่าวมาข้างต้น นำมาสู่การปฏิบัติของผู้ปฏิบัติงาน กปภ.สาขา คือ

1. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างตรงจุดและเพื่อสร้างความพึงพอใจนำไปสู่ความประทับใจและความจงรักภักดีของลูกค้า การรับฟังเสียงของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ดังนั้น กปภ.สาขา ต้องรับฟังเสียงของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับฟังเสียงลูกค้าผ่านโครงการต่าง ๆ ของ กปภ. การสังเกต การสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถาม การทำธุรกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า รวมถึงการติดต่อโดยตรงหรือการ walk-in เข้ามายังสำนักงาน กปภ.สาขา ของลูกค้า ซึ่งแต่ละ กปภ.สาขา ต้องรับฟังเสียงของลูกค้า เก็บรวบรวม และนำเสนอเสียงเหล่านั้นมาวิเคราะห์และตีความเพื่อให้ได้ Insight ที่แท้จริงของลูกค้า เพราะเมื่อเข้าใจ Insight ของลูกค้าแล้ว เราจะวางแผนการทำงานได้อย่างถูกต้อง แม่นยำขึ้น เช่น การวางแผนช่องทางการสื่อสาร วางแผนการจัดสรรงบประมาณ และรวมถึงสามารถนำข้อมูลลูกค้าที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 16 ของ 136

2. ด้วยพันธกิจของ กปภ. ที่ต้องให้บริการน้ำประปาคุณภาพมาตรฐานแก่ประชาชนได้เพียงพอ และทั่วถึง ดังนั้น กปภ.สาขา ต้องสำรวจ ตรวจสอบ เส้นท่อจัดส่งน้ำประปาให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สามารถนำส่งน้ำประปาไปยังบ้านของลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดจนคิดกลยุทธ์เพื่อหาลูกค้าใหม่ การรับโอนกิจการประปา เป็นต้น

3. เนื่องจาก กปภ. แบ่งลูกค้าเป็น 3 ประเภท ดังนั้น เราต้องปฏิบัติต่อลูกค้าทุกประเภทและทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน มีความยุติธรรม ให้ความสำคัญและบริการตามคิวของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเต็มใจ พุดจาสุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใสทุกครั้งให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการของ กปภ. ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทุกรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. กปภ.สาขา ต้องนำ IT และนวัตกรรมบริการมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า สามารถติดต่อทำธุรกรรมกับ กปภ. ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องเดินทางไปที่ กปภ.สาขา ผ่านช่องทาง การให้บริการ Online หรือ On Mobile รวมถึงต้องมีการติดตาม ตรวจสอบช่องทางให้บริการออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้อยู่เสมอ และหากพบข้อบกพร่อง ควรแจ้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบช่องทางนั้น ๆ ให้รีบปรับปรุงแก้ไขให้ช่องทางนั้นสามารถกลับมาให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ กปภ.สาขา ต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ช่องทางการให้บริการ Online หรือ On Mobile ให้ลูกค้ารับทราบและสามารถเข้าถึงได้ด้วย

5. ผู้ปฏิบัติงานของ กปภ.สาขา ต้องให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของลูกค้าทุกช่องทาง และต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการลูกค้าและจัดการข้อร้องเรียนอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ได้เสียงของลูกค้า และนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการแต่ละช่องทางอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจและเพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้

6. ผู้ปฏิบัติงานของ กปภ.สาขา ต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป รวมทั้งปฏิบัติตามประกาศ กปภ. เรื่อง นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2564 ระเบียบ กปภ.ว่าด้วยการดำเนินงานเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2565 และแนวนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการรักษาสีทิตของลูกค้ในด้านต่าง ๆ ไม่ละเมิดหรือกระทบสิทธิส่วนบุคคล รวมทั้งไม่นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ใด ๆ ถ้าลูกค้าไม่ยินยอม

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 17 ของ 136

4. ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ.

ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ. (2) มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ของ กปภ. (3) ช่องทางการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ (4) มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ.

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
1. การขอติดตั้งประปาใหม่	
การขอติดตั้งประปาแบบถาวร	
1.1 ความยาวท่อไม่เกิน 10 เมตร ขนาดมาตรวัดน้ำ Ø ½ นิ้ว - ¾ นิ้ว	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	3 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	3 วันทำการ
1.2 ความยาวท่อเกิน 10 เมตร แต่ไม่เกิน 100 เมตร ขนาดมาตรวัดน้ำ ไม่เกิน 2 นิ้ว	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	7 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	15 วันทำการ
1.3 การขอติดตั้งประปาแบบชั่วคราว	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	3 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	5 วันทำการ
2. การขอยางท่อขยายเขตบริการน้ำประปา (งบของผู้ใช้น้ำ)	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	15 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	45 วันทำการ
3. การขอเปลี่ยนขนาดมาตรวัดน้ำให้มีขนาดใหญ่หรือเล็กลง	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	2 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	5 วันทำการ
4. การขอย้ายมาตรวัดน้ำจากสถานที่เดิมไปติดตั้งสถานที่ใหม่	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	3 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	3 วันทำการ
5. การขอลดใช้น้ำประปาเป็นการชั่วคราว (การฝากมาตรวัดน้ำ)	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงถอดมาตรวัดน้ำ	1 วันทำการ
6. การขอเปิดใช้น้ำประปา กรณีฝากมาตรวัดน้ำ (ขอบรรจุมาตรวัดน้ำ)	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตจนถึงถอดมาตรวัดน้ำ	1 วันทำการ
7. การขอยกเลิกการใช้น้ำประปา และยกเลิกสัญญาการใช้น้ำกับ กปภ.	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตถึงการยกเลิกการใช้น้ำ	1 วันทำการ
8. การขอเปลี่ยนแปลงจาก การใช้น้ำแบบชั่วคราวเป็นแบบถาวร	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนุญาตถึงการเปลี่ยนแปลงสัญญาการใช้น้ำ	1 ชั่วโมง

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 18 ของ 136

มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ. (ต่อ)

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
9. การขอเปิดจ่ายน้ำ กรณีถูกระงับการใช้น้ำชั่วคราวโดย กปภ. (ถูกตัดมาตร) - รวมเวลาตั้งแต่รับคำขอจนถึงการติดตั้งมาตรวัดน้ำคืน	1 วันทำการ
10. การเปลี่ยนมาตรวัดน้ำชำรุด/ไม่เดิน 10.1 มาตรวัดน้ำ ขนาด 0½ นิ้ว – 1 ½ นิ้ว - ระยะเวลารับคำร้อง/รับเรื่อง จนออกปฏิบัติงานเปลี่ยนมาตรแล้วเสร็จ	3 วันทำการ
10.2 มาตรวัดน้ำ ขนาดตั้งแต่ 0 2 นิ้ว ขึ้นไป - ระยะเวลารับคำร้อง/รับเรื่อง จนออกปฏิบัติงานเปลี่ยนมาตรแล้วเสร็จ (ทั้งนี้ไม่รวมระยะเวลาในการแก้ไขปัญหานอกเหนือการควบคุม เช่น บ้านปิด มีสิ่งกีดขวาง ต้องรื้อถอนผู้ใช้น้ำไม่ให้ความเนินการ)	15 วันทำการ
11. การให้บริการข้อมูลข่าวสาร - ข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่มีให้บริการ	1 วันทำการ
- กรณีข้อมูลที่เปิดเผยได้และต้องประสานงานกับหน่วยงาน	7 วันทำการ
- กรณีข้อมูลที่อาจเปิดเผยไม่ได้และคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารพิจารณาวินิจฉัย	30 วันทำการ/ ตาม พ.ร.บ. ข้อมูล ข่าวสารฯ กำหนด
12. การรับชำระเงินค่าน้ำประปา	3 นาทีต่อราย
13. การโอนสิทธิการใช้น้ำประปา	1 ชั่วโมง
14. การซ่อมท่อประปาแตกรั่ว (เฉพาะท่อบริการ ขนาดไม่เกิน 0 4 นิ้ว)	2 ชั่วโมง
15. การยื่นคำขอเพื่อรับรองประปาเอกชน รวมระยะเวลาปฏิบัติงาน	30 วันทำการ
16. งานที่เป็นสาธารณะ 16.1 การจ่ายน้ำประปากรณีเพลิงไหม้เป็นเวลาไม่เกิน 30 วัน นับแต่วันที่เกิดเพลิงไหม้	โดยทันที (ไม่ต้อง ยื่นคำขอ)
16.2 การจ่ายน้ำประปาให้แก่ประชาชนที่ประสบภาวะแห้งแล้ง หรือขาดแคลนน้ำอุปโภคบริโภค - กรณีที่ กปภ. เป็นผู้ดำเนินการจ่ายน้ำโดยตรง - กรณีที่หน่วยงานอื่นมาขอรับน้ำไปจ่ายให้แก่ประชาชน	24 ชั่วโมง โดยทันที

- หมายเหตุ**
1. การเริ่มนับระยะเวลาแล้วเสร็จในแต่ละเรื่องตามที่ระบุไว้ข้างต้นนั้น ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อจะต้องยื่นเอกสารและ/หรือหลักฐานต่าง ๆ ให้ถูกต้องและครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในเรื่องที่เกี่ยวข้อง
 2. อ้างอิงตามระเบียบ กปภ. ว่าด้วยการกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติงานเพื่อประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2559

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 19 ของ 136

มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ของ กปภ.

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
1. PWA Contact Center 1662	1.1 เจ้าหน้าที่รับสายไม่เกิน 3 ครั้ง (10วินาที) ของเสียงเรียกเข้า 1.2 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการสนทนาสายให้บริการลูกค้าไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 1.3 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการบันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบไม่เกิน 2 นาทีต่อราย 1.4 เจ้าหน้าที่โอนสายลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการในระบบอัตโนมัติ
2. โทรศัพท์ กปภ. สาขา/ กปภ.เขต	2.1 เจ้าหน้าที่ตอบสนองลูกค้าโดยรับสายให้บริการไม่เกิน 3 ครั้งของเสียงเรียกเข้าและโอนสายลูกค้าต่อไม่เกิน 1 ครั้ง 2.2 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 2.3 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
3. สำนักงาน กปภ.สาขา	3.1 มีจุดบริการเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและรับเรื่องร้องเรียน 3.2 มีจุดคัดกรองลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม 3.3 มีระบบคิวลูกค้าเพื่อความเป็นธรรม 3.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า / ผู้มาติดต่อ 3.4 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 3.5 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
4. Website กปภ.	4.1 มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงเพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ 4.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้
5. E-mail กปภ.	5.1 มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ 5.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้
6. Facebook	6.1 มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 1 ชั่วโมง (Facebook Bot) เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ 6.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 20 ของ 136

มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ของ กปภ. (ต่อ)

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
7. LINE	7.1 ตั้งกลุ่มไลน์ลูกค้าทั่วไปและผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงานราชการ และธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อรับฟังและตอบสนองอย่างรวดเร็ว รวมถึงการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ 7.2 มีเจ้าหน้าที่ Admin ประจำห้องไลน์เพื่อตอบคำถามและรับเรื่อง โดยกำหนดให้ LINE OA ต้องตอบสนองทันที (Line Bot) และ Line “มั่นใจคุณภาพ” ภายใน 1 ชั่วโมง เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ
8. บริการชำระค่าน้ำประปาที่เคาน์เตอร์ กปภ.สาขา	8.1 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 8.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
9. บริการชำระค่าน้ำประปาโดยไม่ต้องลงจากรถ (Drive Thru)	9.1 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำที่ Drive Thru ไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 9.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
10. รถ PWA Mobile Service / รับชำระค่าน้ำประปานอกสถานที่	10.1 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำที่เคาน์เตอร์ไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 10.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
11. แอปพลิเคชัน PWA Plus Life 1662	11.1 ตรวจสอบระบบการใช้งานอยู่เสมอ 11.2 มีระบบประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ

ช่องทางการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 8 ช่องทาง ดังนี้

1. PWA Contact Center 1662
2. โทรศัพท์ติดต่อ กปภ.สาขา/กปภ.เขต
3. พบเจ้าหน้าที่ กปภ.สาขา
4. LINE : PWA LINE Official @pwathailand และ LINE Chat ของ กปภ.สาขา
5. Website: www.pwa.co.th
6. Facebook กปภ. สำนักงานใหญ่ <https://www.facebook.com/provincialwaterworksauthority> และ Facebook กปภ.สาขา
7. E-Mail: pr@pwa.co.th
8. จดหมาย / หนังสือ

เพื่อความสะดวกของลูกค้า กปภ. มีช่องทางที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม ดังนี้

- สื่อมวลชน
- ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียนภาครัฐ สายด่วน 1111 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (GCC 1111)
- ศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 22 ของ 136

หมวดหมู่ข้อร้องเรียน	ระยะเวลาแก้ปัญหาแล้วเสร็จ ในสถานการณ์ปกติ
*** 5) บุคลากร 5.1) พนักงานปิดความรับผิดชอบ ไม่เอาใจใส่ลูกค้า 5.2) พูดจา แต่งกาย แสดงพฤติกรรมไม่สุภาพ 5.3) ปฏิบัติงานไม่โปร่งใส /ไม่เป็นธรรม/พฤติกรรมไม่เหมาะสม	24 ชั่วโมง 24 ชั่วโมง ทันที (ส่งต่อ ศปท.กปภ. /สพว.)
2. การติดตามเร่งรัดข้อร้องเรียนเดิม	ทันที
3. ข้อสอบถามทั่วไป	
3.1) การแจ้งเหตุขัดข้องที่ กปภ. มีฐานข้อมูลและตอบได้ทันที 3.2) สอบถามการจำแนกประเภทผู้ใช้น้ำ 3.3) สอบถามข้อมูลหรือร้องเรียนนอกพื้นที่บริการของ กปภ. 3.4) สอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับกิจการ กปภ. 3.5) ค่าน้ำและหน่วยน้ำผิดปกติ 3.6) อื่น ๆ	ทันที ทันที ทันที ทันที ทันที ทันที
4. ความต้องการ ความคาดหวัง ชมเชย และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของกปภ.	
4.1) ต้องการขยายเขตจ่ายน้ำ/เป็นลูกค้าของ กปภ . 4.2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการชำระค่าบริการออนไลน์ 4.3) การประชาสัมพันธ์หยุดจ่ายน้ำของ กปภ. 4.4) ต้องการให้ช่วยแนะนำผู้เชี่ยวชาญวางท่อซ่อมท่อภายในบ้าน 4.5) ชมเชยการให้บริการของ กปภ. 4.6) อื่น ๆ	ทันที ทันที ทันที ทันที ทันที ทันที

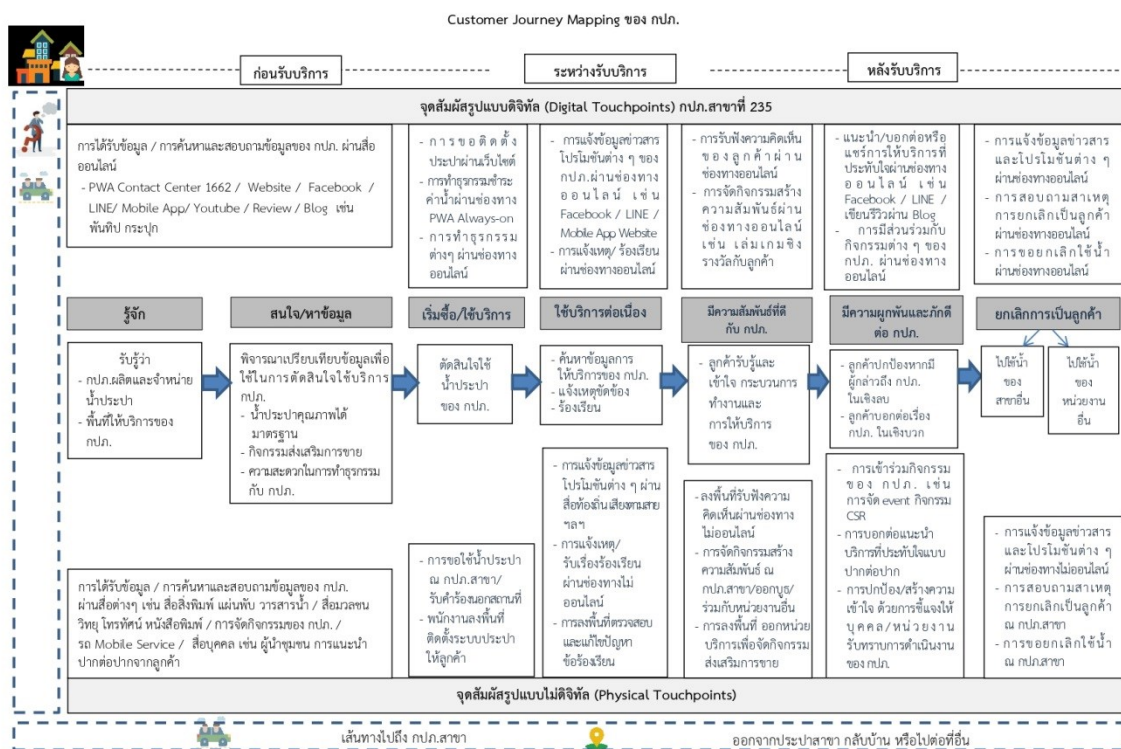
หมายเหตุ :

- *1. ตาม พ.ร.บ. การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 กรณีที่ต่อเอกท่อร์ั่วทุกขนาด ต้องซ่อมแซมให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา SLA 24 ชั่วโมง หากเป็นกรณีสถานการณ์ไม่ปกติที่เป็นที่ทราบกันทั่วไป เช่น มีพายุน้ำท่วม ภัยแล้ง และเป็นเหตุทำให้กปภ.สาขาไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 24 ชั่วโมง ให้ขยายระยะเวลา SLA ได้เฉพาะการซ่อมท่อขนาด 4 นิ้วขึ้นไป เป็น 2 วัน
- **2. กรณีลูกค้าร้องเรียนการให้บริการล่าช้าต้องพิจารณาจากมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. หากยังอยู่ภายในมาตรฐานของ กปภ. ให้บันทึกเป็นหัวข้อสอบถามทั่วไป แต่หากเกินกว่ามาตรฐานที่ กปภ. กำหนดจึงจะลงบันทึกเป็นหัวข้อร้องเรียน
- ***3. การนับระยะเวลา SLA จะเริ่มนับจากระยะเวลาการแจ้งเรื่องร้องเรียนของลูกค้าจนถึงระยะเวลาการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จในทุกหมวดหมู่ข้อร้องเรียน ยกเว้นด้านบุคลากร กปภ.สาขาหรือหน่วยงานที่ถูกร้องเรียนจะต้องมีการชี้แจงแนวทางการพิจารณาการแก้ไขปัญหาให้ผู้ร้องทราบเบื้องต้น ตลอดจนมีการติดต่อหรือบทลงโทษอื่น ๆ ตามสมควร พร้อมแจ้งผู้ร้องทราบภายใน 1 วัน

5. PWA Customer Journey Mapping

1. แผนภาพเส้นทางการเป็นลูกค้า กปภ. (PWA Customer Journey Mapping)

เป็นเส้นทางของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ (Touchpoints) ที่สำคัญตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ตั้งแต่ก่อนเป็นลูกค้าจนจนกระทั่งเกิดความผูกพันต่อ กปภ. ทั้งจุดสัมผัสบริการในรูปแบบดิจิทัล (Digital Touchpoints) และไม่ดิจิทัล (Physical Touchpoints) โดยเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับฟังเสียงของลูกค้า ทำให้เราได้ยินเสียงของลูกค้าชัดเจน ทั้งนี้ ยังสามารถช่วยให้เรามองเห็นจุดบอดหรือจุดที่ต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงในประสบการณ์ของบริการที่เรามอบให้แก่ลูกค้า หรือมองหาบริการใหม่ ๆ ที่เรากำลังจะมอบให้ลูกค้า โดย กปภ. แบ่งเส้นทางการเป็นลูกค้า กปภ. เป็น 7 ระยะ คือ 1. รู้จัก 2. สนใจ/หาข้อมูล 3. เริ่มซื้อ/ใช้บริการ 4. ใช้บริการต่อเนื่อง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ (1) ค้นหาข้อมูล (2) แจ้งเหตุ (3) ร้องเรียน 5. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ. 6. มีความผูกพันและภักดีต่อ กปภ. 7. ยกเลิกการเป็นลูกค้า ดังภาพ



หมายเหตุ : แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 24 ของ 136

6. PWA Service Blueprint

Service Blueprint เป็นเครื่องมือที่ช่วยรวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวังจากทั้งด้านผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อนำไปสร้างข้อกำหนดการทำงานของหน่วยงานแต่ละส่วน โดย Service Blueprint จะช่วยให้เราพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพหรือสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทั้งหมด

ส่วนประกอบใน Service Blueprint จะแยกเป็นส่วนใดเป็นกิจกรรมของลูกค้า กิจกรรมส่วนใดเป็นของพนักงาน และมีการระบุองค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมแต่ละส่วนไว้ด้านบนด้วย ในส่วนของกิจกรรมของพนักงานนั้นแบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ดังนี้

- (1) **กิจกรรมเบื้องหน้า** เป็นกิจกรรมของพนักงานในส่วนที่ลูกค้ามองเห็นได้ เช่น การรับความต้องการ การส่งมอบบริการ/สินค้า
- (2) **กิจกรรมเบื้องหลัง** เป็นกิจกรรมของพนักงานในส่วนที่ลูกค้ามองไม่เห็น เช่น การเตรียมเอกสารต่าง ๆ ให้ลูกค้าตามนัดหมาย
- (3) **กิจกรรมสนับสนุน** เป็นกิจกรรมของหน่วยงานอื่นที่สนับสนุนให้พนักงานผู้ที่ให้บริการสามารถทำงานเบื้องหลังให้กับลูกค้าได้ เช่น การที่จะเตรียมเอกสารให้ลูกค้าได้ตามนัด จะต้องติดต่อหน่วยงานอื่นก่อนเพื่อขอข้อมูลสนับสนุน

ซึ่งกิจกรรมแต่ละส่วนจะถูกแบ่งด้วยเส้น 3 เส้น ดังนี้

- (1) **เส้นการติดต่อของลูกค้า** เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของลูกค้ากับกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหน้า
- (2) **เส้นสายตา** เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหน้ากับกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหลัง
- (3) **เส้นการติดต่อภายใน** เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหลังกับกิจกรรมของพนักงานในส่วนสนับสนุน

กปภ. ได้จัดทำผังแสดงภาพรวมการให้บริการและขั้นตอนการทำงาน (PWA Service Blueprint) โดยทำให้เห็นการเชื่อมโยงต่าง ๆ ทุกกิจกรรมทั้งของลูกค้าและพนักงาน กปภ. ตั้งแต่เริ่มแรกจนจบกระบวนการการใช้บริการและให้บริการในธุรกรรมต่าง ๆ ดังแสดงในแผนภาพข้างล่างนี้

ในปี 2564 กปภ. ได้จัดทำ PWA Service Blueprint เพิ่มเติมคือ Service Blueprint จองคิวออนไลน์ (PWA Queue) และ Service Blueprint รับชำระค่าน้ำ/ค่าบริการอื่น ๆ ผ่าน QR Code หน้าเคาน์เตอร์ประปาที่ กปภ.สาขา เนื่องจากเป็นบริการเพิ่มเติมที่ กปภ. ดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วและความปลอดภัยให้ลูกค้า

ในปี 2565 กปภ. ได้จัดทำ PWA Service Blueprint เพิ่มเติมคือ Service Blueprint ขั้นตอนการแนะนำการให้บริการลงทะเบียน Line OA PWA Mobile Application 1662 การมอบคู่มือลูกค้าใหม่ในรูปแบบออนไลน์ และ PWA Service Blueprint กปภ.สาขาที่ 235 (บริการธุรกรรมดิจิทัล) ซึ่ง กปภ. เน้นการให้บริการธุรกรรมในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการทำธุรกรรมผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 25 ของ 136

ในปี 2566 กปภ. ได้นำ Pain Point ของลูกค้ามาพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมเพื่อสร้างความพึงพอใจและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ ดังตาราง

นวัตกรรม	Pain Point
1. QMETER ระบบการสำรวจและติดตามการติดตั้งมาตรวัดน้ำ	- ประมาณราคาไม่ถูกต้อง/ ใช้ระยะเวลาในการประมาณราคามาก - ไม่สามารถติดตามสถานะงานติดตั้งได้ทันที - การติดตั้งล่าช้าทำให้กระทบต่อรายได้ของ กปภ. - ลูกค้าร้องเรียนการติดตั้งประปาล่าช้า
2. Smart QR Payment	- ลูกค้าต้องระบุจำนวนเงินที่ต้องชำระเอง - ปัญหาการโอนชำระเงินที่ไม่ถูกต้องตามยอด (ทั้งขาดและเกิน) - ลูกค้าไม่สามารถยื่นคำร้องข้ามสาขาได้เนื่องจากไม่มีกระบวนการหรือรหัสเหตุการณ์ทางบัญชีมารองรับ - ความไม่ชัดเจนในวิธีปฏิบัติในการนำส่งเงินส่วนเกิน และการยื่นคำร้องชำระค่าน้ำล่วงหน้า (Wallet) ในระบบ CIS
3. ระบบรวมบิลชำระค่าบริการน้ำประปา	- ลูกค้าชำระรายการไม่ครบทั้งสองรายการ ทำให้เกิดยอดค้าง - ลูกค้าชำระในเดือนเก่าค้างในระบบ และอาจถูกตัดมาตร - ลูกค้าชำระทั้งสองรายการอาจเสียค่าบริการจากตัวแทน 2 ครั้ง

ดังนั้น เพื่อเป็นการปรับปรุง Service Blueprint ให้สอดคล้องกับการทำงานของนวัตกรรมที่ กปภ. ได้พัฒนาต่อยอดทั้ง 3 นวัตกรรมข้างต้น จึงได้มีการปรับปรุง Service Blueprint ดังนี้

1. ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานของระบบ QR Code Payment ใน Service Blueprint การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา และ Service Blueprint การชำระค่าน้ำประปาผ่าน Drive Thru
2. ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานของระบบรวมบิลชำระค่าบริการน้ำประปา ใน Service Blueprint บริการธุรกรรมดิจิทัล กปภ.สาขาที่ 235
3. ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานของระบบ QMETER ใน Service Blueprint การขอติดตั้งประปา (ผ่านระบบเว็บไซต์)
4. เพิ่มเติม Service Blueprint PWA LINE Official และแอปพลิเคชัน PWA Plus Life ใน Service Blueprint บริการธุรกรรมดิจิทัล กปภ.สาขาที่ 235



ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 27 ของ 136

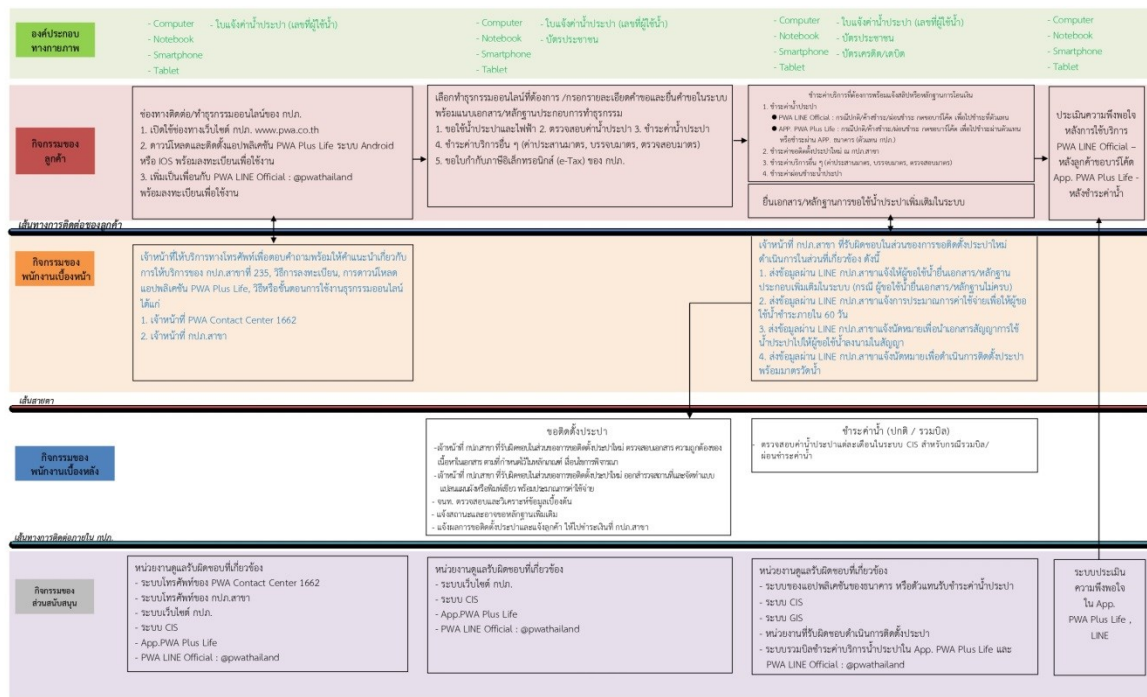
หมายเหตุ: แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก



ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 28 ของ 136

Service blueprint นปท.สาขาที่ 235 (บริการธุรกรรมดิจิทัล)



หมายเหตุ: แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 30 ของ 136

7. Service Protocol

Service Protocol เป็นข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน โดยในปี 2566 กปภ. จัดทำมาตรฐานการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า และกำหนดให้มี PWA Ambassador ประจำ กปภ. 234 สาขา โดยคัดเลือกพนักงานที่มีจิตบริการของแต่ละสาขา เข้ารับการอบรมสัมมนาและเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านการบริการลูกค้าด้วยมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ รวมทั้งมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติของ PWA Ambassador ตลอดจนปรับปรุงมาตรฐานการปฏิบัติงานในส่วนของการจัดการข้อร้องเรียน ซึ่งมีการกำหนดบทสนทนาของมิสเตอร์ประจำในการสื่อสารกับลูกค้า และกำหนดให้มิสเตอร์ประจำติดบัตรแสดงตนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อป้องกันลูกค้าถูกหลอกลวงจากมิฉะชีพที่แอบอ้างเป็นพนักงาน กปภ.

1. มาตรฐานการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า

กปภ. จัดทำแนวทางการพัฒนาการสื่อสารดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ภูมิภาค พ.ศ.2566-2568 โดยกำหนดให้หน่วยงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคของ กปภ. นำมาตรฐาน การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าไปเป็นแนวทางปฏิบัติ พร้อมกับมีทิศทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการสื่อสารด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจต่อคุณภาพการให้บริการของ กปภ. และอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ประชาชน และภาคธุรกิจในการติดต่อรับบริการหรือทำธุรกรรมกับ กปภ. รายละเอียดดัง QR Code ด้านล่างนี้



แนวทางการพัฒนาการสื่อสารดิจิทัล

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารดิจิทัล
การประชาสัมพันธ์
พ.ศ. 2566 - 2568

กองสื่อสารองค์กร
นางสาวกมลวรรณ วัฒนศิริ
กันยายน 2566

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 31 ของ 136

2. PWA Ambassador

กปภ. กำหนดให้มี PWA Ambassador ประจำ กปภ. 234 สาขา โดยคัดเลือกพนักงานที่มีจิตบริการของแต่ละสาขา เข้ารับการอบรมสัมมนาและเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านการบริการลูกค้าด้วยมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ เพื่อสร้างตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านบริการและมี Service Mind ของแต่ละสาขาในการให้บริการลูกค้าในทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ซึ่ง PWA Ambassador มีหน้าที่บริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผล เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งจะนำไปสู่ความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ. และบรรลุเป้าหมายลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติดังตาราง

บทบาทและหน้าที่ของ PWA Ambassador	คุณสมบัติของ PWA Ambassador
1. ศึกษาเรียนรู้เทคนิคการแลกเปลี่ยนและการแบ่งปันวิธีคิดวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกฝังพฤติกรรมการทำงานให้สอดคล้องกับค่านิยม “เพื่อปวงชน” 2. สื่อสาร ถ่ายทอด สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของวิสัยทัศน์กับค่านิยม “เพื่อปวงชน” รวมทั้งนำแนวทางการประพฤติปฏิบัติตามพฤติกรรมที่กำหนดในค่านิยม “เพื่อปวงชน” ไปปฏิบัติ 3. สร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมบรรยากาศการดำเนินงานด้านลูกค้าภายใน กปภ.สาขา 4. ติดตามปรับปรุงและประเมินผลการปฏิบัติงานด้านลูกค้า	1. เป็นพนักงาน กปภ.สาขาที่ปฏิบัติงานด้านลูกค้า โดยใช้เวลาส่วนใหญ่ภายในสำนักงาน 2. มีทักษะด้านการสื่อสารถ่ายทอด มีเทคนิคการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3. มีจิตใจใฝ่บริการ 4. มีบุคลิกที่ดี มีความเป็นผู้นำ 5. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและข้อมูลการให้บริการเป็นอย่างดี 6. มีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสื่อสารสังคมออนไลน์ 7. มีทักษะการนำทีมและเป็นพี่เลี้ยง 8. มีพฤติกรรมตามค่านิยม “เพื่อปวงชน” และสามารถเป็นตัวแทนที่ดีของ กปภ.สาขา

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 32 ของ 136

3. มาตรฐานการปฏิบัติงานในส่วนของการจัดการข้อร้องเรียน

กปภ. กำหนดบทสนทนาของมิสเตอร์ประจำในการสื่อสารกับลูกค้า และกำหนดให้มิสเตอร์ประจำติดบัตรแสดงตนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อป้องกันลูกค้าถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพที่แอบอ้างเป็นพนักงาน กปภ. ดังนี้

บทพูด (Script) มิสเตอร์ประจำ ลำดับขั้นตอนและบทพูด (Script) มิสเตอร์ประจำเมื่อพบลูกค้า

ลำดับขั้นตอน	บทพูด (Script)	หมายเหตุ
1. กล่าวทักทาย และแนะนำตัว	สวัสดีครับ/ค่ะ (ผม/ดิฉัน)..(ชื่อ-สกุล).... มิสเตอร์ประจำสาขา.....	1. ติดบัตรแสดงตน 2. กล่าวให้ครบทั้งชื่อและสกุล
2. แจ้งวัตถุประสงค์	ผมได้รับแจ้งปัญหาของคุณ...(ชื่อ)..... จาก...(ช่องทางที่ร้องเรียน เช่น 1662 /กปภ. สาขา หรือ Line กปภ.สาขา)	
3. กล่าวถึงปัญหาที่ได้รับแจ้ง	- ตามที่คุณ...(ชื่อลูกค้า)....แจ้งว่า....(ปัญหาที่ลูกค้าแจ้ง)..... - สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม/เปิดโอกาสให้ลูกค้าสอบถาม.... - ผม/ดิฉันขออนุญาตตรวจสอบนะครับ/ค่ะ	ควรเรียกชื่อจริงลูกค้า
4. แจ้งผลการตรวจสอบอาการ	จากการตรวจสอบ พบว่า (อธิบายสิ่งที่ดำเนินการ) - พบปัญหาอะไร - จะแก้ปัญหายังไง	
5. ภายหลังดำเนินการเสร็จ	แจ้งลูกค้าว่าดำเนินการแล้วเสร็จ โดยดำเนินการอะไรบ้าง เช่น ขณะนี้ ผมได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเรียบร้อยแล้ว...	
6. ประโยคจบส่งท้าย	- หากคุณ.....(ชื่อลูกค้า).....พบปัญหาเกี่ยวกับการใช้น้ำประปา สามารถแจ้ง 1662/เบอร์โทรศัพท์ กปภ.สาขา หรือกลุ่มไลน์ กปภ.สาขา ได้เลยนะครับ/ค่ะ ทาง กปภ. จะรีบดำเนินการแก้ไข - ขอบคุณที่ไว้วางใจให้มิสเตอร์ประจำดูแลนะครับ/ค่ะ	1. ต้องดูว่าลูกค้าร้องเรียนผ่านมาจากช่องทางใด และแนะนำช่องทางที่ลูกค้าไม่ได้ใช้บริการ 2. แนะนำให้ลูกค้าเข้ากลุ่มไลน์ กปภ.สาขา หากยังไม่ได้เป็นสมาชิก 3. เลือกใช้คำในเชิงบวก

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 33 ของ 136

บัตรแสดงตนมิสเตอร์ประปา



**ใช้ป้ายชื่อแสดงตัวตนให้ลูกค้า
เห็นได้ชัดเจนตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน**

ลำดับขั้นตอนและบทพูด (Script) มิสเตอร์ประปาเมื่อพบลูกค้า

ลำดับขั้นตอน	บทพูด (Script)
กล่าวทักทาย และแนะนำตัว	สวัสดีครับ/ค่ะ (ชื่อ-สกุล).... มิสเตอร์ประปา สาขา.....
ประโยคจบส่งท้าย	- หากคุณ.....(ชื่อลูกค้า)..... พบปัญหาเกี่ยวกับการใช้น้ำ ประปา สามารถแจ้ง 1662 เบอร์โทรศัพท์ กปภ.สาขา หรือกลุ่มไลน์ กปภ.สาขา ได้เลยนะครับ/ค่ะ ทาง กปภ. จะรีบดำเนินการแก้ไข - ขอบคุณที่ไว้วางใจให้ มิสเตอร์ประปาดูแล นะครับ/ค่ะ



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 34 ของ 136

8. PWA Service Recovery Plan

PWA Service Recovery Plan เป็นแผนงานเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าจากการให้บริการของ กปภ. ในด้านปริมาณน้ำและคุณภาพน้ำ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการให้ลูกค้าสามารถกลับมาใช้บริการของ กปภ. ตามภาวะปกติอย่างรวดเร็วที่สุด ตามแนวคิด “ลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจ เพิ่มความประทับใจ” โดยปรับปรุงจากกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและแนวทางดำเนินโครงการประทับใจ และมุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การบริหารจัดการแจ้งปัญหาล่วงหน้าด้านการให้บริการ ดังนี้

- 1) ประกาศหยุดจ่ายน้ำชั่วคราวล่วงหน้าสำหรับกรณีดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ และประกาศให้เร็วที่สุดสำหรับกรณีเหตุฉุกเฉิน ไม่ทราบล่วงหน้า
- 2) ประกาศเตือนปัญหาด้านคุณภาพน้ำในกรณีที่เกิดขึ้นตามฤดูกาล หรือคาดการณ์ได้ล่วงหน้า และประกาศแจ้งปัญหาในกรณีเกิดขึ้นฉับพลันหรือไม่ทราบล่วงหน้า
- 3) ประชาสัมพันธ์เชิญชวนลูกค้าเป็นสมาชิกหรือเปิดรับช่องทางที่ กปภ. มีประกาศหยุดจ่ายน้ำ และแจ้งปัญหาคุณภาพน้ำ
- 4) บริหารจัดการการประกาศหยุดจ่ายน้ำและแจ้งปัญหาคุณภาพน้ำให้ครอบคลุมช่องทางที่สำคัญและรวดเร็วทันการณ์ทั้งช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Website LineOA PWA Mobile Application 1662 และช่องทางออฟไลน์ เช่น ผู้นำชุมชน รถประชาสัมพันธ์ ป้ายประกาศ

2. การบริหารจัดการช่องทางรับฟังปัญหาของลูกค้า

- 1) ช่องทางร้องเรียนของ กปภ. เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วให้ลูกค้าในการแจ้งปัญหามายัง กปภ. โดยมุ่งเน้นความครอบคลุมพฤติกรรมลูกค้าของ กปภ. ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์
- 2) สื่อสังคมออนไลน์ / ช่องทางสาธารณะอื่น เช่น Pantip YouTube Twitter และ Blog ต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าอาจลงข้อความปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการของ กปภ. โดย กปภ. มีแนวทางในการตรวจสอบช่องทางดังกล่าวเพื่อนำมาบริหารจัดการต่อไป
- 3) โครงการเติมใจให้กัน ซึ่งผู้จัดการ กปภ. 234 สาขา นำทีมบริการลงพื้นที่เยี่ยมเยียนถึงบ้านลูกค้า เพื่อตรวจสอบระบบประปาภายในบ้าน หากพบปัญหาจะดำเนินการแก้ไขทันทีโดยไม่คิดค่าแรง

3. การบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

4. การบริหารจัดการตอบสนองครั้งแรก สามารถแจ้งข้อมูลลูกค้าในเบื้องต้นเพื่อจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นความรู้ในการตอบลูกค้า การสอบถามข้อมูลลูกค้าให้เพียงพอ และการประสานงานกับศูนย์ประทับใจด้วยความรวดเร็ว

5. การบริหารจัดการระบบงานของศูนย์ประทับใจ โดยจัดระดับข้อร้องเรียนเพื่อบริหารจัดการสร้างความพึงพอใจและปกป้องภาพลักษณ์ของ กปภ. ซึ่งพิจารณาจากเกณฑ์ “ผลกระทบต่อลูกค้า” และ “ผลกระทบต่อองค์กร” ทั้งนี้ สามารถจัดแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ระดับสูง

- ข้อร้องเรียนจากลูกค้ารายใหญ่ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อธุรกิจของลูกค้าและรายได้ขององค์กร
- ข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าจำนวนมาก
- ข้อร้องเรียนที่มีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้าในระดับสูง
- การร้องเรียนในรูปแบบของกลุ่มประท้วง

ระดับกลาง

- ข้อร้องเรียน/ความคิดเห็นเชิงลบของลูกค้าที่ลงสื่อสังคมออนไลน์/สื่อมวลชน
- ข้อร้องเรียนในรูปแบบของการประท้วงเฉพาะราย
- ข้อร้องเรียนที่หากไม่รีบดำเนินการจะกระทบภาพลักษณ์ต่อสาธารณชน

ระดับปกติ

- ข้อร้องเรียนที่ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ กปภ. ต่อสาธารณชน
- ข้อร้องเรียนที่เป็นปัญหาเฉพาะราย ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมาก หรือธุรกิจ/องค์กร

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 36 ของ 136

กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของ กปภ.

กปภ. มีกระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) ที่เป็นระบบเพื่อไม่ให้เกิดการบริการสะดุดหรือหยุดชะงัก และส่งผลกระทบต่อลูกค้าในกรณีที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ โดยโดยคำนึงถึงการป้องกัน การจัดการความต่อเนื่องของการดำเนินการ และการทำให้สู่สภาพเดิม ทั้งนี้ ได้แต่งตั้งคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจคือ คณะทำงานบริหารความเสี่ยงระดับสายงานและหน่วยงาน เพื่อประเมิน จัดทำแผนงาน ติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหารระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ กปภ. เพื่อกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ทั้งนี้ กปภ. ได้มีการจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) ที่ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยง การวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ การจัดความสำคัญของระบบงาน การกำหนดกลยุทธ์ การสื่อสาร การฝึกอบรม การทดสอบ การปรับปรุง และการสอบทาน รวมถึงการจัดทำแผนการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน (Emergency Response Plan : ERP) ทั้งในส่วนของ กปภ. สำนักงานใหญ่ กปภ.เขต และ กปภ.สาขา โดยในส่วนของ กปภ.สาขา ได้จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) และแผนการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน (Emergency Response Plan : ERP) ตามแนวทางที่กำหนดและซักซ้อม/ทบทวนให้เป็นปัจจุบันและดำเนินการเป็นประจำทุกปี

กปภ. ได้ทบทวนและปรับปรุงแผน BCP และ ERP ให้เป็นปัจจุบัน และอัปเดตเข้าระบบการจัดเก็บข้อมูลการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในเว็บไซต์ของฝ่ายบริหารความเสี่ยง สำหรับเป็นแนวทางให้ทุกหน่วยงานนำข้อมูลไปปฏิบัติ รวมถึงจัดทำแผน BCP และแผน ERP ให้พร้อมดำเนินการทันทีเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ภัยแล้ง ภัยน้ำท่วม โรคระบาดร้ายแรง (Covid-19) เป็นต้น

ทั้งนี้ กปภ. ได้กำหนดให้ กปภ.สาขาจัดทำและดำเนินการตาม ERP ในกรณีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ กปภ. ซึ่ง กปภ.สาขาได้จัดสรรทรัพยากรเตรียมความพร้อมในภาวะฉุกเฉิน ประกอบด้วยแผนผังระวังติดตามสถานการณ์ก่อนเกิดเหตุ แผนฉุกเฉินเพื่อควบคุมและลดผลกระทบขณะเกิดเหตุ และแผนฟื้นฟูหลังเกิดเหตุ ซึ่งจากการดำเนินการตามแผนงานดังกล่าวทำให้ กปภ. สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความเชื่อมั่นลูกค้าต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ.สาขา

การสร้างความเข้าใจและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้เจ้าหน้าที่ ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบ

กปภ. สาขา จัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) และสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ด้านการจัดทำแผน ความสำคัญและผลที่ได้รับการดำเนินงานดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และจัดทำคู่มือการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ของ กปภ.สาขา เพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินงาน โดยได้อัปเดตไฟล์แผนและคู่มือดังกล่าวเข้าในระบบจัดเก็บข้อมูลการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางให้ทุกหน่วยงานนำไปปฏิบัติ รวมถึงสื่อสารสร้างความเข้าใจให้แก่พนักงานผ่านการประชุมสนทนายามเช้าหรือ Morning Talk ของ กปภ.สาขา และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายใน กปภ.สาขา

สำหรับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กปภ.ได้สร้างความเข้าใจและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงผลกระทบในการให้บริการของ กปภ.ในกรณีที่เกิดภาวะฉุกเฉิน เช่น การแจ้งข่าวหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว การแจ้งแผนบริหารจัดการแหล่งน้ำดิบและการผลิตน้ำประปา การสำรองน้ำประปาและใช้น้ำอย่างประหยัดในช่วงภัยแล้ง อุทกภัย การชำระค่าน้ำและทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของ กปภ. เป็นต้น

การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่
12 เมษายน · 📍

📌 **อย่างไรต้องรู้เมื่อเลือกถังสำรองน้ำ** ✅ ไว้รับมือหน้าแล้ง

#การประปาส่วนภูมิภาค
#กปภ.
#ถังสำรองน้ำ
#สำรองน้ำ
#ภัยแล้ง



การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่
5 กรกฎาคม · 📍

กปภ. เตรียมพร้อมรับมือฤดูฝน ปี 2566 🌧️

📌 เพื่อป้องกันและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากอุทกภัย และสถานการณ์ฝนทิ้งช่วง พร้อมกันนี้เก็บน้ำสำรองไว้ในฤดูแล้ง

#การประปาส่วนภูมิภาค #PWA #น้ำประปา ... ดูเพิ่มเติม



การประปาส่วนภูมิภาค สาขาขอนแก่น - ดิฉันตาม
30 นาที · 📍

กปภ.สาขาขอนแก่น(พ)
วันที่ 2 กันยายน 2566

📌 งานซ่อมท่อแตกฉุกเฉินไม่ทราบล่วงหน้า

#แจ้งหยุดจ่ายน้ำชั่วคราวระหว่างซ่อมท่อ... ดูเพิ่มเติม



การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่
17 สิงหาคม เวลา 14:27 น. · 📍

🔍 **เช็คค่าน้ำประปา ช่องทางไหนได้บ้าง ?**

กปภ. ขอแนะนำช่องทางออนไลน์สำหรับชำระค่าน้ำและทำธุรกรรมต่าง ๆ ดังนี้

📌 Website : www.pwa.co.th ... ดูเพิ่มเติม





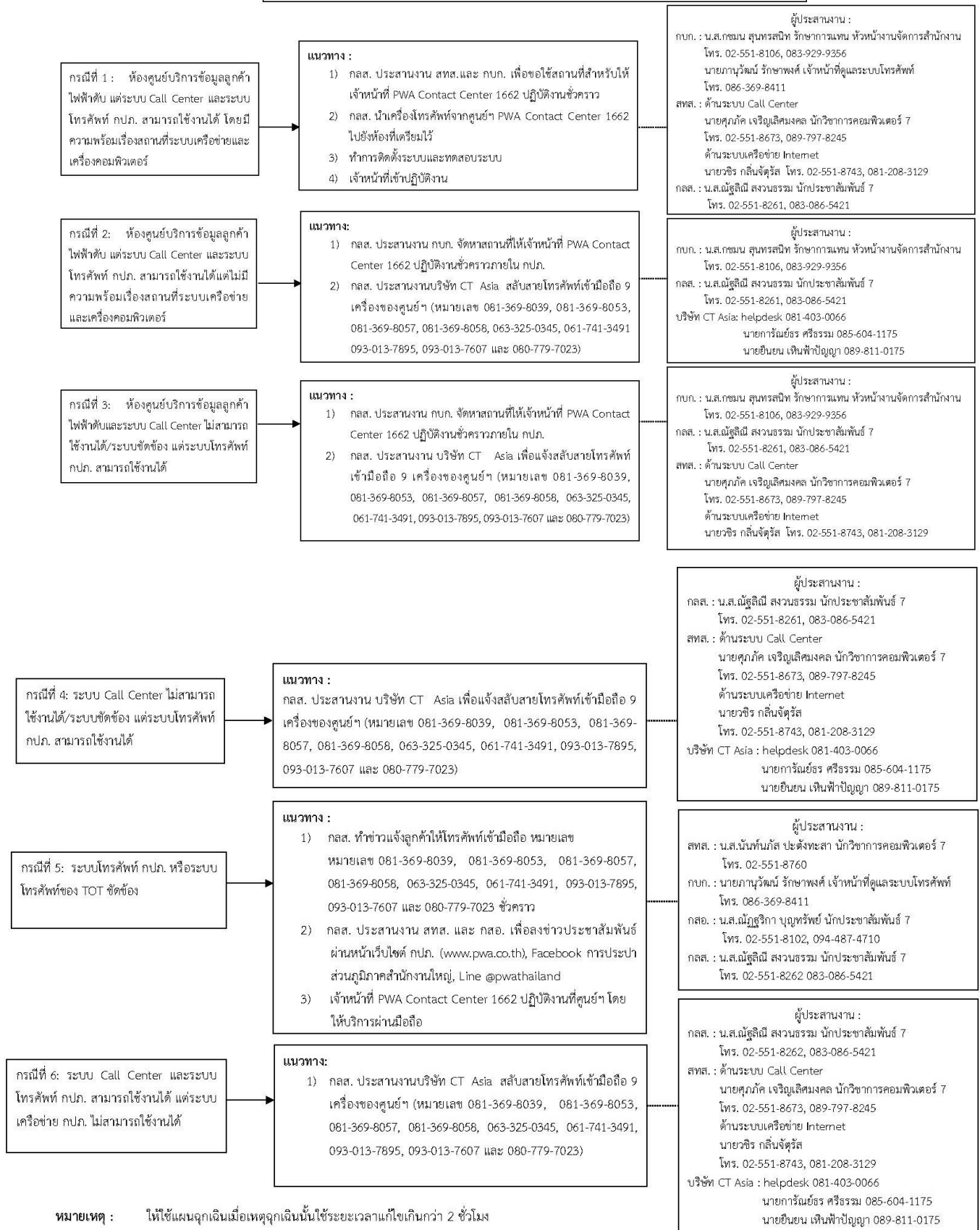
คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 38 ของ 136

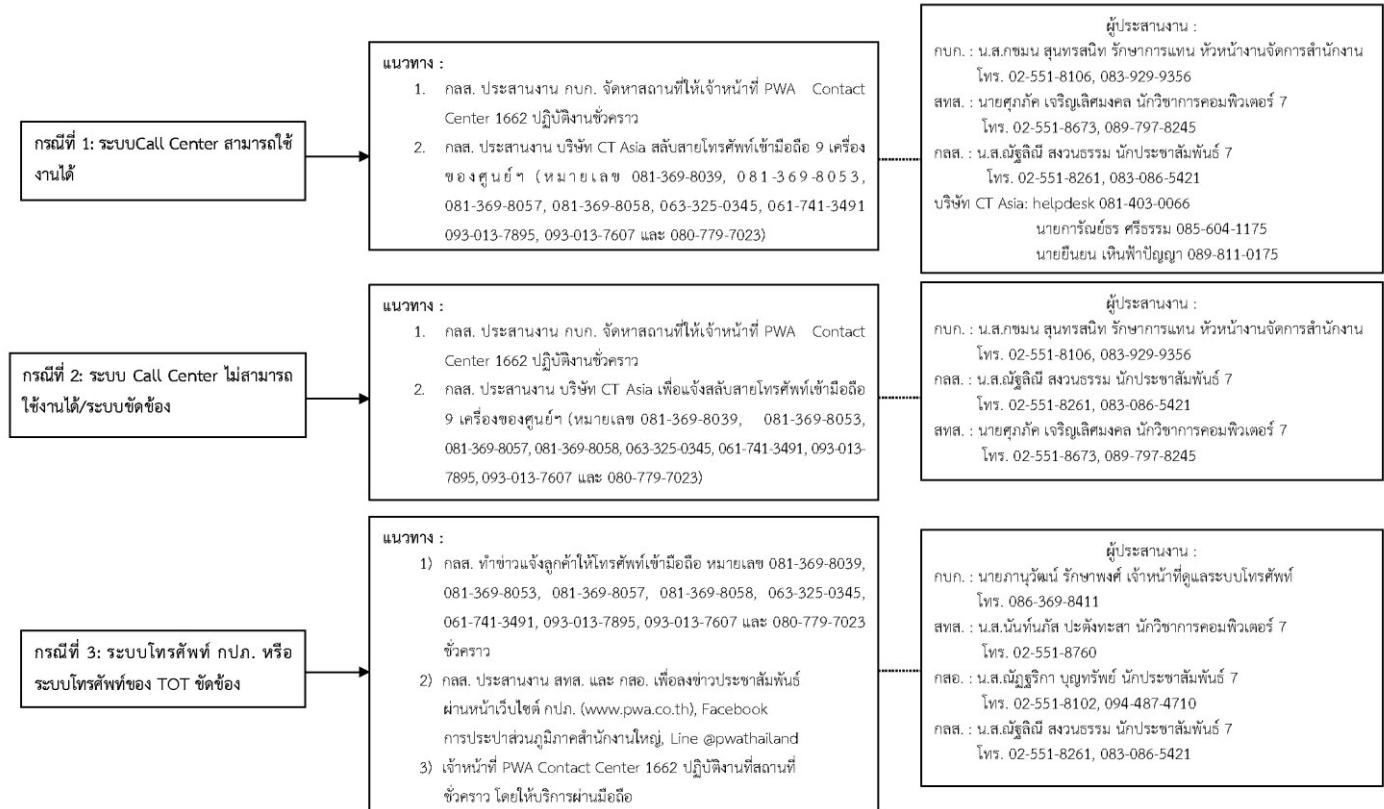
แผนการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 ในภาวะฉุกเฉิน แผนที่ 1 : กรณีเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 สามารถปฏิบัติงานที่ กปภ. ได้



หมายเหตุ : ให้ใช้แผนฉุกเฉินเมื่อเหตุฉุกเฉินนั้นใช้ระยะเวลาแก้ไขเกินกว่า 2 ชั่วโมง

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 39 ของ 136

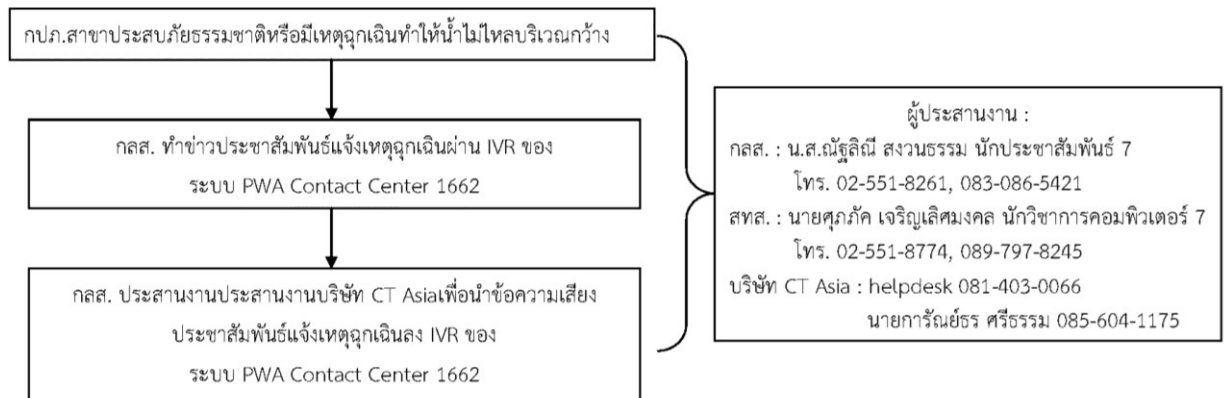
แผนการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 ในภาวะฉุกเฉิน
แผนที่ 2: กรณีเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 ไม่สามารถปฏิบัติงานที่ กปภ. ได้



หมายเหตุ: กรณีเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 ไม่สามารถเดินทางเข้าไปปฏิบัติงานที่ กปภ. ได้ ได้แก่ ไฟไหม้ น้ำท่วม สำนักงานใหญ่ กปภ. เป็นต้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 40 ของ 136

แผนการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 ในภาวะฉุกเฉิน
แผน 3 : กรณีกปภ.สาขาประสบภัยธรรมชาติหรือมีเหตุฉุกเฉินทำให้น้ำไม่ไหลบริเวณกว้าง



หมายเหตุ :

1. กรณี กปภ.สาขาประสบภัยธรรมชาติหรือมีเหตุฉุกเฉินทำให้น้ำไม่ไหลบริเวณกว้าง เช่น กปภ.สาขา เกิดเหตุท่อแตกรั่วขนาด 800 ขึ้นไป และส่งผลกระทบทำให้น้ำไม่ไหลในหลายพื้นที่ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการแก้ไขเป็นเวลานาน หรือยังไม่สามารถระบุเวลาแล้วเสร็จได้ หรือกรณีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตน้ำประปาชำรุด/ไฟฟ้าดับ ทำให้ไม่สามารถจ่ายน้ำประปาได้ตามปกติและส่งผลกระทบทำให้น้ำไม่ไหลในหลายพื้นที่ และใช้ระยะเวลาในการแก้ไขเป็นเวลานาน เป็นต้น
2. ***แผนดังกล่าวสามารถใช้ได้ในกรณีที่ตู้ Server ระบบโทรศัพท์ของบริษัท CT Asia สามารถใช้งานได้เท่านั้น***

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 41 ของ 136

9. การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานการบริการลูกค้า

1. การติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ

กปภ.สาขา เป็นด่านหน้าในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) และส่งมอบบริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องให้ลูกค้าเพื่อสร้างความผูกพันภักดี กปภ. จึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และเพื่อให้ผู้รับผิดชอบแต่ละช่องทางรักษามาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการติดตามการดำเนินงานรับฟังลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้บริหารของหน่วยงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ทั้งนี้ ผู้บริหารของหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ละช่องทางรับฟังลูกค้า มีแนวทางในการติดตามผลการดำเนินงานและกำกับดูแลมาตรฐานการรับฟังลูกค้า ดังนี้

1. การติดตามผ่านการประชุมสนทนายามเช้า (Morning talk) โดยกำหนดเป็นวาระการประชุมอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง เรื่องการติดตามผลการดำเนินการด้านการให้บริการลูกค้า
2. การสุ่มตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงาน
3. การรับฟังข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (Feedback)
4. วิธีอื่นตามโอกาสและความเหมาะสม

2. การประเมินประสิทธิผลการให้บริการ

กปภ. มุ่งพัฒนาและยกระดับการให้บริการสู่ความเป็นเลิศเพื่อสร้างความประทับใจและความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ. จึงมีการทบทวนกระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอทุกปี โดยกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินประสิทธิผล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

การสนับสนุนลูกค้า

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อช่องทางการติดต่อสื่อสาร
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้านการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อแต่ละช่องทางการสนับสนุน การค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม
4. ร้อยละของการสนับสนุนลูกค้าได้ตาม SLA

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่ออาคาร-สถานที่
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ
4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการหลังการขาย
5. ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อ กปภ.
6. จำนวนผู้ใช้น้ำเพิ่ม

การจัดการข้อร้องเรียน

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อความรวดเร็วของการแก้ปัญหาข้อร้องเรียน
2. ร้อยละข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขตาม SLA
3. ร้อยละของลูกค้าที่พึงพอใจภายหลังได้รับการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนจากมิสเตอร์ประจำ
4. ร้อยละของลูกค้าที่พึงพอใจต่อการตอบสนองข้อร้องเรียนของเจ้าหน้าที่

10. เทคนิคการให้บริการ

การสร้างคามพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นมากกว่าการตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า นำมาซึ่งการสร้างคามน่าเชื่อถือและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กรในระยะยาว ดังนั้น ผู้มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าไม่ว่าจะผ่านช่องทางใดก็ตาม การสร้างทักษะการให้บริการจึงสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการขององค์กร

การพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้าด้วยการสื่อสาร ประกอบด้วย

1. การตั้งใจรับฟัง (Active Listening) คือการได้ยินเสียงของผู้พูดอีกฝ่าย โดยปราศจากอคติหรือการตัดสินถูกผิด ซึ่งจะช่วยให้เราเข้าใจในสิ่งที่ผู้พูดต้องการสื่อสาร โดยระหว่างการรับฟัง ผู้ฟังต้องเปิดใจรับฟัง พร้อมกับการสังเกตอาการปฏิกิริยา อารมณ์ และความรู้สึกของผู้พูด เพื่อวิเคราะห์ จับประเด็นความต้องการ หรือสิ่งที่ผู้พูดอยากได้รับการตอบสนองจากเรา ซึ่งเราสามารถสร้างทักษะของการตั้งใจรับฟัง (Active Listening) ได้ดังนี้

การสร้างทักษะการฟัง	ข้อสังเกต
1. การฟังด้วยหัวใจ ไม่ใช่แค่หูฟังอย่างเดียว	- รู้จักพื้นหลังความทุกข์หรือความท้าทายของผู้พูด จะทำให้เราเข้าใจเขาได้มากขึ้น - สิ่งที่คุณพูดกำลังสื่อว่ามีมากกว่าเนื้อหา ให้สังเกตสีหน้า แววตา น้ำเสียงระหว่างการสนทนา
2. การฟังที่ต้องใช้ความอดทน (อดทนฟังให้จบ ไม่เผลอพูดขัด ตั้งคำถาม หรือตัดสินถูกผิด และอดทนให้เวลากับผู้พูด ให้อุ่นใจว่าเขามีเรื่องที่พร้อมจะเข้าไปอยู่ในโลกของเขา)	- การแนะนำของเราแม้เกิดจากความหวังดี แต่อาจปิดกั้นความเข้าใจ ความรู้สึกกันและกัน ต้องระลึกอยู่เสมอว่าเรามีหน้าที่ฟัง - ผู้พูดอาจกำลังต้องการเวลาเรียบเรียงความคิด ความรู้สึกของตนเองอยู่ - หากเราในฐานะผู้ฟังสามารถเข้าไปอยู่ในโลกเดียวกับผู้พูดได้ เขาจะได้ยินเสียงของตัวเองมากขึ้น เป็นการดึงสติให้กลับมาอยู่กับปัจจุบัน
3. การฟังที่ดีควรมีการทวนความเข้าใจให้ตรงกัน (เพราะประสบการณ์ที่ต่างกันอาจทำให้เข้าใจต่างกัน)	การพูดย้ำสิ่งที่ได้ยินเป็นเทคนิคหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้พูดฉุกคิดว่าจะทำตามสิ่งที่พูดออกมาหรือไม่
4. การฟังที่ผู้พูดต้องอยู่กับปัจจุบัน	ผู้พูดอาจเผชิญกับภาวะอารมณ์สับสน ผู้ฟังจำเป็นต้องมีสติ ไม่เอนเอียงตามความรู้สึกนั้น แต่ควรติดตามเรื่องราวด้วยมุมมองเชิงบวก

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 43 ของ 136

2. การใช้คำพูดและการเขียน

การใช้คำพูดและการเขียน เป็นศิลปะการสื่อสารที่สามารถพัฒนาและฝึกฝนได้ หากเราเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการสื่อสาร ทั้งนี้ ทักษะการสื่อสารทั้งในรูปแบบการพูดและการเขียนนั้น ผู้พูดหรือผู้เขียนต้องระลึกเสมอว่า ลูกค้านั้นคือคนสำคัญ

ใครเป็นที่ตั้ง Focus ใครก่อน

ผู้พูด หรือ ผู้ฟัง

ผู้เขียน หรือ ผู้อ่าน

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องเริ่มต้นจาก “แสดงให้เห็นประโยชน์ของผู้ฟัง หรือ ผู้อ่านก่อน” ก่อนที่เราจะพูดหรือเขียน “สิ่งที่เราต้องการทำ” เพื่อให้คำพูดบ่งบอกถึงความรู้สึกว่าเราห่วงใยและหวังดีกับลูกค้า

ยกตัวอย่าง กรณี กปภ.สาขาต้องการประกาศแจ้งลูกค้าที่สนใจจะเข้ารับบริการกับหน่วยบริการเคลื่อนที่

การสื่อสารที่ผู้พูด พูดสื่อสารในสิ่งที่ตัวเองต้องการก่อน

พนักงาน : เนื่องจากหน่วยบริการมีพนักงานจำนวนจำกัด จึงขอให้ลูกค้าที่สนใจเข้ารับบริการกับหน่วยบริการเคลื่อนที่ ติดต่อรับบัตรคิวล่วงหน้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้ารับบริการ กปภ. ต้องขอภัยในความไม่สะดวกมา ณ ที่นี้ ขอขอบคุณค่ะ

การสื่อสารที่ผู้พูด พูดสื่อสารในสิ่งที่เห็นประโยชน์กับลูกค้าก่อน

พนักงาน : ด้วยความห่วงใยลูกค้าภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ Covid - 19 ทาง กปภ. จึงได้กำหนดช่วงเวลาและจำนวนผู้เข้ารับบริการ เพื่อลดความแออัดในพื้นที่ให้บริการ โดยลูกค้าที่สนใจเข้ารับบริการ สามารถติดต่อรับบัตรคิว ณ วัน.....ตั้งแต่เวลา เป็นต้นไป เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้ารับบริการ กปภ. ต้องขอภัยในความไม่สะดวกมา ณ ที่นี้ ขอขอบคุณค่ะ



	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 44 ของ 136

ยกตัวอย่าง กรณี กปภ.สาขาต้องการประกาศแจ้งลูกค้าสำรองน้ำไว้ใช้ในระหว่างซ่อมท่อประปาขนาดใหญ่ในพื้นที่

การสื่อสารที่ผู้เขียน สื่อสารในสิ่งที่ตัวเองต้องการก่อน

กปภ.สาขา : ในวันที่ เวลา กปภ.สาขาต้องดำเนินการซ่อมท่อขนาด คาดว่าดำเนินการแล้วเสร็จในวันที่ เวลา..... จึงขอให้ลูกค้าสำรองน้ำประปาให้เพียงพอ กปภ.ต้องขอภัยในความไม่สะดวกมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณค่ะ

การสื่อสารที่ผู้พูด พูดสื่อสารในสิ่งที่ประโยชน์กับลูกค้าก่อน

กปภ.สาขา : เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้น้ำประปาอย่างเพียงพอ จึงขอให้ลูกค้าสำรองน้ำประปาไว้ใช้ในระหว่างที่ กปภ. กำลังปรับปรุงระบบจ่ายน้ำในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดย กปภ. จะเร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันที่ เวลา กปภ. เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการน้ำประปาได้อย่างต่อเนื่องโดยเร็ว กปภ.ขอภัยเป็นอย่างยิ่งจากความไม่สะดวกในการให้บริการในครั้งนี้ และเราสัญญาว่าจะส่งมอบบริการที่เป็นเลิศให้แก่ท่าน เพราะคุณคือคนสำคัญ

3. การใช้น้ำเสียง

น้ำเสียง สามารถบ่งบอกบุคลิก ทักษะ และตัวตนของเราได้ ฉะนั้นอย่าปล่อยให้ น้ำเสียงของเรา ทำลายสิ่งที่เราต้องการสื่อสาร เพียงแค่การเลือกใช้เสียงไม่ถูกต้อง ดังนั้น น้ำเสียง มีความสำคัญกับการสื่อสารอย่างไร



เทคนิคที่ 1 กฎ 7-38-55

ซึ่งคิดค้นโดย ศจ. ดร.อัลเบิร์ต เมอร์เรย์

ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่ง University of California, Los Angeles (UCLA)

กฎนี้บอกว่าเรารับรู้ข้อมูลจากคำพูดเพียง 7% ในขณะที่เก็บ 38% จากน้ำเสียง และอีก 55% จากภาษากายและสีหน้าของคนพูด

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 45 ของ 136

การใช้น้ำเสียงอย่างถูกต้อง สามารถฝึกฝนได้ ดังนี้

- ฝึกการหายใจอย่างถูกวิธี โดยกำหนดลมหายใจเข้า ท้องพอง ลมหายใจออก ท้องยุบ ให้สังเกตว่าขณะหายใจไหลและหน้าอกไม่ยกขึ้น หรือฝึกหายใจในท่านอนหงาย เพื่อกำหนดลมหายใจได้ง่ายขึ้น
- ให้สังเกตว่าขณะพูดนั้น คือการหายใจออก เนื่องจากเสียงที่ออกมาคือลมหายใจที่เราค่อยๆ ปล่อยออกนั่นเอง จึงสังเกตได้ว่า คนที่พูดหรือร้องเพลงแล้ว มีน้ำเสียงสั่นเครือ หรือ ตอนท้ายของประโยคหรือท่อนเพลงเริ่มมีเสียงสั่นเครือ น้ำเสียงไม่ชัดเจน แสดงว่าลมจากการที่เราค่อยๆ หายใจออกนั้นใกล้หมดแล้วนั่นเอง
- ความคมชัดของน้ำเสียง เราสามารถฝึกการออกเสียงให้คมชัดได้ ด้วยการออกเสียงคำสั้นต่างๆ เช่น เอีย โอ อา อือ ออ เป็นต้น โดยสังเกตรูปปาก และลมที่ออกมาพร้อมเสียง ในขณะพูดต้องมีรูปปากที่ชัด และไม่มีเสียงลมในขณะพูด
- การใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมกับสรีระของตัวเอง ซึ่งเราสามารถฝึกฝนได้ เพื่อให้ น้ำเสียงของเรามีความกลมกลืน สอดคล้องกับกายภาพของเรา เช่น เมื่อเราเห็นคนรูปร่างสูงใหญ่ เราหวังว่าเขาจะมีน้ำเสียงทุ้ม คม เข้ม แต่เมื่อเราได้ยินเสียงที่เขาพูดกลับมีน้ำเสียงเล็ก แหลม เป็นต้น ซึ่งเวลาที่เราฟังจะรู้สึกไม่สอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพ แต่ในขณะเดียวกัน หากเราเป็นคนรูปร่างเล็ก เราไม่จำเป็นต้องมีน้ำเสียง ที่สูงแหลม

{ รู้มั๊ย ? ที่คนไม่เชื่อคุณ อาจเป็นเพราะ **น้ำเสียง** ของคุณ }



	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 46 ของ 136

น้ำเสียง นอกจากช่วยส่งเสริมบุคลิก ยังสร้างความน่าเชื่อถือได้อีกด้วย ลองมาสังเกตว่าเรากำลังประสบปัญหาจากการใช้น้ำเสียงในรูปแบบใดบ้าง

เสียงสั้น	เสียงอยู่ในลำคอ	พูดไม่เต็มเสียง	พูดลิ้นพันกัน	พูดแล้วกลืนน้ำลาย
สังเกตว่าเกิดขึ้นตลอดเวลาหรือไม่ ซึ่งอาจเกิดจาก 1.ความประหม่า 2.ลมไม่พอ หายใจไม่ถูกต้อง 3.กดเสียงต่ำมากเกินไป 4.เกร็งลำคอขณะพูด	เกิดจากการกดเสียงต่ำ ขาดพลังความมั่นใจในการพูด สังเกตว่าเวลาเราพูด กับตัวเอง เสียงที่เกิดขึ้นจะเป็นเสียงในลำคอ เสียงไม่ได้ส่งไปข้างหน้า เพื่อสื่อไปยังผู้ฟัง “การโฟกัสเสียงไปข้างหน้า ต้องใช้พลังในการพูด”	เป็นน้ำเสียงที่เกิดจากการใช้รูปปากไม่ถูกต้อง ชัดเจน หรือขาดความมั่นใจในการพูด ผู้พูดต้องปรับทัศนคติต่อตนเอง ฝึกพูดให้ชัดเจนเสียงที่ตัวเองชอบ	เกิดจากการพูดเร็วมากเกินไป ผู้พูดต้องฝึกพูดให้ช้าลง และฝึกการหายใจที่ถูกต้อง เว้นวรรคขณะพูดบ้าง โดยให้คิดเสมอว่า “เรารู้เรื่องที่จะพูดอยู่แล้ว แต่คนที่เขาฟังเรา เขาฟังเรื่องนั้นเป็นครั้งแรก” เพื่อให้คนฟังได้ติดตามและทำความเข้าใจตาม	บางคนอาจเกิดจากลักษณะทางกายภาพ สำหรับคนที่พูดและต้องกลืนน้ำลายบ่อยๆ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เรารู้สึกประหม่าหรือตื่นเต้น หากเราโฟกัสที่น้ำลายจะทำให้เราพูดและกลืนน้ำลายตลอดเวลา ดังนั้น ผู้พูดต้องฝึกฝนการพูด สร้างความมั่นใจ และฝึกหายใจ ให้ช้าลง

ดังนั้น ผู้มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าต้องพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้า โดยเริ่มต้นจากทักษะการสื่อสารที่ดี เพื่อนำไปปรับใช้กับการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ หรือในแต่ละจุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoint) ที่ต้องสื่อสาร พูดคุย พบปะกับลูกค้า

4. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า

เมื่อเรามีทักษะการสื่อสารทางวาจา ผ่านคำพูด และ การเขียนที่ดี สิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง นั่นคือ ภาษากาย และการมีบุคลิกภาพที่ดี เมื่อเราต้องให้บริการลูกค้าแบบเผชิญหน้าอาจเป็นการติดต่อโดยลูกค้า Walk-in หรือ การนัดหมายเข้ามา ซึ่งการบริการแบบเผชิญหน้านอกจากจะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือทำความรู้จักและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ไม่ยาก เนื่องจากสามารถใช้ภาษากายประกอบการบริการร่วมกับทักษะสื่อสารทั้งจากการพูดและการเขียนประกอบเพื่อช่วยอธิบาย ดังนั้น เทคนิค 5 ข้อต่อไปนี้ จะช่วยให้เราสามารถบริหารสถานการณ์เผชิญหน้ากับลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ

(1) ต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม

การบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเริ่มต้นตั้งแต่วันที่แรกที่ลูกค้าเดินทางมาถึง ผู้ให้บริการจะต้องเตรียมพร้อมเสมอที่จะดูแลลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น การต้อนรับทักทายลูกค้าด้วยรอยยิ้ม จะเป็นการสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นให้กับลูกค้าและสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีได้ไม่ยาก เพราะโดยส่วนใหญ่เมื่อมีคนยิ้มให้เรา เราก็จะยิ้มตอบ

(2) แสดงความสนใจด้วยการพยักหน้า และการสบตา

การแสดงออกด้วยภาษากายในระหว่างการสนทนากับลูกค้าสามารถแสดงออกได้หลายอย่าง เช่น การสบตาแสดงถึงความสนใจและตั้งใจฟัง การพยักหน้าแสดงถึงการเห็นด้วยและการสนใจ ผู้ให้บริการจึงต้องระมัดระวังการแสดงออกทางสีหน้าที่อาจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกที่ไม่ใส่ใจลูกค้าที่กำลังขอรับบริการ

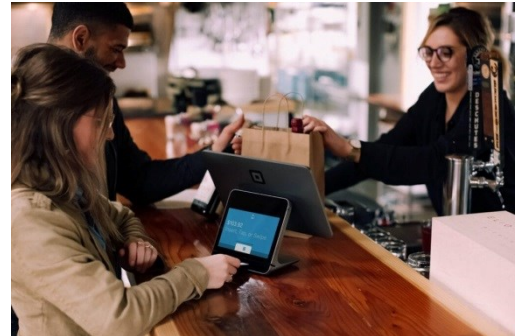
	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 47 ของ 136

(3) อย่าขัดจังหวะการพูด หรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้า

ทักษะที่สำคัญมากในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จคือทักษะการฟัง เนื่องจากการฟังอย่างตั้งใจ ไม่ขัดจังหวะทำให้ลูกค้าได้ให้ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ การฟังทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าและการไม่แทรกการพูดของลูกค้ายังแสดงออกถึงการให้เกียรติอีกด้วย

(4) ใช้คำพูดเชิงบวกในการให้บริการ

คำพูดเชิงบวก คือคำพูดที่แสดงออกถึงการเต็มใจให้บริการ และทำให้ผู้ฟังรู้สึกดี เช่นเดียวกันกับการใช้ภาษาที่แสดงถึงความให้เกียรติคำพูดก็เป็นส่วนเติมเต็มให้การสื่อสารและการบริการประสบความสำเร็จหากลูกค้าให้ข้อมูลสับสน การสอบถามด้วยคำพูดเชิงบวกจะทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างราบรื่น



(5) กล่าวขอบคุณลูกค้าด้วยรอยยิ้ม

เช่นเดียวกับการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม และทุกครั้งที่คุณลูกค้าได้รับการบริการเรียบร้อยแล้ว หรือ กำลังจะเดินทางกลับอย่าลืมยิ้มและกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งด้วยความจริงใจเสมอ

5. การสื่อสารทางโทรศัพท์

การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ยังคงได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของความสะดวก รวดเร็ว และไม่ต้องเดินทางมายังสำนักงาน โดยเฉพาะกรณีที่ลูกค้าต้องการความช่วยเหลือโดยเร่งด่วน หรือต้องการติดต่อสอบถามอย่างไม่เป็นทางการ ดังนั้น เราจึงต้องฝึกฝนทักษะการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ เพราะเป็นจุดสัมผัสการให้บริการที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้อย่างง่ายที่สุด เนื่องจากเราไม่สามารถสังเกตพฤติกรรมและสีหน้าของลูกค้าในขณะที่สนทนา และอาจทำให้การสื่อสารเกิดการตีความที่คลาดเคลื่อน ไม่ตรงกัน ดังนั้น การให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เราต้องเตรียมความพร้อมในการสื่อสารและสร้างความมุ่งมั่นว่าจะสามารถให้บริการลูกค้าตรงตามความต้องการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด

การเตรียมความพร้อมของพนักงานรับสายก่อนให้บริการ

- 1) มีความสุขในการให้บริการ
- 2) รู้สึกรักต่อลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน
- 3) เข้าใจความต้องการของลูกค้าและสิ่งที่จะต้องบริการเป็นอย่างดี
- 4) สามารถควบคุมอารมณ์ อุดหนุน อดกลั้น ไม่พูดคำหยาบคาย
- 5) สามารถอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้นได้
- 6) มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี



	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 48 ของ 136

ทักษะที่สำคัญในการให้บริการทางโทรศัพท์

- 1) ทักษะในการพูด
 - พูดในเชิงบวก มีน้ำเสียงเต็มใจให้บริการ
 - มีจังหวะการพูดที่เหมาะสม ลำดับการให้ข้อมูลเป็นขั้นตอนเข้าใจง่ายและชัดเจน
- 2) ทักษะในการฟัง
 - ฟังอย่างตั้งใจฟังจนจบไม่ขัดจังหวะหรือพูดแทรก มีการตอบรับคำเป็นจังหวะ
 - จดสิ่งที่ผู้ใช้บริการพูดเพื่อป้องกันการลืมหรือหลงประเด็นคำถาม
- 3) ทักษะในการจับประเด็น
 - 5 W 1 H : ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) ทำไม (Why) อย่างไร (How)
- 4) ทักษะในการให้บริการลูกค้าร้องเรียน
 - ต้องใจเย็น อดทนกับการต่อว่าของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยใช้น้ำเสียงสุภาพ
 - หลีกเลี่ยงคำพูดที่ยั่วแระให้เกิดเรื่องร้องเรียน

ทำอย่างไรไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนกับพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์

- 1) ระมัดระวังการใช้น้ำเสียงในการสนทนากับลูกค้า/ผู้ใช้บริการ
- 2) ตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องก่อนให้ข้อมูลกับลูกค้า/ผู้ใช้บริการ
- 3) เต็มใจให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่
- 4) ทบทวนความเข้าใจกับลูกค้า/ผู้ใช้บริการก่อนวางสาย
- 5) รักษาสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
- 6) กำหนดขั้นตอนในการทำงานและการทำงานระหว่างหน่วยงานให้ชัดเจน

ข้อควรคำนึงในการให้บริการทางโทรศัพท์

- 1) น้ำเสียงทางโทรศัพท์ เนื่องจากการสื่อสารด้วยวิธีนี้ผู้รับฟังไม่สามารถเห็นสีหน้าและท่าทาง จึงตัดสินใจจากน้ำเสียงที่ได้ยิน ดังนั้น น้ำเสียงของเราคือตัวเราทั้งหมด เช่น น้ำเสียงที่ยืดเยื้อ ไม่ชัดถ้อยชัดคำ แสดงถึงความเชื่องช้า อึดอาด น้ำเสียงห้วนสั้นแสดงให้เห็นถึงการเป็นคนโหดเหี้ยม เป็นต้น ดังนั้นผู้ให้บริการทางโทรศัพท์ จึงจำเป็นต้องมีอารมณ์ดีอยู่เสมอ เพราะจะทำให้ น้ำเสียงที่เปล่งออกมา มีความชัดเจน แจ่มใส และนุ่มนวลน่าฟังอยู่เสมอ
- 2) จังหวะในการสนทนา เป็นเรื่องสำคัญมากที่ผู้ให้บริการพึงระวัง คือ ไม่ควรขัดจังหวะการสนทนาของลูกค้า ควรรอให้ลูกค้าพูดจบเสียก่อน เพราะการพูดแทรกและขัดจังหวะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าผู้ให้บริการไม่มีกาลเทศะ อาจเกิดอารมณ์ขุ่นมัวและเพิ่มระดับความโกรธให้ทวีความรุนแรงมากขึ้น
- 3) มารยาทในการใช้โทรศัพท์ คำว่า มารยาท คือการเอาใจเขามาใส่ใจเรา เป็นการระวังความรู้สึกของลูกค้าขณะพูด เพราะหากพูดผิดหู หรือให้ข้อมูลผิดๆ ไปอาจเกิดความไม่พอใจโดยที่ผู้ให้บริการอาจไม่ได้ตั้งใจ ภาพพจน์ทางโทรศัพท์ขึ้นอยู่กับน้ำเสียง มารยาทในการใช้โทรศัพท์ และประสิทธิภาพในการใช้โทรศัพท์ ภาพพจน์ที่เสนอผ่านสายโทรศัพท์จะมีอิทธิพลต่อภาพที่ลูกค้าสร้างขึ้นมา ดังนั้นการใช้โทรศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 49 ของ 136

เคล็ดลับการสื่อสารทางโทรศัพท์เพื่อการบริการลูกค้าให้ดีที่สุด

- 1) ให้ใส่รอยยิ้มเข้าไปในสายโทรศัพท์
- 2) ต้องทำให้ผู้ที่โทรศัพท์เข้ามารู้สึกได้ว่าเรากำลังพยายามช่วยเหลืออยู่
- 3) ต้องคอยบอกรายละเอียดขั้นตอนความเป็นไป
- 4) ให้พูดความจริงเสมอ
- 5) ตรวจสอบกับเอกสารหรือพนักงานคนอื่นถ้าไม่แน่ใจ
- 6) หาคำตอบให้ได้เร็วที่สุดว่าตกลงแล้วเราสามารถจัดการเรื่องนั้นได้เองหรือไม่
- 7) ต้องใช้ความพยายามตั้งใจมากกว่าปกติในการรับโทรศัพท์

การเลือกใช้ภาษาและระดับความดังของเสียงให้เหมาะสม

- 1) การใช้ความสุภาพและให้เกียรติ
- 2) การพูดอย่างชัดเจนถูกต้องเหมาะสม
- 3) การไม่ใช้ศัพท์ที่ไม่มีมาตรฐาน เป็นศัพท์เฉพาะกลุ่ม (Slang) เช่น ศัพท์วัยรุ่น หรือศัพท์เฉพาะวงการอาชีพหรือภาษาที่ไม่เหมาะสม
- 4) บางครั้งต้องปรับเปลี่ยนการพูดให้เป็นไปตามลักษณะของการโทรเข้ามาขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณและสามัญสำนึกของเรา
- 5) สถานการณ์ที่เราต้องพูดระดับที่ดังมากกว่าปกติ เช่น กรณีผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่มีเสียงดัง หรือมีปัญหาในการได้ยิน และขอให้เราพูดเสียงดังขึ้น เป็นต้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 50 ของ 136

เทคนิคในการใช้คำพูดในการสื่อสารทางโทรศัพท์

สถานการณ์	เทคนิคในการสื่อสารทางโทรศัพท์
1. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการโวยวาย	- “ดิฉัน/ผม ขออภัยเป็นอย่างสูงที่ท่านรู้สึกเช่นนั้นค่ะ/ครับ” - “เพื่อแก้ปัญหาที่คุณ.....แจ้งมานั้น ดิฉัน/ผมขออนุญาตแนะนำ....” - “สิ่งที่ดิฉัน/ผม สามารถดำเนินการได้ในตอนนี้คือ...” - “ทางเรารู้สึกขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้แจ้งข้อมูลให้เราทราบค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผมขออนุญาตนัดช่วงเวลาที่คุณสะดวก เพื่อติดต่อกลับไปแจ้งความก้าวหน้าค่ะ/ครับ”
2. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการข่มขู่	- “ดิฉัน/ผม เข้าใจในความไม่สะดวกที่คุณกำลังเผชิญอยู่ค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม ขอตรวจสอบเรื่องที่เกิดขึ้นก่อน และจะหาแนวทางแก้ไขโดยเร็วค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม ขออนุญาตแนะนำ..(แนวทางแก้ไขปัญหาเบื้องต้น)....ค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ช่วยเหลือคุณนะค่ะ/นะครับ” - “เพื่อให้การแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ดิฉัน/กระผม ขอแนะนำให้คุณ... (แนวทางแก้ไขปัญหา...ค่ะ/ครับ)”
3. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการพูดหยาบคาย	- “ดิฉัน/ผม เข้าใจปัญหาของคุณเป็นอย่างดีค่ะ/ครับ ขอความกรุณาให้คุณใช้ภาษาที่สุภาพ เพื่อดำเนินการสนทนาต่อไปค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม จะช่วยให้คุณได้ดีที่สุดนะค่ะ/นะครับ” - “ดิฉัน/ผม เข้าใจว่าคุณรู้สึกไม่พอใจในเรื่องที่เกิดขึ้น คุณจะเล่ารายละเอียดอื่น ๆ ทางE-mailหรือไม่ค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม รู้สึกเสียใจที่คุณผิดหวังค่ะ/ครับ ดิฉัน/ผม ขออนุญาตติดต่อกลับไปอีกครั้งสะดวกไหมค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผมต้องขออภัยด้วยค่ะ/ครับ หากคุณยังคงใช้ภาษาเช่นนี้ ดิฉัน/ผมขออนุญาตจบการสนทนา ขอขอบคุณที่ใช้บริการ สวัสดีค่ะ/ครับ”
4. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการแจ้งปัญหาความผิดพลาด	- “ขอพระคุณเป็นอย่างสูง ที่แจ้งเรื่องให้ทางเราได้ทราบถึงปัญหาค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม รู้สึกเสียใจเป็นอย่างยิ่งที่เรื่องเช่นนี้เกิดขึ้นกับท่านค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผมเข้าใจดีค่ะ/ครับว่าคุณรู้สึกอย่างไรค่ะ/ครับ” - “ขอพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านเข้าใจถึงปัญหาค่ะ/ครับ” - “ดิฉัน/ผม จะรับเรื่องและรีบดำเนินการให้ทันทีค่ะ/ครับ”
5. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการโทรเล่น/โทรผิด/โรครจิต	- “ขออภัยค่ะ/ครับ ที่นี้ การประสานส่วนภูมิภาค หากไม่สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ขออนุญาตวางสาย ขอขอบคุณที่ใช้บริการ สวัสดีค่ะ/ครับ”

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 51 ของ 136

กรณีฝากข้อความทางโทรศัพท์

- 1) ทำด้วยความยินดี
- 2) ใช้แบบฟอร์มในการบันทึกข้อความทางโทรศัพท์ตามที่กำหนดเขียนให้คนอื่นอ่านออก
- 3) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเก็บข้อมูลครบหรือเปล่า
- 4) ตรวจสอบให้แน่ใจว่ารายละเอียดทั้งหมดถูกต้องหรือไม่
- 5) ทวนข้อความซ้ำให้อีกฝ่ายฟังเพื่อยืนยันความถูกต้อง
- 6) กล่าวขอบคุณอีกฝ่ายที่โทรเข้ามา

การส่งต่อบันทึกการรับฝากข้อความ

- 1) ส่งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเร็ว
- 2) ส่งในรูปแบบของลายลักษณ์อักษร
- 3) แคร์รับฝากข้อความยังไม่ถือว่าสิ้นสุดภารกิจ แต่ยังคง
 - ตรวจสอบว่าบุคคลนั้นได้อาข้อความไปแล้วหรือยัง
 - ตรวจสอบว่าบุคคลนั้นได้รับอีเมลของเราหรือยัง
 - ถามบุคคลนั้นด้วยตัวเองว่าได้รับข้อความหรือยัง

การรายงานการโทรศัพท์เข้ามาคุกคามหรือที่น่าสงสัย

- 1) ปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานซึ่งได้วางนโยบายและขั้นตอนต่าง ๆ ไว้และตามที่ได้รับกำกับการฝึกอบรม
- 2) ถามคำถาม หรือชวนคุยให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้
- 3) บันทึกรายละเอียดของการได้รับโทรศัพท์คุกคามลงในแบบฟอร์ม
- 4) แจ้งผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาทราบโดยทันที
- 5) จงอย่าไปติดกักกว่าคนที่โทรเข้ามาคุกคามนั้นขู่เล่น ๆ

หากได้รับโทรศัพท์ขู่วางระเบิด

- 1) บันทึกรายละเอียดการได้รับโทรศัพท์ขู่วางระเบิดลงในแบบฟอร์ม
- 2) ถามคำถามหลาย ๆ ข้อ (ตามแบบฟอร์มในการบันทึกรายละเอียดของการได้รับโทรศัพท์ขู่วางระเบิด)
 - เป็นระเบิดอะไร
 - อะไรจะทำให้ชนวนระเบิดทำงาน
 - ทำไม่ถึงวางระเบิด
- 3) บอกให้เพื่อนร่วมงานใกล้เคียง ๆ ทราบว่าเรากำลังได้รับการขู่วางระเบิด
- 4) ต้องมีการดำเนินการกับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาขู่วางระเบิดทั้งหมดโดยถือว่าการขู่วางระเบิดเป็นการขู่จริง

การรับมือกับผู้โทรศัพท์เข้ามาแล้วแสดงความก้าวร้าวหยาบคาย

- 1) ไม่ด่ากลับแต่ให้สงบสติอารมณ์ ควบคุมสติและใช้คำที่สุภาพ
- 2) ไม่ใช้น้ำเสียงแบบเดียวกับผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาซึ่งแสดงความโกรธไม่พอใจออกมา
- 3) ไม่ใช้ภาษาในลักษณะที่ก้าวร้าวเหมือนกัน
- 4) ไม่แสดงความหยาบคายกลับไป
- 5) พยายามหาเหตุผลที่อีกฝ่ายโทรเข้ามาให้ได้เร็วที่สุด
- 6) อย่าถือเป็นเรื่องส่วนตัว

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 52 ของ 136

ทั้งนี้ กปภ. ได้กำหนดมาตรฐานการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการทางโทรศัพท์ ดังนี้

1) ระยะเวลาการให้บริการ

หัวข้อมาตรฐาน	SLA
1. ค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการรับสาย (Average Speed of Answer)	<10 วินาที (กริ่งดัง 3 ครั้ง)
2. ค่าเฉลี่ยเวลาที่ใช้ในการสนทนาสายให้บริการ ลูกค้า (Average Handling Time)	3 นาที
3. ค่าเฉลี่ยเวลาที่ใช้ในการบันทึกข้อมูล (Average Wrap Time)	2 นาที
4. จำนวนเรื่องที่เจ้าหน้าที่สามารถส่งต่อเรื่อง ร้องเรียนถึง กปภ.สาขาหรือหน่วยงาน เจ้าของเรื่องได้	10 นาที * (ยกเว้นกรณีเกิดปัญหาขัดข้องทาง ระบบ หรือไม่สามารถติดต่อผู้ประสานงานได้)
5. การปิดข้อร้องเรียนภายหลังได้รับเรื่องตอบ กลับจาก กปภ.สาขา ตาม SLA	ภายใน 5 วัน ภายหลังการได้รับเรื่องตอบ กลับจาก กปภ.สาขา
6. สายที่ไม่ได้รับบริการ (Abandon Call)	≤ ร้อยละ 5 (ยกเว้นกรณีเกิดเหตุสถานการณ์ ไม่ปกติ หรือปัญหาด้านระบบต่างๆของ กปภ. เช่น ระบบ Call Center ระบบ Internet ระบบไฟฟ้า และระบบโทรศัพท์ เป็นต้น)

2) การสนทนากับลูกค้า

ขั้นตอนการรับสาย	การสนทนา
1. การเริ่มต้นการสนทนา	“การประสานงานภูมิภาคสวัสดิ์ค่ะ/ครับ (ชื่อ)..... รับสาย ยินดีให้บริการ ต้องการ สอบถามข้อมูลด้านใดคะ”
2. การสอบถามรายละเอียดลูกค้า	“ขอทราบเลขที่ผู้ใช้น้ำ / ที่อยู่ / ชื่อผู้ใช้น้ำ ค่ะ” “ขอบคุณสำหรับข้อมูลค่ะ” *เมื่อสอบถามรายละเอียดจากลูกค้าครบถ้วน แล้ว ให้กล่าวขอบคุณลูกค้าด้วยทุกครั้ง

หมายเหตุ : * การส่งต่อเรื่องร้องเรียนถึง กปภ.สาขา มีขั้นตอนการประสานงาน ดังนี้

1. โทรศัพท์ประสานงานไปยังผู้ประสานงานหลักและผู้ประสานงานรอง
2. ส่งเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางไลน์ กปภ.สาขา
3. ส่งรายละเอียดเรื่องร้องเรียนเป็นทางการจากระบบ Call Center ไปยังระบบ Smart 1662

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 53 ของ 136

ขั้นตอนการรับสาย	การสนทนา
3. การพักสายลูกค้าเพื่อตรวจสอบข้อมูล - ตรวจสอบข้อมูล - หลังค้นพบข้อมูล	“กรุณาถือสายรอสักครู่ ขออนุญาตตรวจสอบข้อมูลค่ะ/ครับ” “ขอภัยที่ให้ถือสายรอค่ะ....”
4. การทวนข้อมูล	ทวนข้อมูลให้ครบถ้วน ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ 1. คุณ....(ชื่อลูกค้า)... 2. ที่ต้องการให้.... 3. สถานที่เกิดเหตุ... 4. ใช้เวลาดำเนินการ... 5. จะทราบผลประมาณ...
5. การกล่าวจบการสนทนา	1. “ต้องการสอบถามเรื่องอื่นเพิ่มเติมมั้ยคะ” 2. “ขอบคุณที่ใช้บริการ การประสานส่วนภูมิภาค สวัสดิ์ค่ะ) กรณีที่ลูกค้าแจ้งต่อแตก-รื้อ ให้กล่าวคำว่า “การประสานส่วนภูมิภาค ขอขอบคุณสำหรับการแจ้งต่อแตก-รื้อ และเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาทรัพยากรน้ำ”
6. การติดต่อกลับไปหาลูกค้า *เมื่อพนักงานรับสายไม่สามารถตอบข้อมูลได้จำเป็นต้องใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล เมื่อได้รับคำตอบแล้ว จึงจะติดต่อกลับไปหาประชาชน	“ขอหมายเลขที่สะดวกเพื่อใช้ในการติดต่อกลับด้วยค่ะ”
7. สัญญาณไม่ชัดเจน	“ขอภัยค่ะ เนื่องจากสัญญาณไม่ชัดเจน กรุณาติดต่อกลับมาอีกครั้ง ขอขอบคุณที่ใช้บริการ การประสานส่วนภูมิภาค สวัสดิ์ค่ะ”
8. การโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	“กรุณาถือสายรอสักครู่ ดิฉันจะทำการโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องค่ะ”
9. การโอนสายเข้า IVR เพื่อประเมินความพึงพอใจ ภายหลังจบการสนทนา	“หลังจากวางสายรบกวนกดประเมินการให้บริการของดิฉันในครั้งนี้นด้วยค่ะ”

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 54 ของ 136

การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Online Media)

ปัจจุบันโลกของการสื่อสารได้เข้าสู่ยุค “ดิจิทัล” ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งจากสถิติการใช้งานระบบดิจิทัลในประเทศไทย ประจำปี 2654 พบว่า คนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 69.5% วันละกว่า 8 ชั่วโมง โดยใช้งาน Social Media คิดเป็น 78.7% วันละกว่า 2 ชั่วโมง และมีสถิติการซื้อขายผ่านระบบ E-Commerce ถึงร้อยละ 83.6% เป็นลำดับ 3 ของโลก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของระบบ Internet และ Social Media ที่ทวีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเรามากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการให้บริการลูกค้า รวมทั้ง กปภ. จึงต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การให้บริการช่องทางสื่อสารผ่านสื่อ Social Online หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลที่นิยมการใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งในด้านการให้บริการลูกค้า ซึ่งหัวใจหลักของงานบริการก็คือ “คน” ในการส่งมอบบริการและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้านั่นเองซึ่งสื่อออนไลน์มีความสำคัญและมีประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า เพราะมีคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่

- สามารถแลกเปลี่ยนและค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว
- เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารได้ทุกสถานที่ ทุกเวลาสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง
- เป็นช่องทางที่มีความยืดหยุ่นลดข้อจำกัดของสื่อยุคก่อน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

หลังจากช่วงสถานการณ์ Covid-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน จากวิถีชีวิต New Normal ส่งผลให้เกิดระยะห่างทางสังคม หรือ Social Distancing ทำให้ทุกคนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานชีวิต การทำงานด้วยรูปแบบ Work from Homeเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบการสื่อสารออนไลน์ ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Line Facebook Twitter โดยเฉพาะ TikTok ที่ถือได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารยังคงมีความสำคัญ เพียงแต่รูปแบบความนิยมในการใช้สื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมและความต้องการของลูกค้า ซึ่งในปัจจุบัน ลูกค้านิยมใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น กปภ. ต้องนำข้อมูลจากการรับฟังเสียงของลูกค้าและข้อมูลพฤติกรรมต่าง ๆ ของลูกค้าที่เกี่ยวข้อง มากำหนดนโยบาย แผนงาน และกิจกรรม ในการสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ทั้งนี้ ในข้อดีของสื่อออนไลน์ก็มีข้อเสียที่ควรระมัดระวังเช่นเดียวกัน ด้วยข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้อย่างรวดเร็ว หากข้อมูลผิดพลาดก็จะถูกส่งต่อไปได้ในวงกว้างโดยใช้เวลาไม่นาน ดังนั้น การส่งข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ต้องใช้ความระมัดระวังพร้อมทั้งข้อมูลที่กระชับ ฉับไว ทันต่อเหตุการณ์อีกด้วย

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 55 ของ 136

ลักษณะของสื่อออนไลน์แต่ละประเภท

การสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งในด้านการพูดการเขียน การแสดงออกทางท่าทางต่อลูกค้า อดทนและอดกลั้นในการรับฟังคำร้องเรียนของลูกค้า มีความจริงใจและ ใส่ใจให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาซึ่งเราสามารถส่งมอบบริการที่น่า ประทับใจด้วยเทคนิคการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ แต่สำหรับช่องทาง Social Media นั้น จะมี ความโดดเด่นในด้านความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้าโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง มีความรวดเร็ว ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับได้อย่างสะดวก ทุกที่ ทุกเวลา ความสามารถในการส่งข้อมูล ได้ตอบระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้น การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ดีคือการสื่อสารด้วยวิธีการที่ เหมาะสมสื่อออนไลน์แต่ละประเภท โดยเน้นเนื้อหาความที่กระชับ เข้าใจง่าย สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า หรือผู้ใช้สื่อนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

- **เว็บไซต์ (Website)** เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่าง ๆ เสริมสร้าง ภาพลักษณ์องค์กรให้น่าเชื่อถือและทันสมัยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอรับบริการดังนั้น ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอในเว็บไซต์ควรมีรูปที่สื่อความหมาย น่าสนใจ และข้อความเนื้อหาที่มีความเหมาะสม กับพื้นที่ ไม่สั้นจนไม่รู้เรื่องหรือยาวเกินไปจนไม่น่าสนใจ

- **อีเมล (E-Mail)** จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Electronic-Mail หรือ E-Mail เป็นช่องทางการ ติดต่อสื่อสารในรูปแบบที่ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการใช้ในการรับ-ส่งสารระหว่างบุคคล โดยการใช้งาน เหมือนกับการส่งจดหมายผ่านไปรษณีย์ปกติ คือ การเขียนข้อความผ่าน E-mail Address ซึ่งมีความรวดเร็ว และสามารถส่งข้อความไปหาบุคคลใดก็ได้ทั่วโลก ทั้งในรูปแบบข้อความ การแนบเอกสาร รูปภาพ วิดีโอ หรือลิงค์ข้อมูลต่างๆ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ลดการใช้กระดาษและวัสดุสิ้นเปลือง อีกทั้งสามารถยืนยัน ตัวตนของบุคคลปลายทาง การสื่อสารผ่าน E-Mail จึงเทคโนโลยีที่มีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายและ ต่อเนื่อง ถูกนำมาใช้เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร อาทิ E-Billing หรือ Thank you Card เป็นต้น

เมื่อเราทราบประโยชน์และประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่าน E-mail แล้ว แต่จะนำมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ต่อการทำงานบริการได้อย่างไรนั้น จำเป็นต้องมีทักษะการเขียนผ่านช่องทาง E-mail เพื่อสร้าง ความประทับใจให้ลูกค้า ดังนี้

- 1) กำหนดเป้าหมายของ E-mail ให้ชัดเจนว่าจะส่งให้ใคร ต้องการจะบอกอะไร และเน้น จุดประสงค์หลัก ๆ ของ E-mail เพื่อช่วยให้ผลลัพธ์การสื่อสารนั้นออกมาได้ดีขึ้นและยังช่วยลด ข้อผิดพลาดได้อีกด้วย

- 2) ใช้หัวเรื่อง E-mail ให้ถูกต้องชัดเจนจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจทันทีตั้งแต่ก่อนเปิด E-mail ทำให้ลด ความผิดพลาดในการสื่อสาร โดยหัวข้อ E-mail นั้นควรสั้น กระชับ และตรงประเด็นที่สุด

- 3) ข้อความทักทายเปิดที่ดีจะช่วยให้ผู้รับรู้สึกดี เมื่อผู้อ่านนั้นกดเข้า E-mail สิ่งแรกที่ ผู้อ่านควรได้รับคือข้อความทักทายที่เหมาะสมกับระดับของผู้อ่านที่ส่งไปว่าเป็นใคร หรืออยู่ใน ตำแหน่งใด

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 56 ของ 136

4) List ประเด็นสำคัญ ในกรณีที่ต้องการรายงาน หรือแจ้งรายละเอียดของเนื้อหา สิ่งสำคัญที่ควรรู้คือ การแบ่งประเด็น สำคัญออกเป็นข้อ ๆ ให้เห็นได้ชัดเจน อ่านง่าย ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจ ในเนื้อหารวม โดยการแบ่งประเด็นควร ไม่เกิน 5 ข้อ แต่หากมีรายละเอียดของเนื้อหาจำนวนมาก เช่น มีมากกว่า 10 ข้อ แนะนำให้แบ่งหัวข้อย่อยเพิ่มในหัวข้อหลัก ๆ จะช่วยให้ลดการสับสนในการอ่านได้มาก

5) เลือกระดับภาษาให้เหมาะกับผู้อ่านอย่างที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ว่า E-mail ที่เขียนอยู่นี้ ต้องการเขียนถึงใคร ผู้อ่านเป็นใคร ซึ่งการทบทวนในเรื่องนี้สำคัญมาก เพราะการเขียน E-mail ส่งให้ลูกค้าอาจมีการใช้คำศัพท์ทางเทคนิค หรือตัวย่อมากเกินไป อาจทำให้ผู้อ่านไม่เข้าใจเนื้อหา

โดยวิธีนี้อาจตรวจสอบได้จากการปรึกษาผู้บังคับบัญชาให้ช่วยลองอ่านเพื่อปรับแก้ไขก่อน ส่ง E-mail ควรใช้ภาษาและคำศัพท์ที่สุภาพเป็นทางการ หากต้องติดต่อในนามองค์กรหรือแม้แต่การส่งถึงผู้ที่อยู่ในระดับสูงกว่าเพื่อแสดงถึงความนับถือ

6) จบให้สวย อย่าลืมใส่ "ลายเซ็น" แนบท้ายใน E-mail และทิ้งช่องทางการติดต่อ กลับมาช่องทางอื่นด้วย Email นั้นถึงแม้จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่ดีแต่ก็ไม่ได้เหมาะกับการสื่อสารใน ทุกกรณีการทิ้งช่องทางการสื่อสารอื่นไว้ให้นอกจากจะอำนวยความสะดวกในการพูดคุยด้วยช่องทางอื่นเพิ่มเติมแล้วยังเป็นการแสดงความจริงใจว่าเราต้องการสื่อสารกับผู้อื่นอีกด้วย

● **เฟสบุ๊ก (Facebook)** ปัจจุบันองค์กรต่างๆ หันมาสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Facebook มากยิ่งขึ้น เนื่องจากความหลากหลายในการรองรับข้อมูลหรือสื่อที่ต้องการเผยแพร่ ทั้งในแบบรูปภาพ วิดีโอ การถ่ายทอดสด นั้น แสดงให้เห็นว่า หากเราต้องการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแม้ไม่ได้มีโอกาสพบปะลูกค้าโดยตรง Facebook เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้

ดังนั้น การสร้างเนื้อหาที่จะเผยแพร่บน Facebook ต้องสามารถกระตุ้นให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง เกิดการแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ซึ่งหากเราสามารถสร้างเนื้อหาได้ตรงใจ กลุ่มเป้าหมาย การสร้างปฏิสัมพันธ์ อาทิ การกดถูกใจ การแชร์เนื้อหา การแท็กคนรู้จักให้เข้าไปอ่าน หรือการคอมเมนต์เพื่อแบ่งปันความเห็น นั่นคือการสร้าง Engagement บนโลกออนไลน์ได้อย่าง สมบูรณ์ โดยเทคนิคการสร้างเนื้อหาบน Facebook แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การตั้งหัวข้อ

ในส่วนนี้มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นจุดแรกที่ลูกค้าจะได้เห็นเนื้อหา ซึ่งมีวิธีง่าย ๆ ในการ เขียนหัวข้อ คือ

1) น่าสนใจและรู้เรื่องใน 2 วินาที

ใช้ Keyword ที่ทำให้รู้สึกว่ายากอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมชัดเจน ๆ ไปเลยว่าเราต้องการเสนอสินค้าหรือบริการอะไร หรือต้องการเชิญชวนให้ลูกค้าทำอะไรและได้อย่างไร ใน 2 วินาที ลูกค้า ต้องเข้าใจ เช่น ต้องการเชิญชวนให้ลูกค้าในอนาคตตัดสินใจใช้น้ำประปา ของเราด้วยโปรโมชั่นพิเศษ “ติดมิเตอร์ใหม่ลดราคา การประปาฯ จัดให้”

2) เข้าถึงอารมณ์ลูกค้า

การตั้งหัวข้อ ต้องเข้าถึงอารมณ์ลูกค้าและมีอารมณ์ร่วมด้วย ตัวอย่างเช่น “คน COOL ขอสู้แล้ง” เป็นต้น



	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 57 ของ 136

- 3) เขียนด้วยปัญหาของลูกค้าหรือเน้นคุณค่าที่จะได้รับ
วิธีการนี้เป็นการนำเอาปัญหาของลูกค้ามาเขียน เช่น “เดือนนี้ค่าน้ำคุณแพงใช่ไหม” หรือ “หมดปัญหาลืมจ่ายค่าน้ำให้ PWA Thailand คุณแล สิคครับ” เป็นต้น
- 4) ใช้ตัวเลข หรือ คำที่สื่อสารได้ง่าย
การสื่อสารได้ง่ายๆ จะใช้เป็นตัวเลข เช่น “3 ขั้นตอนง่าย ๆ ตรวจสอบท่อรั่วภายในบ้านด้วยตนเอง” การเขียนเพื่อขายหรือแนะนำวิธีต่างๆ จะต้องกำหนดให้ชัดไปเลยว่าเป็นอย่างไร ได้ทำอะไร

ส่วนที่ 2 การเขียนเนื้อหา

สิ่งสำคัญคือความต่อเนื่องจากหัวข้อที่ตั้งไว้ โดยมีเทคนิค การเขียนเนื้อหา ดังนี้

- 1) ต้องมีความต่อเนื่อง จากหัวข้อเดือนนี้ค่าน้ำคุณแพงใช่ไหม เช่น เริ่มต้นเขียนว่า ทำไมค่าน้ำแพงขึ้นเพราะอะไรมาด้วยกัน
- 2) เสริมอารมณ์ปัญหาของลูกค้า การเขียนไม่มีอะไรที่ตายตัว คุณต้องมีการเสริมอารมณ์เข้าไป ด้วยการนำปัญหาของลูกค้าเข้ามาเขียน เช่น ตอนนี้น้ผมเองก็เจอปัญหาเหมือนกับคุณเพราะว่าปกติจ่ายค่าน้ำไม่กร้อยแต่เดือนนี้ค่าน้ำของบ้านผมแพงมาก
- 3) มีความเข้าใจลูกค้า อาจจะเริ่มด้วยการเขียนว่า ผมเองก็เคยได้รับบิลแจ้งค่าน้ำประปาแพงมากปกติที่บ้านไม่ได้จ่ายค่าน้ำแพงเท่านี้มาก่อน เมื่อลูกค้าที่อ่านอยู่จะรู้สึกว่าเขาเข้าใจคุณและอ่านเนื้อหาของคุณต่อไป
- 4) Call to Action ให้ทำอะไรก็บอกไปเลย เช่น ให้ไปติดตามเพจของคุณให้ไปอ่านต่อที่ไหน

ส่วนที่ 3 การออกแบบภาพ

- หากไม่ถนัดด้านกราฟิก แต่เชื่อว่าทำไม่ได้ สามารถนำเทคนิคง่าย ๆ คือ
- 1) สื่อถึงปัญหาของลูกค้า พูดถึงค่าน้ำแพง ภาพจะต้องบ่งบอกถึงปัญหาหรืออารมณ์โกรธ ร้องไห้ถือบิลค่าน้ำหรือภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น
 - 2) เข้าใจง่าย คุณอาจจะเอาหัวข้อมาใส่ที่ภาพได้ ให้เข้าใจง่าย ๆ เช่น ทำไมเดือนนี้ค่าน้ำแพงจัง
 - 3) เน้นหัวข้อสำคัญที่ส่วนขวาของภาพ คนเราจะมองตรงด้านขวาของเรา ก่อน หลังจากนั้นจะมองด้านซ้าย ให้เน้นไปเลยอยากจะให้ลูกค้าเห็นอะไรก็ใส่ตรงนี้ ถ้าเปรียบเทียบกับเหมือนหน้าจอคุณ คุณจะมองตรงไหนก่อนเมื่อยกมือถือขึ้นมาก็ใส่ไปตรงนั้นเลย

กล่าวโดยสรุปก่อนที่จะเริ่มเขียน Content สิ่งที่สำคัญและมองข้ามไปไม่ได้เลยคือ ควบคู่ศึกษาหรือทำความเข้าใจว่าลูกค้าสนใจ Content ประเภทไหน และควรถามตัวเองก่อนว่าสิ่งที่กำลังจะเขียนนั้น สร้างประโยชน์อะไรให้แก่คนอ่านและต้องสร้าง Content แบบไหนจึงจะดึงดูดให้ลูกค้าติดตาม Content จากนั้นเขียน Content ให้ชัดเจนตรงประเด็น อ่านแล้วเข้าใจทันที การเลือกโพสต์ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ มี Active Users หรือผู้ใช้ Facebook กำลังออนไลน์อยู่มากเท่าไร โอกาสที่คนเหล่านี้จะเห็นโพสต์ บนหน้าฟีดก็มีมากขึ้นเท่านั้นและอย่าลืมแนะนำให้ผู้ติดตาม กด See First เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายไม่พลาดข่าวสารที่เราจะนำเสนอ



	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 58 ของ 136

● ไลน์ออฟฟิเชียลแอคเคาท์ / ไลน์ (Line Official Account –LineOA / Line

การสื่อสารช่องทาง Line ในแต่ละรูปแบบนั้น ข้อดีคือเราสามารถสื่อสารตอบกลับลูกค้าได้ทันที ทั้งการส่งข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ รวมทั้งสติ๊กเกอร์ ที่เสริมสร้างบรรยากาศในการสนทนา แต่มีข้อควรระวังคือ ไม่ควรใช้ภาษาพูดแบบเป็นกันเองในการพิมพ์สื่อสารกับลูกค้าและหากใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับบรรยากาศในการสนทนาขณะนั้นด้วย

● ทวิตเตอร์ (Twitter)

การสื่อสารผ่านทวิตเตอร์ ในกรณีที่เราต้องการสื่อสารอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง และสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของคนที่น่าสนใจได้ ทั้งนี้ข้อความที่สื่อสารผ่านทวิตเตอร์มีข้อจำกัด คือ ความยาวของข้อความในการทวิตแต่ละครั้ง ต้องไม่เกิน 140 ตัวอักษร ทั้งนี้เราสามารถสร้างให้ข้อความของเราเกิดความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ # ตามด้วยข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย

กล่าวโดยสรุปสำหรับข้อควรระวังในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น อีเมล เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ มีดังนี้

1. ลักษณะของการสื่อสาร

- ต้องสื่อสารแบบ 2 ทางเสมอ นอกจากการให้ข้อมูลยังต้องรับ Feedback กลับมาทุกครั้ง
- ให้ความสำคัญกับการตอบสนองที่รวดเร็ว
- ผู้ให้บริการที่มีความรู้เพียงพอและมีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถจับประเด็นความต้องการของลูกค้า
- การใช้ภาษา การสะกดคำ การเขียนเรียงเรียงประโยค
- ต้องเข้าถึงตัวตนของลูกค้าเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า
- หากจำเป็นควรติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปได้อย่างลุล่วง

2. เทคนิคการให้บริการลูกค้า

2.1 ตอบกลับอย่างรวดเร็วที่สุด

การตอบคำถามทันที แสดงให้เห็นถึงการใส่ใจลูกค้าและเป็นการบริการลูกค้าที่ยอดเยี่ยม โดยเฉพาะถ้าเป็นด้านลบ ต้องรีบตอบกลับ หรือ ชี้แจงเบื้องต้น ขอเวลาตรวจสอบ และนัดเวลาในการตอบ เป็นการแสดงให้เห็นว่ามีการรับทราบเรื่องแล้ว เพื่อป้องกันการเกิดอคติกับลูกค้าและการ comment ข้างที่รุนแรงมากขึ้น

2.2 ติดตามปัญหาโดยที่ไม่ต้องให้ลูกค้าแจ้งเข้ามา อ ย่ารอให้ลูกค้าร้องเรียนปัญหาเข้ามา หากพบว่าข้อร้องเรียนหรือจะมีเหตุใดๆ ที่กระทบต่อการให้บริการ ให้ประกาศแจ้งต่อสาธารณะในทันทีที่ทราบ

3. ใช้ภาษาที่สุภาพ แสดงถึงความยินดีที่จะพูดคุยกับลูกค้าผ่าน E-mail Facebook หรือ Line และทุกครั้งที่ต้องกลับหาลูกค้า

4. ต้องกล่าวคำขอบคุณ และกล่าวชื่อลูกค้าด้วย ตัวอย่างเช่น ขอขอบคุณ @ชื่อลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกที่ดีจากบริการของเรา

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 59 ของ 136

5) เปิดใจรับฟัง comment ทั้งด้านบวกและด้านลบทุกครั้งที่มี comment เข้ามา ต้องตั้งใจอ่านข้อความนั้นอย่างระมัดระวัง อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้งบาง comment ที่เป็นด้านลบ จำเป็นต้องตรวจสอบต้นเหตุของการเกิดปัญหา ว่าเกิดจากอะไร บกพร่องตรงไหน พยายามหาคำตอบในเชิงแก้ปัญหา

6) ตรวจสอบคำตอบให้ถูกต้องและเหมาะสมทุกครั้งก่อนโพสต์ เนื่องจากการตอบ comment ต่อสาธารณะ ส่งผลต่อภาพพจน์และภาพลักษณ์ขององค์กร

● Youtube

Youtube เป็นช่องทางที่ผู้ใช้งานสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ ซึ่งประโยชน์ของ Youtube นอกจากสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ ยังสามารถจัดทำสื่อเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่ผู้เข้าชม เสมือนคลังความรู้สำเร็จรูปที่เราสามารถแบ่งปันในรูปแบบออนไลน์ เราอาจผลิตสื่อที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า เช่น กว่าจะป็นน้ำประปา วิธีประหยัดน้ำ วิธีการตรวจสอบน้ำรั่วภายในบ้าน และวิธีการซ่อมแซมท่อแตกรั่วภายในบ้านด้วยตัวเอง เป็นต้น ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงความยาวของเนื้อหาโดยเฉลี่ยไม่ควรเกิน 10 – 15 นาที เพื่อความน่าสนใจ เน้นภาพเคลื่อนไหว มากกว่าการพูดบรรยายตลอดเวลา



● Tiktok

Tiktok เป็นโปรแกรมที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างวิดีโอขนาดสั้น ความยาวประมาณ 1 - 2 นาที ด้วยวิธีการภายในแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการตัดต่อสามารถใช้ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนก็สามารถถ่ายทำและตัดต่อคลิปวิดีโอได้อย่างสะดวกรวดเร็วและสามารถบันทึกวิดีโอและแชร์ผ่านช่องทางโซเชียลอื่นๆ อีกทั้งยังเหมาะสำหรับการถ่ายทำภาพในแนวตั้งอีกด้วย

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 60 ของ 136

เทคนิคการลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าร้องเรียนผ่านช่องทาง Social Media

การสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทาง Online มีข้อแตกต่างจากการให้บริการผ่านช่องทางออฟไลน์ ซึ่งลูกค้าอาจเห็นเพียงแค่ตัวอักษร รูปภาพ เท่านั้น ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ลูกค้าต้องการสื่อ เพื่อประเมินความรู้สึก ความต้องการ หรือระดับของปัญหาที่ลูกค้าต้องเจอ อันนำไปสู่การสื่อสารกลับได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้

ดังนั้น การสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media สิ่งที่ต้องระมัดระวังและรอบคอบเป็นอย่างยิ่ง นั่นคือ ทักษะการใช้ภาษา โดยเฉพาะภาษาเขียน เช่น การตอบข้อร้องเรียนลูกค้า ซึ่ง นอกจากเราต้องแจ้งสาเหตุ ข้อการเกิดปัญหาในการให้บริการแล้ว ต้องแสดงการขอโทษและความเข้าใจ ห่วงใยลูกค้าที่ได้รับความไม่สบายใจจากการให้บริการของเราด้วย จึงจะสามารถลดระดับความรุนแรงของความไม่พึงพอใจลูกค้าได้ และป้องกันไม่ให้เกิดร้องเรียนซ้ำจากลูกค้ารายอื่นที่อาจกำลังไม่พึงพอใจการให้บริการของเราในขณะนั้นเช่นกัน ดังนั้น หากต้องมีการสอบถามหรืออธิบายข้อมูลเพิ่มเติมที่ค่อนข้างละเอียด ควรสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น การโทรศัพท์ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า หรือส่งข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมไปทางอีเมล หรือช่องทางอื่นที่ลูกค้าสะดวก เป็นต้น

นอกจากนี้ การติดตามผลการแก้ไขปัญหาที่มีความสำคัญอย่าลืมติดตามผลว่าการแก้ไขปัญหาเป็นที่พอใจของลูกค้าหรือไม่ซึ่งอาจติดตามทางโทรศัพท์ จดหมาย E-mail Line หรือไปพบลูกค้าเองก็ตาม จะได้ทราบว่าวิธีการของเราได้ผลหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ถ้าไม่ได้ผลเราควรหาวิธีการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าต่อไป เพื่อสื่อให้เห็นถึงความใส่ใจในการแก้ปัญหาไม่ละทิ้งลูกค้าซึ่งเราสามารถนำข้อมูลการติดตามผลไปพิจารณาและนำไปสู่การปรับปรุงการจัดการข้อเรียน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวอีกในอนาคต

สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ในเรื่องที่ลูกค้าร้องเรียนมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน ไม่ควรแจ้งข้อมูลที่ไม่เป็นทางการหรือเป็นการแสดงความคิดเห็น หรือการรับปากแบบพอให้พ้นตัวไป แต่ในความเป็นจริงแล้วทำไม่ได้ รวมทั้งควรเสนอวิธีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า หากสามารถทำได้ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการของ กปภ.

การกำหนดประเด็นที่สื่อสารใน Social Media

1. วิเคราะห์ประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในแต่ละครั้ง เช่น ต้องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ต้องการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ต้องการสร้างความสัมพันธ์ หรือต้องการชี้แจงทำความเข้าใจกับลูกค้า
2. เรียบเรียงข้อมูลในการสื่อสาร โดยกำหนดเนื้อหา Content ระยะเวลาในการเผยแพร่รูปแบบองค์ประกอบ เช่น รูปภาพหรือกราฟิก ประกอบข้อความการสื่อสาร
3. สร้างรูปแบบของเนื้อหาในการสื่อสาร เช่น เนื้อหาที่หน่วยงานต้องการเผยแพร่ (Public Content) เนื้อหาที่เกี่ยวกับการชี้แจงการอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง มักใช้เมื่อมีสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อองค์กรหรือได้รับการร้องเรียน และเนื้อหาที่ป้องกันความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนต่อองค์กร หรือต้องการแจ้งเรื่องที่กระทบกับพฤติกรรมของลูกค้า เช่น การทำขั้นตอนการชำระค่าบริการผ่าน Application เป็นต้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 61 ของ 136

การวัดประสิทธิภาพการเข้าถึงและความสนใจของลูกค้าผ่าน Social Media

1. เชิงปริมาณ ได้แก่ จำนวนผู้ติดตาม (Follower)จำนวนผู้ชม (Viewer)จำนวนผู้กด (Like) จำนวนผู้แชร์ (Shared)จำนวนผู้แสดงความคิดเห็น (Comment) ทั้งด้านบวกและด้านลบ เป็นต้น
2. เชิงคุณภาพ ได้แก่ การบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร การได้รับภาพลักษณ์ที่ดี เป็นต้น

ข้อควรจำในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

- เมื่อ Post เรื่องราวใดไปใน Social Media จะต้องติดตาม Feedback / Response อย่างสม่ำเสมอ
- การนำเสนอเนื้อหาใน Social Media ต้องใช้ความระมัดระวัง เพราะถือเป็นโอกาสและความเสี่ยง
- หากมีคนกล่าวชมเชยให้ขอบคุณภายใน 1 วัน หากคนตำหนิ/ร้องเรียนให้ตอบสนองโดยเร็วที่สุด
- กำหนดกิจกรรมสำหรับลูกค้าหรือผู้ติดตามที่ให้ Feedback / Response ใน Social Media อย่างสม่ำเสมอ
- สร้าง Content ที่กระตุ้นให้คนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นหรือต้องการที่จะบอกต่อ
- สื่อสารให้เหมือนมนุษยธรรมตาทั่วไป ไม่ใช่องค์กร คือ เน้นการสื่อสารที่เป็นมิตรและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 62 ของ 136

11. เทคนิคการให้บริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ

การสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต้องมีความรู้และทักษะการสื่อสารทั้งการพูด การเขียน และการแสดงออกทางกายด้วยท่าทางต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้า ที่สำคัญคือต้องมีสติและความอดทนต่อสภาวะกดดันต่าง ๆ เช่น การร้องเรียนของลูกค้าที่อาจมีอารมณ์ร่วมด้วย ซึ่งเราสามารถส่งมอบบริการที่น่าประทับใจด้วยเทคนิคการให้บริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

1. ช่องทางการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ เช่น โทรศัพท์ไปที่สำนักงาน กปภ.สาขา กปภ.เขต และ PWA Contact Center 1662 เป็นต้น

การให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ ควรพูดด้วยถ้อยคำที่เหมาะสมน่าฟัง สุภาพ อ่อนโยนและนุ่มนวล ตั้งใจรับฟัง มีคำลงท้ายทุกครั้ง เช่น ครับ/ค่ะ โดยมีเทคนิคง่าย ๆ คือ ให้ยิ้มทุกครั้งที่สนทนาทางโทรศัพท์กับลูกค้า หรือหากจะจกตั้งโต๊ะเล็ก ๆ มาวางไว้ใกล้โทรศัพท์เวลารับสายลูกค้าก็ให้ส่งกระจกและคอยสังเกตสีหน้าอารมณ์ของตัวเองไปด้วย ซึ่งเทคนิคเหล่านี้จะช่วยทำให้น้ำเสียงดูอ่อนโยน ไม่แข็งกระด้าง หากลูกค้ามีประเด็นสอบถามหรือเรื่องเล่ายาวควรหาจังหวะในการตอบรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ที่เราตั้งใจรับฟังลูกค้าอยู่ ทั้งนี้ หากมีประเด็นที่ไม่เห็นด้วยกับลูกค้าไม่ควรโต้แย้งหรือพูดแทรกทันที แต่ควรรอและชี้แจงในจังหวะที่เหมาะสม ระหว่างนั้นควรจดบันทึกประเด็นคำถามและวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาหรือประเด็นที่ไม่เห็นด้วยกับลูกค้า รวมถึงไม่ตอบคำถามด้วยการย้อนถามลูกค้าหรือใช้คำถามที่อาจทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจมากขึ้น

2. ช่องทางการให้บริการลูกค้าแบบเผชิญหน้าหรือ Face to Face เช่น ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ติดต่อหรือแจ้งเรื่องร้องเรียนที่สำนักงานหรือผ่านเจ้าหน้าที่

การให้บริการติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้คือการเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ ซึ่งจะทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถมองเห็นทุกการกระทำ ท่าทางและอารมณ์ที่แสดงออก โดยเทคนิคที่เราต้องใช้ คือ ต้อนรับด้วยรอยยิ้มและกล่าวทักทายด้วยคำว่า “สวัสดีครับ/สวัสดีค่ะ” พร้อมแสดงความกระตือรือร้นและเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ตั้งใจรับฟังและสบตาลูกค้าในขณะที่สนทนามีรอยยิ้มให้ลูกค้าเพื่อบ่งบอกถึงความตั้งใจที่ดีให้บริการ รวมถึงให้เกียรติลูกค้าด้วยการควบคุมกิริยาท่าทาง อารมณ์ การใช้คำพูดให้เหมาะสมพร้อมสังเกตอารมณ์ของลูกค้าให้มีความรู้สึกที่ดีในระหว่างที่ได้รับการบริการ

3. ช่องทางการให้บริการผ่านทาง E-mail FACEBOOK และ LINE

3.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง E-mail นั้นส่วนใหญ่มักเป็นเอกสารหรือลายลักษณ์อักษร ดังนั้นจึงควรใช้ภาษาและคำศัพท์ที่สุภาพเป็นทางการ และสร้างความรู้สึกลงในเชิงบวก รวมถึงควรเพิ่มความระมัดระวังในการใช้ภาษาให้มากเป็นพิเศษ ข้อมูลที่ใช้จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ เพราะการสื่อสารที่เป็นเอกสารหรือลายลักษณ์อักษรเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาอ้างอิงและใช้เป็นหลักฐานได้ เทคนิคที่ควรใช้คือ ควรร่างเอกสารหรือข้อความแล้วส่งให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบแก้ไขก่อนส่งทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาด

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 63 ของ 136

3.2 การให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง FACEBOOK และ LINE จะต้องระมัดระวังและรอบคอบ และควรใช้ภาษาสุภาพ กระชับ และเข้าใจง่าย เนื่องจากช่องทางนี้เป็นสื่อกลางที่สามารถเผยแพร่และเข้าถึงคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว **เทคนิคในการให้บริการ** ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางนี้คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือโพสต์ข้อมูลต่าง ๆ ต้องมีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาด้านการเขียนเพื่อการสื่อสาร เหมือนกับช่องทาง E-mail แต่อาจลดระดับความเป็นทางการของภาษาเขียนลงได้ ทั้งนี้ ก่อนจะโพสต์หรือส่งข้อมูลต้องให้ผู้บังคับตรวจสอบแก้ไขก่อนทุกครั้ง

ข้อควรคำนึงในการโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือเนื้อหาอื่น ๆ ผ่านช่องทาง Facebook หรือส่งข้อมูลผ่าน Line ขององค์กรทุกครั้ง ต้องนึกอยู่เสมอว่า Facebook หรือ Line เปรียบเสมือนหน้าบ้านของเรา ดังนั้น เราต้องทำหน้าบ้านของเราให้น่าสนใจ อบอุ่นเป็นกันเอง พร้อมให้บริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรของเรา โดยการโพสต์ข้อความหรือรูปภาพใด ๆ ควรสื่อถึงภารกิจหน้าที่ขององค์กร ประโยชน์ที่ลูกค้า ชุมชน หรือประเทศชาติจะได้รับ เช่น การสนับสนุนน้ำประปาช่วยเหลือภัยแล้ง การสนับสนุนน้ำดื่มหรือสิ่งของจำเป็นให้แก่โรงพยาบาลสนาม กิจกรรมปลูกป่าสร้างฝายปล่อยพันธุ์ปลาเทคนิคในการตรวจสอบท่อแตกท่อรั่วภายในบ้านด้วยตนเอง ทั้งนี้ **ไม่ควรโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่สำคัญหรือไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ขององค์กร** เช่น กิจกรรมจัดงานวันเกิด กิจกรรมสังสรรค์ต่าง ๆ เป็นต้น

ตัวอย่างการโพสต์ข้อมูลใน Facebook ที่ถูกต้องน่าสนใจ



การประปาส่วนภูมิภาค เขต 3
18 มกราคม · 🌐

โปรโมชันดี! ลดค่าติดตั้งมิเตอร์ประปา 10% สำหรับผู้ใช้รายใหม่ (เฉพาะมาตรฐานขนาด 1/2 นิ้วเท่านั้น) เพื่อเป็นของขวัญให้กับประชาชนในปีใหม่นี้
อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : <https://www.pwa.co.th/news/view/86664>
อีกทั้งยังสะดวกจ่าย ง่ายทุกบริการ เพียงใช้บริการผ่าน... ดูเพิ่มเติม

ถึงลมหนาวจะมา น้ำประปาก็ยังสำคัญ
คุณลูกค้าจะ คุณลูกค้าจะ.....
กปภ.จัดให้ ลดค่าติดตั้ง 10%
รวมถึงสามารถใช้บริการออนไลน์ง่ายๆ ผ่าน

Line Official @pwa_thailand | เว็บไซต์ กปภ. www.pwa.co.th | แอปพลิเคชัน PWA1662

การประปาส่วนภูมิภาค เขต 3
Provincial Waterworks Authority Regional Office 3
📞 การประปาส่วนภูมิภาค เขต 3 | 🌐 www.reg3.pwa.co.th | 📱 pwa_region3 | 📞 PWA Contact Center 1662



การประปาส่วนภูมิภาค สาขารังสิต
12 พฤษภาคม เวลา 10:30 น. · 🌐

หมดอุรรอ ไม่ต้องต่อคิว 🙌🙌
วันนี้ ! ลูกค้าการประปาส่วนภูมิภาคทุกสาขา สามารถจองคิวออนไลน์ล่วงหน้า เพื่อเลือกวันและเวลาที่สะดวกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขาทั่วประเทศ
👉 สะดวก 👉 รวดเร็ว 👉 ลดการแออัด 👉ปลอดภัยจาก COVID-19
👉 จองคิวล่วงหน้า คลิก 👉 <https://devservice.pwa.co.th/queue/>
👉 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ PWA Contact Center 1662

📢 การประปาส่วนภูมิภาค #COVID19 #จองคิวออนไลน์

ลูกค้า กปภ. จองคิวออนไลน์ล่วงหน้า
ทำธุรกรรมที่ กปภ.สาขาได้แล้ววันนี้

<https://www.pwa.co.th>
หรือ <https://devservice.pwa.co.th/queue/>

“สะดวก รวดเร็ว ลดการรอคอย”

QR Code: <https://www.pwa.co.th> | <https://devservice.pwa.co.th/queue/>

ธุรกรรมที่เปิดให้บริการจองคิวออนไลน์

ขอติดตั้งประปาใหม่	โอนสิทธิ์การใช้ประปา	เปลี่ยนขนาดมาตรวัดน้ำ
ยกเลิกการใช้ประปา	คืนเงินประกันการใช้	ตรวจสอบค่าน้ำสูงผิดปกติ
พักมาตรวัดน้ำ	ขอย้ายสถานที่ใช้น้ำ	ตรวจสอบมาตรวัดน้ำ
ชำระค่าประปาตามมาตรวัดน้ำ (ถูกระงับการใช้น้ำ)		

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 64 ของ 136

12. ภาษาอังกฤษสำหรับการให้บริการ

1. Customer Service Step By Step: ขั้นตอนการบริการลูกค้า

- 1) Introduction & Greeting : แนะนำตัว & ทักทาย
- 2) Determining Needs & Meeting Needs : สอบถามความต้องการ
- 3) Apologizing & Showing Empathy : กล่าวขอโทษ , แสดงความเห็นใจ
- 4) Taking Responsibility & Offering Solutions : แสดงความรับผิดชอบเสนอแนะแนวทาง , แก้ไขปัญหา

1) กล่าวทักทาย (Greeting)

- Hello, this is PWA.
- PWA, Good Morning.

แสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม ยินดีที่ได้ช่วยเหลือคุณ	I'd be happy to help you with that.
ดิฉัน/ผม ยินดีที่ได้ดูแลคุณ	I'd love to take care of that for you.
แน่นอน, ดิฉัน/ผม จะดูแล / จัดการให้	Sure, let me help with that.

2) สอบถามความต้องการ (Determining Needs & Meeting Needs)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
คุณมีอะไรให้ฉันช่วยไหม?	Can I help you?
	May I help you?
	What can I do for you?
	How can I help you today?
	Is there anything I can do for you?

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 65 ของ 136

ขอตรวจสอบก่อนจะดำเนินการต่อ

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
กรุณาถือสายรอสักครู่ดิฉัน/ผมขอตรวจสอบข้อมูล	I will check. Just a moment, please.
- ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณโดยเร็วที่สุด - ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณภายในครึ่งชั่วโมง - ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณภายใน ... นาที - ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณอีกสักครู่	- I will call you back as soon as possible. - I will call you back in half an hour. - I will call you back in ... minutes. - I will call you back in a few minutes.
ดิฉัน/ผม ขอประสานงานกับเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบข้อมูลและจะติดต่อกลับคุณในภายหลัง	I will inform you after checking with <u>my staff</u> / <u>my team</u>
ดิฉัน/ผม ขอทราบที่อยู่ของคุณได้ไหม?	- May I have your address please? - Can I have your address please? - Could I have your address please?
ดิฉัน/ผม ขอทราบที่เบอร์โทรศัพท์ของคุณได้ไหม?	- May I have your phone number please? - Can I have your phone number please? - Could I have your phone number please?
ดิฉัน/ผม จะส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบ	I will send <u>staff</u> / <u>someone</u> / <u>my team</u> to take a look.
ดิฉัน/ผม จะส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบบริเวณบ้านของคุณ / ในพื้นที่	I will send someone to take a look at <u>your home/the location/the scene</u> .

3) การแสดงความเห็นอกเห็นใจ (Showing empathy)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม เข้าใจคุณ	I understand.
ดิฉัน/ผม ก็รู้สึกเช่นเดียวกันกับคุณ	I would feel the same way.
ดิฉัน/ผม เข้าใจว่าทำไมคุณถึงรู้สึกไม่สบายใจ	I can understand why you are upset.
ดิฉัน/ผม เข้าใจว่าทำไมคุณถึงไม่พอใจ	I can understand why you are not happy.
ดิฉัน/ผม เข้าใจถึงความลำบากของคุณ	I understand how difficult this must be.

การกล่าวขอภัยลูกค้/ขอโทษ (Apologize)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม ขอภัยในความไม่สะดวก	I'm terribly sorry for this inconvenience.
ดิฉัน/ผม ขอภัยสำหรับปัญหาในเรื่อง	I apologize for the problem with
ดิฉัน/ผม ขอภัยสำหรับความผิดพลาดของเรา	I sincerely apologize for our mistake.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 66 ของ 136

4) การแสดงความรับผิดชอบ (Taking Responsibility)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดูเหมือนว่าเราจะมีการเข้าใจผิด	There seem to be a misunderstanding.
ดิฉัน/ผม เกรงว่าเราจะไม่ได้รับอีเมลของคุณ	I'm afraid we have overlooked your email.
ดูเหมือนว่าจะมีเหตุขัดข้องทางเทคนิค/ช่างของเรา ดำเนินการผิดพลาด	It looks like our technician has made a mistake.

เสนอแนวทางแก้ไข (Offering Solution)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม จะแก้ไขปัญหาของคุณให้ทันที	I will take care of this problem immediately for you.
ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับหาคุณเพื่อชี้แจงข้อมูล ในอีก นาที	I will call you back in minutes with an answer.
ปัญหาดังกล่าวจะแก้ไขเสร็จตอน 5 ทุ่มของวันนี้	This problem should be fixed by 5 pm. Today.

2. ปัญหาร้องเรียนที่อาจพบบ่อย

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉันส่งอีเมลไปที่หน่วยงานของคุณ 3 ครั้งแล้ว แต่ยังไม่ได้รับการติดต่อกลับ	I have sent 3 emails to your customer service department and I have not received a response.
ฉันรอสายนาน 10 นาทีแล้ว	I was on hold for 10 minutes.
ฉันยังไม่ได้รับใบแจ้งหนี้เดือนนี้	I never received my bill for this month.
บ้านของฉันน้ำไหลอ่อน	The water pressure in my house is very low.
ท่อน้ำหน้าบ้านของฉันรั่ว	The pipe outside my house is leaking.
เมื่อวานนี้เจ้าหน้าที่แจ้งว่าจะติดต่อกลับตอนนี้พวกเขายังไม่ติดต่อกลับมาเลย	An agent said they were going to call me back yesterday and they haven't called yet.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 67 ของ 136

ตัวอย่างปัญหาร้องเรียนที่พบบ่อย

A: I have some question about your service. (ดิฉันมีคำถามเกี่ยวกับการให้บริการของคุณ)

B : Sure , I'd be help you with that . (ค่ะ/ครับ, คุณต้องการให้ดิฉัน/ผมช่วยเรื่องใดค่ะ/ครับ)

ตัวอย่างการตอบชี้แจงกรณี รอน้ำประปาเต็มระบบ

Dear Customer,

We would like to apologize for your inconvenience from running out of water due to outage. Now pumping system is running normally and we're under the process of tap water delivery which some communities of high areas will be affected a little bit longer than normal area.



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 68 ของ 136

3. PWA Vocabulary

คำศัพท์	ความหมาย	คำศัพท์	ความหมาย
Address	ที่อยู่	Experience	ประสบการณ์
Anger	โกรธ	Face-to-face	ตัวต่อตัว
Anything else	อื่น ๆ	Fault	ความผิด
Apologize	ขอโทษ	Friendly	เป็นมิตร
Appropriate	เหมาะสม	Greeting	การทักทาย
Area, Site	พื้นที่	Happen	เกิด
Assist	ช่วยเหลือ	Hold on	ถือสาย
Assure	ทำให้มั่นใจ	Immediately	ทันทีทันใด
Burst	ระเบิด	Impression	ความประทับใจ
Calm	ใจเย็น	Inconvenience	ไม่สะดวก
Chlorine	คลอรีน	Inform	แจ้ง
Check	ตรวจสอบ	Inspection	การตรวจสอบ
Comfortable	สะดวกสบาย	Invoice	ใบแจ้งหนี้
Complaint	การร้องเรียน	Involve, include	เกี่ยวข้อง
Concern	ห่วงใย	Leak	รั่ว
Deal with	จัดการ	Listen	ฟัง
Difficult	ยาก	Low pressure	แรงดันต่ำ
Dirty	สกปรก	Mistake, Error	ความผิดพลาด
Drip	หยด	Murky	ขุ่น
Empathy	ความเห็นอกเห็นใจ	Negative	ด้านลบ
Expensive	แพง	Offer	เสนอ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 69 ของ 136

3. PWA Vocabulary (ต่อ)

คำศัพท์	ความหมาย	คำศัพท์	ความหมาย
Payment channel	ช่องทางการชำระเงิน	Salty	เค็ม
Payment	การจ่ายเงิน	Satisfy	ทำให้พอใจ
Pipe	ท่อ	Seat	ที่นั่ง
Please	ได้โปรด	Serve	บริการ
Polite	ยินดี	Sincere	จริงใจ
Positive	ด้านบวก	Smell	มีกลิ่น
Problem	ปัญหา	Solve	แก้
Receipt, Bill	ใบเสร็จรับเงิน	Sometimes	บางครั้ง
Receive	ได้รับ	Take care	ดูแล
Refund	คืนเงิน	Transfer	โอน ส่งต่อ
Request	ขอร้อง	Trust	เชื่อมั่น
Response	คำตอบ	Understand	เข้าใจ
Responsibility	ความรับผิดชอบ	Upset	หงุดหงิด เสียใจ
Result	ผลลัพธ์	Water Quality	คุณภาพน้ำ
Rude	หยาบคาย	Water shut-off	น้ำหยุด น้ำไม่ไหล
Rusty	ขึ้นแดงเป็นสนิม		

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 70 ของ 136

13. ข้อควรระวังที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ

สำหรับสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจจนนำไปสู่การเกิดข้อร้องเรียนมาจาก 4 สาเหตุใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สาเหตุมาจากพนักงานผู้ให้บริการ

- 1.1 พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มองลูกค้าด้วยหางตา ไม่สนใจลูกค้า
- 1.2 ให้บริการล่าช้า ไม่ได้ให้บริการทันที เช่น ขณะที่ให้บริการก็มีการทำงานอื่นหรือพูดคุย กับเพื่อนร่วมงาน แต่งหน้าต่อหน้าลูกค้า
- 1.3 เกิดความผิดพลาดขณะที่ให้บริการ เช่น การเขียนชื่อลูกค้าผิด เสียเวลาในการแก้ไข
- 1.4 ได้รับการสื่อสารจากพนักงานไม่ตรงกัน
- 1.5 บริการไม่ยุติธรรม พนักงานปล่อยให้ลูกค้ารายอื่นแซงคิวลูกค้าที่กำลังรอรับบริการอยู่
- 1.6 พนักงานไม่มีความรู้ เมื่อลูกค้าสอบถาม พนักงานก็ไปสอบถามจากเพื่อนทุก ครั้ง ไม่สามารถให้คำตอบได้ด้วยตัวเอง

2. สาเหตุมาจากตัวสินค้า/บริการ

- 2.1 สินค้าหรือบริการไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ซึ่งไม่ตรงกับการโฆษณา ที่ลูกค้า รับรู้
- 2.2 ขั้นตอนการบริการหลายขั้นตอน ทำให้เกิดความล่าช้าในการ รอคอย ทั้งด้านเอกสารและการขออนุมัติจากผู้บริหาร
- 2.3 มีแต่เครื่องบริการอัตโนมัติ หากตัวผู้ให้บริการไม่ได้ในการเกิดปัญหา กับลูกค้า

3. สาเหตุมาจากตัวลูกค้า

- 3.1 มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพนักงานให้บริการ เช่น เกลียดชังหน้าพนักงาน ซึ่งทำให้การบริการไม่ดีในการรับรู้ของลูกค้า
- 3.2 มาจากนิสัยส่วนตัวของลูกค้าที่ข้อร้องเรียน ซึ่งในกรณีนี้ลูกค้าอาจจะลอง ทดสอบการให้บริการ หรือทดสอบการรับข้อร้องเรียนจากองค์กร

4. สาเหตุมาจากปัจจัยอื่น ๆ

- 4.1 คู่แข่งขันมีบริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ลูกค้าได้ใช้
- 4.2 อัตราการให้บริการของคู่แข่งขันถูกกว่าเมื่อลูกค้าตรวจสอบพบในภายหลัง

14. Service Mind

ทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญกับการให้บริการ (Service) เป็นอย่างยิ่ง ตลอดจนค้นหากลยุทธ์ต่าง ๆ มาพัฒนาให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ดังนั้น หลายองค์กรจึงถือหลักการการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการทุกคน โดยปลูกฝังให้ทุกคนภายในองค์กรมีหัวใจบริการ (Service Mind) เป็นหลักยึดสำหรับสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ให้บริการทุกคน

1. การบริการ (Service) เป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ดังนั้น การบริการที่ดีสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

การสร้างบริการที่ดี ประกอบด้วย

S = Smile	ยิ้มแย้ม
E = Enthusiasm	มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ
R = Repidness	ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ
V = Value	ให้บริการอย่างมีคุณค่า
I = Impression	ความประทับใจ
C = Courtesy	บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติลูกค้า
E = Endurance	มีความอดทนและเก็บอารมณ์

คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี ประกอบด้วย คุณลักษณะทางกาย คุณลักษณะทางวาจา และคุณลักษณะภายในใจ ดังนี้

1) **คุณลักษณะทางกาย** เป็นด่านแรกของการให้บริการเพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ดังนั้น เราต้องมีการแสดงออกที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอกและภายใน เช่น แต่งกายสะอาดเหมาะสมกับกาลเทศะ หน้าตาสดใส กิริยาสุภาพ ยิ้ม ไหว้หรือทักทาย นอกจากนั้นต้องวางตัวเป็นมิตร เปิดเผย จริตใจสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างกระตือรือร้น แสดงความเต็มใจที่จะให้บริการ เป็นต้น

2) **คุณลักษณะทางวาจา** เป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ต้องใช้ถ้อยคำชวนฟัง น้ำเสียงไพเราะชัดเจน พุดมีหางเสียง มีคำขานรับเหมาะสม กล่าวต้อนรับและสอบถามว่าจะให้ช่วยบริการอย่างไร พุดแต่น้อยฟังให้มาก ไม่พุดแทรก ไม่กล่าวคำตำหนิ อาจพุดทวนย้ำสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการต้องการให้เขาฟังเพื่อความเข้าใจตรงกัน พุดให้เกิดประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ไม่พุดมากจนเกินจริง เป็นต้น

3) **คุณลักษณะภายในใจ** สุดยอดของการให้บริการก็คือบริการด้วยหัวใจ ต้องทำจิตใจให้เบิกบานแจ่มใส ยินดีที่จะต้อนรับ ไม่รู้สึกขุ่นเคืองที่จะต้องรับหน้าหรือพบปะกับคนแปลกหน้าที่ไม่คุ้นเคยกันมาก่อน แต่มาเรียกร้องต้องการนั้น ต้องการนี้ ไม่ปล่อยให้จิตใจหม่นหมอง ใจลอยขาดสมาธิในการทำงาน เสร้าซึม เปื่อหน่ายหรือเซ็ง

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 72 ของ 136

การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยหลักการ 10S

- 1) **S – Smooth** หมายถึง อารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคง สม่่าเสมอ แม้ขณะที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป
- 2) **S – Smile** หมายถึง การบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้งเมื่อมีลูกค้าหรือผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ
- 3) **S – Speak** หมายถึง การพูดจาดี น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์ พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะพูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง
- 4) **S – Small** หมายถึง ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งการงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าลูกค้าหรือผู้มารับบริการ แต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ
- 5) **S – Smart** หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างามจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น
- 6) **S – Special** หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยจะต้องปฏิบัติให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าเป็นบุคคลพิเศษ
- 7) **S – Spirit** หมายถึง ผู้ให้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี
- 8) **S – Speed** หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญลูกค้าหรือผู้รับบริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ
- 9) **S – Super** หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี้หมายถึงการให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด
- 10) **S – Save** หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้หมายถึงการประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้เอกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำ ถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงานและประหยัดเวลาได้

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 73 ของ 136

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ทุกครั้งก่อนที่เราจะส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้น เราต้องรู้ว่าลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความต้องการหรืออยากได้รับการบริการแบบใด และทำอะไรเราถึงจะเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างแท้จริง ตลอดจนเรามีวิธีรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างไร ดังนั้น จึงได้รวบรวมความต้องการพื้นฐาน การเข้าใจ การรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการ มาฝากกัน

ความต้องการพื้นฐานของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับการต้อนรับ
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับการให้ความสำคัญ
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับความเข้าใจ/เห็นใจ
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับการปฏิบัติที่ซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากติดต่อกับคนที่มีความรู้ความสามารถให้คำปรึกษาตัดสินใจได้ ช่วยเหลือได้

การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างแท้จริง

- การเตรียมความพร้อมในการให้บริการ
- กระตือรือร้น ให้บริการตั้งแต่ก้าวแรกที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาหาเรา
- แสดงให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกว่ามีตัวตน
- แสดงให้เห็นว่าเราเข้าหาได้ง่าย พูดคุยได้อย่างสบายใจ
- สังเกตและจดจำรายละเอียดของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้

การรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วย “PLEASE”

- P = Pause หยุด
- L = Listen ฟัง
- E = Empathy แสดงความเข้าใจและเห็นใจ
- A = Apologize กล่าวคำขอโทษ
- S = Solution หาทางแก้ไขหรือให้ทางเลือก
- E = Elaborate อธิบายแนวทางการแก้ปัญหาหรือทางเลือกเพิ่มเติม เช่น ใครทำอะไร เมื่อไร อย่างไร

ข้อเสนอแนะ

- แสดงความเข้าใจ ไม่ใช่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย
- หลีกเลี่ยงคำว่า “ไม่” ถ้าเป็นไปได้เปลี่ยนเป็น “ได้...ถ้า”
- ชื่อเวลา...บริหารความคาดหวัง
- กล่าวคำขอโทษ/ขอบคุณ

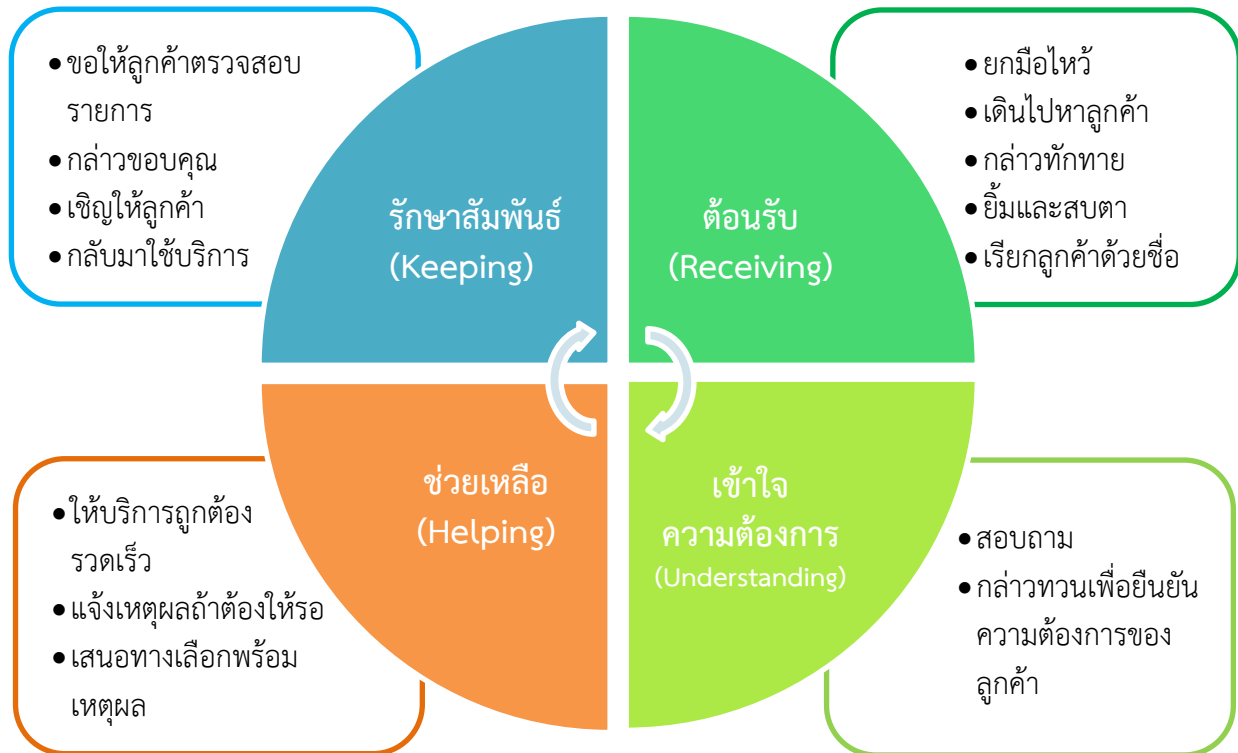
มาตรฐานการบริการเบื้องต้น คือ “ทักทาย” และ “กล่าวลา” เป็นสองช่วงเวลาที่สำคัญที่สุด

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 74 ของ 136

วิธีสร้างความประทับใจลูกค้า

- 1) จับต้องได้ รับรู้ถึงควมมีตัวตน (Tangible)
 - ความเป็นมืออาชีพ
 - ความทันสมัย
 - ความสะอาด
- 2) มีมาตรฐาน สม่่าเสมอ ไว้วางใจได้ (Reliability)
 - ให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ และตรงต่อเวลา
 - แสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือ
 - ตรงตามความต้องการของลูกค้า
 - เป็นไปตามเวลาที่ได้แจ้งลูกค้า
- 3) ตอบสนองได้ตามปรารภนา (Responsive)
 - การบริการที่รวดเร็ว
 - มีความยินดีที่จะบริการ
 - มีความพร้อมที่จะให้บริการ
- 4) มีความรู้ในงานและคอยเอาใจใส่มั่นใจ เชื่อถือได้ (Assurance)
 - ความสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
 - ทำให้รู้สึกไว้วางใจเมื่อลูกค้ามาติดต่อ
 - สุภาพอ่อนน้อม
 - มีความรู้ในงานที่ให้บริการ
- 5) รู้ใจและมีความเข้าใจในลูกค้า (Empathy)
 - ให้ความสนใจลูกค้า และความเป็นกันเอง
 - ให้บริการอย่างเอาใจใส่
 - ถือผลประโยชน์ลูกค้าเป็นใหญ่
 - เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

วงจรบริการลูกค้า



2. การมีหัวใจบริการ (Service Mind) เป็นการให้บริการที่ดีมีคุณภาพและใส่ใจในการบริการลูกค้า และเป็นหลักยึดถือปฏิบัติสู่การบริการที่เป็นเลิศ ซึ่งประกอบด้วย 11 ปัจจัย ดังนี้

- | | |
|---------------------|---|
| 1) S = Smile | ยิ้มแย้ม |
| 2) E = Enthusiasm | มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ |
| 3) R = Repidness | มีความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ |
| 4) V = Value | ให้บริการอย่างมีคุณค่า |
| 5) I = Impression | ความประทับใจ |
| 6) C = Courtesy | บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติลูกค้า |
| 7) E = Endurance | มีความอดทนและเก็บอารมณ์ |
| 8) M = Make believe | มีความเชื่อในการให้บริการของตนเอง |
| 9) I = Insist | ยืนยัน/ยอมรับที่จะให้บริการลูกค้าผู้รับบริการ |
| 10) N = Necessitate | การให้ความสำคัญต่อลูกค้าและบริการ |
| 11) D = Devote | อุทิศตนเพื่อการบริการ |

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 76 ของ 136

โดยสรุปจะเห็นว่า การให้ความสำคัญกับการให้บริการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นเปรียบเสมือนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้วย แต่การให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากลูกค้าหรือผู้รับบริการ และผู้ให้บริการต้องเป็นผู้ที่มีหัวใจบริการหรือ Service Mind เป็นสำคัญ ท้ายที่สุดผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีโดยเฉพาะการมีจิตสำนึกในการรับการให้บริการ เพื่อ “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการ...”

ทัศนคติ คือ จุดเริ่มต้นของการบริการที่ดี

ทัศนคติ คือ ระดับของความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้

ทั้งนี้ ทัศนคติของบุคคลอาจจะถูกเปลี่ยนแปลงได้โดยง่าย หากขาดการคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบ และเมื่อทัศนคติถูกเปลี่ยนแปลงได้โดยง่ายจากการเปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารที่ขาดการไตร่ตรอง ย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น การมีทัศนคติที่ดีจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้ทำหน้าที่ให้บริการประสบความสำเร็จในการบริการได้

จริงไหมที่ว่า “ลูกค้าถูกเสมอ” “ลูกค้าคือพระเจ้า”

ทัศนคติที่ต้องเกี่ยวกับลูกค้าคือ

- ลูกค้าอาจไม่ถูกเสมอ แต่ลูกค้าสำคัญ
- ลูกค้าจ่ายเงินแล้ว อยากได้สิ่งที่ดีที่สุด
- ถ้าเราดูแลลูกค้าไม่ดี มีคนอื่นพร้อมที่จะดูแลเขาแทนเราทันที
- ลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน

อุปสรรคที่ทำให้การบริการไม่ได้มาตรฐาน คือ

1. อารมณ์ => ตอบสนองตามสิ่งเร้า ความรู้สึก หรือสถานการณ์
2. ความคิด => วิธีการที่เรารับรู้ มองเห็น เข้าใจสิ่งต่าง ๆ คิดไม่เหมือนกันเพราะการเรียนรู้รับรู้ ประสบการณ์ต่างกัน

ดังนั้น การจัดการอุปสรรคในงานบริการที่เราเลือกได้ คือ

1. กรอบความคิด => มองโลกอย่างที่มีมันเป็นจริง โดยไม่ใช้ความคิดของเราไปตัดสินลูกค้า
2. อารมณ์ => เราต้องบริหารจัดการอารมณ์ของตนเอง โดยใช้หลัก หยุด – คิด – เลือก – ทำ

หยุด => หยุดอย่าเพิ่งรีบตัดสินใจเชื่อในทันที

คิด => คิดก่อนว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่

เลือก => เลือกในสิ่งที่ถูกต้อง ข้อมูลหรือวิธีที่ถูกต้อง

ทำ => เมื่อหาข้อมูลที่ต้องการได้แล้วค่อยตัดสินใจลงมือทำ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 77 ของ 136

เทคนิคการสร้างทัศนคติเชิงบวกในการให้บริการ

- 1) ทัศนคติเป็นทางเลือก เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เข้ามาล้วนมีเหตุมีที่มา เพียงแต่เราอาจไม่ทันคิดถึง เมื่อเจอเหตุการณ์นั้นกับตัวเอง หากเราตระหนักว่าเราสามารถที่จะเลือกมุมมอง ทั้งแง่ดีและแง่ที่เป็น ประสพการณ์ เราก็จะสามารถสร้างบริการที่ดีได้
- 2) ทัศนคติของเราบอกการกระทำของเรา การตอบสนองต่อสิ่งที่เข้ามากระทบเกิดจากการที่เราหยิบ เอาความเชื่อ ความรู้ ประสพการณ์ และคุณค่าของเรากับเหตุการณ์นั้นขึ้นมาเปรียบเทียบ เพื่อ สร้างชุดความรู้และตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เข้ามานั้น หากมุมมอง หรือ ประสพการณ์ที่เรามีกับ เหตุการณ์นั้นเป็นเชิงลบ การตอบสนองของเราโดยธรรมชาติก็จะเป็นไปตามความคิด ความรู้สึก ของเราในขณะนั้น ดังนั้น หากเราต้องการที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าในรูปแบบใหม่ เราต้องเปลี่ยน มุมมองของเราต่อสิ่งนั้น การสร้างทัศนคติเชิงบวกจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เราเปลี่ยนแปลงการ ตอบสนองของเราได้
- 3) เมื่อเราไม่อยู่ในหน้าที่ผู้ให้บริการ ควรหลีกเลี่ยงบุคคลที่มีมุมมองเชิงลบ หรือ บรรยายกาสลบ ๆ เพื่อ เก็บและสร้างพลังเชิงบวกไว้ เพราะเหตุการณ์ที่เราให้บริการนั้น มักมาจากความต้องการความ ช่วยเหลือจากผู้รับบริการของเราอยู่แล้ว ซึ่งก็จะทำให้เราหมดพลังไประหว่างให้บริการนั้น
- 4) ฝึกฝนในการค้นหาและเลือกมุมมองในแง่ดีกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่ดีบ่อย ๆ หากเรามองเหตุการณ์ ต่าง ๆ ไม่ดี อารมณ์และการตอบสนองของเรา มักจะออกมาตามสัญชาตญาณเอาตัวรอด ซึ่งจะ กลายเป็นสิ่งเร้าที่ไม่ดีให้กับผู้อื่น
- 5) หมั่นเติมเต็มความรู้และทักษะเกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ ของตัวเอง เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการ ให้บริการของตัวเอง ก็จะสร้างความมั่นใจในการบริการของตัวเอง นำไปสู่ความเชื่อมั่นต่อ ผู้รับบริการในท้ายที่สุด
- 6) ให้กำลังใจตัวเองให้เป็น โดยการชมตัวเองบ้าง หากเกิดความรู้สึกท้อลลงนึกถึงเรื่องภูมิใจต่าง ๆ ที่ ผ่านมา ก็จะช่วยทำให้ความคิด ความรู้สึกกับเรื่องต่าง ๆ มีมุมมองที่ดีขึ้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 78 ของ 136

15. บุคลิกภาพที่ดีพร้อมสู่ความเป็นเลิศในการบริการ

บุคลิกที่ดีมีชัยไปกว่าครึ่ง...ยังคงใช้ได้ทุกยุคสมัย โดยเฉพาะกับงานด้านบริการที่พนักงาน กปภ.สาขา ต้องเป็นด่านหน้า ในการพบปะลูกค้า ยิ่งต้องมีความใส่ใจในเรื่องนี้อย่างมาก

การเป็นผู้ให้บริการควรต้องดูแลและรักษาบุคลิกภาพและการแต่งกายให้เหมาะสม สุภาพเรียบร้อย และ สะอาด อย่างเป็นปกติ เพื่อสร้างความประทับใจแรกพบ และสร้างความมั่นใจในการรับบริการจากเรา อย่างพึงพอใจทั้งด้านงานบริการและภาพลักษณ์

บุคลิกภาพและการแต่งกายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดอีกเรื่องหนึ่ง เพราะเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าได้พบเห็น และอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจแรก (First Impression) พบเห็นได้ทั้งด้านบวกและลบ เพราะพนักงานบริการเป็นตัวแทนขององค์กรที่มีผลต่อความรู้สึกของลูกค้า หากพนักงานบริการแต่งกาย เรียบร้อย และพฤติกรรมในการให้บริการดี ย่อมเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บุคลิกภาพ ภายนอก และบุคลิกภาพภายใน บุคลิกภาพนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสิ่งแวดล้อมที่พบเจอ

“บุคลิกภายนอก” เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้เด่นชัด เป็นลักษณะทางกายภาพของบุคคล ท่าทาง และการแสดงออกต่าง ๆ โดยบุคลิกภาพภายนอกที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้

การแต่งกายและทรงผม

เครื่องแต่งกายและทรงผมเป็นส่วนแรกที่เราเห็นได้เด่นชัด การเลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับกาลเทศะ ช่วยเสริมให้บุคลิกภาพดีขึ้น การเลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมตามแต่ละโอกาสนี้ยังหมายถึงรวมถึงการเลือกเครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า และการตกแต่งทรงผมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอีกด้วย

การเคลื่อนไหวร่างกาย

การยืน การเดิน การเคลื่อนไหวต่าง ๆ ควรกระทำอย่างเหมาะสม รวมถึงแสดงออกให้ถูกกับกลุ่มบุคคล เช่น ไม่ควรเดินไปเดินมาในห้องประชุมใหญ่ และไม่ควรร้องเสียงดังเมื่อมีการสอบถามความคิดเห็น นอกจากช่วยให้มีบุคลิกภาพที่ดีแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอีกด้วย

โทนเสียงในการพูด

น้ำเสียงในการพูดสามารถบ่งบอกอารมณ์ของผู้พูดได้ ในการทำงานร่วมกัน การรู้จักใช้น้ำเสียงจะช่วยให้การทำงานราบรื่น เมื่อมีอารมณ์ขุ่นมัวให้พยายามระงับอารมณ์ตัวเองก่อนพูด เพราะคำพูดตอนกำลังโมโหอาจมีความเกรี้ยวกราด และเสียงดัง ไม่เป็นผลดีต่อตัวเอง

การใช้สายตา

บ่อยครั้งการจ้องมองนาน ๆ สร้างความอึดอัดต่อผู้ถูกมอง และสร้างบุคลิกภาพที่ไม่ดีต่อตัวเราเอง ดังนั้นการรู้จักชำเลื่องมอง หรือรู้จักใช้สายตาให้เหมาะสม อย่างสำรวมจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

การจัดระเบียบร่างกาย

ระเบียบของร่างกาย คือ การระมัดระวังการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมออกสู่สาธารณะชน เช่น การแคะจมูก การนั่งกระดิกขา การเอามือเคาะโต๊ะเมื่อใช้ความคิด พฤติกรรมเหล่านี้ควรมีการฝึกฝนและควบคุม ไม่ให้เกิดขึ้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 79 ของ 136

“บุคลิกภาพภายใน” คือ สิ่งที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ แต่มองเห็นผ่านการกระทำ ดังนี้

มนุษยสัมพันธ์ดี บุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ง่าย และเป็นคนที่มีความคล่องตัวในการประสานงาน

ช่างสังเกต ความช่างสังเกตเป็นอีกหนึ่งวิธีในการเรียนรู้ ผู้ที่ช่างสังเกตมักจะเข้าใจลูกค้าและสามารถสนองตอบความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

มีความละเอียดรอบคอบ ต้องมีความละเอียดรอบคอบระมัดระวังและมีความใส่ใจในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ

เรียนรู้ควบคู่กับการพัฒนา ในเมื่อความเปลี่ยนแปลงเป็นของคู่โลก การเรียนรู้และการพัฒนาจึงเป็นบุคลิกภาพภายในที่ควรมี และเป็นประโยชน์ต่อ กปภ. เป็นอย่างมาก

กล่าวได้ว่า บุคลิกภาพส่งผลต่อการทำงานเป็นอย่างมาก เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองและองค์กร ซึ่งบุคลิกภาพสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนได้ โดยเริ่มจากวิธีง่าย ๆ ดังนี้

หลักการสำคัญในการพัฒนาบุคลิกภาพ

คิดเชิงบวกกับลูกค้าและพัฒนาตัวเอง เพื่อสร้างสุขให้ลูกค้า ด้วยความยินดีและเต็มใจให้บริการ

ยิ้มด้วยความสดใส จากหัวใจที่พร้อมบริการ

การแต่งกาย เสื้อผ้า หน้าผม แต่งให้เหมาะสมและสุภาพ

การแต่งกายสำหรับพนักงานผู้ให้บริการ

เครื่องแบบ หรือ ชุดสุภาพ (กรณีไม่มีเครื่องแบบ) เพื่อแสดงความเป็นพนักงานที่พร้อมบริการ และยังเป็นสัญลักษณ์ขององค์กร ณ จุดบริการ

การแต่งหน้า ที่เนียนเป็นธรรมชาติ ช่วยเสริมให้ชวนมอง ดูสดใสตลอดเวลา โดยมีหลักการแต่งหน้าที่ปฏิบัติได้ง่ายสำหรับพนักงานผู้ให้บริการ

ยึดมั่นปฏิบัติตาม กฎ กติกา ขององค์กร

ดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยเป็นสำคัญ

ใส่ใจในรายละเอียดของการแต่งกายให้เหมาะสม

เพียงเท่านี้เราก็จะมีบุคลิกภาพที่ดี สร้างความมั่นใจในการเป็นนักบริการมืออาชีพ พร้อมสู่ความเป็นเลิศในการบริการประชาชนอย่างภาคภูมิใจ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 80 ของ 136

16. Self-Efficacy กฎแห่งความสำเร็จของตนเองและองค์กรที่รัก

Self Efficacy เป็นกฎแห่งเคล็ดลับการทำงานให้สำเร็จ หรืออีกนัยหนึ่ง คือความเชื่ออย่างแรงกล้าในตัวเองว่าจะสามารถทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ ตัวอย่างง่าย ๆ ใกล้ตัว เช่น การตั้งเป้าว่าจะลดน้ำหนักทุกต้นปี ซึ่งเป็นที่นิยมมาก ใคร ๆ ต่างก็ตั้งเป้าหมายนี้ แต่กลับมีคนไม่ถึง 20% ที่ทำได้สำเร็จ

และคนที่ทำสำเร็จก็คือคนที่มี High Self Efficacy นั่นเอง เนื่องจากคนเหล่านี้เมื่อมีความเชื่อแล้ว เขาจะแตกมันออกมาเป็นแผนการ และลงมือปฏิบัติตามแผนนั้นอย่างไม่ลดละ

แต่คนที่ขาดหรือไม่มี Self Efficacy มักจะตั้งเป้าหมายอยู่เรื่อย ๆ แต่กลับไม่ได้มีความเชื่อมากพอ จึงไม่ได้คิดหาวิธีที่จะลงมือทำมัน จนกระทั่งเป้าหมายนั้นค่อย ๆ หายไปจากความคิด จนกว่าจะมีคนมากระตุ้นให้เกิดอยากมีเป้าหมายขึ้นอีกครั้ง

ทั้งนี้ เมื่อเราสามารถทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จบ่อย ๆ ก็จะมีความมั่นใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในทางกลับกันหากตั้งเป้าแล้วแต่ทำไม่สำเร็จบ่อย ๆ Self-Confidence ก็ลดลงไปเรื่อย ๆ และกลายเป็นคนที่ขาดความมั่นใจในตัวเองไปในที่สุด

แล้วเราจะพัฒนา Self Efficacy ได้อย่างไร ?

1. ตั้งเป้าให้สูงกว่าความสามารถที่เรามีเล็กน้อย
2. แยกเป้าหมายใหญ่ให้เป็นเป้าหมายย่อย ๆ
3. โฟกัสที่ภาพรวมของงาน
4. เปลี่ยนมุมมองที่มีต่ออุปสรรคเสีย
5. ควบคุมชีวิตของตนเองให้ได้

5 ปัจจัยที่มีผลต่อ Self Efficacy มีอะไรบ้าง

1. ความสำเร็จในอดีต (The Experience of Mastery)

เคยสังเกตไหมว่า คนที่ประสบความสำเร็จไม่ว่าจะทำอะไร ก็มักจะสำเร็จเสมอ ๆ เพราะเมื่อเขาทำเป้าหมายบางอย่างสำเร็จ ก็จะส่งผลให้มี Self Efficacy ที่สูงขึ้น ดังนั้นเมื่อเขาต้องการจะทำอะไรต่อ ก็มักจะสำเร็จอีกอยู่เรื่อย ๆ

2. ความสามารถในการจัดการความล้มเหลว (How to Handle Failure)

หากเราตั้งเป้าหมายและลงมือทำแล้ว ในบางคราเราคงไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่จะต้องเจอกับความล้มเหลวและความผิดพลาดได้ ดังนั้น ทักษะคติของเราที่มีต่อความล้มเหลวจึงเป็นสิ่งสำคัญ มากกว่าการหลีกเลี่ยงไม่เผชิญหน้ากับความล้มเหลวเลย

แนวคิดที่ควรเรียนรู้ไว้เกี่ยวกับความล้มเหลวคือ การรู้จักแยกความล้มเหลวออกจากตัวเรา แม้ว่าเราอาจจะล้มเหลวในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นคนล้มเหลวเสียทีเดียว เพราะความล้มเหลวและการถูกปฏิเสธเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ สิ่งสำคัญนั้นขึ้นอยู่กับว่าเราจะจัดการกับมันอย่างไร

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 81 ของ 136

3. อิทธิพลของสังคมที่รายล้อมคุณ (Social Modeling)

การเฝ้าดูคนที่ประสบความสำเร็จในเรื่องที่เราตั้งเป้าไว้ จะเป็นแรงผลักดันที่ช่วยเพิ่ม Self Efficacy ให้กับเราได้ ในขณะที่การมองคนที่ล้มเหลวในเรื่องที่เราตั้งเป้าไว้ จะลด Self Efficacy ของเราลง เช่น หากเราเพิ่งเริ่มออกกำลังกายด้วยการวิ่ง แล้วเรามีเพื่อนที่เก่งกว่าเล็กน้อย จะช่วยผลักดันให้เรามีกำลังใจออกกำลังกายไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งจะช่วยให้เราไปถึงเป้าหมายได้ดีกว่า

4. กำลังใจจากคนรอบข้าง (Social Persuasion)

คำพูดให้กำลังใจหรือบั่นทอนจิตใจล้วนมีผลกระทบต่อ Self Efficacy เราควรหลีกเลี่ยงให้ห่างจากคนที่คอยบั่นทอนกำลังใจ และเข้าไปอยู่ใกล้กับคนที่คอยให้กำลังใจเราเสมอ

หรือถ้าไม่มีใครจริง ๆ การให้กำลังใจตนเอง แบบ Positive Self-Talk ก็เป็นตัวช่วยที่จะทำให้คุณมีกำลังใจสู้ต่อไปได้ เช่น บอกตัวเองว่าคุณทำได้ You Can Do It! หรือวันนี้จะเป็นวันที่ดีของคุณอีกวัน การฟังเพลงที่ให้กำลังใจหรือเพลงที่คุณชอบก็เป็นอีกวิธีที่ได้ผลเช่นกัน

5. ความแข็งแกร่งของจิตใจ (Psychological Response)

บ่อยครั้งที่อาการสั่น ตื่นกลัว หรือไม่มั่นใจ มักเกิดขึ้นกับคนที่จำเป็นต้องขึ้นพูดในที่สาธารณะ หรืออยู่ในสถานะที่รู้สึกไม่มั่นคง แต่คนที่มี High Self Efficacy จะไม่เอาอาการทางกายภาพเหล่านั้นมาทำให้ตนเองตื่นตระหนก หรือวิตกกังวลมากเกินไป แต่กลับมองว่าลักษณะอาการแบบนั้นเป็นเพียงปฏิกิริยาทางธรรมชาติของมนุษย์ โดยไม่สงสัยในความสามารถของตัวเอง

ในขณะที่คนที่มี Low Self Efficacy อาจจะแปลความหมายของอาการสั่นตื่นเต้นว่า ตัวเองไม่มีความสามารถที่จะควบคุมตนเองได้มากพอ แต่เราต้องระลึกไว้เสมอว่า แม้แต่นักพูดมืออาชีพบางครั้งก็ยังมีอาการสั่น ตื่นเต้นก่อนการพูดเช่นกัน แต่นั่นก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดเขาไว้ไม่ให้ไปต่อ

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าเราจะเป็นคนแบบไหน ก็ต้องไม่หยุดพัฒนาตัวเอง เพื่อให้ชีวิตมีความหมาย มีก้าวต่อไปของการเรียนรู้ และจงเชื่ออยู่เสมอว่าตัวเรานั้นมีความสามารถมากพอที่จะประสบความสำเร็จได้

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 82 ของ 136

17. Conflict Management ภายใต้ความเข้าใจในเรื่อง IQ/ EQ/ MQ

การดำเนินชีวิตให้ประสบความสำเร็จล้วนมีองค์ประกอบมากมายที่จะนำมาพิจารณาการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น การใช้ความรู้ความสามารถเพียงด้านเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการบรรลุถึงจุดหมายปลายทาง การพัฒนาระดับความสามารถ (Quotient) ในด้านต่างๆ ของแต่ละบุคคลจึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่จะทำให้คนประสบความสำเร็จในการใช้ชีวิต และส่งผลให้ชีวิตการทำงานดีขึ้นไปด้วย

การพัฒนาระดับความสามารถในด้านต่างๆ ที่สำคัญของแต่ละบุคคลด้วยตัวเอง จึงเป็นแนวทางที่องค์กรส่วนใหญ่อยากให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์กรของตนเอง โดยการทำให้บุคลากรมี 7Q ที่สูงขึ้น

สำหรับ “7Q” หรือ ทักษะที่ให้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และมีความสุขในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมนั้น ประกอบไปด้วย

IQ (Intelligent Quotient) ความฉลาดทางสติปัญญา เป็นความสามารถในการคิด วิเคราะห์ การคำนวณ และการใช้เหตุผล

EQ (Emotional Quotient) ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นความสามารถในการรับรู้ เข้าใจอารมณ์ตนเองและผู้อื่น สามารถควบคุม อารมณ์และยับยั้งชั่งใจตนเองและแสดงออกอย่างเหมาะสม รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้จักรอคอย รู้จักกฎเกณฑ์ระเบียบวินัย มีจิตใจร่าเริงแจ่มใส และ มองโลกในแง่ดี การเจริญพรหมวิหาร 4 (เมตตา กรุณา มุทิตา และอุเบกขา) จะช่วยเสริม EQ ได้

MQ (Moral Quotient) ความฉลาดทางศีลธรรม จริยธรรม คือมีความประพฤติดี รู้จักผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ มี จริยธรรม เป็นแนวคิดที่มุ่งตอบคำถามว่าการที่เราเป็นคนที่มี IQ ดี EQ สูง แต่ถ้ามีระดับจริยธรรมต่ำก็อาจใช้ ความฉลาดไปในทางที่ไม่ถูกต้องก็เป็นได้ MQ จึงเน้นเรื่องการปลูกฝังความดีงาม ซึ่งตรงกับหลักศาสนาหลายศาสนาที่สอนให้คนเป็นคนดี

PQ (Play Quotient) ความฉลาดที่เกิดจากการเล่น เกิดจากความเชื่อที่ว่าการเล่นพัฒนาความสามารถของเด็กได้หลายด้าน ทั้ง พัฒนาการด้านร่างกาย ความเฉลียวฉลาด ความคิดส สร้างสรรค์ อารมณ์และสังคม PQ จึงเน้นให้พ่อแม่เล่นกับลูก ถึงกับมีคำพูดที่ว่าพ่อแม่เป็น อุปกรณ์การเล่นที่ดีที่สุดของลูก

CQ (Creativity Quotient) ความฉลาดในการริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิด จินตนาการหรือแนวคิดใหม่ๆ ในรูปแบบต่างๆ เช่น การ เล่น งานศิลปะ และการประดิษฐ์สิ่งของ นักวิจัยพบว่าการเล่นและทำกิจกรรมที่ส่งเสริมจินตนาการเช่น การเล่นศิลปะ การหยิบจับของใกล้ตัวมาเป็น ของเล่น การเล่านิทาน เป็นต้น จะทำให้มี CQ ดี

AQ (Adversity Quotient) ความฉลาดในการแก้ไขปัญหา คือมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวในการเผชิญปัญหาได้ดี และพยายาม เอาชนะอุปสรรคความยากลำบากด้วยตัวเอง ไม่ย่อท้อง่ายๆ มองปัญหาเป็นเรื่องท้าทาย ไม่ใช่เรื่องที่ต้องจำนน

SQ (Social Quotient) ความฉลาดทางสังคมที่จะใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น เพราะมนุษย์ไม่สามารถอยู่คนเดียวได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่ง กันและกัน มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อเพื่อนร่วมสังคมด้วยกัน ไม่คิดว่าตนเองเหนือกว่าใคร ต้องมีใจเปิดกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น อีกทั้งต้องไม่ เปียดเบียนซึ่งกันและกัน

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 83 ของ 136

อาจกล่าวได้ว่า การประยุกต์ใช้แนวทางบริหารจัดการ Q (Quotient) ต่างๆ กับเป้าหมายในชีวิตหรืองานที่ได้รับ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ย่อมทำให้บุคคลสามารถพิชิตเป้าหมายของตัวเอง และมีความสัมพันธ์ที่มีต่อบุคคลรอบข้าง รวมถึงการเป็นบุคลากรที่มีจิตใจที่ดีขององค์กร จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม ในด้านการบริการลูกค้าก็เช่นกัน องค์กรหนึ่งจำเป็นต้องมีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่มีความฉลาดทางสติปัญญา ความฉลาดทางอารมณ์ มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการลูกค้า และตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาติดต่อขอใช้บริการ ตลอดจนจัดการความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ดังนั้น การที่เรามีความฉลาดเฉพาะทางด้านสติปัญญาและความฉลาดทางอารมณ์นั้น จึงไม่เป็นการเพียงพอ เพราะโลกการบริหารจัดการในปัจจุบันได้เน้นที่ความรับผิดชอบต่อสังคม จึงต้องมีความฉลาดในเรื่องคุณธรรม (MQ) เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสู่การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล การสร้างและพัฒนาทีมงานคุณภาพ ต้องเน้นทั้งการพัฒนาระบบงาน และระบบทรัพยากรมนุษย์ควบคู่กันไปจึงเกิดสัมฤทธิ์ผล กล่าวคือ ต้องมีความฉลาดทั้งในด้าน IQ EQ และ MQ

สำหรับ IQ EQ และ MQ นั้น แต่ละคำมีความหมายดังนี้

IQ = Intelligent Quotient หมายถึง มาตรวัดความฉลาดทางปัญญา ความจำ ความคิด

EQ = Emotional Quotient หมายถึง มาตรวัดความฉลาดทางอารมณ์ ไม่กังวลไม่เครียดรู้จักการระงับความโกรธเป็น

MQ = Moral Quotient หมายถึง มาตรวัดความฉลาดทางคุณธรรมจริยธรรม ระดับสติปัญญาทางด้านศีลธรรม

กล่าวโดยสรุป ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นความสามารถส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ ความรู้สึกของตนเองและนำเอาพลังแห่งอารมณ์และความรู้สึกนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้วย ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะเป็นผู้ที่มีสุขภาพจิตดี มีความสุขสามารถเผชิญกับความคับข้องใจแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างราบรื่นควบคุมตนเองได้สามารถที่จะรอคอยและ ตอบสนองความต้องการได้ มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลรอบข้างเป็นผู้นำและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีพลังความสามารถในการบริหารจัดการ และสามารถจัดการความขัดแย้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บุคคลควรได้รับการพัฒนาทั้ง IQ และ EQ ไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้ทรัพยากรบุคคลของประเทศเป็นคนที่เก่ง ดี และมีความสุข ประสบความสำเร็จทั้งด้านการเรียน การทำงาน และประสบความสำเร็จในชีวิตลูกค้าของเราก็จะได้รับการที่ดีจากพนักงาน กปภ. ที่มีความฉลาดทั้ง IQ EQ และ MQ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 84 ของ 136

18. การตอบข้อสงสัย/คำถามของลูกค้า

มาตรฐานการตอบข้อสงสัย / ข้อร้องเรียนของลูกค้าผู้ใช้น้ำ

① เมื่อต้องการเป็นลูกค้าของการประปาส่วนภูมิภาค

1.1ถาม การขอติดตั้งประปาใช้เอกสาร หลักฐานอะไรบ้าง?

ตอบ 1) เตรียมเอกสารที่ต้องใช้ในการขอติดตั้งน้ำประปา

1.1)แบบติดตั้งถาวรของบุคคลธรรมดา

1.1.1) บุคคลที่มีสัญชาติไทย

- ☒ บัตรประจำตัวประชาชนของผู้ขอใช้น้ำ
- ☒ สำเนาทะเบียนบ้านของอาคารที่ขอติดตั้งประปาเฉพาะกรณีสถานที่ขอติดตั้งกับที่อยู่ตามบัตรประจำตัวประชาชนเป็นคนละสถานที่กัน เว้นแต่อาคารดังกล่าวไม่มีหมายเลขทะเบียนบ้าน
- ☒ กรณีผู้ขอใช้น้ำมิใช่เจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้านจะต้องให้เจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้านทำหนังสือยินยอมพร้อมแนบบัตรประจำตัวประชาชนของเจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้าน
- ☒ กรณีผู้ขอใช้น้ำเป็นบิดามารดาบุตรที่บรรลุนิติภาวะแล้วและคู่สมรสของเจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้าน ให้ยกเว้นไม่ต้องทำหนังสือยินยอม **หรือ**
- ☒ หนังสือหรือเอกสารใดๆที่แสดงว่าผู้ขอใช้น้ำเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในอาคารที่จะขอติดตั้งประปาในกรณีเจ้าของบ้านยังมิได้ย้ายเข้าอยู่ในทะเบียนบ้านหรือย้ายเข้าอยู่ในทะเบียนบ้านแล้วแต่ในทะเบียนบ้านมิได้ระบุว่าเป็นเจ้าของบ้าน **หรือ**
- ☒ สำเนาเอกสารแสดงสิทธิครอบครองสถานที่ใช้น้ำ เช่น สัญญาเช่า สัญญาจะซื้อจะขาย เป็นต้น

1.1.2) บุคคลที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย (ชาวต่างประเทศ)

- ☒ หนังสือเดินทาง (Passport) และ หลักฐานการตรวจลงตราหรือหลักฐานแสดงตนอื่นของผู้ขอใช้น้ำ
- ☒ สำเนาทะเบียนบ้านของอาคารที่ขอใช้น้ำ เว้นแต่อาคารนั้นไม่มีหมายเลขทะเบียนบ้าน
- ☒ สำเนาเอกสารหลักฐานแสดงกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิครอบครองสถานที่ใช้น้ำ
- ☒ อื่น ๆ (ถ้ามี)

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 85 ของ 136

1.2) แบบติดตั้งถาวรของนิติบุคคล

- ☒ หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลที่เจ้าหน้าที่ของรัฐรับรองไม่เกิน 3 เดือน
- ☒ บัตรประจำตัวประชาชนของผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคล
- ☒ สำเนาทะเบียนบ้านของอาคารที่ขอใช้น้ำ เว้นแต่อาคารดังกล่าวไม่มีหมายเลขทะเบียน
- ☒ สำเนาเอกสารหลักฐานแสดงกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิครอบครองสถานที่ใช้น้ำ
- ☒ อื่น ๆ (ถ้ามี)
 - * กรณีผู้ใช้น้ำไม่ได้นำหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลฯ มาแสดงให้ใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่พนักงาน กปภ. ตรวจสอบจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแทน

1.3) แบบติดตั้งชั่วคราว

- ☒ หลักฐานการขอใช้น้ำตามข้อ 1.1 หรือ ข้อ 1.2 แล้วแต่กรณี
- ☒ สำเนาเอกสารการให้เลขหมายประจำบ้าน หรือ
- ☒ สำเนาใบอนุญาตก่อสร้าง (ถ้ายังไม่ได้ ให้ใช้สำเนาใบคำขอ) หรือ
- ☒ สำเนาโฉนดที่ดินสถานที่ขอใช้น้ำ

* ในกรณีผู้ขอใช้น้ำมีทะเบียนบ้านชั่วคราว โดยได้รับการยินยอมจากส่วนราชการแล้ว ก็สามารถดำเนินการขอติดตั้งประปาโดยให้ กปภ. สาขาเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและจัดเก็บค่าน้ำประปา เช่นเดียวกับผู้ขอใช้น้ำทั่วไปได้เหมือนกัน

* กรณีผู้ใช้น้ำชั่วคราวขอเปลี่ยนเป็นผู้ใช้น้ำถาวร ถ้า กปภ. สาขา เห็นว่าผู้ใช้น้ำนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่จะเป็นผู้ขอใช้น้ำถาวร โดยไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนสถานที่ตั้งมาตรวัดน้ำและประสานท่อใหม่ ก็ให้เปลี่ยนเป็นผู้ใช้น้ำถาวรได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งประปาอีก ส่วนเงินค่าประกันการใช้น้ำประปาชั่วคราวให้คืนแก่ผู้ใช้น้ำ และเรียกเก็บเงินค่าประกันการใช้น้ำใหม่ เฉพาะผู้ใช้น้ำประเภทที่ 2 และ 3 (ผู้ใช้น้ำประเภทที่ 1 ไม่เรียกเก็บ)

- 2) เมื่อยื่นแบบคำขอติดตั้งประปาพร้อมเอกสารครบถ้วนแล้วเจ้าหน้าที่จะเรียกเก็บเงินค้ำมัดจำในการติดตั้งวางท่อประปาตามอัตราค่าธรรมเนียมที่ กปภ. กำหนด และออกใบเสร็จรับเงินให้ทั้งนี้ ผู้ขอใช้น้ำประเภทที่อยู่อาศัยที่ขอติดตั้งมิเตอร์ขนาด 1/2 นิ้ว และ 3/4 นิ้ว แบบเหมาจ่ายและผู้ใช้น้ำประเภทหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน จะได้รับการยกเว้นไม่ต้องชำระค้ำมัดจำล่วงหน้า
- 3) การประปาส่วนภูมิภาคสาขาที่รับผิดชอบในพื้นที่นั้นจะส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจที่บ้านเพื่อจัดทำแบบแปลนแผนผังหรือพิมพ์เขียว จัดทำประมาณการค่าใช้จ่าย และแจ้งให้ผู้ขอใช้น้ำทราบ เพื่อนำเงินมาชำระภายใน 60 วัน หากครบกำหนดผู้ขอใช้น้ำไม่นำเงินมาชำระค่าติดตั้งประปา การประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะริบเงินมัดจำไว้

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 86 ของ 136

- 4) การประปาส่วนภูมิภาคสาขาแจ้งค่าใช้จ่ายสำหรับการขอติดตั้งประปาใหม่ไปยังผู้ใช้น้ำ หลังจากที่ได้รับเงินค่าใช้จ่ายจากผู้ใช้น้ำแล้ว การประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะไปดำเนินการติดตั้งให้แล้วเสร็จ โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการ ดังนี้
 - 4.1) การขอติดตั้งประปาถาวรรวมระยะเวลาในการดำเนินการ 22 วันทำการ
 - 4.2) การขอติดตั้งประปาชั่วคราว รวมระยะเวลาในการดำเนินการ 8 วันทำการ
- 5) เมื่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาดำเนินการตามข้อ 3) และ 4) แล้วการประปาส่วนภูมิภาคจะขึ้นทะเบียนผู้ใช้น้ำและจัดประเภทผู้ใช้น้ำให้เป็นไปตามที่การประปาส่วนภูมิภาคกำหนดไว้ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ
 1. ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ
 2. ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก
 3. รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่
- 6) กรณีผู้ขอใช้น้ำที่ยื่นคำร้องได้ชำระค่าติดตั้งประปาไว้แล้ว และอยู่ระหว่างการดำเนินการติดตั้ง ต่อมาผู้ขอใช้น้ำมีความประสงค์จะยกเลิกการติดตั้งประปาทั้งหมด หรือบางส่วน ให้หักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเป็นอัตราร้อยละ 20 ของส่วนที่ยกเลิก

1.2 ถาม หากผู้ขอใช้น้ำไม่สะดวกที่จะไปขอใช้น้ำประปาและทำสัญญาด้วยตัวเอง ควรทำอย่างไร?

ตอบ

ให้ผู้ขอใช้น้ำประปาทำหนังสือมอบอำนาจให้ผู้อื่นไปทำการแทนได้โดยต้องมีผู้ลงนามเป็นพยาน 2 คนและปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับมอบอำนาจจะต้องนำหลักฐานต่าง ๆ ไปยื่นที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ให้บริการ ดังนี้

- ☒ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือ สำเนาหนังสือเดินทาง (Passport) และหลักฐานการตรวจลงตรา หรือหลักฐานแสดงตนอื่นของผู้มอบอำนาจ
- ☒ บัตรประจำตัวประชาชน หรือ หนังสือเดินทาง (Passport) และหลักฐานการตรวจลงตรา หรือหลักฐานแสดงตนอื่นของผู้รับมอบอำนาจ
- ☒ หลักฐานของผู้มอบอำนาจ ตามข้อ 1.1) หรือ ข้อ 1.2) แล้วแต่กรณี

1.3 ถาม หากผู้ขอใช้น้ำเป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานของรัฐ บ้านพักของทางราชการและรัฐวิสาหกิจ สถานทูต สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ วัดและสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาต่าง ๆ บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนาคาร โรงเรียนและองค์กรอื่น ๆ ที่ได้จดทะเบียนมีใบอนุญาตแล้ว จะต้องใช้หลักฐานอะไรบ้าง ?

ตอบ

ในแบบคำร้องขอติดตั้งประปาให้หัวหน้าส่วนราชการ องค์การ หรือผู้มีอำนาจตามกฎหมายเป็นผู้ลงนามเป็นคู่สัญญาการใช้น้ำประปากับ กปภ. สำหรับหลักฐานที่ใช้ ประกอบด้วย

- ☒ สำเนาทะเบียนบ้านของหน่วยงาน
- ☒ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวข้าราชการ หรือสำเนาบัตรประจำตัวเจ้าหน้าที่ของรัฐไปยื่นแบบคำร้องติดตั้งประปา

หมายเหตุ: กรณีที่หัวหน้าหน่วยงานไม่สามารถยื่นคำขอ และ/หรือเป็นคู่สัญญาใช้น้ำประปาด้วยตนเอง ให้ทำหนังสือมอบอำนาจให้ผู้อื่นผู้ใดทำการแทนได้ โดยผู้รับมอบอำนาจ จะต้องนำสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวข้าราชการ หรือสำเนาบัตร ประจำตัวเจ้าหน้าที่ของรัฐ และสำเนาทะเบียนบ้านฉบับที่มีชื่อผู้รับมอบอำนาจให้ไว้กับ กปภ. ด้วย

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 87 ของ 136

② การจำแนกประเภทลูกค้า.....

2.1 ถาม ลูกค้ำของกปภ.มีกี่ประเภทและมีความแตกต่างกันอย่างไร ?

ตอบ ลูกค้ำของการประปาส่วนภูมิภาคมี 3 ประเภท

ประเภท 1 ที่อยู่อาศัย

ประเภท 2 หน่วยงานราชการ และธุรกิจขนาดเล็ก

ประเภท 3 หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่

ทั้งนี้ แต่ละประเภทมีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาดมาตรวัดน้ำ เงินประกันการใช้น้ำค่าน้ำประปาขั้นต่ำ และค่าบริการทั่วไป

2.2 ถาม เหตุใดการประปาส่วนภูมิภาคจึงกำหนดประเภทของลูกค้าผู้ใช้น้ำออกเป็น 3 ประเภท ?

ตอบ 1. เพื่อให้อัตราค่าน้ำในประเภทที่อยู่อาศัยได้รับการช่วยเหลือในมิติของการเกื้อกูลเชิงสังคม

2. เพื่อรณรงค์ให้ช่วยกันประหยัดน้ำในมิติของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คือใช้น้ำน้อยราคาต่ำ
แต่ถ้าใช้น้ำมากราคาจะสูงขึ้นตามลำดับ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 88 ของ 136

③ อัตราค่าธรรมเนียมและการบริการของการประปาส่วนภูมิภาค

3.1 ถาม ค่าธรรมเนียมขอใช้น้ำประปามีอะไรบ้าง ?

ตอบ ผู้ขอใช้น้ำจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการขอใช้น้ำประปาตามอัตราที่กปภ.ได้กำหนดไว้ในตารางซึ่งจำแนกตามชนิดและขนาดมาตรวัดน้ำดังนี้

1. แบบติดตั้งถาวร

อัตราค่าธรรมเนียมการขอใช้น้ำประปา				
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่ามัดจำ (บาท)	ค่าประกันการใช้น้ำ (บาท)	ประมาณการ ค่าแรงและอุปกรณ์ (บาท)	รวม (บาท)
½*	ไม่เก็บ	535**	3,600	4,135
¾*	ไม่เก็บ	1,070**	4,700	5,770
1	1,000	1,605**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
1 ½	1,500	3,210**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
2	2,500	4,280**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
2 ½	4,000	4,280**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
3	5,000	10,700**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
4	10,000	16,050	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
6	20,000	22,470	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
8	20,000	32,100	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
หมายเหตุ ราคาข้างต้นรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว				

* เป็นการติดตั้งมาตรวัดน้ำขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 1/2 นิ้วและ 3/4 นิ้วเฉพาะส่วนเหมาะจ่ายที่มีระยะห่างจากตัวมาตรวัดน้ำ ไปถึงท่อเมนไม่เกิน 10 เมตร โดยค่าใช้จ่ายอาจเปลี่ยนแปลงได้

** ยกเว้นการเรียกเก็บสำหรับผู้ใช้น้ำประเภทที่ 1 สถานที่ราชการ บ้านพักข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 89 ของ 136

2. แบบติดตั้งชั่วคราว

อัตราค่าธรรมเนียมการขอใช้น้ำประปาชั่วคราว	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าประกันการใช้น้ำ (บาท)
1/2	5,000
3/4	7,000
1	12,500
1 1/2	30,000
2 ขึ้นไป	50,000
หมายเหตุ ราคาข้างต้นไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	

การติดตั้งประปาเพื่อการใช้งานน้ำประปาชั่วคราว ให้ติดตั้งมาตรวัดน้ำเส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน 8 นิ้ว เท่านั้น

3.2 ถาม ค่าบริการทั่วไปของ กปภ. คือค่าอะไร ?

ตอบ ค่าบริการทั่วไปคือค่าบริการรายเดือนที่ กปภ. ใช้ในการบำรุงรักษาซ่อม หรือเปลี่ยนมาตรวัดน้ำ อุปกรณ์ และท่อภายนอกให้อยู่ในสภาพใช้งานได้ดีเสมอ (ไม่รวมระบบท่อประปาภายในบ้าน) ซึ่ง กปภ. จะเรียกเก็บเงินเป็นรายเดือน ตามขนาดของมาตรวัดน้ำ ดังตาราง

อัตราค่าบริการทั่วไปต่อเดือน	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าบริการทั่วไป (บาท)
1/2	30
3/4	50
1	60
1 1/2	90
2	350
2 1/2	450
3	450
4	550
6	950
8	1,200

ทั้งนี้ รัฐวิสาหกิจอื่นๆ เช่น การประปานครหลวง การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค TOT เป็นต้น ก็เรียกเก็บจากลูกค้าเช่นเดียวกัน โดยเรียกว่าค่าบริการรายเดือน

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 90 ของ 136

3.3 ถาม อัตราค่าน้ำประปาของ กปภ.ในปัจจุบันมีหลักคิดอย่างไร ?

ตอบ การคิดราคาค่าน้ำประปาแต่ละเดือน จะประกอบด้วย

- 1) ค่าน้ำที่ใช้
- 2) ค่าบริการทั่วไป
- 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มตามที่รัฐบาลกำหนด (ปัจจุบัน 7%)

โดย ค่าน้ำที่ใช้จะคำนวณจากปริมาณการใช้น้ำประจำเดือนตามอัตราที่พนักงานอ่านมาตรไจทดในแต่ละเดือนจากมาตรวัดน้ำของผู้ใช้น้ำแต่ละรายคุณด้วย อัตราค่าน้ำประปาที่ใช้อยู่ในปัจจุบันตามประเภทผู้ใช้น้ำ และช่วงการใช้น้ำ โดยค่าน้ำที่ได้ต้องไม่น้อยกว่าอัตราค่าน้ำประปาขั้นต่ำของผู้ใช้น้ำประเภท 2 และ 3 (ยกเว้นประเภท 1 ไม่มีอัตราค่าน้ำขั้นต่ำ)

ใบเสร็จค่าน้ำจึงประกอบด้วยค่าน้ำที่ใช้ ค่าบริการทั่วไปและภาษีมูลค่าเพิ่มตามอัตราที่รัฐบาลกำหนด

$$\text{ค่าน้ำประปา} = (\text{ค่าน้ำที่ใช้} + \text{ค่าบริการทั่วไป}) + \text{ภาษีมูลค่าเพิ่ม}$$

3.4 ถาม อัตราน้ำประปาขั้นต่ำคืออะไร ?

ตอบ อัตราค่าน้ำประปาขั้นต่ำ คือค่าใช้น้ำพื้นฐานรายเดือนซึ่งผู้ใช้น้ำประเภท 2 และ 3 ที่ติดตั้งประปาแล้วจะต้องมีการใช้น้ำเป็นปกติทุกเดือน สำหรับผู้ใช้น้ำประเภท 2 เรียกเก็บขั้นต่ำสุดเดือนละ 150 บาท และประเภท 3 เรียกเก็บ ขั้นต่ำเดือนละ 300 บาท

อย่างไรก็ตาม หากผู้ใช้น้ำประเภท 2 และ 3 มีการใช้น้ำต่อเดือนมากกว่า 150 บาท และ 300 บาท ตามลำดับอยู่แล้วก็ไม่เกี่ยวข้องใด ๆ กับอัตราค่าน้ำประปาขั้นต่ำ

ทั้งนี้ เป็นหลักการทั่วไปที่ใช้สำหรับการประกันการใช้น้ำขั้นต่ำที่มีใช้สำหรับผู้ขอติดตั้งประปาแล้วแต่ไม่ใช้น้ำเลย ซึ่งเป็นการทำให้ผู้อื่น ที่อยู่ใกล้เคียงและอยากใช้น้ำประปาเกิดการเสียโอกาสใช้น้ำสะอาด

3.5 ถาม เมื่อได้รับใบแจ้งหนี้แล้วสามารถชำระเงินผ่านช่องทางใดได้บ้าง ?

ตอบ กปภ. มีช่องทางการชำระค่าน้ำประปาหลากหลายช่องทางให้เลือก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ากรณีที่ไม่สะดวกชำระค่าน้ำประปาในพื้นที่ที่ใช้บริการ พร้อมทั้งช่วยลดความเสี่ยงในการถูกถอดมาตรน้ำเนื่องจากไม่ชำระค่าน้ำตามกำหนดเวลา และลดภาระค่าใช้จ่ายในการประสานมาตรวัดน้ำซึ่งเป็นการเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นปัจจุบัน กปภ. มีช่องทางให้เลือกชำระ ดังนี้

1. ชำระผ่าน กปภ.
 - สำนักงาน กปภ.สาขา / กปภ.เขต / กองการเงิน สำนักงานใหญ่
 - ช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ กปภ. : <https://payment.pwa.co.th/>
 - Line : @pwathailand / Application : PWA PLUS LIFE

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 91 ของ 136

2. ชำระผ่าน Application ของตัวแทนรับชำระบนโทรศัพท์มือถือ

- K Plus (ธนาคารกสิกรไทย) / Krungthai Next (ธนาคารกรุงไทย) / SCB EASY (ธนาคารไทยพาณิชย์) / TMB Touch (ธนาคารทหารไทย) / MyMo(ธนาคารออมสิน) / ธ.ก.ส. A-Mobile (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) / Bualuang mBanking (ธนาคารกรุงเทพ) / mPAY / AirPay / easyBills / TrueMoneyWallet / COUNTER SERVICE PAY / Shopee / Lazada / เป๋าตัง / SABUY money wallet / Shopee Pay / Chill Pay

3. ชำระผ่านตู้ ATM ของธนาคาร

- ธนาคารไทยพาณิชย์ / ธนาคารกรุงเทพ

4. ชำระผ่านการหักบัญชีธนาคาร 12 แห่ง ทุกสาขาทั่วประเทศ

- ธนาคารกรุงไทย / ธนาคารกรุงเทพ / ธนาคารกรุงศรีอยุธยา / ธนาคารกสิกรไทย / ธนาคารทหารไทยธนชาติ / ธนาคารไทยพาณิชย์ / ธนาคารยูโอบี / ธนาคาร CIMB ไทย / ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย/ ธนาคารทีสโก้ / ธนาคารแลนด์เอสส์เพื่อรายย่อย / ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธกส.) / ธนาคารออมสิน

5. ชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ทุกสาขาทั่วประเทศ

- ธนาคารไทยพาณิชย์ / ธนาคารกรุงเทพ / ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธกส.) / ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

6. ชำระผ่านตัวแทนรับชำระ

- Pay@Post ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ/ Counter Service เช่น 7-11 / mPAY เช่น ศูนย์บริการ AIS,ร้านTelewiz / Tesco Lotus / True Money Express เช่น True Shop, True Move Shop, CP Fresh Mart / True Partner / SABUY Counter

7. ชำระผ่านตู้ชำระเงิน

- เดิมสบายพลัส / เดิมดี

หมายเหตุ : การรับชำระเงินต่าง กปภ.สาขา และตัวแทนเก็บเงินจากเอกชน จะรับเฉพาะใบแจ้งค่าน้ำประปาที่ยังอยู่ในกำหนดชำระ หากใบแจ้งค่าน้ำประปาที่ขึ้นสถานะถูกตัดมาตรา แล้ว จะไม่สามารถชำระได้ ต้องไปชำระที่ กปภ.สาขาในพื้นที่ที่ถูกค่าใช้บริการเท่านั้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 92 ของ 136

3.6 ถาม กปภ. ให้บริการการทำธุรกรรมออนไลน์บ้าง ?

ตอบ กปภ. ได้พัฒนาการให้บริการและการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำประปาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อที่สำนักงาน โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการของ กปภ. ได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ กปภ. : <https://payment.pwa.co.th>, Line : @pwathailand , Application : PWA Plus Life ซึ่งปัจจุบัน กปภ. มีบริการออนไลน์ดังนี้

1. ตรวจสอบค่าน้ำ
2. ชำระค่าน้ำ (รายละเอียดช่องทางชำระเงิน ดังข้อ 3.9)
3. แจ้งชำระค่าบริการอื่น ๆ ได้แก่ ค่าติดตั้งมาตร ค่าประสานมาตร บรรจบมาตร และตรวจสอบมาตร
4. ขอเป็นผู้ใช้น้ำรายใหม่
5. จองคิวออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมที่ กปภ.สาขา

3.7 ถาม หากพบว่าพนักงานของการประปาให้บริการไม่ดีเท่าที่ควรจะทำอย่างไร ?

ตอบ ลูกค้าสามารถแจ้งโดยตรงกับผู้จัดการกปภ.สาขาที่รับผิดชอบดูแลพื้นที่นั้นๆได้ทันทีหรือผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ www.pwa.co.th หรือ โทร. แจ้งที่ PWA Contact Center 1662

3.8 ถาม กรณียกเลิกการส่งเจ้าหน้าที่ไปเก็บค่าน้ำตามบ้าน ผู้ใช้น้ำจะจ่ายค่าน้ำให้กับเจ้าหน้าที่ที่ไปอ่านและบันทึกข้อมูลมาตรวัดน้ำได้หรือไม่ ?

ตอบ 1. กปภ. มีระเบียบปฏิบัติไม่ให้ เจ้าหน้าที่ที่ไปอ่านและบันทึกข้อมูลมาตรวัดน้ำ (ส่วนใหญ่เป็นเอกชนจ้างเหมา) รับเงินหรือรับฝากเงินค่าน้ำประปาจากลูกค้าโดยเด็ดขาด แม้ว่าจะเป็นบุคคลที่คุ้นเคยกัน หรือแจ้งว่าจะรับฝากไปชำระที่ กปภ.สาขาให้ก็ตาม ทั้งนี้หาก กปภ.สาขาตรวจสอบพบจะยกเลิกสัญญาจ้างเจ้าหน้าที่รายนั้นทันทีและหากเกิดกรณีเจ้าหน้าที่รับฝากเงินแล้วไม่นำไปชำระที่ กปภ. สาขา กปภ. จะไม่รับผิดชอบเงินค่าน้ำประปาที่ลูกค้าฝากไปกับเจ้าหน้าที่ดังกล่าว

2. มาตรการรองรับการยกเลิกส่งพนักงานไปเก็บค่าน้ำตามบ้าน กปภ.ได้เพิ่มช่องทางรับชำระเงินเพื่อให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกสบายแต่อาจทำให้ลูกค้าอีกส่วนหนึ่งไม่ถูกใจกับการยกเลิกการส่งเจ้าหน้าที่ไปเก็บค่าน้ำที่บ้าน ทั้งนี้ช่องทางการรับชำระเงินค่าน้ำ มีมากมายให้เลือก ดังข้อ 3.5

3. การเพิ่มช่องทางต่าง ๆ ในการชำระค่าน้ำประปาดังกล่าวเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ ประชาชน ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานสาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น การประปานครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ก็ได้ยกเลิกพนักงานหรือตัวแทนเก็บเงินตามบ้านเช่นเดียวกับการชำระค่าโทรศัพท์

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 93 ของ 136

3.9 ถาม กปภ. มีสิทธิงดจ่ายน้ำให้กับผู้ใช้น้ำได้หรือไม่?

ตอบ เมื่อผู้ใช้น้ำไม่ชำระค่าน้ำประปาภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในใบแจ้งค่าน้ำประปา กปภ. มีสิทธิงดจ่ายน้ำได้ตามสัญญาการใช้น้ำ เว้นแต่หนี้ค่าน้ำประปานั้น มีจำนวนน้อยกว่าเงินประกันการใช้น้ำและเป็นหนี้ค้างชำระ 2 งวดการใช้น้ำติดต่อกันหรือดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้เป็นการเฉพาะ

3.10 ถาม วิธีการคิดและทอนเงินที่มีเศษสตางค์ มีวิธีคิดอย่างไร?

ตอบ กปภ. ใช้หลักเกณฑ์การปัดเศษสตางค์ค่าน้ำประปา ตามหลักเกณฑ์การปัดเศษสตางค์ในการชำระค่าสินค้าและบริการของสำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า กรมการค้าภายใน ดังนี้

ที่	ช่วงของเศษสตางค์	การดำเนินการ
1	1-12 สตางค์	ปัดเศษลงเป็นศูนย์สตางค์ (0)
2	13-24 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 25 สตางค์
3	25 สตางค์	25 สตางค์
4	26-37 สตางค์	ปัดเศษลงเป็น 25 สตางค์
5	38-49 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 50 สตางค์
6	50 สตางค์	50 สตางค์
7	51-62 สตางค์	ปัดเศษลงเป็น 50 สตางค์
8	63-74 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 75 สตางค์
9	75 สตางค์	75 สตางค์
10	76-87 สตางค์	ปัดเศษลงเป็น 75 สตางค์
11	88-99 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 1 บาท
12	1 บาท	1 บาท

3.11 ถาม การจดและอ่านมาตรวัดน้ำมีวิธีการดำเนินงานอย่างไร ?

ตอบ เมื่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาได้ติดตั้งมาตรวัดน้ำให้แก่ผู้ขอใช้น้ำประปาเรียบร้อยแล้ว พนักงานอ่านมาตรจะไปอ่านมาตรวัดน้ำของผู้ขอใช้น้ำในเดือนถัดไปที่ตรงกับวันที่ได้ติดตั้งมาตรวัดน้ำเพื่อออกใบแจ้งค่าน้ำประปา โดยให้ถือว่าเป็นค่าน้ำประปาประจำเดือนนั้นอย่างไรก็ตามในกรณีวันอ่านมาตรตรงกับวันหยุดราชการ พนักงานอ่านมาตรจะอ่านมาตรล่วงหน้าก่อนถึงวันหยุดราชการ ทั้งนี้การประปาส่วนภูมิภาคสามารถปรับระบบการอ่านมาตรวัดน้ำรายใหม่ให้สอดคล้องกับรอบการอ่านมาตรในแต่ละเดือน หรือระบบการอ่านมาตรในแต่ละชุมชนได้ (อ่านมาตรตั้งแต่วันที่ 1 - 15 ของเดือน)

หมายเหตุ : หากลูกค้ามีข้อสงสัยเกี่ยวกับการอ่านหรือจดหน่วยมาตรวัดน้ำ สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดได้จากพนักงานอ่านมาตร หรือ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 94 ของ 136

3.12 ถาม ค่าน้ำท่อดารคืออะไร ?

ตอบ น้ำท่อดารคือ ก๊อกจ่ายน้ำที่ติดตั้งใน กปภ.สาขา ซึ่งประชาชนต้องนำภาชนะไปใส่น้ำ หรือนำรถไปบรรทุกน้ำ ทั้งนี้ กปภ. จะจำหน่ายในราคาเหมาจ่ายตั้งแต่ 1 กันยายน 2554 ดังนี้

1. พื้นที่เอกชนร่วมลงทุน (กปภ. 13 สาขา) และพื้นที่จังหวัดชลบุรี (6 สาขา) จำหน่าย ลบ.ม.ละ 23 บาท
2. พื้นที่จังหวัดภูเก็ต เกาะสมุย และเกาะพะงัน จำหน่าย ลบ.ม.ละ 24 บาท
3. พื้นที่ทั่วไป (กปภ. 212 สาขา) จำหน่าย ลบ.ม.ละ 18 บาท

3.13 ถาม อัตราน้ำสูญเสีย มีวิธีการคิดอย่างไร ?

ตอบ การคิดอัตราน้ำสูญเสีย มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{อัตราน้ำสูญเสีย} = \frac{\text{ปริมาณน้ำผลิตจ่าย} - (\text{ปริมาณน้ำจำหน่าย} + \text{ปริมาณน้ำจ่ายฟรี})}{\text{ปริมาณน้ำผลิตจ่าย}} \times 100$$

④ การโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปาและการย้ายสถานที่ใช้น้ำ

4.1 ถาม หากต้องการเปลี่ยนชื่อผู้ใช้น้ำหรือโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปาควรทำอย่างไร ?

ตอบ การโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปาแบ่งเป็นกรณีดังนี้

กรณีผู้ใช้น้ำถึงแก่กรรมให้ทายาทหรือผู้มีกรรมสิทธิ์ในอาคารสถานที่ประสงค์จะได้รับสิทธิ์ในการใช้น้ำต่อไปนั้น แสดงความจำนงเป็นลายลักษณ์อักษรต่อการประปาส่วนภูมิภาคเพื่อทำการโอนสิทธิ์การใช้น้ำภายใน 180 วัน นับแต่วันที่ผู้ใช้น้ำถึงแก่กรรมมิฉะนั้น การประปาส่วนภูมิภาค จะถือว่าสละสิทธิ์การใช้น้ำและการประปาส่วนภูมิภาคจะงดการจ่ายน้ำหรือโอนสิทธิ์การใช้น้ำให้แก่ผู้อื่น

กรณีโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในบ้านหรืออาคารอันเนื่องจากการซื้อขายการเช่าหรือการทำนิติกรรมใดๆโดยคู่กรณีมิได้ตกลงในเรื่องสิทธิในการใช้น้ำหรือเงินประกันการใช้น้ำไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม ให้ถือว่าผู้ใช้น้ำรายเดิมได้สละสิทธิ์ หรือโอนเงินประกันการใช้น้ำไปเป็นของผู้ครอบครองบ้านหรืออาคารตามสิทธิสืบเนื่องจากการทำนิติกรรมดังกล่าวผู้ครอบครองบ้านหรืออาคารรายใหม่ จึงมีสิทธิขอเปลี่ยนชื่อผู้ใช้น้ำได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินค่าประกันการใช้น้ำหรือค่าใช้จ่ายอื่นใด เว้นแต่ผู้ใช้น้ำรายเดิมได้ถอนเงินประกันการใช้น้ำไปแล้วหรือการประปาส่วนภูมิภาคได้หักเงินค่าประกันการใช้น้ำชดเชยค่าน้ำที่ค้างชำระจนหมดสิ้นแล้ว

ทั้งนี้ให้ผู้รับโอนยื่นคำร้องเอกสารที่เกี่ยวข้องที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาดังนี้

- ☒ บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอน
- ☒ สำเนาทะเบียนบ้านที่ติดตั้งประปาซึ่งผู้รับโอนมีชื่ออยู่ด้วยหรือเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์
- ☒ สำเนาสัญญาซื้อขาย หรือสัญญาเช่า (กรณีมีการซื้อขายหรือเช่าบ้าน)
- ☒ สำเนาใบมรณบัตรเดิมของผู้ใช้น้ำเดิม (กรณีผู้ใช้น้ำเดิมถึงแก่กรรม)
- ☒ เอกสารแสดงสิทธิ (กรณีผู้รับโอนไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านที่ติดตั้งประปา)
- ☒ ใบเสร็จค่าน้ำประปาเดือนใดเดือนหนึ่ง

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 95 ของ 136

4.2 ถาม หากลูกค้าต้องการย้ายสถานที่ใช้น้ำหรือเปลี่ยนจุดประสาณท่อจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งภายในเขตพื้นที่ให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาเดียวกันโดยไม่ได้เปลี่ยนขนาดของมาตรวัดน้ำควรทำอย่างไร ?

ตอบ ไปยื่นคำร้องขอย้ายสถานที่ใช้น้ำที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาพร้อมหลักฐานต่าง ๆ ดังนี้

- ☒ บัตรประจำตัวประชาชน
- ☒ สำเนาทะเบียนบ้านหลังที่จะย้ายสถานที่ใช้น้ำ

โดยยื่นคำร้องขอย้ายสถานที่ใช้น้ำที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาซึ่งลูกค้าต้องเสียค่าธรรมเนียมเช่นเดียวกับการขอติดตั้งประปาใหม่จากนั้นการประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะไปติดตั้งภายใน 6 วันทำการ

⑤ เกี่ยวกับมาตรวัดน้ำ

5.1 ถาม มาตรวัดน้ำมีความเที่ยงตรงแค่ไหนและมีค่าธรรมเนียมสำหรับการตรวจสอบหรือไม่ ?

ตอบ มาตรวัดน้ำทุกตัวมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงก่อนนำไปใช้งานหากสงสัยว่ามาตรวัดน้ำจะคลาดเคลื่อนให้แจ้งต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาที่ใช้บริการอยู่ซึ่งเจ้าหน้าที่จะถอดมาตรไปตรวจสอบตามคำร้องของท่านหากพบว่ามาตรวัดน้ำบกพร่องจริงก็จะทำการซ่อมหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่หากพบว่ามาตรวัดน้ำอยู่ในสภาพใช้การได้ดีลูกค้า จะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบมาตรวัดน้ำเองดังตาราง

ค่าธรรมเนียมตรวจสอบมาตรวัดน้ำ	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าตรวจสอบ (บาท) ยังไม่รวมภาษี
1/2	250
3/4	250
1	500
1 1/2	800
2	1,600
2 1/2	1,600
3	2,400
4	4,000
6	5,400
8	7,000

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 96 ของ 136

5.2 ถาม หากไม่อยู่บ้านเป็นเวลานานและต้องการฝากมาตรวัดน้ำกับการประปาส่วนภูมิภาค จะต้องทำอย่างไร ?

ตอบ กรณีลูกค้าคาดว่าจะไม่อยู่บ้านเกิน 1 ปีขึ้นไปลูกค้าควรแจ้งขอฝากมาตรวัดน้ำกับการประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ ซึ่งมีข้อดีคือ ช่วยลดปัญหาการดูแลมาตรการลดภาระการชำระค่าบริการที่ต้องจ่ายต่อเนื่องทุกเดือนและป้องกันการรับภาระค่าน้ำประปากรณีท่อรั่วภายใน หรือมีการลักใช้น้ำได้ด้วย โดยมีหลักฐาน ดังนี้

- ☒ บัตรประจำตัวประชาชน
- ☒ ใบเสร็จค่าน้ำประปาครั้งสุดท้ายหรือสำเนา (ถ้ามี)

โดยยื่นเรื่องขอฝากมาตรวัดน้ำที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ที่ใช้บริการ โดย กปภ.สาขาจะแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการฝากมาตรวัดน้ำแก่ผู้ใช้ น้ำ เช่น วันที่รับฝากมาตรวัดน้ำวันที่ครบกำหนดการฝากมาตร และวันที่ครบกำหนดที่ผู้ใช้ น้ำต้องมาติดต่อ กปภ.สาขาเพื่อจะฝากมาตรวัดน้ำ หรือจะขอใช้น้ำต่อไป ซึ่ง กปภ. จะแจ้งด้วยว่า หากไม่ติดต่อภายในกำหนดดังกล่าวก็จะระงับการจ่ายน้ำโดยอาจจะแจ้งเป็นหนังสือหรือระบุไว้ในใบเสร็จรับเงินค่าธรรมเนียมฝากมาตรวัดน้ำก็ได้

5.3 ถาม ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการฝากมาตรวัดน้ำเท่าไร ?

ตอบ ต้องเสียค่าธรรมเนียมการถอดและฝากมาตรในอัตราที่กำหนดตามขนาดของมาตรวัดน้ำ ซึ่งจะฝากได้ครั้งละ1ปีและจะฝากต่อเนื่องกันได้ไม่เกิน2ครั้งอย่างไรก็ตามการฝากมาตรขนาด ½ นิ้วที่ใช้กับบ้านเรือนทั่วไปนั้นจะเสียค่าธรรมเนียมการฝากมาตรปีแรก (ครั้งแรก) 400 บาทกับค่าภาษี 7% ส่วนปีที่สอง (ครั้งที่สอง) 300 บาทกับค่าภาษีอีก 7%

เมื่อครบกำหนดเวลาที่ผู้ใช้ น้ำฝากมาตรวัดน้ำประปาแล้วให้ผู้ใช้ น้ำติดต่อกับการประปาส่วนภูมิภาคภายใน 30 วันนับแต่วันครบกำหนดเพื่อยื่นคำร้องว่าจะฝากมาตรวัดน้ำต่อไปอีกหรือจะขอใช้น้ำประปา (แล้วแต่กรณี) มิฉะนั้นจะถือว่าสิทธิการใช้น้ำเป็นอันระงับไป หากต่อมาจะขอใช้น้ำอีก ต้องยื่นคำร้องขอใช้น้ำเหมือนผู้ขอใช้น้ำรายใหม่ ในการนี้ผู้ใช้ น้ำจะต้องชำระค่าธรรมเนียมในการฝากมาตรวัดน้ำหรือค่าธรรมเนียมบรรจบมาตรวัดน้ำตามที่ กปภ.กำหนด เช่นขนาดมาตร ½ นิ้วและ ¾ นิ้วจะเสียค่าธรรมเนียมบรรจบมาตร 100 บาท ถ้าขนาดมาตร 1 นิ้วจะเสีย 150 บาท เป็นต้น (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าท่ออุปกรณ์เพิ่มเติมในกรณีที่จำเป็นโดยต้องคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมตามความเป็นจริง)

ค่าธรรมเนียมฝากมาตรวัดน้ำ			
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าธรรมเนียมถอดและฝากมาตรวัดน้ำในปีแรก (บาท)	ค่าธรรมเนียมถอดและฝากมาตรวัดน้ำในปีที่สอง (บาท)	ค่าธรรมเนียมบรรจบมาตรวัดน้ำ(บาท)
½	400	300	100
¾	500	400	100
1	700	550	150
1 ½	1,000	800	200
2	2,500	2,100	400
2 ½	3,000	2,600	400
3	3,500	2,900	600
4	4,500	3,500	1,000
6	6,500	5,300	1,200
8	8,000	6,500	1,500



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 97 ของ 136

5.4 ถาม มิเตอร์น้ำที่หน้าบ้านสูญหายควรทำอย่างไร ?

ตอบ ให้ลูกค้ารีบแจ้งการประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ที่ใช้บริการซึ่งการประปาส่วนภูมิภาคสาขานั้น ๆ จะไปติดตั้งมิเตอร์น้ำใหม่เพื่อให้ลูกค้ามีน้ำใช้ก่อนจากนั้นการประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะแต่งตั้งคณะกรรมการสอบข้อเท็จจริง หากตรวจสอบพบว่ามิเตอร์น้ำหายไปโดยไม่ได้เป็นความผิดของลูกค้า ลูกค้าก็ไม่ต้องจ่ายค่ามิเตอร์น้ำใหม่ แต่หากสอบสวนพบว่ามิเตอร์น้ำหาย ในครั้งนั้นเป็นความผิดของลูกค้าลูกค้าจะต้องจ่ายค่ามิเตอร์น้ำใหม่

5.5 ถาม ถูกตัดมาตรวัดน้ำเพราะค้างชำระค่าน้ำต้องทำอะไร ?

ตอบ กรณีลูกค้าถูกงดจ่ายน้ำประปาหรือถูกตัดมาตรวัดน้ำหากมีความประสงค์จะเปิดใช้น้ำประปาต่อไปอีกให้ผู้ใช้น้ำยื่นคำร้องขอใช้น้ำก่อนโดยผู้ใช้น้ำต้องชำระหนี้ค่าน้ำประปาที่ค้างชำระและค่าธรรมเนียมถอดฝากบรรจบบรรจบบมาตรวัดน้ำ (ประสานมาตร) ดังตาราง (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าท่ออุปกรณ์เพิ่มเติมในกรณีที่ทำเป็นโดยต้องคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมตามความเป็นจริง)

ค่าธรรมเนียมบรรจบบรรจบบมาตรวัดน้ำ (ประสานมาตร)	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าธรรมเนียมบรรจบบมาตรวัดน้ำ (บาท)
1/2	300
3/4	600
1	850
1 1/2	1,200
2	2,900
2 1/2	3,400
3	4,100
4	5,500
6	7,700
8	9,500

ทั้งนี้ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะดำเนินการบรรจบบรรจบบมาตรให้แล้วเสร็จภายใน 2 วันทำการ อนึ่ง หากผู้ใช้น้ำชำระหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมดเมื่อพ้นกำหนด 6 เดือน นับแต่ กปภ. งดจ่ายน้ำแล้ว ผู้ใช้น้ำจะต้องยื่นคำขอใช้น้ำและชำระค่าใช้จ่ายในการติดตั้งประปาเช่นเดียวกับผู้ขอใช้น้ำรายใหม่

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 98 ของ 136

⑥ ยกเลิกใช้น้ำประปาและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปา

6.1 ถาม ขอยกเลิกการใช้น้ำประปาและขอรับเงินประกันการใช้น้ำคืนต้องทำอย่างไร ?

ตอบ กรณีผู้ใช้น้ำไม่ประสงค์จะใช้น้ำกับการประปาส่วนภูมิภาคโดยบอกเลิกการใช้น้ำประปาและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปาให้ยื่นคำร้องขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปากับการประปาส่วนภูมิภาคสาขาพร้อมหลักฐานดังต่อไปนี้

☒ บัตรประจำตัวประชาชน

☒ ใบเสร็จค่าประกันการใช้น้ำประปาถ้าไม่มีให้ใช้ใบแจ้งความแทน

กรณีผู้ใช้น้ำขอคืนเงินประกันการใช้น้ำมอบอำนาจให้ผู้อื่นไปดำเนินการแทน ให้ผู้รับมอบอำนาจนำหนังสือมอบอำนาจจากผู้ใช้น้ำ โดยมีพยาน 2 คน ลงนามรับรอง และปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย ไปยื่นให้เจ้าหน้าที่ด้วย โดยการประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะคืนเงินประกันการใช้น้ำให้ในกรณีที่ไม่มีค่าน้ำประปาค้างชำระ

⑦ คุณภาพน้ำและการบำรุงรักษา

7.1 ถาม น้ำประปามีรสเผื่อนๆควรทำอย่างไร ?

ตอบ น้ำประปาที่มีรสเผื่อนๆเกิดจากคลอรีนหากไม่คุ้นเคยกับกลิ่นคลอรีนที่เติมลงไปให้น้ำประปาควรเปิดน้ำประปาใส่ภาชนะสะอาดตั้งทิ้งไว้ประมาณ 30 นาทีที่กลิ่นคลอรีนจะระเหยหมดไปน้ำประปาก็จะมีรสชาติที่น้ำดื่มยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถเติมน้ำมะนาวหรือสมุนไพรอย่างอื่นเช่นใบเตย มะตูมลงในน้ำแล้วแช่ไว้ในตู้เย็นจะทำให้น้ำมีรสชวนดื่มยิ่งขึ้นอีก

7.2 ถาม บางครั้งน้ำประปามีกลิ่นคลอรีนเป็นเพราะสาเหตุอะไรและมีอันตรายหรือไม่ ?

ตอบ เนื่องจากในกระบวนการผลิตน้ำประปาเพื่อให้มีความสะอาดเทียบเท่ามาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลกจำเป็นต้องใช้สารคลอรีนฆ่าเชื้อโรคที่อาจมีในน้ำประปาเพื่อให้ส่งถึงทุกบ้านอย่างปลอดภัยดังนั้นในบางพื้นที่ที่น้ำประปามีกลิ่นคลอรีน (ส่วนใหญ่เป็นบ้านที่อยู่ใกล้กับโรงผลิตจ่ายน้ำ) ขอให้สบายใจว่าคลอรีนที่หลงเหลืออยู่ในน้ำประปากปภ.ได้ควบคุมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลกโดยกลิ่นคลอรีนในน้ำแสดงถึงความปลอดภัย ซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ หากไม่คุ้นเคยกับกลิ่นคลอรีนให้รองน้ำใส่ภาชนะสะอาดทิ้งไว้ประมาณ 30 นาที กลิ่นคลอรีนจะหายไปเองทั้งนี้ภาชนะที่รองรับน้ำประปาต้องมีความสะอาดด้วย



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 99 ของ 136

7.3 ถาม น้ำประปาใช้หุงข้าวได้หรือไม่ ?

ตอบ

สามารถใช้หุงข้าวได้ แม้ว่าหลายคนอาจกลัวว่าคลอรีนในน้ำประปาจะทำปฏิกิริยากับสารอินทรีย์ หรือ ข้าว และเมื่อได้รับความร้อนจะเปลี่ยนเป็นสารไตรฮาโลมีเทนซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งนั้น อย่างไรก็ตาม การเกิดสารไตรฮาโลมีเทนยังสามารถเกิดขึ้นได้อีกหลายปัจจัย เช่น ปริมาณคลอรีนอิสระ ความเป็นกรด-ด่าง อุณหภูมิ และชนิดสารอินทรีย์โดยเฉพาะกลุ่มฮิวมิก กรดฟุลวิกในน้ำเป็นหลัก ที่สำคัญกระบวนการผลิตน้ำประปาแม้ว่าในน้ำดิบที่นำมาผลิตจะมีสารอินทรีย์ปะปนอยู่บ้าง เมื่อเข้าสู่ระบบผลิตน้ำประปาที่มีขั้นตอนการปรับปรุงคุณภาพน้ำดิบ การตกตะกอน และการกรองแล้ว ปริมาณสารอินทรีย์จะถูกกำจัดออกไปได้มาก จึงเหลือมาทำปฏิกิริยากับคลอรีนอิสระคงเหลือในน้ำน้อยมาก ซึ่ง กปภ.ได้ควบคุมปริมาณคลอรีนอิสระคงเหลือสำหรับฆ่าเชื้อโรคในน้ำ ณ สถานีผลิตน้ำ ให้มีค่าอยู่ในช่วง 1.0 - 1.5 มิลลิกรัมต่อลิตร และเมื่อน้ำประปาเข้าสู่เส้นท่อในระบบจ่ายน้ำ คลอรีนอิสระคงเหลือจะยังช่วยกำจัดเชื้อโรคอย่างต่อเนื่องต่อไป โดยลดลงจนถึงผู้ใช้ในปริมาณที่มีการควบคุมให้มีค่าประมาณ 0.2 มิลลิกรัมต่อลิตร สำหรับข้าวสารหรือแป้งชนิดต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร จัดอยู่ในกลุ่มคาร์โบไฮเดรตโมเลกุลขนาดใหญ่จึงทำปฏิกิริยากับคลอรีนอิสระได้ช้ามาก เมื่อเทียบกับสารอินทรีย์ชนิดอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้นคลอรีนอิสระคงเหลือและไตรฮาโลมีเทนในน้ำจะระเหยออกได้ง่ายมากเมื่อสัมผัสอากาศหรือความร้อนจากการหุงต้ม คลอรีนจึงแทบไม่เหลืออยู่ในน้ำเลย ดังนั้น โอกาสที่จะเกิดสารไตรฮาโลมีเทนเนื่องจากการนำน้ำประปาที่มีคลอรีนมาใช้ประกอบอาหารจึงน้อยมาก ๆ อีกทั้ง กปภ. มีการทดสอบหาปริมาณไตรฮาโลมีเทนควบคู่กับคลอรีนอิสระคงเหลือในน้ำประปาอยู่เป็นประจำพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) กำหนด จึงวางใจได้ว่าน้ำประปาปลอดภัยต่อการอุปโภคและบริโภค

7.4 ถาม บางครั้งน้ำประปามีสีขุ่นและมีตะกอนเป็นเพราะอะไร ?

ตอบ

สาเหตุหนึ่งมาจากท่อแตกรั่วทำให้สิ่งสกปรกมีโอกาสเล็ดลอดเข้าไปในท่อประปาในระหว่างแตกรั่ว และในระหว่างการซ่อมท่อได้อีกสาเหตุหนึ่งก็คือถังเก็บน้ำหรือบ่อกักน้ำภายในบ้านที่ไม่สะอาดเพียงพอหรือมีตะกอนตกค้างอยู่ที่ก้นถังจึงควรทำความสะอาดถังเก็บน้ำอย่างสม่ำเสมอด้วย

7.5 ถาม การป้องกันการรั่วไหลของน้ำประปาภายในบ้านมีวิธีการอย่างไร ?

ตอบ

หมั่นตรวจสอบระบบท่อประปาภายในบ้านด้วยวิธีง่ายๆ โดยการปิดก๊อกน้ำในบ้านทุกตัว จากนั้นดูที่หน้าปัดของมาตรวัดน้ำที่บ้านท่านว่าใบพัดหมุนอยู่หรือไม่หากใบพัดยังหมุนอยู่แสดงว่าเกิดท่อรั่วภายในขึ้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 100 ของ 136

7.6 ถาม หากจะดูแลรักษาท่อประปาและอุปกรณ์ภายในบ้านควรทำอย่างไรจึงจะถูกต้อง ?

ตอบ การดูแลรักษาอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับท่อประปาเป็นสิ่งสำคัญมากมีรายละเอียดโดยย่อ ดังนี้

- 1) ควรเปลี่ยนท่อประปาและก๊อกรั่วที่ผุกร่อนหรือเป็นสนิมภายในบ้าน
- 2) ควรทำความสะอาดถังเก็บน้ำหรือบ่อบักน้ำอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ
- 3) สายยางน้ำที่ใช้อยู่ในบ้านควรหมั่นดูแลให้สะอาดอย่าปล่อยวางทิ้งไว้ตามพื้นที่เฉอะแฉะหรือเก็บไว้ในที่อับชื้นเพราะอาจทำให้ตะไคร่น้ำเกาะภายในสายยางได้ซึ่งหากนำสายยางนั้นไปต่อเข้ากับก๊อกรั่วน้ำประปาที่ไหลผ่านสายยางออกมาก็จะมีความสะอาดน้อยลงไป

7.7 ถาม การติดตั้งเครื่องปั้มน้ำที่ถูกต้องควรทำอย่างไร ?

ตอบ แต่ละบ้านควรมีถังหรือบ่อบักน้ำสำรองที่มีความจุประมาณ 500- 1,000 ลิตร ไว้สำหรับเก็บน้ำประปาให้ไหลลงบ่อบักน้ำก่อนแล้วจึงทำการติดตั้งเครื่องปั้มน้ำเพื่อสูบน้ำโดยตรงจากบ่อบักไปใช้หากทำการติดตั้งเครื่องปั้มน้ำโดยตรงจากเส้นท่อจะทำให้ท่อและมาตรวัดน้ำชำรุดได้โดยง่าย อีกทั้งยังเป็นการทำผิดเงื่อนไขสัญญาการใช้น้ำอีกด้วย

⑧ น้ำประปาไม่ไหลหรือไหลอ่อน

8.1 ถาม น้ำประปาไหลอ่อนบางทีไม่ไหลหรือไหลเป็นบางครั้งควรทำอย่างไร ?

ตอบ สาเหตุหนึ่งเกิดจากสภาพพื้นที่จ่ายน้ำเป็นเนินสูงต่ำไม่เท่ากันหากบ้านที่อยู่บนพื้นที่สูงหรือพื้นที่ปลายท่อจะมีแรงดันน้ำต่ำทำให้ได้รับน้ำน้อยลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเช้า – เย็นที่มีการเปิดใช้น้ำประปาพร้อม ๆ กันหากยังประสบปัญหาดังกล่าวให้แจ้งไปที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ที่ใช้บริการอยู่เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงและแก้ไขต่อไป

8.2 ถาม การหยุดจ่ายน้ำเกิดจากสาเหตุใดบ้าง ?

ตอบ สาเหตุการหยุดจ่ายน้ำ ประกอบด้วย 3 สาเหตุ ดังนี้

1. การหยุดจ่ายน้ำที่เป็นแผน หรือการหยุดจ่ายน้ำโดยรู้ล่วงหน้า หมายถึง กปภ.สาขาได้กำหนดแผนในการดำเนินกิจกรรมในการปรับปรุงระบบผลิต ระบบจำหน่ายน้ำประปา ได้แก่ การล้างหรือทำความสะอาดถังตกตะกอน ถังน้ำใส การสำรวจหาท่อแตกท่อรั่ว การปรับปรุงระบบไฟฟ้าสถานีผลิตและจ่ายน้ำ อุปกรณ์ท่อชำรุด ย้ายมาตร ย้ายหรือประสานท่อ ติดตั้งซ่อมแซมประตุน้ำ และการหยุดจ่ายน้ำโดยมีประกาศล่วงหน้า
2. การหยุดจ่ายน้ำที่ไม่เป็นแผน หรือการหยุดจ่ายน้ำโดยไม่รู้ล่วงหน้า หมายถึง การหยุดจ่ายน้ำที่มีสาเหตุจากท่อแตกรั่ว ท่อระเบิด ท่อเมนจ่ายน้ำชำรุด และท่อเสื่อมสภาพ
3. การหยุดจ่ายน้ำเนื่องจาก ไฟฟ้าดับ สาธารณภัย ภัยธรรมชาติ และอุบัติเหตุ ได้แก่ อุทกภัย วาตภัย กรมทางหลวงทำท่อประปาแตก เป็นต้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 101 ของ 136

๙ เกี่ยวกับค่าน้ำและการลงทุน

9.1 ถาม ค่าน้ำประปาสูงขึ้นผิดปกติต่างๆที่จำนวนผู้อยู่อาศัยเท่าเดิมจะมีวิธีการตรวจสอบอย่างไร ?

ตอบ มีวิธีการตรวจสอบดังนี้

1. สอบถามสมาชิกในบ้านว่ามีใครเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ในช่วงเดือนที่ผ่านมาหรือไม่เพื่อจะได้รู้ถึงปริมาณน้ำที่ถูกปล่อยทิ้งเพราะน้ำที่ผ่านมาตรวัดน้ำเข้าไปในบ้านทุกหน่วยที่บันทึกได้ถือว่าลูกค้าได้ซื้อน้ำเข้าบ้านแล้ว

2. ค้นหาการรั่วไหลของน้ำประปาภายในบ้านโดยการปิดก๊อกน้ำทุกตัวแล้วตรวจสอบว่ามาตรวัดน้ำที่บ้านยังหมุนอยู่หรือไม่หากว่ามาตรวัดน้ำยังหมุนอยู่แสดงว่ามีท่อรั่วภายในบ้านต้องรีบติดต่อช่างเพื่อซ่อมแซมแก้ไขโดยเร็วมิฉะนั้นจะสูญเสียน้ำสะอาดโดยเปล่าประโยชน์ไปทุกวินาที

9.2 ถาม หากต้องการลดการใช้น้ำประปาเพื่อช่วยชาติประหยัดน้ำหรือลดการสูญเสียน้ำโดยเปล่าประโยชน์ควรทำอย่างไร ?

ตอบ กรณีไม่ได้อาศัยอยู่ที่บ้านเป็นระยะเวลานานๆควรปิดประตุน้ำหลังมาตรวัดน้ำเสมอเพราะหากเกิดท่อรั่วภายในบ้านจะได้ไม่ต้องสูญเสียน้ำมากๆโดยเปล่าประโยชน์และไม่ต้องจ่ายเงินค่าน้ำที่สูงขึ้น

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 102 ของ 136
เอกสารอ้างอิง			

คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ “Service Mind” (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://odl.mod.go.th>

ความหมายของ Service Mind (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://kmops.moph.go.th>

Service Mind to Service Excellence การบริการด้วยใจเพื่อการบริการที่เป็นเลิศ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://pcni.moc.go.th>

การให้บริการที่ดี (Service Mind) (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.oic.go.th>

เขียน Content ยังไงให้ Like กระจุย Share กระฉวย แคมเปญของได้ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://developers.ascendcorp.com>

3 ขั้นตอน วิธีเขียน content ให้ปัง !!! ยอดขายถล่มทลายง่าย ๆ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://teekhawat.com/content>

14 เทคนิคการสร้าง Engagement บน Facebook เพื่อธุรกิจออนไลน์ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://stepstraining.co/strategy/14-techniques-increasing-engagement-on-facebook>

CEO เล่าเรื่อง ตอนที่ 2: การตลาดโซเชียล (Social Media Marketing) คืออะไร? (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.iprospect-th.com/digital-knowledge/what-is-social-media-marketing/>

12 ขั้นตอน วิธีเขียนอีเมลภาษาอังกฤษพิชิตใจลูกค้า (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.globish.co.th>

วิธีเขียนอีเมลล์ให้ลูกค้าตอบกลับคุณอย่างรวดเร็ว (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.linkedin.com>

วิธีการเขียนอีเมลล์ให้กับลูกค้าแบบมืออาชีพ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.sales100million.com>

การสื่อสารทางโทรศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.trdnrru.net>

5 เคล็ดลับการให้บริการลูกค้าแบบเผชิญหน้า (5 Tips for face to face customer service) (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.callcentermaster.com>

การสื่อสารในการบริการ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.elfms.ssru.ac.th>

คู่มือหลักการการให้บริการที่ดีภายใต้กระบวนการจัดการความรู้ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.ascar.rmutk.ac.th>

สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อร้องเรียน (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.impressionconsult.com>

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 103 ของ 136

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (ออนไลน์), และสรุปลักษณะสำคัญ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จากสำนักงานงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2562 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.oic.go.th>

สรุปลักษณะสำคัญ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 “PDPA – Privacy for All” (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.rbpho.moph.go.th>

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.sec.or.th>

สรุปลักษณะสำคัญ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จากสำนักงานงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2562 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.oic.go.th>

ประกาศ กปภ. เรื่องนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://pwa.co.th/contents/privacy-policy>

ทัศนคติเชิงบวกกับงานบริการ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.entaining.net>

ทัศนคติ (Attitude) (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. จาก <https://romravin.wordpress.com>

‘ทัศนคติ’ ความหมาย และความสำคัญ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.bangkokbiznews.com>

มั่นใจในมาตรฐานบริการลูกค้าด้วย PWA Service Charter วารสารน้ำ กปภ. ฉบับที่ 6 ที่ 41 เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2563 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2564. จาก <https://www.pwa.co.th/download/waterbook/w202012/#10>

ส่วนยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงภายในสำนักนโยบายและแผนสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, คู่มือคำแนะนำการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับสถานที่.

Madison House, Business English Development Program PWA.

บริษัท แอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด, เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง Service Mind, วันที่ 13-14 มีนาคม 2557.

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน), เอกสารประกอบการฝึกอบรม เรื่อง “หลักสูตรทักษะการให้บริการในงาน Call Center” โครงการ Smile Line Smile Team 1567 ศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย.

Training & Development Aconnect Contact Center Advance Research Group., Ltd. เอกสารประกอบการอบรมเรื่องเรื่องศิลปะและทักษะการให้บริการและ Refresh Service Excellent.

เชมิษา บุญเกียรติ. (พฤษภาคม 2566). เอกสารประกอบการบรรยายอบรมเชิงปฏิบัติการ PWA Brand Ambassador : Customer Service Excellence, กรุงเทพฯ: การประปาส่วนภูมิภาค.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 104 ของ 136

ภาคผนวก

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 105 ของ 136

รู้จักลูกค้า กปภ.

Customer Segment Profile

การเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน จะช่วยให้ กปภ. นำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ รวมถึงการจัดทำแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างตรงจุดยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน กปภ. จำแนกลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท โดยยึดหลักเกณฑ์ลูกค้าที่ประกอบกิจการแตกต่างกันและปริมาณการใช้น้ำเพื่อตอบสนองความสมดุลระหว่างการดำรงอยู่ขององค์กรกับสภาวะของลูกค้าแต่ละประเภทให้ได้รับการบริการสาธารณูปโภคอย่างเพียงพอและทั่วถึงดังนี้

ประเภทที่ 1 ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ ซึ่งใช้น้ำไม่เกิน 50 ลบ.ม. ได้แก่

- 1.1 ที่อยู่อาศัย
- 1.2 อื่น ๆ - ศาสนสถาน กิจการสาธารณกุศล ธุรกิจและการค้า

ประเภทที่ 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็กรวมถึงผู้ใช้น้ำประเภทที่ 1 ที่ใช้น้ำมากกว่า 50 ลบ.ม. ต่อเดือน ได้แก่

- 2.1 ส่วนราชการ
- 2.2 สถานพยาบาล และสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ
- 2.3 สถานศึกษาของรัฐ
- 2.4 ธุรกิจและการค้าขนาดเล็ก

ประเภทที่ 3 รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่ รวมถึงผู้ใช้น้ำประเภทที่ 2 เฉพาะกรณีกลุ่มตลาดศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สหกรณ์ และกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก สำนักงานธุรกิจ ที่ใช้น้ำมากกว่า 80 ลบ.ม. ต่อเดือน ได้แก่

- 3.1 สถานที่ทำการของรัฐวิสาหกิจ
- 3.2 อุตสาหกรรม
- 3.3 โรงแรมและสถานเริงรมย์
- 3.4 ธุรกิจและการค้าขนาดใหญ่

นอกจากนี้ กปภ. ยังได้จำแนกลูกค้าเพิ่มเติมคือวิเคราะห์จากข้อมูลเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (PWA Customer Journey Mapping) ซึ่งครอบคลุมทุกวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) โดยพิจารณาประสบการณ์และความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในแต่ละขั้นตอน แต่ละธุรกรรมบริการ และแต่ละ Touchpoint เพื่อรับฟังและทำความเข้าใจลูกค้า กำหนดกลยุทธ์สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า การบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าทั้งในด้านการแก้ปัญหา (Pain Point) ของลูกค้าและเพิ่มคุณค่าให้การบริการของ กปภ. (Gain Point) ให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและเกิดความผูกพันภักดีต่อ กปภ. ดังนี้

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 106 ของ 136

1. กลุ่มคนที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต เป็นกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่การให้บริการของ กปภ. แต่ยังไม่เป็นลูกค้าของ กปภ. โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ถึงสินค้า บริการและคุณภาพการให้บริการของ กปภ. สร้างความสนใจ โน้มน้าวใจ/จูงใจให้ตัดสินใจใช้บริการของ กปภ.

2. กลุ่มลูกค้าใหม่ เป็นกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการสอบถามข้อมูลสำหรับตัดสินใจใช้น้ำประปา กปภ. และกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการขอติดตั้งประปาใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความประทับใจแรก สื่อสารข้อตกลงและแนวปฏิบัติในการใช้บริการ

3. กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ. เป็นกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ซึ่งเป็นจำนวนส่วนใหญ่ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจในการได้รับบริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อจะพัฒนาสู่ความผูกพันที่ดีต่อไป

4. กลุ่มลูกค้าร้องเรียน เป็นกลุ่มลูกค้าร้องเรียนการให้บริการของ กปภ. และให้รวมถึงลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่มีข้อร้องเรียนสูง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจจากการตอบสนองและแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

5. กลุ่มลูกค้าผูกพันภักดี เป็นกลุ่มลูกค้าที่บอกต่อข้อมูลการให้บริการของ กปภ. การกล่าวถึง กปภ. เชิงบวกและการปกป้อง กปภ. เมื่อมีถูกกล่าวถึงในเชิงลบ รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ชำระค่าน้ำตามกำหนดเวลา กปภ. ไม่ต้องติดตามหนี้ค้าง และกลุ่มลูกค้าที่แจ้ง กปภ. ในกรณีพบเห็นท่อแตกท่อรั่วสาธารณะ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อรักษาระดับและเพิ่มระดับความผูกพันภักดีต่อ กปภ.ต่อไป

จากกลุ่มการจำแนกลูกค้ากล่าว กปภ. ได้วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าจากฐานข้อมูลสารสนเทศจากแต่ละ Touchpoint เพื่อให้ได้สารสนเทศความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ทศนคติ ความเชื่อมั่น ความภักดี ความวิตกกังวล และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และได้นำมากำหนดเป็น **Persona** เพื่อกำหนดนโยบายด้านลูกค้าและตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ในการตอบสนองพันธกิจและวิสัยทัศน์องค์กร ทั้งด้านการสร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยมีรายละเอียดดังตาราง

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 107 ของ 136

Customer Persona

คุณลักษณะของลูกค้า

ประเภทลูกค้า	กลุ่มคนที่ยังไม่ เป็นลูกค้า กปภ. หรือ ผู้ที่อาจเป็น ลูกค้าใน อนาคต	กลุ่มลูกค้าใหม่	กลุ่มลูกค้าที่ ไม่เคยติดต่อ หรือร้องเรียน กปภ.	กลุ่มลูกค้า ร้องเรียน	กลุ่มลูกค้าผูกพัน ภักดี	กลุ่มลูกค้า* รายใหญ่
Profile	ลูกค้าศักยภาพ 	ลูกค้ามือใหม่ 	ลูกค้าประจำ 	ลูกค้าจอมพลัง 	ลูกค้าภักดี 	ลูกค้าวีไอพี 
ความต้องการ	มีเส้นทางผ่าน หน้าบ้าน ลดค่าติดตั้ง/ ค่าน้ำประปาให้ ถูกลง คุณภาพ ปริมาณน้ำและ บริการที่ดี	คำแนะนำด้าน การใช้น้ำ กปภ. ช่องทาง การติดต่อที่ สะดวก	คุณภาพ และ ปริมาณน้ำที่ดี	คุณภาพปริมาณน้ำ และบริการที่ดี	มีส่วนร่วมในการ เสนอแนะการ ให้บริการและ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับ กปภ.	คุณภาพปริมาณน้ำ และบริการที่ดี เป็นพิเศษกว่า กลุ่มอื่น
Interest	ข่าวสาร การขยายเขต จำหน่ายน้ำ การพัฒนา คุณภาพน้ำ และบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับ เมื่อเป็นลูกค้า กปภ.	ข้อมูลและ ช่องทางการ ติดต่อของ กปภ.	ข่าวสารที่ กระทบกับ คุณภาพและ ปริมาณน้ำ เช่น ปิดจ่ายน้ำ น้ำเค็ม เป็นต้น	การแก้ไขปัญหา ของ กปภ.	กิจกรรมของ กปภ.	ข่าวสารกิจกรรม และโปรโมชั่น ต่าง ๆ ของ กปภ.
ช่องทางการรับ ข่าวสาร	-LINE -Facebook	-LINE -Facebook -Website pwa.co.th -โทรศัพท์ -PWA Contact Center 1662	-LINE -Facebook -โทรศัพท์ ติดต่อสาขา	-LINE -Facebook -Website pwa.co.th -โทรศัพท์	-LINE -Facebook -โทรศัพท์ติดต่อ สาขา -PWA Contact Center 1662 -E-mail	-LINE -Facebook -โทรศัพท์ติดต่อ สาขา
ความวิตก กังวล	คุณภาพและ ปริมาณ น้ำประปาที่ใช้อยู่ ไม่มีคุณภาพ	ไม่รับทราบ ข้อมูลข่าวสาร ของ กปภ.	ไม่มีน้ำประปา ใช้ หรือ น้ำประปาไม่มี คุณภาพ	ไม่ได้รับการ ติดต่อหรือ การแก้ไขปัญหา จาก กปภ.	ไม่รับทราบ ข้อมูลข่าวสาร ของ กปภ.	คุณภาพและ ปริมาณน้ำไม่มี คุณภาพ และการ ให้บริการไม่ดี

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 108 ของ 136

ประเภทลูกค้า	กลุ่มคนที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต	กลุ่มลูกค้าใหม่	กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ.	กลุ่มลูกค้าร้องเรียน	กลุ่มลูกค้าผูกพัน ักดี	กลุ่มลูกค้า* รายใหญ่
Profile	ลูกค้าศักยภาพ 	ลูกค้ามือใหม่ 	ลูกค้าประจำ 	ลูกค้าจอมพลัง 	ลูกค้าักดี 	ลูกค้าวีไอพี 
Pain Point	ไม่สามารถเปลี่ยนมาใช้น้ำของ กปภ. ได้เนื่องจากไม่มีเส้นท่อผ่านหรือค่าใช้จ่ายสูงกว่าที่ใช้อยู่	ปัญหาด้านคุณภาพ ปริมาณและการให้บริการ	ปัญหาด้านคุณภาพ ปริมาณ	ปัญหาด้านคุณภาพปริมาณ และการให้บริการ	ข้อมูลข่าวสารของ กปภ. ไม่ถูกต้องและไม่ทันต่อเหตุการณ์	การให้บริการของ กปภ. ส่งผลกระทบกับการดำเนินงานกิจการ
ข้อเสนอแนะ	ให้จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการรับบริการหรือข้อมูลสำคัญต่างๆ ที่ลูกค้าควรทราบ ติดตั้งภายในสำนักงาน	การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ามีถึงสำรอน้ำไม่ใช่การแก้ไขปัญหาด้านปริมาณได้อย่างตรงจุด	ต้องการให้ปรับปรุงใบแจ้งค่าน้ำประปาให้มีระยะเวลาจ่ายเงินมากกว่า 7 วัน	เพิ่มการทำงานแบบ Team Work เพื่อพัฒนาการดำเนินการให้เร็วขึ้น สามารถแจ้งพิกัดและระยะเวลาในการซ่อมแซมได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน	พัฒนาระบบการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อเกิดเหตุหยุดจ่ายน้ำ/ท่อแตกรั่วฉุกเฉิน	-ควรประเมินความต้องการใช้น้ำของประชาชน และมีคำตอบให้ประชาชนถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการหยุดจ่ายน้ำกรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ

หมายเหตุ * กปภ. กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยยึดหลักเกณฑ์ผลตอบแทนจากการลงทุน คือ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้ให้ กปภ. โดย กปภ. กำหนดราคาค่าน้ำสูงกว่าต้นทุนการผลิตและเป็นกลุ่มที่มีปริมาณการใช้น้ำจำนวนมาก โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับผลประโยชน์ของ กปภ.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 109 ของ 136

ข้อมูลลูกค้าประเภท 1

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าปัจจุบัน : ผู้ใช้น้ำประเภทที่หนึ่ง (ที่อยู่อาศัย) ได้แก่ 1. สถานที่พักอาศัยของเอกชน 2. สถานที่พักอาศัยของรัฐ 3. สถานที่พักอาศัยและมีการประกอบการค้า 4. ศาสนสถาน มูลนิธิ หรือองค์กรเพื่อการกุศลสาธารณะ 5. พรรคการเมือง จำนวน 73,435 ตัวอย่าง

1. ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ	1) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 2) คุณภาพน้ำประปา 3) ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ
ความคาดหวัง	1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 3) การให้บริการของพนักงาน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
1. คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.332	5
2. ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.291	7
3. การให้บริการของพนักงาน	4.494	1
4. อาคาร – สถานที่	4.477	3
5. การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.481	2
6. การให้บริการหลังการขาย	4.381	4
7. ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.328	6

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารและรับการสนับสนุนจาก กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสาร 11 ช่องทาง	4.036	-
ช่องทางสื่อสารหลัก 7 ช่องทาง	4.157	-
1. สายด่วน PWA Contact Center 1662	4.010	4
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต	4.172	2
3. พบเจ้าหน้าที่	4.490	1
4. LINE	4.133	3
5. เว็บไซต์ของ กปภ. www.pwa.co.th	3.739	6
6. Facebook ของ กปภ.	3.941	5
7. E-mail กปภ. pr@pwa.co.th	3.546	9

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 110 ของ 136

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสารเสริม 4 ช่องทาง	3.571	-
8. บันทึก/ หนังสือ/ จดหมาย	3.597	8
9. ศูนย์ดำรงธรรม	3.516	11
10. สื่อมวลชน	3.610	7
11. ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียนภาครัฐสายด่วน 1111 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (GCC1111)	3.557	10

4. ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ความภักดี	-
ยังคงใช้น้ำประปาของ กปภ. ต่อไป	97.42
เปลี่ยนไปใช้น้ำประปาของหน่วยงานอื่น	2.58

5. ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)
ความผูกพัน	4.181
เมื่อมีโอกาส ท่านจะกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดี	4.206
ท่านมีความปรารถนาให้ กปภ. เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง/เติบโต ดำเนินการกิจการของ ตนเองภายใต้พันธกิจได้อย่างเหมาะสม	4.214
ท่านต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของ กปภ. มากน้อยเพียงใด	4.123

6. ความต้องการ/ความคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.สาขา

ประเภทงานให้บริการของ กปภ.สาขา เพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	98.00
ยังไม่เพียงพอ	2.00
วัน - เวลาให้บริการของ กปภ. มีความเหมาะสมหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	97.59
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	2.41

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 111 ของ 136

อาคาร-สถานที่ให้บริการของ กปภ. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		98.44
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		1.56
จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้าถึง		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		99.05
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		0.95
กปภ. สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอหรือไม่		ร้อยละ
รวม		100.00
เพียงพอแล้ว		98.83
ยังไม่เพียงพอ		1.17
ช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขามีความเพียงพอหรือไม่		ร้อยละ
รวม		100.00
เพียงพอแล้ว		98.85
ยังไม่เพียงพอ		1.15

7. ทศนคติความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทัศนคติความเชื่อมั่น	4.271	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.348	3
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.387	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.365	2
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงาน ปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.234	7
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.231	8
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.167	10
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.185	9
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรม มาพัฒนา ระบบประปา	4.243	6
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน	4.285	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไข สถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.261	5

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 112 ของ 136

ข้อมูลลูกค้าประเภท 2

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าปัจจุบันผู้ใช้น้ำประเภทที่สอง (ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก) ได้แก่ 1. ที่ทำการของหน่วยงานราชการ 2. โรงพยาบาลของรัฐ สถานพยาบาลของรัฐ 3. สถานพยาบาลของเอกชน 4. สถานสงเคราะห์ของรัฐ 5.สถานศึกษาของรัฐ 6.สถานศึกษาของเอกชนระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา 7.สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ 8.ตลาด ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้าสหกรณ์ 9.ธุรกิจขนาดเล็ก สำนักงานธุรกิจ จำนวน 17,083 ตัวอย่าง

1. ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ	1) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 2) คุณภาพน้ำประปา 3) ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ
ความคาดหวัง	1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 3) การให้บริการของพนักงาน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
1. คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.325	5
2. ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.285	7
3. การให้บริการของพนักงาน	4.487	1
4. อาคาร – สถานที่	4.474	3
5. การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.481	2
6. การให้บริการหลังการขาย	4.376	4
7. ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.319	6

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารและรับการสนับสนุนจาก กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสาร 11 ช่องทาง	4.079	-
ช่องทางสื่อสารหลัก 7 ช่องทาง	4.194	-
1. สายด่วน PWA Contact Center 1662	4.034	4
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต	4.202	2
3. พบเจ้าหน้าที่	4.509	1
4. LINE	4.154	3
5. เว็บไซต์ของ กปภ.www.pwa.co.th	3.794	6
6. Facebook ของ กปภ.	3.969	5
7. E-mail กปภ. pr@pwa.co.th	3.609	10

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 113 ของ 136

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสารเสริม 4 ช่องทาง	3.612	-
8. บันทึก/ หนังสือ/ จดหมาย	3.640	8
9. ศูนย์ดำรงธรรม	3.550	11
10. สื่อมวลชน	3.642	7
11. ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียนภาครัฐสายด่วน 1111 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (GCC1111)	3.610	9

4. ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ความภักดี	-
ยังคงใช้น้ำประปาของ กปภ. ต่อไป	97.30
เปลี่ยนไปใช้น้ำประปาของหน่วยงานอื่น	2.70

5. ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)
ความผูกพัน	4.183
เมื่อมีโอกาส ท่านจะกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดี	4.212
ท่านมีความปรารถนาให้ กปภ. เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง/เติบโต ดำเนินการกิจการของ ตนเองภายใต้พันธกิจได้อย่างเหมาะสม	4.214
ท่านต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของ กปภ. มากน้อยเพียงใด	4.121

6. ความต้องการ/ความคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.สาขา

ประเภทงานให้บริการของ กปภ.สาขา เพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	98.03
ยังไม่เพียงพอ	1.97
วัน - เวลาให้บริการของ กปภ. มีความเหมาะสมหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	97.71
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	2.29

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 114 ของ 136

อาคาร-สถานที่ให้บริการของ กปภ. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		98.44
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		1.56
จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้าถึง		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		99.11
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		0.89
กปภ. สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอหรือไม่		ร้อยละ
รวม		100.00
เพียงพอแล้ว		98.92
ยังไม่เพียงพอ		1.08
ช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขามีความเพียงพอหรือไม่		ร้อยละ
รวม		100.00
เพียงพอแล้ว		98.86
ยังไม่เพียงพอ		1.14

7. ทศนคติความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทศนคติความเชื่อมั่น	4.267	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.343	3
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.378	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.362	2
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงาน ปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.234	7
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.229	8
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.168	10
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.180	9
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรม มาพัฒนา ระบบประปา	4.235	6
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน	4.281	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไข สถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.258	5

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 115 ของ 136

ข้อมูลลูกค้าประเภท 3

กลุ่มที่ 3 ลูกค้าปัจจุบันผู้ใช้น้ำประเภทที่สาม (รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดใหญ่) ได้แก่ 1.ที่ทำการของ รัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน 2.การอุตสาหกรรม 3.สถานบริการและที่พัก 4.ธนาคารพาณิชย์ 5.โรงพยาบาลของเอกชน 6.สถานศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา 7.สถานบริการเชื้อเพลิง 8.การขอใช้น้ำชั่วคราว 9.ธุรกิจการค้าขนาดใหญ่อื่น ๆ จำนวน 3,082 ตัวอย่าง

1. ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ	1) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 2) คุณภาพน้ำประปา 3) ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ
ความคาดหวัง	1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 3) การให้บริการของพนักงาน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
1. คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.348	6
2. ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.310	7
3. การให้บริการของพนักงาน	4.507	1
4. อาคาร – สถานที่	4.486	3
5. การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.490	2
6. การให้บริการหลังการขาย	4.406	4
7. ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.351	5

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารและรับการสนับสนุนจาก กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสาร 11 ช่องทาง	4.028	-
ช่องทางสื่อสารหลัก 7 ช่องทาง	4.159	-
1. สายด่วน PWA Contact Center 1662	4.026	4
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต	4.200	2
3. พบเจ้าหน้าที่	4.498	1
4. LINE	4.131	3
5. เว็บไซต์ของ กปภ. www.pwa.co.th	3.707	6
6. Facebook ของ กปภ.	3.893	5
7. E-mail กปภ. pr@pwa.co.th	3.426	10

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 116 ของ 136

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสารเสริม 4 ช่องทาง	3.478	-
8. บันทึก/ หนังสือ/ จดหมาย	3.503	8
9. ศูนย์ดำรงธรรม	3.413	11
10. สื่อมวลชน	3.527	7
11. ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียนภาครัฐสายด่วน 1111 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (GCC1111)	3.463	9

4. ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ความภักดี	-
ยังคงใช้น้ำประปาของ กปภ. ต่อไป	97.40
เปลี่ยนไปใช้น้ำประปาของหน่วยงานอื่น	2.60

5. ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)
ความผูกพัน	4.181
เมื่อมีโอกาส ท่านจะกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดี	4.214
ท่านมีความปรารถนาให้ กปภ. เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง/เติบโต ดำเนินการกิจการของ ตนเองภายใต้พันธกิจได้อย่างเหมาะสม	4.212
ท่านต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของ กปภ. มากน้อยเพียงใด	4.118

6. ความต้องการ/ความคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.สาขา

ประเภทงานให้บริการของ กปภ.สาขา เพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	97.89
ยังไม่เพียงพอ	2.11
วัน - เวลาให้บริการของ กปภ. มีความเหมาะสมหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	97.96
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	2.04

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 117 ของ 136

อาคาร-สถานที่ให้บริการของ กปภ. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	98.54
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	1.46
จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้าถึง	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	98.90
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	1.10
กปภ. สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	98.70
ยังไม่เพียงพอ	1.30
ช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขามีความเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	98.70
ยังไม่เพียงพอ	1.30

7. ทศนคติความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทศนคติความเชื่อมั่น	4.305	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.399	3
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.420	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.402	2
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงาน ปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.260	8
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.266	7
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.189	10
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.217	9
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรม มาพัฒนา ระบบประปา	4.271	6
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน	4.326	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไข สถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.300	5

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 118 ของ 136

ข้อมูลลูกค้าคาดหวังในอนาคตและลูกค้าคู่แข่ง

- กลุ่มที่ 4** - ลูกค้าคาดหวังในอนาคต หมายถึง ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการแต่ยังไม่ได้ใช้บริการน้ำประปาของ กปภ.
- ลูกค้าคู่แข่ง หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการน้ำประปาของ กปภ. และของหน่วยงานอื่นควบคู่กัน หรือ ผู้ที่ไม่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ กปภ.

พฤติกรรมการใช้น้ำของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าคาดหวังในอนาคตและลูกค้าคู่แข่ง

1. การใช้น้ำเพื่อการอุปโภค และการใช้น้ำเพื่อการบริโภค (ดื่ม)

รายการ	ร้อยละ
ใช้น้ำเพื่อการอุปโภคหรือเพื่อการผลิตจากแหล่งใด	
1. ประปาหมู่บ้าน ประปาเทศบาล ประปาหน่วยงานอื่นๆ	100.00
2. สระน้ำที่ขุดไว้	17.14
3. บ่อบาดาล	16.03
4. น้ำฝน	13.76
5. รถน้ำเอกชนที่มาขาย	12.78
6. แหล่งน้ำธรรมชาติ	12.05
7. รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก	11.67
8. น้ำประปาของ กปภ. *	10.26
9. คลองชลประทาน	6.84
ใช้น้ำเพื่อการบริโภค (ดื่ม) จากแหล่งใด	
1. ชื้อน้ำบรรจุขวดดื่ม	33.85
2. ต้มน้ำหยอดเหรียญ	21.07
3. น้ำประปาของ กปภ. *	10.26
4. รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก	8.80
5. น้ำฝน	7.78
6. รถน้ำเอกชนที่มาขาย	7.31
7. ประปาหมู่บ้าน ประปาเทศบาล ประปาหน่วยงานอื่นๆ	0.00

หมายเหตุ * ใช้น้ำ 2 ระบบ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 119 ของ 136

2. ความต้องการของลูกค้าคาดหวังในอนาคตในบริการ

รายการ	คะแนนอันดับความต้องการ (จากมากไปน้อย)
บริการน้ำประปาด้วยความเพียงพอ	4.506
บริการน้ำประปาที่มีคุณภาพ	4.410
มีบริการซ่อมระบบประปาโดยช่างมืออาชีพ	3.640
มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งประปา	3.475
มีบริการวางระบบท่อน้ำภายในบ้านแบบฟรีค่าแรง	3.293
การผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งปั้มน้ำ/ถังสำรองน้ำ	3.201
มีช่องทางในการรับฟังลูกค้า	1.599
อาคาร-สถานที่ เข้าถึงง่าย มีความสะดวกสบาย	1.517
การชำระค่าน้ำและการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว	1.511
การบริการที่ดีจากพนักงาน	1.502
มีการให้ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารกับลูกค้า	1.500
มีบริการหลังการขายที่ดี	1.374

3. ความต้องการเป็นลูกค้าของ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ต้องการ	66.58
ไม่ต้องการ	13.94
ไม่แน่ใจ	19.48

4. เหตุผลที่ต้องการเป็นลูกค้าแต่ยังไม่เป็น และเหตุผลที่ไม่ต้องการเป็นลูกค้า

รายการ	ร้อยละ
ต้องการ แต่เหตุยังไม่ใช้	
น้ำประปาของ กปภ. ยังมาไม่ถึง	50.19
ค่าติดตั้งประปาใหม่มีราคาแพง	49.81
เหตุผลที่ไม่ต้องการ	
น้ำประปาของชุมชนที่ใช้อยู่ยังพอใช้ได้	34.97
ค่าติดตั้งประปาใหม่มีราคาแพง	32.52
ค่าน้ำประปาของ กปภ. แพงกว่าน้ำประปาของชุมชนที่ใช้อยู่	32.52

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 120 ของ 136

5. ความคาดหวังในบริการของลูกค้าคาดหวังในอนาคต

รายการ	ร้อยละ
คาดหวังให้ กปภ. ลดราคาค่าติดตั้งประปาใหม่ให้ถูกลง	51.32
คาดหวังให้ กปภ. ขยายเขตพื้นที่ให้บริการ	45.60
คาดหวังให้น้ำประปาของชุมชนมีมาตรฐานด้านคุณภาพและปริมาณน้ำประปา ดีเท่ากับน้ำประปาของ กปภ.	33.93
คาดหวังให้ราคาค่าน้ำประปาของ กปภ. ถูกลง	32.95
คาดหวังให้ กปภ. ออกหน่วยมาบริการประชาชน	32.74
คาดหวังให้ กปภ. รักษามาตรฐานด้านคุณภาพและปริมาณน้ำประปา	31.58
คาดหวังให้น้ำประปาของ กปภ. ไม่ขาดแคลน มีน้ำใช้ตลอดปี โดยเฉพาะช่วงฤดูแล้ง	31.32

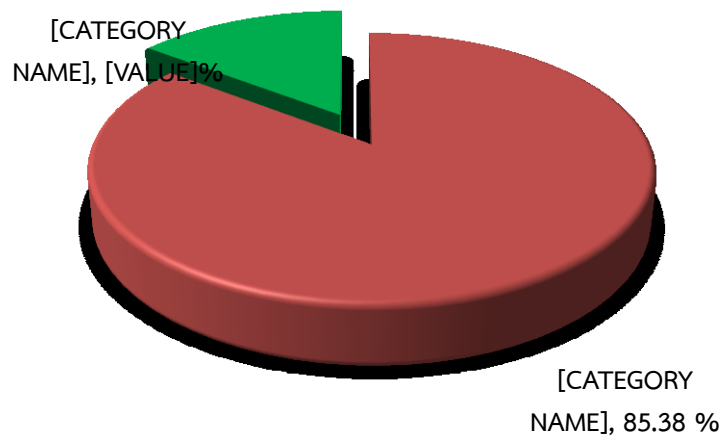
6. ทศนคติความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทศนคติความเชื่อมั่น	4.274	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.349	3
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.382	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.350	2
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงาน ปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.265	7
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.247	5
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.161	9
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.160	10
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรม มาพัฒนา ระบบประปา	4.247	8
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยมีประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน	4.302	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไข สถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.274	5

7. ความเชี่ยวชาญของ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ผลิตน้ำประปาและจำหน่ายน้ำประปา	74.57
ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ	25.43

8. สัดส่วนตัวอย่างลูกค้าคาดหวังในอนาคตที่ “เคย” และ “ไม่เคย” ติดต่อกับ กปภ.



9. ช่องทางที่เคยติดต่อ กปภ.

รายการ	คะแนนอันดับความต้องการ (จากมากไปน้อย)
สายด่วน PWA Contact Center 1662	2.10
พบเจ้าหน้าที่	2.09
โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/เขต	2.06
LINE	2.00
เว็บไซต์ของ กปภ.	1.26

11. ช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าคาดหวังในอนาคตต้องการ

รายการ	คะแนนอันดับความต้องการ (จากมากไปน้อย)
โทรศัพท์	2.12
สื่อออนไลน์	2.07
สื่อของชุมชนที่อาศัย	2.06
แผ่นพับใบปลิว	2.06
หนังสือพิมพ์	2.05
รถประชาสัมพันธ์	1.93
บริการส่งข้อความสั้น (SMS)	1.90
วิทยุ	1.86

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 122 ของ 136

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

เนื่องจากปัจจุบันมีการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งสร้างความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหายให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอื่นเป็นการล่วงละเมิดดังกล่าว ทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจโดยรวม สมควรกำหนดให้มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการทั่วไปขึ้น เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ กลไก หรือมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นหลักการทั่วไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ระยะเวลาใช้บังคับ

- มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 (ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 27 พฤษภาคม 2562)
- ยกเว้นหมวด 1 คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และหมวด 4 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล **มีผลใช้บังคับทันที**
- เป็นกฎหมายกลางว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- กรณีที่มีกฎหมายว่าด้วยการใดบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในลักษณะใดกิจการใด หรือหน่วยงานใดไว้โดยเฉพาะ ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น เว้นแต่
 - บทบัญญัติเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งบทกำหนดโทษที่เกี่ยวข้อง
 - บทบัญญัติเกี่ยวกับการร้องเรียน บทบัญญัติที่ให้อำนาจแก่คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญออกคำสั่งเพื่อคุ้มครองเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และบทบัญญัติเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ รวมทั้งบทกำหนดโทษที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตการใช้บังคับ

- ใช้บังคับแก่การเก็บรวบรวม การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอยู่ในราชอาณาจักร
- มีผลใช้บังคับถึงกรณีผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่นอกราชอาณาจักร หากมีกิจกรรมดังนี้
 - เสนอขายสินค้าหรือบริการแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในราชอาณาจักรไม่ว่าจะมีการชำระเงินหรือไม่ก็ตาม
 - ฝ่าฝืนตามพฤติกรรมของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นในราชอาณาจักร

การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

- ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล
- เก็บข้อมูลจากเจ้าของข้อมูลโดยตรง
- แจ้งให้เจ้าของข้อมูลทราบถึงรายละเอียดก่อนหรือในขณะที่เก็บรวบรวม

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 123 ของ 136

การใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

- ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล
- ไม่ใช่ หรือ ไม่เปิดเผย ข้อมูลส่วนบุคคลนอกเหนือวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้

ข้อยกเว้น การเก็บข้อมูลที่ไม่ต้องได้รับความยินยอม

1. เพื่อจัดทำเอกสารประวัติศาสตร์ จดหมายเหตุ วิจัย สถิติ
2. เพื่อป้องกันหรือระงับอันตรายต่อชีวิต
3. มีความจำเป็นเพื่อปฏิบัติตามสัญญาระหว่างผู้ควบคุมข้อมูลกับเจ้าของข้อมูล
4. มีความจำเป็นเพื่อดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะของผู้ควบคุมข้อมูล หรือปฏิบัติหน้าที่ในการใช้อำนาจอรัฐที่ได้รับมอบหมายแก่ผู้คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
5. มีความจำเป็นในการดำเนินการเพื่อผลประโยชน์อันชอบด้วยกฎหมายของผู้ควบคุมข้อมูล แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของเจ้าของข้อมูล
6. เป็นการปฏิบัติตามกฎหมายของผู้คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บทกำหนดโทษ

1. โทษทางแพ่ง จ่ายค่าสินไหมทดแทน ไม่เกิน 2 เท่าของค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริง
2. โทษทางอาญา จำคุกสูงสุด 1 ปี ปรับสูงสุด 1 ล้านบาท ขึ้นอยู่กับความร้ายแรงของการกระทำความผิด
3. โทษทางปกครอง ปรับสูงสุด 5 ล้านบาท ขึ้นอยู่กับความร้ายแรงของการกระทำความผิด

ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data)

คือ ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ทำให้ระบุตัวบุคคลได้ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม เช่น เลขประจำตัวประชาชน ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ E-mail ข้อมูลทางการเงิน เชื้อชาติ ศาสนาหรือปรัชญา พฤติกรรมทางเพศ ประวัติอาชญากรรม ข้อมูลสุขภาพ *แต่ในส่วน of ข้อมูลคนตาย ข้อมูลนิติบุคคล ไม่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายนี้*

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 124 ของ 136

เพื่อแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและเข้าใจนโยบายและแนวปฏิบัติของ กปภ. เกี่ยวกับการเก็บ รวบรวม ใช้ เปิดเผย และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กปภ. จึงได้ประกาศ กปภ. เรื่องนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2564 เป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 19 เมษายน พ.ศ.2564



ประกาศการประปาส่วนภูมิภาค
เรื่อง นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
พ.ศ. ๒๕๖๔

โดยที่เป็นการสมควรกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและเข้าใจนโยบายและแนวปฏิบัติของการประปาส่วนภูมิภาคเกี่ยวกับการเก็บ รวบรวม ใช้ เปิดเผย และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๒ ประกอบกับมาตรา ๒๓ (๒) แห่งพระราชบัญญัติการประปาส่วนภูมิภาค พ.ศ. ๒๕๒๒ การประปาส่วนภูมิภาคจึงออกประกาศกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไว้ ดังต่อไปนี้

๑. หลักการและวัตถุประสงค์

ด้วยเทคโนโลยีและระบบสื่อสารได้พัฒนาก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วทำให้การเข้าถึงการเก็บ รวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล สามารถทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว อันอาจนำมาซึ่งความเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานสำคัญในความเป็นส่วนตัว (Privacy Right) ตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) และตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ ได้บัญญัติรับรองและคุ้มครองไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานของ กปภ. เป็นไปตามมาตรฐานสากล ในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบและถือปฏิบัติต่อไป

๒. ขอบเขตการบังคับใช้

นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฉบับนี้มีขอบเขตการบังคับใช้ครอบคลุมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดที่ดำเนินการโดย กปภ. รวมถึงบุคคลใดๆ ซึ่งล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลเนื่องจากเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ กปภ. จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย รวมทั้งนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฉบับนี้

สำหรับข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้เก็บรวบรวมไว้ก่อนวันที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ใช้บังคับ กปภ. จะเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นต่อไปตามวัตถุประสงค์เดิมโดยการเปิดเผย และการดำเนินการอื่นที่ไม่ใช่การเก็บรวบรวม และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลข้างต้น กปภ. จะปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 125 ของ 136

- ๒ -

๓. คำนิยาม

“ข้อมูล” หมายความว่า สิ่งที่สื่อความหมายให้รู้เรื่องราว ข้อเท็จจริง ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ไม่ว่าการสื่อความหมายนั้นจะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเอง หรือโดยผ่านวิธีการใด ๆ และไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปแบบของเอกสาร แฟ้ม รายงาน หนังสือ แผนผัง แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่าย ฟิล์ม การบันทึกภาพ หรือเสียง การบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือวิธีอื่นใดที่ทำให้สิ่งนั้นบันทึกไว้ปรากฏได้

“บุคคล” หมายความว่า บุคคลธรรมดา

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒

“เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า บุคคลที่ข้อมูลนั้นสามารถระบุตัวตนไปถึงได้

“ข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลซึ่งทำให้สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม แต่ไม่รวมถึงข้อมูลของผู้ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะ เช่น

(๑) ชื่อ - นามสกุล

(๒) เลขประจำตัวประชาชน เลขประจำตัวผู้เสียภาษี เลขบัญชีธนาคาร เลขบัตรเครดิต และหมายเลขผู้ใช้น้ำประปา

(๓) ที่อยู่ อีเมล หมายเลขโทรศัพท์

(๔) ข้อมูลอุปกรณ์หรือเครื่องมือและข้อมูลบันทึกต่างๆ ที่ใช้ติดตามตรวจสอบกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล เช่น IP Address, MAC Address, Cookie, User ID และ Log File เป็นต้น

(๕) ข้อมูลระบุทรัพย์สินของบุคคล เช่น โฉนดที่ดิน เป็นต้น

(๖) ข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลอื่น ซึ่งทำให้สามารถระบุตัวเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ เช่น วันเกิด สถานที่เกิด เชื้อชาติ สัญชาติ น้ำหนัก ส่วนสูง ข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ (Location) ข้อมูลทางการแพทย์ ข้อมูลการศึกษา ข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลการจ้างงาน เป็นต้น

(๗) ข้อมูลการประเมินผลการปฏิบัติงานหรือความเห็นของผู้บังคับบัญชาต่อพนักงานหรือลูกจ้าง

“ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว” หมายความว่า ข้อมูลที่เป็นเรื่องส่วนตัวโดยแท้ของส่วนบุคคล เกี่ยวกับเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ความคิดเห็นทางการเมือง ความเชื่อในลัทธิ ศาสนา หรือปรัชญา พฤติกรรมทางเพศ ประวัติอาชญากรรม ข้อมูลสุขภาพ ความพิการ ข้อมูลสุขภาพแรงงาน ข้อมูลพันธุกรรม ข้อมูลชีวภาพ หรือข้อมูลอื่นใดซึ่งกระทบต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลในทำนองเดียวกัน ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

“ข้อมูลชีวภาพ” หมายความว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดจากการใช้เทคนิคหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการนำลักษณะเด่นทางกายภาพหรือทางพฤติกรรมของบุคคลมาใช้ ทำให้สามารถยืนยันตัวตนของบุคคลนั้นที่ไม่เหมือนกับบุคคลอื่นได้ เช่น ข้อมูลภาพจำลองใบหน้า ข้อมูลจำลองม่านตา หรือข้อมูลจำลองลายนิ้วมือ เป็นต้น

“การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

“ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจอันเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

“ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการดังกล่าวไม่เป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 126 ของ 136

- ๓ -

“เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า ผู้ที่ได้รับมอบหมายหรือแต่งตั้งจาก กปภ. ให้มีหน้าที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบการดำเนินงาน ประสานงาน และให้ความร่วมมือกับสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๔. การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

กปภ. จะจัดเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ผู้สมัครงาน ลูกจ้าง และคู่ค้าของ กปภ. รวมถึงผู้ซึ่งได้รับความยินยอมให้ปฏิบัติงานหรือทำประโยชน์ให้แก่ กปภ. หรือในสถานประกอบกิจการ ของ กปภ. ไม่ว่าจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตาม โดยมีแหล่งที่มา หลักการ และวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้

๔.๑ แหล่งที่มาของข้อมูลส่วนบุคคล

๔.๑.๑ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เช่น การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลจากการกรอกข้อมูลส่วนบุคคลผ่านเอกสารและ/หรือแบบฟอร์มต่างๆ และ/หรือการตอบแบบสอบถาม (Survey) ของ กปภ. หรือการเข้าใช้งานผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบเว็บไซต์ของ กปภ.

๔.๑.๒ เก็บรวบรวมจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่จากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรง เช่น การสืบค้นข้อมูลส่วนบุคคลผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบเว็บไซต์หรือสอบถามจากบุคคลที่สาม โดย กปภ. จะแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบโดยเร็วที่สุดไม่เกินสามสิบวันนับแต่วันที่ กปภ. เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากแหล่งดังกล่าว รวมถึงจะดำเนินการขอความยินยอมในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เว้นแต่ เป็นกรณีที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องขอความยินยอมหรือแจ้งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกำหนด

๔.๒ วัตถุประสงค์และหลักการในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

๔.๒.๑ กปภ. จะเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็นตามวัตถุประสงค์อันชอบด้วยกฎหมายที่ได้แจ้งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลไว้ก่อนหรือในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลเท่านั้น เช่น เพื่อประโยชน์ในการให้บริการ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลของ กปภ. โดย กปภ. จะขอความยินยอมโดยชัดแจ้งจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ก่อนหรือขณะเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ กปภ. สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลได้โดยไม่ต้องขอความยินยอม

(๑) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับการจัดทำเอกสารประวัติศาสตร์ หรือจดหมายเหตุเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือที่เกี่ยวกับการศึกษาวิจัย หรือสถิติ โดย กปภ. จะจัดให้มีมาตรการป้องกันที่เหมาะสมเพื่อคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

(๒) เพื่อป้องกันหรือระงับอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือสุขภาพของบุคคล

(๓) เป็นการจำเป็นเพื่อการปฏิบัติตามสัญญาซึ่งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคู่สัญญา หรือเพื่อใช้ในการดำเนินการตามคำขอของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อนเข้าทำสัญญา

(๔) เป็นการจำเป็นเพื่อการปฏิบัติหน้าที่ในการดำเนินการกิจเพื่อประโยชน์สาธารณะของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือปฏิบัติหน้าที่ในการใช้อำนาจอรรถที่ได้มอบให้แก่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

(๕) เป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของ ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือของบุคคล หรือนิติบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล เว้นแต่ประโยชน์ดังกล่าว มีความสำคัญน้อยกว่าสิทธิขั้นพื้นฐานในข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

(๖) เป็นการปฏิบัติตามกฎหมายของ กปภ.

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 127 ของ 136

- ๔ -

๔.๒.๒ กปภ. จะไม่เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลโดยชัดแจ้งเท่านั้นหรือได้รับยกเว้นตามที่กฎหมายกำหนด

๔.๒.๓ การให้บริการทางเว็บไซต์ของ กปภ. อาจมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการเข้าออกเว็บไซต์โดยระบบอัตโนมัติ เพื่อวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์และติดตามการใช้บริการทางเว็บไซต์ และการตรวจสอบย้อนหลังในกรณีที่เกิดปัญหาการใช้งาน

๔.๒.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เยาว์ คนไร้ความสามารถ และคนเสมือนไร้ความสามารถ กปภ. จะดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด

๕. การใช้และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

การใช้และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล กปภ. จะดำเนินการตามวัตถุประสงค์และหลักการที่สอดคล้องตามข้อ ๔.๒ วัตถุประสงค์และหลักการในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล โดย กปภ. อาจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็นอย่างจำกัดให้แก่หน่วยงานหรือบุคคลภายนอก เช่น

(๑) คู่ค้า คู่ความร่วมมือ และพันธมิตรในการประกอบกิจการของ กปภ.

(๒) หน่วยงานของรัฐซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย เช่น สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ กรมสรรพากร กรมบังคับคดี ศาล หรือสำนักงานอัยการ

๖. ระยะเวลาในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

กปภ. จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลตามระยะเวลา ดังต่อไปนี้

๖.๑ ตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้โดยเฉพาะ เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และประมวลรัษฎการ เป็นต้น

๖.๒ ในกรณีที่กฎหมายไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้โดยเฉพาะ กปภ. จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็นต่อการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นๆ ระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปโดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นๆ

เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการเก็บรักษาดังกล่าว กปภ. จะลบ ทำลาย หรือ ทำให้ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้

๗. การรักษาความมั่นคงปลอดภัย

กปภ. จะจัดให้มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันการโจรกรรมหรือการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล การสูญหาย การเข้าถึง การใช้ การเปลี่ยนแปลง การแก้ไข รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่มิอำนาจหรือโดยขัดต่อกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย และวิธีปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของ กปภ.

ในกรณีที่ กปภ. มอบหมายให้หน่วยงานหรือบุคคลภายนอกเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลแทน กปภ. เช่น การวิเคราะห์เชิงสถิติ ฯลฯ กปภ. จะจัดให้มีข้อตกลงระหว่างกันเพื่อควบคุมการดำเนินงานตามหน้าที่ของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำหนดให้ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นความลับและรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว รวมถึงป้องกันมิให้นำข้อมูลส่วนบุคคลไปเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยเพื่อการอื่นใดโดยไม่มิอำนาจหรือโดยขัดต่อกฎหมาย

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 128 ของ 136

- ๕ -

๘. สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๘.๑ สิทธิในการขอเพิกถอนความยินยอม (Right to Withdraw Consent) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิในการขอเพิกถอนความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลที่ให้ความยินยอมไว้กับ กปภ. ได้ตลอดระยะเวลา อย่างไรก็ดี การเพิกถอนความยินยอมจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ให้ความยินยอมไปแล้วโดยชอบด้วยกฎหมาย

๘.๒ สิทธิในการขอเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล (Right to Access) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิในการขอเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของตนโดยสามารถแจ้งให้ กปภ. ทำสำเนาข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงมีสิทธิขอให้ กปภ. เปิดเผยการได้มาซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลไม่ได้ให้ความยินยอม

๘.๓ สิทธิในการขอให้โอนย้ายข้อมูลส่วนบุคคล (Right to Data Portability) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิขอรับข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับตน ขอให้ กปภ. ส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอื่น เมื่อสามารถทำได้ด้วยวิธีการอัตโนมัติและขอรับข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. ส่งหรือโอนไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอื่นโดยตรง

๘.๔ สิทธิในการขอให้ลบข้อมูลส่วนบุคคล (Right to Erasure) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิขอให้ กปภ. ลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลของตนหากพบว่าไม่มีความจำเป็นที่จะเก็บรักษาไว้ตามวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลถอนความยินยอมแล้ว และ กปภ. ไม่มีอำนาจที่จะประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นต่อไป หรือในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ใช้สิทธิการคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลและ กปภ. ไม่สามารถอ้างเหตุผลปฏิเสธการคัดค้านนั้นได้ หรือในกรณีที่การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้น ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

๘.๕ สิทธิในการขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล (Right to Restriction of Processing) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลได้ในระหว่างรอการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ได้ร้องขอให้แก้ไขข้อมูลดังกล่าวให้ถูกต้องหรือขอให้ระงับการใช้แทนการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลหรือระหว่างการพิสูจน์ของ กปภ. เพื่อปฏิเสธการคัดค้านของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๘.๖ สิทธิในการคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Right to Object) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิในการคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่ กปภ. อ้างฐานการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของ กปภ. หรือของบุคคลหรือนิติบุคคลอื่น เพื่อการปฏิบัติหน้าที่ในการดำเนินภารกิจเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือปฏิบัติหน้าที่ในการใช้อำนาจรัฐที่ได้มอบให้แก่ กปภ. เพื่อวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการตลาดแบบตรง หรือเพื่อการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือสถิติ

๘.๗ สิทธิในการแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้อง (Right to Rectification) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิในการขอให้ กปภ. แก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ไม่เป็นปัจจุบัน ข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเพิ่มเติมข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์

๘.๘ สิทธิในการร้องเรียน (Right to file a Complaint) : เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่ กปภ. ผิดแผก หรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือประกาศที่ออกตามกฎหมายดังกล่าว

กปภ. จะจัดให้มีช่องทางเพื่อให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลสามารถติดต่อมายัง กปภ. เพื่อดำเนินการยื่นคำร้องขอตามสิทธิข้างต้น ในกรณีที่ กปภ. ปฏิเสธคำร้องขอข้างต้น กปภ. จะแจ้งเหตุผลของการปฏิเสธให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ

	คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567		
	หมายเลขเอกสาร: 004	ฉบับปรับปรุงปี 2567	หน้า 129 ของ 136

- ๖ -

๙. ข้อสงวนสิทธิ

กปภ. ขอสงวนสิทธิในการปฏิเสธคำร้องขอตามข้อ ๘ ในกรณีดังต่อไปนี้

๙.๑ กฎหมายกำหนดให้สามารถดำเนินการได้

๙.๒ ข้อมูลส่วนบุคคลถูกทำให้ไม่ปรากฏชื่อหรือบอกลักษณะอันสามารถระบุตัวเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้

๙.๓ ผู้ยื่นคำร้องไม่มีหลักฐานยืนยันว่าเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลหรือเป็นผู้มีอำนาจในการยื่นคำร้องขอดังกล่าว

๙.๔ คำร้องขอดังกล่าวไม่สมเหตุสมผล เช่น กรณีที่ผู้ร้องขอไม่มีสิทธิตามกฎหมายหรือไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลนั้นอยู่ที่ กปภ. เป็นต้น

๙.๕ คำร้องขอดังกล่าวเป็นคำร้องขอฟุ่มเฟือย เช่น เป็นคำร้องขอที่มีลักษณะเดียวกันหรือมีเนื้อหาเดียวกันซ้ำๆ โดยไม่มีเหตุอันสมควร เป็นต้น

๑๐. การปรับปรุงนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

กปภ. จะปรับปรุงนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและการดำเนินงานของ กปภ. รวมถึงอาจปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดย กปภ. จะประกาศแจ้งให้ทราบอย่างชัดเจนก่อนจะเริ่มดำเนินการหรืออาจส่งประกาศแจ้งเตือนให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบโดยตรงตามช่องทางการสื่อสารของ กปภ.

๑๑. ช่องทางการติดต่อ

เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลสามารถแสดงความคิดเห็นและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม รวมถึงการขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลข้อ ๘ ได้ที่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามรายละเอียดดังนี้

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ที่อยู่ การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

เลขที่ ๗๒ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๑๐

เว็บไซต์ <https://www.pwa.co.th>

PWA Contact Center ๑๖๖๒ หรือ E-mail Address : DPO@pwa.co.th

ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๑ มิถุนายน ๒๕๖๔ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๔



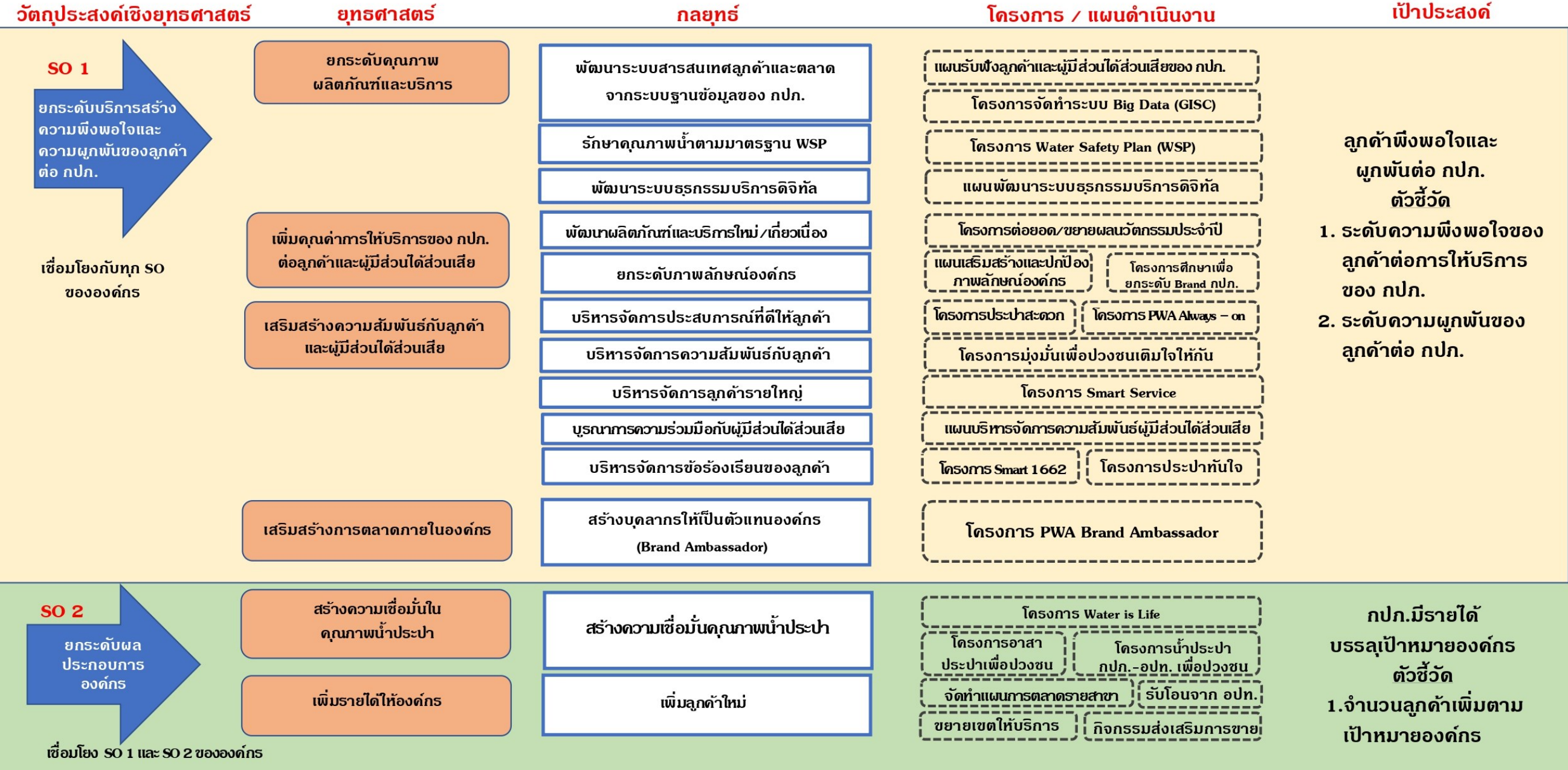
(นายกฤษฎา คังขมณี)

รองผู้ว่าการ (วิชาการ) รักษาการแทน

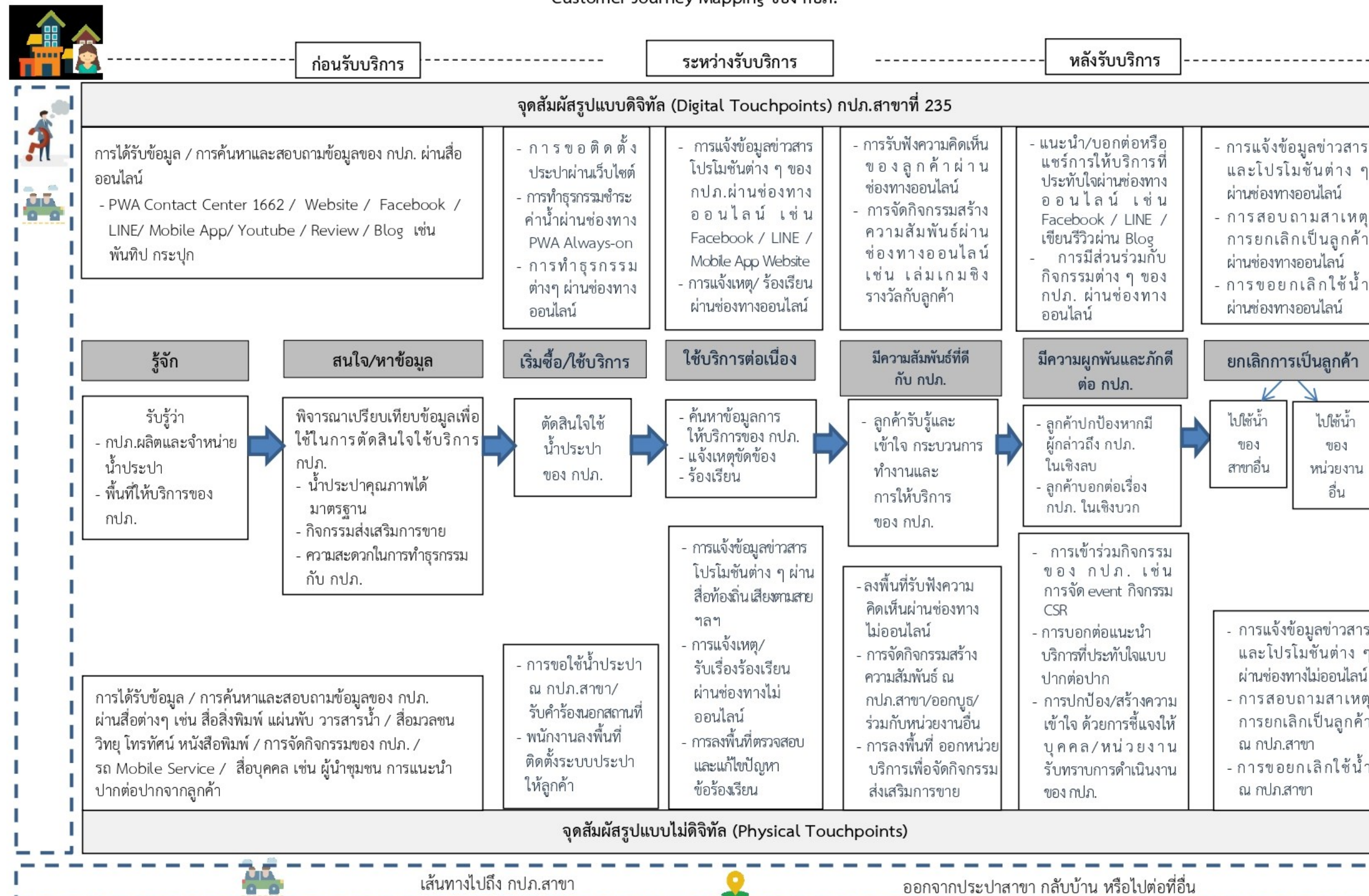
ผู้ว่าการการประปาส่วนภูมิภาค

ยุทธศาสตร์องค์กร 2566-2570	Short Term ปี 2566 – 2567 ยกระดับการบริหารจัดการองค์กรและกระบวนการทำงาน (Financial Security)		Medium Term ปี 2568 – 2569 ขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในด้านการผลิตและจำหน่ายน้ำประปา (Business Stability)	Long Term ปี 2570 มีความมั่นคงและความคล่องตัวในธุรกิจประปา สร้างมูลค่าเพิ่มร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน และ สร้างรายได้จากธุรกิจใหม่/ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Sustainable Organization)
ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด 2566-2570	Short Term ปี 2566 – 2567 พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าทุกจุด Touchpoint (Financial Security)		Medium Term ปี 2568 – 2569 สร้าง กปภ.สาขาที่ 235 บนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Business Stability)	Long Term ปี 2570 บูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อยกระดับการให้บริการและผลประกอบการองค์กร (Sustainable Organization)
SO ยุทธศาสตร์องค์กร 2566-2570	SO 1 สร้างความเข้มแข็งและรักษามาตรฐานของระบบประปา	SO 2 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับองค์กร โดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม	SO 3 สร้างความพร้อมของบุคลากรในการขับเคลื่อนองค์กร	SO 4 ยกระดับความผูกพันและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวน พ.ศ. 2567)



Customer Journey Mapping ของ กปภ.





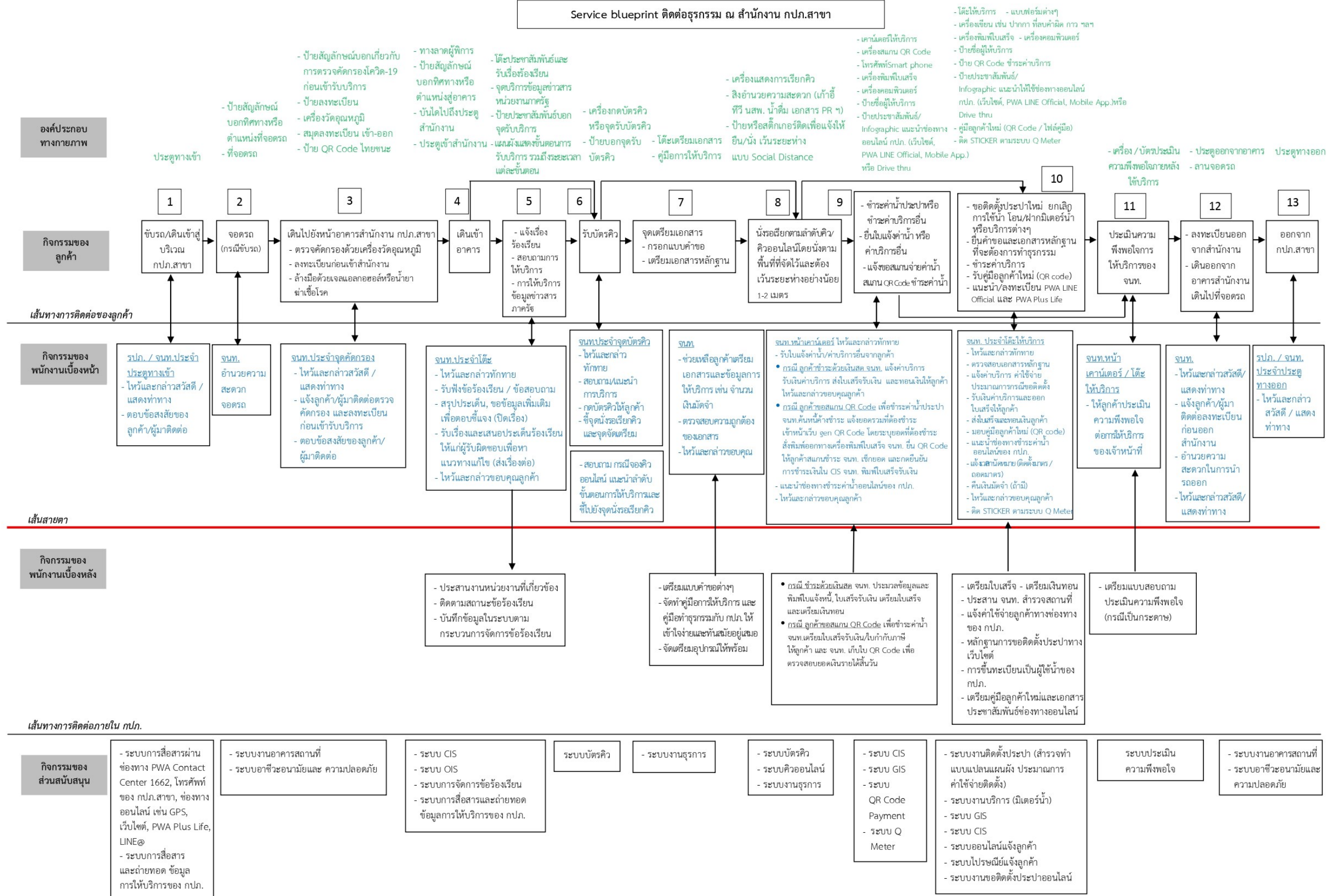
คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

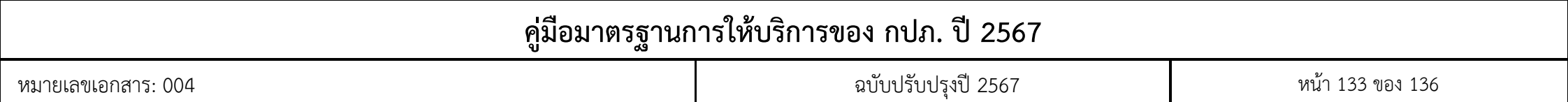
หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

หน้า 132 ของ 136

Service blueprint ติดต่อธุรกรรม ณ สำนักงาน กปภ.สาขา





องค์ประกอบทางกายภาพ

- ประตูทางเข้า
- ป้ายสัญลักษณ์บอกทิศทาง
- เครื่องวัดอุณหภูมิแบบอิงหน้าผาก
- ถนน/เส้นทาง หรือ ช่องทางเดินรถไปยังช่องให้บริการ Drive Thru Payment ของ กปภ.สาขา
- ป้ายประชาสัมพันธ์บอกจุดรับบริการ
- ตู้ Drive Thru Payment ของ กปภ.สาขา
- แผนผังแสดงขั้นตอนการรับบริการ รวมถึงระยะเวลาแต่ละขั้นตอน
- เครื่องพิมพ์ใบเสร็จ/QR Code
- คอมพิวเตอร์/ เครื่องแสดง QR Code
- ป้ายแสดง QR Code เลขที่บัญชีธนาคาร
- เจลแอลกอฮอล์
- เครื่องพิมพ์ใบเสร็จ
- คอมพิวเตอร์ / เครื่องแสดง QR Code
- ป้ายแสดง QR Code เลขที่บัญชีธนาคาร
- เจลแอลกอฮอล์
- เครื่องประเมินความพึงพอใจ ภายหลังให้บริการ
- เจลแอลกอฮอล์
- ประตูทางออก

กิจกรรมของลูกค้า

- ขับรถยนต์ / ขับขี่รถจักรยานยนต์ เข้าสู่บริเวณ กปภ.สาขา
- วัดอุณหภูมิร่างกาย
- ขับรถยนต์ / ขับขี่รถจักรยานยนต์ ไปยังช่องให้บริการ Drive Thru Payment ของ กปภ.สาขา
- ยื่นใบแจ้งค่าน้ำ หรือ ค่าบริการอื่นให้เจ้าหน้าที่
- ทำความสะอาดมือด้วยเจลแอลกอฮอล์
- ชำระค่าน้ำประปา/ค่าบริการต่าง ๆ
- กรณีลูกค้าที่ระมัดระวัง :
 - กรณีลูกค้าชำระเงินสด :
 - จ่ายเงินสดให้เจ้าหน้าที่
 - กรณีลูกค้าสแกนจ่าย
 - เปิดแอปธนาคารเพื่อสแกนจ่าย / กรอกรายการชำระเงิน
- รับใบเสร็จและเงินทอน
- ประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- ทำความสะอาดมือด้วยเจลแอลกอฮอล์
- ขับรถยนต์/ขับขี่รถจักรยานยนต์ ออกจาก กปภ.สาขา

กิจกรรมของพนักงานเบื้องหน้า

- รปภ. / จนท.ประจำประตูทางเข้า
- ไหว้และกล่าวสวัสดี / แสดงท่าทาง
- ตรวจวัดอุณหภูมิ
- ตอบข้อสงสัยของลูกค้า/ผู้มาติดต่อ
- จนท.ประจำช่องให้บริการ Drive Thru Payment
- ไหว้และกล่าวสวัสดี / แสดงท่าทาง
- สอบถาม ลูกค้า/ผู้มาติดต่อ
- จนท.ประจำช่องให้บริการ Drive Thru Payment
- รับใบแจ้งค่าน้ำประปาจากลูกค้า
- สแกน QR code / เลขที่ผู้ยื่น หรือสอบถามข้อมูลลูกค้ากรณีไม่มีใบแจ้งค่าน้ำประปา
- แจ้งค่าใช้จ่ายให้ลูกค้าทราบ
- จนท.ประจำช่องให้บริการ Drive Thru Payment
- กรณีลูกค้าชำระเงินสด :
 - กรณีลูกค้าชำระเงินสด :
 - รับเงินสดและทอนเงิน
 - กรณีลูกค้าสแกนจ่าย
 - กรอกรายการในระบบเพื่อสร้าง QR Code
- จนท.ประจำช่องให้บริการ Drive Thru Payment
- กล่าวขอบคุณลูกค้าให้ลูกค้าประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- รปภ. / จนท.ประจำประตูทางออก
- ไหว้และกล่าวสวัสดี/ แสดงท่าทาง

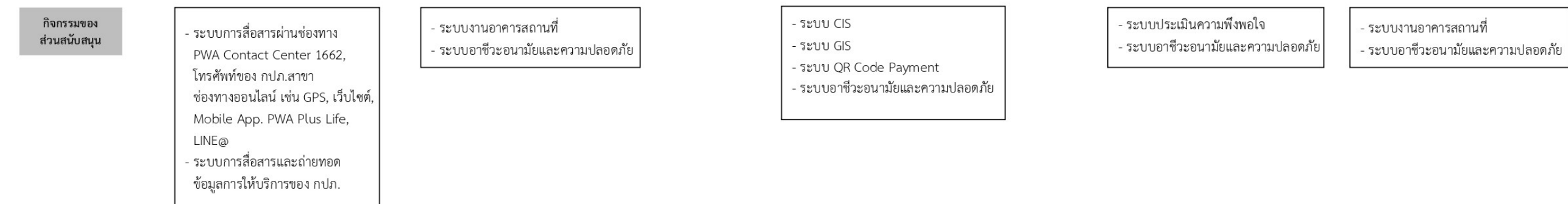
กิจกรรมของพนักงานเบื้องหลัง

- ประมวลข้อมูลและพิมพ์ใบแจ้งหนี้, ใบเสร็จรับเงิน QR Code
- เตรียมใบเสร็จ
- เตรียมเงินทอน
- เตรียมเครื่องแสดง/พิมพ์ QR Code

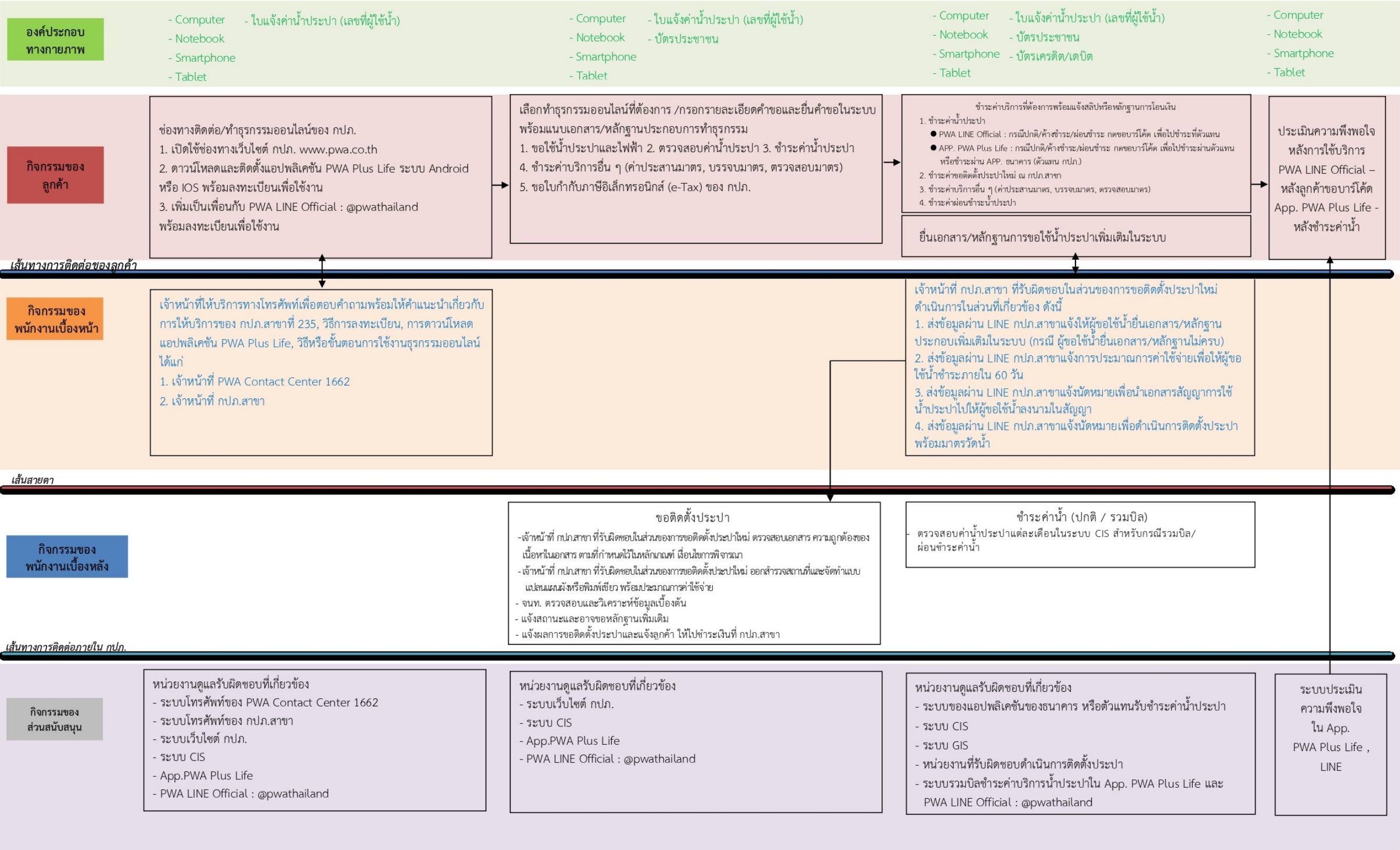
เส้นทางการติดต่อของลูกค้า

เส้นสายตา

เส้นทางการติดต่อภายใน กปภ.



Service blueprint กปภ.สาขาที่ 235 (บริการธุรกรรมดิจิทัล)





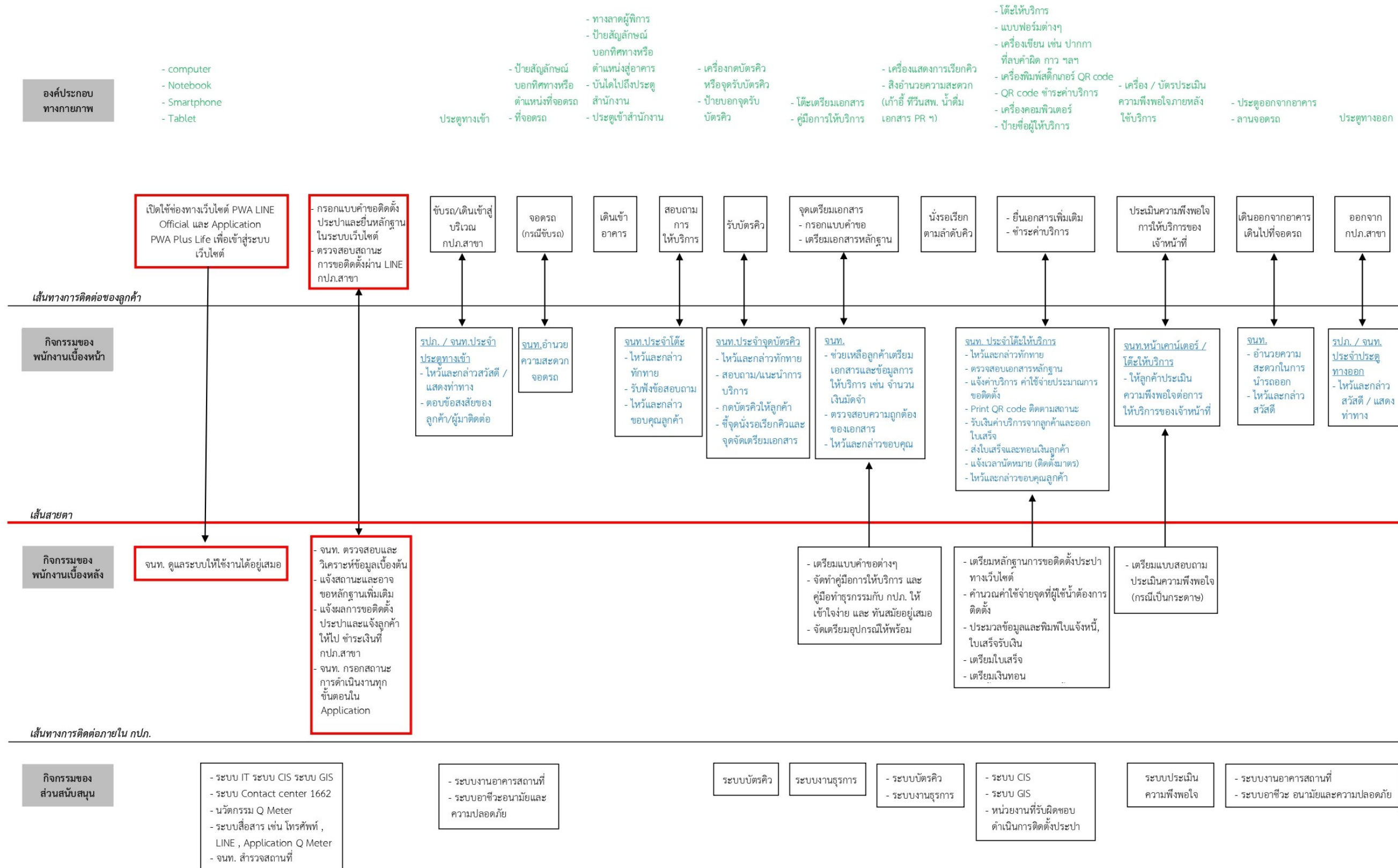
คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2567

หมายเลขเอกสาร: 004

ฉบับปรับปรุงปี 2567

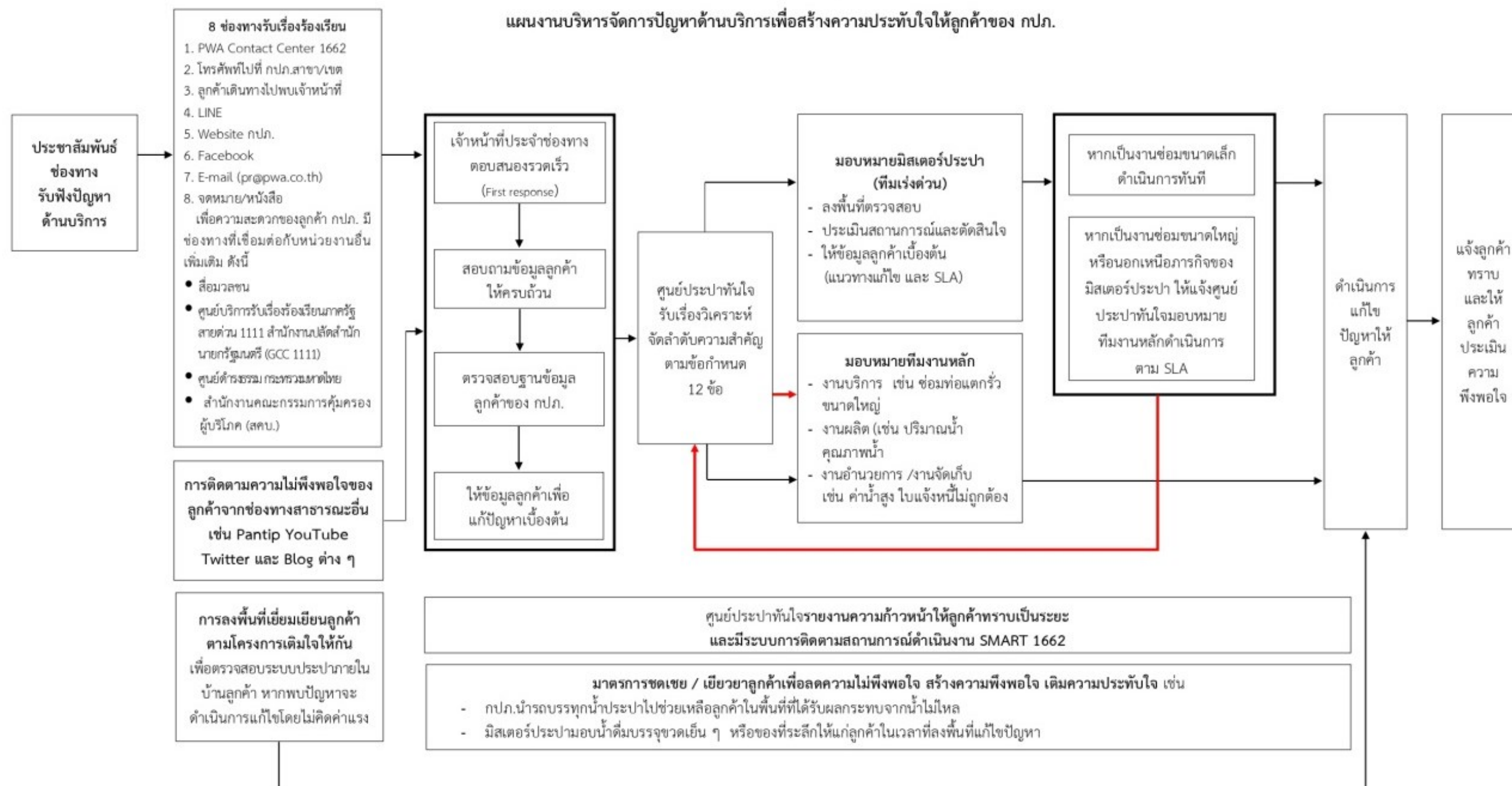
หน้า 135 ของ 136

Service blueprint ขอติดตั้งประปาใหม่ (ผ่านระบบเว็บไซต์)



PWA Service Recovery Plan

แผนงานบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าของ กปภ.



* ข้อกำหนด 12 ข้อ ดังนี้ 1) ลูกค้าได้รับผลกระทบรุนแรง เช่น น้ำมีสิ่งแปลกปลอม มีกลิ่นรุนแรง เป็นต้น 2) เป็นประเด็นเสี่ยงหรืออาจเสี่ยงต่อความเสียหายด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร 3) เป็นประเด็นที่มีลูกค้า / ประชาชนแจ้งเรื่องร้องเรียนมากกว่า 1 รายขึ้นไป 4) มีการแจ้งร้องเรียนซ้ำจากผู้ร้องคนเดียว 5) มีลูกค้า / ประชาชนได้รับผลกระทบมากกว่า 1 รายขึ้นไป 6) เป็นลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กปภ. สาขามาก่อน 7) ลูกค้าร้องเรียนผ่านสื่อมวลชน ผ่านนักรการเมือง ผ่านองค์กรสำคัญ เป็นต้น 8) เป็นประเด็นที่อาจเชื่อมโยงกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรสู่ระบบผลิตจ่ายน้ำและระบบบริการเป็นเลิศ 9) เป็นลูกค้ารายใหญ่ / รายสำคัญ 10) เป็นประเด็นร้องเรียนที่ กปภ. สาขาได้แก้ไขมาก่อนหน้าแล้วแต่ยังไม่สำเร็จ 11) ไม่มีฐานข้อมูลเพียงพอเพื่อการตัดสินใจจำเป็นต้องตรวจสอบงานให้ชัดเจนก่อนส่งหน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินการแก้ไข 12) ต้องพบเจ้าของบ้านเพื่อลดความไม่พึงพอใจก่อน



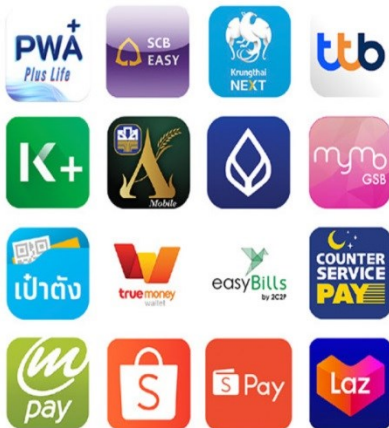
ช่องทางการชำระค่าน้ำประปา การประปาส่วนภูมิภาค

ค่าธรรมเนียมเป็นไปตามอัตราที่ผู้ให้บริการกำหนด ข้อมูล ณ เดือน มี.ค 2566

ชำระผ่านแอปพลิเคชัน

บนโทรศัพท์มือถือ

02



01 ชำระค่าน้ำประปาได้ที

แอปพลิเคชัน PWA Plus Life+

PWA Line Official : @pwathailand

- กปภ. ทุกสาขาทั่วประเทศ
- เว็บไซต์ของ กปภ. payment.pwa.co.th

- กปภ.เขต และกองการเงิน กปภ.สำนักงานใหญ่
(เฉพาะใบแจ้งค่าน้ำประปาเดือนปัจจุบันที่ไม่มียอดค้างชำระเดือนก่อน)



03 ชำระผ่าน
ตู้เอทีเอ็ม
ของธนาคาร

- ตู้ ATM หรือ ADM ธนาคารไทยพาณิชย์
- ตู้ ATM ธนาคารกรุงเทพ



04 ชำระผ่านตัวแทนรับชำระ
ดังต่อไปนี้



05 ชำระผ่านการหักบัญชี



06 ชำระผ่านเคาน์เตอร์
ธนาคารทั่วประเทศ

- ธนาคารไทยพาณิชย์ • ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- ธนาคารกรุงไทย • ธนาคารกรุงเทพ
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

07 ชำระผ่าน
ตู้ชำระเงิน

- เต็มดี
- เต็มสบายพลัส



pwa.co.th
1662



การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่



@pwathailand



การประปาส่วนภูมิภาค



วิสัยทัศน์ กปภ.

**มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน
ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา
(Leading to be a high performing and sustainable
organization with excellent waterworks services)**

จัดทำโดย กองลูกค้าสัมพันธ์



การประปาส่วนภูมิภาค
ภูเก็ต - เชียงใหม่ - อุตรดิตถ์ - อุบลราชธานี